

Toeristische visie Zaanstad 2021-2025 Van ongeremde groei naar Waardevol Toerisme

Inhoud

Samenvatting

1. Naar een nieuwe visie op Toerisme

2. Kenmerken Zaanstreek en toeristische potenties

2.1 De Zaanstreek als toeristische trekker

2.2 Belangrijke trends en ontwikkelingen in de Toeristische sector

2.3 Doelgroepen

3. Toeristische visie in Zaanstad 2025

3.1 Doelen en strategielijnen

3.2 Visie per focusgebied

4. De wisselwerking tussen Toerisme en andere sectoren

4.1 Bijdrage van Toerisme aan de strategische opgaven van de Omgevingsvisie

5. Acties per focusgebied

Bijlage 1 Hoe deze Visie tot stand kwam

Bijlage 2 Achtergrond van de Leefstijlvinder

Samenvatting

Een heldere visie helpt de toeristische sector in Zaanstad vooruit

Voordat de coronacrisis toesloeg was toerisme één van de snelst groeiende sectoren in de Amsterdamse Metropoolregio. Zaanstad haakt daar op aan en levert haar eigen bijdrage aan de toeristische mogelijkheden die de MRA te bieden heeft. Maar Zaanstad wil daarbij wel grip houden op het toerisme. Vandaar dat deze nieuwe Visie ingaat op de mogelijkheden om de groei van het toerisme naar de stad te beheersen. **Waardevol toerisme** is daarbij het uitgangspunt. Dit zorgt ervoor dat in de toekomst kansen worden gegrepen zonder dat Zaanstad afbreuk doet aan de eigen identiteit. Zo ontstaat een prettige leefomgeving voor inwoners, bezoekers en toeristen.

Zaanstad heeft een authentiek en inspirerend verhaal

De rijke historie van Zaanstad vormt de basis voor vele authentieke en inspirerende verhalen en monumenten, zoals het industriële erfgoed en de Zaanse architectuur. Dit erfgoed (denk aan de pakhuizen, de houtbouw, de sluizen en molens) geeft een terugblik naar het fascinerende verleden van Zaanstad. Jaarlijks komen vele toeristen naar het gebied om deze (Oud-) Hollandse iconen te bewonderen, waarbij vooral de Zaanse Schans een internationale trekker is met een zeer hoge toeristische waarde. Naast erfgoed en architectuur is ook de Zaan een belangrijk icoon voor Zaanstad.

Er liggen kansen voor de toekomst

De toeristisch-recreatieve sector in Zaanstad wil zich komende jaren op een gepaste manier blijven ontwikkelen. De volgende uitgangspunten zijn hierbij van belang:

- Uitgaan van eigen kracht & DNA en daardoor een herkenbare bijdrage leveren aan het toeristisch product dat de Metropoolregio Amsterdam te bieden heeft;
- Focus aanbrengen op aanbod en doelgroepen;
- Streven naar een gepaste balans tussen economie, leefbaarheid en duurzaamheid;
- De wisselwerking versterken tussen toerisme en andere sectoren en beleidsvelden.

Vijf toeristische focusgebieden

De gemeente Zaanstad kent vijf toeristische focusgebieden: Stadshart, Zaanbocht, Zaanse Schans, Hembrugterrein en het buitengebied. Ieder gebied heeft eigen kenmerken en bijbehorende potenties.

Zo heeft **het Stadshart** alles in zich om een aantrekkelijke verblijfplaats te zijn. Belangrijk hierbij is dat het voorzieningenniveau in het centrum behouden blijft en wordt versterkt met cultureel, toeristisch en recreatief aanbod.

De ambities voor **de Zaanse Schans** sluiten aan bij de recent opgestelde Ontwikkelstrategie Zaanse Schans. Hierin wordt gestreefd naar een gepast balans tussen wonen, werken en recreëren in dit deel van de stad. Het beter in banen leiden van bezoekers is een aandachtspunt.

De Zaanbocht wordt de komende jaren verder ontwikkeld in samenwerking met buurgemeente Wormerland. Belangrijke aandachtspunten daarbij zijn om de beleving van de Zaan te versterken, de huidige ondernemers te behouden en nieuw ondernemerschap te stimuleren.

Met **het Hembrugterrein** heeft Zaanstad een nog niet ontdekte parel in handen. Komende jaren wordt dit gebied verder ingevuld. Het verbeteren van de bereikbaarheid en de (online) vindbaarheid krijgen prioriteit.

Tot slot beschikt Zaanstad over een prachtig **buitengebied**. Tot nu toe hadden wij in Zaanstad geen beleid waar toerisme en de recreatieve waarde van het buitengebied (en binnenstedelijke natuurgebieden) in samenhang werden bekeken. In deze visie geven we hier richting aan. Door natuurontwikkeling te combineren met recreatief gebruik ontstaan meer mogelijkheden voor recreatie.

Van visie naar actie

In deze Visie zijn diverse actielijnen en acties uitgewerkt, die de basis vormen voor de uitvoering in de komende jaren. We geven uitvoering aan deze visie door samenwerking met natuur-, cultuur-, erfgoed- en recreatieorganisaties en door koppelkansen met andere beleidsterreinen te benutten. Daarbij is versterking van de samenwerking met ondernemers in de sector cruciaal om tot de gewenste resultaten te komen.

1. Naar een nieuwe visie op Toerisme

Begin 2016 heeft de gemeente Zaanstad haar Uitvoeringsagenda Toerisme Zaanstad 2016-2019 vastgesteld. De hierin opgenomen visie op toerisme vormde de basis van het concrete Actieplan 2016-2019. Dat programma loopt dus af (al worden sommige acties nog voortgezet). Dit is een goed moment om de balans op te maken en zowel de visie als het actieprogramma aan te scherpen. Bovendien vragen de vele ontwikkelingen op het gebied van toerisme in Nederland en in Zaanstad om een nieuwe, actuele visie op de sector. Wij noemen er vier:

1. **De kijk op de toeristische sector verandert.** Het belang van de toeristische sector groeide afgelopen jaren aanzienlijk en tot begin 2020 waren de voorspellingen zeer rooskleurig. Daardoor kwamen nieuwe vraagstukken naar voren. Thema's als 'overtourisme' en 'leefbaarheid' gingen de boventoon voeren in discussies over toerisme.
We zien nu dat landelijk wordt gediscussieerd over de spreiding van toeristen. De landelijke kijk op de toeristisch-recreatieve sector is veranderd van 'meer toerisme' naar 'meer grip op toerisme'.¹ Ook Zaanstad streeft met deze geactualiseerde visie naar een meer beheersbare groei van toerisme. *Waardevol toerisme* is het uitgangspunt. De kansen grijpen die toerisme biedt, en daarbij de eigen identiteit hoog houden.
2. **Het toeristisch verhaal van Zaanstad wordt nog onvoldoende verteld.** In deze Visie concentreren we ons op vijf focusgebieden. Door het toeristisch verhaal per focusgebied uit te werken, kunnen de diverse gebieden vanuit hun eigen kracht en verhalen toewerken naar betere toeristische producten.
3. **Er is behoefte aan inzicht in de gewenste doelgroepen per focusgebied.** Een nauwkeurige omschrijving welke doelgroepen het beste passen bij een focusgebied maakt het mogelijk om het aanbod optimaal toe te snijden op die doelgroepen en ze gericht te benaderen.
4. **Zaanstad wil integraal kijken naar recreatie en toerisme.** De nieuwe Visie moet aansluiten op belangrijke ontwikkelingen in de stad, zoals de intensivering in de MAAK.Gebieden, de visie op mobiliteit en hoogwaardig openbaar vervoer in de stad en de nieuwe Omgevingsvisie.

1) Zie met name het Perspectief 2030 van het NBTC en de nota Waardevol Toerisme, Onze leefomgeving verdient het van de Raad voor de leefomgeving en infrastructuur.

Toen we reeds begonnen waren met het herzien van de visie op toerisme werd de wereld geconfronteerd met de uitbraak van het coronavirus. Hierdoor is het perspectief op de sector in korte tijd sterk veranderd. Bewoners, bestuurders en ondernemers ervaren hun stad ineens zonder toerisme. Dat maakt veel zaken duidelijk: hoe rustig het is zonder toeristen. Maar ook hoe saai het is als ze er niet zijn. Hoeveel omzet de sector genereert, dat de beleving totaal verandert zonder bezoekers en hoeveel inwoners afhankelijk zijn van toerisme en recreatie.

2. Kenmerken Zaanstreek en toeristische potenties

Typend voor Zaanstad is de Zaan. Maar ook het vele erfgoed dat in de gemeente te vinden is. De Zaanstreek staat vol met authentieke Zaanse houten gebouwen: huizen, schuren, kerken (de Doopsgezinde Vermaningen) en natuurlijk molens. In de Gouden Eeuw werd de Zaan omzoomd door honderden molens. Jaarlijks komen vele toeristen naar het gebied om deze (Oud-) Hollandse iconen te bewonderen, waarbij vooral de Zaanse Schans een landelijke trekker is met een zeer hoge toeristische waarde.

Zaanstad heeft echter meer te bieden. Zaanadam is de grootste kern binnen de gemeente en heeft met het Stadshart de beschikking over een complete binnenstad. Wormerveer ligt in het noordelijke deel van de gemeente en biedt inwoners en bezoekers in de Zaanbocht een fijne omgeving om te winkelen tussen fraai industrieel erfgoed. Daarnaast heeft de gemeente met het Hembrugterrein een verborgen parel in handen, waar met de juiste ingrepen in de toekomst een toeristische locatie ontwikkeld kan worden. De dorpen Assendelft, Koog aan de Zaan, Krommenie, Westknollendam, Westzaan en Zandijk maken de gemeente compleet en zijn voor onze inwoners prachtige dorpen om te wonen dichtbij alle voorzieningen. Als tegenhanger van de stedelijke locaties heeft Zaanstad ook nog een groot buitengebied ter beschikking met bijzondere natuurwaarden.



Gemeentebld 2022 nr. 150957 **5 april 2022**

Zaanstad kenmerkt zich door een aantal sterk van elkaar te onderscheiden gebieden, met elk zijn eigen karakteristieken, kansen en opgaven. Om de Visie meer diepgang te geven, is gekozen voor vijf toeristische focusgebieden die onderling van elkaar verschillen, maar elkaar daarnaast ook kunnen versterken; het Stadshart, het Hembrugterrein, de Zaanse Schans, de Zaanbocht en het groene buitengebied.

2.2 Belangrijke trends en ontwikkelingen in de Toeristische sector

Meer binnenlandse vakanties en vakantiebestedingen

RECRON (2020) verwacht voor het komende decennium dat Nederlanders meer binnenlandse vakanties gaan boeken. Redenen hiervoor: een sterk groeiend aantal 65+'ers, een kritischer houding ten opzichte van vliegvakanties, een grotere kans op mooi weer in eigen land, en een positiever imago van Nederland als vakantiebestemming. Door de toename van het aantal binnenlandse vakanties stijgen ook de vakantiebestedingen door Nederlanders in eigen land. De Coronacrisis zal deze trend waarschijnlijk versterken omdat mensen minder geneigd zijn om verre vakanties te boeken.

Winkelgebieden veranderen van *Place to buy* naar *Place to be*

Het winkellandschap verandert snel en structureel door veranderend consumentengedrag. De functie die de fysieke winkel vervult is aan het veranderen. Dit geldt ook voor de functie van een winkelgebied. Het is niet meer de plek waar de klant naar toe moet om iets te kopen. Internet is immers een alternatief aankoopkanaal. Centra krijgen steeds meer een functie als hart van dorp of stad, met een mix van verschillende functies. Service, beleving en ondernemerschap zijn daarbij van groot belang, zo ook de rol van horeca en leisure. Winkelgebieden veranderen van *place to buy* naar *place to be*. De kwaliteitsimpuls van het Stadshart sluit mooi aan op deze trend. Ook voor de Zaanbocht liggen er kansen.

Toenemend belang van storytelling

Het toevoegen van een verhaal aan een concept of gebied maakt de ervaring voor bezoekers leuker en unieker. Beleving is ook in het toerisme essentieel. Als een verhaal over een product of plek goed wordt verteld, draagt dit sterk bij aan de beleving. Vooral de cultuurtoerist hecht hier waarde aan. Het verhaal van Zaanstad en de deelgebieden is interessant en inspirerend, maar mag nog vaker worden verteld. Vooral voor de Zaanse Schans en het Hembrugterrein is dit relevant.

Toenemende aandacht voor duurzaamheid en MVO

Duurzaamheid en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) worden steeds belangrijker in de toeristisch-recreatieve sector. MVO bestaat uit drie onderdelen, ook wel de 'triple-P' genoemd: profit, people, planet. Natuurlijk mogen ondernemers zich richten op het maken van winst, maar wel met respect voor maatschappij en milieu.

Uit onderzoek van GfK& B-Open (2018) blijkt zelfs dat consumenten in toenemende mate bereid zijn meer te betalen voor duurzaamheid. In 2018 heeft Center Parcs onderzoek gedaan naar het belang van duurzaamheid in het kiezen van de vakantiebestemming. Bijna driekwart van de Nederlandse gasten houdt rekening met duurzaamheid in het kiezen van de vakantiebestemming (10 jaar geleden was dat nog slechts 40%). Voor buitenlandse gasten (Duitsland en België 80% en Frankrijk 78%) liggen deze percentages nog hoger.

Museumbezoek stijgt

Het museumbezoek in Nederland is de afgelopen jaren sterk gestegen. Inmiddels ligt het aantal bezoeken op circa 32 miljoen per jaar. Belangrijke oorzaken van de groei zijn het hogere opleidingsniveau, het toenemend aantal Museumkaarthouders (meer dan 1,4 miljoen, goed voor bijna 10 miljoen bezoeken) en de sterke groei van het aantal buitenlandse toeristen.

Zaanstad kent tal van musea (groot en klein) die met hun collectie en presentatie het verhaal van de streek in het heden en verleden vertellen. De komende jaren gaat Zaanstad in gesprek met musea om te bespreken hoe we gezamenlijk de rol van de musea voor waardevol toerisme nader kunnen vormgeven. Zo worden onder andere met het Zaanse museum gesprekken gevoerd over de rol van het museum voor de stad en de regio en de toekomstige ambities.

Watersport verandert in waterrecreatie

Er is sprake van vergrijzing in de watersportsector, wat de vraag onder druk zet. Jongeren hechten in het algemeen minder waarde aan bezit, waardoor vaste ligplaatsen minder aantrekkelijk zijn. Daarnaast wordt bij de aanschaf van een boot steeds vaker gekozen voor kleinere modellen, waardoor meer boten kunnen worden geaccommodeerd binnen de bestaande capaciteit. Watersport verandert steeds verder in waterrecreatie. Het varen in een boot (veelal een sloep), wordt gecombineerd met een tussenstop bij horeca. We zien dat voornamelijk steden handig gebruik maken van de 'sloepencultuur'. Daarnaast biedt het mogelijkheden voor de verhuursector. Wanneer Zaanstad op deze trends in wil spelen vraagt dat om juiste faciliteiten aan de oevers, zoals pleisterplaatsen waar mensen onderweg kunnen aanleggen.

Multifunctionele landbouw

Agrarische bedrijven hebben het lastig. Er worden steeds meer regels opgelegd door de overheid en daarnaast is het vinden van een opvolger niet meer zo vanzelfsprekend als vroeger. Agrarische bedrijven oefenen steeds vaker nevenactiviteiten uit naast hun core business. De belangrijkste drijfveren voor deze nevenactiviteiten zijn het genereren van extra inkomsten, maar ook het creëren van maatschappelijk draagvlak voor de sector. Denk aan het stimuleren van gebruik van streekproducten. Ook worden regelmatig toeristisch-recreatieve activiteiten ingezet als kleinschalige logies of een (boeren) camping. Dit zou in de toekomst ook in het buitengebied van Zaanstad kunnen gaan spelen.

Impact van het coronavirus: keiharde klap, maar ook kansen

Dat de vrijetijdseconomie hard wordt geraakt door de coronacrisis staat buiten kijf, maar wat de gevolgen voor de langere termijn zijn, blijft voorlopig onduidelijk. Sinds het begin van de coronacrisis blijkt dat goed ondernemerschap belangrijker is dan ooit. Ondernemers brengen snel vernieuwingen aan in hun businessmodel. Online zichtbaarheid is voor ondernemers, maar ook overheden, van groot belang en rust en ruimte worden ingezet als lokmiddel om gasten te trekken.

Door de pandemie voelen mensen meer behoefte aan wandelen en fietsen in natuur- en (andere) buitengebieden. Recreatie in natuur en buitengebied wordt ook meer gewaardeerd. Met het toevoegen van het focusgebied 'buitengebied' speelt Zaanstad hier gericht(er) op in. De uitdaging wordt om recreatie in het buitengebied te faciliteren, maar tegelijkertijd wel beheersbaar te houden.

Ondernemers/gebieden die niet (kunnen) aanpassen aan de nieuwe omstandigheden hebben het zwaar. Doordat toeristen lange tijd weg zijn gebleven, hebben inwoners ervaren hoe het is zonder toerisme. Voor sommige inwoners en ondernemers zal dit een positieve ervaring zijn geweest, terwijl anderen de gezelligheid van toerisme en recreatie hebben gemist en/of inkomsten zijn misgelopen.

Het coronavirus biedt kansen om het toeristisch product dat Zaanstad te bieden heeft structureel aan te passen. Hier is wel samenwerking voor nodig tussen gemeente, ondernemers en instellingen, en een duidelijke koers. Deze nieuwe Toeristische visie schetst dat toekomstbeeld. Zo kan de sector komende jaren gezamenlijk aan de slag om - op een gepaste manier - het toerisme terug te krijgen in Zaanstad.

2.3 Doelgroepen

Zaanstad is een diverse gemeente en daardoor ook voor diverse doelgroepen interessant. Het is belangrijk om inzicht te hebben in de doelgroepen die zich voelen aangetrokken tot Zaanstad.

We kunnen verschillende doelgroepen onderscheiden. Allereerst kunnen we een uitsplitsing maken op basis van herkomst. We kunnen kijken welke doelgroepen interessant zijn voor de verschillende focusgebieden. En tenslotte kunnen we binnen de doelgroepen verschillende leefstijlen onderscheiden. Komende pagina's gaan dieper in op de belangrijkste doelgroepen van Zaanstad.

Doelgroepen op basis van herkomst

- *Inwoners van Zaanstad* gaan naar evenementen in de buurt en maken vooral gebruik van laagdrempelige recreatiemogelijkheden zoals fietsen, sport- en spel-activiteiten en horeca. Vanzelfsprekend zijn ook de winkelgebieden in het Stadshart en de Zaanbocht belangrijk voor inwoners. Zo zijn alle vijf deelgebieden van Zaanstad interessant voor de eigen inwoners, met uitzondering van de Zaanse Schans (wanneer het daar extreem druk is).
- *Regiobezoekers* zijn mensen uit omliggende gemeenten. Zij zoeken in Zaanstad rust in het buitengebied, maar genieten ook graag van een hapje en drankje op een inspirerende industriële plek. Het Hembrugterrein is ook voor regiobewoners (met name uit Amsterdam) een onontdekte parel met veel potentieel. Shoppen doet de noordelijke regiobewoner graag in de Zaanbocht, terwijl in het centrum ook laagdrempelige culturele faciliteiten worden bezocht (bioscoop, theater).
- *(Inter-)nationale bezoekers* zijn vaak minder bekend met Zaanstad en komen voor de (Oud-) Hollandse iconen. Het achterliggende verhaal van Zaanstad is erg interessant voor een deel van deze doelgroep (de cultuurtoerist), maar moet dan wel goed worden verteld. Een deel van de internationale bezoekers overnacht ook in de gemeente, voornamelijk omdat de verbinding met Amsterdam perfect is. Vooral de Zaanse Schans trekt veel (inter-)nationale bezoekers, de grote uitdaging is om ook met het Stadshart en het Hembrugterrein in te spelen op deze doelgroep.

Welke doelgroepen passen bij de verschillende focusgebieden?

Het *Stadshart* is voornamelijk aantrekkelijk voor lokale en regionale bewoners. Daarnaast komen er internationale bezoekers naar het gebied omdat ze overnachten in één van de hotels of een rondreis maken op een riviercruise die aanlegt in Zaandam. Inwoners komen voornamelijk naar het Stadshart voor het winkel- en horeca-aanbod. Internationale bezoekers vinden vooral het Zaanse uiterlijk van het centrum aantrekkelijk en zien het Stadshart als een goede uitvalsbasis om te overnachten, dicht bij Amsterdam. In beperkte mate komt de cultuurtoerist naar het Stadshart voor het Czaar Peterhuisje en/of Monet Atelier. Komende jaren is het belangrijk om het toeristisch-recreatief aanbod uit te breiden zodat de (regio) bewoners blijven komen en langer verblijven. Daarnaast liggen er kansen om in te

spelen op de (inter)nationale gast. Vooral de goede (trein)verbinding met Amsterdam biedt kansen voor deze doelgroep.

Het *Hembrugterrein* en het gebied daaromheen (zoals de Achtersluispolder) is nog volop in ontwikkeling, waardoor huidige doelgroepen lastig te typeren zijn. De kenmerken van het gebied maken het een aantrekkelijke plek voor *Young Professionals*. Wanneer het Hembrugterrein zich verder ontwikkelt als cultureel gebied zal het ook (internationale) cultuurliefhebbers aantrekken. Het Hembrugterrein is interessant voor mensen die houden van een ruig randje en waarde hechten aan creativiteit en ambacht.

Verreweg de meeste bezoekers van de Zaanse Schans zijn internationale bezoekers die een bezoek brengen aan Amsterdam en dit combineren met een stop bij de Zaanse Schans. De sightseeing toerist komt veelal in bussen en stopt slechts kort voor een foto. Daarnaast bezoeken cultuurtoeristen het gebied. Zij zijn vooral geïnteresseerd in het achterliggende verhaal van de Zaanse Schans, bezoeken het gebied vaak op eigen gelegenheid en reizen in een kleinere groep.

Voor beide typen bezoekers is plek. In de komende jaren wordt gestreefd naar het temperen en spreiden van sightseeingtoeristen en ligt meer focus op de cultuurtoerist die verdieping zoekt. De Zaanbocht trekt voornamelijk lokaal (Zaans) publiek inclusief inwoners uit buurgemeentes. Toch heeft het gebied alles in zich om ook kleine aantallen (inter)nationale bezoekers te verrassen. Door een betere verbinding met het water zal ook de waterrecreant zijn weg naar de Zaanbocht weten te vinden.

Het *buitengebied* van Zaanstad is zeer aantrekkelijk voor de eigen inwoners van de MRA en natuurliefhebbers. Inwoners kunnen wandelen en fietsen in het gebied, maar daarnaast kunnen ook waterliefhebbers er hun hart ophalen. Voor internationale toeristen is het varen over de Zaan of over één van de andere wateren van Zaanstad een beleving op zich. Hier liggen kansen voor de toekomst.

De Leefstijlvinder in praktijk gebracht

Bewoners van de stad en de omliggende regio vormen een belangrijke doelgroep voor veel van het aanbod in de dagrecreatie in Zaanstad. Over het algemeen geldt dat 60-70% van de '*dagrecreatieve*' bezoekers woonachtig is op minder dan een half uur reistijd.

Om meer gevoel te krijgen bij deze doelgroep gebruiken we het model van de Leefstijlvinder, gebaseerd op uitgebreid onderzoek door het bedrijf *MarketResponse*. Dit model beschrijft zeven doelgroepen die onderscheidend zijn qua gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrijetijd.² Het is belangrijk om inzicht te hebben in de leefstijlen van inwoners in Zaanstad zodat toekomstig aanbod er bij aan kan sluiten.

Als we kijken naar de leefstijlen op gemeenteniveau, dan valt op dat dit overeenkomt met het landelijke gemiddelde. Plezierzoekers, Stijlzoekers en Rustzoekers vormen samen 53% van de Zaanse bevolking. *Plezierzoekers* zijn mensen die houden van 'gezelligheid' en graag met grote groepen mensen op stap gaan: familie of vrienden. Ze houden van leuke dingen ondernemen, plezier staat op nummer één. Vrije tijd wordt door Plezierzoekers het liefst gevuld door naar een evenement of festival te gaan, te feesten of een pretpark te bezoeken. Ook de bioscoop, een escaperoom of casino past bij deze groep. Plezierzoekers speuren graag op het internet naar de leukste uitjes en/of lezen blogs.

Stijlzoekers hebben een actieve levensstijl. Ze trekken er vaak op uit en houden van sportief bezig zijn. Stijlzoekers houden van luxe en genieten van exclusieve activiteiten. De Zaanbocht is een mooi voorbeeld waar deze doelgroep graag komt.

Rustzoekers houden van regelmaat en zijn het meest op hun plek in hun vertrouwde omgeving. Vrije tijd brengen ze graag in en om huis door, maar ook fietsen door de omgeving is in trek.

Een andere voor Zaanstad interessante leefstijl is die van de Inzichtzoekers: mensen die graag willen leren en er regelmatig alleen op uit trekken. Ze bezoeken graag musea en bezienswaardige gebouwen en zijn vaak echte cultuurtoeristen.

Welke leefstijl past bij welk focusgebied?

We kunnen de benoemde leefstijlen vergelijken met het huidige aanbod in (delen van) Zaanstad. Vooral het Stadshart is aantrekkelijk voor Plezierzoekers, maar deze doelgroep kan nog beter bediend worden (bijvoorbeeld toevoegen van overdekt aanbod voor gezinnen). Rustzoekers genieten van de buitengebieden van Zaanstad en zullen nog beter bediend worden wanneer (thematische) routes worden toegevoegd. De Zaanbocht en het Hembrugterrein trekken vooral Stijlzoekers en de Inzichtzoekers. Deze doelgroep waardeert het industriële erfgoed en houdt van cultuur. De Zaanse Schans is voor eigen inwoners wellicht op dit moment minder interessant, maar dit kan veranderen wanneer het verhaal meer tot uiting wordt gebracht.

2) zie bijlage 1 voor meer informatie over de Leefstijlvinder.

3. Toeristische visie in Zaanstad 2025

3.1 Doelen en strategielijnen

Onderstaand schema toont het hoofddoel van het toerismebeleid in de komende jaren, de onderliggende doelstellingen en de strategielijnen waarlangs de doelen worden uitgewerkt.

De doelen en strategielijnen zijn in nauwe samenwerking met de sector tot stand gekomen en getoetst in een werksessie met de sector.

Hoofddoel toerismebeleid Zaanstad:

Zaanstad wil zich op gepaste wijze toeristisch-recreatief doorontwikkelen.

Doelen toerismebeleid

- De waarden en beleving van de Zaan, het erfgoed en de Zaanse landschappen verzilveren
- Positiever imago van de stad en streek onder eigen inwoners en bezoekers
- Zorgen dat toeristen langer verblijven in de stad, met een betere spreiding in plaats en tijd
- Toerisme heeft een toegevoegde waarde voor inwoners (zoals meer werkgelegenheid, betere voorzieningen)
- Kwaliteit van het huidige aanbod waarborgen en nieuw (cultureel) aanbod toevoegen
- Aantrekken (inter-)nationale cultuurtoerist
- Versterken gebruik water en watersport
- Aanhaken op regionale samenwerkingsverbanden
- Werken aan een duurzame sector

Strategielijnen

1. Door uit te gaan van eigen kracht en DNA en haar eigen bijdrage te leveren aan de toeristische mogelijkheden die de MRA te bieden heeft;
2. Door focus aan te brengen op bepaalde doelgroepen en aanbod;
3. Door te streven naar een goede balans tussen economie, leefbaarheid en duurzaamheid;
4. Door de wisselwerking met andere sectoren en beleidsvelden te versterken.

Strategielijn 1: Uitgaan van eigen kracht & DNA en daarnaast onze eigen bijdrage leveren aan de toeristische mogelijkheden die de MRA te bieden heeft

De focusgebieden van Zaanstad verschillen onderling fors. De Zaanse Schans, het Stadshart, het Hembrugterrein, de Zaanbocht en het buitengebied hebben elk hun eigen karakter, doelgroep, *look and feel* en aanbod. Toch vallen ze allen gezamenlijk onder één gemeentelijk bestuur. De neiging bestaat om de gebieden samen te brengen, te koppelen en te laten aansluiten. Het streven wordt dan dat bezoekers van de Zaanse Schans naar de Zaanbocht gaan en ook het buitengebied bezoeken. Die verbindingen zijn op een bepaald niveau realiseerbaar, maar vaak ook onnatuurlijk en onlogisch.

Toeristisch gezien moet het verbinden van de diverse focusgebieden geen doel op zich zijn, maar een natuurlijk proces. Dit bereiken we wanneer de gebieden worden doorontwikkeld vanuit hun eigen sterke kanten. Hierdoor krijgt Zaanstad als geheel een divers en kwalitatief product dat bestaat uit een aantal zeer sterke onderdelen. Waar nodig en waardevol worden verbindingen gelegd, maar de eigen ontwikkeling per gebied staat voorop. Voor een eigen doelgroep, met een eigen product en eigen identiteit. Zie hieronder Strategielijn 2.

Het DNA van een gebied wordt niet alleen gevormd door geografische, historische of economische factoren, maar ook door de talenten van de vele ondernemers en vrijwilligers(organisaties). De wijze waarop ondernemers, erfgoedpartijen en culturele instellingen zich inzetten voor de stad draagt bij aan het toeristisch-recreatief aanbod van de stad.

Als gebieden op eigen kracht worden doorontwikkeld, vergt dit ook expliciete aandacht voor de effecten op de leefbaarheid in aanpalende zones (zie Strategielijn 3), die als concentrische ringen om de hotspots in de focusgebieden liggen. Bij deze ontwikkelingen verdient het beperken of verlagen van overlast voor inwoners extra aandacht, bijvoorbeeld door slimme looproutes, heldere bewegwijzering en adequaat crowd management.

De grote toeloop van toeristen naar de wereldwijd bekende buurman Amsterdam zorgt ook voor extra bezoekers (extra bestedingen, extra werkgelegenheid) in Zaanstad. Tegelijkertijd willen wij de Zaanse

eigenheid hoog houden en voorkomen dat in Zaanstad vergelijkbare overlast ontstaat door overtoerisme. Dat vraagt om een eigen positionering. Wat kan Zaanstad betekenen voor de Amsterdam-bezoeker en hoe kunnen beide steden optimaal profiteren van de wisselwerking?

Zaanstad heeft twee kenmerken die sterk aansluiten bij Amsterdam. Allereerst het verhaal. De Zaan is de Amstel van Zaanstad. Daar hoort een sterk eigen verhaal bij, dat zijn weerslag vindt in de Zaanse Schans, het veenweidegebied en de industriële monumenten. Dit is een relevante aanvulling op de beleving van Amsterdam. Zaanstad ligt bovendien vlakbij Amsterdam en biedt tal van goed bereikbare verblijfsmogelijkheden, waarvan een aantal nog eens uiterst opvallend is vormgegeven. Dat maakt Zaanstad een uitstekende verblijflocatie voor potentiële Amsterdam-bezoekers.

Ons streven is dat Zaanstad in 2025 een gastvrije, interessante en bijzondere plek is voor bezoekers, of die nu speciaal voor Zaanstad komen, of voor Amsterdam en andere delen van de Metropoolregio. Door gemakkelijke bereikbaarheid, met goede en aantrekkelijke parkeermogelijkheden (ook voor bussen), hoogwaardige verbindingen met Schiphol en tal van voordelen die verblijf in Amsterdam niet biedt (denk aan een welkomstpakket, korting op winkels, bezoek aan de Zaanse Schans 'by night') kan de verblijfstoerist worden aangetrokken. De reis (per boot) naar Amsterdam wordt een beleving, die de beide steden verbindt.

Door de diverse deelgebieden van Zaanstad vanuit eigen kracht door te ontwikkelen en daarnaast goed samen te werken met regionale partners, kan Zaanstad zowel inwoners uit de regio als (inter)nationale bezoekers trekken. Hierbij is het belangrijk dat met een passend aanbod wordt gemikt op de juiste doelgroep. Zie Strategielijn 2.

Strategielijn 2: Focus aanbrengen in doelgroepen en aanbod

In paragraaf 2.3 staan de belangrijkste doelgroepen voor Zaanstad weergegeven. Door duidelijke keuzes te maken wat betreft gewenste doelgroep, kan het aanbod passend worden gemaakt. Dit zorgt ervoor dat de juiste doelgroep wordt aangetrokken. Belangrijk hierbij is dat de eigen inwoners en regiobewoners niet worden vergeten als doelgroep voor het aanbod in Zaanstad (zie ook Strategielijn 3).

Naast eigen inwoners en regiobezoekers, liggen er kansen voor Zaanstad om (inter-)nationale toeristen aan te trekken. Belangrijk hierbij is dat het niet de 'snelle-overlast-veroorzakende toeristen' zijn, maar de cultuurtoerist die geïnteresseerd is in het verhaal achter het erfgoed van Zaanstad.

Door focus aan te brengen in de diverse deelgebieden (Strategielijn 1 en paragraaf 3.3) en een heldere doelgroep te benoemen, kan passend aanbod worden toegevoegd. In paragraaf 3.3 wordt per deelgebied ingegaan op de gewenste ontwikkelrichting

Strategielijn 3: Streven naar een gepaste balans tussen economie, leefbaarheid en duurzaamheid

Het inkomend toerisme in Nederland heeft in de afgelopen jaren een flinke impuls gekregen, zo ook in Zaanstad. Meer toerisme betekent een stimulans voor de lokale economie, maar hierdoor ontstaat ook meer druk op de samenleving en omgeving. Neveneffecten van het toerisme zijn bijvoorbeeld een gebrek aan parkeergelegenheid in de omgeving, stijgende vastgoedprijzen en/of overlast op bepaalde locaties. Daarnaast zien we op plekken een overaanbod van voorzieningen ontstaan die niet passen in een woongebied en andere voorzieningen wegdrukken.

Sinds het uitkomen van het rapport Waardevol Toerisme, Onze leefomgeving verdient het (Raad van de leefomgeving en infrastructuur) is de kijk op toerisme veranderd. Ook in de toeristisch-recreatieve sector is het van groot belang om de economie, de samenleving en de leefomgeving met elkaar in samenhang te zien. Toerisme biedt namelijk kansen voor de regionale economie, maar heeft ook sociaal-economische en maatschappelijke effecten.

Toerisme heeft een toegevoegde waarde voor inwoners

De tijd dat toerisme is gebaat bij vooral méér is voorbij. Toerisme heeft (tot aan de Coronacrisis) op veel vlakken aan draagvlak ingeboet. De dieperliggende oorzaak hiervan is de toename van het besef bij bewoners dat bezoekers inbreuk maken op de persoonlijke leefomgeving. Hierdoor voelen bewoners zich vervreemd van hun eigen omgeving en aangetast in hun privacy. Dit gevoel is overigens fors versterkt door de media-aandacht die de afgelopen tijd is besteed aan de overlast rond toerisme in Amsterdam. Bewoners zijn zich daardoor (meer) bewust geworden van de overlast door bezoekers.

Tegelijk kent toerisme ook positieve kanten die de corona situatie alleen maar duidelijker maakt. Bezoekers zorgen ook voor levendigheid en sfeer, want zonder toeristen blijkt het ineens stil op straat. Toerisme heeft daarnaast een positief effect op het voorzieningenniveau. Veel winkels hebben bestaansrecht door de omzet van bezoekers. En tenslotte profiteert een fors aantal bewoners van de werkgelegenheid die wordt geboden door de sector, zowel direct als indirect.

Het is belangrijk dat nieuwe ontwikkelingen ook voor bewoners de moeite waard zijn om te bezoeken en daarnaast bijdragen aan de leefbaarheid van hun wijk, dorp of stad. Dit vraagt om een juiste communicatie. Laat bewoners zien wat toerisme oplevert, en wijs ze op de waardevolle kenmerken van de eigen omgeving die uit het oog zijn verloren omdat men eraan gewend is geraakt. Komende jaren is het belangrijk dat de trots van eigen inwoners op Zaanstad wordt vergroot en dat nieuw te realiseren voorzieningen ook gericht zijn op eigen inwoners. Met deze gedachten zal toerisme in gepaste balans worden doorontwikkeld.

Duurzaamheid is voor Zaanstad van groot belang

Als derde component is duurzaamheid van groot belang. Landelijk liegen de richtlijnen er niet om; duurzaamheid wordt steeds belangrijker en moet worden doorgevoerd in elke sector. De toeristisch recreatieve sector in Zaanstad moet komende jaren ook op het gebied van duurzaamheid doorontwikkelen. Voor nieuwe initiatieven is dit een vereiste, bij bestaande ondernemers wordt gekeken of de bedrijfsvoering op een slimme manier kan worden verduurzaamd.

Het toeristisch beleid van Zaanstad is kortom gericht op het verstevigen van de balans tussen economie, leefbaarheid en duurzaamheid. Toerisme moet duidelijk een toegevoegde waarde hebben voor bewoners, en daarbij duurzaam zijn.

Strategielijn 4: De wisselwerking tussen toerisme en andere sectoren versterken

Toerisme is een samengesteld product. In vitale en sterke toeristische bestemmingen vormen omgeving, accommodatie (logiesaanbod en dagrecreatief aanbod) en organisatie een eenheid. Hoe je als recreant of toerist je bezoek ervaart, is immers afhankelijk van verschillende factoren rond de *customer journey*: het begint al bij het zoeken van informatie over de bestemming, dan komt de reis, de ontvangst bij je verblijfsaccommodatie en tenslotte tot dingen die je ziet, doet en proeft op de bestemming zelf.

Hoe de bezoeker het aanbod van een stad of regio ervaart hangt af van een reeks factoren die niet direct (of niet alleen) gerelateerd zijn aan de toeristische sector. Denk aan cultuur, evenementen, natuur, detailhandel, horeca en bereikbaarheid. Hoe completer en meer verrassend het aanbod is, hoe beter de totaalbeleving van de bezoekers. Komende jaren is het belangrijk om hier aan te werken met Zaanse ondernemers, instellingen en andere overheden. Een compleet cultuur-, evenementenaanbod, goede bereikbaarheid etc. versterkt het toeristisch product van Zaanstad, en bovendien ook het voorzieningenniveau voor eigen inwoners.

Daarnaast heeft ook het gemeentelijk beleid zijn weerslag op het aanbod, denk aan thema's als handhaving, ruimtelijke ordening, lokale lasten. Zij zijn vooral instrumenteel en voorwaarden scheppend. Elk beleidsveld heeft zijn weerslag op het toerisme. Iedereen die in aanraking komt met bezoekers kan een grote waarde hebben voor de beleving van de gast. Het verder ontwikkelen van de toeristische sector vraagt dus ook om ambtelijke en bestuurlijke afstemming, maar biedt tegelijkertijd kansen voor (nieuwe) samenwerkingsverbanden tussen ondernemers.

In hoofdstuk 4 werken we enkele relevante raakvlakken met andere beleidsvelden nader uit.

3.2 Visie per focusgebied

Zaanstad wil zich op een gepaste manier toeristisch-recreatief doorontwikkelen. De sector is klaar om met elkaar aan de slag te gaan, maar wat betekent dit voor de verschillende focusgebieden? Door de verschillende focusgebieden ieder op zijn eigen manier te ontwikkelen, ontstaat een krachtig geheel. In deze paragraaf beschrijven we de kenmerken van elk focusgebied, de gewenste ontwikkelrichting en de bijbehorende ambities.

Stadshart

Het centrum van Zaandam heeft met de realisatie van het Inverdan project een impuls gekregen die het gebied decennia lang vooruit helpt. Het Stadshart heeft een moderne, eigentijdse uitstraling met geraffineerd oog voor de Zaanse architectuur. Het Inntel hotel is samen met het stadhuis een icoon van de stad geworden. Door de gracht terug te brengen is een waardevolle en kenmerkende omgeving gecreëerd. Het stadshart is nog volop in ontwikkeling. De transformatie van het oostelijk deel van het centrum, aan de andere kant van de Zaan, maakt het centrum groter en het hele gebied nog aantrekkelijker voor bewoners en toeristen.

Het Stadshart trekt voornamelijk lokale en regionale bezoekers ³. Het winkelaanbod is op orde, maar bestaat voornamelijk uit grote (landelijke) ketens. Op cultureel gebied beschikt het Stadshart over een schouwburg en bioscoop. Ook het Monet Atelier ligt in het centrum. De beroemde Franse impressionist Monet schilderde hier een aantal belangrijke werken (zoals Het Blauwe Huis, dat nog in de stad te vinden is). Ook het Czaar Peterhuisje geeft met verwijzingen naar scheepsbouw en houtbouw invulling aan de rijke historie van Zaanstad. Op leisure-vlak is het aanbod voor kinderen en jongeren minimaal.

Daarnaast beschikt het Stadshart over diverse hotels, voldoende horecavoorzieningen en is het goed bereikbaar met alle modaliteiten (trein, auto, fiets, lopend en via het water).

Ambitie

- Regiofunctie centrum behouden en versterken;
- Cultuurhistorische waarden verzilveren en cultureel toeristisch recreatief aanbod toevoegen;
- Aantrekkelijke plek voor eigen inwoners en regio-bewoners.

Visie Stadshart 2025

In 2025 heeft het Stadshart zich ontwikkeld tot een aantrekkelijke verblijfplaats en is het niet enkel meer een plek waar mensen dingen kopen, maar vooral ook een plek waar mensen graag zijn en elkaar ontmoeten. De oostkant van het centrum is volop in ontwikkeling en zorgt ervoor dat het oude stadshart van Zaanstad aansluit bij het centrum. Door diverse ontwikkelingen langs het water is ook de verbinding met en beleving van de Zaan verbeterd. Het Stadshart is een fijne en veilige plek, waar (regionale) bewoners graag verblijven. Naast een aantrekkelijke openbare ruimte, is er altijd wat te beleven in het Stadshart en is het dé plek waar je elkaar tegenkomt. In het Stadshart word je bovendien altijd weer verrast door diverse voorzieningen van hoge kwaliteit, gastvrije ondernemers, originele evenementen en bijzondere verhalen.

Om de regionale functie te versterken is ruim aandacht besteed aan veiligheid, sfeer, activiteiten (zoals muziek en straattheater), gemak en bereikbaarheid. Het leisure aanbod is daarnaast uitgebreid met een culturele toeristisch/recreatieve trekker in het centrum en met aanbod voor jongeren en kinderen. Belangrijk is dat het aanbod (deels) jaarrond kan worden beleefd en ook voor eigen inwoners aantrekkelijk is.

Naast detailhandel en leisure (inclusief cultureel toeristisch recreatief aanbod) biedt het Stadshart in 2025 een passend en divers horeca-aanbod. Bezoekers kunnen van 's ochtends tot 's avonds in het Stadshart terecht voor een hapje, drankje en vertier. Het versterken van het leisure-aanbod en het kwalitatief versterken van het horeca-aanbod heeft positief bijgedragen aan de aantrekkelijkheid van het centrum. Doordat het rijke verhaal van Zaanstad ook in het centrum tot zijn recht komt, weet ook de cultuurtoerist steeds vaker het centrum te vinden. Een goede ontsluiting en logische structuur (rondje door het centrum) dragen bij aan de bereikbaarheid en herkenbaarheid van het gebied.

Doelgroep

Primair: Inwoners en regiobewoners (recreatief winkelen, horeca, leisure, cultuur).

Secundair: (Inter-)nationale toerist (gebruik logies aanbod).

Zaanse Schans

Toeristisch gezien is de Zaanse Schans een ongekend succes. Dit icoon van de stad bevindt zich op de vierde plaats van de meest bezochte attracties in Nederland met circa 2,5 miljoen jaarlijkse bezoekers (peildatum 2019). De Zaanse Schans geeft bezoekers een kijkje terug in de tijd, in hoe een Zaanse woon- en werkbuur er in de negentiende eeuw uitzag met houten huizen, molens, erven en paden, sloten en landerijen. Dit verhaal is door zijn authenticiteit en uniciteit bijzonder aantrekkelijk voor de hoofdzakelijk internationale bezoekers. De musea op de Zaanse Schans spelen hierin een belangrijke rol.

De Zaanse Schans kent een mix aan functies. Naast toerisme wordt er gewoond en gewerkt, al is de toeristische functie op alle vlakken overheersend. In de wijken rondom de Zaanse Schans wordt primair gewoond. Het station Zaanse Schans biedt een toegangspoort voor toeristen en eigen inwoners. Vanaf het station is een looproute ontstaan naar de Zaanse Schans. Vanaf de Zaanse Schans kan de bezoeker per boot of veerpont naar het historische gebied aan de Lagedijk. Deze verbinding heeft ertoe geleid dat er een wandelroute door de woonwijk is ontstaan.

3) 70% van de Nederlandse bezoekers komt uit de provincie Noord-Holland (Boma,2016)

De populariteit van de Zaanse Schans kent ook een keerzijde, omdat het gebied niet is ontworpen voor de huidige bezoekersaantallen. Hierdoor dreigt het gebied en haar omgeving onleefbaar te worden voor bewoners, kan het erfgoed beschadigen en is de verkeersveiligheid in het geding door toename van het verkeer. Ook in de directe omgeving staat de leefbaarheid onder druk, bijvoorbeeld door parkeeroverlast. Om te voorkomen dat de Zaanse Schans ten onder gaat aan zijn eigen succes, hebben Stichting de Zaanse Schans en de gemeente een Ontwikkelstrategie opgesteld. Deze strategie is gericht op het waarborgen van de veiligheid, duurzaamheid, leefbaarheid en authenticiteit van de Zaanse Schans. Streven is gericht op het stabiliseren van het aantal bezoekers en het beperken van overlast door meer regie te voeren op het bezoek. Dit in combinatie met samenwerking gericht op spreiding en verlenging van de bezoekduur en een kwaliteitsimpuls door verbetering van het cultuur- en erfgoed-aanbod.

Er zijn vier hoofduitgangspunten voor de toekomst geformuleerd:

1. Er is balans op de Zaanse Schans tussen wonen, werken en bezoeken;
2. De Zaanse Schans is een veilige buurt in Zaanstad.
3. De Zaanse Schans is een kwalitatief aantrekkelijk en goed verzorgd gebied;
4. De Zaanse Schans is authentiek.

Onderdeel van de ontwikkelstrategie is om, in lijn met het nieuwe Zaans Mobiliteitsplan, in te zetten op een verschuiving naar duurzaam vervoer: van autoverkeer en touringcars naar elektrische bussen, trein, vervoer over water, fietsen en wandelen. Op lange termijn kan een nieuwe hoogwaardige OV-verbinding aan de oostkant van Zaanstad de bereikbaarheid van de Zaanse Schans sterk verbeteren.

Visie Zaanse Schans 2025

In 2025 ziet de Zaanse Schans er nog net zo mooi uit als nu. Er wonen trotse Zaankanters, met hart voor 'De Schans' en naast de snelle wereldreizigers worden ook de cultuurminnende bezoekers gastvrij verleid om te genieten van het bijzondere, Zaanse verhaal.

Vanuit de gezamenlijke liefde en passie voor De Schans bij de bewoners, ondernemers en aanbieders, hebben de partijen in het gebied zich nog sterker verenigd om het verhaal van de Zaanse Schans te vertellen. Door structureel met elkaar het gesprek aan te gaan wordt langzaamaan een gepaste balans gevonden tussen wonen, werken en bezoeken. Dit heeft tijd nodig gehad, maar gaat stap voor stap beter. Ontwikkelingen in het gebied zijn vooral gericht op het in betere banen leiden van bezoekers zodat druk op de Schans en in de omliggende woonwijken vermindert.

In nauwe samenwerking tussen gemeente, Stichting Zaanse Schans en vele andere stakeholders zijn verschillende onderdelen van de Ontwikkelstrategie opgepakt. Verduidelijking van rollen en verantwoordelijkheden heeft gezorgd voor een nieuwe dialoog tussen partijen op de Schans. Er is een nieuwe dynamiek ontstaan, waarin actief wordt gewerkt aan het behoud en de authentieke ontwikkeling van het gebied.

Doelgroep

Primair: Cultuurtoerist (geïnteresseerd in het achterliggende verhaal van de Zaanse Schans, bezoek musea, rondleiding door *locals*)

Secundair: Sightseeing toerist (maakt een korte stop, koopt Holland souvenirs)

Zaanbocht

De Zaanbocht ligt in Wormerveer, tot 1974 een zelfstandige gemeente. De plaatsnaam is een verwijzing naar een vroegere veer over de Zaan naar het dorp Wormer. De ene oever valt onder Gemeente Zaanstad, de andere onder Gemeente Wormerland. De Zaanbocht is – zoals de naam al doet vermoeden – een scherpe bocht in de Zaan, met een aantal onderscheidende kenmerken.

Typerend voor het gebied is het lokale ondernemerschap met vooral een regionale en lokale winkel-functie, gesitueerd in een bijzondere industriële omgeving. Het aanbod is van hoge kwaliteit en divers. Hippe boetieks worden afgewisseld met ondernemingen die al jarenlang het gezicht zijn van de Zaanbocht.

De Zaanbocht is een waardevol gebied voor toeristen, maar geen autonome trekker. Dat is juist de kracht; het is een verborgen stukje Zaanstad dat elke bezoeker verrast. De ligging aan de Zaan en de unieke industriële wand aan de overkant in Wormerland bieden toeristisch potentieel. Daarnaast is de Zaanbocht met de fiets, auto en trein goed bereikbaar en is er een halteplaats van de Zaanferry aanwezig.

Ambitie:

- Zaanboulevard in samenwerking met gemeente Wormerland versterken tot aangenaam verblijfsgebied voor bewoners en bezoekers, met een lommerrijke ruimtelijke inrichting.
- Behoud winkelstructuur en nieuw ondernemerschap stimuleren;
- Vergroten van de beleving aan het water;
- Verblijfsduur van het gebied verlengen, bijvoorbeeld door verblijfsfuncties toe te voegen.

Visie Zaanbocht 2025

Afgelopen jaren is er hard gewerkt aan de Zaanbocht. Hierdoor is het toeristisch potentieel ook écht verzilverd. De Zaanbocht is een fijne en verrassende plek om te overnachten. Bezoekers slapen er in een boetiekhotel of in één van de luxe B&B's. Toeristen blijven vaak langer dan één dag, er is immers zo veel te beleven in Zaanstad en in de regio. En je hoeft niet weg. 's Ochtends maak je een heerlijke wandeling langs de Zaan, 's middags huur je een bootje om er te varen. Hierdoor krijg je het ultieme vakantiegevoel. Ondernemers aan de Zaanbocht hechten, net als de gemeente, veel waarde aan duurzaamheid en dat zie je op meerdere plekken terug.

Na een wandeling in de zon is het tijd voor een heerlijke lunch bij één van de horecagelegenheden. Hierna ga je winkelen bij de vele mooie winkels die te vinden zijn in de Zaanbocht. Soms bezoek je de Zaanse kant van de Zaan, soms de kant van Wormerveer, waar het industriële erfgoed een indrukwekkende beleving is geworden. De verbinding met de Veerdijk is gemaakt met het Veer naar Wormer. Nu loop je op zondagmiddag een ontspannen rondje langs de Zaan en ervaar je de rijke historie van het gebied.

Door pleisterplaatsen te ontwikkelen in de Zaanbocht is de verbinding met het water gemaakt en zijn er voldoende faciliteiten voor bezoekers. Ook de verbinding van en naar het station heeft een upgrade gekregen waardoor bezoekers eenvoudig met de trein naar de Zaanbocht kunnen. De Zaanbocht is in goede samenwerking en afstemming met buurgemeente Wormerland ontwikkeld.

Doelgroep

Primair: Inwoners en regiobewoners (recreatief winkelen, horeca, waterliefhebbers)

Secundair: gasten uit de rest van Nederland (meedaags verblijf met Zaanbocht als uitvalsbasis)

Hembrugterrein

Het verhaal van het Hembrugterrein is uniek en bijzonder inspirerend. Jarenlang was het een streng beveiligd gebied, waar militaire munitie werd geproduceerd. Nadat in 2003 definitief de productie is stilgelegd nam de natuur het gebied over en raakten gebouwen in verval. Tot in 2011 de eerste stappen werden gezet in de herontwikkeling van het gebied.

Typerend voor het Hembrugterrein is het uitzonderlijk goed geconserveerde industrieel erfgoed, de bosrijke omgeving en de ligging aan het water. Doordat het terrein decennia lang afgesloten is geweest, beschikt het over een sterk geconserveerde, geheime rijkdom die het gebied een eigen sfeer oplevert. In totaal zijn er circa 120 gebouwen gevestigd, waarvan 49 monumentaal. De historische en monumentale waarde van het gebied is groot. Gezamenlijk laten de gebouwen een groot deel van de industriële geschiedenis zien. Het Hembrugmuseum neemt bezoekers mee in de rijke historie van het gebied.

Toeristisch gezien ligt de focus de komende tijd op het Hembrugterrein. Met het Hem, het huis voor eigentijdse cultuur, heeft het Hembrugterrein een bijzondere culturele trekker in handen met nationale als internationale potenties. Op termijn gaan er ook mogelijkheden ontstaan in het omliggende gebied. Bijvoorbeeld op het bedrijventerrein de Achtersluispolder, aan de andere kant van de Zaan. Dit gaat de komende decennia transformeren tot een hoogstedelijk woon/werkgebied, waarbij het industrieel erfgoed (Pakhuis De Vrede) en het maritieme karakter (onder andere jachtbouw) behouden blijft.

Ambitie:

- Toeristisch potentieel verzilveren door herontwikkeling. Hierbij is oog voor de beleving van het erfgoed, maar ook voor duurzaamheid.
- Bereikbaarheid vergroten, zowel over de weg als via het water.
- Naamsbekendheid vergroten door (tijdelijke) invulling en op termijn trekkers toe te voegen.
- (Culturele) voorzieningen toevoegen die passen bij het karakter van het gebied.
- Verbinding maken met Amsterdam, zowel fysiek als sociaal en zowel over water als over land.

Visie Hembrugterrein 2025

Waar het Hembrugterrein in 2020 nog een onontdekte parel was binnen de gemeente Zaanstad, is dat in 2025 zeker niet meer het geval. De grote mogelijkheden en ambities van het Hembrugterrein zijn al voor een belangrijk deel verwezenlijkt. Het gebied heeft zich ontwikkeld tot een bruisende en ruige

omgeving met hoogstaand aanbod. Industrieel erfgoed, kunst en cultuur, galeries, ambacht en innovatie zijn waarden die met ambitie en oog voor kwaliteit zijn ontwikkeld tot een gebied dat zich op Europees niveau onderscheidt. Een ideaal gebied voor de cultuurtoerist (of die nu uit Zaanstad komt, uit de regio of uit het buitenland) die graag verblijft in een inspirerende, industriële en ruige omgeving. Toeristen die meerdere dagen verblijven in het gebied combineren hun bezoek met de andere deelgebieden van Zaanstad en natuurlijk met Amsterdam. Door goede vaarverbindingen tussen Amsterdam en het Hembrugterrein, die de oversteek tot een belevenis maken voor de bezoekers, heeft de regio er een nieuwe toeristische trekker bij gekregen.

Doelgroep

Primair: Inwoners Zaanstad en Amsterdam (horeca en speciaalzaken)

Daarnaast ook (inter-)nationale cultuurtoeristen

Buitengebied

Zaanstad kent een groot buitengebied met groen, water en waardevolle natuur (de veenweidegebieden). Het landelijke gebied is door de kenmerkende landschapstypen en natuurwaarden een waardevol kenmerk van de gemeente. Groen en water zijn immers aantrekkelijk om in te wonen, te werken en te recreëren (Groen- en Waterplan van Zaanstad, 2018).

De beleving van het buitengebied van Zaanstad wordt vooral gevormd door de historische landschappen met polders, molens en oude stolpboerderijen. Voor natuurliefhebbers zijn de veenweiden daarnaast erg interessant.

In het buitengebied lopen diverse vaarroutes voor sloepen en/of kano's. Weinig mensen weten daarvan, waardoor de routes slechts beperkt worden gebruikt. Het gebrek aan goede faciliteiten (aanlegplaatsen etc.) speelt hierin zeker ook een rol. Er zijn diverse wandel- en fietsroutes aanwezig. Via het Wandelnetwerk Noord- Holland, Zaans.nl en door de verschillende natuur- en recreatieorganisaties worden deze wandel en fietsroutes aangeboden. Fietsroutes als het MRA fietsnetwerk en de Lange afstand fietsroute LF7 door de gemeente. Daarnaast zijn er diverse lokale fietsroutes en fietsroutes die aansluiten bij het knooppuntennetwerk ANWB. In het Groen en Waterplan valt te lezen dat er ambities liggen om het fietsnetwerk uit te breiden.

Het buitengebied is nog beperkt toegankelijk, onder andere omdat een kwart (26%) van het grondoppervlak een Natura 2000- status heeft. Inwoners van Zaanstad trekken daarom geregeld naar omliggende natuurgebieden (zoals het Twiske) en het duingebied langs de kust.

Door het beter benutten en inzetten van het buitengebied (en binnenstedelijke natuurgebieden) vergroten wij het toeristisch recreatief aanbod van Zaanstad.

Ambitie:

- Toegankelijk maken van de buitengebieden door fiets- en wandelroutes toe te voegen;
- Aantrekkelijk maken van de buitengebieden (en binnenstedelijke natuurgebieden) door het aanbrenge van basisfaciliteiten in het buitengebied (bankjes, prullenbakken, elektrische oplaadpunten, toiletvoorzieningen etc.);
- Waternetwerk beter benutten en onder de aandacht brengen bij inwoners;
- Educatieve elementen in het landschap toevoegen en inzet van marketing en promotie.

Visie Buitengebied 2025

Het voor Zaanstad belangrijke buitengebied biedt een mooie tegenhanger van het verstedelijkte deel en het industriële karakter van gemeente en regio. In 2025 kunnen inwoners en bezoekers op een duurzame manier van het buitengebied genieten. Hierbij is nadrukkelijk rekening gehouden met de kwetsbaarheid van de Natura 2000-gebieden. Door slim te kijken naar wat wél kan binnen de grenzen van het huidige regime is het gebied deels toegankelijk gemaakt. In bepaalde (broed)seizoenen wordt het kwetsbaarste deel van het gebied afgesloten.

Zaanstad heeft de kans gepakt om natuurontwikkeling te combineren met recreatief gebruik. Hierdoor is de natuureducatieve waarde versterkt en is de passie van de Zaanse bevolking voor de gebieden vergroot. Inwoners voelen zich verbonden met het gebied, waardoor gezamenlijk onderhoudswerkzaamheden en activiteiten worden uitgevoerd. Hiervoor werkt zij samen met de recreatieschappen Alkmaardermeer- en Uitgeestermeer en Twiske Waterland, waardoor de recreatieve waarde van de natuurgebieden versterkt en beter met elkaar verbonden is.

De buitengebieden die geen Natura 2000-status hebben worden intensiever recreatief benut.

De gemeente beschikt onder andere over recreatiegebied Alkmaardermeer en Stelling van Amsterdam/Oerijgebied. De bereikbaarheid van deze gebieden is de afgelopen jaren verbeterd. Zo zijn er thematische fietsroutes aangelegd, waarbij fietsers onderweg informatie krijgen over het gebied. Vanzelfsprekend zijn er voldoende bankjes, picknickplekken en prullenbakken aanwezig. Agrarische bedrijven op de route bieden streekproducten aan, waar mogelijk gecombineerd met een rustplek inclusief oplaadpunten voor elektrische fietsen.

Naast het groen heeft de gemeente ook een groot waternetwerk tot haar beschikking. Dit trekt jaarlijks meer bezoekers, doordat er meer faciliteiten zijn aangelegd die goed worden onderhouden en de mogelijkheden meer onder de aandacht zijn gebracht bij (regio)bewoners. Ook ondernemers zijn betrokken bij de verdere ontwikkeling. Duurzame initiatieven worden gestimuleerd.

Doelgroep

Primair: Inwoners en regiobewoners (wandelen en fietsen).

Secundair: waterrecreanten (varen, kanoën, suppen, etc.).

4. De wisselwerking tussen Toerisme en andere sectoren

4.1 Bijdrage van Toerisme aan de strategische opgaven van de Omgevingsvisie

De nieuwe Omgevingsvisie van Zaanstad identificeert zes strategische opgaven voor de stad in de komende jaren. Bij drie van de zes opgaven zien we een krachtige wisselwerking met het toeristische beleid van Zaanstad.

Verstedelijking

De snelle verdichting en verstedelijking van Zaanstad vergroot het draagvlak voor culturele en recreatieve voorzieningen en maakt de stad nog beter bereikbaar voor toeristen en recreanten.

Zaanstad wil een bijdrage leveren aan het oplossen van het zeer grote tekort aan woningen in de Metropoolregio. Tot 2040 wil de stad 20.000 woningen toevoegen binnen het stedelijk gebied. Daarmee groeit Zaanstad van ongeveer 157.000 inwoners nu naar meer dan 200.000 inwoners in 2040.

Maar deze groei (meer inwoners, meer bedrijvigheid) is geen doel op zich. Zaanstad streeft met haar verstedelijkingsbeleid expliciet naar een verbetering van de kwaliteit van de stad. Er ligt een grote opgave om ondanks de verdichting of misschien juist gebruik makend van de groei en verdichting de leefkwaliteit voor de inwoners van Zaanstad te vergroten. Het gaat dan bijvoorbeeld om leefbaarheid in de directe woonomgeving en om betere of beter bereikbare recreatieve voorzieningen en een grotere diversiteit aan horeca.

Recreatie en toerisme hebben een belangrijke sociaal maatschappelijke waarde. De groei van het aantal inwoners versterkt het draagvlak voor voorzieningen in de stad, voor winkels, horeca, zorg, maar ook voor culturele en recreatieve voorzieningen die aansluiten bij de behoeften van inwoners. Een goed passend aanbod van voorzieningen is direct van waarde en van invloed bij de keuze van een woonbestemming.

De verstedelijking gaat bovendien leiden tot een betere bereikbaarheid van delen van de stad.

De verdichting die Zaanstad nastreeft kan alleen worden gerealiseerd als er betere en snellere verbindingen tot stand worden gebracht tussen delen van Zaanstad, met de omliggende regio en met Amsterdam. Het nieuwe Zaans Mobiliteitsplan gaat dan ook uit van een nieuwe verbinding met hoogwaardig openbaar vervoer (tram of metro) ten oosten van de Zaan, die Amsterdam direct verbindt met het oostelijk deel van het centrum en de Zaanse Schans. Dit biedt nieuwe kansen voor toeristische voorzieningen in delen van het stedelijk gebied waar die nu nog weinig ontwikkeld zijn. Daarnaast wordt vanuit het Zaans mobiliteitsplan ook ingezet op betere fietsverbindingen inclusief fietsparkeren. De Vervoersregio Amsterdam is hier een belangrijke partner, aangezien zij investeert in doorgaande fietsroutes.

Economie

Verbeteren van het toeristisch product van Zaanstad is een speerpunt in het versterken van de Zaanse economie

Zaanstad streeft naar een gezonde Zaanse economie die voldoende werkgelegenheid biedt. De stad kent vooral veel traditionele industrie. Er liggen kansen voor andere typen bedrijven, bijvoorbeeld in het toerisme en de kennisindustrie. Meer variatie maakt de economie sterker en toekomstbestendiger, wat een diversiteit van banen schept voor de groeiende Zaanse beroepsbevolking.

In de Omgevingsvisie van Zaanstad zijn drie strategische opgaven geformuleerd om de economie krachtiger en vitaler te maken. Versterken van het toeristisch product is één van die drie speerpunten: meer toeristisch en recreatief aanbod, dit aanbod beter verbinden en zichtbaar maken en zo stimuleren dat bezoekers langer in Zaanstad verblijven en gebruik maken van voorzieningen die de stad biedt. Een bijkomend voordeel is dat een aantrekkelijke en diverse logies- en horecasector bijdraagt aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat, bijvoorbeeld voor internationale bedrijven.

De coronacrisis laat zien dat de toeristische sector ook kwetsbaar is. Vooral de ondernemers en werknemers in de hotelbranche en horecasector ervaren dat aan den lijve. Maar de verwachting is dat na corona het toerisme weer zal opbloeien. Zeker met een icoon als de Zaanse Schans blijft Zaanstad wereldwijd in beeld.

Duurzaamheid

Steeds meer toeristen letten op duurzaamheid in accommodaties en attracties en zijn genegen om duurzame vormen van mobiliteit te gebruiken.

Zaanstad wil Klimaatneutraal zijn in 2030-2040. Dit betekent inzetten op duurzame brandstof in alle sectoren, waaronder mobiliteit, een vergroening van de openbare ruimte en slimmer inzetten van mobiliteit. En zorgen voor een stad die bestand is tegen extreme uitpattingen van het klimaat, zoals hitte en regenval. Ook in de productie liggen kansen wanneer we afval gaan gebruiken als grondstof en de economie steeds meer circulair weten te maken.

De toeristische sector kan op een aantal fronten bijdragen aan de transitie naar Klimaatneutraliteit. Bijvoorbeeld waar het gaat om mobiliteit: verplaatsen van toeristenstromen naar het HOV (tram, metro) vergroot het draagvlak voor dit openbaar vervoer, vooral wanneer het lukt om die stromen buiten de spits te houden. Vervoer over water is attractief voor toeristen en recreanten. En met gerichte maatregelen kunnen toeristen worden gestimuleerd om Zaanstad fietsend of wandelend te verkennen. Daarbij heeft het bevorderen en stimuleren van Zero Emissie Vervoer voor en door toeristen ook de aandacht.

Ook op andere fronten kunnen de keuzes van toeristen helpen bij de verduurzaming van de stad. Internationaal is de trend dat toeristen steeds scherper letten op thema's als duurzaamheid, bijvoorbeeld van accommodaties verwachten dat die minstens even duurzaam zijn als hun eigen woning. Dit biedt dus een stimulans voor toeristische ondernemers om hun product verder te verduurzamen, wat zelfs een voorbeeldwerking kan hebben voor de omgeving.

5. Acties per focusgebied

De visie per focusgebied die we ontvouwen in hoofdstuk 3 en de dwarsverbanden met de strategische opgaven van de Omgevingswet in hoofdstuk 4 resulteren in de volgende globale Actieprogramma's per focusgebied.

Per focusgebied worden de ambities (hoofdstuk 3) genoemd. Vervolgens wordt per ambitie aangegeven hoe Zaanstad dit wil bereiken, binnen welke tijdspanne (korte termijn, midden termijn, lange termijn of doorlopend) en welke partijen betrokken zijn bij de actie. Naast de acties per focusgebied noemen we ook enkele algemene acties die randvoorwaardelijk zijn of de focusgebieden overstijgen.

Om tot uitvoering van het actieprogramma te komen zal de gemeente verschillende rollen innemen. De ene keer is de gemeente opdrachtgever, stelt zij de kaders vast, of fungeert zij als (ruimtelijk) ontwikkelaar. De andere keer is de gemeente een van de partners in het netwerk die ontwikkelingen ondersteunt en faciliteert, of aanjaagt en stimuleert.

De uitvoering van dit programma is afhankelijk van de capaciteit en middelen die de komende jaren beschikbaar worden gesteld door de raad. Binnen de bestaande capaciteit en door het benutten van koppelkansen met andere beleidsvelden kunnen veel acties uit het Actieprogramma gerealiseerd worden. Echter zal er jaarlijks opnieuw geprioriteerd moeten worden.

Samenwerkingsverbanden met stakeholders in de stad, maar ook samenwerking met andere beleidsvelden zoals cultuur, erfgoed, sport, economie, landschap en natuur en gebiedsontwikkeling zijn nodig om de komende jaren de ambities in deze Visie te realiseren.

Focusgebied - Stadshart

<u>Wat willen we bereiken?</u>	<u>Wat gaan we daarvoor doen?</u>	<u>Termijn</u>	<u>Betrokkenen</u>
Regiofunctie centrum behouden en versterken	Optimaal gebruik maken van de gebiedsontwikkelingen in het centrum met focus op een plezierig verblijfsklimaat en recreatieve functies die passen bij (nog te ontwikkelen delen in) het gebied. Dit vraagt om ambtelijke afstemming en duidelijke keuzes.	Doorlopend	Gemeente
	Behoud van gevarieerd winkelaanbod door het bieden van aantrekkelijke kaders. Een actuele centrumvisie of detailhandelsbeleid is hiervoor vereist. Klusteren van aanbod en waar nodig transformeren.	Midden	Gemeente
	Ruimtelijk en visueel versterken van de verbinding tussen het horecaplein en de winkelstraat.	Midden	Gemeente
	Verbinding met het water versterken door duidelijke looproutes van/naar het centrum.	Kort	Gemeente
	Flexibel omgaan met leisure initiatieven, waarbij de inpassbaarheid in de omgeving en (ruimtelijke) kwaliteit belangrijke criteria zijn.	Doorlopen	Gemeente
Cultuurhistorische waarden verzilveren en cultureel aanbod toevoegen.	Betere ontsluiting en een kwaliteitsimpuls voor het Monet Atelier.	Kort-Midden	Gemeente en Stichting Monet
	Toevoegen van thematische wandelroutes langs cultuurhistorische plekken in het centrum. Hierbij staan de verhalen van Zaanadam centraal.	Kort	Gemeente
	Het DNA van Zaanstad nog beter tot zijn recht laten komen in Zaanadam, door het culturele aanbod voor het hele gezin te versterken.	Midden-Lang	Gemeente en ondernemers
	Waarborgen huidig aanbod door inventarisatie behoefte kleinschalige ondernemers/culturele instellingen aan professionele ondersteuning (marketing & promotie, bedrijfsvoering).	Kort	Gemeente

Aantrekkelijke plek voor eigen inwoners en regiobewoners	Actieve promotie van het Stadshart gericht op eigen inwoners en regiobewoners.	Doorlopend	Marketing Zaanstreek
	Ophalen verhaallijnen bij inwoners en ondernemers en actief communiceren via online media.	Doorlopend	Marketing Zaanstreek
	Jaarrond evenementenprogramma opstellen in samenwerking met centrummanagement.	Doorlopend	Gemeente en ondernemers
	Afvalbeheer en basisfaciliteiten openbare ruimte op orde (prullenbakken, bankjes etc.)	Kort	Gemeente

Focusgebied – Zaanse Schans

<u>Wat willen we bereiken?</u>	<u>Wat gaan we daarvoor doen?</u>	<u>Termijn</u>	<u>Betrokkenen</u>
Een actueel ontwikkelperspectief	Opstellen oplegnotitie Ontwikkelstrategie waarbij rekening wordt gehouden met een veranderd perspectief door het coronavirus.	Reeds gerealiseerd in programmaplan Zaanse Schans 2021/2022	Gemeente
Grip op nieuwe initiatieven	Opstellen heldere kaders voor nieuwe initiatieven op en rondom de Zaanse Schans. Belangrijk hierbij is dat de voorzieningen in woonwijken vooral gericht moeten zijn op eigen inwoners	Doorlopend	Gemeente en stakeholders Zaanse Schans
Aantrekkelijke (leef)omgeving voor inwoners en bezoekers	Versterken looproute station en Zaanse Schans. Naast heldere bewegwijzering is het belangrijk om de looproute onderdeel te laten worden van de Zaanse Schans ervaring.	Midden	Gemeente
	Mogelijkheden verkennen van het aanbrengen van Landschapskunst in het gebied rond de Zaanse Schans en het optimaliseren van de informatieborden.	Kort- Midden	Gemeente
	Afvalbeheer en basisfaciliteiten ruimte op orde	Kort	Gemeente

	(prullenbakken, bankjes, etc.)		
--	--------------------------------	--	--

Focusgebied - Zaanbocht

Wat willen we bereiken?	Wat gaan we daarvoor doen?	Termijn	Betrokkenen
Zaanboulevard in samenwerking met gemeente Wormerland versterken tot aangenaam verblijfsgebied voor inwoners en bezoekers	Opzetten overleg en samenwerkingsstructuur tussen de gemeente Zaanstad en Wormerland.	Kort	Gemeente
	Oprichten werkgroep Zaanbocht met daarin vertegenwoordigers uit Zaanstad en Wormerland. Bestaande uit ambtenaren en ondernemers.	Kort	Gemeentes en ondernemers
	Opzetten van een gestructureerde samenwerkingsvorm tussen ondernemers in de Zaanbocht (Bedrijven investeringszone, ondernemersvereniging, etc.).	Kort	Gemeentes en ondernemers
	In samenwerking met gemeente Wormerland (waar van toepassing) zorgen voor voldoende faciliteiten in de openbare ruimte zoals bankjes, prullenbakken, elektrische laadpalen, sfeer(verlichting). Onderhoud en afvalbeheer op orde.	Kort	Gemeente
	Onderzoeken mogelijkheden voor terugbrengen veer over de Zaan.	Midden	Gemeentes
Behoud winkelstructuur en nieuw ondernemerschap stimuleren	Opstellen longlist passende en kansrijke nieuwe concepten. Aansluitend acquisitie om kansrijke ondernemers aan te trekken.	Midden	Ondernemers
	Organiseren kennis- en inspiratiesessies toeristische ondernemers (bijv. over verbreding gastheerschapswaliteiten, duurzaamheid en marketing).	Kort	Gemeentes en ondernemers
Vergroten beleving aan het water	Versterken verhaallijnen Zaanbocht. Bijvoorbeeld door thematische wandelroutes aan te leggen langs het water of door het toevoegen van museumschepen.	Midden	Gemeente en ondernemers
	Ontwikkelen van pleisterplaatsen.	Lang	Gemeente

Verblijfsduur van het gebied verlengen, bijvoorbeeld door verblijfsfuncties toe te voegen	Aanbod bundelen in arrangementen en gezamenlijk naar buiten brengen. Hierbij ook de samenwerking opzoeken met bijv. NS (Buitenpoorten) of omliggende gemeenten.	Kort	Ondernemers en Marketing Zaanstreek
	Afstemming rondom mogelijkheden recreatie en toerisme in het geval van vrijkomende panden en erfgoed. In samenwerking met de initiatiefnemer wordt gekeken naar de mogelijkheden.	Doorlopend	Gemeente
	Duidelijke speelruimte creëren voor nieuwe initiatieven. (uitwerking van de verblijfsaccommodatievisie). Nieuw aanbod moet kwalitatief gezien iets toevoegen (bijv. kleinschalig boetiekhotel).	Kort	Gemeente

Focusgebied – Hembrugterrein

<u>Wat willen we bereiken?</u>	<u>Wat gaan we daarvoor doen?</u>	<u>Termijn</u>	<u>Betrokkenen</u>
Het gebied doorontwikkelen tot een toeristisch-recreatieve parel	Actief en daadkrachtig programma voor verdere gebiedsontwikkeling realiseren waardoor initiatieven worden gebundeld, wij gevoel ontstaat, de neuzen dezelfde kant op staan, de samenhang wordt versterkt en de ontwikkeling continu doorgaat.	Kort- Midden	Gemeente
	Aanstellen coördinator Hembrugterrein die actief aan de slag gaat om het toeristisch-recreatieve potentieel te verzilveren. Contentontwikkeling is hierbij een belangrijk thema.	Kort	Gemeente en projectontwikkelaar
Bereikbaarheid vergroten, zowel over de weg als via het water	Versterken wegnetwerk van en naar het Hembrugterrein.	Midden	Gemeente
	Plaatsen van actuele bewegwijzering naar het gebied en in het gebied.	Kort	Gemeente
	Onderzoeken mogelijkheden ontsluiting Hembrugterrein en Amsterdam via het water.	Kort- Midden	Gemeente
	Het Hembrugterrein waar mogelijk aansluiten op bestaande en nog te ontwikkelen fietsroutes door de gemeente.	Doorlopend	Gemeente

Naamsbekendheid vergroten door (tijdelijke) invulling en op termijn trekkers toe te voegen.	Stimuleren en faciliteren van nieuwe tijdelijke initiatieven uit de markt.	Doorlopend	Gemeente
	Onderzoeken mogelijkheden planologische inpasbaarheid van nieuwe initiatieven.	Doorlopend	Gemeente
	Bestaand aanbod bundelen en via gezamenlijke promotie onder de aandacht brengen.	Doorlopend	Gemeente en Marketing Zaanstreek
(Culturele) voorzieningen toevoegen die passen bij het karakter van het gebied	Flexibel omgaan met Leisure-initiatieven, waarbij de inpasbaarheid in de omgeving en (ruimtelijke) kwaliteit belangrijke criteria zijn.	Midden	Gemeente
	Planologische kaders bieden om culturele voorzieningen op het Hembrugterrein mogelijk te maken.	Kort- Midden	Gemeente
	Wat betreft verblijfsaanbod aansluiten bij de verblijfsaccommodatievisie.	Doorlopend	Gemeente
Verbinding maken met Amsterdam	In promotie actief inzetten op de bewoners van Amsterdam (Noord). Aantrekkelijk aanbod, ruime parkeergelegenheid en het ruige randje van het gebied zijn hierin belangrijk.	Kort	Marketing Zaanstreek

Focusgebied – Buitengebied

<u>Wat willen we bereiken?</u>	<u>Wat gaan we daarvoor doen?</u>	<u>Termijn</u>	<u>Betrokkenen</u>
Toegankelijk maken van de buitengebieden door fiets- en wandelroutes toe te voegen.	Aansluiten (fysiek) van bestaande wandel- en fietspaden in de regio. Expliciet aandacht voor de bereikbaarheid van de recreatiegebieden Alkmaardermeer en Stelling van Amsterdam/Oerijgebied.	Kort- Midden	Gemeente
	Afstemming met interne en externe partijen over de recreatieve mogelijkheden van het buitengebied met een gepast balans tussen natuurwaarde en recreatie.	Kort	Gemeente
	Doorontwikkelen van routes gekoppeld aan thema's passend bij Zaanstad (o.a. erfgoed en betekenis van het water(management)). Samenwerken met externe partijen	Midden	Gemeente en stakeholders

	die hierin zijn gespecialiseerd, ook op het vlak van exploitatie en digitale infrastructuur.		
Basisfaciliteiten aanbren- gen in het buitengebied (bakjes, prullenbakken en elektrische oplaadpun- ten)	Koppelen van oplaadplekken (voor elektrische fietsen) aan bestaande horecagelegenheden of toeristische bedrijven in het buitengebied.	Kort- Midden	Gemeente en onderne- mers
	Aanbrengen van actuele be- wegwijzing en een duidelij- ke routestructuur ook in het buitengebied.	Kort- Midden	Gemeente
	Aanleggen van pleisterplaat- sen en rustplekken, voorzien van parkeerplaatsen, horeca, picknickplaatsen, prullenbak- ken etc.)	Kort- Lang	Gemeente
Waternetwerk beter be- nutten en onder de aan- dacht brengen bij inwo- ners	Het buitengebied actief betrek- ken in de promotie van Zaan- stad onder eigen inwoners.	Doorlopend	Marketing Zaanstreek
	Aanlegsteigers realiseren voor recreatief gebruik (kano- ën, suppen, etc.).	Midden	Gemeente
	Inventariseren knelpunten, zoals de sluisbediening, bag- geren van sloten, te lage bruggen en zonering van wa- tersport. Waar mogelijk bin- nen geplande werkzaamhe- den de knelpunten meene- men.	Lang	Gemeente
	Realiseren van sloeproutes en kanoroutes langs de boot- verhuurbedrijven zodat ver- huur van (elektrische) boten en kano's wordt gestimu- leerd.	Midden	Gemeente en onderne- mers
Educatieve elementen in het landschap toevoegen en inzet van marketing en promotie.	Koppeling educatieve elemen- ten aan routes.	Kort	Gemeente
	Aansluiten op het themajaar Ode aan het Nederlandse landschap. Hierbij is samen- werking met culturele part- ners.	Kort	Gemeente
	Bundelen aanbod en inzet van marketing en promotie voor het buitengebied.	Doorlopend	Marketing Zaanstreek

Focusgebied overstijgende acties

<u>Wat willen we bereiken?</u>	<u>Wat gaan we daarvoor doen?</u>	<u>Termijn</u>	<u>Betrokkenen</u>
Stimuleren van (regionale) samenwerkingsverbanden ten behoeven van de opgaven voor toerisme	Deelname aan werkgroepen en samenwerkingsverbanden zoals de Werkgroep Toerisme MRA, Provincie Noord Holland, Zaanstreek Waterland en met natuurorganisaties en recreatieschappen.	Doorlopend	Gemeente
	Stimuleren en faciliteren van netwerkbijeenkomsten voor erfgoedpartijen, toeristische en culturele ondernemers.	Doorlopend	Gemeente en ondernemers
	Actief communiceren met erfgoedpartijen, toeristische en culturele ondernemers over toerisme beleid.	Doorlopend	Gemeente en ondernemers
	Ondernemers stimuleren tot het ontwikkelen van arrangementen met toeristische positionering als uitgangspunt.	Doorlopend	Gemeente en ondernemers
Effectiever benaderen van nieuwe doelgroepen en verhogen van kennis over (potentiele) bezoekers	Inventarisatie uitvoeren voor benodigde onderzoeken voor uitvoering en toetsing van het toeristisch beleid.	Midden	Gemeente en Marketing Zaanstreek
	Resultaten van data analyseren en terugkoppelen aan relevante partijen.	Doorlopend	Gemeente en Marketing Zaanstreek
Vergroten en verbeteren van zichtbaarheid van Zaanstad	Doorvertaling van de Toeristische visie naar positionering voor citymarketing.	Kort	Gemeente en Marketing Zaanstreek
	Uitwerken van verhaallijnen per focusgebied en per doelgroep	Kort	Gemeente en Marketing Zaanstreek
	Verkennen hoe openbare ruimte kunnen bijdragen aan de Zaanse verhaallijnen en de toeristische doelen.	Kort - Midden	Gemeente en Marketing Zaanstreek
	Verbinden en versterken van bestaand aanbod ter versterking van het toeristisch-recreatief aanbod	Doorlopend	Gemeente/ Marketing Zaanstreek en stakeholders
Stimuleren van duurzaamheid binnen de toeristische sector	Stimuleren van duurzaam vervoer door onder andere verkenning van potentiële locaties geschikt voor het plaatsen van elektrische laadpalen.	Kort - Midden	Gemeente en ondernemers

	Stimuleren van duurzaam toerisme bij toeristische ondernemers.	Doorlopend	Gemeente
--	--	------------	----------

Bijlage 1 Hoe deze Visie tot stand kwam

De gemeente heeft ZKA Leisure Consultants gevraagd het traject inhoudelijk en procesmatig te begeleiden. Zij hebben dit echter niet alleen gedaan, de Visie is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met gemeente en ondernemers.

Via de volgende stappen en bijeenkomsten zijn we gekomen tot een breed gedragen visie:

- Startgesprek betrokken ambtenaren;
- Startgesprek klankbordgroep bestaande uit een deskundige vertegenwoordiging van relevante spelers in de toeristisch-recreatieve sector in Zaanstad;
- Schouw van de gemeente Zaanstad en de toeristische locaties/focusgebieden, inclusief uitleg van externe op locaties;
- Beleidsscan en trendanalyse van bestaande beleidsstukken en voor Zaanstad relevante trends en ontwikkelingen;
- Gemeentelijke cross-over sessie met ambtenaren met als doel het identificeren van mogelijke cross-overs, kansen en ontwikkelingen;
- Tussentijdse afstemming betrokken ambtenaren om door te praten over relevante onderwerpen;
- Tweede klankbordoverleg om de sector bij te praten en input op te halen;
- Aanvullende gesprekken ambtenaren en betrokken stakeholders met als doel verdiepende kennis ophalen;
- Brede toeristische sessie met circa 40 spelers uit de toeristisch-recreatieve sector van Zaanstad;
- Conceptbespreking en aanscherping Visie en actieprogramma.

Verwante beleidsvelden en omgevingsvisie

Toerisme en recreatie staan niet op zichzelf en daarom is er integraal gekeken naar de sector. Er is rekening gehouden met overige beleidsvelden en beleidsnota's. Deze Visie sluit onder andere aan bij:

- Erfgoedstrategie (2019-2023);
- Cultuurvisie Zaanstad 2019-2030;
- Detailhandelsvisie Zaanstad 2015-2025;
- Ontwikkelstrategie Zaanse Schans;
- Groen- en Waterplan;
- Watersportnota;
- Strategische agenda toerisme MRA;
- Zaans Mobiliteitsplan (ZMP);
- Ruimtelijk Toetsingskader Noorder IJ-plas 2020-20301;
- Perspectief Maak.Zaanstad Centrum Oost.

Bijlage 2. Achtergronden van de Leefstijlvinder

De zeven doelgroepen in de Leefstijlvinder zijn tot stand gekomen op basis van uitgebreid onderzoek van Market Response, in opdracht van acht provincies. Allereerst zijn gesprekken gevoerd met recreanten, om te horen wat zij doen in hun vakantie en vrije tijd, en hoe zij daarin verschillen. De deelnemers aan deze gesprekken leken op elkaar in de zin, dat zij allen dezelfde BSR™-leefstijl hadden (voor uitleg zie kadertje hieronder).

Na deze groepsgesprekken is de vragenlijst ontwikkeld. De vragenlijst is opgebouwd uit een aantal onderdelen: vragen over algemene vrijetijdsbeleving, dagrecreatie, verblijfsrecreatie, inspiratie en boeken, mediagedrag, BSR™ module* en achtergrondvragen, zoals leeftijd, inkomen en gezinssituatie. Ook zijn hierin de statements vanuit de groepsdiscussies opgenomen. De vragenlijst is uitgezet onder het panel van Market Response en een extern consumentenpanel in de periode van 8 februari tot en met 26 februari 2018. Uiteindelijk hebben 2367 respondenten de volledige vragenlijst ingevuld. Deze respondenten zijn een representatieve afspiegeling van Nederland.

Uit de analyse is gebleken dat de statements die meegenomen zijn in de vragenlijst een hoge voorspellende waarde hebben voor de manier waarop iemand recreëert. Dit gaf voldoende informatie om door middel van analyses op zoek te gaan naar een aantal leefstijlen, die onderscheidend zijn qua gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd. Uit de analyses zijn zeven leefstijlen naar voren gekomen: Avontuurzoekers, Plezierzoekers, Harmoniezoekers, Verbindingszoekers, Rustzoekers, Inzichtzoekers en Stijlzoekers.

BSR™ is het wetenschappelijke model van Market Response en staat voor Brand Strategy Research. Dit model ontrafelt de drijfveren van mensen en wat je moet doen om mensen in beweging te krijgen. Met welke boodschap, welke tone of voice en via welk kanaal. In de basis kent Nederland vier leefstijlen met ieder hun eigen manier van in het leven staan: creatief, harmonieus, controlerend en veilig. Om erachter te komen tot welke leefstijl iemand behoort, hebben wij een BSR vragenlijst module ontwikkeld.

De zeven leefstijlen

Plezierzoekers

Spontane, gezellige, impulsieve en eigenwijze mensen. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Plezier hebben in het leven staat op nummer één - een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

Harmoniezoekers

Hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd - doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Verbindingszoekers

Behulpzame, evenwichtige mensen die, bovenal, geïnteresseerd zijn in anderen. Gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' zijn belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Rustzoekers

Kalme, behulpzame, zachteardige, gewone mensen. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.



Inzichtzoekers

Bedachtzame, serieuze, evenwichtige, zakelijke mensen. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. Belangrijke waarden zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk en ze houden van informatie - 'meten is weten'!

Stijlzoekers

Zelfverzekerde, doelgericht, ondernemende mensen met een sterk karakter. Zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. Zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Avontuurzoekers

Creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Intelligent en ondernemend en ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.



De zeven leefstijlen in Nederland

Deze pagina geeft een korte toelichting op de zeven verschillende leefstijlen volgens het Leefstijlvinder model en de verdeling van de Nederlandse bevolking over de leefstijlen.

