



Gemeente Zandvoort

Zandvoort: Gastvrij, sportief en jaarrond aantrekkelijk!
- naar een levendige en vitale badplaats in 2040

Concept Toeristische visie Zandvoort

Juli 2023



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Voorwoord wethouder Carree	3
Samenvatting.....	4
Leeswijzer	5
1 Aanleiding.....	6
1.1 Inleiding	6
1.2 Afbakening en hoofdonderwerpen	7
1.2.1 Relatie met Omgevingsvisie Zandvoort.....	7
1.2.2 Afbakening van de toeristische visie	8
1.2.3 Hoofdonderwerpen en participatie	8
2 Zandvoort in 2040	10
2.1 Ambitie	10
2.2 Gewenst toekomstbeeld - Zandvoort in 2040: Gastvrij, sportief en jaarrond aantrekkelijk	10
2.3 Vier strategische pijlers	11
Infographic Strategische pijlers	12
2.4 Toelichting op de pijlers en uitvoeringslijnen	13
Pijler 1: Positionering en profilering Zandvoort “Uitgaan van eigen DNA en kwaliteiten en dit eensluitend uitdragen”	13
Pijler 2: Balans tussen levendigheid en leefbaarheid “De lusten en lasten van toerisme in evenwicht”	18
Pijler 3: Verbetering verblijfsaanbod en heldere regelgeving “Zet in op kwaliteit en duidelijkheid”	22
Pijler 4: Programmering dagrecreatief aanbod “Zet in op samenhang, kwaliteit en jaarrond”	31
2.5 Randvoorwaarden voor succes	34
Bijlage 1 Definities.....	35
Bijlage 2 Bronnenlijst	37
Bijlage 3 Geraadpleegde personen	38

Voorwoord wethouder Carree

Met genoegen bied ik u het concept aan van de nieuwe toeristische visie van Zandvoort. Zandvoort is nationaal en internationaal bekend en geliefd als badplaats. Zo zijn wij het strand voor een groot gedeelte van de Randstad, maar vinden ook nog steeds meer internationale toeristen de weg naar ons. De terugkeer van de Formule 1 heeft zeker bijgedragen aan de bekendheid van Zandvoort. Ik vroeg laatst aan een Duitse toerist uit Keulen waarom zij naar Zandvoort komt. Ze keek mij aan en zei stellig: “Zandvoort ist unser Strand.”

Toerisme en recreatie zijn belangrijk voor Zandvoort. De meeste Zandvoorters zijn blij met het toerisme in het dorp. Het maak ons dorp een fijne plek om te wonen, te werken en te verblijven. Dat willen wij graag zo houden.

Uit onderzoek van Booking.com blijkt ook dat Zandvoort één van de meest gastvrije bestemmingen is. Dat zegt iets over ons dorp en haar inwoners. Van strandpachter tot winkelier en van ‘Zimmer Frei’ tot bungalowpark: iedereen zet zich in om niet alleen gasten te ontvangen, maar al die mensen zorgen er ook voor dat ze weer terugkomen. Dat kan alleen als we samenwerken en daarom ben ik zo blij dat deze toeristische visie tot stand is gekomen na een periode van uitgebreid onderzoek en participatie.

Voor deze visie lieten wij ons inspireren door de inbreng van vele belanghebbenden, samenwerkingspartners en uitvoerende partijen. Daarnaast doken we in onderzoeksrapporten en beleid van vergelijkbare toeristische gemeenten. En we hebben vooral geluisterd naar onze inwoners tijdens een inwonerssessie en via een inwonersonderzoek.

Het strand is een heel belangrijke kwaliteit van Zandvoort, dat staat buiten kijf, maar Zandvoort heeft veel meer te bieden: een unieke natuurlijke omgeving met twee nationale parken, een circuit met eigen dynamiek op het gebied van autosport, toonaangevende evenementen, kwalitatief hoogwaardige strandpaviljoens en een lang strand als hotspot voor golf- en kitesurfers. In Zandvoort kun je heerlijk in- en ontspannen. Dit willen wij nog meer uitdragen.

In deze visie blikken we ruim vijftien jaar vooruit op de gewenste ontwikkeling van toerisme en recreatie en de bezoekerseconomie in Zandvoort. Maar we kijken ook naar wat op korte termijn nodig is om van Zandvoort een nog aantrekkelijker jaarrond badplaats en woon- en werkgemeente te maken. Waarbij we wel oog moeten houden voor de balans tussen de lusten en lasten van toerisme en recreatie en de leefbaarheid van de bewoners.

Het is onze ambitie dat Zandvoort in 2040 een jaarrond aantrekkelijke bezoekerseconomie heeft met een aansprekend en kwalitatief voorzieningsniveau. Zandvoort staat ook in 2040 bekend als een **gastvrije, sportieve en jaarrond aantrekkelijke** badplaats waar gedurende het gehele jaar iets te beleven valt dankzij de unieke combinatie van strand, natuur, dorp en circuit.

Om iedereen de kans te geven te reageren op dit beleid ligt deze concept visie acht weken ter inzage. Na verwerking van alle reacties leggen wij een definitieve visie voor aan de gemeenteraad.

Ik wil iedereen bedanken die heeft meegewerkt aan de totstandkoming van dit document. Hiermee ligt er een belangrijke basis waarmee we samen verder kunnen.

Lars Carree – wethouder toerisme

Samenvatting

Een nieuwe toeristische visie voor Zandvoort, met een blik op de toekomst, naar 2040, waarbij Zandvoort een enorme kwaliteitsslag heeft gemaakt: Zandvoort, gastvrij, sportief en jaarrond aantrekkelijk. Dat is het gewenste toekomstbeeld!

Voor de gemeente Zandvoort en haar inwoners en ondernemers is toerisme en recreatie belangrijk. Zandvoorters zijn trots op hun woonplaats, er is veel draagvlak voor toerisme en recreatie. Beide zorgen voor een goed voorzieningenniveau, veel banen en reuring in het dorp. Tegelijkertijd kwam de laatste tijd veel op ons af: corona, een oorlog in Oost-Europa, energie- en stikstofcrisis, maar ook een verwachting in stijging van bezoekersaantallen. En op zonnige dagen is het al behoorlijk druk in Zandvoort. Het is daarom belangrijk een goede balans te houden tussen de kansen die de vrijetijdsector biedt en de gevolgen die deze hebben voor de leefomgeving. Voor de langere termijn zijn verantwoorde strategische keuzes nodig. Dit is verwoord in de volgende ambitie:

Ambitie

In 2040 heeft Zandvoort een jaarrond aantrekkelijke bezoekerseconomie met een aansprekend en kwalitatief voorzieningenniveau. Dit draagt bij aan een vitale en leefbare gemeente voor zowel inwoners, ondernemers als bezoekers. Om dit te bereiken heeft Zandvoort haar toeristisch en recreatief aanbod kwalitatief verbeterd en vernieuwd en haar imago als jaarrond aantrekkelijke badplaats versterkt. Zandvoort is een fijne gemeente waarin het heerlijk is om te wonen, te werken, te ondernemen, te recreëren en gastvrij bezoekers te ontvangen.

Wat gaan we doen om deze ambitie waar te maken? In de periode tot 2040 stellen we vier prioriteiten centraal. Deze zogenoemde **strategische pijlers** zijn voorzien van een advies dat de 'wat'-vraag beantwoordt: *Wat is nodig om onze doelen te bereiken?* Dit zijn:

1. Een sterke positionering en profilering Zandvoort ('Uitgaan van eigen DNA en kwaliteiten en dit eensluitend uitdragen')
2. Een goede balans tussen levendigheid en leefbaarheid ('De lusten en lasten van toerisme in evenwicht')
3. Verbetering van het verblijfsaanbod en heldere regelgeving ('Zet in op kwaliteit en duidelijkheid')
4. Programmering dagrecreatief aanbod ('Zet in op samenhang, kwaliteit en jaarrond')

Onder de pijlers is een aantal **uitvoeringslijnen** opgenomen met maatregelen waar Zandvoort op in wil zetten. De uitwerking van de uitvoeringslijnen is opgenomen in een meerjarige actie-agenda met concrete acties die ingaan op de 'hoe'-vraag. De actie-agenda is een dynamisch document dat elke vier jaar kan worden aangepast aan de nieuwe werkelijkheid.

De eerste actie-agenda (2024-2028) bevat de belangrijkste prioriteiten en acties voor de komende jaren en wordt op 19 december 2023 voorgelegd aan de raad.

Voor alle genoemde strategische pijlers en uitvoeringslijnen geldt een gezamenlijke verantwoordelijkheid: voor inwoners, bezoekers, ondernemers, bestuurders en ambtenaren. Gemeente Zandvoort kan het niet alleen, maar houdt overzicht en voert de regie zodat de stip op de horizon in beeld blijft.

Leeswijzer

Toeristische visie

De toeristische visie is een ambitedocument met een horizon tot 2040. Hierin staat de algemene visie op gebied van toerisme en recreatie met een aantal strategische prioriteiten (pijlers): Waar moet Zandvoort op inzetten tot 2040. Onder elke pijler wordt een aantal uitvoeringslijnen toegelicht die aangeven hoe Zandvoort de strategische prioriteiten wil bereiken.

Hoofdstuk 1 benoemt de **aanleiding** van dit rapport: Waar komt Zandvoort vandaan, welke ontwikkelingen komen er op Zandvoort af, wat zijn de hoofdonderwerpen en wat is de relatie met de omgevingsvisie Zandvoort?

Hoofdstuk 2 omschrijft **het gewenste toekomstperspectief van Zandvoort en de gewenste ambitie** tot 2040. Om dit te bereiken zijn **vier strategische pijlers** (prioriteiten) opgesteld. Deze worden vervolgens één voor één toegelicht en zijn voorzien van uitvoeringslijnen: Wat gaan we doen om onze doelen te bereiken.

In de bijlagen zijn de belangrijkste **definities en bronnen** opgenomen. Ook is hier de lijst met **geraadpleegde personen** (geïnterviewden) terug te vinden.

Analyserapport toeristische visie

Om een goede visie op het toerisme van de toekomst te maken is het belangrijk de huidige situatie goed in kaart te brengen. Daarom is bij deze toeristische visie een document toegevoegd: het analyserapport. Het rapport benoemt een aantal belangrijke thema's:

- **Bestemming Zandvoort en haar profilering** (hoofdstuk 2): Wat is het DNA en zijn de kwaliteiten van Zandvoort? Hoe ziet de huidige positionering er uit? Welke bezoekers komen naar Zandvoort en welke bezoekers nog niet en zouden we misschien wel graag willen ontvangen?
- **Balans tussen levendigheid en leefbaarheid** (hoofdstuk 3): Wat vinden de Zandvoorters van toerisme en recreatie? Wat gaat goed en wat kan beter? En welke maatregelen kan Zandvoort nemen om een goed evenwicht te houden tussen de lusten en lasten van toerisme voor haar inwoners?
- **Toeristisch product Zandvoort** (hoofdstuk 4): Hoe ziet het verblijfsaanbod en het aanbod van vrijetijdsvoorzieningen en evenementen er uit? Wat is het huidige beleid? Waar zijn verbeterpunten mogelijk?
- **Omgevingsanalyse**: Hoe ziet het regionaal beleid er uit en wat zijn trends en ontwikkelingen? (hoofdstuk 5)
- **SWOT-analyse** (hoofdstuk 6): Wat zijn de sterkten en zwakten van de bestemming Zandvoort. Waar liggen nog kansen en bedreigingen (of uitdagingen)? Deze SWOT-analyse is mede tot stand gekomen dankzij inbreng van de diverse stakeholders.

Op basis van het analyserapport zijn de vier strategische pijlers in de toeristische visie tot stand gekomen. De analyse is gebaseerd op zowel literatuuronderzoek als op participatie (interviews, inwonersonderzoek toerisme en klankbordgroep sessies).

Zandvoort in 2040: gastvrij, sportief en jaarrond aantrekkelijk!

1 Aanleiding

1.1 Inleiding

Voor de gemeente Zandvoort is toerisme en recreatie belangrijk. Van alle banen in Zandvoort is 28% verbonden met toerisme en recreatie.¹ Zandvoort is de tweede badplaats van Nederland met 5,3 miljoen (inter)nationale dagbezoekers per jaar en 1 miljoen overnachtingen². Mede dankzij de komst van deze bezoekers beschikt Zandvoort over een breed aanbod aan winkels, horeca en recreatieve voorzieningen voor een kleine gemeente met 17.000 inwoners. Zandvoort is daarmee ook voor bewoners een fijne plek om te wonen, te werken en te recreëren.

In februari 2017 heeft de toenmalige gemeenteraad de Toeristische Visie Zandvoort aan Zee (When it's hot, it's here) vastgesteld. In die tijd ging het vooral over de transformatie van de VVV naar een volwaardige marketingorganisatie en daarnaast was het zaak het evenementenaanbod te verbeteren. Verder was de opdracht te werken aan een eenduidige merkpositionering (Zandvoort, beach for ...) en aan verbetering van het toeristisch aanbod. In de afgelopen jaren is veel bereikt in de uitvoering van deze visie: Er staat nu een professionele marketingorganisatie, er is ingezet op doelgroepgerichte marketing van de vier gebieden van Zandvoort (strand, natuur, dorp en circuit), en er is een aantal grote vernieuwende en merkversterkende evenementen aangetrokken die blijvend naar Zandvoort terugkeren.

Vanaf 2019 is de wereld om ons heen sterk veranderd. De coronacrisis heeft laten zien dat Zandvoort een economie heeft die sterk afhankelijk is van toerisme en daarmee dus kwetsbaar is. Gelukkig zijn de Zandvoortse ondernemers veerkrachtig en heeft gemeente Zandvoort in die tijd ondernemers zoveel mogelijk (ook financieel) ondersteund. Sinds 2021 is de Formule 1 weer teruggekeerd in Zandvoort. De beelden van een oranje Zandvoort gaan de hele wereld over en zetten Zandvoort, ook bij nieuwe doelgroepen, op de kaart.

Na de coronacrisis volgden andere ontwikkelingen elkaar snel op: de stikstofcrisis, de oorlog in Oekraïne, de energiecrisis, personeelstekorten in de toeristische sector en veranderingen in ons reisgedrag. Ook de toeristische markt zelf verandert: steeds meer campings veranderen in bungalowparken en er verschijnen nieuwe hotelconcepten op de markt.

Intussen groeit de wereldbevolking en dat geldt ook voor het aantal inwoners in de MRA (Metropoolregio Amsterdam).³ Ook het aantal binnenlandse en buitenlandse bezoekers aan de MRA neemt naar verwachting de komende jaren fors toe.⁴ Om de verwachte toename van bezoekers in goede banen te leiden en te voorkomen dat 'het ons overkomt', moet worden gezocht naar een goede balans tussen de kansen die de vrijetijdsector biedt en de gevolgen die dit heeft voor de leefomgeving. Anno 2023 is het niet meer vanzelfsprekend om automatisch te gaan voor meer groei in de toeristische sector, maar moeten er verantwoorde strategische keuzes worden gemaakt voor de langere termijn.

¹ LISA data Zandvoort, 2022

² Uit: Omgevingsvisie Zandvoort 'Zandvoort: 365 dagen aantrekkelijk!', pag. 15

³ Uit: [Gemeente Zandvoort in cijfers en grafieken \(update 2023!\) | AlleCijfers.nl](#)

⁴ Een verwachte groei van circa 30% in de gehele MRA (uit: Ontwikkelperspectief recreatie en toerisme MRA en Rapport Natuur- en recreatiegebieden Noord-Holland, maart 2022)

Gezien alle ontwikkelingen is daarom in het coalitieprogramma 2022-2026 'Voor Zandvoort' het volgende opgenomen: **het actualiseren van de Toeristische visie uit 2017 en daaropvolgend ook het opstellen van een actie-agenda**⁵. Er is behoefte aan een visie richting de toekomst. De huidige visie is uit 2017 en is gezien alle ontwikkelingen niet meer op alle punten actueel.

1.2 Afbakening en hoofdonderwerpen

1.2.1 Relatie met Omgevingsvisie Zandvoort

Op 23 november 2021 is de Omgevingsvisie Zandvoort in de raad vastgesteld. De Omgevingsvisie schetst een integraal toekomstperspectief voor 2040 waarin Zandvoort beter in balans komt. Het centrale doel en de boodschap in deze visie is: **“Zandvoort jaarrond aantrekkelijk te maken voor bezoekers en bewoners, waarbij dorp en badplaats in balans zijn”**.

Jaarrond aantrekkelijk zijn is een brede opgave. Het is niet alleen een economische opgave, maar ook een sociale en ruimtelijke opgave. Ook bereikbaarheid en duurzaamheid vallen hieronder.

In de omgevingsvisie staan vijf ambities centraal:

1. Economie: naar een stevige jaarrond economie
2. Samenleving: sociale samenhang en ontmoeting
3. Ruimte: aantrekkelijk en leefbaar dorp
4. Duurzaamheid en toekomstbestendige leefomgeving
5. Mobiliteit: slimme bereikbaarheid

Deze toeristische visie is een verdieping van de omgevingsvisie, specifiek gericht op toerisme en recreatie.

We willen breken met de bestaande trend: Zandvoort niet alleen aantrekkelijk in de toch al drukke zomermaanden, maar 365 dagen lang, voor zowel bewoners, ondernemers als bezoekers. Zonder dat dit ten koste gaat van een fijne woon- en werkomgeving. Om dit voor elkaar te krijgen moeten we belangrijke stappen maken en is vernieuwing nodig, zowel in bestaande als nieuwe voorzieningen.

⁵ Programma 5 “Ambities toerisme, economie, evenementen, sport en cultuur”, afspraak nr. 4

1.2.2 Afbakening van de toeristische visie

In deze visie op toerisme en recreatie in Zandvoort zoomen we in op de toeristische economie, ook wel gastvrijheidsdomein, vrijetijdseconomie of bezoekerseconomie genoemd. In deze visie worden woorden als verblijfstoerist, recreant en dagbezoeker gebruikt. De toeristische visie gaat over al deze doelgroepen. In **bijlage 1** vindt u een overzicht van de belangrijkste definities.

Deze visie sluit zoveel mogelijk aan op de vijf ambities uit de Omgevingsvisie Zandvoort, waarbij ambitie 1 (**naar een stevige jaarrond economie**) het belangrijkste is. Echter, de andere ambities zijn belangrijke randvoorwaarden om te komen tot een gezonde en duurzame jaarrond bezoekerseconomie. Ook sluiten we aan op de eerder vastgestelde Economische Visie uit 2019. In de Economische Visie lag de nadruk meer op de niet-toeristische sectoren en minder op het gastvrijheidsdomein. Deze toeristische visie zoomt vooral in op de toeristische sectoren en alle aspecten die belangrijk zijn voor een gezonde jaarrond bezoekerseconomie. Daarmee is op sommige punten overlap met de Economische Visie. Veel bedrijven en voorzieningen, zoals horeca en detailhandel, maar ook de inrichting van de openbare ruimte, en bereikbaarheid en mobiliteit dragen direct of indirect bij aan een gezonde bezoekerseconomie. Daarnaast kunnen toeristische voorzieningen ook niet-toeristisch worden ingezet en vice versa. Deze multifunctionaliteit vergroot de aantrekkelijkheid van de jaarrond economie. Denk bijvoorbeeld aan een hotel voor de zakelijke markt met vergaderfaciliteiten die ook voor evenementen gebruikt kan worden.

De vorige toeristische visie is het vertrekpunt. Deze visie was vooral gericht op marketing en positionering van Zandvoort voor bezoekers van de Metropoolregio Amsterdam en de Duitse metropolen. Ook lag de focus op het aantrekken van vernieuwende evenementen. Dit is zeker succesvol geweest, maar we hebben nu te maken met nieuwe ontwikkelingen. Zo is in 2021 de Omgevingsvisie Zandvoort vastgesteld waarin meer richting is gegeven voor de lange termijn. Het is daarom nu een perfect moment om een peilstok in het toeristisch beleid te steken: Waar staan we nu, wat kan beter en hoe bereiken we ons gewenst toekomstbeeld van Zandvoort in 2040?

1.2.3 Hoofdonderwerpen en participatie

Op 11 oktober 2022 is de startnotitie Toeristische visie Zandvoort voorgelegd aan de raadscommissie. Daarin zijn de **hoofdonderwerpen** opgenomen die van belang zijn om verder uit te werken in de toeristische visie

1. Identiteit en positionering van Zandvoort (imago en merk) en het aantrekken van specifieke doelgroepen (bijvoorbeeld de zakelijke markt)
2. Zandvoort in balans: de lusten en lasten van toerisme in evenwicht
3. Verblijfsrecreatie: analyse accommodaties en een visie hierop voor de toekomst
4. Dagtoerisme en dagrecreatie
5. Evenementen (aansprekend, internationaal, jaarrond gebruik van circuit en optimale spin-off van Formule 1, en eventuele EK's en WK's)
6. Sport als kanssector (ontwikkeling durfsporten, jaarrond economie)
7. De economische en toeristische waarde van cultuur verbeteren (via evenementen, activiteiten, cultureel erfgoed meer zichtbaar maken)
8. Wellness en gezondheid jaarrond in combinatie met natuurrecreatie

Ook de randvoorwaardelijke kaders (zoals mobiliteit & bereikbaarheid), het regionaal/landelijk toeristisch beleid en trends & ontwikkelingen in de markt worden in deze visie meegenomen.

Gedurende het gehele traject was participatie met bewoners en de belangrijkste stakeholders in toerisme en recreatie van groot belang. Er is gebruik gemaakt van verschillende participatievormen: van interne consultatie bij gemeentelijke collega's tot een inwonersonderzoek toerisme (digitale enquête in februari 2023), een themasessie met inwoners en ondernemers, tot diepte-interviews met stakeholders. De hoofdonderwerpen zijn in een aantal sessies met een klankbordgroep, bestaande uit diverse stakeholders, besproken.⁶ Deze concept Toeristische visie is van dit alles de uitwerking op papier. Om iedereen de kans te geven te reageren op dit beleid wordt deze concept visie acht weken lang ter inzage gelegd.



⁶ In bijlage 3 is een lijst opgenomen met de geraadpleegde personen en de klankbordgroep leden

2 Zandvoort in 2040

2.1 Ambitie

Ambitie (in kader)

In 2040 heeft Zandvoort een jaarrond aantrekkelijke bezoekerseconomie met een aansprekend en kwalitatief voorzieningenniveau. Dit draagt bij aan een vitale en leefbare gemeente voor zowel inwoners, ondernemers als bezoekers. Om dit te bereiken heeft Zandvoort haar toeristisch en recreatief aanbod kwalitatief verbeterd en vernieuwd en haar imago als jaarrond aantrekkelijke badplaats versterkt. Zandvoort is een fijne gemeente waar het heerlijk is om te wonen, te werken, te ondernemen, te recreëren en gastvrij bezoekers te ontvangen.

2.2 Gewenst toekomstbeeld – Zandvoort in 2040: Gastvrij, sportief en jaarrond aantrekkelijk

Zandvoort heeft in het jaar 2040 een enorme kwaliteitsslag gemaakt. Er is een hoog kwaliteitsniveau bereikt in voorzieningen als winkels, horeca, verblijfsaccommodaties, maar ook in de openbare ruimte. Er is een divers aanbod aan recreatieve mogelijkheden en aansprekende evenementen voor verschillende doelgroepen, jong en oud, door het gehele jaar heen.

De uitstraling van gebouwen, pleinen, parkeerplaatsen en bebording is op elkaar afgestemd: sfeervol en uitnodigend. Inwoners en gasten voelen zich hier prettig bij en vertoeven graag in de buitenruimte. De verschillende gebieden rondom het Badhuisplein, Entree, Circuitgebied en de Midden- en Noordboulevard zijn intussen ontwikkeld. De gebieden zijn verrijkt met een paar kwalitatieve hotels met onderliggende voorzieningen (horeca, werkplekken, vrijetijdsvoorzieningen). Er is een aantrekkelijke verbinding gemaakt tussen het Badhuisplein, Entree en het centrum. Het centrum is een aantrekkelijke en levendige plek voor inwoners en bezoekers om te verblijven met meer groen, en verbeterde looproutes. Het strand van Zandvoort biedt, dankzij een duidelijke zonering op de aangewezen plekken, verschillende functies en belevingen: Van een sportieve watersportzone met jaarrond watersportfaciliteiten en kleinschalige evenementen, de gezelligheid van de strandpaviljoens (inclusief zakelijke bijeenkomsten) tot de mogelijkheid van naakt recreëren of 'onthaasten' met yoga, sauna of spa. De gemeente Zandvoort heeft steeds gekeken naar het geheel, heeft regie gehouden en heldere keuzes gemaakt. Dit deed de gemeente in directe verbinding met ondernemers, maatschappelijke organisaties en inwoners. Samenhang en samenwerking zijn de sleutelwoorden.

De openbare ruimte in de kustzone is aantrekkelijker geworden voor bewoner en bezoeker nu de auto niet meer dominant in het straatbeeld staat. Er zijn nieuwe slimme parkeermogelijkheden gemaakt, onder andere aan de randen van het dorp, waardoor langs de kust en in het centrum meer ruimte is voor de voetganger en fietser. De bereikbaarheid van Zandvoort is zowel per auto, fiets of openbaar vervoer gedurende het gehele jaar goed, dankzij de samenwerking met en inzet van de provincie en buurgemeenten op mobiliteit.

Het imago van Zandvoort als toeristische bestemming en badplaats is structureel verbeterd. Dit is te danken aan de kwaliteitsslag in bestaande voorzieningen en de toevoeging van nieuwe kwalitatieve voorzieningen, maar ook door de eenduidige positionering van Zandvoort. Zandvoort staat bekend als een gastvrije, sportieve en aantrekkelijke badplaats waar gedurende het gehele jaar wat te beleven valt dankzij de unieke combinatie van strand, natuur, dorp en circuit. De natuurlijke leefomgeving is behouden en zelfs duurzaam verbeterd. Toerisme & recreatie en het aanbod van evenementen hebben zich ontwikkeld op een schaal die past bij de identiteit van Zandvoort maar die

ook complementair is aan die van buurgemeenten: een aantrekkelijke toeristische gemeente op een unieke strategische locatie binnen de MRA-regio, in een omgeving met strand en duinen, met veel combinatiemogelijkheden en duurzaam bereikbaar. Levendigheid in relatie tot leefbaarheid is daarbij leidend. Iedere inwoner, ondernemer en gast kan zo genieten van al het moois dat Zandvoort te bieden heeft. De Zandvoorters zijn trots op hun dorp en wonen, ondernemen, werken en recreëren hier met veel plezier. Dankzij de gemaakte kwaliteitsslag weten nieuwe en gewenste doelgroepen de weg naar Zandvoort te vinden. Hierdoor komen bezoekers vaker terug en verblijft men langer.



2.3 Vier strategische pijlers

Om het gewenste toekomstbeeld en onze ambitie te bereiken, staan vier hoofdprioriteiten centraal in de periode tot 2040. Deze **strategische pijlers** zijn een uitwerking van alle opgehaalde informatie en analyses (zie het analyse-rapport). De vier pijlers zijn voorzien van een advies dat de 'wat'-vraag beantwoordt: **Wat is er nodig om onze doelen te bereiken?**

Onder de pijlers is een aantal **uitvoeringslijnen** opgenomen. De uitvoeringslijnen geven aan waar Zandvoort op in gaat zetten en hoe de doelen behaald kunnen worden.

De uitwerking van de uitvoeringslijnen wordt opgenomen in een meerjarige actie-agenda met concrete acties die ingaan op de 'hoe'-vraag. De actie-agenda is een dynamisch document dat tijdens elke coalitieperiode weer kan worden aangepast aan de ontwikkelingen van dat moment. De eerste actie-agenda (2024-2028) wordt eind 2023 voorgelegd aan het college en vervolgens aan de raad. Er komt een prioritering in acties met daarbij een kostenoverzicht (gevraagde financiële middelen) en inzet van ambtelijke capaciteit. Een aantal acties past binnen bestaande initiatieven of projecten, maar soms zijn ook nieuwe acties nodig.

Voor alle genoemde strategische pijlers en uitvoeringslijnen geldt een gezamenlijke verantwoordelijkheid: voor inwoners, bezoekers, ondernemers, bestuurders en ambtenaren. Gemeente Zandvoort kan het niet alleen, maar houdt overzicht en voert de regie zodat de stip op de horizon in beeld blijft.

Op de volgende pagina's worden de pijlers en uitvoeringslijnen toegelicht. Bij de uitvoeringslijnen worden ook concrete voorbeelden voor acties genoemd. De uitwerking van dit voorstel komt in actie-agenda's die elke vier jaar worden opgesteld. De eerste actie-agenda (2024-2028) zal de belangrijkste prioriteiten en acties voor de komende jaren bevatten.

Infographic Strategische pijlers

1. Positionering en profilering Zandvoort	2. Balans tussen levendigheid en leefbaarheid	3. Verbetering verblijfsaanbod en heldere regelgeving	4. Versterking dagrecreatief aanbod
<i>'Uitgaan van eigen DNA en kwaliteiten en dit eensluidend uitdragen'</i>	'De lusten en lasten van toerisme in evenwicht'	'Zet in op kwaliteit en duidelijkheid'	'Zet in op samenhang, kwaliteit en jaarrond'
Uitvoeringslijnen:			
Inzetten op eigen kwaliteiten	Sturen van bezoekers(stromen)	Focus op kwaliteit en professionaliteit	Kwaliteitsslag in voorzieningenaanbod
Verbeteren van imago Zandvoort	Voorkomen en verminderen van overlast (geluid, afval, veiligheid)	Beperken van toeristische verhuur in gehele woningen	Versterken van het evenementenaanbod
Inzetten op de waardevolle bezoeker	Inzetten op duurzaamheid	Heldere kaders en regelgeving en actieve handhaving	Benutten en versterken kansrijke sectoren
Versterking samenwerking MRA	Versterken van welvaart en welzijn inwoners	Borgen van ruimte voor verblijfsaanbod	Borgen van ruimte voor dagrecreatie

2.4 Toelichting op de pijlers en uitvoeringslijnen

Pijler 1: Positionering en profilering Zandvoort

'Uitgaan van eigen DNA en kwaliteiten en dit eensluidend uitdragen'

Zandvoort positioneert zich al enige jaren als jaarrond aantrekkelijke plaats. Dit uitgangspunt is ook leidend voor alle lopende of nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen en projecten. Zandvoort is het strand van de Metropoolregio en de badplaats voor Duitse en Nederlandse verblijfsbezoekers. In 2013 is op initiatief van de provincie Noord-Holland een identiteitsonderzoek gehouden in Zandvoort. Daarbij zijn de volgende kernwaarden voor het DNA van Zandvoort vastgesteld: leven in de brouwerij, ondernemend, sportief, hart op de tong, contrastrijk en gastvrij. Dit identiteitsonderzoek heeft langs de gehele kust van Noord-Holland plaatsgevonden. Voor iedere kustplaats is gekeken naar het onderscheidend vermogen op basis van de eigen identiteit.

Key Values Zandvoort

Lullen en toch poetsen: Ja, Zandvoort gaat aan de slag, maar Zandvoort praat er ook graag over;

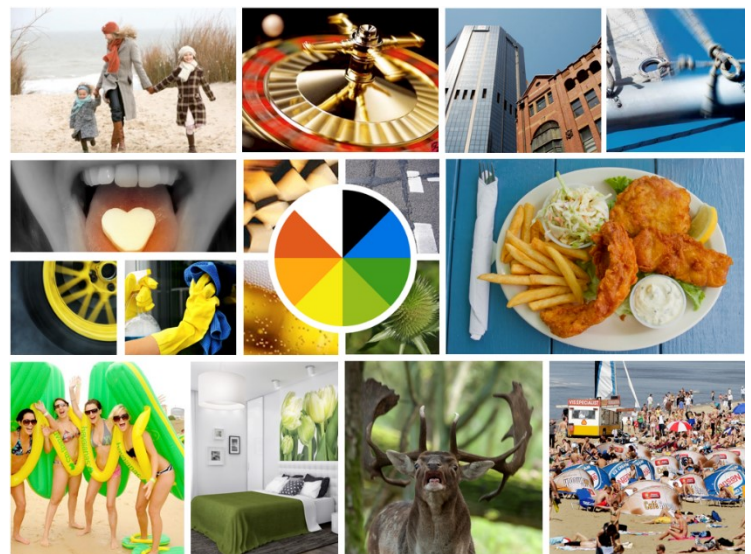
Samenhang: De zee deint op en neer, maar gaat nergens heen. Toch helpt een richting kiezen om écht verder te komen en niet mee te deinen met het tij;

Leven in de brouwerij: In Zandvoort is wat te beleven: wat die belevenis is, verschuift hier en daar wat en deint mee met de vraag van de massa;

Hart op de tong: De mensen in Zandvoort nemen geen blad voor de mond. Dat uit zich in enthousiasme en net zo makkelijk in ongenueanceerde kritiek;

Contrastrijk: Zandvoort zit vol tegenstellingen. Mooie- en lelijke plekken. Extreem drukke en rustige dagen. Hoog- en laagseizoen;

Sportief: Zandvoort leent zich voor een diversiteit aan sportieve activiteiten. Watersport, strandsporten, wandelen, fietsen en natuurlijk het gebruik van het circuit.



Sinds de vaststelling van de toeristische visie in 2017 is hard gewerkt aan de positionering van Zandvoort. De VVV is sinds 2017 doorontwikkeld tot de marketingorganisatie Zandvoort Marketing met de focus op jaarrond bezoek met de profilering van Zandvoort als combinatie van strand, circuit, dorp, natuur en ook evenementen. In de afgelopen jaren is het merk 'Zandvoort, beach for' gelanceerd en uitgedragen, bedoeld als ambitie om Zandvoort onderdeel te laten zijn van de welvarende metropool Amsterdam. Met de Formule 1 is de naamsbekendheid van Zandvoort als badplaats met circuit en met goed georganiseerde evenementen aanzienlijk vergroot. Iedereen kent Zandvoort als toeristische bestemming en bezoekers komen voor de kust. Daarom wordt standaard het merk 'Zandvoort, beach for ...' gebruikt met verschillende toepassingen: beach for racing, beach for nature, beach for you.

Zandvoort is steeds meer een eigentijdse bestemming met aantrekkende waarden zoals het strand en het circuit. Daarnaast zijn er nog de minder bekende kwaliteiten en kernwaarden als haar unieke natuur, haar gastvrijheid en sportiviteit. De bezoeker wordt hier soms nog door verrast tijdens een bezoek aan Zandvoort. Het is nu zaak om Zandvoort voor de langere termijn goed te positioneren. Zandvoort houdt haar open blik naar buiten, maar mag nog meer haar DNA en unieke kwaliteiten uitdragen en daar trots op zijn.



Uitvoeringslijn 1: Inzetten op eigen kwaliteiten

Zandvoort beschikt over unieke kwaliteiten. Niet alle kwaliteiten zijn bij iedereen even bekend. Zandvoort ligt in een unieke natuurlijke omgeving met een lang strand, een prachtig duinlandschap en tussen twee prachtige natuurgebieden (Nationaal Park Zuid-Kennemerland aan de noordzijde en de Amsterdamse Waterleidingduinen aan de zuidkant). Je kunt er wandelen, fietsen en struinen in de duinen, maar ook actief zijn op het water: kitesurfen, golfsurfen of suppen. Bezoekers zijn verrast door de natuurlijke omgeving van Zandvoort. Tegelijkertijd is het voor de toekomst van belang om de balans tussen natuur en recreatie te bewaken. Het circuit biedt een eigen dynamiek op het gebied van (race)sport en zakelijke bijeenkomsten. De strandpaviljoens zijn doorontwikkeld tot volwaardige restaurants. Ook kent Zandvoort een aantal toonaangevende evenementen.

Zandvoort is ook een gastvrij dorp. Zandvoorters zijn van nature eerlijk en direct: 'hart op de tong' en 'gastvrij'. Twee van de kernwaarden uit het DNA-traject. Hierdoor voel je je als gast zeer welkom. Niet voor niets stond Zandvoort in 2023 derde op de lijst meest gastvrije plaats van Nederland, samengesteld door Booking.com. Deze lijst is gebaseerd op de vele positieve beoordelingen die de verblijfsaccommodaties in Zandvoort kregen.

Zandvoort is een eigentijdse badplaats: Gastvrij, sportief en steeds meer jaarrond aantrekkelijk. Dit alles op een unieke, natuurlijke, locatie binnen de MRA, met een directe treinverbinding. Naast strand biedt Zandvoort veel meer dan menigeen denkt. Zandvoorters mogen trots zijn op deze kwaliteiten en dit meer uitdragen via diverse kanalen. Ook in communicatie richting binnenlandse en buitenlandse bezoekers. Iedereen, politiek, ondernemers, maar ook inwoners staan achter deze lijn.

Uitvoeringslijn 2: Verbeteren van imago Zandvoort

Er wordt al hard gewerkt, met onder andere partners als Zandvoort Marketing, aan het verbeteren van het imago van Zandvoort als jaarrond badplaats. Maar het veranderen van een imago is een zaak van lange termijn. Zandvoort Marketing heeft daar, samen met de gemeente en ondernemers, de laatste jaren een goede basis voor gelegd. Uit onderzoek van BUAs⁷ blijkt dat de Dutch Grand Prix bijdraagt aan een positief imago voor Zandvoort en dat dit vooral internationaal Zandvoort meer naamsbekendheid heeft gegeven.

⁷ Onderzoeksrapportage impact Dutch Grand Prix Zandvoort 2021, BUAs (Breda University of applied sciences)

De beoordelingen op Booking.com of Zoover over Zandvoort zijn opvallend positief. In Nederland is het imago van Zandvoort niet bij iedereen positief. Zo bestaat het beeld dat het in Zandvoort altijd erg druk is, dat het aanbod goedkoop is en dat Zandvoort moeilijk bereikbaar is. Uit mobiliteitsberekeningen blijkt dat dit zeker tien dagen per jaar het geval is, maar op veel andere momenten is er voldoende ruimte en is Zandvoort goed bereikbaar. Daarnaast zie je andere benamingen voorbijkomen via beoordelingssites: verpauperd, ordinair of patatdorp. Voor de komende jaren wil Zandvoort dit imago van zich afschudden. Helder is in ieder geval dat Zandvoort veel meer te bieden heeft dan menigeeen denkt en dat dit prominenter gepresenteerd mag worden aan de juiste doelgroepen.

Zandvoort kan zich profileren als badplaats met stedelijke kwaliteit die vooral jaarrond in staat is veel mensen tegelijkertijd te ontvangen. Zandvoort kan ook een goed evenwicht bieden tussen kwantiteit en kwaliteit (met de Formule 1 als voorbeeld). Tegelijkertijd is een goed evenwicht tussen belangen van bezoekers en bewoners noodzakelijk. Denk aan het dorpse karakter met ook perioden van rust. Dit laatste kan in de communicatie richting onze (potentiële) gasten een duidelijker plek krijgen. Zo kan de focus worden gelegd op jaarrond sportief bezig zijn en op gezondheid/wellness, waarmee bezoekers en inwoners in Zandvoort invulling kunnen geven aan het begrip brede welvaart⁸. Iedereen in de MRA-regio kan genieten van de voorzieningen dichtbij huis.

De waarden waarvoor het merk Zandvoort staat moeten door iedereen, zowel door Zandvoort Marketing als ondernemers, maatschappelijke organisaties of inwoners eensluidend worden uitgedragen. Dit zal hand in hand moeten gaan met de benodigde kwaliteitsslag en herindeling van de openbare ruimte en een kwaliteitsslag en gewenste verbreding/uitbreiding van het voorzieningenniveau (passend horeca- en winkelaanbod en overig divers vrijetijdsaanbod) zoals dat bij de strandpaviljoens en evenementen al is gebeurd. Denk bijvoorbeeld aan kwalitatief hoogwaardige voorzieningen in de vorm van nieuw verblijfsaanbod (hotels) in combinatie met horeca, wellness of andere vrijetijdsvoorzieningen. Daarmee kunnen we het imago als gastvrije, sportieve en jaarrond aantrekkelijke badplaats met een kwalitatieve uitstraling versterken.

Uitvoeringslijn 3: Inzetten op de waardevolle bezoeker

De voorspelling is dat zowel binnenlands als buitenlands bezoek aan Nederland gaat toenemen. Dit geldt ook voor een populaire bestemming als Zandvoort en dat heeft invloed op de leefomgeving van de bewoners. Het is daarom steeds meer van belang om je als bestemming te richten op de juiste bezoeker. Het Nederlands bureau voor toerisme en congressen (NBTC) adviseert bezoekers aan te trekken die bijdragen aan een toekomstbestendige bestemming in Nederland: bezoekers die waarde toevoegen en geen overlast veroorzaken. NBTC noemt dit de kwaliteitstoerist, Amsterdam noemt dit de waardevolle bezoeker: de bezoeker die de bestemming bezoekt vanwege haar unieke waarde, haar karakter en identiteit en die zelf waarde toevoegt. Het exacte profiel van de kwaliteitsbezoeker of waardevolle bezoeker verschilt per regio en moet lokaal worden bepaald.

De waardevolle bezoeker in Zandvoort

Voor Zandvoort zal dit gaan om *een bezoeker die de kernkwaliteiten van Zandvoort respecteert en zich hier ook naar gedraagt. Een bezoeker die zich voegt naar het dorp en haar inwoners en geen overlast veroorzaakt. En een bezoeker die zich laat verleiden om ook in het laagseizoen naar Zandvoort te komen.* Dit heeft invloed op de manier waarop er over Zandvoort wordt gecommuniceerd. Uiteindelijk draagt de waardevolle bezoeker ook bij aan het versterken en verbeteren van het imago van Zandvoort. Uit het analyserapport bij deze visie blijkt dat een aantal doelgroepen kansrijk is voor de invulling van 'de waardevolle bezoeker voor Zandvoort':

⁸ Brede welvaart houdt in dat op alle aspecten van wonen, werken en leven de kwaliteit toeneemt, voor alle inwoners. Gezondheid, welzijn en natuurwaarden zijn daarbij volop in beeld. Brede welvaart moet belangrijker zijn dan uitsluitend economische groei. Dit vraagt om innovatie en om een andere manier van denken en doen.

- **Jongere doelgroepen**

Tijdens de participatierondes kwam de leeftijdscategorie **35 tot 55 jaar** er vaak uit als gewenste doelgroep. Deze bestaat veelal uit gezinnen met kinderen of stellen. Al blijkt in de praktijk dat Zandvoort ook aantrekkelijk is voor een grote groep van 65 jaar of ouder. Een actieve benadering van de doelgroep 35 tot 55 jaar is dus belangrijk, in combinatie met het verder ontwikkelen van voor hen interessant aanbod.

Daarnaast moet ook worden gedacht aan de doelgroep **tot 30 jaar**. Veel jongeren zijn heel bewust bezig met milieu, natuur, gezondheid en sport. Er is een grote groep jongeren uit Amsterdam die graag in Zandvoort kite of golfsurft omdat Zandvoort als enige kite- of golfsurf hotspot goed te bereiken is met de trein. Deze doelgroep beschikt meestal niet over een eigen auto. De doelgroep tot 30 jaar vraagt om een geheel eigen aanpak, met een focus op specifiek aanbod (durfsport, duurzaamheid, festivals, OV).

- **Zakelijke bezoeker**

In de verschillende gesprekken in de klankbordgroep, maar ook in onderling overleg met Ondernemersplatform Zandvoort (OBZ) en de grote partijen⁹ is geconcludeerd dat er nog veel kansen liggen in een kwalitatieve doelgroep als de **zakelijke bezoeker**. In Zandvoort zijn er vooral kansen voor de 'Georganiseerde Zakelijke Markt', waarbij de focus eerst ligt op de Nederlandse markt. Met het huidige aanbod kan Zandvoort evenementen of vergaderingen faciliteren in de grootte van 10 tot 500 personen. Het circuit heeft daarnaast mogelijkheden om nog grotere groepen te ontvangen. De zakelijke markt biedt voldoende kansen voor verbreding en kwaliteitsverbetering, zeker in het laagseizoen. Door toevoeging van een kwalitatief hotelaanbod of congresaccommodatie (of vermengd: hotel- met vergadercapaciteit) aan het bestaande aanbod kunnen nog meer gasten uit deze kwalitatieve doelgroep worden ontvangen. Hiervoor lopen al kansrijke ontwikkelprojecten bij het Badhuisplein en Entree. Dit is ook in lijn met de ambities uit de Omgevingsvisie en sluit aan op de marktverkenning die door bureau Sweco¹⁰ is uitgevoerd.

- **Verblijfs- en dagbezoeker**

Uit de participatie kwam het belang van de **verblijfsbezoeker** naar voren. Deze bezoeker blijft langer en besteedt over het algemeen meer ter plaatse dan een dagbezoeker. Bovendien maken zij minder verkeersbewegingen en kiezen ze bewust voor een langer verblijf in Zandvoort. Dagbezoek is daarentegen nog steeds van groot belang. Zandvoort is bij uitstek een plek om te recreëren voor de inwoner uit de MRA. Volgens onderzoek van de provincie is er een groot tekort aan recreatieruimte en Zandvoort kan daarin juist goed voorzien.

Uitvoeringslijn 4: Versterking samenwerking binnen de MRA

Zandvoort is een van de belangrijkste badplaatsen in Nederland en in die zin niet 'zomaar' een gemeente in de MRA. Zandvoort is een volwaardige toeristische bestemming en heeft goud in handen met haar ideale ligging. De relatie met de MRA is er vooral op het gebied van **dagbezoekers**. Zandvoort heeft een strand van 9 km lang en biedt dus veel ruimte om jaarrond bezoekers te ontvangen en daarmee de toenemende vraag naar recreatieruimte vanuit de MRA te faciliteren. Spreiden over de verschillende stranden biedt kansen om het aantal bezoekers verder te verdelen binnen Zandvoort. Dat kan met een scherpere focus op jaarrond sportief bezig zijn en gezondheid/wellness. Zandvoort kan hiermee invulling geven aan brede welvaart en welzijn in de MRA.

De toenemende drukte op piekdagen is wel een punt van aandacht voor Zandvoort. De gemeente ziet kwalitatieve groei van de badplaats niet in extra bezoekers op zomerse dagen. Zandvoort wil

⁹ Deelnemers in dit overleg zijn de grotere bedrijven in Zandvoort die gerelateerd zijn aan toerisme: onder andere Holland Casino, CenterParcs, Circuit, Roompot, NH hotel, Strandpaviljoenhouders en investeerders hotels, voorzitter en vicevoorzitter OBZ en de ondernemersmanager.

¹⁰ Rapport Integrale marktverkenning toeristisch & economisch programma Kern Kustzone, Sweco, 2023

inwoners uit buurgemeenten en de MRA blijven ontvangen op piekdagen, maar dan graag ook op andere momenten in het jaar (groei alleen in voor- of naseizoen). Het strand en de omliggende natuur (duinen, fiets- en wandelpaden) kunnen een alternatief zijn voor het bezoek aan de omliggende natuurgebieden, zeker als het gaat om sportieve activiteiten. Op dit moment loopt een onderzoek naar de bereikbaarheid van de kust, met aandacht voor verschillende vormen van mobiliteit om Zandvoort en Bloemendaal aan Zee goed te kunnen blijven bereiken.¹¹ Hierbij moet nadrukkelijke aandacht zijn voor de bereikbaarheid met het OV, niet alleen met de trein, maar ook met goede busverbindingen vanuit bijvoorbeeld gemeente Haarlemmermeer.

De komst van de **F1** en de aandacht voor het circuit vergroot de kansen voor Zandvoort op **investeerders**. Zandvoort kan samen met particuliere investeerders een goede invulling geven aan verbetering en uitstraling van de openbare ruimte van Zandvoort en jaarrond voorzieningen. Dat is voor kustbestemmingen niet vanzelfsprekend. Zonder deze investeringskracht zal het gebied naar verwachting niet haar opwaardering kunnen maken. Door samenwerking binnen de MRA is het mogelijk om een verdere kwaliteitslag te maken en nieuwe concepten te ontwikkelen.

Kortom: Zandvoort biedt mogelijkheden voor fysieke inspanning en mentale ontspanning en draagt daarmee bij aan de brede welvaart van inwoners en bezoekers in de MRA, maar trekt daarin graag samen op met de regio. Zandvoort kan rekenen op enige ondersteuning vanuit de provincie en MRA als het gaat om belangrijke gezamenlijke thema's zoals mobiliteit of bij visievorming.



¹¹ Onderzoek bereikbaarheid kust Zuid-Kennemerland – een gezamenlijk onderzoek van provincie Noord-Holland, gemeenten Haarlem, Zandvoort, Bloemendaal en Heemstede om de bereikbaarheid van de kust te verbeteren, gestart in april 2023.

Pijler 2: Balans tussen levendigheid en leefbaarheid

'De lusten en lasten van toerisme in evenwicht'

De komende decennia stijgt het aantal inwoners in Nederland.¹² Ook het aantal binnenlandse en buitenlandse bezoekers naar de MRA neemt de komende jaren toe¹³. Om de verwachte toename van bezoekers in goede banen te leiden en te voorkomen dat 'het ons overkomt', moet worden gezocht naar een goede balans tussen de kansen die de vrijetijdssector biedt en de gevolgen die het heeft voor de leefomgeving. In de toeristische visie van het NBTC, 'Perspectief 2030', is de hoofddoelstelling dat bij het toekomstbestendig ontwikkelen van de bestemming Nederland bezoek moet bijdragen aan de welvaart en het welzijn van alle Nederlanders. Toerisme wordt niet langer gezien als een *doel* op zich, maar een *middel* om een nadrukkelijker bijdrage te leveren aan maatschappelijke doelstellingen. Denk daarbij aan het versterken van de eigen identiteit en trots, het vergroten van de leefbaarheid en het creëren van werkgelegenheid en voorzieningen.

Inwoners van Zandvoort geven in het inwonersonderzoek toerisme aan dat toerisme nog steeds belangrijk is. Een grote meerderheid (72%) ziet meer voordelen dan nadelen en 80% helpt toeristen graag bij vragen. Wel is de wens dat gemeente Zandvoort toerisme ontwikkelt dat past bij de schaal van het dorp en rekening houdt met de natuur en leefbaarheid. Anno 2023 is het niet meer vanzelfsprekend om alleen maar in te zetten op promotie en groei, maar juist op activiteiten op het gebied van data, kennis en aanbodontwikkeling en daarbij bewuste keuzes te maken. De ambitie moet zijn dat de lusten van het bezoek er zijn voor zowel ondernemers, bezoekers als inwoners, maar ook dat de lasten tot een minimum zijn beperkt. Er is sprake van een gedeeld belang.

Uitvoeringslijn 1: Sturen van bezoekers(stromen)

Bezoekersmanagement gaat over het sturen van bezoekersstromen. De uitdaging is om bezoekers te motiveren zelf andere keuzes te maken, in plaats van dit met regels af te dwingen.

Een belangrijk punt bij bezoekersmanagement is kennis van de bezoekers en de reden waarvoor zij naar Zandvoort komen. Effectief bezoekersmanagement vraagt om een goede aansluiting en timing van de informatie op de bezoekersreis (juiste boodschap via het juiste kanaal op het juiste moment). Het NBTC heeft een handreiking bezoekersmanagement¹⁴ opgesteld met daarin een stappenplan om te komen tot effectief bezoekersmanagement. Daarin worden diverse suggesties gedaan hoe je het gewenste gedrag bij een bezoeker kan stimuleren. Hiervoor zijn verschillende middelen beschikbaar. Een paar voorbeelden die verder kunnen worden uitgewerkt in de eerste actie-agenda:

- **Het slim en herkenbaar inrichten van de openbare ruimte:**

In de Omgevingsvisie Zandvoort zijn verschillende suggesties opgenomen voor slimme bereikbaarheid zoals het parkeren aan de randen, een voetgangersvriendelijk centrum of het ontwikkelen van nieuwe mobiliteitshubs.¹⁵ Op een mobiliteitshub is het mogelijk om van de auto over te stappen op andere vervoerswijzen: deelfietsen, e-scooters of pendeldiensten (op piekdagen). Kansen worden genoemd voor het station, bij P Zuid of in het noorden (bij boulevard of circuitgebied). Ook op straat kan een en ander eenvoudig worden uitgevoerd, bijvoorbeeld door het aanleggen van fietsparkeervakken. Dit is een vorm van gedragsbeïnvloeding (ook wel bekend als nudging) waarmee mensen op subtiele wijze een duwtje krijgen richting gewenst gedrag. Het is wel belangrijk dat de aangeboden locaties overzichtelijk, schoon en gebruiksvriendelijk zijn. Dit geeft meteen ook een groter gevoel van gastvrijheid: de gast wordt niet aan zijn lot overgelaten op de bestemming, maar gastvrij verwezen naar de aanwezige opties.

In de Omgevingsvisie Zandvoort worden ook drie verschillende sfeergebieden als kans

¹² Uit: [Zandvoort in Cijfers - Bevolking - Zandvoort](#)

¹³ Een verwachte groei van circa 30% in de gehele MRA (uit: Ontwikkelperspectief recreatie en toerisme MRA en Rapport Natuur- en recreatiegebieden Noord-Holland, maart 2022)

¹⁴ [Handreiking Bezoekersmanagement - NBTC](#)

¹⁵ Omgevingsvisie Zandvoort, pag. 45 e.v.

genoemd om alle doelgroepen in Zandvoort te voorzien in hun behoeften: Rond de Noord-boulevard 'stoer en ondernemend' (sfeer is stedelijk, metropolitaan), rond de Midden-boulevard 'dorps en vertier' (traditionele en kleinschalige functies, authentiek en charmant) en rond de Zuid-boulevard 'rust en gezond' (rust, kwaliteit en gezondheid). Deze **zonering** biedt een handvat voor het aanbod aan voorzieningen die verschillende typen bezoekers en inwoners aantrekken op verschillende plekken langs de kuststrook. In het eerder genoemde rapport 'Integrale marktverkenning economisch en toeristisch programma Kern Kustzone' zijn deze drie sfeergebieden aangehouden voor de vertaling naar een kansrijk programma: welke functies (hotel, horeca, diensten, detailhandel, vrijetijdsvoorzieningen) zijn op welke plek het beste geschikt.

- **Goede informatievoorziening: De juiste boodschap, via het juiste kanaal, op het juiste moment**

Een bezoek aan een bestemming begint al voor vertrek en eindigt pas na terugkomst. Dit noemen we de bezoekersreis (customer journey). In alle fasen van de bezoekersreis is informatie en communicatie gewenst, maar steeds met een andere insteek. Zo zal het een half jaar van tevoren, in de oriëntatiefase voor een strandvakantie, meer gaan over algemene feiten van een bestemming en vlak van tevoren over reistijd, parkeren en weerbeeld. Een goed voorbeeld is de informatie over de betaalbare parkeermogelijkheden in diverse talen die nu vooraf aan potentiële bezoekers wordt verstrekt via diverse kanalen: via de logiesverschaffer en via online kanalen. Met het formuleren van positieve boodschappen en het geven van feitelijke informatie creëer je bij de bezoeker een groter gevoel van gastvrijheid.

- **Management (het effectief beheersen van de drukte) op locatie**

Wanneer grote drukte wordt voorzien, vraagt dit om goede voorbereiding. Dit gaat om het houden van overzicht op de drukte in een gebied en het slim inzetten van personeel. Dit vraagt de inzet van diverse instrumenten, naast elkaar. Het kan gaan om het inzetten van hosts, actieve druktemonitoring op hotspots, het delen van informatie met belangrijke stakeholders en slimme inzet van handhavers.

Om goed te kunnen sturen op bezoekersstromen is het gebruik van data belangrijk. Gemeente Zandvoort beschikt intussen over diverse data om hier, samen met stakeholders als Zandvoort Marketing en ondernemers, vooraf voorspellingen op te maken en beter te sturen en ook op te monitoren.

Uitvoeringslijn 2: Voorkomen en verminderen van overlast

De grootste ergernissen van inwoners die voortvloeien uit bezoek aan Zandvoort zijn geluidsoverlast, zwerfafval op het strand of in het dorp en onveilige situaties (overlastgevend jongeren, fietsdiefstallen etc.).¹⁶ Daarnaast is het voor zowel ondernemers als inwoners van belang dat Zandvoort goed bereikbaar blijft en er geen overlast is van files, het uitvallen of verminderen van openbaar vervoer of hinder van parkeren. Dit vraagt om het maken van gerichte keuzes.

Niet alle hinder kan op hele drukke dagen worden voorkomen, maar er kunnen wel diverse middelen worden ingezet om de lasten vanuit toerisme en recreatie zoveel mogelijk te verminderen.

Gemeente Zandvoort kan hiervoor diverse juridische middelen inzetten zoals het aanpassen van de APV, bepaalde verordeningen of regelgeving in bestemmingsplannen. Op korte termijn zal dit bijvoorbeeld gebeuren voor het nieuwe evenementenbeleid waarin regels met betrekking tot sluitingstijden of geluid nadrukkelijker worden vastgelegd.

Voor het verminderen van zwerfafval of het terugdringen van overlast moeten aparte of aanvullende afspraken gemaakt worden met de uitvoerende afdelingen of organisaties. Dit gaat om handhaving en extra schoonmaakrondes. Een voorzet voor capaciteit en middelen wordt meegenomen in de

¹⁶ Uit: Inwonersonderzoek toerisme en inwonerssessie Zandvoort – april 2023 en aantal meldingen uit Veiligheidsanalyse en beleidsprioriteiten IVH ([Veiligheidsanalyse en beleidsprioriteiten IVH \(raadsinformatie.nl\)](https://www.zandvoort.nl/veiligheidsanalyse-en-beleidsprioriteiten-ivh))

eerste actie-agenda. Daarnaast kan gezamenlijk worden opgetrokken in campagnes op basis van gedragsbeïnvloeding, bijvoorbeeld door de bezoeker te stimuleren het afval weg te gooien. Hiervoor start binnenkort al een bewustwordingscampagne op het strand. Een schone omgeving (waar niets ligt) zal een bezoeker sneller bewegen het afval niet op straat of strand te gooien. Ook de omgeving beïnvloedt gedrag.

Uitvoeringslijn 3: Inzetten op duurzaamheid

Duurzaamheid wordt vaak omschreven aan de hand van de drie P's: People, Planet en Profit (later is Profit vervangen door Prosperity). Het gaat er bij duurzaamheid om dat deze drie – mens, milieu en welvaart – met elkaar in evenwicht zijn. Op deze manier zorgen we dat de aarde niet uitgeput raakt en ook op langere termijn leefbaar blijft.¹⁷ Veel instanties en bedrijven hebben deze drie P's intussen geadopteerd als richtlijn voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO).



Duurzaamheid is belangrijk. De bezoeker kijkt hier ook steeds meer naar, vaak al bij het boeken van de reis. Ook Europese en landelijke regelgeving vereisen het. Daarom is duurzaamheid steeds vaker een randvoorwaarde. Dit is de rode, of eigenlijk de groene draad, voor de verdere uitvoering van deze toeristische visie. In dit geval vatten we duurzaamheid breed op. Het gaat niet alleen om het plaatsen van elektrische laadpalen of zonnepanelen, maar ook om het duurzaam verbeteren van Zandvoort als woon- en vakantiebestemming. Het kunnen kleine en grotere maatregelen zijn. Denk aan het stimuleren van een plasticvrij strand, het stimuleren van duurzame vervoermiddelen, het inzetten op betere openbaar vervoer verbindingen tot het verduurzamen van gebouwen en installaties, het hergebruik van materialen (circulaire economie) of het scheiden van afvalstromen.

Ondernemers kunnen hieraan hun steentje bijdragen. Dit kan met het plaatsen van een laadpaal voor elektrische fietsen of auto's of het verminderen van afvalstromen. De horeca neemt hierin al grote stappen (plasticvrij strand, duurzame paviljoens, WeCup). Het kan ook in Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO): het duurzaam inzetten op personeel (onder andere met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt), met veel individuele aandacht voor de medewerkers. Daarmee zorgt een ondernemer voor betrokken en blij personeel en minder ziekteverzuim. Dat straalt ook af op de gast. Duurzaam gastvrij dus!

Regionaal zijn er verschillende initiatieven en regelingen op het gebied van circulaire economie om op aan te sluiten of van te leren. Provincie Noord-Holland heeft een Actieagenda Circulaire Economie 2021-2025 opgesteld. Daaraan is een subsidieregeling verbonden voor kleinschalige activiteiten die bijdragen aan de circulaire economie. De gemeenteraad van Zandvoort heeft recent het Beleidsplan Duurzaamheid vastgesteld waar ook stimuleringsbudget is toegekend voor onder andere duurzame mobiliteit (bijvoorbeeld versnelling van de laadinfrastructuur) en circulaire economie. Hier kan op worden aangesloten met de eerste actie agenda van deze toeristische visie.

¹⁷ Definitie uit Wikipedia

Uitvoeringslijn 4: Versterken van welvaart en welzijn van inwoners

Voor iedereen is wel helder dat toerisme een economische meerwaarde heeft. Het draagt bij aan werkgelegenheid, inkomsten en een aantrekkelijk voorzieningenniveau. Toerisme zorgt ook voor gezelligheid. Evenementen als de F1, Pride at the Beach, maar ook kleinere braderieën of kofferbakmarkten zorgen voor reuring en ontmoeting, en voor trots bij inwoners dat dergelijke evenementen in hun dorp plaatsvinden. Toch kan dit gevoel kantelen als het op sommige momenten te druk wordt in de eigen wijk of op het strand. Zandvoorters vinden toerisme nog steeds heel belangrijk, maar willen naast de economische lusten ook de sociale en psychologische lusten blijven zien. Dat wil zeggen: met plezier wonen in Zandvoort dankzij de voordelen uit toerisme. Om het draagvlak onder inwoners te behouden is het belangrijk om bij investeringen in toerisme of recreatie elke keer ook mee te wegen wat dit oplevert voor de bewoners.

Om inwoners meer te betrekken bij toeristisch Zandvoort kan worden gedacht aan verschillende initiatieven: het inzetten van de inwoners als City Hosts of ambassadeurs voor Zandvoort (Jan Lammers deed dit al goed bij het terughalen van de Formule 1), maar ook door inwoners actief te betrekken bij nieuwe initiatieven. Bijvoorbeeld bij een kunstproject in het dorp of bij het realiseren van een nieuwe recreatiezone (skatebaan, wandelroute). Daarnaast kunnen subsidiemogelijkheden zoals buurtfondsen inwoners helpen om hun leefomgeving aantrekkelijk te maken, voor zichzelf en voor bezoek. Hiervoor zou meer aandacht kunnen zijn.

Ook is het belangrijk om met regelmaat de mening van inwoners over toerisme en recreatie op te halen door bijvoorbeeld de inwonerspeiling toerisme periodiek te herhalen. Zandvoort beschikt over een betrokken digipanel met ruim 1.500 leden die graag hun mening over verschillende onderwerpen willen geven.

Voor het betrekken van inwoners op andere toeristische bestemmingen zijn ook succesvolle voorbeelden voorhanden. Dit wordt verder meegenomen in de actie-agenda.

*Pijler 3: Verbetering verblijfsaanbod en heldere regelgeving
'Zet in op kwaliteit en duidelijkheid'*

Om het gewenste toekomstperspectief van een gastvrij, sportief en jaarrond aantrekkelijk Zandvoort te bereiken is het belangrijk dat er een kwaliteitsslag wordt gemaakt in het verblijfsaanbod en dat er daarnaast alleen nog kwalitatief aanbod wordt toegevoegd. Dit is geen randvoorwaarde, maar een absolute vereiste. Hiervoor was het belangrijk om eerst inzicht te krijgen in het huidige verblijfsaanbod. Dit is uitgebreid omschreven in het analyserapport.

Uit het analyserapport blijkt dat de prijs-kwaliteitverhouding bij vooral de professionele verblijfssector, en nog specifiek in de hotelsector, onder druk staat. De vraag is groter dan het aanbod. Hierdoor stijgen de prijzen harder dan de stijging in kwaliteit.

Als we naar het totale verblijfsaanbod kijken beschikt Zandvoort over veel typen verblijfsaccommodaties (versnipperd aanbod) op ongeveer 875 locaties. Echter, op minder dan 10% van deze adressen zijn professionele verblijfsaccommodaties gevestigd. Zandvoort beschikt over relatief weinig bedden in het professioneel verblijfsaanbod vergeleken met andere badplaatsen langs de Noordzeekust. Veel aanbod in Zandvoort is kleinschalig. Dit geldt vooral in het hotelaanbod waarin het totaal aantal bedden achterblijft en er slechts twee hotels zijn met meer dan 100 bedden. Daartegenover staat dat meer dan een derde van alle toeristisch verhuurde bedden zich in woningen bevindt. Zandvoort is hiermee één van de koplopers in de provincie Noord-Holland.

Hieronder een overzicht per categorie verblijfsaanbod:

Categorie	Aantal aanbieders/ adressen	Aantal kamers/ Bungalows/appartementen/ kampeerplaatsen	Bedden
Hotels	19	789	1.685
Pensions/appartementencomplexen	29	160	387
Vakantieparken	2	532	3.008
Campings voor toercaravans/campers en daarnaast vaste stacaravans	2	105 472	420 1.416
Openbare camperplaats	1	14	42
Strandbungalows (toeristisch)	7	1	204
Bed & Breakfasts (max 2 kamers)	585	1.170	2.340
Particuliere vakantieverhuur (max 6 pers.): studio's, vakantievilla's, recreatiewoningen etc. bij woonadressen	231	693	1.386
Totaal aanbod	875	3.986	10.888
Extra: Federatie van strandhuisjes (gemiddelde bezetting 2,74 per huisje)	4 verenigingen	650 strandhuisjes	1.781
In ontwikkeling of in de planning (nog niet allen vergund):			
<i>Strandbungalows voor toer. verhuur</i>	4	25	100
<i>Sandvoerde (transitie – in plaats van stacaravans)</i>	1	250	1.000
<i>Palace hotel – uitbreiding bij Entree</i>	1	72	144
<i>Hotel Badhuisplein</i>	1	150	300
<i>Plannen Noord boulevard/ circuit</i>		Nog niet concreet	

Tabel 1 – Overzicht verblijfsaccommodaties Zandvoort

Bron: Registratieplicht toeristische verhuur, interne documenten, raadpleging verblijfssector/ontwikkelaars, Federatie van de strandhuisje en Logies Zandvoort - d.d. 1 juni 2023

NB: voor het aantal kamers/bedden is in sommige categorieën zoals campers met een gemiddelde gewerkt. Bij B&B en Particuliere vakantieverhuur is uitgegaan van het maximale aantal slaapplekken. Bezetting is echter niet altijd 100%.

In het huidige ruimtelijke beleid voor verblijfsaccommodaties (Visie op Verblijfsaccommodaties 2014 en het laatste Toetsingskader Verblijfsaccommodaties 2022) staat bij alle categorieën stimulerend beleid voorop. Alle vormen zijn prima, mits wordt voldaan aan een aantal ruimtelijke vereisten. Duidelijke overkoepelende ruimtelijke kaders ontbreken. Intussen is de tijd veranderd en is ongelimiteerde groei niet meer mogelijk. De ruimte in Zandvoort is schaars en ook de woningmarkt staat onder druk. Belangrijk is dat voor heel Zandvoort de kaders helder zijn en keuzes worden gemaakt in gewenste logiesvormen voor de langere termijn.

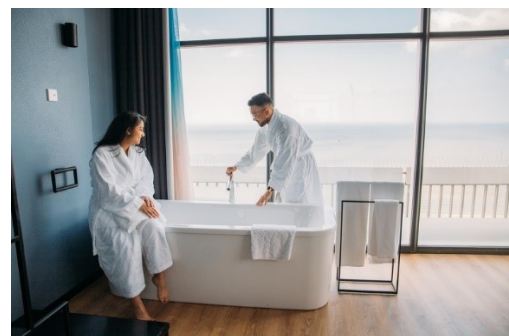
Uitvoeringslijn 1: Focus op kwaliteit en professionaliteit

Zandvoort heeft behoefte aan een aantal professionele verblijfsaccommodaties die kunnen bijdragen aan het toevoegen van jaarrond voorzieningen en daarmee ook zorgen voor een kwaliteitsimpuls in de openbare ruimte (qua uitstraling/inrichting). Het is niet alleen maar MEER, maar BETER. Vanuit de provincie Noord-Holland is het beleid om alleen in te zetten op kwalitatieve verblijfsaccommodaties die een toegevoegde waarde hebben voor de ontwikkeling van de bestemming. Gezien de ambitie 365 dagen per jaar aantrekkelijk te zijn is het van belang om vooral te kijken naar aanbod dat wat toevoegt in het laagseizoen of tijdens rustigere doordeweekse dagen, maar ook naar welke doelgroep Zandvoort wenst te ontvangen. In pijler 1 is al gesproken over de waardevolle bezoeker en specifiek de zakelijke markt én de ambitie om als sportieve gemeente verder te ontwikkelen.

Uit het analyserapport blijkt bovendien dat de prijs-kwaliteitverhouding bij vooral de professionele verblijfssector, en nog specifiek bij de hotelmarkt, onder druk staat: de prijzen voor een gemiddelde hotelkamer stijgen, maar de stijging in kwaliteit groeit niet navenant mee. De vraag is groter dan het aanbod. Alleen de middelgrote hotels hebben gerenoveerd of zijn uitgebreid. Dit is ook opgemerkt rondom de organisatie van de Formule 1: hotelkamers worden aangeboden voor Amsterdamse prijzen, maar voldoen niet aan de kwaliteit die Noordwijk wel biedt. Dit laatste zien we minder terug bij de vakantieparken. Deze parken hebben recent gerenoveerd of zijn nog relatief nieuw. Gasten zijn bereid meer te betalen als het product maar voldoet aan hun verwachtingen.

Het is dus belangrijk om focus aan te brengen in het nog gewenste verblijfsaanbod.

Er is meer professionele verblijfs capaciteit nodig om de prijzen op orde te houden en niet in een negatieve prijs-kwaliteitsspiraal te komen. Hierbij liggen de meeste kansen in hotelontwikkelingen bij de reeds lopende projecten (Badhuisplein, Entree) en projecten aan de kust in het noordelijk gebied (noord boulevard en circuitgebied). Daar kan een aantrekkelijk aanbod worden gecreëerd voor de waardevolle bezoeker zoals de zakelijke markt, gekoppeld aan de voorzieningen van het hotel. Daarnaast zijn er kansen voor niche markten zoals een trendy hostel of een unieke gecombineerde accommodatie (wellness met hotel, of sportopleidingsinstituut met hostel). Ook blijkt uit de markt dat er een enorme vraag is naar camperplaatsen. Investeren in een ruime GOP (Gereguleerde Overnachtings Plaats), met toezicht en voorzieningen, is kansrijk.



Uitvoeringslijn 2: Beperken van toeristische verhuur in gehele woningen

Toeristische verhuur in woningen, en zeker Bed & Breakfast, is een kleinschalige logiesvorm en past vanuit het verleden bij Zandvoort en kent een aantal positieve aspecten. Het biedt de Zandvoorter een mogelijkheid om te profiteren van toerisme (extra inkomsten) en het biedt de bezoeker de gelegenheid om in contact te komen met de 'locals'. De laatste jaren zien we ook negatieve aspecten: de aanwezigheid van gasten geeft meer drukte in woonwijken en een grotere parkeerdruk. Onder het mom van Bed & Breakfast worden soms zelfs hele panden verhuurd. Ook schuurtjes in achtertuinen worden verhuurd. Bij controles blijkt niet altijd een bewoner aanwezig te zijn. Het is echter lastig om een handhavingss dossier op te bouwen: dit is arbeidsintensief, kostbaar en rechterlijke procedures duren lang. De capaciteit van handhaving is beperkt en de regelgeving is niet altijd duidelijk. Dit alles leidt niet alleen tot druk op de leefbaarheid in de woonwijken, maar ook tot een ongelijk speelveld met professionele aanbieders van verblijfsaccommodaties.

In Zandvoort is, net als op meer plekken binnen de MRA, woningschaarste. Het is vooral voor starters niet gemakkelijk om aan een betaalbare woning te komen. Daartegenover staat dat het op dit moment nog heel lucratief is om een woning in Zandvoort aan te schaffen en deze vervolgens toeristisch te verhuren. In Zandvoort mag je 120 dagen de gehele woning toeristisch verhuren (particuliere vakantieverhuur) en daarnaast kan er onder vergunning ook een recreatie appartement of recreatiewoning worden verhuurd (maximaal 120 dagen aan dezelfde persoon). Zandvoort heeft een relatief hoge dichtheid van woningen die (soms deels) toeristisch worden verhuurd: 40 woningen op 1.000 inwoners. In het centrum van Zandvoort is het aantal verhuurde accommodaties volgens de Airbnb-monitor zelfs 222 op 1.000 inwoners.¹⁸ Zie ook het analyse rapport (4.1.2 en bijlage 2).

In de huisvestingsverordening¹⁹ zijn regels opgesteld met betrekking tot de toeristische verhuur van woonruimte. Om negatieve effecten op de leefbaarheid door deze verhuur in te perken is er voor de particuliere vakantieverhuur een registratieplicht, een nachtcriterium en een meldplicht sinds 2022 (gebaseerd op de Wet toeristische verhuur woningen). Via een digitaal registratiesysteem kan de eigenaar van een gehele woning via een nachtteller aangeven wanneer de woning wordt verhuurd. Als de teller op 120 nachten staat wordt het systeem gesloten. Ook is voor het verhuren van de gehele woning verplicht dat de eigenaar ingeschreven staat in de Basis Registratie Personen (BRP) van de gemeente Zandvoort. In de huisvestingsverordening is opgenomen en onderbouwd waarom het behoud van (vooroorlogse) eengezinswoningen zo belangrijk is voor Zandvoort. Dankzij de registratieplicht heeft de gemeente inzicht in het aantal adressen dat toeristisch verhuurt. Bij overtreding van de regels kunnen er bestuurlijke boetes worden opgelegd die oplopen tot € 8.700,- per overtreding.

De laatste jaren is er nog steeds sprake van een stijging van het aantal (toeristisch verhuurde) adressen. Per 1 juni 2023 werden op 231 adressen gehele woningen (particuliere vakantieverhuur) verhuurd en 585 Bed & Breakfasts. In september 2022 waren dit nog 168 gehele woningen en 512 Bed & Breakfasts. Volgens de controleurs van ODIMond zou het aantal in werkelijkheid nog hoger liggen en is regulering van de markt en daarbij het kunnen terugvallen op heldere en meetbare regelgeving van belang.

Voor het toeristisch verhuren in woningen (Bed & Breakfast, particuliere vakantieverhuur, pensions, recreatiewoningen/appartementen) zijn er een aantal voorwaarden opgenomen in het toetsingskader verblijfstoeristische accommodaties en in de geldende bestemmingsplannen. Zo is bijvoorbeeld opgenomen dat bij Bed & Breakfast de verhuur in het hoofdgebouw moet plaatsvinden, maar specifieke ruimtelijke criteria ontbreken bij de meeste vormen. Er is ook geen vergunning nodig voor het starten van een Bed & Breakfast (4 bedden) of particuliere vakantieverhuur in de woning.

¹⁸ Airbnb Monitor Noord-Holland 2021, Bureau Stedelijke Planning & Universiteit Utrecht

¹⁹ [Huisvestingsverordening Zuid-Kennemerland/IJmond: Zandvoort 2022 | Lokale wet- en regelgeving \(overheid.nl\)](#)

Als Zandvoort het woningtekort wenst terug te dringen, de leefbaarheid in bepaalde wijken (zoals het centrum) wil vergroten, en daarnaast hotelaanbod wil stimuleren is het belangrijk om te werken met heldere ruimtelijke regelgeving bij deze vorm van verhuur en deze markt te reguleren. Hiermee houd je grip op wat er verhuurd mag worden en kunnen er ook grenzen gesteld worden. Zandvoort heeft voldoende toeristische bedden in woningen beschikbaar en staat in de top 5 van gemeenten die op de meeste adressen bedden verhuren in woningen. Een verdere uitbouw van deze sector is niet nodig. Daarnaast is het belangrijk dat de illegale verhuur wordt aangepakt. Om het toeristisch verhuren in woningen beter te reguleren wil gemeente Zandvoort daarom de mogelijkheden afkaderen in zowel 'ruimte' als 'tijd'.

Om een eerlijk speelveld te creëren stellen we het volgende voor om nader uit te werken in nieuwe beleidsregels²⁰:

- **Heldere definities en meetbare criteria:** Hierbij denken we aan een maximum percentage van de woonoppervlakte (eerste criterium) en een maximum aantal vierkante meters (tweede criterium). Dit is in 2022 in het toetsingskader verblijfstoeristische accommodaties alleen aangepast voor recreatiewoningen. In bijna alle Noord-Hollandse toeristische gemeenten zijn dergelijke regels al van kracht. Er is alleen onderling wat verschil in de hoogte van het percentage en in het maximum aantal vierkante meters. De uitgangspunten uit deze toeristische visie worden uitgewerkt in juridisch afdwingbare regels. Hiervoor zijn juridische aanpassingen nodig in de huisvestingsverordening en in de ruimtelijke regelgeving.
- **Er wordt een maximum gesteld aan het aantal te verhuren kamers per adres (naast het maximum aan bedden) voor de logiesverstrekking t/m vier bedden.**
In het huidige toetsingskader wordt er alleen geteld op basis van bedden. Voor een Bed & Breakfast zijn er maximaal vier bedden mogelijk. Er is geen maximum aantal slaapkamers aan verbonden terwijl het ondergeschikt moet zijn aan het wonen. In de praktijk zou dit echter kunnen betekenen dat er vier (eenpersoons)kamers zouden kunnen worden verhuurd. Dit maakt het aantonen van ondergeschiktheid nu discutabel.
- **Er is duidelijkheid over de eisen omtrent parkeren, ook bij Bed & Breakfasts.**
Bij de verschillende vormen van toeristische verhuur in woningen wordt soms wel, soms niet verwezen naar een verplichting van parkeren op eigen terrein. Op dit moment zijn er afspraken over loopafstanden naar een parkeerterrein in de Parkeernormen Nota opgenomen. En in sommige gevallen is parkeren op eigen erf van kracht. Voor elk type van vakantieverhuur in woningen moet goed gekeken worden wat wenselijk is qua parkeereis bij het aanpassen van de ruimtelijke criteria en bij eventuele aanpassingen in de Parkeernormen Nota.
- **Er komt een verlaging in het aantal dagen voor particuliere vakantieverhuur van 120 naar maximaal 30 dagen.**
Voor de overgang naar 30 dagen wordt een redelijke overgangstermijn voorgesteld van minimaal een jaar. Vergelijkbare toeristische gemeenten zijn Zandvoort hierin al voorgegaan, maar ook alle grote gemeenten zoals Amsterdam en Haarlem hanteren 30 dagen. Bij sommige gemeenten zoals Texel of Diemen is toeristische verhuur in gehele woningen helemaal verboden. Er ontstaat op dit moment een waterbedeffect: doordat Zandvoort ruimhartig is in het aantal dagen verhuur verplaatsen investeerders/sleutelbazen zich vanuit andere plaatsen naar een populaire vakantiebestemming als Zandvoort. Met 30 dagen is het voor een woningeigenaar nog steeds mogelijk om een huis toeristisch te verhuren tijdens de vakantieperioden (een gemiddelde Nederlander heeft 25 vakantieperioden). Daarnaast blijft de

²⁰ De visie (raad) bevat de nieuwe uitgangspunten. De uitwerking (B&W) in beleidsregels via o.a. een nieuw toetsingskader komt daarna. De raad stelt in de visie de belangrijkste uitgangspunten vast.

mogelijkheid open om een Bed & Breakfast met maximaal vier bedden voor meer overnachtingen per jaar te exploiteren.

- **Voor pensions en recreatiewoningen wordt nader gekeken naar de criteria**
- **Alles wordt juridisch getoetst voor publicatie**

Hiermee zijn er minder overnachtingen mogelijk op jaarbasis in gehele woningen maar daar staat tegenover dat er meer marktruimte ontstaat voor uitbreiding in het professioneel verblijfsaanbod. Dit kan zo ook beter ruimtelijk worden onderbouwd. Daarnaast ontstaat er meer lucht op de woningmarkt omdat woningen minder aantrekkelijk worden om op te kopen door investeerders van buitenaf.

De uitgangspunten uit deze toeristische visie worden uitgewerkt in juridisch afdwingbare regels. Hiervoor zijn juridische aanpassingen nodig in de huisvestingsverordening en in de ruimtelijke regelgeving (aanpassing toetsingskader verblijfsaccommodaties en/of in een omgevingsprogramma en ook wijzigingen in de omgevingsplannen). Deze komen ter overweging en besluitvorming terug bij de uitvoering van deze toeristische visie als één van de eerste acties in de actie agenda. Voorafgaand wordt eerst een planschade risico analyse opgesteld. Voor de analyse of er sprake is van planschade wordt de eerdere planologische situatie vergeleken met de nieuwe en rekening gehouden met de geldende bestemmingsplannen. Daarbij wordt ook gekeken wat een redelijke overgangstermijn zou zijn om de schade op waardevermindering in euro's te voorkomen). Hiermee krijgt Gemeente Zandvoort meer grip op de particuliere vakantiehuurmarkt in woningen.



Hieronder een samenvatting van het advies en uitgangspunten voor nieuw beleid bij de verschillende vormen van toeristische verhuur in woningen:

Type verhuur	Huidig beleid en voorwaarden	Uitgangspunten in nieuw beleid:
Voor alle vormen van toeristische verhuur	De verhuurder is verplicht toeristenbelasting af te dragen	De verhuurder is verplicht toeristenbelasting af te dragen
Bed & breakfast	<ul style="list-style-type: none"> - Max. 4 bedden verhuren onder bepaalde voorwaarden - Alleen 1^e keer meldplicht en registratieplicht - Gehele jaar verhuur mogelijk. 	<ul style="list-style-type: none"> - 4 bedden, in maximaal twee kamers en meetbare ruimtelijke criteria instellen: maximum percentage van de woonoppervlakte en max. aantal vierkante meters - Hoofdbewoner is tijdens de verhuur aanwezig en woonachtig in het pand - Kijken naar parkeervereisten.
Particuliere vakantieverhuur	<ul style="list-style-type: none"> - Maximaal zes personen - Eigenaar ingeschreven in BRP - Wordt de woning verhuurd via een (online) platform, dan moet dat eenmalig via een digitaal formulier worden gemeld bij de gemeente. Deze meldingsplicht geldt ook voor woningen die reeds worden verhuurd via Airbnb en andere (online) platforms, maar nog niet eerder zijn gemeld bij de gemeente. - Maximaal 120 dagen - Voldoen aan bouwbesluit - Registratieplicht en nachtcriterium met meldplicht - Geen parkeervereiste - Er mag geen sprake zijn van overlast 	<ul style="list-style-type: none"> - Maximaal zes personen en ingeschreven in BRP blijft van kracht - Maximaal 30 dagen - Registratieplicht en nachtcriterium met meldplicht - Criteria voor melding digitaal platform en voldoen aan bouwbesluit blijven van kracht. - Meetbare ruimtelijke criteria instellen: alleen verhuren in het hoofdgebouw tenzij het om een vrijstaande recreatiewoning op eigen terrein gaat. En maximum percentage verhuurbare woonoppervlakte instellen. - Kijken naar parkeervereisten - Er mag geen sprake zijn van overlast (bv. Geluidsoverlast, afval, asociaal gedrag richting burens)
Pension	<p>Ruimtelijke onderbouwing moet ingediend worden. Vergunning vereist.</p> <p>Ook een planschade overeenkomst moet overlegd worden.</p> <p>Het is alleen toegestaan in bepaalde zones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maximaal 10 bedden - Bepaalde economische criteria (bepaalde doelgroepen, onderscheidend etc.) - Degene die verhuurt woont er ook - Voldoen aan parkeernorm in bestemmingsplan of parkeernota - Gehele jaar verhuur 	<p>In toekomst op basis van planschaderisico analyse hier nader naar kijken of deze vorm van toeristische verhuur nog wenselijk is.</p> <p>Bestaande pensions kunnen blijven bestaan onder dezelfde voorwaarden. Bij eventuele wijzigingen in regelgeving in de toekomst geldt voor de bestaande pensions een (ruime) overgangstermijn.</p>

<p>Recreatiewoning</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Het betreffende pand moet bij de gemeente aangemeld worden als zijnde in gebruik voor particuliere verhuur - Per perceel mag maximaal 1 recreatieappartement (hoofdgebouw) of maximaal 1 vrijstaande recreatiewoning (bijgebouw) worden gerealiseerd. - Bijgebouw: Maximaal 50 m² en maximaal 35% v.h. erf - Maximaal 120 dagen verhuur - Voldoen aan parkeernorm (1 parkeerplaats) <p>Voor het aanvragen hiervan is een goede ruimtelijke onderbouwing nodig om te kunnen afwijken van bestemmingsplan. Ook zijn er vereisten aan uitstraling van het pand. Op basis hiervan wordt een vergunning verstrekt. Daarnaast dient initiatiefnemer een planschade overeenkomst te sluiten met de gemeente. Er is een zonering aangegeven gelijk aan pensions.</p>	<p>In toekomst op basis van planschaderisico analyse hier nader naar kijken en kijken of deze vorm gelijk getrokken kan worden qua omvang bedden en nachten aan particuliere vakantieverhuur: Maximaal zes bedden en maximaal 30 nachten verhuur.</p> <p>Voor bestaande recreatiewoningen wordt gekeken of men voldoet aan de geldende regelgeving (zie hiernaast). Bij eventuele wijzigingen in de toekomst in de regelgeving geldt voor de bestaande recreatiewoningen een (ruime) overgangstermijn.</p>
------------------------	---	--

Uitvoeringslijn 3: Heldere kaders, regelgeving en actieve handhaving

De hoofdconclusie die kan worden getrokken uit het lezen van de huidige Visie op Verblijfsaccommodaties en bijbehorend toetsingskader is dat er op alle vormen van verblijfsaanbod een **stimulerend beleid** geldt: van camping tot hotel tot particuliere toeristische verhuur in woningen. Bij elke accommodatievorm staat genoteerd dat de gemeente stimulerend beleid voert. Alleen bij de hotelsector wordt specifiek gesproken over ruimte in groei van 300 kamers en ook dat de ontwikkeling van de hotelsector leidend is in het gemeentelijk verblijfstoerismebeleid. Gezien de ambitie om meer dagen per jaar aantrekkelijk te zijn is het van belang om vooral te kijken naar aanbod dat wat toevoegt in het schouder- of laagseizoen, maar ook naar welke doelgroep Zandvoort wenst te ontvangen. Dus **jaarrond kwalitatief verblijfsaanbod**.

Het toetsingskader verblijfstoeristische accommodaties is recent aangepast, maar dit bevatte alleen aanpassingen bij de recreatiewoningen. Intussen is een **aantal criteria** bij de andere typen verblijfsaccommodaties achterhaald en blijkt het lastig te toetsen. Een aantal voorbeelden:

- Hotelsterren zijn intussen losgelaten in de Europese Hotelkwalificatie
- De indicator “leefstijlen” gaat nog uit van een oud model. Intussen is landelijk de Leefstijlvinder van toepassing.
- Er is weinig sturing op kwaliteitseisen.
- Bij particuliere toeristische verhuur zijn er geen ruimtelijke meetbare criteria opgenomen.
- In de huidige tijd vervaagt het onderscheid voor de gast tussen een hotel en pension. Sommige pensions noemen zich ook hotels of andersom. In de ruimtelijke regelgeving gelden er echter wel andere vereisten. Het onttrekken van een woning voor een pension is in deze tijd niet meer gewenst.
- Een belangrijke trend is dat er vaker sprake is van vermenging van functies tussen verblijfs- en dagrecreatie (bijvoorbeeld een wellness centrum met hotelkamers).
- Er was tot nu toe beperkt zicht op het aantal en typen accommodaties, aantal bedden en bezettingsgraden in Zandvoort waardoor het voor het bestuur lastig was om keuzes te maken in de gewenste vormen van verblijfsaccommodaties. Dit wordt in deze toeristische visie inzichtelijk gemaakt (zie ook het analyserapport). Daarnaast ligt er een Omgevingsvisie en zijn er marktverkenningen beschikbaar.

Belangrijk is dat voor heel Zandvoort de randvoorwaardelijke kaders en definities voor alle vormen van verblijfsaccommodaties helder zijn en in alle nota's op elkaar aansluiten. Een nieuw toetsingskader voor het verblijfsaanbod of een overkoepelend omgevingsprogramma verblijfsrecreatie is van essentieel belang. Hierin komen juridisch afdwingbare regels te staan waardoor toetsing mogelijk is. Daarbij kunnen er meetbare criteria worden toegevoegd voor de particuliere vakantieverhuur. Vooraf is een planschade risicoanalyse nodig. Dit helpt om de financiële risico's op tijd in beeld te brengen bij het herzien of ontwikkelen van nieuwe omgevingsplannen. Naast het aanpassen van de ruimtelijke regelgeving is het van essentieel belang dat wordt gekeken naar een effectieve manier van handhaving. Alleen met restrictief beleid en actieve handhaving kan illegale toeristische verhuur worden voorkomen of aangepakt. Hiervoor zullen extra middelen gevraagd worden in de actie-agenda.

Uitvoeringslijn 4: Borgen van ruimte voor verblijfsaanbod

Gezien het belang van goede kwalitatieve verblijfsvoorzieningen en de daarbij behorende gast moet met een integrale blik naar de beschikbare ruimte worden gekeken. Er moet ruimte worden geclaimd voor verblijfsvoorzieningen, naast de urgentie van veel lokale overheden om woningen te bouwen. De omgevingsvisie heeft hiervoor al een aanzet gedaan. Ook is er een directe verbinding met de randvoorwaarden, genoemd in paragraaf 2.5, zoals mobiliteit/bereikbaarheid en een kwaliteitsslag in de openbare ruimte.

Voor een aantal gebieden liggen er concrete plannen zoals Entree en Badhuisplein, maar in het noorden van Zandvoort (circuitgebied en noordboulevard) zijn er ook verschillende ideeën en wensen. Gemeente Zandvoort heeft marktverkenningen door Sweco laten uitvoeren waaruit blijkt dat er nog potentiële marktruimte is voor 20.000 m² bvo (bruto vloeroppervlakte) voor hotels, waarvan het meeste is meegenomen in de projecten Badhuisplein en Entree, maar daarnaast is er nog ruimte voor een extra hotelontwikkeling elders in Zandvoort.

Belangrijk, zeker ook voor Noord, is dat met een overkoepelende visie wordt gewerkt aan een integraal 'omgevingsprogramma' waarin helder wordt waar het verblijfsaanbod een plek kan krijgen. Dit kan ook in combinatie met dagrecreatief aanbod (zie pijler 4). Ook voor vrijetijdsvoorzieningen is er marktruimte conform een marktverkenning van Sweco. De gemeente heeft in Noord een grondpositie (Camping De Duinrand). Hierover moet nog een besluit worden genomen: welk verblijfsaanbod willen we hier eventueel faciliteren, met hoeveel slaappleaatsen of moet hier een andere vorm van vrijetijdsvoorziening (wellness) of een combinatie van beiden komen?

Bij elke ontwikkeling van verblijfsaccommodaties moet worden aangesloten op het Ontwikkelkader Verblijfsaccommodaties MRA waarbij belangrijke criteria onder andere zijn dat ze meerwaarde hebben voor een specifieke doelgroep, duurzaam zijn en draagvlak hebben bij bewoners en ondernemers.²¹ Dit past ook in lijn van deze visie en de lopende of gewenste ruimtelijke projecten: Een integraal programma met nieuwe en meer diverse kwalitatieve voorzieningen (in dit geval nieuw verblijfsaanbod) is één van de drie ruimtelijke bouwstenen voor de gezamenlijke ambitie 'Zandvoort 365 dagen per jaar aantrekkelijk' met daarnaast een verzorgde en comfortabele openbare ruimte en verbeterde bereikbaarheid en parkeermogelijkheden.

²¹ MRA Ontwikkelkader verblijfsaccommodaties – Grip op groei, MRA werkgroep verblijfsaccommodaties (2019).

Belangrijkste criteria: moet bijdragen aan spreiding van toerisme in de MRA, sluit aan bij gewenste gemeentelijke locaties voor ontwikkeling, moet meerwaarde hebben voor specifieke/nieuwe doelgroep, duurzaam zijn, er vrijetijdsvoorzieningen zijn in de buurt en het draagvlak heeft vanuit omgeving.

Pijler 4: Programmering dagrecreatief aanbod 'Zet in op samenhang, kwaliteit en jaarrond'

Zandvoort ligt op een unieke locatie bij de zee, strand en duinen. De meeste bezoekers komen naar Zandvoort voor het strand en het vertier op het strand. Daarnaast kent Zandvoort unieke evenementen, van klein tot groot, die zowel interessant zijn voor inwoners als voor verschillende doelgroepen van buitenaf. Bij slecht weer of in de wintermaanden is het aanbod voor vermaak echter minder uitgebreid. Zo zijn er in Zandvoort niet veel indoor faciliteiten beschikbaar. De vermaakindustrie is vooral gericht op gezinnen met kinderen zoals de faciliteiten in CenterParcs, Family Entertainment in het Circus of de Escape Room. Voor de oudere gasten zijn er nog uitgaansmogelijkheden bij Holland Casino en het Circus of bij de horeca. Inwoners of bezoekers zijn bij minder weer voor andere vormen van vermaak aangewezen op de faciliteiten in Haarlem of Amsterdam.

De vakantieganger van tegenwoordig is steeds meer op zoek naar beleving: een ervaring die je niet meer vergeet. Het doel is een ervaring van gasten om te buigen naar een beleving, gebruik makend van trends en ontwikkelingen: de bezoeker van de toekomst wil graag onthaasten, meer luxe dan thuis, maar ook echt in contact komen met de bestemming en haar bevolking. Deze trends kunnen worden vertaald naar de vrijetijdsvoorzieningen. Denk vooral 'out of the box'!

Uitvoeringslijn 1: Kwaliteitsslag in voorzieningenaanbod

Uit de Economische Visie van Zandvoort (2019) blijkt dat er beperkte uitbreidingsruimte is voor nieuwe detailhandel en horeca. Verplaatsen of uitbreiding van bestaand aanbod is wel kansrijk. Ook worden kansrijke trends genoemd als 'blurring' (grensvervaging tussen detailhandel en andere branches, bijvoorbeeld een combinatie van een winkel met horeca), maar ook bedreigingen als een overaanbod aan (dezelfde) horecabedrijven. Over het algemeen blijkt dat bezoekers de horeca en detailhandel in het centrum als minder kwalitatief ervaren dan op het strand. Een betere verbinding tussen dorpscentrum en strand en een concentratie van horeca en detailhandel in het dorp is volgens de Economische visie wenselijk. In deze toeristische visie is dit nog steeds het uitgangspunt. Een kwaliteitsslag is nodig en hier moet actief op worden ingezet. Kwaliteit gaat voor kwantiteit. Dit kan met behulp van nader onderzoek naar de effecten van blurring of branchering, maar ook door acquisitie en revitalisering van het centrum. Hierin wordt de samenwerking gezocht met de ondernemersmanager, OBZ, vastgoedeigenaren en ontwikkelaars. In de Economische Visie en het Actieplan Centrum zijn diverse kansen en acties opgenomen om hier invulling aan te geven. Dit is een leidraad voor nadere acties in de eerste actie-agenda. Daarnaast is ook een kwaliteitsslag nodig in voorzieningen voor de watersport die ook jaarrond gebruikt kunnen worden. Denk aan opslagruimten voor de surf boards of doucheruimtes in het laagseizoen. Dit kan ook door de commerciële sector worden ingevuld. De gemeente moet hiervoor de kaders scheppen (onder andere via een omgevingsprogramma of nadere ruimtelijke kaders met betrekking tot een jaarrond watersportcentrum).

Uitvoeringslijn 2: Versterking van het evenementenaanbod

Zandvoort heeft een kwalitatief en divers evenementenaanbod met jaarlijks ongeveer 120 evenementen. Gezien het maatschappelijke en economische belang van evenementen voor Zandvoort wil de gemeente zich ook de komende jaren blijven focussen op een aantrekkelijke evenementenkalender, waarbij het borgen van een kwalitatief hoogwaardig en divers aanbod één van de speerpunten is. Ook inwoners en ondernemers zien het belang hiervan in. Kwaliteit is echter meer dan alleen een goede programmering. Zandvoort heeft een unieke mix van kernkwaliteiten; strand, natuur, circuit en centrum. Die kwaliteiten kunnen ook worden benut voor evenementen.

Bij het organiseren van een evenement komt steeds meer kijken. Vooral de gratis toegankelijke evenementen komen meer onder druk te staan. De gemeente moet de komende jaren dan ook vinger aan de pols houden en evenementen waar mogelijk (financieel) blijven ondersteunen om te voorkomen dat bepaalde evenementen verdwijnen.

Voor de komende jaren staan de volgende ambities centraal:

1. Borgen van een kwalitatief hoogwaardig en divers evenementenaanbod
2. Aantrekken evenementen die aansluiten bij de identiteit en profilering van Zandvoort
3. Spreiding van evenementen in ruimte en tijd
4. Voldoende ruimte voor evenementen
5. Beperken van de overlast van evenementen
6. Verduurzaming van evenementen
7. Optimaliseren van de maatschappelijke en economische spin-off van de Formule 1

Een nieuw evenementenbeleid, waarin bovenstaande ambities worden meegenomen, moet het toetsingskader worden waarin duidelijke beleidsregels staan voor het organiseren van evenementen in Zandvoort. Een kader dat enerzijds ruimte en mogelijkheden biedt voor een kwalitatieve ontwikkeling van evenementen en enige mate van flexibiliteit heeft, maar anderzijds ook de openbare orde en veiligheid waarborgt en de belangen van omwonenden beschermt.



Uitvoeringslijn 3: Benutten en versterken kansrijke sectoren

In de omgevingsvisie zijn al diverse kansrijke recreatieve thema's benoemd: cultuur, sport, wellness, detailhandel en horeca en zakelijke dienstverlening. Uit de participatie en analyse blijkt dat het meest kansrijk voor een jaarrond aantrekkelijke economie, en ook aanvullend in de regio, zijn: sport, wellness, maar ook een aantrekkelijk aanbod in detailhandel- en horeca.

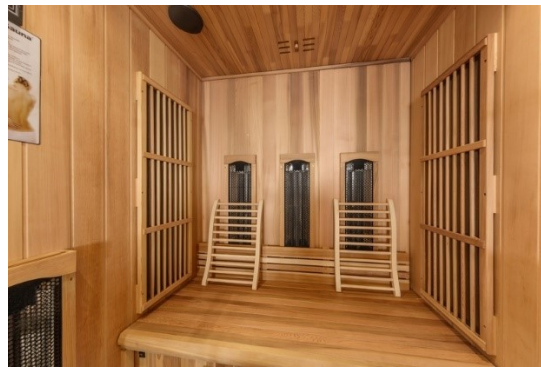
Voor cultuur zien de meesten geen potentie in nieuwe musea, omdat deze al veelvuldig te vinden zijn in Haarlem en Amsterdam. Wel liggen er kansen in aanvullende culturele evenementen zoals een beeldbepalend cultureel evenement als Oerol of de Parade of in kleinere intieme concerten of filmvoorstellingen voor specifieke doelgroepen. Voor de Entree en Badhuisplein blijkt uit marktverkenningen ook dat er kansen zijn voor kleinschalige wellness, edutainment- en vrijetijdsvoorzieningen zoals een combinatie tussen exploitatie van hotel, horeca en sportieve activiteit(en).

Van dit alles wordt sport/actief als het meest kansrijk geschat: het breed ontwikkelen van Zandvoort als sportlocatie en durfsportlocatie, niet alleen in de watersport maar ook breder kijkend naar andere sporten zoals mountainbiken, skaten, en wandelen, fietsen of fitnessen (met fitnessvoorzieningen) in de openbare ruimte. Zowel op het circuit als in de omgeving van het strand. Hiermee kan Zandvoort zich onderscheiden van andere badplaatsen langs de kust. Alleen Scheveningen is een klasse apart in de watersport (vooral zeilen). Zandvoort is daarentegen weer een hotspot voor kite- en golfsurfers en goed bereikbaar met OV voor inwoners uit de MRA.

Wellness en het aanbieden van andere indoorfaciliteiten zoals een kartcentrum, poolbar, een openbaar toegankelijk zwembad, worden ook kansrijk geacht, maar dan als aanvulling op het bestaande aanbod.

Ook zijn er vanuit ondernemers en Zandvoort Marketing ideeën voor een VR-experience: een informatiecentrum over Zandvoort waar je daadwerkelijk Zandvoort van vroeger en nu kunt beleven via een interactieve ervaring. Een toevoeging van indoor voorzieningen heeft naast een meerwaarde voor de bezoeker ook meteen meerwaarde voor de inwoner van Zandvoort.

Volgens de recente marktverkenningen van Sweco is er nog ruimte voor toevoeging van zo'n 6.000 m² bvo voor kleinschalige vrijetijdsvoorzieningen of sport en evenementen in de openbare ruimte. Hier liggen dus kansen om dit goed in te vullen voor een jaarrond aantrekkelijk aanbod voor zowel inwoners als bezoekers!



Uitvoeringslijn 4: Borgen van ruimte voor dagrecreatie

Gezien de wens om binnen Zandvoort meer en kwalitatief beter dagrecreatief aanbod toe te voegen is het van belang om met een integrale blik te kijken naar de beschikbare openbare ruimte. Dit geldt ook voor evenementen (locaties). Een aantrekkelijk aanbod aan voorzieningen zoals sportfaciliteiten of winkel- en horeca aanbod is niet alleen aantrekkelijk voor bezoekers maar juist ook voor eigen inwoners en voor het vestigingsklimaat van (kleine) ondernemers. Bij elke ruimtelijke ontwikkeling is het ook hier van belang dat met een overkoepelende visie wordt gewerkt aan de inrichting van een gebied en dat ook een afweging wordt gemaakt of er ruimte beschikbaar is voor dagrecreatieve voorzieningen (in relatie tot de omgeving en reeds bestaande recreatieve voorzieningen). Uiteindelijk is misschien niet bij elke ruimtelijke ontwikkeling dagrecreatie haalbaar of nodig, maar er moeten wel afgewogen keuzes worden gemaakt rekening houdend ook met de trends en ontwikkelingen in de toekomst, maar ook kansen en bedreigingen die in de SWOT-analyse staan (zie hiervoor het analyserapport).

Denk bijvoorbeeld aan de toekomst van het strand en het gebruik hiervan: Er is al een trend gaande dat het piekbezoek zich meer richting het einde van de middag verplaatst (vanaf 16 uur). En kan er ruimte geclaimd worden voor een aantrekkelijk watersportcentrum, en zo ja, moet dit dan ten koste gaan van andere voorzieningen op het strand? Of moet er geclusterd worden? Hierbij helpt een omgevingsprogramma. Overal, ook op het strand, zal het uitgangspunt 'jaarrond aantrekkelijk' het criterium moeten zijn.

Ook bij de herinrichting van pleinen moet breder worden gekeken: is het plein geschikt voor een evenement, willen we het daarvoor inzetten (of voor een andere vorm van recreatie wellicht), en wat is dan nodig voor het organiseren van een evenement? Kunnen we meteen stroomvoorzieningen aanleggen? Meteen dus nadenken over de juiste duurzame maatregelen voor de langere termijn.

2.5 Randvoorwaarden voor succes

Om alle pijlers goed te kunnen uitwerken en onze ambitie te realiseren, is een aantal randvoorwaarden van belang:

- **Kwaliteitsslag in de openbare ruimte en het voorzieningenniveau**

Zonder een kwaliteitsslag in Zandvoort, en dan specifiek in de openbare ruimte en ook in het openbaar voorzieningenniveau wordt het gewenste toekomstbeeld van Zandvoort niet behaald. Gemeente Zandvoort is al met diverse projecten bezig om de verblijfskwaliteit en de uitstraling van de openbare ruimte te verbeteren. Denk aan de heirinrichting van de midden- en noordboulevard of de verbinding van de boulevard naar centrum en station. Dit zal de komende jaren nog verder moeten worden doorgezet.

Gastvrijheid en kwaliteit vragen een aantrekkelijke openbare ruimte zonder zwerfafval of te veel reclame-uitingen, maar met goede voorzieningen, voldoende groen, zitplekken en verblijfsmogelijkheden. Een prettige boulevard van noord tot zuid om op te flaneren en nette en gastvrije parkeervoorzieningen, ook voor fietsen en scooters. Dit alles met heldere bewegwijzering en prettige verlichting. Gastvrijheid in de ruimte!
- **Mobiliteit**

Het is al benoemd in enkele pijlers en ook in de uitvoeringslijn 'samenwerking met de MRA': Als Zandvoort jaarrond aantrekkelijk wil blijven, ook in het hoogseizoen bij topdrukke en tijdens evenementen, zullen de belangrijkste mobiliteitsknelpunten in samenwerking met de regio moeten zijn opgelost. Dit varieert van goede ontsluitingen per auto, het verbeteren van de fietsroutes en het OV tot het aanbieden van (duurzaam) vervoer vanuit bepaalde overstappunten/hubs in de regio richting Zandvoort. Hierin moeten keuzes worden gemaakt zoals bij het auto parkeren: waar is dit gewenst en waar niet (parkeerplek of verblijfsplek). Dit heeft een directe relatie met randvoorwaarde 1 (de openbare ruimte met pleinen en routes) maar ook met diverse pijlers zoals een goede programmering van het voorzieningenniveau.
- **Gezamenlijke actie-agenda gekoppeld aan middelen en capaciteit**

Deze agenda wordt elke coalitieperiode geëvalueerd en aangepast aan nieuwe ontwikkelingen (zie ook kopje monitoring hieronder). In de actie-agenda zijn financiële middelen en de gevraagde capaciteit opgenomen. Zowel gemeente, als bedrijfsleven als andere organisaties moeten bereid zijn hierin te investeren. Zonder financiële middelen en inzet vanuit de gemeente en de stakeholders in de vorm van menskracht, wordt de toeristische visie geen succes.

De actie-agenda moet een vast agendapunt worden bij besprekingen in de publiek-private samenwerking, bijvoorbeeld het OBZ-overleg of een specifiek toeristische werkgroep waarbij ook andere organisaties of belangenverenigingen aansluiten. Dit laatste kan ook op deelonderwerp worden vormgegeven, bijvoorbeeld een werkgroep mobiliteit of werkgroep duurzaamheid. De eerste actie-agenda (2024-2028) wordt tegelijk met de toeristische visie aan de raad voorgelegd.
- **Monitoring**

Het is belangrijk om de resultaten te bewaken, trends en ontwikkelingen te volgen en goed te kunnen sturen op bezoekersstromen. Er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van data en statistische gegevens die bij de gemeente en in de regio bekend zijn. Zo beschikt de gemeente al over een aantal toeristische databronnen als Zicht op Data en VisitorData. Deze bieden inzicht in het bezoekersprofiel, bezoekersstromen en aantallen en bezettingsgraden. Daarnaast kan eens in de twee/drie jaar het inwonersonderzoek toerisme worden herhaald. Waar nodig wordt bijgestuurd op acties of worden andere prioriteiten benoemd.

Bijlage 1

Definities

Bezoeker	Een bezoeker is een reiziger, die een vakantie of trip maakt naar een bestemming buiten zijn of haar normale leefomgeving, voor niet meer dan een jaar en voor elk doel, als er tenminste geen sprake is van werkzaamheden voor en betaling door een eenheid in de te bezoeken bestemming (UNWTO, 2021).
Bezoekerseconomie	Of: gastvrijheidsdomein of vrijetijdseconomie. In deze visie verstaan wij daaronder: de economische sector die samenhangt met en (grotendeels) afhankelijk is van het bezoek aan Zandvoort. Onderdeel daarvan zijn horeca, Retail, culturele en toeristische organisaties en bedrijven. Dit is dus een wat breder perspectief dan 'toerisme'.
Binnenlands toerisme	Dit betreft alle dagtochten en vakanties/ trips die bezoekers in hun eigen land of eigen regio doorbrengen. Herkomst: eigen land/regio/plaats; bestemming: eigen land/regio/plaats (Eurostat, 2021).
Dagbezoeker	Een bezoeker die niet overnacht (in een collectieve of privéaccommodatie) op de plaats van bestemming (Eurostat, 2021). Dit is een bezoeker die minimaal 2 uur van huis is en niet langer dan een dag.
Inkomend toerisme	Hier gaat het om alle dagtochten en vakanties/trips van personen die niet wonen in het land van de bestemming, en dus geen ingezetenen zijn van het bezochte land. Het perspectief van het ontvangende land is hierbij leidend. Herkomst: buitenland; bestemming: land van onderzoek (Eurostat, 2021).
Inwoners	Personen die in het onderzoeksgebied wonen en zich alleen binnen het onderzoeksgebied begeven. Het zijn geen inkomende of uitgaande reizigers. In deze visie zijn dit de inwoners/bewoners van Zandvoort.
Kwaliteit	Kwaliteit is het geheel van eigenschappen of kenmerken van een product of dienst dat van belang is voor het voldoen aan vastgestelde of vanzelfsprekende behoeften (ISO 9001, Kwaliteitsinstituut).
Pension	Een verblijfsaccommodatie met een commercieel oogmerk, met meer dan vier bedden, waar de eigenaar ook zelf in het pension woont (tenzij men al gestart was voor 2009, voor de inwerkingtreding van het oude Pensionbeleid uit 2009). Maaltijden en dranken worden slechts verstrekt aan gasten, en niet aan passanten. Dit in tegenstelling tot hotels waar dit wel mag. Pensions staan ook ingeschreven in de KvK.
Professionele verblijfsaccommodaties	Hieronder verstaan we al het verblijfsaanbod dat niet particulier wordt verhuurd. In de meeste gevallen betekent dit dat de accommodaties beroepsmatig worden geëxploiteerd en er een organisatie of bedrijf aan is verbonden.
Recreatie	De activiteiten die in de vrije tijd worden uitgevoerd, maar dan buitenshuis.

Toerisme	De activiteiten van personen (te noemen 'bezoekers'), die een vakantie of trip maken naar een (hoofd)bestemming buiten hun normale leefomgeving, voor minder dan een jaar, uitgaande van zakelijke en/of persoonlijke motieven, behalve als men werk verricht voor of betaald krijgt door een eenheid in de bestemming die men bezoekt (UNWTO, 2021).
Toerist	Een bezoeker die één of meer nachten op de bestemming heeft doorgebracht (UNWTO, 2021) = synoniem aan verblijfsbezoeker.
Waardevolle bezoeker	Of: Kwaliteitsbezoeker. Een bezoeker die de kernkwaliteiten van Zandvoort respecteert en zich hier ook naar gedraagt. Een bezoeker die zich voegt naar het dorp en haar inwoners en geen overlast veroorzaakt.

Bijlage 2 Bronnenlijst

Breda University of applied sciences (BUas) (2021). *Onderzoeksrapportage Impact Dutch Grand Prix Zandvoort 2021*

Bureau Stedelijke Planning & Universiteit Utrecht (2021). *Airbnb Monitor Noord-Holland 2021 (in opdracht van provincie Noord-Holland)*

Decisio (2017). *Onderzoek bezoekersstromen Amsterdam en Zandvoort*

Gemeente Den Haag (2020). *Monitor Toerisme 2020*

Gemeente Texel (2021). *Toeristisch Toekomstplan Texel*

Gemeente Zandvoort. Diverse rapporten, onder andere:
(2014). *Visie op de verblijfsaccommodaties Zandvoort*
(2017). *Toeristische visie Zandvoort aan Zee: When it's hot, it's here!*
(2019). *Toetsingskader verblijfstoeristische accommodaties*
(2019). *Economische visie Zandvoort deel 2*
(2021). *Actieplan Zandvoort centrum*
(2021). *Omgevingsvisie Zandvoort - Zandvoort: 365 dagen aantrekkelijk!*
(2022). *Omgevingsplan Strand*
(2023). *Registratiesysteem toeristische verhuur (in beheer bij ODIJmond)*

Hendrik Beerda Brand Consultancy (2021). *Merkanalyse Zandvoort 2021*

I&O Research/BRO/BSP (2021). *Koopstromenonderzoek 2021*

Landelijke Data Alliantie (LDA) (2022). *Onderzoek Inkomend Toerisme*

MarketResponse (2020). *Leefstijlvinder vakantie en vrije tijd (www.leefstijlvinder.nl)*

MRA werkgroep verblijfsaccommodaties (2019). *MRA Ontwikkelkader verblijfsaccommodaties – Grip op Groei*

NBTC. Diverse rapporten, onder andere:
(2019). *Perspectief 2030 – Bestemming Nederland*
(2022). *Op weg naar klimaatneutraal toerisme*
(2023). *Toeristisch bezoek aan Steden 2022 (inclusief onderzoek in Zandvoort)*

NRIT, CELTH & NBTC (2022). *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2022*

Provincie Noord-Holland (2021). *Visie Recreatie & Toerisme Noord-Holland 2030*

Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli) (2019). *Waardevol toerisme, onze leefomgeving verdient het*

Sweco (2023). *Integrale marktverkenning toeristisch en economische programma Kern Kustzone*

ZKA Leisure Consultants (2018). *Verdieping marktverkenning verblijfstoerisme Zuid-Holland (in opdracht van provincie Zuid-Holland en toenmalige gemeenten Noordwijk en Noordwijkerhout)*

Zoover (2022). *Reviews over Zandvoort. Geraadpleegd op www.zoover.nl*

Bijlage 3 Geraadpleegde personen

Het college van B&W van Gemeente Zandvoort bedankt iedereen die een bijdrage heeft geleverd aan het tot stand komen van deze visie. Met bijzondere dank aan:

Klankbordgroep (incl. agendaleden, vanuit verschillende sectoren)

1. Marc Bibbe en Pim Huijsmans, Zandvoort Marketing
2. Ivo Berkhoff, Koninklijke Horeca Nederland
3. Peter Bluijs en Peter Tromp, Ondernemersvereniging (OVZ)
4. Tessa de Bree, Holland Casino
5. Jan Cottaar, Esther Janssen en Albert Korper, BLK (Belangenvereniging Leefbare Kust)
6. Lotte Kloos en Arthur Verdaasdonk, Spaarnelanden
7. Clementine Lentink en Tjietske Groothengel, Logies Zandvoort
8. Huig Molenaar (Thalassa) en Niels Priester (Mangos)
9. Eduard Pieter Oud, Respons (Voorzitter/moderator)
10. Floor Thomasse en Dick Hulsebosch – OBZ
11. Tom van der Veen, hotel Keur en René van Wielink, Palace hotel

Geïnterviewden/hulpbronnen

- Jordy Beaumont, Roompot & Beachclub Zandvoort en Baptiste van Outryve, Roompot Group
- Menno Berger, Struc en Herman van de Vliet, Dutchen Group (De Haven van Zandvoort)
- Marc Bibbe en Pim Huijsmans, Zandvoort Marketing
- Wessel Boelema en Jamie Riebeek, ODIJmond
- Tessa de Bree, Holland Casino
- Sofie Brent en Oscar Persoon, Beachhouse hotel / Cobraspen Groep
- Dagmar Daniëls-Gielens, NH hotel Zandvoort
- Rob Everaardt, Gemeente Bloemendaal
- Bas Heino, Circus Zandvoort
- Dave de Jonge, Nederlandse Kitesurfvereniging (NKV)
- Lotte Kloos en Arthur Verdaasdonk, Spaarnelanden
- Ralph Knol, Gemeente Noordwijk
- Albert Korper (BLK) en Wilbert van Rossum (Federatie van strandhuisjes)
- Evelyn Koudstaal, Gemeente Bergen (de Buch)
- Clementine Lentink, Appartement Seabird / Logies Zandvoort
- Huig Molenaar, Thalassa beach en Niels Priester, Mango's Beachbar
- Joris Pieter Neuteboom, Provincie Noord-Holland
- Robert van Overdijk, Circuit Zandvoort
- Leendert Sr. en Leendert Jr. Paap, Gebroeders Paap
- Alexander Peulen, CenterParcs Zandvoort
- Mevrouw H. Pomper-Brand, Camping De Duinrand
- Jeroen Postma, Inleisure
- Max Steijn en Maaïke Veer, Waternet (i.v.m. Waterleidingduinen)
- Christine en Tom van der Veen, Hotel Keur
- René van Wielink, Palace Hotel

Gemeente Zandvoort (stuurgroep en klankbordgroep)

- Lars Carree
- Linda Demmers
- Djoeke Kalis
- Irma Keur
- Jacqueline Pannekeet
- Wouter Stigter

Dank ook aan de collega's van ECDW en alle andere betrokkenen binnen en buiten de gemeente Zandvoort die hieraan mee hebben gewerkt.