

Datum : 21 november 2024
Onderwerp : Toezeggingen Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar
Van : Robert te Beest - Wethouder

In de commissievergadering van 14 november 2024 heeft wethouder Te Beest een aantal toezeggingen gedaan bij de behandeling van de Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar 2025 – 2035. Met deze raadsinformatiebrieven informeren we u daarover en beschouwen we onderstaande toezeggingen als afgedaan.

Activiteiten Hart van Noord-Holland

De wethouder deed de toezegging om een memo op te stellen waarin de activiteiten van de organisatie Hart van Noord-Holland worden toegelicht. In samenwerking met Hart van Noord-Holland is de onderstaande tekst opgesteld. Mocht u interesse hebben in een raadsinformatiebijeenkomst over de activiteiten van Hart van Noord-Holland, dan kan dit georganiseerd worden.

Algemeen

Hart van Noord-Holland, regio- en stadsmarketing is de overkoepelende organisatie, waaronder Alkmaar Marketing, Bergen Marketing, Castricum Marketing en VVV Alkmaar vallen. De activiteiten die Hart van Noord-Holland uitvoert voor de gemeente Alkmaar zijn:

- Merkontwikkeling en merkbewaking: het versterken van de positionering en profilering van Alkmaar.
- Promotie en productontwikkeling: uitvoering volgens het marketingplan met onder meer online en offline campagnes, citydressing, drukwerk.
- Stimuleren en ondersteunen van initiatieven, waaronder het opbouwen en verbinden van netwerken en samenwerking, via de Evenementendesk.
- Onderzoek en monitoring van de effecten en resultaten van de inspanningen;
- Gastheerschap: toeristische informatievoorziening en gastheerschap door de openstelling van VVV Alkmaar;
- Organisatie en uitgifte van de minimapas (AlkmaarPas)

Deze activiteiten zijn ondersteunend aan ons toeristisch en recreatief profiel en zijn vastgelegd in ons citymarketing en evenementenbeleid. De gemeente biedt onze citymarketingorganisatie Hart van Noord-Holland ruimte om samen met belanghebbenden de noodzakelijke strategische citymarketingkeuzes te maken. In het marketingplan 2024 van Hart van Noord-Holland staat concreet hoe Hart van Noord-Holland de citymarketing van

Alkmaar uitvoert. Het marketingplan is te vinden via de website van alkmaarprachtstad.nl/alkmaar-marketing-1 of via deze link: [Marketingplan 2024 by Hart van Noord-Holland regio- en stadsmarketing - Issuu](#)

Activiteiten op hoofdlijnen van Alkmaar Marketing (Hart van Noord-Holland)

Alkmaar Marketing richt zich op (regio)bewoners en (inter)nationale bezoekers. In het Marketingplan staat welke middelen Alkmaar Marketing inzet, onder andere:

- Campagnes: Alkmaar Marketing initieert en ontwikkelt campagnes om de bekendheid van Alkmaar te vergroten, de reputatie te verbeteren en bezoekers te verleiden om naar Alkmaar te komen. De campagnes zijn onder te verdelen in algemene campagnes, themacampagne (o.a. Warme Wintermaandencampagne en Alkmaar Ontzet campagne) en campagnes rond producten en diensten, zoals Alkmaar Prachtstad en de Alkmaar Pas.
- Alkmaar Prachtstad website en de website Visit Alkmaar
- Sociale media (Facebook, Instagram, X, TikTok, LinkedIn)
- Toeristisch Magazine
- Stadsplattegrond
- Citydressing
- Cityfilm
- Alkmaar Prachtstad Magazine
- Alkmaar Prachtstad Uitagenda
- Alkmaar Prachtstad Nieuwsbrief
- Pers, persreizen (bijvoorbeeld voor Duitse pers) en influencerreizen

Efficiënte en effectieve marketinginzet

Hart van Noord-Holland zet hun expertise en kennis in voor efficiënte en effectieve marketinginzet, waar Alkmaar economisch optimaal en langdurig van profiteert. Zij zetten daarom hun middelen in op de *kwalitatieve bezoeker*. Een *kwalitatieve bezoeker* kenmerkt zich door een bewuste keuze om Alkmaar te bezoeken en tijdens dat bezoek geld te besteden bij de horeca, retail, sport en de culturele sector. De *kwalitatieve bezoeker* komt regelmatig terug naar Alkmaar. De *kwalitatieve bezoeker* is een consument die duurzaamheid belangrijk vindt en bezoekt niet alleen de stad Alkmaar maar ook het buitengebied en de regio. De *kwalitatieve bezoeker* verblijft de ene keer kort in de regio Alkmaar en de andere keer langer.

Internationale kwalitatieve bezoeker, o.a. uit Duitsland en Vlaanderen

Marketingbudgetten zijn niet oneindig en vragen scherpe keuzes omdat uiteindelijk iedere uitgegeven euro het maximale rendement moet opleveren. De bezoekers uit Duitsland (uit de deelstaten Noordrijn-Westfalen en Nedersaksen) passen perfect in het profiel van de

internationale *kwalitatieve bezoeker*. Vandaar dat de marketingcampagnes juist op de doelgroep in die twee Duitse deelstaten zijn gericht. Ook in Vlaanderen bevinden zich doelgroepen die de potentie hebben uit te groeien tot *kwalitatieve bezoekers*. Daar worden ook campagnes voor ontwikkeld. Dat betekent niet dat andere internationale bezoekers niet welkom zijn. Integendeel, iedereen is welkom, alleen zijn de marketinginspanningen niet specifiek gericht op bezoekers die niet vallen in de categorie *kwalitatieve bezoeker*. Enerzijds vanwege de grote extra budgetten die daarvoor nodig zijn en anderzijds omdat deze bezoekers minder geld in het laatje brengen. Ook zal de marketinginspanning om die groep te verleiden naar Alkmaar te komen, dieper moeten gaan (lees: duurder is) omdat zij Alkmaar niet als primaire bestemming hebben gekozen. Internationale bezoekers die naar Nederland reizen en primair kiezen voor een bezoek aan Amsterdam, vallen voor Alkmaar niet altijd onder de noemer *kwalitatieve bezoeker*. Dat neemt niet weg dat het interessant is om de kwalitatieve bezoeker aan Amsterdam ook te verleiden een bezoek te brengen aan (de regio) Alkmaar.

Inzet (Metropoolregio) Amsterdam

Sinds de zomer is actie ondernomen op de samenwerking met Amsterdam en de Metropoolregio Alkmaar (MRA). Er is een nadere kennismaking geweest tussen de ambtelijke regionale werkgroep, de programmamanager MRA toerisme en beleidsambtenaar toerisme van de gemeente Amsterdam. Dit was een succesvol gesprek en heeft geleid tot een vervolgspraak waar de besproken acties worden uitgewerkt. Bestuurlijk is tijdens de European Week of the Regions in Brussel gesproken met secretaris directeur van de MRA over onder andere toerisme. In Q4 2024 vindt het vervolggesprek plaats. Ook wordt er een bestuurlijk gesprek gepland met de gemeente Amsterdam over de kansen voor Alkmaar op het gebied van toerisme en overtoerisme in Amsterdam. Daarnaast zijn er meerdere gesprekken geweest om meer toeristen uit Amsterdam naar Alkmaar te trekken via georganiseerde groepsreizen/arrangementen. Dit vraagt een lange termijn aanpak waarvoor nu een plan wordt opgesteld. Naast de bovenstaande acties is ten opzichte van de visie de insteek van de gemeente Alkmaar uiteengezet in de uitgangspuntennotitie. Waarbij wordt benadrukt dat Alkmaar openstaat voor meer toerisme en er het hele jaar rond wordt ingezet op het aantrekken van meer kwalitatieve bezoekers voor Alkmaar.

Samenwerking Hart van Noord-Holland met MRA en andere regio's

Voor het bereiken van de doelstellingen zoekt Hart van Noord-Holland de strategische samenwerking met partners, zoals Amsterdam & Partners, Bureau Toerisme Laag Holland, en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen. Hart van Noord-Holland vertegenwoordigt de belangen van alle City Marketing Organisaties (CMO's) van Noord-Holland, waaronder Amsterdam & Partners, in het landelijk overleg.

Hart van Noord-Holland heeft een intensieve samenwerking met de Amsterdam & Partners op basis van kennisdeling. Met inzichten van onder andere Amsterdam & Partners is de data infrastructuur van Alkmaar Marketing ontwikkeld, waardoor er beter inzicht is in de

bezoekersstromen in Alkmaar. Daarnaast hebben zij structureel overleg met Amsterdam & Partners over bijvoorbeeld riviercruise, bike & boats, etc, maar ook over marketinginzet in de mediamiddelen van Amsterdam & Partners. Met onze huidige middelen wordt zoals hierboven beschreven goed gekeken naar waar heeft Alkmaar momenteel economisch het meeste profijt van. Daarnaast is er een samenwerking tussen de VVV van Alkmaar en Amsterdam. Onderling wordt kennis uitgewisseld, gezien de beiden VVV's de grootste zijn van Nederland.

Hart van Noord-Holland en Regio Alkmaar

Concreet worden de middelen voor de Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar ingezet ten behoeve van promotie en marketing (o.a. regiowebsite, campagnes en sociale media). Hiermee wordt het accent verlegd van Holland Boven Amsterdam naar Regio Alkmaar. Daarnaast worden middelen besteed aan het verbinden van het ondernemersnetwerk, vitaliseren van verblijfsrecreatie, het verzamelen en bundelen van data en toeristisch recreatieve productontwikkeling.

Vaststellen uitgangspuntennotitie

De wethouder deed de toezegging om te onderzoeken in hoeverre de 'uitgangspuntennotitie' kan worden vastgesteld door de colleges in de regio.

Na het vaststellen van de Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar 2025-2035 wordt een meerjarig uitvoeringsprogramma opgesteld waarin de uitgangspuntennotitie verankerd is. Dit meerjarig uitvoeringsprogramma wordt ter vaststelling aangeboden aan de zes colleges van Regio Alkmaar.

Replica VOC-schip bij bevrijdingslustrum

De stichting 5 mei comité draagt in samenwerking met andere partijen zorg voor een mooi bevrijdingsfeest vanuit de subsidie die middels de begroting is vastgesteld.

We betwijfelen of een replica VOC-schip kansrijk is, maar wij zullen deze gedachte bij hen overbrengen.

Positieve houding ten opzichte van organisaties en ondernemers

In het coalitieakkoord staat dat de Alkmaarse Stad en Landcoalitie staat voor een open bestuursstijl, uitgaande van 'ja mits' in plaats van 'nee, tenzij'. Ook met betrekking tot toerisme en recreatie handelen wij in overeenstemming met het coalitieakkoord en zullen wij deze houding aannemen in gesprekken met ondernemers en organisaties. Dit zien wij als een doorlopende actie die we continue uitvoeren.

Aanhaken bij Sail Amsterdam

Binnenkort vinden er gesprekken plaats met de directie van de MRA. Daar zullen we dit agenderen. Ook zal Hart van Noord-Holland met Amsterdam & Partners en de organisatie van Sail verkennen wat de mogelijkheden zijn om hierin samen te werken.

Verkenning kansen rond 750 jaar Amsterdam

De wethouder deed de toezegging om in gesprek te gaan met de directeur van het Stedelijk Museum Alkmaar om te onderzoeken welke mogelijkheden er zijn voor Alkmaar in het kader van het 750-jarig jubileum van Amsterdam in 2025. Er wordt een bestuurlijke afspraak ingepland met de directeur van het Stedelijk Museum Alkmaar.