

# Castricum aan Zee

## *GREEN BEACH*

***Samen op weg naar  
het eerste duurzame strand  
van Nederland***

november 2010

## **Inhoudsopgave**

### Voorwoord

|     |                                                            |    |
|-----|------------------------------------------------------------|----|
| 1.  | Samenvatting                                               | 5  |
| 2.  | Aanleiding                                                 | 7  |
| 3.  | Doelstelling                                               | 8  |
| 4.  | Ontwikkelingen en trends                                   | 10 |
| 4.1 | Bezoekers                                                  |    |
| 4.2 | Leeftijd, groepsgrootte en –samenstelling                  |    |
| 4.3 | Trends                                                     |    |
| 5.  | Toekomstvisie                                              | 16 |
| 5.1 | Jaarrond exploitatie voor alle strandpaviljoens;           |    |
| 5.2 | Creëren van een veilig gevoel;                             |    |
| 5.3 | Creëren van diverse vormen van verblijfsaccommodatie;      |    |
| 5.4 | Clustering van de bebouwing op het strand;                 |    |
| 5.5 | Bouwmogelijkheden voor kwalitatief hoogwaardige nieuwbouw; |    |
| 5.6 | Herinrichting strandopgang en strandplateau;               |    |
| 6.  | Een ondernemende gemeente                                  | 22 |
| 7.  | Publiek-private samenwerking en financiering               | 23 |
| 8.  | Acties                                                     | 25 |

## Voorwoord

Geachte College en Raad,

Voor u ligt het visiedocument Strand, geschreven door de ondernemers op en om het strand van Castricum.

Naar aanleiding van de op handen zijnde wijziging van het bestemmingsplan Strand, de uitvoering van de Economische Kadernota en het besluit jaarrond exploitaties toe te staan, is bij de ondernemers de behoefte ontstaan om u op de hoogte te brengen van de ideeën die zij hebben over de gebiedsinvulling.

Dit stuk en de beeldende presentatie is niet louter bedoeld om de wensen van de ondernemers gerealiseerd te zien, maar is ook een zienswijze over de manier waarop er op het strand en in het duingebied van Castricum ondernomen zou kunnen worden. De beoogde manier zou een voorbeeldfunctie kunnen zijn voor andere locaties binnen de gemeente of zelfs op provinciaal niveau.

De ondernemers die nu op het plateau en strand ondernemen, zijn allen in de laatste jaren gestart en zijn van plan dit nog vele jaren vol te houden. Echter, om de ambities van de ondernemers ook economisch draagvlak en perspectief te geven, is het noodzakelijk dat er nu de juiste stappen worden gezet.

Ook wordt door de ondernemers in dit stuk richting gekozen voor een duidelijke identiteit die zij met Castricum aan Zee willen uitstralen:

CASTRICUM AAN ZEE

GREEN BEACH

***Samen op weg naar  
het eerste duurzame strand  
van Nederland***

Het gaat in dit document om richting en gevoel; een eerste aanzet voor een duurzame visie. Wij hopen dan ook dat dit voor u aanleiding is om met ons in gesprek te gaan om gezamenlijk een visie voor het strand en haar omgeving te formuleren.

Jaap Jan Smit

Voorzitter Frisse Wind



*Strandbezoek voorjaar 2010*

**“Geweldig, dat ondernemers hun nek uit durven te steken!”**

**wethouder Bert Meijer**

## 1. Samenvatting

Wethouder Portegies gaf het al aan tijdens de ontwikkeling van de Economische Kader Nota 'Stilstand is achteruitgang'. Wil het strand ook voor de toekomst een interessante (verblijf) plaats zijn, dan dienen er stappen genomen te worden. Dan dient er een visie voor dit gebied ontwikkeld te worden. De ondernemers aan het strand hebben deze uitdaging aangenomen en hebben een gezamenlijke visie opgesteld.

De strandondernemers van Castricum willen het mooie stukje strand en duin van Castricum ontwikkelen tot een gebied waar zowel de inwoners van de gemeente en buurgemeenten, als recreanten en toeristen graag verblijven. Zowel nu, als in de toekomst. Bij deze ontwikkelingen worden de bestaande natuurlijke waarden en karakteristieken van het gebied als 'troefkaart' gezien. De strandondernemers hechten daarom groot belang aan het behouden wat het Castricumse strand en alle factoren die dit strand uniek maken. Om dit te kunnen realiseren, dienen de te ontplooiën ontwikkelingen gericht te zijn op kwaliteit en duurzaamheid. In deze setting willen zij een luxe gevoel bieden met een unieke combinatie van voorzieningen die volledig passen in de natuurlijke omgeving en aansluiten bij de wensen van de hedendaagse recreatieve, toeristische en zakelijke consument.

Een ontwikkeling waarbij de kwaliteit van 'zaken doen', de kwaliteit van de natuur en de kwaliteit van leven samengaan.

Doelstellingen van de ondernemers zijn:

- *Ondernemend*; Behoud en versterking van het economisch potentieel (onder andere door jaarrond exploitatie).
- *Vitaal*; Aantrekkelijk strand voor verschillende doelgroepen, waarbij de paviljoens onderscheidend en complementair zijn.
- *Uitnodigend*; Behoud en verbetering van natuur-, landschaps-, en cultuur-historische waarden.
- Castricum aan Zee ontwikkelen in een duurzame en groene omgeving.

In deze ondernemende visie wordt een duidelijke relatie gelegd tussen de Kwaliteitsimpuls Economie Castricum (KEC) en de economische visie van de gemeente Castricum.

In 2012 is Castricum aan Zee een kuststrook dat Ondernemend, Vitaal en Uitnodigend is, in Een duurzame en groene omgeving.

De belangrijkste stappen die hiervoor gezet dienen te worden zijn;

1. Jaarrond exploitatie voor alle strandpaviljoens;
2. Creëren van een veilig gevoel;
3. Creëren van diverse vormen van verblijfsaccommodatie;
4. Clustering van de bebouwing op het strand;
5. Bouwmogelijkheden voor kwalitatief hoogwaardige nieuwbouw;
6. Herinrichting strandopgang en strandplateau;
7. Een ondernemende gemeente ontwikkelen;
8. Publiek-private samenwerking en financiering.

## **2. Aanleiding**

De gemeente Castricum heeft een kustlijn van ongeveer 7 kilometer. De toegang tot het kustgebied bestaat uit één weg, dwars door het duingebied. Langs deze toegangsweg bevinden zich de Kennemerduin camping Bakkum, Bezoekerscentrum 'De Hoep' en het restaurant Johanna's Hof. Aan de opgang van het strand bevindt zich Restaurant Blinckers en Strand 10, een combinatie van horecagelegenheid en strandwinkel.

Op het strand zelf bevinden zich zes strandpaviljoens. Vanaf de strandopgang kijkend naar rechts zijn dit: Zoomers, De Deining en Bad Noord. Van de strandopgang kijkend naar links zijn dit: Zeezicht, Jaffa en Club Zand. Daarnaast staan aan beide kanten strandhuisjes.

In september 2010 heeft de Gemeenteraad van Castricum besloten dat vier strandpaviljoens op het strand ook gedurende de winter geopend mogen zijn.

Tijdens de vergadering waarin dit besluit genomen werd, concludeerde de verantwoordelijke "Strand" wethouder Meijer al dat dit slechts een eerste stap is in de ontwikkeling van het Castricumse strandgebied. In de Economische Kadernota wordt immers al aangegeven dat recreatie en toerisme een van de belangrijkste pijlers is binnen de economische ontwikkeling van de gemeente Castricum. Dat betekent dat er stappen genomen dienen te worden, die de aantrekkingskracht van Castricum aan zee als bezoek- en verblijfplaats stimuleren.

De gezamenlijke ondernemers aan het strand beseffen dit terdege en hebben daarom het initiatief genomen een eigen ondernemende visie op te stellen. Een visie met een aantrekkende werking gedurende het hele jaar op bezoekers en toeristen aan het strand en het duingebied van Castricum.

### 3. Doelstelling

Het Castricumse strand is in de zomer een bestemming voor velen. Het bezoek wordt echter grotendeels bepaald door de weersverwachtingen. Met de ontwikkelingen die de ondernemers voor ogen hebben, willen zij Castricum op de kaart zetten als een weersonafhankelijke bestemming. Door het versterken van het totale concept is er de intentie om het gemiddeld aantal bezoekers te verhogen. Door de parkeermogelijkheden zijn immers de maximale aantallen beperkt. De 'winst' zit dan ook niet in de verdere maximalisatie van het aantal bezoekers, maar juist in een constante stroom bezoekers.

Doelstellingen van de ondernemers zijn:

- *Ondernemend*; Behoud en versterking van het economisch potentieel (onder andere door van jaarrond exploitatie).
- *Vitaal*; Aantrekkelijk strand voor verschillende doelgroepen, waarbij de paviljoens onderscheidend en complementair zijn.
- *Uitnodigend*; Behoud en verbetering van natuur-, landschaps-, en cultuur historische waarden.
- Castricum aan Zee ontwikkelen in een duurzame en groene omgeving.

In deze ondernemende visie wordt een duidelijke relatie gelegd met de Kwaliteitsimpuls Economie Castricum (KEC), de economische visie van de gemeente Castricum.

|                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| In 2012 is Castricum aan Zee een kuststrook dat Ondernemend, Vitaal en Uitnodigend is, in Een duurzame en groene omgeving |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Daarnaast is er ook gekeken naar de mogelijkheden die zijn beschreven in de notitie 'Citymarketing Castricum' en naar 'Ontwikkelen met kwaliteit', het Streekplan van de Provincie Noord-Holland.



Als ondernemer, maar ook als inwoner, zien de betrokken ondernemers het als hun verantwoordelijkheid de kwaliteitsverbeteringen aan te laten sluiten op de unieke factoren van het gebied. Afspraken over rollen, taken en verantwoordelijkheden tussen alle betrokkenen zijn daarin essentieel.

## 4. Ontwikkelingen en trends

### 4.1 Bezoekers

Voordat er naar kansen en mogelijkheden wordt gekeken, is het noodzakelijk te weten wie de bezoekers van het Castricumse Strand zijn. In 2007 is door Amsterdam Leisure Consultancy onderzoek gedaan naar de bezoekers van Noord-Holland in het onderzoek 'Toeristische kansen Noord-Holland Noord'.

De aantallen bezoekers en de verdeling in nationaliteiten komen van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en hebben betrekking op geheel Noord-Holland.

In het onderzoeksrapport wordt de conclusie getrokken dat Nederlanders en Duitsers veruit de grootste groep bezoekers in de provincie Noord-Holland vormen. Zij zijn samen goed voor 79% van alle gemeten overnachtingen. Om geen vertekend beeld te krijgen, is Amsterdam in deze cijfers buiten beschouwing gelaten.

Aantallen overnachtingen in Noord-Holland (2006) door:

- Nederlanders: 6.145.700 (58%)
- Duitsers: 2.235.600 (21%)
- Overige nationaliteiten: 2.216.900 (21%)

#### **Centraal Bureau voor Statistiek**

*In het toerisme wordt het aantal bezoekers gemeten in en op basis van het aantal geregistreerde overnachtingen. Over vakantie in een eigen tweede huis(je) en verblijf bij vrienden zijn geen gegevens bekend. Ook cijfers over de aantallen dagbezoekers zijn niet bekend. Het totaal aantal bezoekers ligt dus zeer waarschijnlijk aanmerkelijk hoger dan de gepresenteerde aantallen*

De badplaatsen aan de Noordzeekust worden bijna exclusief door Nederlanders en Duitsers bezocht. De overige nationaliteiten komen daar niet of nauwelijks.

#### **4.2 Leeftijd, groepsgrootte en –samenstelling**

Het demografisch profiel (leeftijd, groepsgrootte en –samenstelling) van de bezoekers is volgens het onderzoek als volgt:

- Gemiddelde leeftijd is 50 jaar.
- Driekwart van de bezoekers is ouder dan 40 jaar.
- Driekwart van de bezoekers reist met een groep tussen de twee en vier personen.
- Driekwart van de bezoekers reist zonder kinderen onder de 15 jaar.
- Noord-Holland Noord is voornamelijk een bestemming voor vakanties met familie of partner.

Vergeleken met de rest van Noord-Holland ligt de gemiddelde leeftijd in Noord-Holland Noord iets hoger. Ook het aantal bezoekers ouder dan 40 jaar ligt in de regio hoger dan in de rest van Noord-Holland. Tot slot is Noord-Holland Noord meer dan de rest van de provincie een bestemming om met partner en familie heen te gaan. Noord-Holland Noord laat hiermee duidelijk een onderscheidend bezoekersprofiel zien als bestemming voor een relatief oudere doelgroep die met partner of in klein familieverband, maar niet met jonge kinderen op vakantie gaat.

In deze visie sluiten de ondernemers zich ook aan bij de bevindingen die zijn opgenomen in de Citymarketing nota van de gemeente;

“Een derde van de Nederlandse bevolking is 50-plus. Klopt onze beeldvorming over 50-plussers nog? Denk eens aan deze mensen die dit jaar 50 worden: Gerard Joling, Matthijs van Nieuwkerk, Ivan Lendl... Niet voor niets wordt gezegd dat 50 het nieuwe 30 is.”

*(Bron: vijftigplusser.nl)*

Advies in de nota was vervolgens; Vermijd de valkuil vergrijzing uitsluitend als een probleem te zien. 50-plussers vormen een interessante doelgroep: relatief welvarend met meer vrije tijd.

In 2005 werd in de gemeente Bergen ruim 1 miljoen overnachtingen geregistreerd. De gemiddelde verblijfsduur van verblijfstoeristen in badplaatsen Egmond aan Zee en Bergen aan Zee is respectievelijk 5,8 en 2,6 nachten. De verblijfsbezoekers besteden respectievelijk gemiddeld tussen de € 60,- en € 95,- per dag.

*Strandnota gemeente Bergen*

De cijfers uit de omliggende gemeenten laten zien dat recreatie en toerisme niet alleen op papier een interessante markt is, maar ook daadwerkelijk in de cijfers. Het is hierbij wel van belang dat Castricum aan Zee zich onderscheidend maakt.

De Citymarketing nota stelt hierbij terecht de vraag; Wat is het gezicht van de gemeente Castricum? Waar plaatsen als Egmond (populaire, gezellige strandplaats) en Bergen (chic kunstenaarsdorp) een duidelijk beeld oproepen, weet men bij Castricum vaak niet te noemen waar het voor staat (er is een strand).

De ondernemers willen zich inzetten voor het eerste duurzame en groene strand van Nederland. Omdat dat immers de kracht van het hedendaagse Castricum is “versterken wat er is!”

#### **4.3 Trends**

In het toerisme zijn enkele relevante ontwikkelingen en trends zichtbaar. Ten eerste zullen de *babyboomers*, de groep personen die net na de Tweede Wereldoorlog geboren is, binnen enkele jaren de pensioengerechtigde leeftijd bereiken. Deze groep is nu rond de 60 jaar oud en heeft in de komende tien jaar extra geld te besteden door allerlei maatschappelijke en individuele financieringsbronnen. Kortom, de ‘natuurlijke’ toeristische doelgroep wordt de komende jaren groter en kan meer uitgeven.

Om uit deze ontwikkeling het maximale rendement te halen, is het zaak de ontwikkeling van het toeristisch en recreatieve product aan te laten sluiten op de veranderende wensen en behoeften van de recreatieve en toeristische bezoekers. Deze veranderende wensen en behoeften worden mede bepaald door de volgende ontwikkelingen en trends:

### **Meer nadruk op kwaliteit van een bestemming**

Mensen hebben in de huidige samenleving minder tijd maar meer geld te besteden.

Vakanties worden steeds belangrijker en men is daardoor bereid meer te besteden. Daarbij zijn consumenten steeds beter geïnformeerd en zich steeds meer bewust van hun rechten en plichten. Dit leidt ertoe dat de kwaliteit van een bestemming of verblijf steeds belangrijker wordt.

Onder kwaliteit wordt allereerst een juiste prijs-kwaliteitverhouding verstaan, oftewel, waar voor je geld. Echter, ook factoren als *vriendelijkheid*, *gastvrijheid* en *persoonlijke aandacht* spelen een steeds grotere rol in de beoordeling van de kwaliteit van een verblijf of bestemming. Kwaliteit wordt verder geassocieerd met de mogelijkheid te kunnen kiezen.

Groepsreizen met een vooraf vastgesteld programma worden steeds minder populair. Voor een deel vertaalt deze ontwikkeling zich in een trend waarbij de consumenten steeds meer op zoek zijn naar luxe en comfort tijdens hun vakantie.

Omdat de consument over het algemeen meer te kiezen heeft, wordt het reisgedrag minder voorspelbaar. Het is niet meer vanzelfsprekend dat men ieder jaar naar dezelfde bestemming gaat. Om bezoekers aan een bestemming te binden, is meer inspanning nodig. Kwaliteit in de brede zin van het woord zoals hierboven beschreven, wordt een belangrijke randvoorwaarde voor herhaalbezoek.

### **Behoeftte aan gevarieerd toeristisch aanbod**

Doordat tijd schaarser wordt, neemt de duur van vakanties de laatste jaren af. Het aantal vakanties per jaar stijgt echter. Eventjes een weekend ertussenuit voor de broodnodige ontspanning wordt steeds populairder. Tijdens de vakantie neemt het aantal activiteiten toe. De beschikbare tijd moet immers optimaal worden besteed. Bestemmingen die een *gevarieerd recreatief toeristisch* aanbod hebben, dat goed bereikbaar en bereisbaar is, zijn daarom erg aantrekkelijk voor deze korte weekenden weg.

### **Authenticiteit en duurzaamheid**

Als reactie op de steeds commerciëler wordende wereld om ons heen zijn mensen meer op zoek naar *authenticiteit*. Een andere vertaling van deze trend is de stijgende waardering voor het *lokale authentieke karakter van een bestemming*. Dit wordt ook verklaard door het toenemend belang dat aan de mate van duurzaamheid van een bestemming wordt gegeven. *Landelijke, natuurlijke bestemmingen* worden hierdoor steeds populairder. Op productniveau is er een duidelijke interesse in bijvoorbeeld streekeigen producten en seizoensgroenten.

De conclusies uit het rapport van Amsterdam Leisure Consultancy sluiten bijna naadloos aan op de toekomstvisie van de ondernemers, zoals later in hoofdstuk 5 zal blijken.

### **Schone en veilige omgeving**

Strandbezoekers stellen hoge eisen aan de omgeving waarin zij recreëren; schone stranden, veilig zeewater en overzichtelijke toegangswegen zijn basisvoorwaarden voor aangename recreatie op het strand.

In 2008 kreeg Castricum aan Zee voor het eerst het milieukeurmerk 'De Blauwe Vlag'. De Blauwe Vlag is een internationale milieuonderscheiding die jaarlijks wordt toegekend aan stranden en jachthavens die aan de campagne deelnemen en aangetoond hebben schoon en veilig te zijn. De Blauwe Vlag is van belang voor de aantrekkelijkheid voor buitenlandse toeristen die bij het bepalen van een vakantiebestemming hier mede op selecteren.

Continuering van De Blauwe Vlag is vanzelfsprekend voor de ondernemers. Daarom worden de komende seizoenen nog meer tijd en aandacht besteed aan het schoonhouden van de stranden. Voorbeeld daarvan is het gezamenlijk instellen van 'pikkers'. Dit zijn medewerkers van alle horecagelegenheden die in gezamenlijkheid met een vuilniszak en een pikker het vuil op het strand verzamelen.

Aandacht behoeft echter de toegang tot het strand. De verlichting langs de weg en op en rond de parkeerplaatsen en het plateau zijn van groot belang voor de veiligheid van de bezoeker. Dit zijn essentiële factoren wanneer toeristen en recreanten het strand van Castricum bezoeken.

## 5. Toekomstvisie

1. Jaarrond exploitatie voor alle strandpaviljoens
2. Creëren van een veilig gevoel
3. Creëren van diverse vormen van verblijfsaccommodatie
4. Clustering van de bebouwing op het strand
5. Bouwmogelijkheden voor kwalitatief hoogwaardige nieuwbouw
6. Herinrichting strandopgang en strandplateau
7. Een ondernemende gemeente
8. Publiek-private samenwerking en financiering

*De belangrijkste stappen in de toekomst visie*

### 5.1. Jaarrond exploitatie voor alle strandpaviljoens

Het Castricumse strand is in de zomer een bestemming voor velen. Het bezoek wordt echter grotendeels bepaald door de weersverwachtingen. Met de ontwikkelingen die de ondernemers voor ogen hebben willen zij Castricum op de kaart zetten als een weersafhankelijke bestemming. Dit willen zij creëren door het gehele strand en haar omgeving een kwaliteitsimpuls te geven.

De kracht van het gebied Castricum aan Zee is het authentieke landschap, de uitgestrektheid van het strand en de duinen en de ongereptheid, oftewel, de natuur. Castricum aan Zee is daarin anders dan omgevende kustplaatsen. Hier hangt nog een ouderwetse rust. Er past een ingetogen, kwalitatieve vorm van modern toerisme bij. Het thema natuur is toepasselijk voor een brede doelgroep. Natuur past bij ontspannen op het strand zitten of liggen met lekker eten en drinken. Maar het betekent ook actief de natuur in met wandelen, fietsen of watersport. Je kampeert op de camping, probeert wat streekproducten en je gaat samen met de kinderen op een excursie door de duinen met de lokale boswachter.



Dit alles geeft een extra impuls om te versterken wat er al is. Naar Castricum aan Zee gaan is een comfortabel avontuur. Rijdend over de enige weg die naar de kust gaat, is het alsof je helemaal los komt van de bewoonde wereld en op een uniek plekje midden in de natuur belandt. Je waant je in 'the middle of nowhere', je hebt 'einde van de wereld' bereikt. De weg door de duinen geeft het idee dat men onderweg is naar een verre bestemming, totaal afgelegen van alles. Een unieke bestemming! Dit is één van de sterke punten van het strand en de duinen en sluit daarmee aan op de gesignaleerde kansen uit het eerder genoemde onderzoeksrapport van Amsterdam Leisure Consultancy .

## **5.2. Creëren van een veilig gevoel**

Juist in deze tijd zoekt men naar de nieuwe rust, naar een plek van inspiratie en dan het liefst dichtbij. De hectiek van alle dag stompt het hebben van nieuwe ideeën en het innoveren af. Ruimte en omgeving waar de rust gevonden kan worden om weer ruimte 'in de bovenkamer' te scheppen is daarbij van essentieel belang.

De toerist, recreant en daarmee consument van hedendag verwacht echter ook iets ten opzichte van de voorzieningen waar deze ruimte en rust gevonden kunnen worden. Dit zijn hoge kwaliteit, vriendelijkheid, veiligheid, gastvrijheid en duurzaamheid. Termen die compleet aansluiten bij het beeld dat de ondernemers, en volgens de kwaliteitsimpuls (KEI) ook de gemeente, hebben op dit gebied.

## **5.3. Creëren van diverse vormen van verblijfsaccommodatie**

De creatieve ondernemersgeesten aan het strand zitten bordenvol ideeën. De ondernemers zien, net als de gemeente, in de zakelijke dienstverlening een groeiende markt. Er is een ontwikkeling van een netwerkmaatschappij, waarbij individuen en bedrijven steeds vaker per opdracht kijken met wie ze samenwerken. Dit behoeft ruimte om elkaar, meerdere dagen achtereen te ontmoeten. Maar men heeft ook de behoefte zich een leven lang te blijven ontwikkelen en dat verlangt een creatieve ruimte om de daarvoor benodigde kennis op te doen. Een vernieuwend, inspirerend en duurzaam ingerichte congresfaciliteit met

verblijfsaccommodatie zoals hotel en Bed & Breakfast komt tegemoet aan deze marktwens. Daarbij is de ondersteuning vanuit een ondernemende dienstverlenende gemeente essentieel.

Er dient gekeken te worden naar de kansen en mogelijkheden om deze ontwikkeling van een netwerkmaatschappij tegemoet te komen. Zo dient de ruimte geboden te worden, zonder beperkingen zoals een gesteld maximum aan het aantal toegestane te houden evenementen.

De betrokken ondernemers weten als geen ander waar vraag naar is. Het is dan ook van belang dat zij binnen de gestelde doelstellingen de ruimte krijgen deze kansen en mogelijkheden vorm en inhoud te geven.

Dat de toekomstvisie van de ondernemers aansluit bij de kwaliteitsimpuls, blijkt wel uit het feit dat deze ondernemende visie uitgaat van dezelfde kernfactoren.

#### *Vitaal; krachtig en onderscheidend*

Het bieden van mogelijkheden aan de zakelijke (dienstverlenende) markt is een aanvulling op de huidige doelgroep, namelijk de toerist en recreant. Zoals gezegd weten de mensen het strand in de zomer wel te vinden, maar om ze juist in de rest van de maanden ook naar dit unieke gebied te trekken, zijn aanvullende ontwikkelingen nodig.

Uit het onderzoek van Amsterdam Leisure Consultancy blijkt dat de bezoekers uit Egmond en Bergen gemiddeld respectievelijk 5.8 en 2.6 nachten verblijven.

Verblijfsaccommodaties zijn noodzakelijk om bezoekers langer vast te houden. Om echter *krachtig en onderscheidend* te kunnen zijn is *verscheidenheid* in verblijfsaccommodaties essentieel. Naast de (zakelijke) hotel en congres accommodatie op het plateau, is het bieden van Bed & Breakfast op dezelfde plaats en verblijf mogelijkheden op de camping buiten het zomerseizoen de manier om meerdere doelgroepen aan te spreken en Castricum als korte verblijfsbestemming op de kaart te zetten.

Dat dit op een *duurzame manier* gebeurt, is voor de ondernemers vanzelfsprekend. Duurzaamheid in zijn algemeenheid zouden de ondernemers verder willen uitdragen. Daarbij willen zij, samen met de gemeenten, onderzoeken wat het zou betekenen om de bedrijvigheid op en om het strand duurzaam in te richten, waarbij wordt gestreefd naar het Keurmerk Duurzaam ondernemen.

De ondernemers zijn stuk voor stuk personen die ook *maatschappelijk betrokken* zijn. Op dit moment worden er al verschillende activiteiten georganiseerd voor organisaties die zich richten op mensen die minder valide zijn of op een andere manier niet op de gangbare manier kunnen participeren in het maatschappelijk leven. Hieraan zou graag gezamenlijk met de gemeente meer invulling aan gegeven worden. Door onder andere een accommodatie op te bouwen welke voldoet aan alle (medische) voorwaarden.

#### *Uitnodigend; bijzonder en gastvrij*

Gasten voelen zich bijzonder en welkom bij een gastvrij ontvangst. Dit heeft te maken met de houding en het gedrag van de ondernemers en het personeel. Daarin is echter de omgeving minstens zo belangrijk. Het welkom, veilig en vertrouwd voelen is een directe afleiding van de inrichting van het gebied. Iedereen voelt zich immers veel prettiger in een open ruimte waar gezellige bedrijvigheid is, dan op een donkere afgesloten plek. Veilige toegang tot de paviljoens met onder andere loopvlonders op palen, een goede verlichting en een duidelijke bewegwijzering is daarin een eerste stap.

#### **5.4. Clustering van de bebouwing op het strand**

De ondernemers willen dit *bijzondere en gastvrije gevoel* onderbouwen door clustering van bebouwing op het strand en het plateau. Inzet is om de strandpaviljoens (op Bad Noord na) aan te sluiten, waarbij tussen elk paviljoen een brandgang wordt gecreëerd, om zo ook de veiligheid te bewaken. Daarnaast dient de bebouwing van de strandpaviljoens en huisjes het gevoel van bijzonder en onderscheidend te onderbouwen. Dit betekent het toestaan van mogelijkheden om ook andere vormen van bebouwing toe te passen, anders dan enkel en alleen containers. Creatieve mogelijkheden waarbij het ook mogelijk is om op hoogte

ontwikkelingen de ruimte te bieden, denk bijvoorbeeld aan een dakterras. Moderne en sfeervolle uitstraling voor bebouwing op het plateau en langs de kust is daarbij leidend.

Een goed functionerende reddingsbrigade en de mogelijkheid tot het stallen van zeilboten vormt uiteraard onderdeel van een compleet voorzieningenpakket.

Voor het gevoel van een veilig en schoon strand is een afgeschermd opslag van belang. Hiervoor is het noodzakelijk dat achter elk paviljoen een ruimte van 4 meter gecreëerd wordt, welke eventueel afgezet kan worden met tentdoek of een andere vorm van afsluiting.

### **5.5. Bouwmogelijkheden voor kwalitatief hoogwaardige nieuwbouw**

Het bijzondere van de strandpaviljoens aan het strand is dat ze onderscheidend ten opzichte van elkaar zijn. Elk paviljoen voegt op zijn eigen manier iets toe aan het totale beeld, waarbij de termen *bijzonder*, *kwalitatief*, *vriendelijk* en *veilig* leidend zijn.

Dit onderscheidend vermogen wordt versterkt door wat zich voor het paviljoen afspeelt. Te zien onder andere in het meubilair of in de activiteiten die daar plaatsvinden. De grote variëteit in innovatieve ontwikkelingen onderstreept de creatieve geest van de ondernemers. Zij hebben als geen ander het gevoel wat belangrijk is voor de gast, maar verliezen daarbij geen moment het belang voor de directe (natuurlijke) omgeving uit het oog. Het zijn immers stuk voor stuk ondernemingen en ondernemers die al jaren op het strand dagelijks aanwezig zijn.

Naast de uitstraling, houding en gedrag zijn natuurlijk ook de activiteiten die elk paviljoen biedt belangrijk voor de beleving van het strand. Ook hier hebben de paviljoenhouders zelf een ijzersterk gevoel van wat wel en niet bij hun eigen paviljoen past. Zo richt het ene paviljoen zich meer op (sport)activiteiten, terwijl het andere paviljoen zich meer richt op meditatieve bijeenkomsten. Onderling vindt hier nauwe afstemming over plaats, zodat er geen overlast ten opzichte van elkaar ontstaat. Van belang is echter dat de attributen die voor deze activiteiten nodig zijn, een eigen opslagplaats hebben, dat niet stoort in het totale bijzondere beeld.

Het is voor de ondernemers meer dan duidelijk dat de bescherming van de kust prioriteit in dit geheel heeft.

#### **5.6. Herinrichting strandopgang en strandplateau**

De toegangsweg, het parkeerterrein, het plateau en de strandopgang geven als entree een eerste indruk van het gehele gebied. De ontwikkelingen die op het strand plaatsvinden, dienen dan ook doorgetrokken te worden naar dit gebied. De hernieuwde inrichting van het toegangsgebied dient dezelfde waarden te hebben die gekoppeld worden aan de (strand)bebouwing; *bijzonder en gastvrij, schoon en veilig*.

Goede parkeeraccommodaties en openbaar vervoer zijn uiteraard randvoorwaardelijk om te komen tot een *bijzonder en gastvrij, schoon en veilig* verblijfsgebied.

Bij de verschillende vormen van voorzieningen en accommodaties behoort echter wel een differentiatie in parkeerbeleid en –vergoeding. Zo hoort bij een kort verblijf een ander tarief dan bij een verblijf van een of meerdere dagen.

## 6. Een ondernemende gemeente

De ondernemers zien het als hun verantwoordelijkheid om het gebied op een duurzaam verantwoorde manier te ontwikkelen. Het is hun taak om zoveel mogelijk kansen te creëren waar hun eigen paviljoen en onderneming op in kan spelen, om zo een gezond bedrijfsresultaat te ontwikkelen. Zij nemen hiervoor de initiërende rol richting de gemeente met de wens hier gezamenlijk aan te werken.

Naast de rol als ondernemer is elke strandpaviljoeneigenaar en 99% van de werknemers ook inwoner van de eigen gemeente. Zorg om Castricum te behouden zoals het nu is, is vanuit die rol essentieel. Maar zoals wethouder Portegies het bij de ontwikkeling al zei: “Stilstand is achteruitgang, daarom is nu ondernemen van groot belang!”

“Stilstand is achteruitgang, daarom is nu ondernemen van groot belang!”

*Christel Portegies, wethouder economische zaken 2007*

Van de gemeente verwachten de ondernemers dat zij ondersteunt in de ontwikkeling en stimulering van de lokale en regionale economie. Het strand speelt in deze een belangrijke rol. Bij een kwaliteitsimpuls verschaft het strand immers een versterking van de lokale werkgelegenheid. Het biedt jongeren vakantiewerk en werk naast de studie.

Kwaliteitsverhoging vraagt specifieke competenties, dus ook voor hoger opgeleiden biedt deze branche een ruime uitdaging.

Een gezonde ‘strandeconomie’ leidt ook tot afgeleide werkgelegenheid. Denk aan de noodzaak om te komen tot een gezamenlijk marketingplan, waar een professioneel bureau voor ingezet dient te worden. Maar ook de (lokale) bouwbedrijven, toeleveranciers van de horeca en andere betrokken partijen zullen profiteren van een gezonde economische markt.

Stimulering in de vorm van ondernemende dienstverlening, het kijken vanuit kansen in plaats van problemen. Maar ook stimulering vanuit het financiële perspectief is een rol die bij een ondernemende gemeente past.

## 7. Publiek-private samenwerking en financiering

Publiek-Private Samenwerking (PPS) is een samenwerkingsvorm tussen een overheid en een of meer private ondernemingen.

In tegenstelling tot de openbare aanbesteding, waarbij de aanbestedende overheid de uitvoering gedetailleerd vastlegt in een bestek en/of Programma van Eisen (PvE), bemoeit de overheid zich bij PPS-constructies niet met de inhoud en stuurt volledig op het gewenste einddoel (de 'output'). Op deze wijze hebben de marktpartijen alle vrijheid om naar eigen inzicht de uitvoering (de 'input') vorm te geven. Op die manier wil de Rijksoverheid Gebruikmaken van de denk- en innovatiekracht van de markt.

De ontwikkelingen die de betrokken ondernemers voor ogen hebben, zijn uiteraard geen zaken die vandaag of morgen gerealiseerd zijn, maar onderdeel van een compleet stappenplan wat voor de komende jaren opgesteld dient te worden.

Deze stappen dienen gezamenlijk en gelijktijdig door de gemeente en de ondernemers gezet te worden. De stappen zijn globaal te verdelen in de voorbereiding, financiering en uitvoering.

### *Voorbereiding*

Met het formuleren van een eigen visie hebben de ondernemers het initiatief genomen om in gesprek te komen met de gemeente. Deze visie is voor de ondernemers het middel om in gesprek te komen met het College, de Raad en de ambtelijke organisatie.

Doelstelling van de ondernemers is om zo tot een gezamenlijke visie te komen, welke wordt opgenomen in het nieuwe bestemmingsplan.

### *Financiering*

Plannen zijn leuk, maar financiering is zeker in deze tijd een essentieel onderwerp. De rollen, taken en verantwoordelijkheden van de complete visie zijn zowel voor de gemeente, als voor de ondernemers. Dus de kosten van de uitvoeringen dienen wat betreft de ondernemers ook gezamenlijk gedragen te worden. Voor de gemeenten hoeven deze ontwikkelingen geen nieuwe investering te betekenen. De ondernemers stellen voor dat de 'extra' toeristenbelasting die de kwaliteitsimpuls oplevert, samengevoegd wordt in een fonds. Dat heeft geen consequenties voor de huidige gemeentelijke begroting. Vanuit de ondernemers wordt er ook een bijdrage geleverd aan dit fonds en wordt er tevens gekeken of er andere mogelijkheden zijn dit fonds financieel uit te breiden.

Met dit fonds wordt de kwaliteitsimpuls eventueel onderhouden in de vorm van parkmanagement. Op deze wijze wordt het 'bij de tijd' blijven gefinancierd en de toekomstig gewenste investeringen kunnen daarbij geleidelijk gebeuren. Daarbij is het van belang dat er voor alle zes de strandpaviljoens een jaarrond exploitatiemogelijkheid komt en dat er duidelijk prijsafspraken komen die samenhangen met de A/B/C locatie aan Castricum aan Zee.

### *Uitvoering*

Voor de uitvoering dient nagedacht te worden in welke (PPS) constructie dat plaats gaat vinden. Een vorm van parkmanagement zou misschien een mogelijkheid zijn. Een overeenkomst waarin de financiële en uitvoeringsafspraken worden vastgelegd is hierin een vereiste.

Uiteraard dienen hier andere belanghebbende partijen bij betrokken te worden, onder andere te denken aan een Toeristisch Platvorm Castricum en de Regionale VVV.



## 8. Acties

De ondernemers willen de acties graag gezamenlijk opzetten met de gemeenten, waarbij de centrale vraag is: “Wat is er nodig om te komen waar we gezamenlijk willen?”

Een eerste start was de notitie die de ondernemers in het voorjaar van 2010 al aan wethouder Bert Meijer hebben aangeboden. Met deze visie zijn de ondernemers verder gegaan.

In de tussentijd zijn er belangrijke stappen gezet waarbij de ontwikkeling voor de komende jaren een belangrijk onderwerp is geworden. Het gaat hier dan ook over een visie voor de komende jaren waarvoor nu concrete stappen gezet dienen te worden.

Wat de betrokken ondernemers betreft vervalt de notitie uit het voorjaar en wordt nu ingezet op een planning voor de langere termijn, waarbij deze notitie als input dient voor een gemeentelijk vastgestelde Strandnota en het nieuwe bestemmingsplan.

Een eerste stap is het aangaan van een intentieverklaring, waarbij door alle partijen een verklaring wordt getekend waarin is opgenomen dat er gezamenlijk wordt gestreefd naar de volgende doelstellingen;

- *Ondernemend*; Behoud en versterking van het economisch potentieel (onder andere door van jaarrond exploitatie),
- *Vitaal*; Aantrekkelijk strand voor verschillende doelgroepen, waarbij de paviljoens onderscheidend en complementair zijn,
- *Uitnodigend*; Behoud en verbetering van natuur-, landschaps-, en cultuur historische waarden
- Castricum aan Zee ontwikkelen in een duurzame en groene omgeving

Al eerder is tussen de gemeente en de ondernemers gesproken over een spelregeldocument, dat is wat ons betreft een goed voorbeeld van hoe een dergelijke concrete intentieverklaring eruit zou kunnen zien.

**Dit document is een uitnodiging aan de Raad en het College van de gemeente Castricum  
om *gezamenlijk* in gesprek en aan de slag te gaan!**