



for cool places...

Onderzoek naar de identiteit van 'de Gooise Kust'.
Advies over een integrale marketing aanpak voor 'de Gooise Kust'.

Fase 1 en 2 volgens de Identity Matching-methode

In opdracht van de gemeente Gooise Meren,
i.s.m. OKRA Landschapsarchitecten - Utrecht.

Versie: 13 februari 2020



De opdracht

Het perspectief

Definiëring gebied

Fase 1:

Kwaliteiten van het gebied: CPWW

Ambitie van de stakeholders

Identiteit: Conclusies & Aanbevelingen

Fase 2:

Trends & Ontwikkelingen

Opties voor waarde-ontwikkeling

Input voor Masterplan: het Marketing Landscape

De opdracht

Voor welk probleem is dit eigenlijk de oplossing?



Offerte-aanvraag sept 2019:

Naar aanleiding van verschillende vragen en initiatieven in het kustgebied en de havens en de gemeentelijke ambities op het gebied van watertoerisme en recreatie, blijkt het kustgebied zo'n complex gebied te zijn, dat er behoefte is aan een integrale visie voor dit gebied. Een visie waarin belangen en uitgangspunten worden meegenomen en gewogen, die het watertoerisme en de recreatie in Muiden, Muiderberg en het Naarderbos een impuls geeft. Deze ambitie staat benoemd in de ***Economische visie Gooise Meren 2040*** en in het ***College Uitvoeringsprogramma 2019-2022*** van Gooise Meren (deze stukken zijn online beschikbaar). Deze Economische Visie en het College Uitvoeringsprogramma zijn steeds het basis uitgangspunt voor deze visie Aan de Gooise Kust. Het doel van deze visie is om een antwoord te kunnen geven op de vraag ***'hoe om te gaan met initiatieven in het kustgebied'***.

De beoogde resultaten zijn:

Een integrale beleidsvisie op het kustgebied van de gemeente Gooise Meren (2020-2040)

Het benoemen en benutten van kansen op het gebied van (water)recreatie en toerisme aan de kust, ter versterking en ontwikkeling van de unieke combinatie van water, natuur en cultureel erfgoed

De resultaten worden uiteindelijk overgenomen in de omgevingsvisie / het omgevingsplan, dat een lokale uitwerking zal zijn binnen het kader van de regionale omgevingsvisie.

OVERZICHTSKAART



Offerte-aanvraag sept 2019:

De inhoudelijke scope van de visie Aan de Gooise Kust is daarom afgestemd op de beoogde thema's zoals deze ook in de Omgevingsvisie Gooise Meren terug zullen komen:

De hoofdthema's:

- Landschap en cultuurhistorie
- Recreatie en toerisme
- Natuur
- Havens en water.

En de kwaliteitsthema's:

- Duurzaamheid
- Leefbaarheid en toegankelijkheid
- Veiligheid
- Ontwikkelingen en innovatie.

De globale gebiedsaanduiding ziet er als volgt uit: **het kustgebied** vanaf de gemeentegrens met Diemen tot aan de gemeentegrens met Huizen, **inclusief het water** (en forteiland Pampus) en de kernen Muiden, Muiderberg en Naarden.

Landinwaarts moeten het deel Vecht rondom Muiden worden meegenomen en de aansluiting van Naarden richting de Naardertrekvaart en de sloepenroute richting Loosdrechtse plassen.



Offerte-aanvraag sept 2019:

Afgeronde inventarisatie fase:

Om voor de bovengenoemde 8 thema's een goede analyse te kunnen maken voor het kustgebied van Gooise Meren van de kansen en mogelijke knelpunten, heeft de gemeente Gooise Meren in het medio 2019 de inventarisatie fase laten uitvoeren door adviesbureau Land-ID. Tijdens deze fase is de volgende input verzameld:

- Geldende wet- en regelgeving
- Actueel beleid en bestuurlijke ambities die het gebied raken
- Ideeën, wensen en dromen van belanghebbenden en belangstellenden.

De geldende wet-en regelgeving en het actuele beleid zijn verwerkt in een basisdocument met 3 kaarten. De ideeën, wensen en dromen zijn eind augustus 2019 opgeleverd in een rapportage in woord en beeld. In de rapportage worden de kwaliteiten (sterktes), zwaktes (opgaven), kansen (met in achtneming van risico's) en knelpunten (tegenstrijdigheden) benoemd. De argumenten hierbij zijn belangrijke elementen voor de visievorming van deze opdracht.

Voor welk probleem is dit eigenlijk de oplossing?



Voor welk probleem is dit eigenlijk de oplossing?

- 1. De druk vanuit Amsterdam? Wat is Gooise Meren eigenlijk t.o.v. de MRA en t.o.v. Almere? Amsterdam & Partners mag dat niet voor Gooise Meren bepalen. Gooise Meren wil geen ‘attractiepark’ van de MRA zijn met leuke plannen voor een brug vanuit IJburg bijv. Gooise Meren wil een serieuze gesprekspartner zijn in de MRA. Amsterdam & Partners dus ook mee laten lopen met dit traject.
- 2. Veel initiatieven liggen nu stil omdat er geen vastgestelde visie is. Er zijn zo’n veel initiatieven, maar het is zaak dat alle ‘openstaande’ initiatieven geïnventariseerd worden zodat ze een goede plek in het toekomstbeeld voor Gooise Meren kunnen krijgen. Het gaat daarbij om zowel groot- als kleinschalige initiatieven.
- 3. De samenhang benoemen. Dat moet ook input worden voor de omgevingsvisie. Maar dan het ruimtelijk deel en minder het sociaal-culturele deel.

Het eindresultaat van dit traject wordt een visie.

Een visie ontwikkelen is het proces om vanuit een breed perspectief van meningen en mogelijkheden, beperkingen en bepalingen naar een smaller pad richting beslissingen met een democratisch mandaat te gaan.

Castles and gardens destinations



With its nature areas, large mansions and spectacular castle, Breukelen offers visitors a wealth of historic sights and experiences.



Take a short bike ride from Amsterdam and discover a scenic refuge away from the hustle and bustle of the city.



Step back in time in Weesp, a historic city brimming with spectacular forts and windmills, and buildings that date back hundreds of years.



Dating back to the 10th century, Muiden's peaceful streets, small cafés, historic landmarks and picturesque harbour make for a perfect day trip out of Amsterdam.



One of the best preserved fortified towns in Europe, Naarden's remarkable 'star fort' grid layout and cafés, shops and attractions make it simply unmissable.



Hire a boat or a bike and explore this green oasis right on Amsterdam's doorstep.



Though small, Laren has a lot to offer visitors, including charming streets, abundant nature and fascinating museums.



For a beautiful day beside or on the water, you don't need the seaside. Instead, enjoy the many Leisure Lakes near Amsterdam.



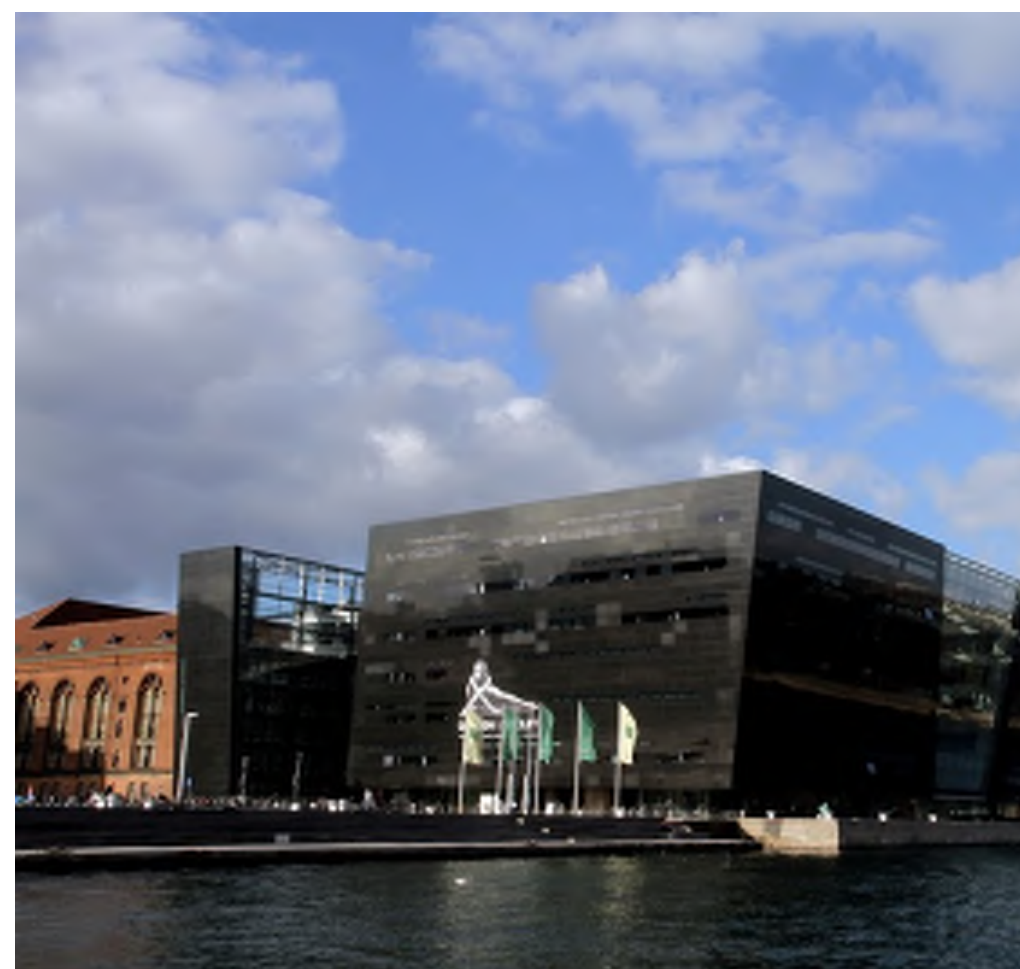
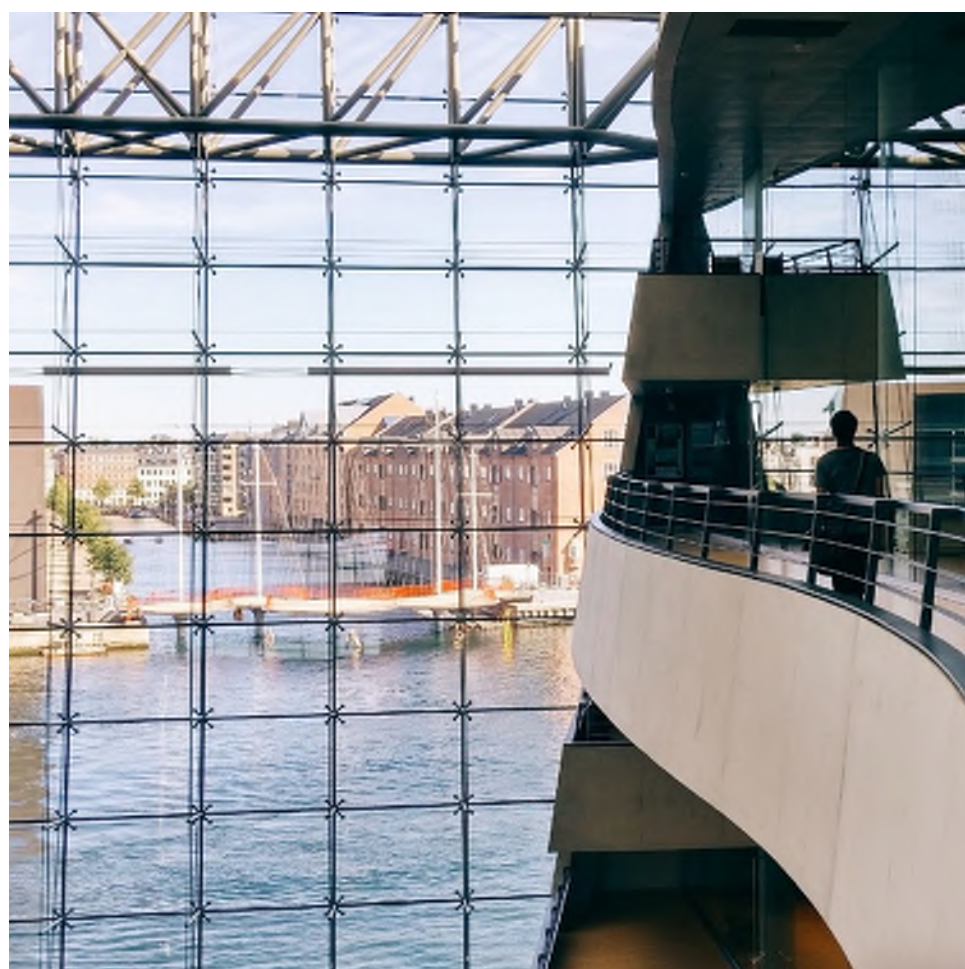
Explore what to do and where to stay, eat and drink while visiting the Amsterdam region's superlative Castles & Gardens.



Discover how to spend a day in a land of fairy-tale castles and Dutch Golden Age estates in the Amsterdam Area.

Het perspectief
Hoe waarderen we de Gooise kust?

Basics for cool places...



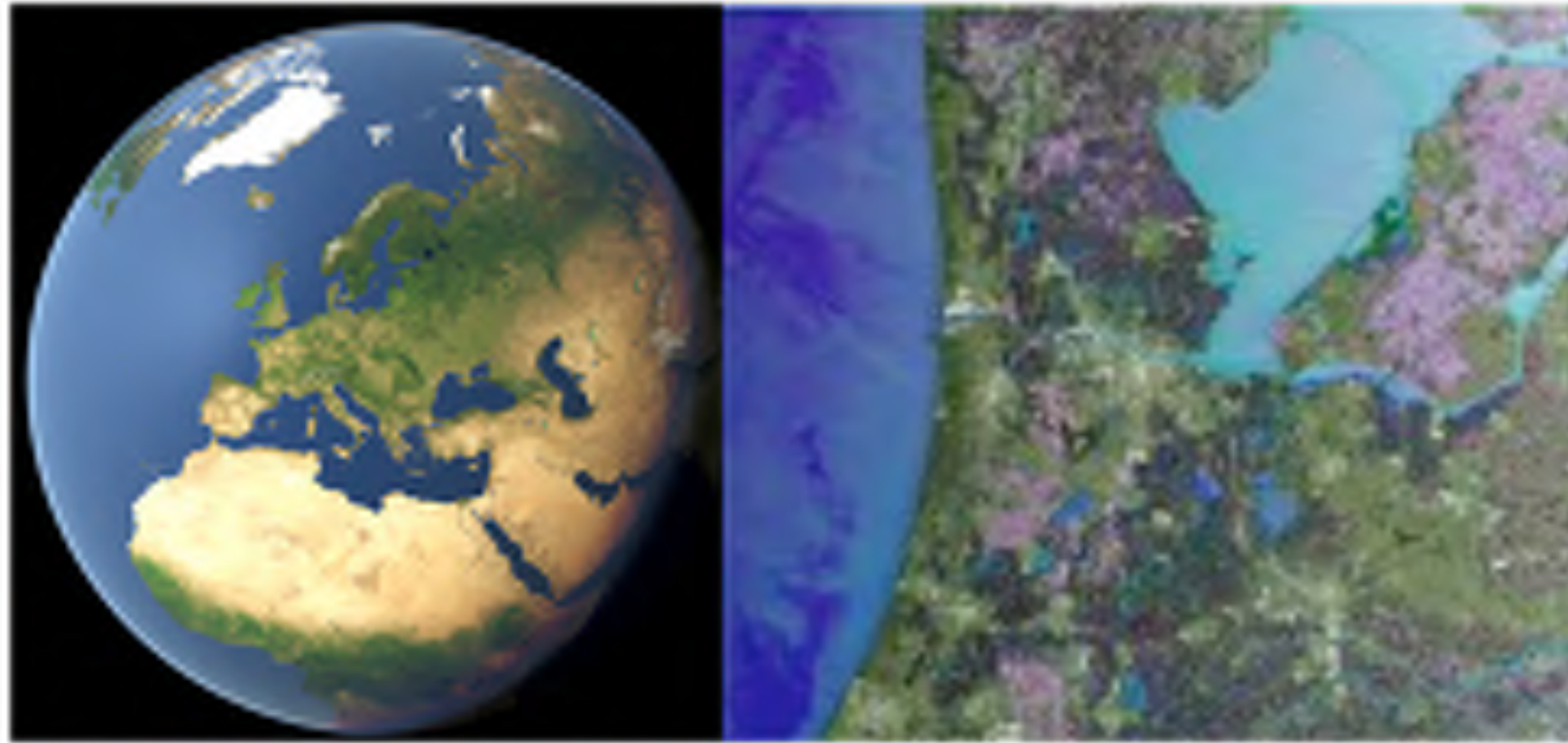
‘De wereld wordt steeds kleiner’. Een veel gehoorde uitdrukking die verwijst naar de groeiende kennis die de mens heeft over de planeet, haar natuur en haar inwoners. Kennis over andere werelddelen, landen, regio’s en plaatsen wordt makkelijk gedeeld via het internet en voor een steeds grotere groep mensen is het ook financieel mogelijk steeds grotere delen van de wereld te bezoeken. Tegelijkertijd neemt de druk op de wereld toe door groeiende economieën, groeiend internationaal verkeer en last-but-not-least een groeiende wereldbevolking.

Deze groei heeft naast positieve ook negatieve effecten; milieuschade, ontbossing, grote economische verschillen die zichtbaar/voelbaar worden. Dit alles leidt tot een groeiend bewustzijn dat de mens zijn (natuurlijke) leefomgeving moet koesteren en intelligent moet exploiteren. Die exploitatie gaat gepaard met economische belangen die niet alleen wereldwijd verschillend gewogen worden maar ook lokaal. Bij het maken van economische afwegingen wordt steeds meer uitgegaan van gedeelde historisch-cultureel-economische inzichten. **De door lokale stakeholders gedeelde inzichten vormen tezamen de identiteit van het gebied. Het gaat dus niet om ‘slechts’ feiten’, maar vooral over wat er van die feiten gevonden wordt.**

De identiteit wordt steeds meer de collectieve basis waarop beslissingen gebaseerd worden; over behoud en ontwikkeling. En in het verlengde daarvan; beslissingen over ‘het design’ van een plaats (vormgeving, communicatie, etc). Dit alles kan dus alleen als de stakeholders elkaar als zodanig erkennen en een collectieve werkwijze hebben gekozen om tot de genoemde beslissingen te komen. Het spreekt voor zich dat wanneer er onvoldoende of te eenzijdig geselecteerde stakeholders bij de ontwikkelingen betrokken zijn, er te weinig collectiviteit ontstaat. En dus geen collectief fundament voor ontwikkelingen. Zo beschouwd is het logisch dat bij onvoldoende participatie er onvoldoende collectief bewustzijn is dat als basis kan dienen voor ontwikkelingen. Dan zullen projecten eerder een afspiegeling van betrokkenen zijn en niet van de identiteit van een plaats.

Het woord ‘plaats’ staat hier voor elke schaalgrootte waarbinnen stakeholders een collectieve identiteit kunnen benoemen; van wijk tot land, van straat tot regio, van bedrijventerrein tot studentencampus.

Cool Places: plaatsen waar je heen wil...



We maken onderscheid daarbij tussen *'plaatsen'* met zogenaamde multiple stakeholders (wél een collectief belang maar geen eenduidig eigendom) en single stakeholders (eigendom, zelfstandig bevoegd).

'Plaatsen' met multiple stakeholders

Bijvoorbeeld:

- Een land
- Een provincie
- Een regio
- Een stad
- Een dorp
- Een buurt of wijk
- Een winkelcentrum
- Een evenement

'Plaatsen' met single stakeholders

Bijvoorbeeld:

- Een museum
- Een hotel
- Een toeristische attractie
- Een wellness centrum
- Een restaurant, paviljoen
- Een winkel



Bij gebrek aan zelfkennis wordt gekeken naar 'succesverhalen' elders die schaamteloos gekopieerd worden. Veel plaatsen hebben volgens IMA teveel naar elkaar gekeken en te weinig naar zichzelf. Dat geldt voor het aanbod in bijvoorbeeld de horeca, de retail en 'zelfs' opleidingen. Maar ook steden en dorpen lijken qua architectuur zo op elkaar, dat er geen specifieke aantrekkingskracht vanuit gaat. Noch op bezoekers, noch op potentiële nieuwe bewoners, noch op het bedrijfsleven.

Er moeten dus grote vraagtekens worden geplaatst bij dit kopieergedrag. Sterker, er moeten betere vragen worden gesteld om tot beter beleid te komen: **'Wie zijn wij eigenlijk? Wat past bij ons? En voor wie is dat van toegevoegde waarde?'**

Deze vragen moeten beantwoord worden voordat een plaats ontwikkelingen initieert of zelfs campagnes kan voeren. Want welke boodschap wordt uitgedragen? En wie moeten er met die boodschap gelokt worden? En wordt er dan ook iets geboden waardoor men (blijvend) een relatie wil aangaan? Op welke manier kan er dus duurzaam geïnvesteerd worden in de aantrekkingskracht van een plaats?

De beantwoording kan methodisch én slagvaardig worden aangepakt met behulp van de Identity Matching Methode. Een gefaseerde methode die begint met het creëren van een eigen, unieke claim en eindigt met de implementatie van een werkwijze voor Place Branding.



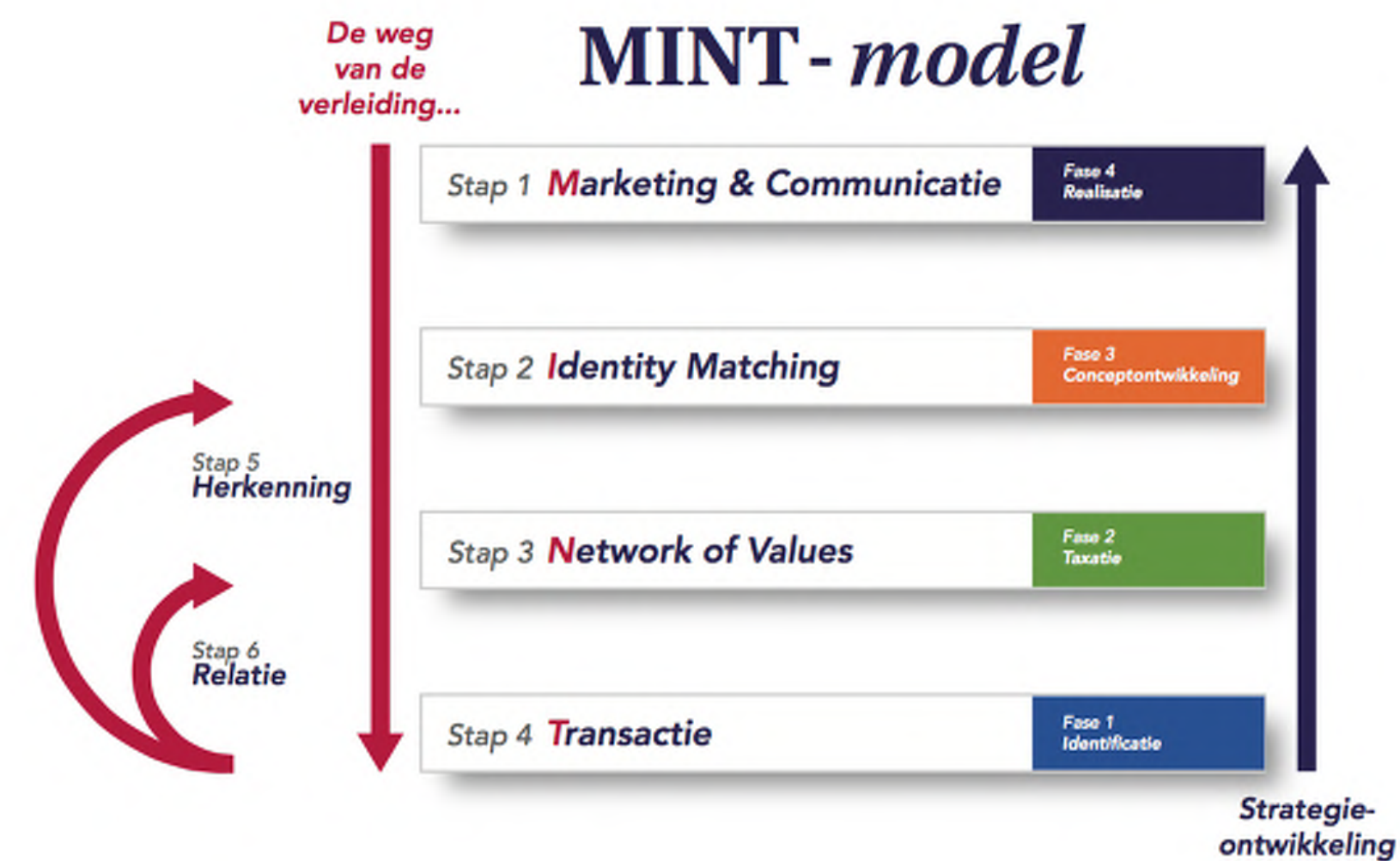


De belangrijkste ingrediënten die plaatsen die óók een bestemming willen zijn nodig hebben zijn: lef, lef en nog eens lef.

Allereerst is er lef voor nodig om met een methode te werken die de eigen Identiteit centraal stelt en niet het marktonderzoek. Lef om zo eigenwijs te zijn zélf onderscheidend aanbod te ontwikkelen en niet klakkeloos te kopiëren wat elders succesvol is. Lef om duidelijke keuzes te maken voor een eigen koers en daarin ook bij tegenwind te volharden. Lef om met alle belanghebbenden samen te werken ook als zij niet automatisch een voorstander van het proces en/of de plannen zijn. En lef om zelfstandig met deze methode verder te gaan en daarvoor mensen op te leiden en die ruimte te bieden fouten te maken. Want ontwikkeling brengt risico's met zich mee, maar die ontwikkeling leidt ook tot een duurzaam resultaat.

De Identity Matching Methode biedt bestemmingen de mogelijkheid om zelf de ontwikkeling van hun 'bestemming' ter hand te nemen. Op die manier ontwikkelen bestemmingen duurzaam kennis, kunde en netwerk en kunnen budgetten optimaal worden benut.





Identity Matching is gebaseerd op bewezen modellen uit de klinische psychologie die vertaald zijn naar een methodische aanpak (dus met stappenplan en sturing op resultaten). Die aanpak zorgt voor begrip voor, tijdens en na het proces. En dat maakt resultaten voorspelbaar en zorgt ervoor dat plannen makkelijk kunnen worden bijgesteld indien nodig.

Hieronder beschrijven we in ons MINT-model zowel ‘de weg van de verleiding’ (hoe worden doelgroepen tot transacties verleid) als de strategie-ontwikkeling.

In het model loopt de weg van de verleiding van boven naar beneden (stap 1-4). Vanaf stap 5 is de verleiding niet langer gericht op een eenmalige transactie maar op het opbouwen van een relatie (stap 6).

Om dat te kunnen realiseren wordt bij de ontwikkeling van een verleidingsstrategie precies de omgekeerde weg bewandeld. Die ontwikkeling start met het vaststellen van de eigen Identiteit en Ambities (Fase 1) en het bepalen van het waardenlandschap of wel een Marketing Landscape (Fase 2) waarmee een eigen markt ontwikkeld kan worden.

Daarna wordt door middel van een sterk concept een merk ontwikkeld om dat Marketing Landscape ook echt te kunnen claimen (Fase 3). Het proces eindigt met het (continu) bepalen van ontwikkelings- en promotiedoelstellingen en het inrichten van de organisatie om die doelstellingen te bereiken (Fase 4).

Voor elke fase is bepaald welk stappenplan doorlopen moet worden om het gewenste resultaat te bereiken. (Zie schematisch overzicht hiernaast).

Fase 1 Identificatie	Fase 2 Taxatie	Fase 3 Conceptontwikkeling	Fase 4 Realisatie
<p>MINT Transactie</p> <p>Wie zijn we? Waar zijn we goed in? Wat zijn onze ambities?</p> <hr/> <p>CPWW-onderzoek:</p> <ul style="list-style-type: none">• Place Coolness incl. Landmarks• Brandscape• Warm Welcome• Paars-factor• I/E/N-factor• BrandConcept-status• BrandManagement-status <p>Identiteitsonderzoek stakeholders:</p> <ul style="list-style-type: none">• Zelfbeeld (DNA)• Dromen• Ambities (BrandScan) <hr/> <p>Resultaat Fase 1:</p> <ul style="list-style-type: none">• CPWW-score• BrandBoard• Beschrijving ontwikkelbehoeftes• Opdrachtschrijving Fase 2	<p>MINT Network of Values T</p> <p>Wie gaat ons aanbod waarderen? Hoe gaan we onze unieke Identiteit benutten? Wat wordt ons Marketing Landscape?</p> <hr/> <p>Onderzoek naar:</p> <ul style="list-style-type: none">• Trends & ontwikkelingen o.b.v CPWW• Kansen & Bedreigingen o.b.v. CPWW• Strategische kansen/samenwerkingen <p>Potentie-onderzoek stakeholders:</p> <ul style="list-style-type: none">• CPWW-quick wins• Onderlinge verhouding stakeholders (wie wordt 'probleem/kans-eigenaar') <hr/> <p>Resultaat Fase 2:</p> <ul style="list-style-type: none">• Omschrijving & visualisatie Marketing Landscape• Beschrijving ontwikkelpotentie• Opdrachtschrijving Fase 3: Masterplan	<p>MINT Identity Matching N T</p> <p>Hoe gaan we het gekozen Marketing Landscape claimen met een goed Destination Branding Concept inclusief Landmarks?</p> <hr/> <p>Bepalen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Welke beperkende factoren bepalen het uitgangspunt?• Wat van het huidige aanbod past bij het gekozen Marketing Landscape? Waar zitten de gaten in het aanbod?• Welke Landmarks moeten ontwikkeld worden?• Welke verhalen kunnen gebruikt worden om het concept te laden?• Hoe zorgen we er in Fase 4 voor dat het concept aan de 5 conceptelementen voldoet? <hr/> <p>Resultaat Fase 3:</p> <ul style="list-style-type: none">• Omschrijving van een concept dat voldoet aan de 5 conceptelementen• Inventarisatie van de werkzaamheden die in Fase 4 moeten worden uitgevoerd• Stappenplan en timeline	<p>Marketing & Communicatie I N T</p> <p>Realisatie van het Destination Branding Concept Promoten van de plannen</p> <hr/> <p>Realiseren:</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatie conceptbewaking• Inrichting organisatie met werkgroepen• Research & Development• Start fundament Identity Book• Plan voor interne- en externe communicatie• Creatie briefings <hr/> <p>Resultaat Fase 4:</p> <ul style="list-style-type: none">• Briefings• Fundament voor Identity Book• Start Branding Cooperation• Bereiken doelstellingen

KEUZE AAN DE KUST

Project Identiteit Kustplaatsen van Noord-Holland



Keuze aan de kust

'Keuze aan de kust' is het resultaat van uitgebreid onderzoek naar het profiel van de Noord-Hollandse Noordzeekustplaatsen in opdracht van de Provincie Noord-Holland. In de tien kustgemeenten - van Zandvoort tot Texel - zijn de kustplaatsen onderzocht vanuit een toeristisch-economisch perspectief. Wat is de kleur, het karakter en de kracht van de plaats? Wat maakt de bestemming aantrekkelijk om te wonen en te bezoeken? Hoe kunnen bezoekers worden verleid te komen, en komen zij daarna ook weer terug?

In Noord-Holland wordt ingezet op meer diversiteit, kwaliteit en differentiatie; niet



alles overal hetzelfde! Een gevarieerde kust is aantrekkelijker, voor zowel bewoners als bezoekers. In dit boek wordt uiteengezet wat de verschillende Noord-Hollandse kustplaatsen authentiek en uniek maakt. De toelichting op de werkwijze en de Identity Matching Methode maken duidelijk hoe voor elke plaats het DNA, de dromen en de ambities kon worden vastgesteld in een uniek identiteitsprofiel. De lezer krijgt tevens een concrete doorkijk in twee gemeenten, die inzicht geeft in de uitwerking van strategie en concepten voor deze bestemmingen.



Dit DNA-onderzoek naar de identiteit van de kustplaatsen is de eerste methodische stap in een strategie-ontwikkeling hoe de kustplaatsen met een onderscheidend en passend aanbod, als bestemmingen beter op de kaart kunnen worden gezet. De provincie nam het initiatief als opdrachtgever, omdat het versterken van de kustplaatsen van groot belang is voor de Noord-Hollandse economie. Het onderzoek is samen met gemeenten, bewoners, ondernemers, bestuurders, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties uitgevoerd door Identity Matching Academy.



Project Identiteit Kustplaatsen

2040: De Noord-Hollandse Noordzee kustplaatsen hebben zich met behoud en versterking van hun identiteit ontwikkeld tot bestemmingen van (inter)nationale allure. De plaatsen hebben elk een eigen kleur en karakter en zijn onderscheidend in hun toeristisch aanbod. Deze verschillen zorgen voor een ruim aanbod langs de kust waardoor er voor iedere doelgroep wat te halen en beleven is. De kwaliteit van het aanbod aan verblijfsaccommodatie en voorzieningen is de afgelopen decennia sterk verbeterd en verbreed. Veel kustplaatsen zijn het hele jaar door aantrekkelijk om te bezoeken en goed bereikbaar. De prijs-kwaliteitsverhouding is ook goed. De badplaatsen zijn vanzelfsprekend goed beschermd en veilig. De ruimtelijk-economische ontwikkeling is strategisch opgepakt met het oog op de verwachte zeespiegelstijging en toekomstige kustversterking. De kwaliteit van de openbare ruimte in de kustplaatsen heeft grote aandacht gekregen met respect voor cultuurhistorische en landschappelijke waarden. Hiermee zijn de begin 21ste eeuw geconstateerde verschrapping en verrommeling met succes gekeerd.

Als we vijftig jaar in de toekomst vooruit zouden kunnen kijken, zou dit bovenstaande wensbeeld dan werkelijkheid zijn? Sinds de vaststelling in 2010 van haar ruimtelijke structuurvisie 2040 werkt de provincie Noord-Holland er vol overtuiging aan. Met het meerjarig project Identiteit Kustplaatsen geeft de provincie uitvoering aan integrale ontwikkeling van het kustgebied.

Noord-Holland streeft naar een veilige, economisch sterke en ruimtelijk aantrekkelijke kust. Voldoende en gedifferentieerde ruimte voor recreatie en toerisme is daarom belangrijk en dat vraagt om het maken van keuzes: niet meer overal van hetzelfde. Ontwikkelen van aantrekkelijke badplaatsen met een divers en kwalitatief toeristisch aanbod is nodig om de concurrentieslag met andere vakantiebestemmingen niet te verliezen. De kust is nog altijd, na Amsterdam, de belangrijkste toeristische trekpleister van Noord-Holland en van groot economische

belang met meer dan tienduizend banen en een omzet van ruim een miljard euro. Niet voor niets staat de revitalisering van de badplaatsen op de agenda van het provinciebestuur.

Met Identiteit Kustplaatsen is vijf jaar geleden een interactief, onderzoekend en praktische aanpak ontvouwd. Voor alle kustplaatsen is het versterken van de identiteit het uitgangspunt en de basis. Het project bestond uit twee pilots gebiedsontwikkeling en een parallel traject voor alle kustgemeenten met daarin aandacht voor bewustwording, internationale



samenwerking, ontwerpverkenningen Atelier Kustkwaliteit en tenslotte inzet van de Identity Matching Methode. De marsroute loopt van bewustwording naar profielen, verder richting strategieën en projecten in de (nabije) toekomst.

Als voorverkenning van gebiedsontwikkeling kregen Zandvoort en Petten een bijzondere pilotstatus vanwege grote en meervoudige opgaven. Het leidde in Zandvoort tot een samenwerking tussen gemeente en provincie voor de ontwikkeling van Entreegebied Stationsomgeving. Vanaf 2010 bracht een reeks van culturele bijeenkomsten en manifestaties over identiteit bewustwording teweeg. Beeldende kunst, debat, verhalenvertellers en cultuurhistorisch onderzoek legden de wortels bloot en vele Noord-Hollanders waren hierbij betrokken of werden bereikt. Daarna



concentreerde Identiteit Kustplaatsen zich op een lange termijn perspectief van kustveiligheid en ruimtelijk-economische ontwikkeling. De 2100-toekomstverkenning voor de Noord-Hollandse kust gebeurde in een tweejarig interprovinciaal ontwerpend onderzoek-Atelier Kustkwaliteit, waar getekend en gerekend is. Deze samenwerking tussen overheden, ontwerpers, bedrijfsleven en kennisinstututen leverde een schat aan kennis en (meegroei) principes op voor kustontwikkeling. Het Atelier leverde directe input aan het Deltaprogramma en Nationale Visie Kust. De kennis en ervaring zijn internationaal gedeeld en verspreid in het Europese kustproject SUSCOD waarvoor Noord-Holland het leadpartnership uitoefende. Vanaf 2012 is gestart met het opstellen van identiteitsprofielen voor de kustplaatsen met de Identity Matching Methode.



Dit identificatie onderzoek in elke kustplaats kwam tot stand in nauwe samenwerking met gemeenten, ondernemers, bewoners en maatschappelijke organisaties in de tien kustgemeenten. De lezer kan van de resultaten uitgebreid kennis nemen in dit boek. Ondanks dat de resultaten van vijf jaar Identiteit Kustplaatsen al aansprekend zijn, moet het eerder geschetste wensbeeld nog echt worden waargemaakt. Gemeenten en ondernemers zijn aan zet om voor hun profielen (ruimtelijke) strategieën, concepten en projecten verder uit te werken. De provincie blijft met kennis, kunde en netwerk ondersteunen. De kust is dynamisch en daarmee is het werk aan de kust ook nooit af, wordt weleens gezegd. In Noord-Holland zijn we op de goede weg.

Martijn Vos, projectleider





De beoogde resultaten zijn:

Een integrale beleidsvisie op **het kustgebied** van de gemeente Gooise Meren (2020-2040)

Het benoemen en benutten van kansen op het gebied van (water)recreatie en toerisme aan de kust, ter versterking en ontwikkeling van de unieke combinatie van water, natuur en cultureel erfgoed

De resultaten worden uiteindelijk overgenomen in de omgevingsvisie / het omgevingsplan, dat een lokale uitwerking zal zijn binnen het kader van de regionale omgevingsvisie.

Het perspectief voor de waardering van het gebied binnen deze opdracht is daarom:

(Water)recreatie en toerisme aan de kust

NB. Het perspectief voor de waardering van het gebied binnen deze opdracht is daarom **niet:**

*De unieke combinatie van water, natuur en cultureel erfgoed van **de gehele gemeente Gooise Meren.***

'Het recreatief en toeristisch perspectief is dus slechts één van de mogelijke perspectieven.'

Een hoge waardering van bovenstaand perspectief betekent vanzelfsprekend niet dat de plaats automatisch ook hoog scoort als woonplaats of als vestigingslocatie voor een bedrijf. En vice versa...'



Definiëring gebied

Wat is de Gooise kust?

PROJECTGEBIED



In de opdracht wordt ook gevraagd: *Een beschrijving van de historische en huidige relatie tussen het kustgebied en het achterland van Gooise Meren en de wijze waarop deze in de toekomst versterkt en ontwikkeld kunnen worden, o.a. ook ter versterking van het onderscheidend karakter naar de omgeving toe.*

IMA meent dat de omschrijving van ‘het kustgebied’ zowel bij de opdrachtgever als bij de stakeholders in het gebied te veel onduidelijkheid overlaat. Dat zorgt ervoor dat volgens IMA er meer partijen zijn die menen direct belanghebbend te zijn, dan het gebied logischerwijs herbergt.

Het lijkt erop dat bij gebrek aan definitie alle partijen in Gooise Meren menen dat hun directe belangen geraakt worden met de ontwikkeling van de Kustvisie. De woordvoering van al deze partijen leidt tot verwarring over de mogelijkheden én onmogelijkheden voor het gebied.

Okra & IMA zijn zich net als de gemeente bewust van gebieden waar niets tot nauwelijks iets mogelijk is qua doorontwikkeling, maar door de inspreekmogelijkheden voor partijen die niet direct belanghebbend zijn (doordat hun belang zich niet direct op de kust richt maar op andere zaken binnen de gemeente), ontstaat er een negatieve sfeer rondom de ontwikkeling van de kustvisie.

En dat terwijl een kustvisie voor de gemeente als onderdeel van de nieuwe omgevingsvisie essentieel en zelfs bestuurlijk en juridisch noodzakelijk is. IMA meent dat het verstandig is een veel hardere grens te benoemen voor wat de kustlijn betreft en wat niet. Zonder deze harde begrenzing wordt de ontwikkelruimte te beperkt door tal van procedures die veroorzaakt worden louter door de ontwikkeling van een kustvisie.

Wat is kust? Een definitie...



De term 'kust' is overigens in relatie tot Gooise Meren per definitie verwarrend; 'kust' betreft het overgangsgebied tussen land en zee, waar het overgangsgebied tussen land en rivier of meer 'oever' genoemd wordt. Dat verklaart ook waarom de Rijksoverheid in haar Nationale Visie Kust (2013) niets schrijft over een IJsselmeerkust of Gooise Kust. In 'Vorbereidingen Gooise Meren op de invoering van de Omgevingswet' is ook geen sprake van een 'Gooise Kust'. Evenwel wordt in het in opdracht van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed gepubliceerde 'Cultuurhistorische IJsselmeerbiografie' (2017) wel telkenmale gesproken over de diverse kustlandschappen van het IJsselmeer. In die biografie wordt (volgens IMA niet onlogisch) een verband gelegd tussen de Zuiderzee-kustlandschappen en de huidige IJsselmeer kustlandschappen. Daarbij wordt dan wel onderscheid gemaakt tussen 'Oude kustlandschappen' en 'buitendijkse gronden'. Die laatste categorie is dus wél kustgebied maar niet in traditionele zin.

IMA stelt voor dat Gooise Meren voor de definitie van haar kustgebied de beschrijving van kustlandschappen zoals die voortkomt uit de 'Cultuurhistorische IJsselmeerbiografie' van toepassing verklaart. OKRA heeft op basis van deze definitie de kustlijn in zijn maximale verschijningsvorm ingetekend.

Wat is kust? Een definitie...



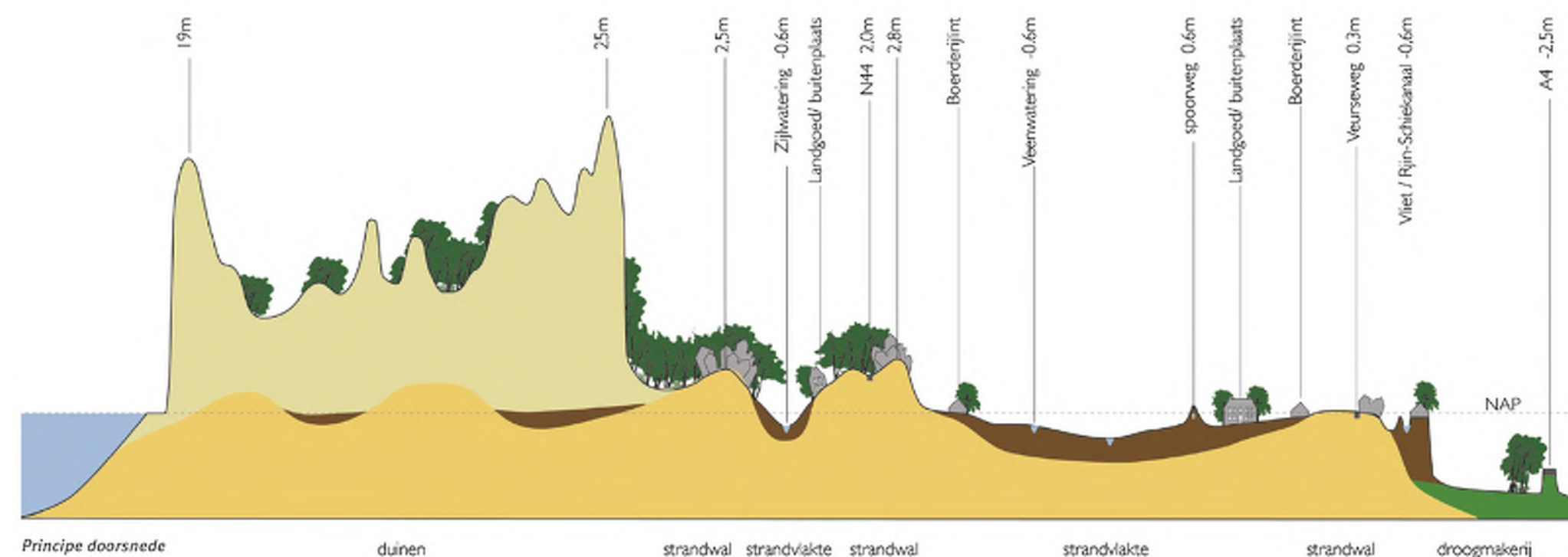
Omdat 'kust' staat voor een overgangsgebied dat van nature dynamisch is, meent IMA dat het verstandig is 'kustbeleving' als aanvullend criterium te hanteren.

IMA heeft in opdracht van en in samenwerking met de Provincie Noord-Holland alle Noordzee-kustplaatsen van de provincie geïdentificeerd. Dat project is beschreven in de publicatie 'Keuze aan de Kust' (2015). Voor die identificatie is de kust mede op basis van de 'kustbeleving' als volgt gedefinieerd:

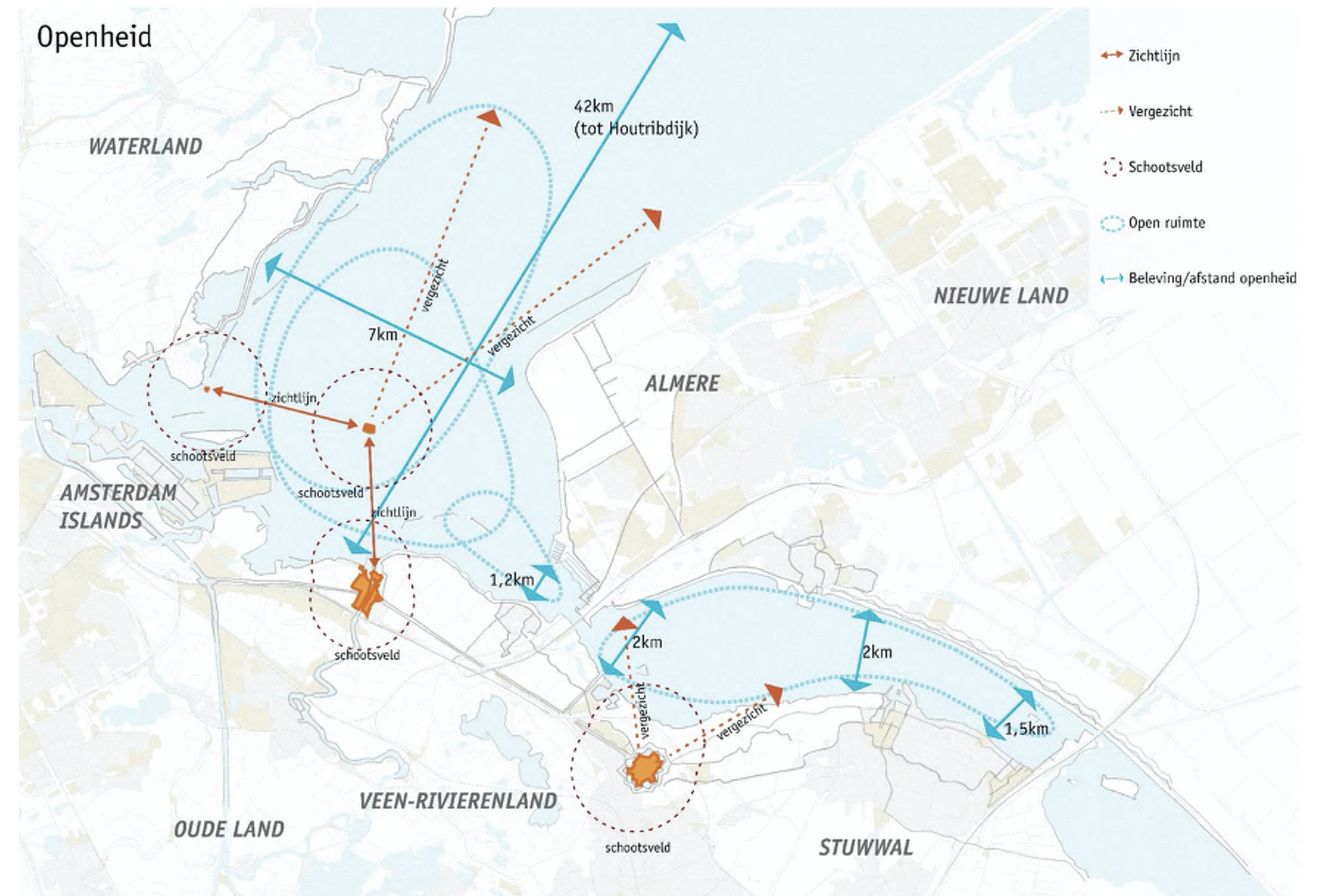
'De kust is het overgangsgebied tussen land en zee waar de invloed van zowel de zee als het land onmiskenbaar is. Die onmiskenbaarheid blijkt onder meer uit de invloed die de zee op de cultuur aan land heeft gehad en daar nog altijd zichtbaar en/of voelbaar is. Die invloed komt enerzijds voort uit de bedreiging van het land (overstroming) en anderzijds uit de aantrekkingskracht die de zee heeft op bewoners, ondernemers en recreanten.'

Gevolg van deze (her)definiëring van de Gooise Kust is dat het gebied drastisch kleiner is dan het bij het aannemen van de opdracht leek. Doordat op veel plaatsen langs de Gooise kust al op enkele meters van het water de kustbeleving is verdwenen, en op veel van die plaatsen op hun beurt ook secundair geen effect van het gebruik van de kust is vast te stellen, vallen volgens IMA deze gebieden buiten deze opdracht.

Daar waar tijdens de participatie door deelnemers is aangedrongen wel of geen standpunt in te nemen over deze gebieden, moet IMA thans vaststellen dat de opbrengst van discussie over deze gebieden vanuit het perspectief van de kustvisie niet relevant is.



Wat is dan de Gooise kust? Waar is de kustbeleving...



Conclusie: IJmeer is kust & Gooimeer is oever?

Binnen GM alleen Muiderberg een kustplaats?

Bron: RG&V: Verkenning-IJmeer-Gooimeer (2018)

Wat is dan de Gooise kust? Waar is de waterrecreatie...



ANWB Waterkaart Randmeren Flevoland 2018 -2019, uitsnede Gooimeer.



Voor wat betreft het Gooimeer en het IJmeer zijn de oeverrecreatie-mogelijkheden beperkt. Grote delen van de kust, o.a. tussen Huizen en Naarden en tussen Muiderberg en Muiden zijn afgesloten i.v.m. de daar aanwezige natuurwaarden. Met uitzondering van het 'Tropisch strand' bij Speelpark Oud Valkeveen is de kust en het water tussen Huizen en Naarden niet toegankelijk.

Op de ANWB-waterkaart is te zien dat de kustzone tussen Huizen en Naarden (Naarderbos) afgesloten gebied is, net als een deel van het Eemmeer achter de Stichtse Brug. De zones zijn afgezet met gele boeien (Natuurbeschermingswet, artikel 17). Een Toegangsbeperkingsbesluit (TBB) ex artikel 2.5 van de Wet Natuurbescherming is in voorbereiding. De oeverzone en het water vanaf de haven van Huizen t/m het strand langs de Stichtse brug is geen afgesloten gebied, daar is recreatief gebruik toegestaan. De oever maakt wel deel uit van het Natuur Netwerk Nederland, NNN, de voormalige Ecologische Hoofdstructuur (EHS). Het NNN is verder beschermd via de Provinciale Ruimtelijke Verordening (PRV) van de Provincie Noord-Holland. In de PRV staat dat volgens de "Wezenlijke Kenmerken en Waarden" bij de Stichtse Brug het strand primair een natuurfunctie heeft, waarbij hooguit sprake is van recreatief medegebruik. Het strand is opgeknapt en er is inmiddels een tijdelijke strandtent met een terras aan het water. Erg populair, maar of dit als bouwwerk (aanpassing bestemmingsplan i.v.m. te verlenen omgevingsvergunning) wordt toegestaan is de vraag. Recreatie dient volgens de rechter geen 'breed maatschappelijk belang', hoewel de bewoners langs de kust, watersporters en waterrecreanten daar anders over denken.

Uit deze situatie blijkt dat met uitzondering van het strandje bij Oud Valkeveen, oeverrecreatie en gebruik van het water in de gemeente Gooise Meren alleen mogelijk is tussen Naarden en Muiderberg en in het gebied ten westen van de havenmond van Muiden t/m de Baai van Ballast.

Bron: Dromen aan de Gooise Kust (2019)

Wat is dan de Gooise kust? Waar is de waterrecreatie...



Kustzone Muiden (west) met openbaar zwemstrandje voor de Westbatterij en de T-steiger met trailerhelling bij de KNZ&RV

Strandjes: zwemmen, surfen en kitesurfen

Naarden en Muiderberg hebben verschillende stranden en strandjes waar oeverrecreatie plaatsvindt. Er wordt gezwommen en gevaren met allerlei drijvende voorwerpen zoals surfplanken. Omdat de oeverzones ondiep zijn, is het niet makkelijk om met een grotere boot de kust te bereiken.

Het hele gebied heeft last van waterplanten (fonteinkruid) waardoor het zwemmen onder druk staat. Slakjes in waterplanten kunnen zwemmerseczeem veroorzaken. Daarom moeten stranden worden vrijgehouden van waterplanten.

Zoals aangegeven zijn er tussen Muiderberg en Muiden geen strandjes die openbaar toegankelijk zijn. De oever en het aangrenzend water zijn van 15 april tot 15 oktober afgesloten Natuurbeschermingsgebied. In de oeverzone tussen de westpier van de haven van Muiden en het PEN-eiland is bij de Westbatterij in Muiden één openbaar strandje. Ook de KNZ&RV heeft een strandje met een steiger. Dit strandje is alleen toegankelijk voor leden. Op de kop van de haven staat het onderkomen van 'De Heintjes', de jeugdzeilafdeling van de KNR&ZV. De Heintjes organiseren trainingen en zeilwedstrijden met Optimisten in de kustzone links van de strekdam die de haveningang van Muiden markeert.

Over de dijk loopt het Waterkeringpad, deels wandelroute, deels fietspad. Aan de binnenkant van de dijk loopt een fietspad richting Amsterdam dat bij de Ballasthaven overgaat in de Diemerzeedijk. Op de bovenste afbeelding zijn de eerste woningen van de nieuwe woonwijk De Krijgsman te zien. Zoals uit de foto's en afbeeldingen blijkt heeft Muiden weinig openbaar strand. Bij de Westbatterij is geen parkeerruimte voor strandbezoekers. De Zeeverkennersgroep Pampus Muiden heeft (een deel van) haar onderkomen in de Westbatterij. De boten van de Zeeverkenners liggen in de haven van de KNZ&RV bij ingang van de haven aan de noordkant.

Bron: Onderzoek havens en waterrecreatie gemeente Gooise Meren (2020)

Wat is dan de Gooise kust? Waar is de waterrecreatie...



Overig watergebruik: kanoën, roeien, snelvaren, sportvissen en suppen

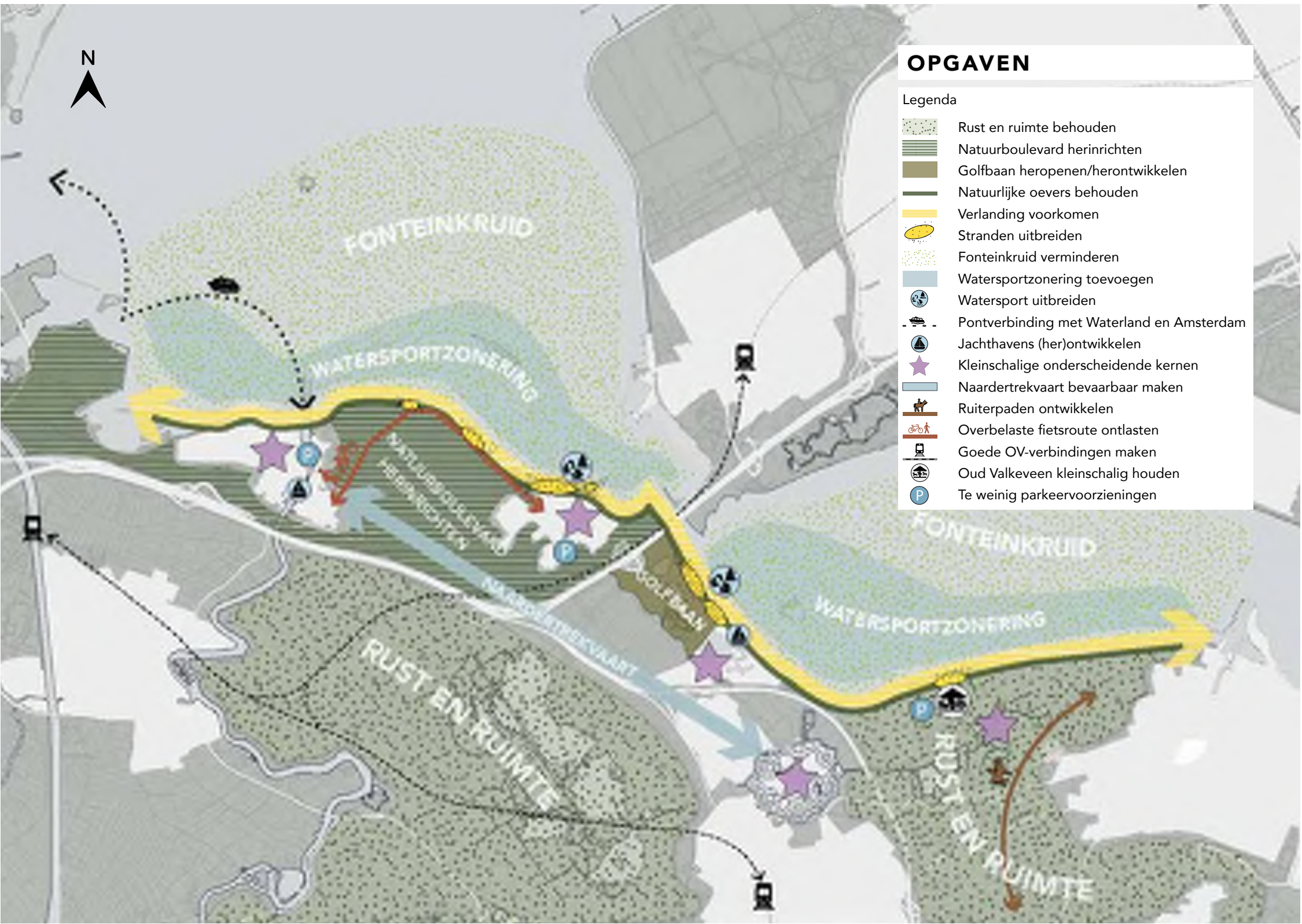
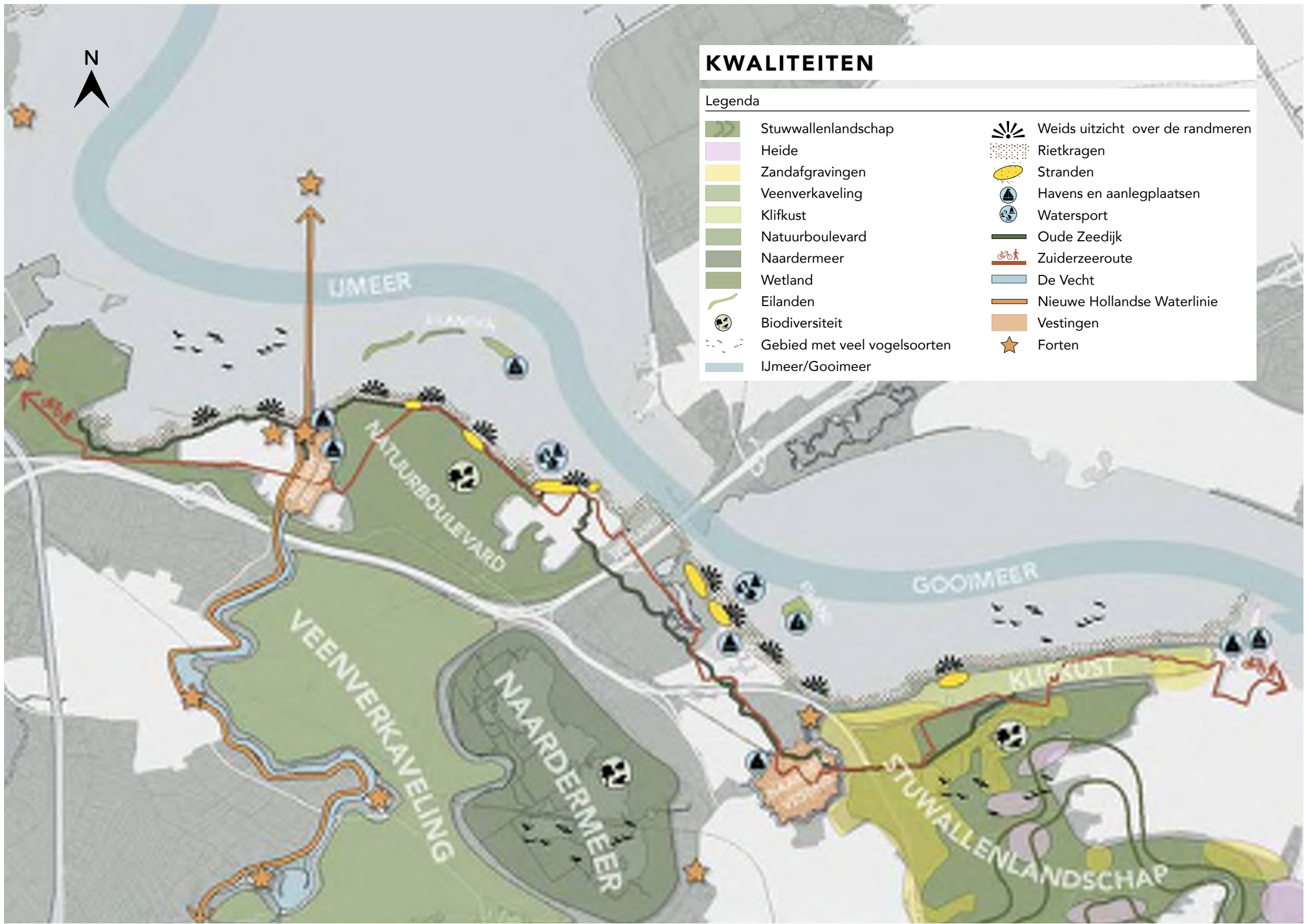
Het ondiepe water voor de kust wordt behalve door motorboten en zeilboten verder gebruikt door o.a. (zee)kano's en ondiep stekende boten zoals sloepen en platbodems. De KNZ&RV heeft ook een zeer actieve roeivereniging. Afhankelijk van de weersomstandigheden roeit men op het IJmeer of op de Vecht. Verder is sloeproeien in en vanuit Muiden populair met bekende wedstrijden zoals een 'Rondje Pampus'. In de gemeente Gooise Meren zijn geen snelvaarbanen. Tussen Almere-Haven en de Hollandse brug is wel een snelvaarbaan voor o.a. jetski's en waterskiërs. Sportvissen (bootvissen) vindt vooral plaats langs de vaargeulen en aan de randen van diepe putten zoals de zuigerput tussen Muiden en Pampus.

Met ca. 25.000 passerende vaartuigen per jaar is de Vecht een drukbevaren rivier. Via de Vecht kunnen ook schepen met 'staande mast' de Loosdrechtse Plassen bereiken. De meeste boten op de Vecht zijn echter motorboten en in toenemende mate sloepen. De Muidertrekvaart en de Naardertrekvaart worden op dit moment door motorboten beperkt gebruikt. Achtergrond daarvan is dat de Naardertrekvaart bij Naarden voor motorboten 'doodloopt' tenzij men een doorvaarthoogte heeft van minder dan 1,10 m, de doorvaarthoogte van de spoorbrug in de Karnemelksloot. Op de Naardertrekvaart wordt door Roeivereniging Naarden wel actief geroeid in allerlei soorten boten.

Het aantal Suppers (Stand Up Paddling, SUP) in Nederland neemt toe, vooral bij woningen die aan het water liggen. In het Naarderbos bij Naarden liggen veel woningen aan het water met een ontsluiting naar het Gooimeer. Bij deze woningen liggen allerlei soorten boten, motorboten, sloepen en zeilboten maar ook kano's, rubberbootjes, surf- en Supplanken. Bij WSC Muiderberg worden (kite)surfplanken, SUP's en kano's verhuurd.

Bron: Onderzoek havens en waterrecreatie gemeente Gooise Meren (2020)

Wat is dan de Gooise kust? Waar is de waterrecreatie...



Conclusie: Kust GM biedt relatief weinig ruimte voor waterrecreatie...

Bron: Dromen aan de Gooise Kust (2019)

Fase 1: Identificatie *Gooise kust*

Hoe is de Gooise kust?



Recreatieruimte...



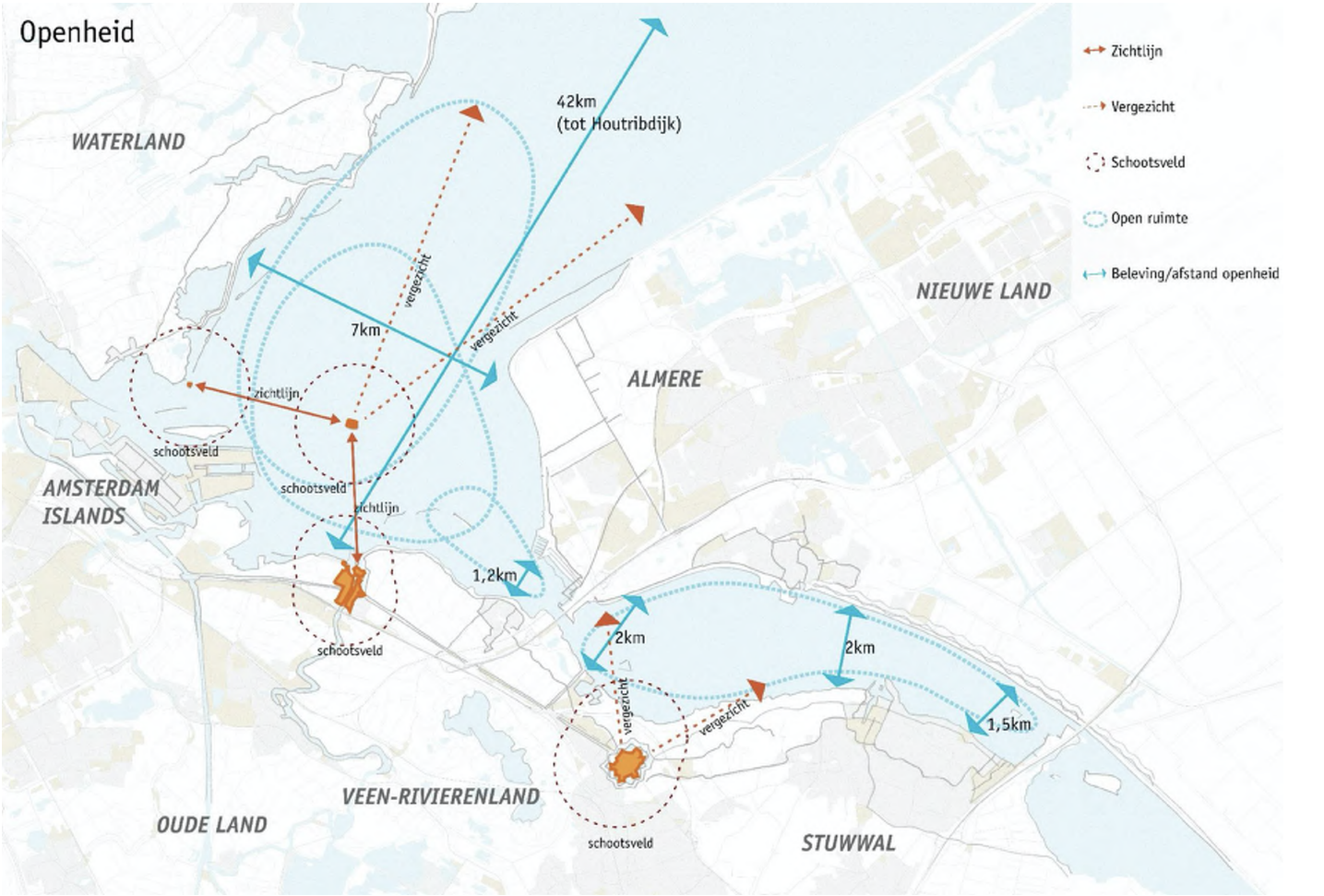
Rust & ruimte onder handbereik...

Visit centres...



Gastvrij onthaald worden op een plek waar het tegenovergestelde de bedoeling was...

Kustplaatsen met zeezicht



De IMA ‘CPWW-index’
Hoe beoordelen we de Gooise kust?

Cool Places: vanuit divers perspectief...



Bezoek-woon-werk-perspectief

Jämtland - Zweden



Onbekend maakt onbemind...

Dit uitgangspunt wordt vaak gehanteerd wanneer gemeentes overgaan tot citymarketing. Citymarketing wordt dan veelal gezien als 'city promotion'. Deze aanpak is in de praktijk echter weinig effectief. Er bestaan grote verschillen in ambities binnen de stakeholders en hun doelgroepen. Ook het perspectief van waaruit een 'city' wordt beoordeeld is heel bepalend voor de waardering; wonen, werken, ondernemen en toerisme & recreatie zorgen elk voor andere waarderingsgrondslagen. Het (proces van het) beïnvloeden van ontwikkelingen binnen plaatsen t.b.v. stakeholders en hun doelgroepen alsook de promotie ervan op basis van de identiteit van de plaats ziet IMA als 'core business' voor wat zij 'place branding' noemt.

IMA heeft een index (CPWW) ontwikkeld voor de waardering van plaatsen in het Noord-Westen van Europa. Plaatsen binnen dit gebied vertonen veel overeenkomsten qua klimaat, cultuur en sociaal-economische ontwikkelingen. Daarmee zijn de plaatsen binnen dit gebied zowel elkaars inspiratiebron als elkaars concurrenten. De index helpt bij het maken van keuzes rondom place branding. Wat zijn 'quick wins' als het gaat om positionering? Welke landmarks zorgen voor waardering? Welke ambities van de stakeholders hebben invloed op ontwikkeling en promotie van de plaats?

De score binnen deze index kan worden gezien als een 0-meting die kan worden gebruikt als uitgangspunt voor strategie, budgettering en werkwijze rondom place branding.

De score geeft ook een belangrijke indicatie voor wat betreft haalbaarheid van ambities vanuit verschillende perspectieven. Dit noemt IMA de Place Branding-potentie. Omdat diverse doelgroepen eerst kennis moeten maken met een plaats voor zij er een bezoek-woon-werk-relatie mee aangaan wordt het toeristisch-recreatief perspectief vaak als eerste onderzocht.

Place Branding-potentie is opgebouwd uit:

Place Coolness + *Brandscape* + *Warm Welcome* + *Paars-factor* +
I/E/N—factor + *BrandConcept-factor* + *BrandManagement-factor*





Een educated guess...

De CPWW-index bestaat dus uit 7 componenten. Bij een CPWW-score wordt elk van die componenten beoordeeld in relatie tot de CPWW-index. Dat is vanzelfsprekend geen exacte wetenschap omdat een groot deel van de componenten worden gevormd door meningen en waarderingen i.p.v. feiten. Dat neemt niet weg, dat bij het vergelijken van de basis voor die meningen en waarderingen er nuttige patronen zijn ontdekt, die vertaald kunnen worden naar zg. *'dealbreakers'* en *'dealmakers'* in het verleidingsproces.

Kortom, er kan efficiënt worden onderzocht waarom bezoekers, bewoners, studenten, ondernemers, etc. wél of niet een relatie met een plaats willen aangaan.

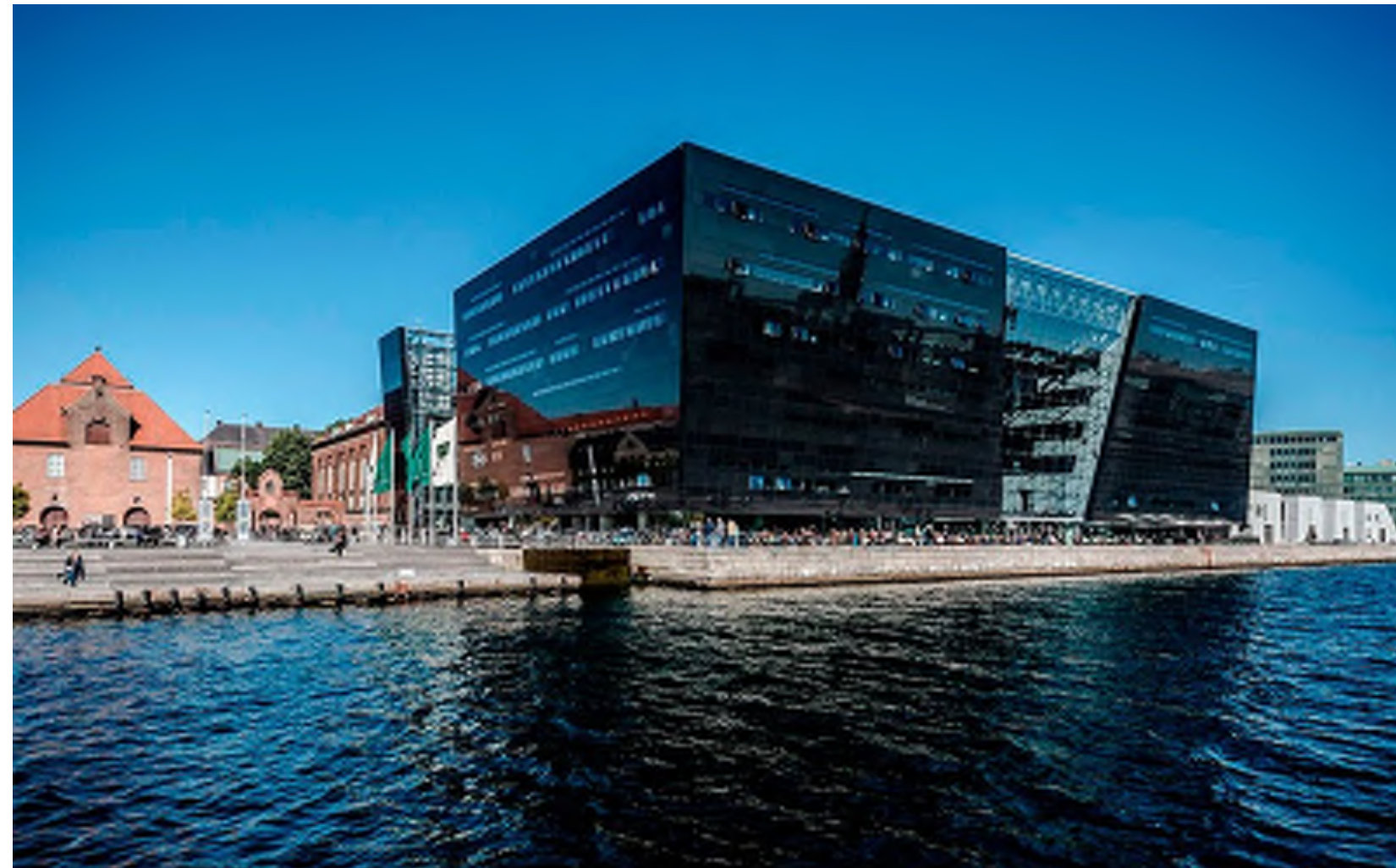
In de navolgende sheets wordt kort ingegaan op deze 7 componenten.

Samenvatting:

Er wordt gekeken naar wat een plaats bijzonder maakt, welke transacties er plaats kunnen vinden en hoe zich dat verhoudt tot andere plaatsen. Daarnaast wordt de plaats als merkconcept beoordeeld; wat is er al en hoe bruikbaar is dat? Tenslotte wordt beoordeeld of en zoja, hoe de place branding is georganiseerd.

Nog kortere samenvatting:

De CPWW-score is een score waarbij de 'Coolness' van een plaats (Cool Place-score/CP-score) wordt afgezet tegen de economische activiteiten die daarmee verband houden (Warm Welcome-score/WW-score).



Place Coolness

Objectieve 'coolness' bestaat vanzelfsprekend niet. Coolness is een kwalificatie die door derden wordt 'uitgedeeld' op basis van afwijkende eigenschappen binnen een geordend beoordelings-sentiment. Als de 'coolness' te ver afstaat van wat men kent, dan wordt het te vreemd en daarmee onbemind.

De afwijkende eigenschappen moeten autonoom tot stand zijn gekomen (niet als gevolg van een marketingstrategie) en als 'authentiek' kunnen worden erkend.

Die kwaliteiten komen voort vanuit de eigen identiteit.

De mate van waardering kan worden beïnvloed door de context te bepalen waarbinnen de afwijkende eigenschappen moeten worden gewaardeerd...



Troll tunga Noorwegen



In Amsterdam mag alles...

Landmarks vormen het uithangbord van de plaats

Voor je 'insiders-informatie' hebt, laat je je verleiden door het imago van een plek. Dat imago wordt enerzijds gevormd door fysieke componenten:

- Bebouwing
- Openbare ruimte
- Natuurbeleving
- Uitzichten
- Zichtbare historie

Impact wordt niet (uitsluitend) bepaald door omvang en/of gemiddelde...

Anderzijds wordt het imago ook gevormd door mentale componenten:

- Historie
- Nieuwsberichten
- Mond-tot-mond-verhalen

Impact wordt niet (uitsluitend) bepaald door feiten...

Cool Places: Gooise kust vanuit bezoekersperspectief...



Muiden met haar haven, sluis, horeca en Muiderslot heeft specifieke aantrekkingskracht op watersporters van buiten de regio...

Cool Places: Gooise kust vanuit bezoekersperspectief...



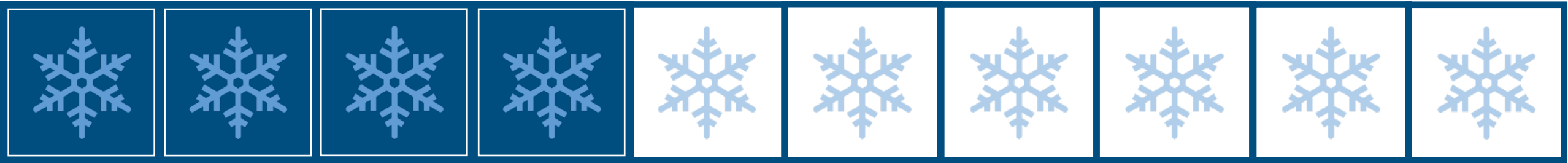
Muiderberg biedt kitesurfers een veilig opstappunt...

Cool Places: Gooise kust vanuit bezoekersperspectief...



Naarden biedt zeilers een uitstekende uitvalsbasis...

Place Coolness



CPWW-index: IJsselmeer-Randmeer-kustplaatsen

Een bijzondere, samengestelde kust

De kust van de gemeente Gooise Meren is mede door de grote aardkundige verschillen niet als één geheel te ervaren. Door de kamstructuur naar kustzicht, ervaren bezoekers geen samenhang tussen de afzonderlijke kustplaatsen. Dat neemt niet weg dat er zowel op het gebied van natuur als erfgoed veel landmarks zijn te ervaren die in relatie tot het water staan.

De aantrekkingskracht van deze landmarks zorgt voor een authentieke Place Coolness(es)...





Brandscape: op eigen kracht of samen met anderen...

Ook objectieve aantrekkingskracht bestaat niet. De aantrekkingskracht is mede afhankelijk van het overige aanbod; zowel in het algemeen als in de nabijheid.

In sommige gevallen kan een plaats op eigen kracht bezoekers aantrekken, maar in de meeste gevallen wordt de aantrekkingskracht bepaald door de samenhang met ander aanbod in de omgeving.

Het aanbod met de meeste sterren krijgt het meeste aandacht en creëert daarmee de meeste aantrekkingskracht. Dat betekent niet dat dat aanbod ook per sé de meeste transacties genereert. Andersom bepaalt het volume van de transacties dus ook niet de aantrekkingskracht...

Hoe omvang van de aantrekkingskracht duidt IMA met sterren:

0-1-2-3-sterren volgens de Michelin-methode:

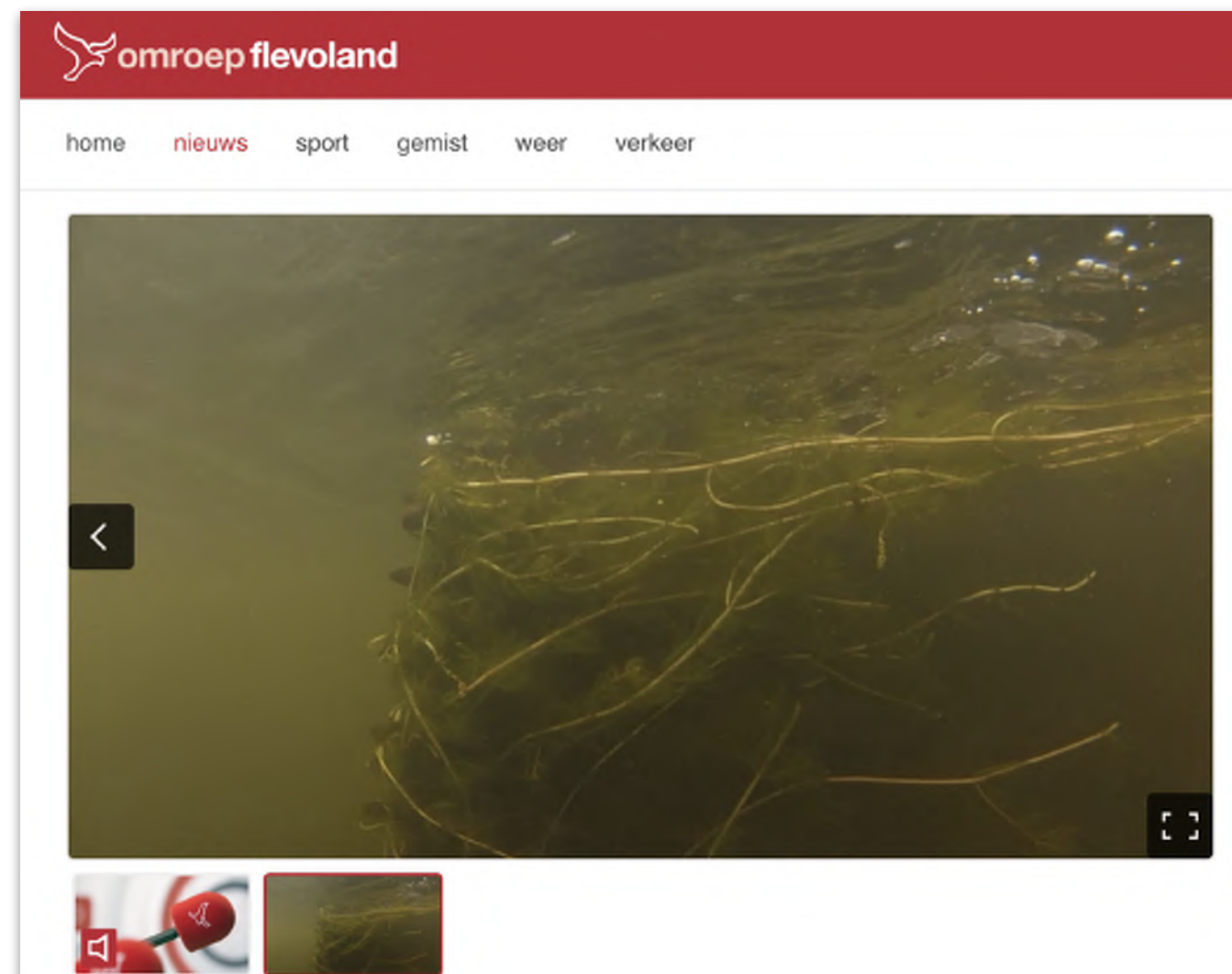
0: Niet bijzonder

1: Bezoek waard

2: Omweg waard

3: Reis waard

IMA heeft daar een 4e ster aan toegevoegd: de relatie waard...



Waterplanten maken einde aan bootverhuur

Flevoland · Dinsdag 31 december 2019 | 13:56

Bootverhuur Naarderbos stopt na zeven jaar. Het bedrijf verhuurt boten vanuit Jachthaven Naarden maar heeft door de waterplanten in het Markermeer en Gooimeer zoveel schade opgelopen dat stoppen noodzakelijk is.

De waterplanten hebben flink wat problemen opgeleverd voor de bootverhuurder. Boten keerden terug met verbrande motoren of gebroken assen. "De planten hebben voor 12.000 euro aan schade veroorzaakt. Dat is niet meer te bolwerken", vertelt eigenaar Huub Kortlevers.

Volgens hem heet nieuwe regelgeving rondom het water schuld aan de wildgroei van waterplanten. Vroeger mocht je fosfaten in het water lozen. Inmiddels is dat verboden, vertelt Kortlevers. "Dat zorgt ervoor dat het water nu steeds helderder wordt. Daardoor dringt het zlichtig verder door naar de bodem en daardoor kunnen de planten goed groeien."

De waterplanten worden wel regelmatig gemaaid, maar volgens Kortlevers is dat 'een druppel op een gloeiende plaat'. Doordat er geen fosfaten meer in het water geloosd mogen worden, zal het water alleen nog maar helderder worden. Kortlevers verwacht dan ook dat de wildgroei van waterplanten alleen nog maar zal toenemen. Genoeg reden voor hem om nu de stekker eruit te trekken.

Buiten de jachthavens in Muiden en Naarden en de locatie voor kite-surfers in Muiderberg, heeft de Gooise kust geen 4-sterren locaties voor liefhebbers van de kust.

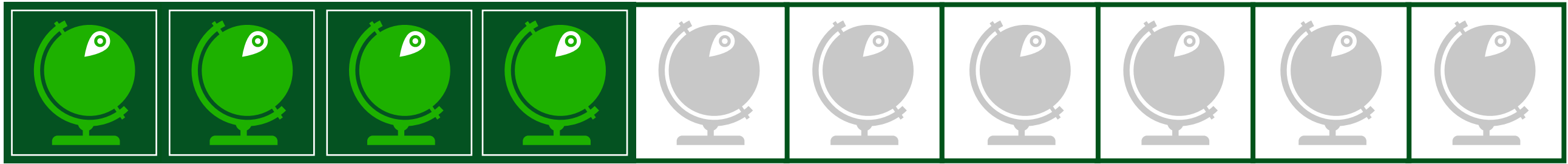
Voor dagrecreatie voor bezoekers van buiten de regio heeft de Gooise kust naast passanten voor de Vechtroute geen specifieke eigen aantrekkingskracht.

Publiekstrekkingen als het Muiderslot, Naarden-Vesting, Oud-Valkeveen en voorheen de golfbaan Naarderbos zorg(d)en nauwelijks voor overlopende aantrekkingskracht voor de Gooise kust.

Door de vaarbepeningen die door het fonteinkruid veroorzaakt wordt, wordt het watersport-aanbod voor dagrecreatie minder aantrekkelijk.



Brandscape



CPWW-index: IJsselmeer-Randmeer-kustplaatsen

Ieder voor zich...

Voor wie de kust van de gemeente Gooise Meren goed kent, is het helder waar je moet zijn om van het water te genieten. Dat betekent dat de kust voor watersporters met een vaste ligplaats aan deze kust een bewezen locatie is met duidelijke voordelen. De kustplaatsen manifesteren zich ieder afzonderlijk. Elke kustplaats heeft zo zijn eigen vaste doelgroep. Voor passanten/dagrecreanten is de zelfstandige aantrekkingskracht beduidend minder groot. Vanzelfsprekend trekt Muiden door haar verbinding met de Vecht passanten aan, maar dat biedt de overige kustplaatsen geen voordeel. Hetzelfde geldt ook voor de aantrekkingskracht van het Muiderstrand voor de overige kustplaatsen. Zo is het ieder voor zich en is er de facto niet sprake van een ‘Gooise kust’...





Warm Welcome

Het aanbod moet niet alleen in kwantitatieve zin worden beoordeeld maar (vooral) ook in kwalitatieve zin. De kwaliteit wordt niet alleen bepaald door het niveau en de prijs, maar ook door de uitstraling van het aanbod. Spreekt het een specifieke lifestyle aan?

Heeft het aanbod een sterke (herkenbare) eigen identiteit?

De aanbodmix van kwaliteit en kwantiteit bepaalt de mate waarin iemand zich welkom voelt. En hoe vaak men terug wil komen...

Warm Welcome - Toeristisch en recreatief perspectief...



Zaanse Schans in opbouw 1964



Zaanse Schans 2018

De 'bezoekbaarheid' van een plaats bepaalt in grote mate óf een plaats daadwerkelijk op de 'bucket list' van bezoekers terechtkomt:

- Is de plaats toegankelijk?
- Is de plaats goed bereikbaar? (Zelfstandig of groep?)
- Welke concessies moet de bezoeker doen om er te kunnen verblijven/overnachten? (Drukke/cultuur/kosten).

Welke transacties kan de bezoeker aangaan?

- eten & drinken
- verblijf (short stay vs. long stay)
- evenementen
- retail
- (local) services
- business opportunities

Kun je als bezoeker een 'insider' worden (of je dat op zijn minst wanen?)

Naast een toeristisch en recreatief perspectief, kan het het Warm Welcome ook vanuit een (tijdelijk) vestigingsperspectief worden bekeken:

wonen, studeren, werken & ondernemen, etc...

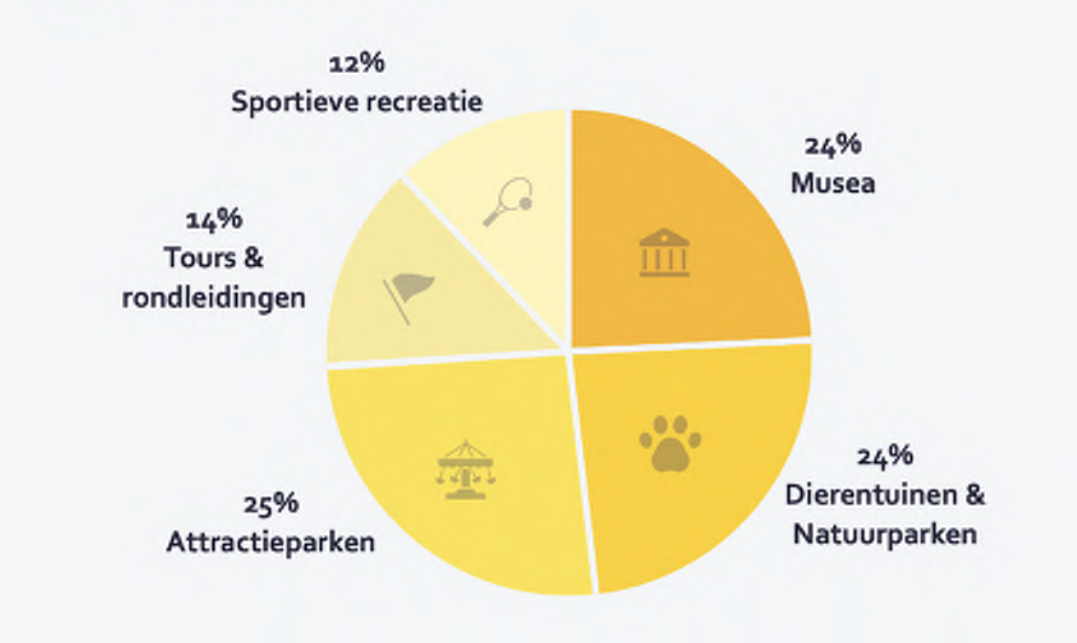
Warm Welcome - Grootste attracties



Top 50 Dagattracties 2018

2018	2017	DAG ATTRACTIE	BEREIK 2018
1	1	De Efteling	5 351 572
2	2	Lovers Canal Cruises	2 422 000
3	▲ 5	Rijksmuseum Amsterdam	2 344 000
4	4	Zaanse Schans	2 295 140
5	▼ 3	Van Gogh Museum	2 151 150
6	6	De Uithof	1 522 800
7	7	Stroomia Rondvaart	1 450 000
8	8	Diergaarde Blijdorp	1 431 275
9	9	Natura Artis Magistra	1 418 170
10	▲ 11	Duinrell	1 391 608
11	▼ 10	Keukenhof	1 370 000
12	12	Anne Frank Huis	1 226 005
13	▲ 14	Heineken Experience	1 146 185
14	▲ 19	SafariPark Beekse Bergen	1 113 000
15	▼ 13	Koninklijke Burgers' Zoo	1 108 797
16	▼ 15	Ouwehands Dierenpark Rheden	1 050 000
17	▼ 16	Attractiepark Slagharen	1 038 000
18		Sportboulevard Dordrecht	975 600
19	▼ 17	DierenPark Amersfoort	903 000
20	20	Sportiom	880 000
21		WILDLANDS Adventure Zoo Emmen	855 000
22	▲ 24	Attractiepark Toverland	812 000
23	▼ 21	Sexmuseum Amsterdam "Venustempel"	754 695
24	▲ 25	Stedelijk Museum Amsterdam	703 450
25	▼ 22	Madurodam	696 210
26	▲ 36	ADAM LOOKOUT	675 000
27	▼ 23	Sport- en Belevingscentrum De Scheg	669 000
28	▼ 26	NEMO Science Museum	655 505
29	▼ 27	Het Nationale Park De Hoge Veluwe	615 000
30	▲ 37	Amsterdam Museum	597 503
31	▼ 29	SPIDO Rotterdam Havenrondvaart	581 690
32	▼ 30	Euromast Rotterdam	575 000
33	33	Jaap Eden ijsbanen	561 817
34	▼ 32	Nederlands Openluchtmuseum	550 608
35	▲ 46	Moco Museum	550 000
36		Sportcomplex Koning Willem-Alexander (SKWA)	550 000
37	▼ 35	Apenheul	492 000
38	▲ 39	GaiaZOO	475 000
39	▲ 42	Plaswijckpark	460 000
40	▼ 38	Avonturenpark Hellendoorn	456 288
41	▼ 40	Julianatoren	450 000
42		Sloterparkbad Amsterdam	426 508
43		Sportcomplex Hoornse Vaart	423 000
44	▼ 34	Hermitage Amsterdam	420 000
45	▼ 43	Mauritshuis	416 334
46	▼ 31	Gemeentemuseum Den Haag-GEM	415 000
47	▼ 41	Het Spoorwegmuseum	398 222
48	▲ 50	Kröller-Müller Museum	397 312
49	▼ 47	BodyWorlds	381 000
50	▼ 48	Vogelpark Avifauna	379 205

Type attracties



Geografische spreiding



Geen grote attracties aan de Gooise kust...



Oud Valkeveen: 220.000 bezoekers (bron NRC-2018)



Pampus: 45.000 bezoekers (bron Stichting FP-2017)

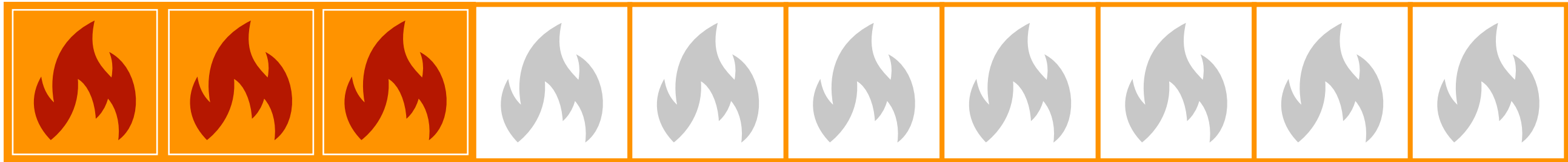


Muiderslot: 145.244 bezoekers (bron Muiderslot-2017)



Naarden-Vesting: 20.524 bezoekers (bron Stichting Vestingmuseum-2018)

Warm Welcome



CPWW-index: IJsselmeer-Randmeer-kustplaatsen

Wachtlijsten, fonteinkruid en terugtrekkende ondernemers...

Het is niet makkelijk ondernemen aan de kust van de gemeente Gooise Meren. Talloze beperkingen en bedreigingen zorgen voor een matig ondernemersklimaat. Direct gevolg daarvan is dat er voor bezoekers weinig te kiezen en/of te beleven is. Als je niet tot de groep vaste gebruikers van het gebied hoort (zoals bewoners en watersporters met een vaste ligplaats) is het moeilijk om gebruik te maken van het beschikbare aanbod. Ook op het gebied van dagrecreatie verschaalt het aanbod. De detailhandel die door de opkomst van het online shoppen toch al onder druk staat, kan zo niet profiteren van de aantrekkingskracht van de individuele kustplaatsen. Als ondernemers zich niet welkom kunnen voelen in de gastvrijheidsindustrie, dan zullen hun (potentiële) klanten zich ook niet welkom kunnen voelen. De gemeenschap staat wat dat betreft voor een belangrijke keuze; faciliteren of weren. In beide gevallen zullen stakeholders water bij de wijn moeten doen om dit mogelijk te maken...



De Paars-factor: is het aanbod onlosmakelijk verbonden aan de plaats?



- = Imago Communicatie: pers, mond-tot-mond, beoordelingssites, social media etc
- = Communicatie door ondernemers van de bestemming (= niet automatisch passend bij het merk)
- = Brand Beheer: interne- & externe communicatie: Ondernemers, beroepsbevolking en bewoners & (potentiële) bezoekers + faciliteren en aansturen R&D
- = Context: omgeving
- = ***Transactie die gebruik maakt van de context en dus onlosmakelijk verbonden is met de plek***
- = De ervaring: Wat ga je er doen? Welke transacties ga je aan? (Eten, drinken, overnachten, sport, activiteit, toeristische attracties, evenement etc)

De Paars-factor Zaandam:



De Paars-factor Gooise Meren: er is nauwelijks 'paars' aanbod...



Door de grote verschillen tussen de verschillende kustplaatsen aan de Gooise kust alsook de gebieden tussen die kustplaatsen is er niet echt sprake van een typische of beter één specifieke Gooise kust-identiteit. De kustplaatsen zijn niet in samenhang met elkaar tot stand gekomen, noch in stand gehouden. Feitelijk vormen de forten van de (Nieuwe) Hollandse Waterlinie en de stelling van Amsterdam de enige samenhang in het gebied. Maar met die samenhang is op het gebied van watersport/waterrecreatie nog niet veel specifiek aanbod ontwikkeld. En het aanbod dat er is, is ook rondom forten buiten Gooise Meren aan te treffen. Toch zou met Pampus als centrum dergelijk 'paars' aanbod te ontwikkelen zijn. Zeker gezien de toegenomen belangstelling voor het Muiderslot zou het interessant kunnen zijn te zoeken naar een Gooise benadering voor de combinatie van watersport (dagrecreatie) en de forten. Dat betekent wel dat de locaties onderling via het water bereikbaar zouden moeten zijn...



Paarsfactor



CPWW-index: IJsselmeer-Randmeer-kustplaatsen

Onbekend maakt onbemind (bij buitenstaanders)... DEEL 1

De kust van de gemeente Gooise Meren is in potentie een geweldig gebied; om tot rust te komen óf te ontspannen door inspanning (wandelen, fietsen, watersport, etc.). Doordat het gebied weinig onderlinge samenhang kent en evenmin gebruik maakt van de samenhang die er wel gecreëerd kan worden, heeft het gebied als geheel geen bijzondere aantrekkingskracht ten opzichte van andere kustplaatsen langs het IJsselmeer en de Randmeren. Als het onderscheid te klein is en/of niet benut wordt, zullen andere plaatsen gemakkelijker aanspraak op attentie van dagrecreanten kunnen maken.





Hierom zit het ene terras propvol en op het andere geen hond!

Esquire zoekt uit waarom jij toch straks voor dat overvolle terras kiest en niet bij de rustige buurman gaat zitten.

02/07/15 | BOOZE & FOOD | HOTSPOTS



Bezoekers gaan sterk uit van het IETS-ERGENS-NU. Als er al een positieve associatie is met IETS-ERGENS, dan is belangrijker dan ooit dat er ook urgentie is dat IETS-ERGENS te bezoeken. Zonder die urgentie (NU) blijft dat bezoek uit. Vergelijk het met jongeren die weliswaar positief denken over de grootouders, maar ze evengoed nauwelijks bezoeken. Behalve misschien op hun verjaardag. De urgentie ontbreekt meestal... Met de IETS-ERGENS-NU-factor bepalen we dus welke zaken (onlosmakelijk op dat moment verbonden aan de plaats) bezoek-urgentie oproepen bij verschillende doelgroepen.



De I/E/N- factor Gooise Meren: bijna 'niets-nergens-nooit'...



Respons 2019: geen vermelding G50-gemeentes, geen vermelding Top 100 evenementen, geen vermelding Top 50 Festivals....



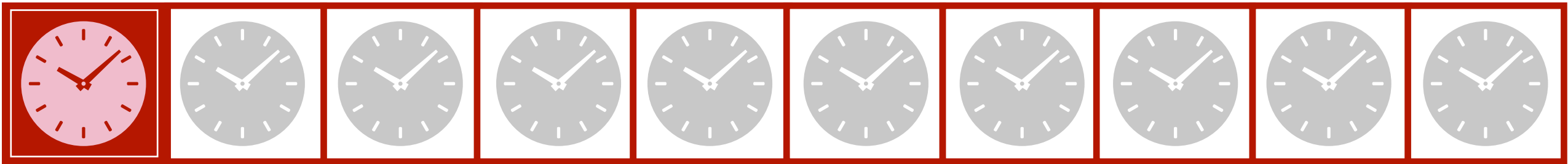
1937-1983 Holland Week

Aan de Gooise kust worden vrijwel geen evenementen georganiseerd die het gebied als geheel 'op de kaart' zetten. Ook de kustplaatsen zelf hebben geen grote evenementen waardoor zij als watersport/kustplaats op extra aandacht mogen rekenen. De Muiderslotloop is bijvoorbeeld wél een evenement met een bovenregionale uitstraling, maar het evenement zorgt niet voor bezoekmotivatie vanuit watersport/waterrecreatie-perspectief.



CPWW-index: o.a. Rondje Texel, Sneekweek, Medemblik Regatta

I/E/N-factor



CPWW-index: IJsselmeer-Randmeer-kustplaatsen

Onbekend maakt onbemind (bij buitenstaanders)... DEEL 2

Langs de kust van de gemeente Gooise Meren worden nauwelijks beeldbepalende evenementen georganiseerd die er voor zorgen dat het gebied op de shortlist van dagrecreanten terecht komt. De evenementen die er zijn hebben nauwelijks relatie tot kustactiviteiten en vormen zo geen uithangbord voor het gebied.





BrandConcept: Uit welke ingrediënten bestaat het 'place brand'? Is het af?

1. Onderscheidend vermogen

De resultaten van Fase 1 en 2. De unieke Identiteit die de basis is van het Marketing Landscape waarmee de markt bediend gaat worden. Vult hiermee een 'gat in de markt'

2. Toegevoegde waarde:

Producten/diensten/context die uniek zijn voor het gekozen Marketing Landscape. Een juiste piramide opbouw met een balans in de statement-, specialty- en volumeproducten. Incl Landmarks.

Benoem de huidige Landmarks en de potentiële/ nog te ontwikkelen Landmarks. Maak bij de te ontwikkelen Landmarks onderscheid in Kansen voor ondernemers en Landmarks die de gemeente zélf zou kunnen ontwikkelen

3. Herkenbaarheid (passend bij Eigen identiteit, Marketing Landscape & BrandConcept):

Herkenbaarheid in uitingen en promotie:

Compleet pakket zoals bijvoorbeeld; Communicatie-uitingen, Logo en huisstijl, website, inrichting openbare ruimte, straatgarnituur, (Voor een winkel bijv: winkelbeeld, tasjes, productverpakking, reclame-uitingen, website etc.) Alles moet op elkaar aansluiten én herkenbaar zijn..

Herkenbaarheid in Aanbod

Het Marketing Landscape dient als denkkader voor (door)ontwikkeling van het aanbod. Zo ontstaat er ook herkenbaarheid

4. Storytelling

Met welke verhalen gaan we naar buiten treden en hoe gaan we dat communiceren?

5. Doorontwikkelen concept:

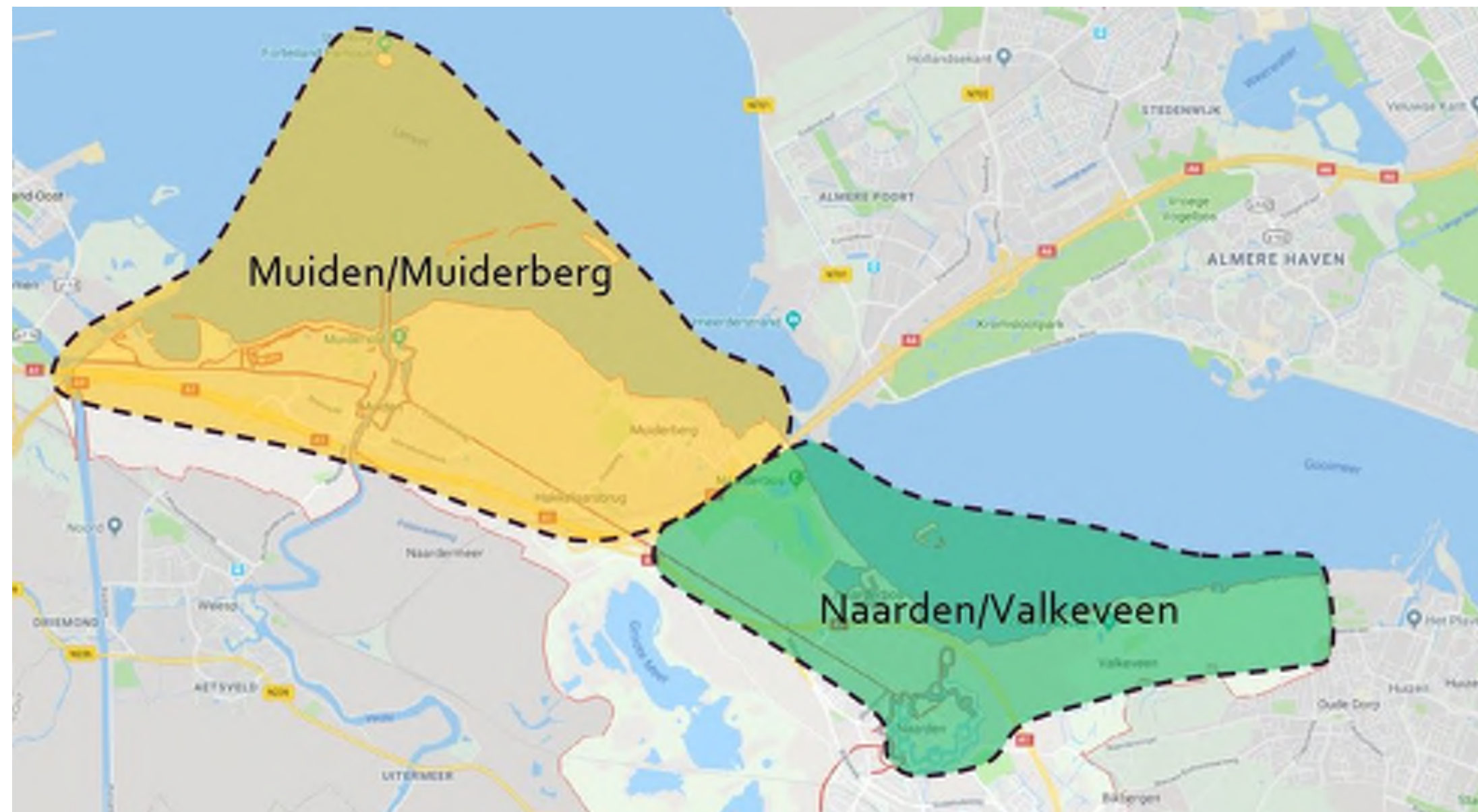
Wat wordt het aanvangsniveau en hoe en wanneer gaan we gefaseerd de volgende stappen zetten?

BrandConcept Gooise Kust: het merk 'Gooise kust' bestaat (nog) niet...



Aan de Gooise Kust

De Gooise Kust bestaat uit een unieke combinatie van water, cultureel erfgoed en natuur. Hoe kunnen we de kansen die dat biedt zo goed mogelijk benoemen en benutten? Een visie voor de komende 20 jaar moet richting geven welke ontwikkelingen we willen bevorderen en welke niet. De visie op de kust, inclusief de havens is ook nodig om het watertoerisme en de recreatie in Muiden, Muiderberg en het Naarderbos een impuls te geven.



1. Onderscheidend vermogen

De Gooise kust heeft geen samenhangende identiteit. De kustplaatsen zijn onderling erg verschillend en er is geen specifiek thema waarop zij samenwerken aan één onderscheidend merk.

Het spreekt voor zich dat er dan ook geen Marketing Landscape is voor de Gooise kust.

2. Toegevoegde waarde:

De verschillende kustplaatsen hebben grotendeels verschillend aanbod. Er is geen geprogrammeerde samenhang tussen dat aanbod, dus kan er ook niet gezamenlijk naar buiten worden getreden. Daarnaast hebben de jachthavens wachtlijsten, dus is de feitelijke beschikbaarheid van het aanbod is zeer gering. De bovenkant van de aanbodspiramide is onvoldoende gevuld om bovenregionale aantrekkingskracht te creëren.

3. Herkenbaarheid (passend bij Eigen identiteit, Marketing Landscape & BrandConcept):

Herkenbaarheid in uitingen en promotie:

Ontbreekt volledig...

Herkenbaarheid in Aanbod

Ontbreekt volledig...

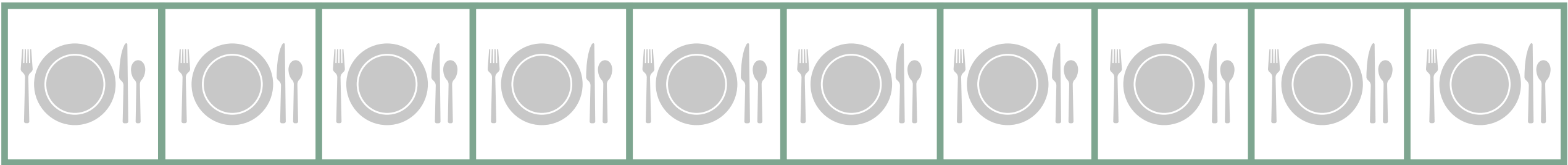
4. Storytelling

Ontbreekt volledig...

5. Doorontwikkelen concept:

Er bestaat op dit moment nog geen gemeenschappelijke merkvisie voor het gebied.

BrandConcept



CPWW-index: IJsselmeer-Randmeer-kustplaatsen

Onbekend maakt onbemind (bij buitenstaanders)... DEEL 3

Voor de kust van de gemeente Gooise Meren is geen merkconcept ontwikkeld. Het ontbreken van zo’n merkconcept speelt een grote rol bij het ontbreken van samenhang en specifieke aantrekkingskracht. Het goede nieuws is dat daarom de bezoekersdruk op het gebied vanuit de regio relatief laag is. Indien de stakeholders vaststellen dat dat precies de bedoeling is, hoeft er weinig te veranderen... Andersom biedt het ontbreken van een merkconcept ruimte om van het fundament af een bij de regio passende aanpak te ontwikkelen waarbij behoud van waarden een integraal onderdeel kan/moet zijn....



***BrandManagement: Hoe is de organisatie ingericht?
Zijn de stakeholders voldoende vertegenwoordigd?
Is de continuïteit gegarandeerd?***



- = Imago Communicatie: pers, mond-tot-mond, beoordelingssites, social media etc
- = Communicatie door ondernemers van de bestemming (= niet automatisch passend bij het merk)
- = **Brand Management: interne- & externe communicatie: Ondernemers, beroepsbevolking en bewoners & (potentiële) bezoekers + faciliteren en aansturen R&D**
- = Context: omgeving
- = *Transactie die gebruik maakt van de context en dus onlosmakelijk verbonden is met de plek*
- = De ervaring: Wat ga je er doen? Welke transacties ga je aan? (Eten, drinken, overnachten, sport, activiteit, toeristische attracties, evenement etc)

BrandManagement: Er is geen samenhang in het aanbod langs de Gooise kust...



Muiden

De Vesting Muiden

De Vesting Muiden heeft bezoekers veel te bieden: wandel over de natuurboulevard langs het torenfort de...



Muiden

Boerderij de Koeienkade

bedrijf te bezoeken...

kust?



Muiden

Muiderslot

ma 01 april 2019 t/m do 31 oktober 2019

Het Muiderslot - tegenwoordig ook wel bekend als Amsterdam Muiderslot Amsterdam Castle - is een van

3



Muiderberg

De Muider Compagnie

Zeilen bij de Muider Compagnie: Inspirerend en Dynamisch! Zeilen op het IJsselmeer is een unieke...



Naarden

Comenius Museum

Het museum en de laatste rustplaats van Comenius bevinden zich in een voormalige klooster in de vesting...

kust?



Naarden

Het Nederlands Vestingmuseum Naarden

zo 01 december 2019 t/m wo 01 april 2020

Het Vestingmuseum in Naarden heeft veel te bieden aan bezoekers...



Naarden

Vestingvaart Naarden

Dagelijkse rondvaarten door de vesting in klassieke schepen....



Naarden

Fortengolf op Bastion Turfpoort Naarden

Op Bastion Turfpoort, tussen de kogelvangers, bovenop de kazematten en zelf in de duistere huiskamer...

kust?



Naarden

Galerie Pouloeuff

Galerie Pouloeuff is een plek voor jonge talentvolle kunstenaars. De galerie is gelieerd aan de Keep an...

kust?



Naarden

Kinderboerderij de Pluimgraaf

De Pluimgraaf ligt op een mooie plek. De kinderboerderij kijkt uit op de gracht en vesting van Naarden....

kust?



Naarden

Weegschaal Museum

In het dagelijks leven staan wij niet stil bij de herkomst van de kilo of de meter. Wat is ijken precies...

kust?



Naarden

Speelpark Oud Valkeveen

Het paradijs voor kinderen die van gewoon lekker spelen houden!...

kust?*

* Oud Valkeveen heeft wél een strandje...

Aanvullende constatering: Kust GM biedt relatief weinig kustgerelateerde recreatie...

Bron: VVV GooiVecht.nl (2020)

BrandManagement Gooise Kust: werk in uitvoering...



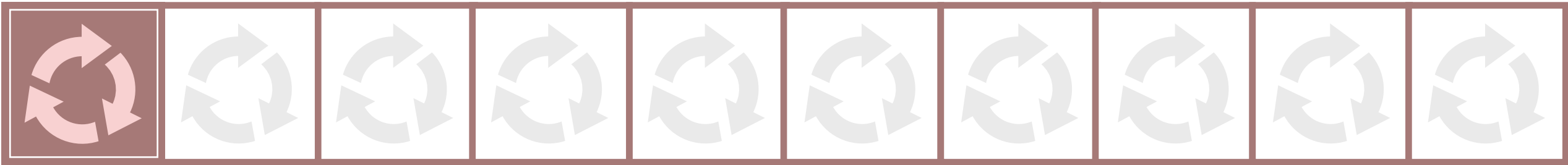
Het spreekt voor zich dat het BrandManagement voor het merk 'de Gooise kust' niet georganiseerd is. Vanzelfsprekend zullen er op basis van de visie voor de Gooise kust eerst tal van keuzes moeten worden gemaakt.

Indien er gekozen wordt voor een gemeenschappelijke/integrale branding van de kustplaatsen aan de Gooise kust, dan zal er eerst bepaald moeten worden hoe de branding georganiseerd gaat worden. Wordt de branding ondergebracht bij VV Gooi- en Vechtstreek? Wordt deze organisatie dan naast promotie ook verantwoordelijk voor product/aanbod-ontwikkeling? En wie wordt er verantwoordelijk voor de samenhang van het aanbod?

Gezien de grote opgaves waar de stakeholders aan de Gooise kust voor staan, adviseert IMA eerst inhoudelijk tot een werkgroep te komen onder regie van de gemeente. Nadat de koers is bepaald, kunnen er deelwerkgroepen worden opgezet voor product-ontwikkeling en eventueel voor promotie. Nadat er een brandingconcept is uitgewerkt kan worden bepaald of het BrandManagement binnen de gemeentelijke organisatie wordt vormgegeven, het in een nieuw op te richten entiteit wordt ondergebracht of dat taken worden uitbesteed bij bestaande organisaties.



BrandManagement



CPWW-index: IJsselmeer-Randmeer-kustplaatsen

Eerst het doel, dan de middelen...

Binnen de gemeente is er geen organisatie verantwoordelijk voor de ontwikkeling en beheer van ‘de Gooise kust’ als eigen entiteit. De promotie van individuele kustplaatsen is ondergebracht bij de VVV Gooi en Vecht. Bij die promotie staan de plaatsen als geheel centraal en niet de kust als ‘thema’. De dagrecreant/watersporter wordt daarbij nauwelijks als doelgroep aangesproken. In de praktijk leidt dat er toe dat alle watersport-stakeholders zorgdragen voor hun eigen product-dienst-ontwikkeling alsook de promotie ervan. De samenhang tussen de kustplaatsen wordt daarbij niet gezocht of ontwikkeld. Het creëren van onderscheidend vermogen ten opzichte van andere IJsselmeer/Randmeer-kustplaatsen wordt daarmee ook overgelaten aan individuele stakeholders. In het verlengde daarvan wordt er dan ook niet gewerkt aan een gemeenschappelijke toegevoegde waarde.



*Hoe beoordelen de stakeholders aan de
Gooise kust zichzelf, nu en in de toekomst?*

Hoe ziet de Gooise kust zichzelf in de toekomst?



2.3 Resultaten themasessies

In deze paragraaf zullen de resultaten per werkvormen besproken worden aan de hand van een top 10 van meest besproken onderwerpen binnen de verschillende themasessies. De woorden in deze top 10-lijstjes staan gepresenteerd met één hoofdwoord met daaronder andere woorden die vergelijkbaar zijn met dit hoofdwoord en ook meegenomen zijn in de telling. Staat er geen woord onder het hoofdwoord, dan is er geen exta woord meegenomen in de telling. Tevens worden op de aangrenzende pagina enkele quotes weergeven van opmerkingen die tijdens deze werkvorm zijn gemaakt door de participanten.

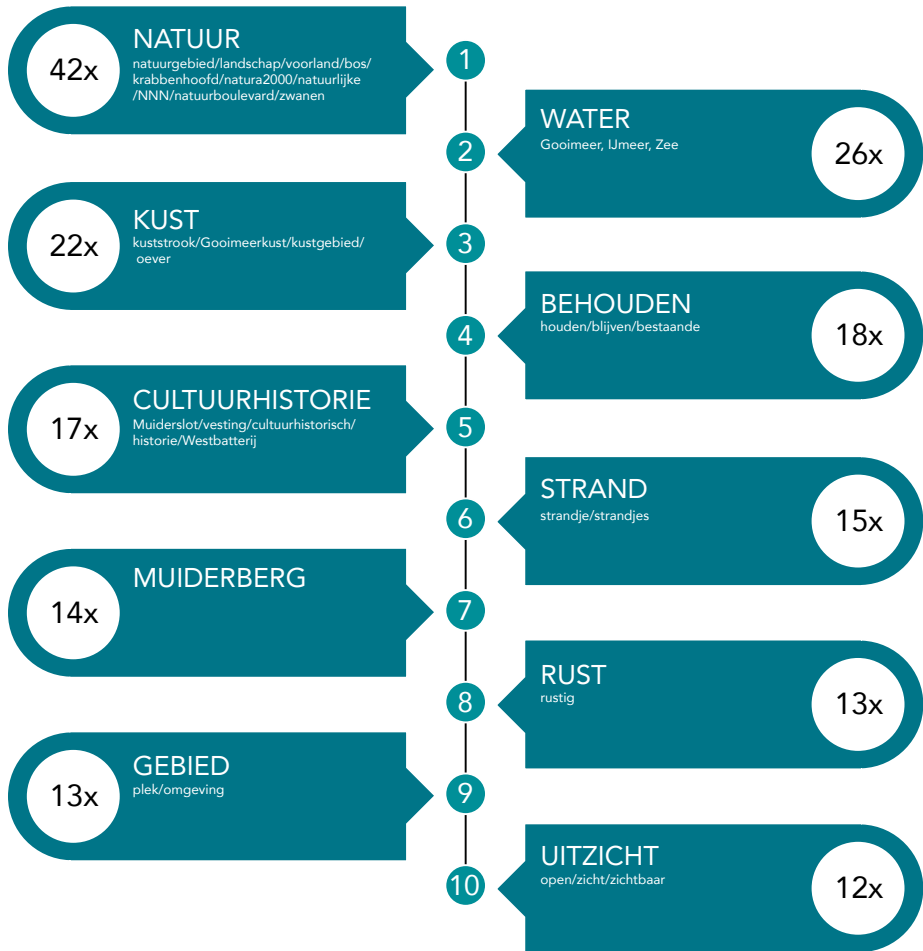


Op de kaart

Tijdens de werkvorm “Op de kaart” kwam vooral de landschappelijke identiteit van het gebied en met name de directe kuststrook aan bod. De vraag aan de participanten was om de bestaande kwaliteiten van de Gooise Kust op de kaart aan te geven en daar een vlag te planten.

Participanten gingen regelmatig in op de rijke natuur en landschappelijke waarden van de kust. In relatie tot deze thema’s lag de focus op het behoud van de rust en openheid die het kleinschalige landschap met zich mee brengt en op de diversiteit aan landschapsvormen van de kust. De natuur in het gebied wordt door de participanten hooggewaardeerd, deels voor het belang van het rustgebied voor vogels en deels voor de recreatieve mogelijkheden. Bij dit onderwerp stond wederom behoud centraal. Verder wordt de cultuurhistorie ook als een sterke kwaliteit van het gebied gezien. Huidige vormen van recreatie aan het water werden tijdens deze werkvorm in schaal en omvang gewaardeerd en benoemd als grote kwaliteit van het gebied, met een mits: ‘De toeristenstroom op zondagen die aan de grens zitten van wat het fijnmazige gebied kan absorberen. Bescherm de balans!’.

TOP 10 genoemde woorden

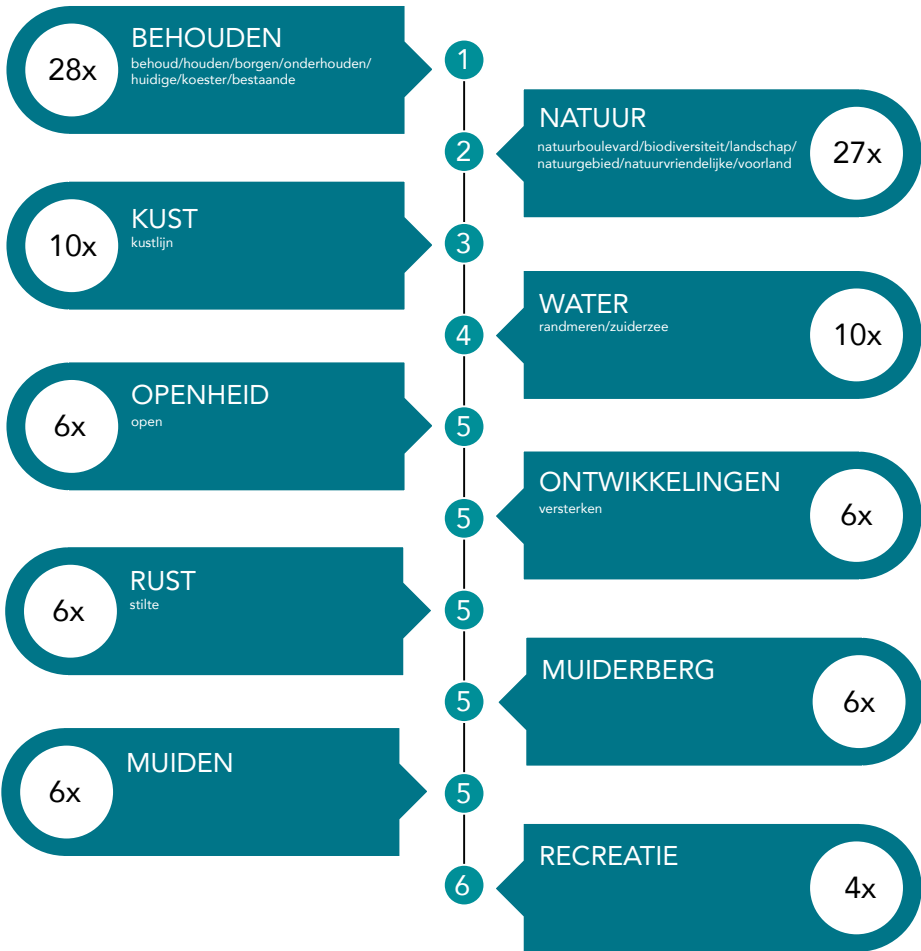


Stip op de Horizon

Bij de werkvorm “Stip op de horizon” lag de focus van de participanten op behoud. Hierbij werd vooral gesproken over de rust, openheid en kleinschaligheid van de kust in combinatie met de rijke natuur. De meeste participanten lieten dan ook duidelijk weten dat de kwaliteiten van het gebied in de toekomst behouden en waar mogelijk versterkt moeten worden.

Als er over de kust en het water gesproken wordt in relatie tot recreatie, dan wil men vooral uitgaan van wat er op dit moment is en om dat te optimaliseren. Bijvoorbeeld de vaarroutes, havens en strandjes en niet direct iets nieuws ontwikkelen. Belangrijk bij het zogenoemde optimaliseren is de schaal van het gebied. Ontwikkelen moet kunnen, maar aansluitend bij schaal en maat van de omgeving.

TOP 10 genoemde woorden



heden...

toekomst...

Bron: Dromen aan de Gooise Kust (2019)

Hoe ziet de Gooise kust zichzelf?



Waslijn

Bij de eerste stelling van deze werkvorm stond cultuurhistorie centraal. De stelling luidde: *‘Wil je cultuurhistorie behouden, dan is het noodzakelijk om door te ontwikkelen met nieuwe structuren en vormen van gebruik’*. De meeste participanten waren sterk voor het behoud van de cultuurhistorie zoals deze op dit moment zichtbaar is in het landschap. Wel zag een groot deel van de participanten in dat de wereld om ons heen verandert en dat het soms ook nodig is om bepaalde ontwikkelingen door te voeren om de cultuurhistorie ook in de toekomst te kunnen behouden en beleefbaar te maken. Het was hierbij volgens de participanten belangrijk dat de ontwikkelingen passen binnen het gebied en de historie respecteren.

De tweede stelling luidde: *‘Op dit moment zijn ingrepen en maatregelen noodzakelijk om de huidige kwaliteiten van het gebied te behouden’*. Over het

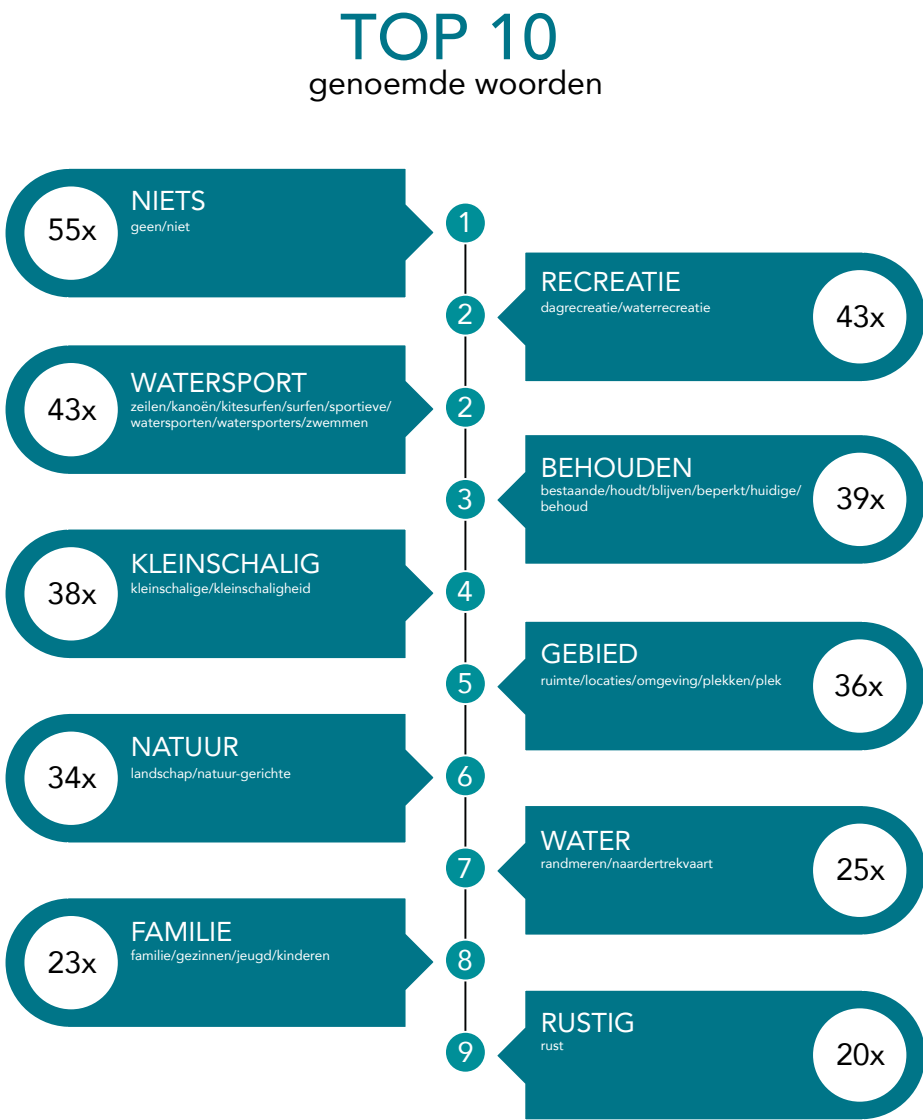
algemeen zijn de participanten van mening dat er heel goed nagedacht moet worden over de consequenties die bepaalde ontwikkelingen in het gebied hebben op de huidige kwaliteiten van het gebied. Als het gaat om landschaps- en natuurbehoud zijn veel participanten wel van mening dat ingrepen en maatregelen noodzakelijk zijn om de huidige kwaliteiten van het gebied te behouden.

De derde stelling luidde: *‘De Gooise Kust is een verzameling losse deelgebieden met ieder een eigen identiteit’*. Op het gebied van identiteit vinden de participanten dat het gebied historisch gezien een bepaalde samenhang heeft die gerespecteerd moet worden, maar dat de eigenheid en dus identiteit van de verschillende deelgebieden het gebied juist interessant en uniek maakt.



Richting geven

Bij de werkvorm "richting geven" kwam voornamelijk naar voren dat de participanten vooral geen grootschalige ontwikkelingen op het gebied van recreatieve en toeristische voorzieningen willen zien. Wel staan ze open staan voor kleinschalige ontwikkelingen die bij de identiteit van het gebied passen. Behoud van de kleinschaligheid, openheid, rust en natuurwaarden van het gebied zijn hierbij belangrijk. Recreatieve voorzieningen in de natuur zouden volgens participanten gericht moeten zijn op het beter toegankelijk en beleefbaar maken van de natuur waarbij de natuur zelf gerespecteerd en waar mogelijk versterkt wordt. Rondom het water uit dit zich in ideeën over de ontwikkeling van faciliteiten voor ongemotoriseerde watersport. Wanneer het gaat om gemotoriseerde watersport zou de focus volgens participanten op elektrische vaartuigen moeten liggen. Ook als het gaat om accommodaties zouden de participanten graag bij de schaal van het gebied passende ontwikkelingen willen zien met een niche-gericht aanbod wat past bij het gebied, bijvoorbeeld familie-gericht kamperen bij de boer, overnachten op de eilanden en drijvende accommodaties. Kleinschaligheid en de 'Muidense maat' komen met regelmaat terug.



opgaven...

richting...

Bron: Dromen aan de Gooise Kust (2019)

Hoe ziet de Gooise kust zichzelf?

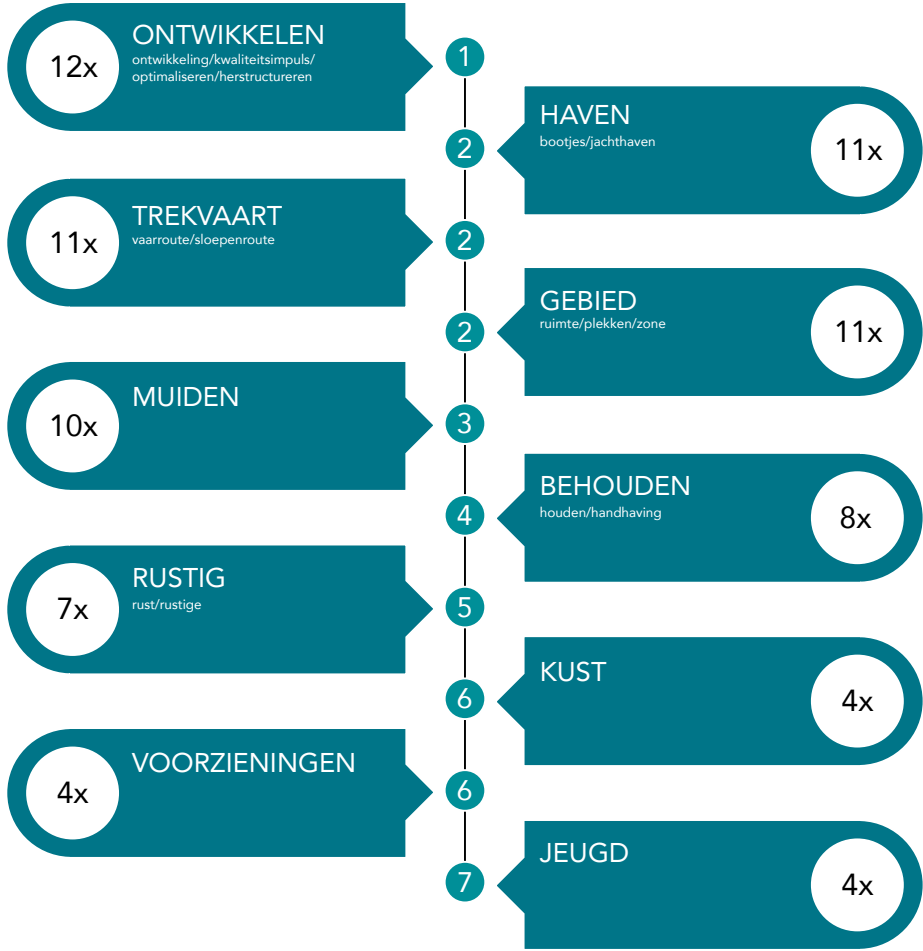


Droombeeld

Als er gekeken wordt naar het aantal keer dat een bepaald onderwerp tijdens deze werkvorm aan bod is gekomen valt het op dat de aantallen veel lager zijn ten opzichte van de hiervoor beschreven werkvormen en uitkomsten. Tijdens deze werkvorm is dan ook een grote diversiteit aan onderwerpen aan bod gekomen. Dit zal voornamelijk komen doordat tijdens deze werkvorm niet het heden maar de toekomst centraal stond en men via de afbeeldingen uitgedaagd werd om over een breed scala aan mogelijkheden na te denken.

Wanneer er nagedacht wordt over toekomstige ontwikkelingen dan worden voornamelijk kleinschalige ontwikkelingen gewaardeerd waarbij de verhouding tussen rustige en drukke gebieden belangrijk is. De meeste participanten vinden het belangrijk dat ontwikkelingen plaatsvinden op locaties die nu al drukker zijn met het oog op de rust en natuur in de rest van het gebied. Een veel besproken ontwikkeling is het optimaliseren van vaarroutes, strandjes en havens. Een voorbeeld is het optimaliseren van de sloepenroute door middel van het aanleggen van aanlegplaatsen en het analyseren en verbeteren van de knelpunten op de route, hoewel lang niet iedereen het hiermee eens is. Wanneer de hoeveelheid boten en watersporters aan de kust toe zal nemen worden aspecten als handhaving, overlast en veiligheid als belangrijk ervaren. Zoneren voor de diverse watergebruikers wordt geopperd als mogelijke oplossing.

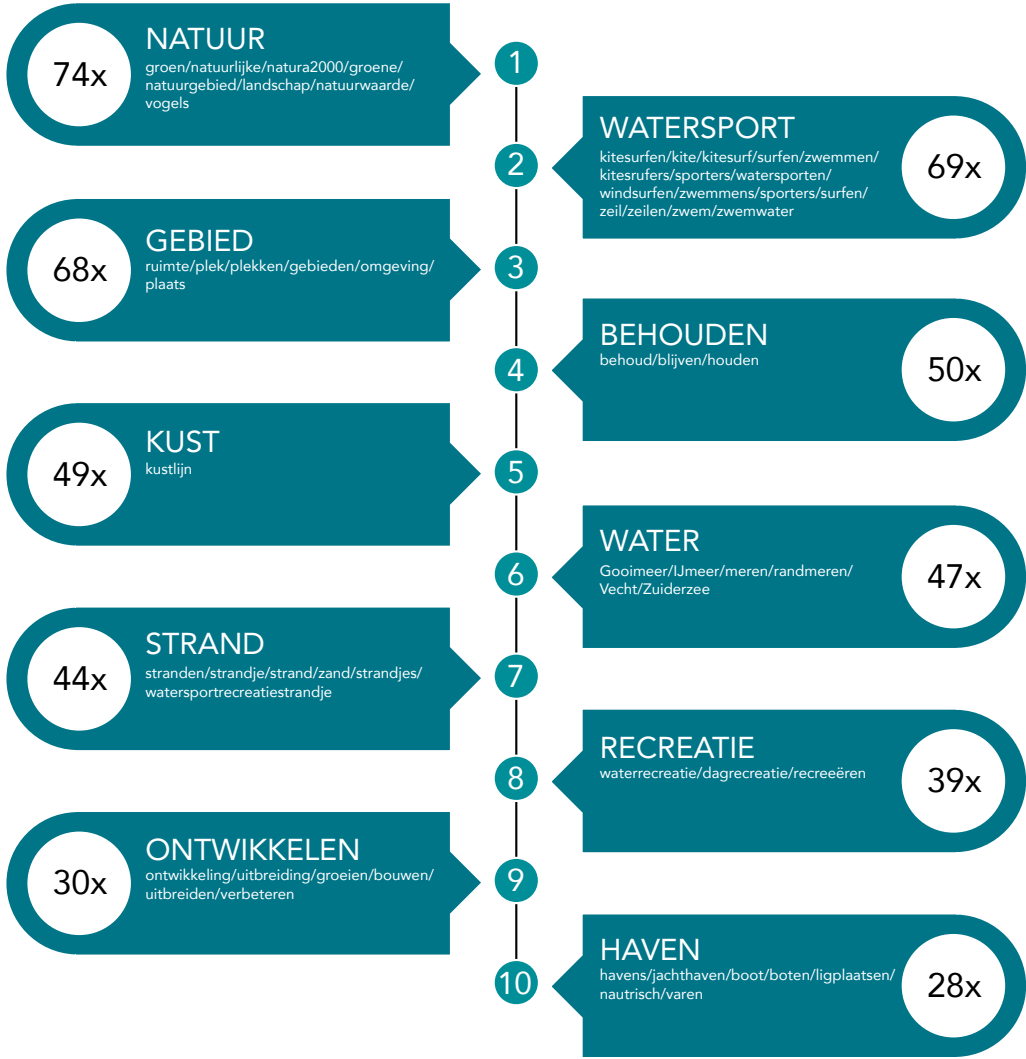
TOP 10
genoemde woorden



Vraag 2: Wat zijn uw dromen voor de toekomst van de Gooise kust? En waarom? Denk hierbij aan de thema's water, recreatie, natuur, cultureel erfgoed en toerisme.

Wanneer er gedroomd wordt over de toekomst van de Gooise kust is vooral het behoud van het gebied zoals het nu is een terugkomend verlangen. De meest besproken onderwerpen staan dan ook vaak in relatie tot dit thema. Zo hopen de respondenten dat de natuur in het gebied zo min mogelijk wordt aangetast en waar mogelijk zelfs wordt versterkt. In relatie tot de natuur vinden de respondenten het met name belangrijk dat de rust in het gebied behouden blijft voor recreatiedoeleinden zoals wandelen en fietsen, maar ook zodat de waarden van het gebied voor vogels behouden worden. Wel zien ook veel mensen kansen voor het uitbreiden van de watersport sector, mits dit kan gebeuren met respect voor de huidige balans tussen natuur en recreatie in het gebied. Voornamelijk met het oog op watersporten zoals kitesurfen is er vraag naar meer strandjes waar bij verschillende windrichtingen gesport kan worden.

TOP 10
genoemde woorden vraag 2



droom...

droom enquête...

Bron: Dromen aan de Gooise Kust (2019)

Verdiepingslag
participatiesessies jan. 2020

8 groepen kiezen 6 woorden waarvan men vindt dat ze de toekomst van de Gooise kust het best beschrijven. Let op; het gaat dus over het hele gebied. Hoe voelt het? Wat is de sfeer?



Groep 1	Groep 2	Groep 3	Groep 4	Groep 5	Groep 6	Groep 7	Groep 8	Hoeveel keer gekozen?
Dorps/Landelijk			Dorps/Landelijk		Dorps/Landelijk			3
Authentiek/Geworteld	Authentiek/Geworteld	Authentiek				Authentiek		4
Identiteit/Karakter			Identiteit/Karakter	Identiteit/Karakter				3
Natuurlijk	Natuurlijk							2
		Groen/Planten/ Natuur	Groen/Planten/ Natuur	Groen/Planten/Natuur	Groen/Planten/Natuur	Groen/Planten/Natuur	Groen/Planten/Natuur	6
	Inspirerend	Inspirerend						2
Waterrijk		Waterrijk	Waterrijk	Waterrijk			Waterrijk	5
Ontspannend					Ontspannend	Ontspannend		3
	Stijlvol/Divers			Divers				2
	Kwaliteit			Kwaliteit				2
		Geheim/Verborgen						1
		Kleinschalig					Kleinschalig - Toegankelijk (op schaal en situatie)	2
			Prettig/Aangenaam					1
			Sportief			Sportief		2
				Historisch/duurzaam	Duurzaam	Duurzaam	Duurzaam	3
					Kringlooplandbouw			1
					Openheid/Weidsheid			1
						Veilig		1
							Landschappelijke cultuurhistorie	1
							Rust en Ruimte	1

8 groepen kiezen 6 woorden waarvan men vindt dat ze de de mensen/cultuur aan de Gooise Kust het best beschrijven. Let op; het gaat dus over de hele Gooise Kust en in relatie tot andere 'kustplaatsen'.

[illegible]



Omschrijf samen de ideale Gooise kust met daarin herkenbare Gooise Meren-componenten.

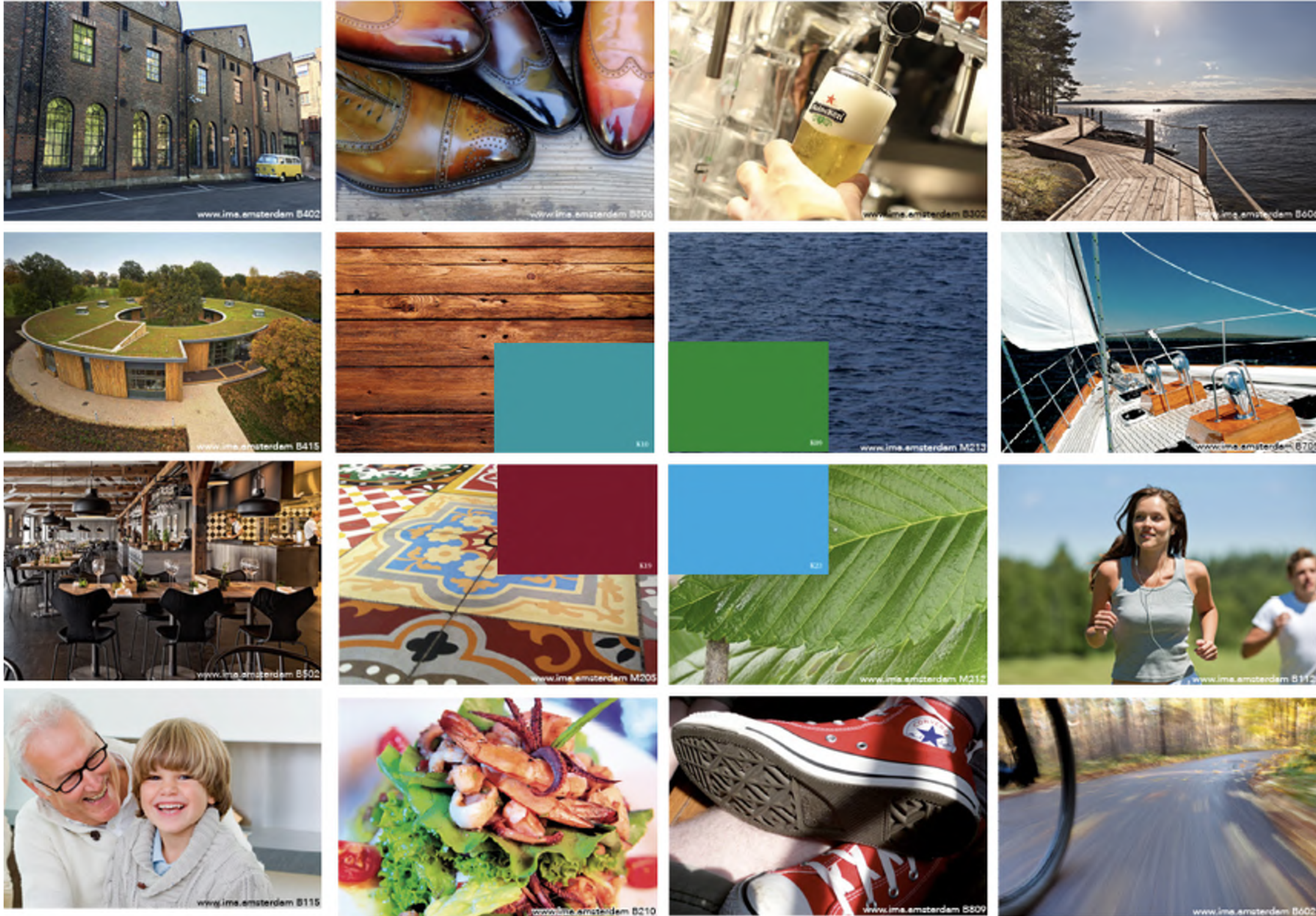
Hoe ziet deze er uit, voelt deze? Wat is er te doen? Wie trekt/spreekt dit gebied aan?

Uitleggen door een verhaaltje te schrijven maar ook door een toelichting te geven op het board dat de groep gemaakt heeft.



Als ik het al niet was werd ik verliefd op dit gebied...

Open, Openbaar
Weerbaar tegen MRA
Onze kwaliteit onomstreden
Kwinkelaar v, koolmees, specht, vink, grutto
'Stilte' (relatief)
Mooi licht, luchten
Geur van dennenboom
Bladgeritsel, bomen, water, klifkust
Sociale ontmoetingen
Uitwaaien, niksen
Uitzichten, wijdheid, gras, koeien
Vanuit Muiderberg naar Edam kunnen kijken
Wandelen
Rietvelden, water, land
Ijsvogel, watergeluiden
Zwanen op het water
Reeën, vossen, das



De Gooise kust is verrassend veelzijdig

Wijdse vergezichten over het water & de polders, ruimte en afwisselend groen

Historische stadjes & kustdorp

Wordt gekenmerkt door kwaliteit in de natuur, cultuurhistorie en gastvrijheid

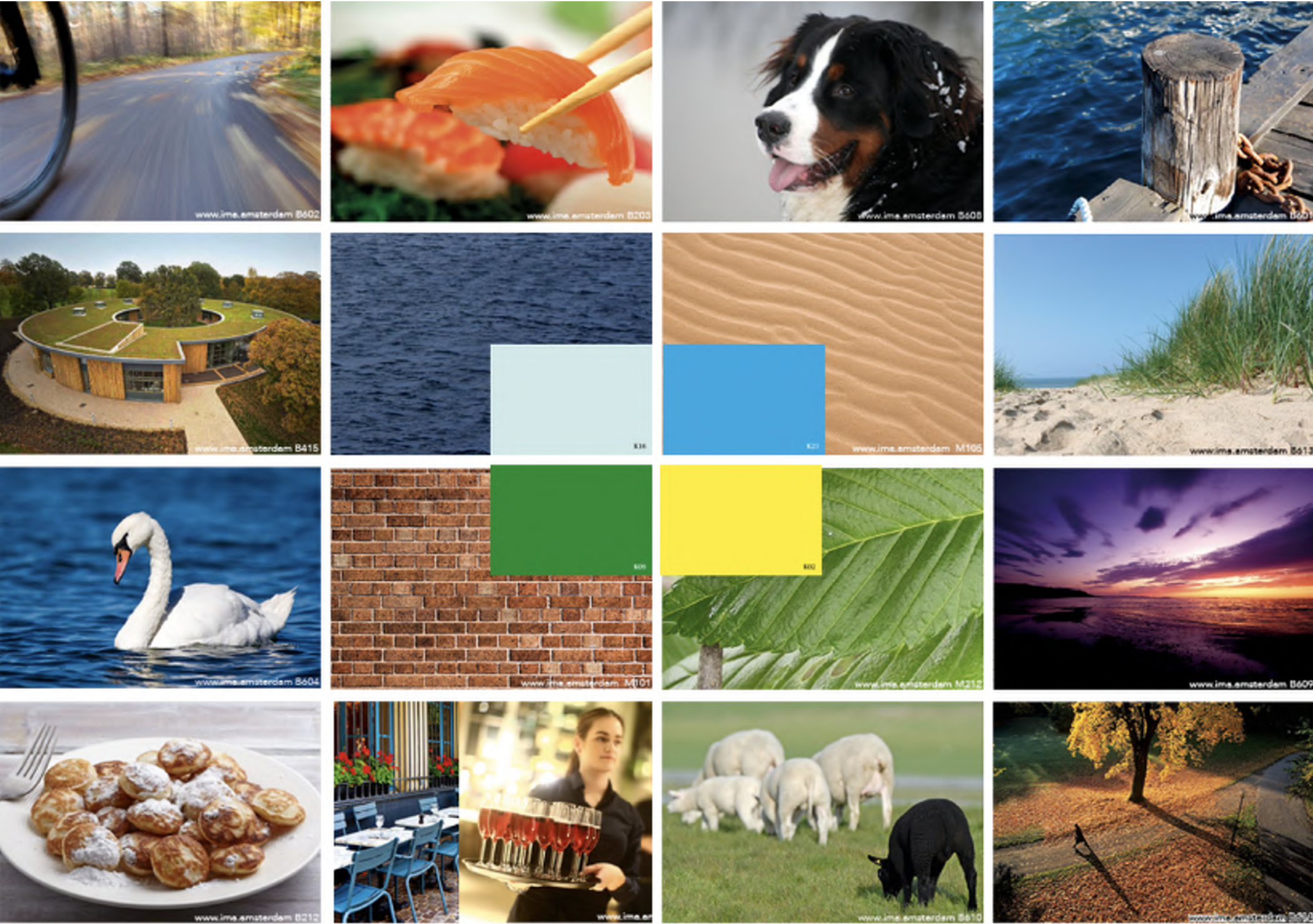
Een gebied wat prettig is om in te wonen en te bezoeken

Je kunt hier even ademen met respect voor wat er is en met een doorkijk naar de toekomst

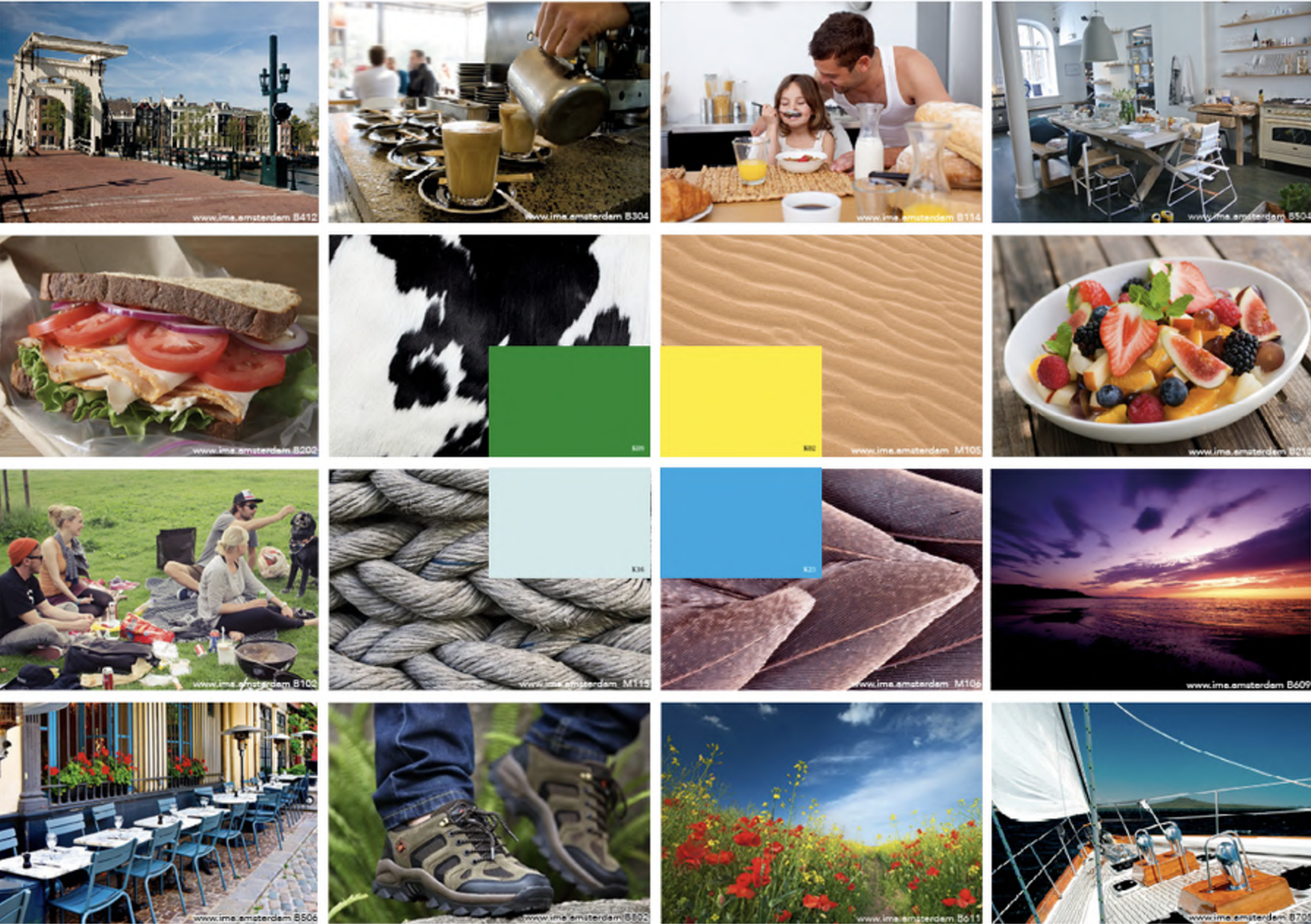
De meerwaarde is dat de som der delen groter is dan de onderdelen

Veelzijdigheid op korte afstand; een snijpunt en knooppunt van Land-Water, cultuurhistorie

Droom groep 3



Behoudend
Verbetering op het gebied van natuurgericht op water, eilandjes, zandbank, duurzaam bouwen
Beter faciliteren haven Muiden door toevoeging toeristische overstappunt naar binnenland
Fietsverhuur
Natuur versterken (eilandjes) en daar waar het kan watertoerisme toestaan
Fonteinkruid



Onze ideale Gooise kust:

In balans qua rust, natuur en recreatie
Weidsheid
Verbondenheid land & water
Genieten van de natuur, wandelen, watersport en kleine recreatie
Gezinnen genieten van een dagje strand, wandelaars, natuurliefhebbers, niet gemotoriseerde waterrecreatie, genieten van een lekker hapje en drankje op terras

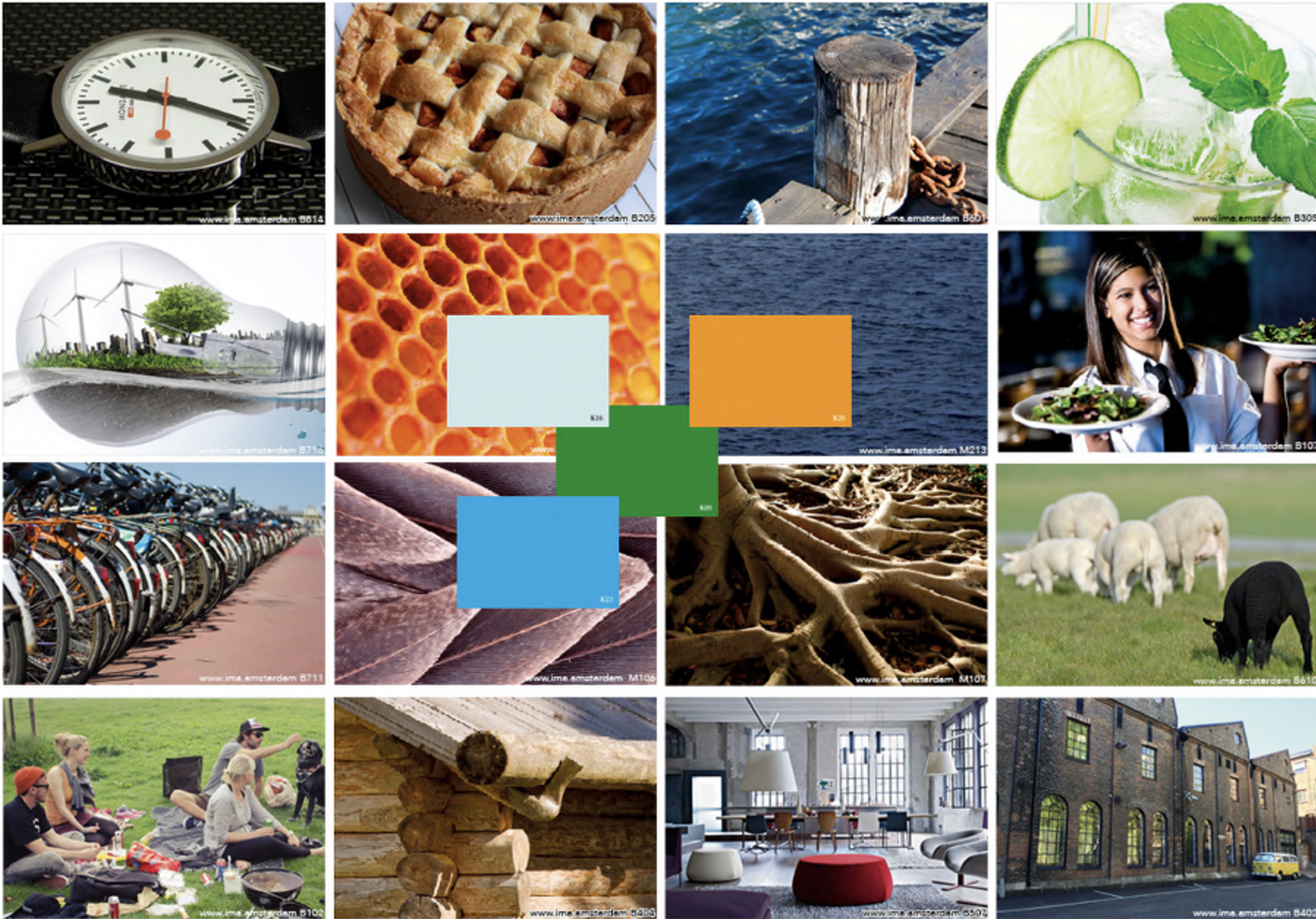
Droom groep 5



De Gooise kust omarmt je.
Bewegen in de natuur
Rust en ontspanning
Historie
Duurzaam
Verbindende plek, elkaar opzoeken

De Gooise kust je...





Gastvrijheid

Wees welkom! Kleinschalige recreatie. Geen speedboten enzo.
Tijd voor een relaxte versnapering

Samenwerken

Oog voor elkaar, samen naar een duurzame toekomst
Circulaire landbouw

Mooie natuur

Veilige haven voor trekvogels
Aaneengesloten natuur
Extensieve recreatie

Authenticiteit

Trots op de oorspronkelijke architectuur, natuur, landbouw en landschap
Geworteld in de geschiedenis

Droom groep 7



De ideale Gooise kust is een kust waar cultuur en natuur behouden en onderhouden wordt. Het moet een kust zijn met ruimte voor (water)sporters, bezoekers en bewoners, Waar men zich welkom voelt. Waar de mensen verbonden zijn met elkaar in een stijlvolle duurzame omgeving

Droom groep 8



Strand, zeemeeuw en haventje
Ongerept eiland Hooft
Hoofdgracht Naarderbos
Wandelen vestingwallen
Ome Ko, Graaf Floris
Uitermeer
Groot krabbenhoofd, zwemmen, zonsondergangen
Oud Valkeveense kust met Zwanen, voorjaar
Gevoel bij Zuiderzee verleden (open, rust, verte)
Met boot de haven binnenvaren
Hoogteverschillen dijk op zonsondergangen
Weidsheid en rust
Vaartkade met uitzicht op sluis
De (zee) otters terug (poldergrassen herplanten)
Snelfietsers weren langs de kustwegen

Beelden door meerdere groepen gekozen



8 x



6 x



5 x



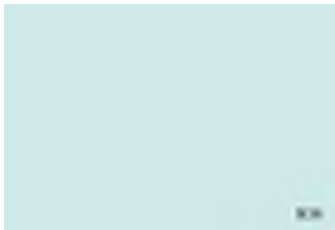
4 x



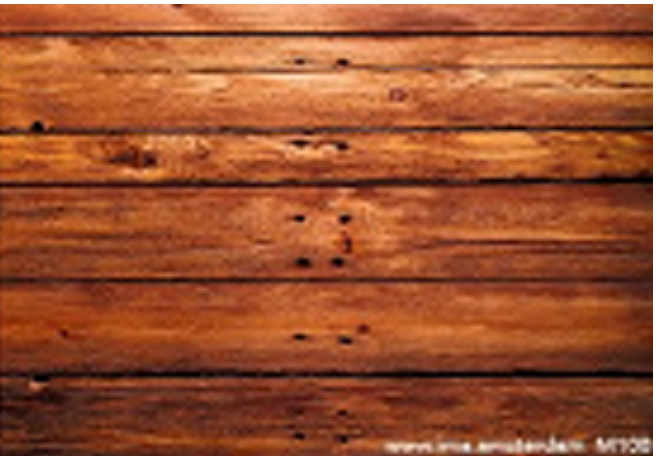
Beelden door meerdere groepen gekozen



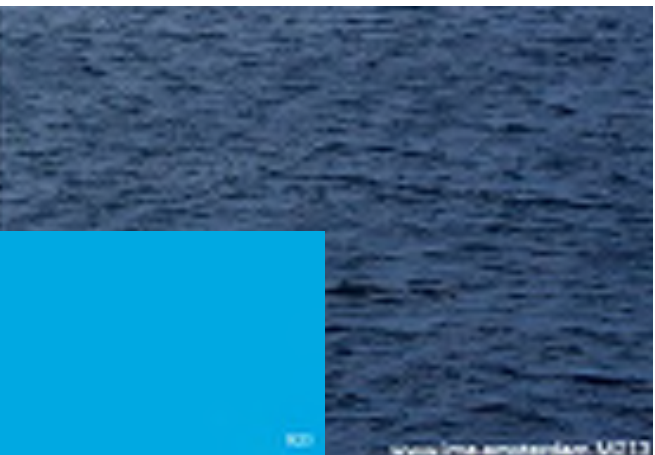
3 x



2 x

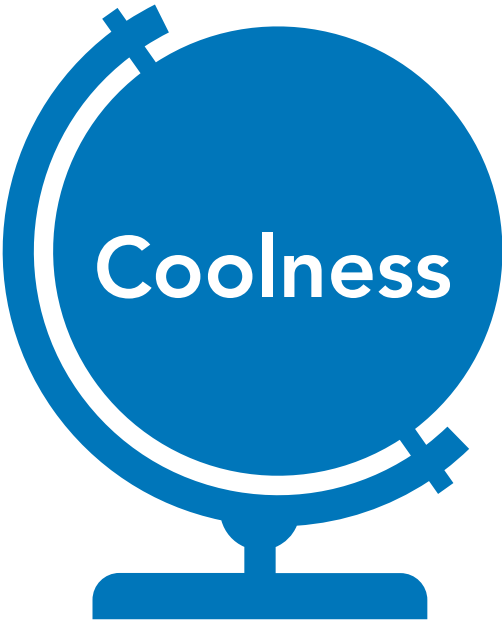


Overall Dreamboard op basis van meest gekozen beelden



Fase 1: Identificatie *Gooise kust*

Conclusies t.b.v. Kustvisie Gooise kust



2



*Beschermde kwaliteiten:
fysiek & mentaal*

10



3



*Commercieel aanbod
in transacties*

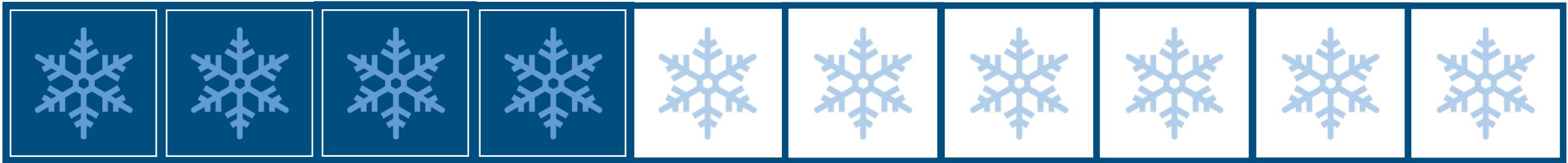
4



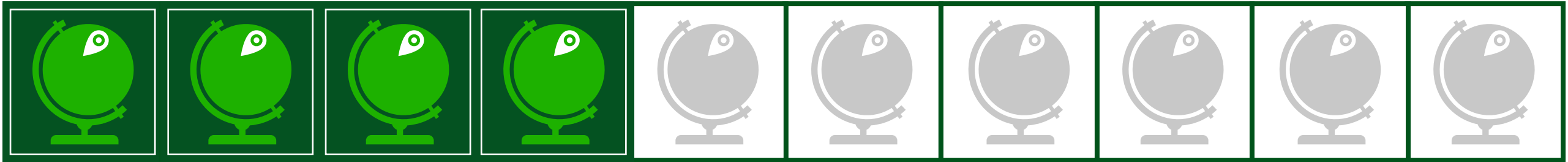
*Insiders-factor &
de kans op relaties*



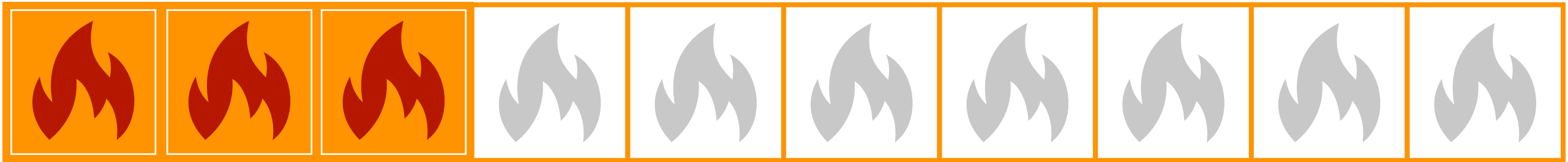
Place Coolness



Brandscape



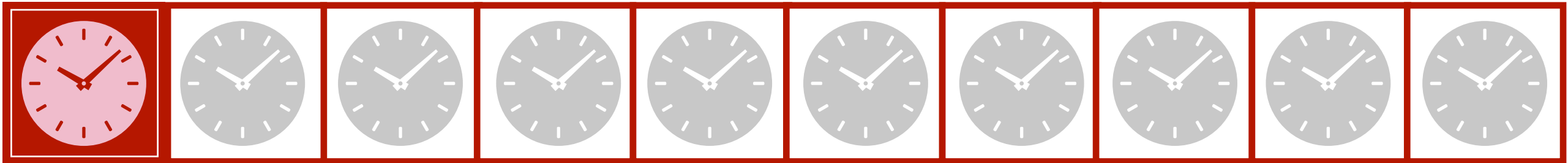
Warm Welcome



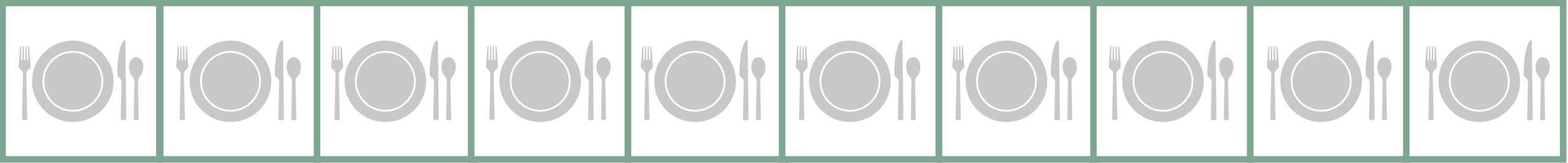
Paars-factor



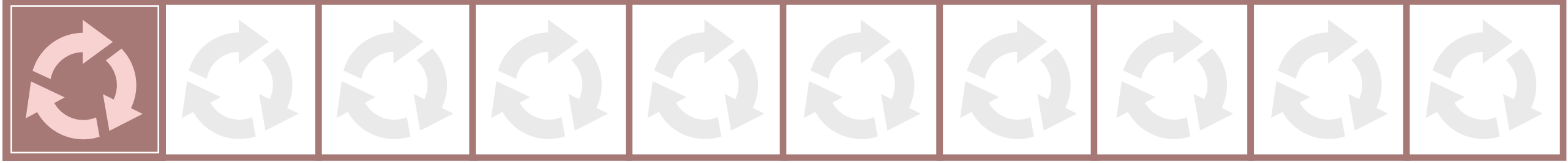
I/E/N-factor



BrandConcept

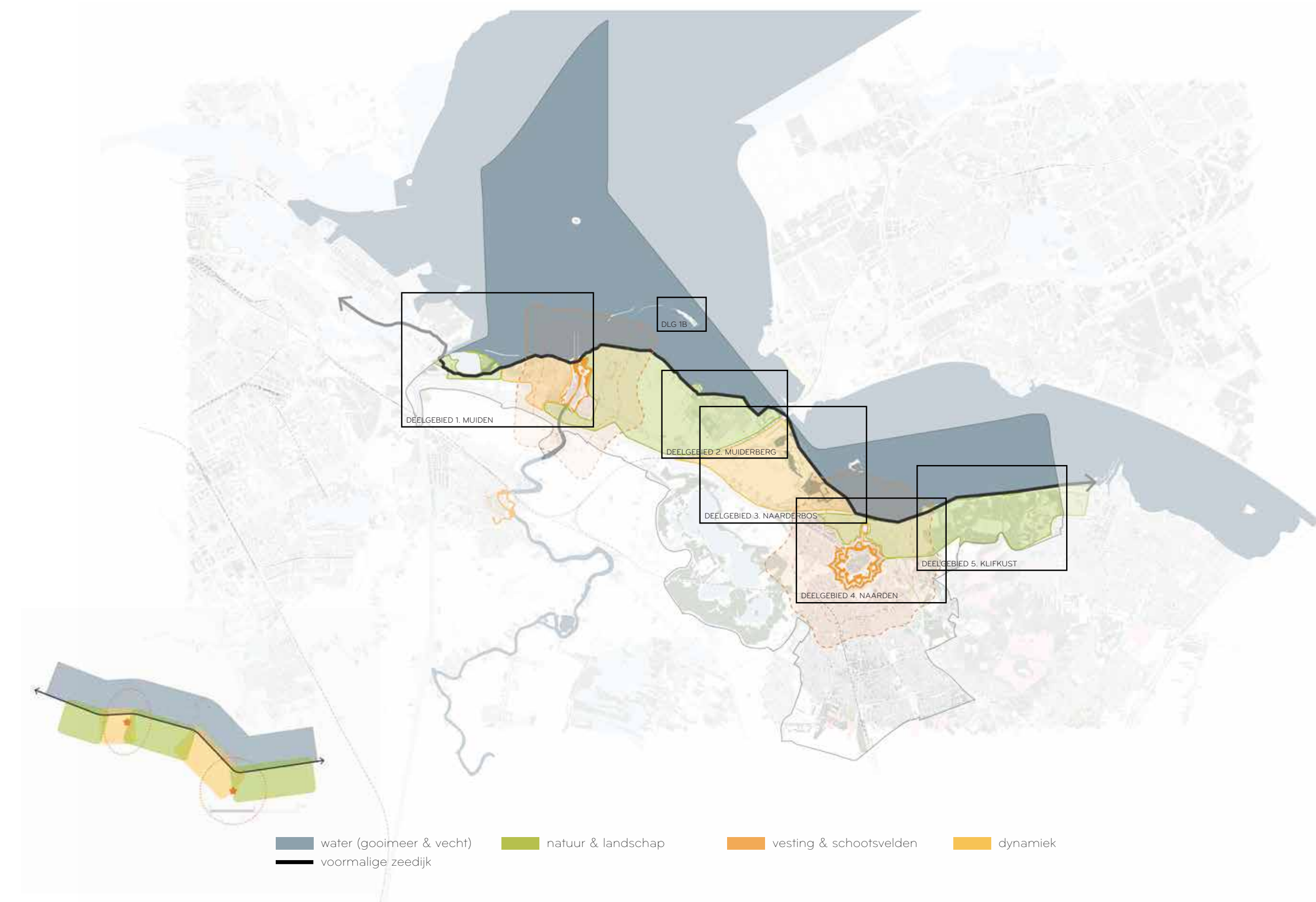


BrandManagement



Is het geheel de som der delen?

DEELGEBIEDEN GOOISE KUST



In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusies IMA:

Het is IMA opgevallen dat veel stakeholders in het gebied hun standpunten niet getoetst hebben aan meer algemene ontwikkelingen, met name buiten de deelgebieden die zij menen te vertegenwoordigen. De sterke focus op deelgebieden staat volgens IMA een gemeenschappelijke kustvisie voor de Gooise Meren in de weg.

Volgens IMA is er bij de stakeholders onvoldoende kennis over (wettelijke) taken die buiten de gemeente om al georganiseerd zijn. Dat uit zich onder meer in sterke, negatieve standpunten over het presteren van de gemeentelijke organisatie op tal van terreinen waar andere organisaties dan de gemeente primair verantwoordelijk zijn. Daarnaast is onvoldoende bekend welke activiteiten deze buitengemeentelijke organisaties al ondernemen om zaken die door stakeholders worden aangedragen te verbeteren. Een goed voorbeeld is de omgang met het fonteinkruid in zowel het IJmeer als het Gooimeer. Maar liefst 22 vermeldingen daarvan komen voor in de inventarisatie van Land-ID, maar geen enkele keer wordt melding gemaakt van een reeds beoogde gemeenschappelijke aanpak van waterplanten door provincies Noord-Holland en Flevoland, het Rijk (ministerie van I&W), de randmeergemeenten verenigd in de gebiedscoöperatie Gastvrije Randmeren, de gemeenten Almere en Hoorn en de waterrecreatiepartijen Watersportverbond, Hiswa vereniging, Sportvisserij Nederland en Toerzeilers Nederland. Op 6 december 2019 heeft er zelfs een bestuurlijke conferentie plaatsgevonden waarin een gemeenschappelijke aanpak voor de bestrijding van waterplanten is overeengekomen. Tijdens de participatiesessies 14 en 15 januari jl. waren er tal van participanten die de gemeente wilden manen om in actie te komen...

De onbekendheid met nationale, (inter-)provinciale en regionale agenda's voor wat betreft de ontwikkeling van kustgebieden rondom het IJsselmeer, maakt dat stakeholders te vaak zaken willen agenderen die al besproken en zelfs al geregeld zijn. Daarnaast lijkt er eveneens weinig kennis van overeenkomsten die maken dat de gemeente moet handelen zoals het doet. Dat leidt tot een onevenredige druk op het ontwikkelproces van voor zelfs zoiets als een kustvisie. Het nadeel is dat opvattingen over (deel)gebieden dan los van de feitelijke maatschappij komen te staan.

‘De Gooise kust is kleiner dan je denkt...’



Dromen aan de Gooise Kust

Rapportage inventarisatie fase



‘Het is belangrijk om de balans tussen de rustige en drukke gebieden te bewaren’



‘Je hebt nu de kans om over de kwaliteiten na te denken, over het perspectief dat je wilt’



‘Diversiteit langs de hele kust is de kracht van dit gebied’

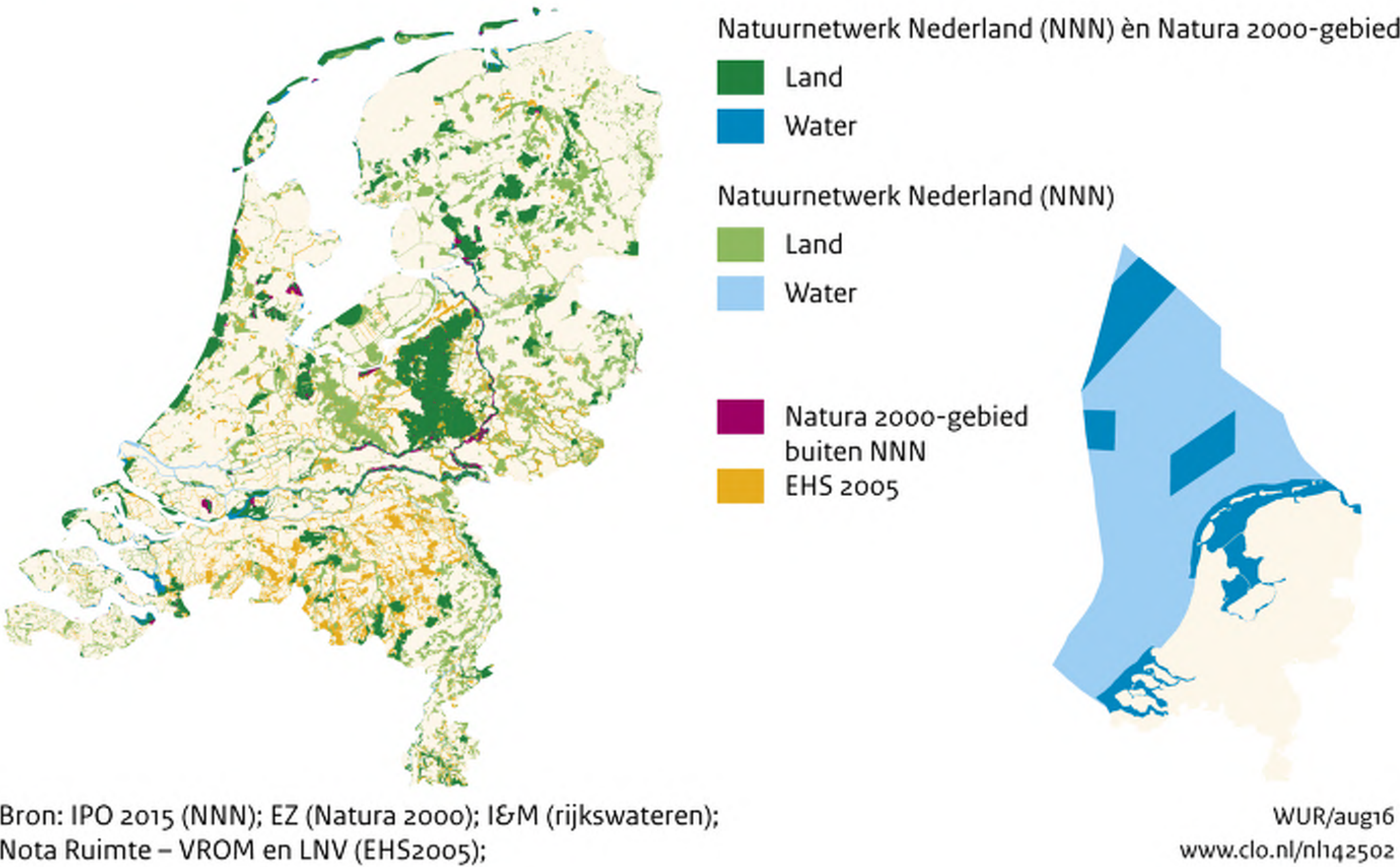


In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusies IMA:

In het door Land-ID opgestelde rapport ‘Dromen aan de Gooise Kust’ zijn de door OKRA-IMA geformuleerde standpunten voor wat betreft de beschrijving en omvang van de Gooise kust logischerwijs niet verwerkt. Dat betekent dat volgens IMA het gebied dat geïnventariseerd is, ruimschoots groter is dan het gebied dat OKRA-IMA nu van een visie voorzien. Dat betekent ook dat veel van de aanbevelingen, meningen, bevindingen die dat rapport kleuren voor de Kustvisie niet relevant zijn, maar waarschijnlijk wel verwachtingen bij participanten hebben gewekt. IMA beoordeelt dat als risicovol, ook omdat er al veel partijen die zich als direct belanghebbend hebben gezien op basis van dat rapport stelling hebben genomen en zich ook in juridische zin als partij bij de gemeente hebben gemeld. Dat staat een ontwikkeling van het gebied nadrukkelijk in de weg.

Natuurnetwerk Nederland en Natura 2000-gebieden, 2015



In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusies IMA:

IMA heeft middels de participatiesessies vastgesteld dat ook de term ‘natuur’ voor veel onduidelijkheid zorgt. Als ‘de natuur’ niet precies gedefinieerd is, dan is daarmee ‘natuurbescherming’ in relatie tot recreatie en bebouwing ook een moeilijk onderwerp. Vanzelfsprekend hebben OKRA en IMA formele begrippen als uitgangspunt genomen. In de relatie tot natuur spreken we dan van onder meer van Natura 2000 en NNN-gebieden. Het is IMA duidelijk geworden dat binnen de verschillende deelgebieden van de Gooise kust er veel stakeholders zijn die menen dat elk stukje onbebouwde grond ‘natuur’ is en dat dat zo moet blijven. Dat laat onverlet dat er ook partijen zijn die zich meer op het standpunt stellen dat indien ‘een gebied’ niet formeel (in juridische zin) beschermde natuur is, er wel ontwikkel-mogelijkheden moeten blijven. Het is IMA opgevallen dat deze verschillen van inzicht tot forse conflicten in het gebied hebben geleid en nog altijd leiden. Deze conflicten werden tijdens de participatiesessies nadrukkelijk ingebracht en zorgden daarmee voor een onevenredige druk op het proces om tot een visie voor de Gooise kust te komen. De forse stellingnames worden extra stevig door de procedures waarin verschillende stakeholders elkaar betrekken.

OKRA-IMA kunnen op basis van een longlist aan (vaak tegengestelde) wensen niet tot een visie komen. Wél kan OKRA-IMA deze wensen langs de meer formele beoordeling van het gebied leggen in een bredere context van nationale, (inter-)provinciale en regionale agenda’s. Daarnaast wil OKRA-IMA vanzelfsprekend zelf geen partij worden in de lokale conflicten. OKRA-IMA hebben evenwel wel een visie op de verweving van conflicten binnen het gebied. In haar visie meent OKRA-IMA dan ook wel een standpunt te moeten formuleren over het gegeven van de talrijke conflicten maar niet over een van hen in het bijzonder.



In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusies IMA:

IMA stelt op basis van de participatiesessies en de diverse aangereikte documenten eveneens vast dat er binnen de deelgebieden zulke flinke conflicten zijn, dat deze conflicten een gemeenschappelijke uitvoering van de kustvisie in de weg zullen staan. In IMA's woorden; er wordt elkaar te weinig gegund. Door een heldere zonering op basis van zowel de respectering van de zogenaamde NO TOUCH-zones (wettelijke beperkingen) als de 'DO TOUCH-zones' (noodzakelijke ruimte voor ontwikkeling) alsook toetsing aan nationale, (inter-)provinciale en regionale agenda's moet er letterlijk en praktisch gezocht worden naar ruimte voor elkaar. Dat is nota bene de ondertitel van de Visie Buitenruimte van de Gemeente Gooise Meren (2018): "In de Gooise Meren is de buitenruimte van en voor iedereen." Om dat te realiseren meent IMA dat het noodzakelijk is om aan 'herverkaveling' van belangen te doen.

Met andere woorden; als de opgaves die de gemeente heeft en moet realiseren in de 'DO TOUCH-zones' dan zal zij daarvoor met alle (feitelijke) stakeholders tot een uitruil van belangen moeten komen. Wellicht kan het creëren van extra ruimte daarbij behulpzaam zijn. Dat kunnen gebieden elders binnen de gemeente zijn en/of nieuw te creëren gebieden in het water rekening houdend met de beperkingen die ook daar gelden. OKRA-IMA zien met name voor de ontwikkeling van Muiden en van het Naarderbos zo'n herverkaveling als noodzakelijk.

Kustdefinitie cruciaal voor ontwikkeling...



In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusie samenvatting IMA:

Als gevolg van de (her)definiëring van de Gooise Kust in dit onderzoek is het gebied drastisch kleiner dan het bij het aannemen van de opdracht leek. Doordat op veel plaatsen langs de Gooise kust al op enkele meters van het water de kustbeleving is verdwenen, en op veel van die plaatsen op hun beurt ook secundair geen effect van het gebruik van de kust is vast te stellen, vallen volgens IMA deze gebieden buiten deze opdracht.

Daar waar tijdens de participatie door deelnemers is aangedrongen wel of geen standpunt in te nemen over deze gebieden, moet IMA thans vaststellen dat de opbrengst van discussie over deze gebieden vanuit het perspectief van de kustvisie niet relevant is.

De engere definitie van de Gooise kust zou ook een bijdrage kunnen leveren aan de 'herverkaveling' van belangen en ruimte die volgens IMA nodig is om binnen het gebied invulling te kunnen geven aan de opgaves waar de gemeente voor staat.

De Gooise kust staat niet op zich...







Verkenning IJmeer - Gooimeer

Analyse over opgaven en toekomst IJmeer en het Gooimeer





In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusies IMA:

Visie op het totale kustgebied. In de opdracht wordt gevraagd de integraliteit en samenhang van het gehele kustgebied van Gooise Meren benoemen: Een beschrijving van de verhouding tussen het kustgebied en de omgeving, zijnde Gooimeer, IJmeer en buurgemeenten (Amsterdam, Diemen, Weesp, Almere, Huizen en Blaricum), zoals deze op dit moment is.

IMA meent dat voor wat betreft het kustgebied bovenstaande ‘omgeving’ te eng benoemd is. Dit kustgebied maakt integraal onderdeel uit van een groter gebied: het IJsselmeergebied. Voor dat gebied is op initiatief van de provincies Noord-Holland, Flevoland, Friesland en Overijssel en in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat in mei 2018 een zogenaamde gebiedsagenda opgesteld met als titel ‘Agenda IJsselmeergebied 2050’.

De daarin beschreven opgaven en vragen voor dit hele gebied betreffen daarmee ook het gebied van de Gooise kust. IMA meent dat de visie voor de Gooise kust de ‘Agenda IJsselmeergebied 2050’ als vertrekpunt voor de visie moet dienen. Het is onwenselijk en onrealistisch een ‘stand alone’ visie voor de Gooise kust te ontwikkelen louter op basis van gemeentelijke besluitvorming en daarbij tegelijkertijd wel aan te sluiten bij de inter-provinciale besluitvorming. Ook voor wat betreft voor de eigen visie benodigde juridische basis en financiering van de uitvoeringsagenda die ontwikkeld zou moeten worden op basis van de visie is het niet realistisch dat een gemeentelijke visie voor de kust leidend zal kunnen zijn.

Doen we wel mee?



Marker Wadden

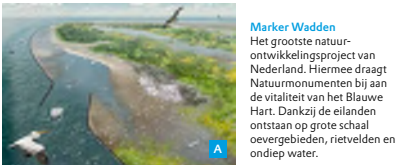


In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusies IMA:

IMA ziet de ontwikkeling van het zogenaamde Blauwe Hart (zie ook ‘Agenda IJsselmeergebied 2050’) als belangrijkste aanknopingspunt voor de visie voor de Gooise Meren. De ontwikkeling van de Markerwadden biedt wellicht ook inspiratie voor het ‘nieuwe’ gebied met als werktitel ‘de Gooise kust’. Vanzelfsprekend maken de huidige eilanden als de Schelp, Hoofd, Warenar, de Drost en niet in de laatste plaats Pampus deel uit van dat concept. Indien de gemeente zich meer als beheerder van die te ontwikkelen ‘Gooise kust’ zou manifesteren zou ze ‘wisselgeld’ hebben bij de uitvoering van de kustvisie door middel van de hierboven beschreven herverkaveling. Er kan dan ook gezocht worden naar een betere ontsluiting van de recreatiegebieden aan de kust door te onderzoeken of die (deels) over/door het water kan plaatsvinden als onderdeel van een mobiliteitsplan voor de ‘Gooise kust’. De ontwikkeling van de ‘Gooise kust’ zou ook een onderhandelingspositie betekenen ten opzichte van de ontwikkeling van de zogenaamde IJmeerverbinding tussen IJburg en Almere: bufferfunctie t.b.v. natuurontwikkeling.

Projecten waar we trots op zijn



Samen maken we het IJsselmeergebied weer gezond!



MANIFEST

Waar natuur en economie elkaar versterken

WADDENVERENIGING Een goede verbinding tussen IJsselmeer en Waddenzee creëert een natuurgebied van wereldklasse vol recreatieve mogelijkheden. **HET FLEVO-LANDSCHAP** Kleinoeversen, wilgenbossen, natte graslanden én meren vormen de delta natuur. Laat mensen ervaren dat polders en water één geheel vormen. **NATUURMONUMENTEN** We pakken een deel van het sligprobleem aan. Het slig gebruiken we voor het bouwen van een weerspiegelende vogelrijdij: de Marker Wadden. **IT FRYSKJE GEA** Schoon water, natuurlijke oevers en ondiepten zijn belangrijk voor het gebied. Niet als rust voor de vogels. En voor de mens. **LANDSCHAP NOORD-HOLLAND** Een goede verbinding tussen oever en achterland beschermt de hoge natuurwaarde van veenweiden en meertjes langs de dijk. **IJSSELMEERVERENIGING** Wij willen draagvlak creëren voor een samenhangende visie waardoor landschap en economie floreren. **SPORTWISSERIJ NEDERLAND** Laten we de natuur en het ecosysteem herstellen. Dan kunnen we echt genieten van de wereldheid van het IJsselmeer.





Onderzoek havens en waterrecreatie
gemeente Gooise Meren

Bouwsteen voor de kustvisie 'Aan de Gooise Kust'

Concept



WATERRECREATIE
ADVIES BV

Lelystad, 8 januari 2020

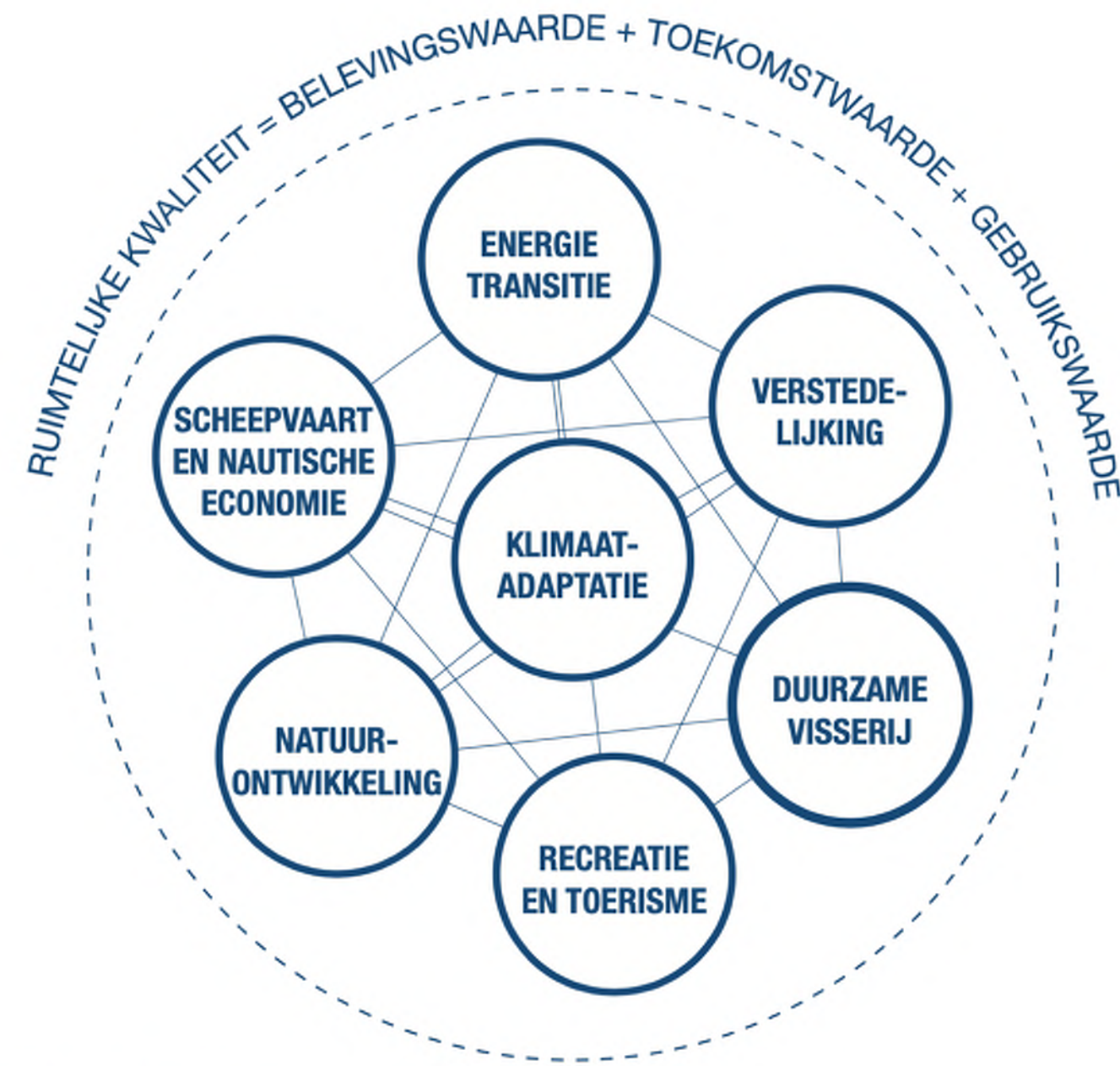
In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusies IMA:

Het 'Onderzoek havens en waterrecreatie gemeente Gooise Meren' is een belangrijke bouwsteen voor deze visie. Met name de toekomst van de watersport (van bezit van kajuitboten naar een deeleconomie van o.m. sloepen voor dagrecreatie) vraagt om nadere uitwerking van de plannen van de diverse stakeholders aan de kust.

Zeker met het oog op de forse vergrijzing van de inwoners van de kustplaatsen (zeker in vergelijking met plaatsen als Bussum) vraagt dat om een aanpak die ook (of vooral) over 10-20 jaar hout snijdt. In de werkzaamheden die IMA heeft uitgevoerd voor haar Fase 2 is daarom fors rekening gehouden met de kijk op trends en ontwikkelingen vanuit een jonge(re) doelgroep dan tijdens de participaties gemiddeld aanwezig is geweest.

Veel van de initiatieven tot ontwikkeling sluiten eerder aan bij de huidige status qua en wensen op de kortere termijn. Een aantal van die wensen suggereren een groter economisch belang dan dat op basis van het onderzoek te beredeneren is. Omdat de kustvisie primair integraal is en pas secundair over de deelgebieden gaat, is het cruciaal dat er een realistische benadering voor de ontwikkeling van de watersport binnen de gemeente wordt gekozen. Wellicht moet ook hier naar een herverkaveling van belangen worden gestreefd.



De zeven systeemopgaven voor het IJsselmeergebied

In welke context/binnen welke schaalgrootte wil de Gooise kust haar eigen toekomst kunnen bepalen?

Conclusie samenvatting IMA:

- Er is een heldere kustdefinitie noodzakelijk om tot een eenduidige beeldvorming van het gebied te komen. Zonder die eenduidige beeldvorming is er geen sterke context voor waardering voor het gebied. Dat staat zowel behoud van kwaliteiten alsook het ontwikkelen van nieuwe kwaliteiten in de weg.
- Niets doen leidt niet tot het door de stakeholders gewenste behoud van kwaliteit.
- Zonder herverkaveling van ruimte en belangen gaat/blijft het gebied 'op slot' met als gevolg dat noodzakelijke ontwikkelingen niet tot stand zullen worden gebracht.
- Gooise Meren moet bepalen voor welke opgaves zij formeel 'aan de lat staat'. Voor de overige opgaves moet zij een actief informerend beleid formuleren opdat haar inwoners weten wat zij wel en niet van haar lokale overheid mag verwachten.
- Voor bovengemeentelijke opgaves moet Gooise Meren haar positie bepalen op tal van schalen (Regio Gooi en Vecht, provinciaal, IJsselmeergebied, landelijk. Deze positie moet het gevolg zijn van integraal beleid op terreinen als wonen, recreatie, mobiliteit, energietransitie en milieu.

Fase 2: Marketing Landscape *Gooise kust*

Hoe wordt de Gooise kust?

Trends & Ontwikkelingen
blijft alles zoals het is?

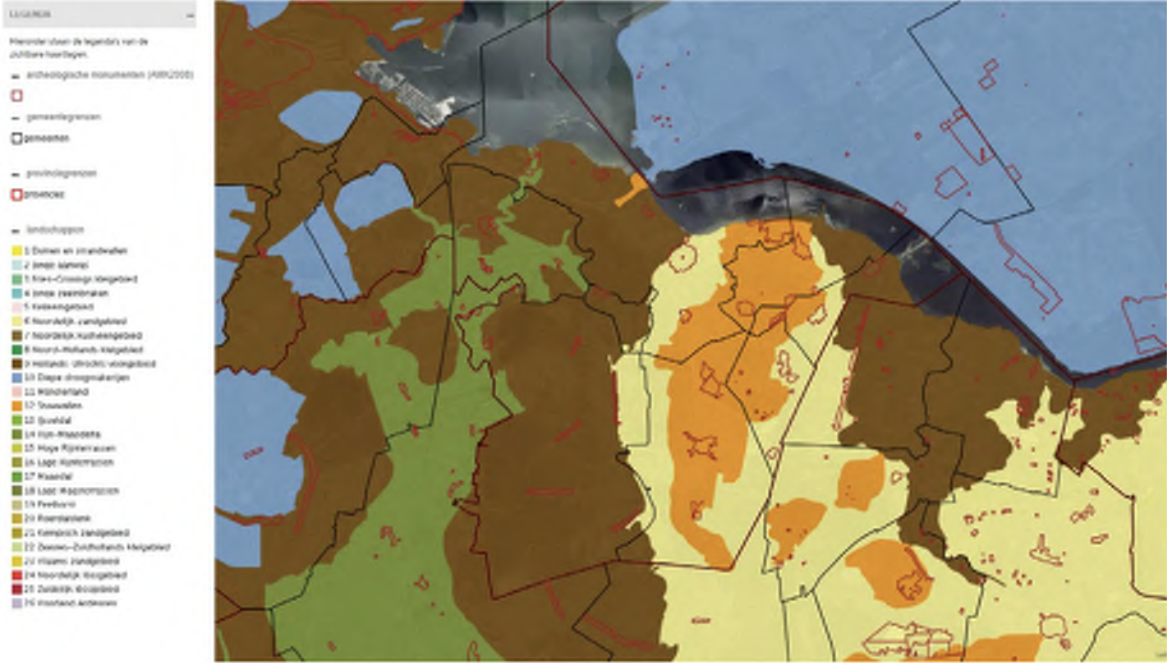
Vandaag is de toekomst van gisteren...



Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap

Cultuurhistorische
IJsselmeerbiografie

Synthese met ruimtelijke karakteristieken
als bouwstenen voor ontwikkeling



Landschappelijke hoofdstructuur en archeologische monumenten van de Gooi en Vechtstreek (bron: webgispubliek.nl)

Voormalige Zuiderzee en zeedijk



Oude zeedijk tussen Amsterdam en Muiden (1705) (bron: www.rijksmuseum.nl)



Muiden en Muiderslot gezien vanaf de zeedijk (1719)
(bron: dota.collectienederland.nl)



Muiden en Muiderslot gezien vanaf de Zuiderzee (1672) (bron: www.rijksmuseum.nl)



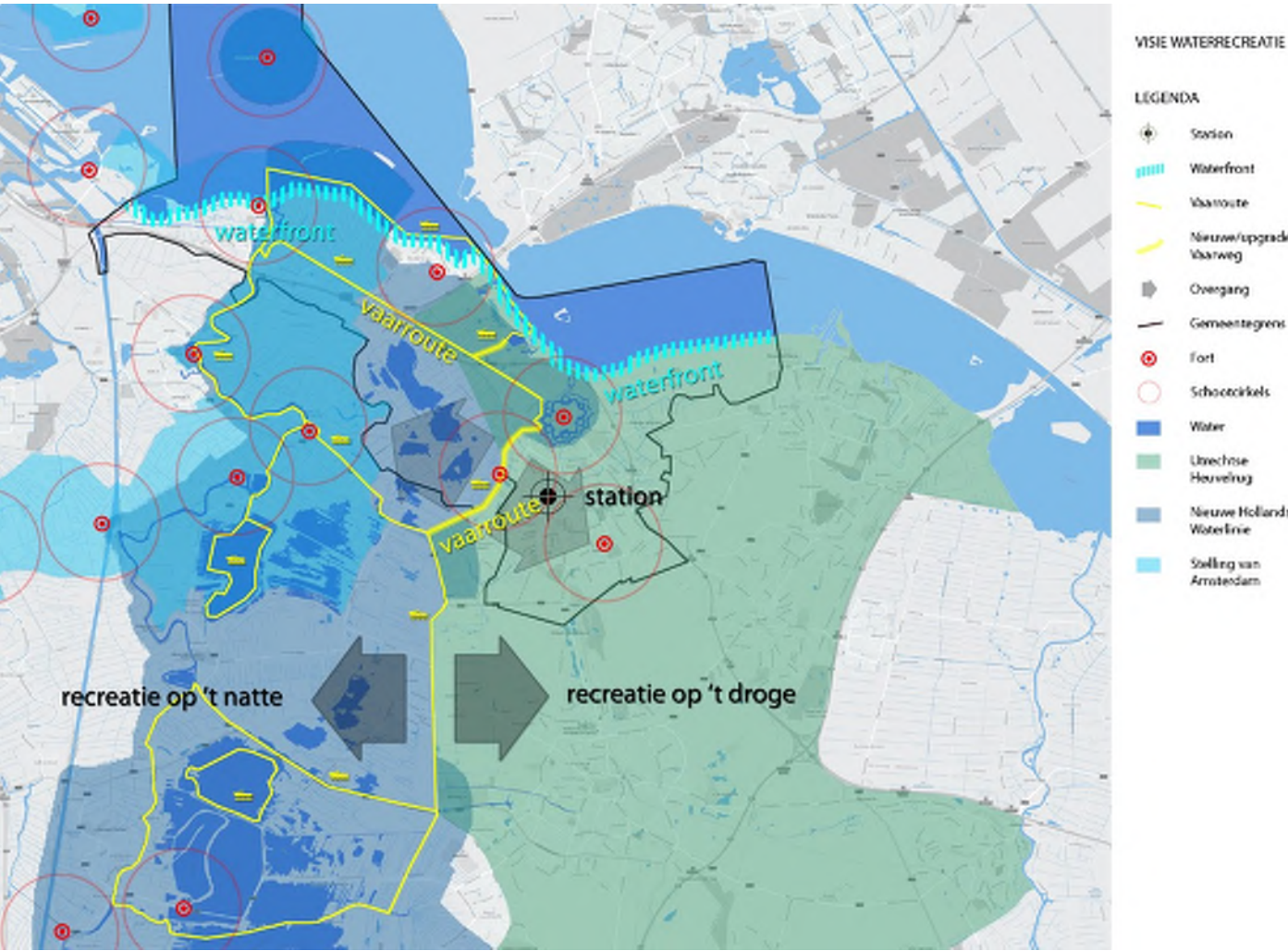
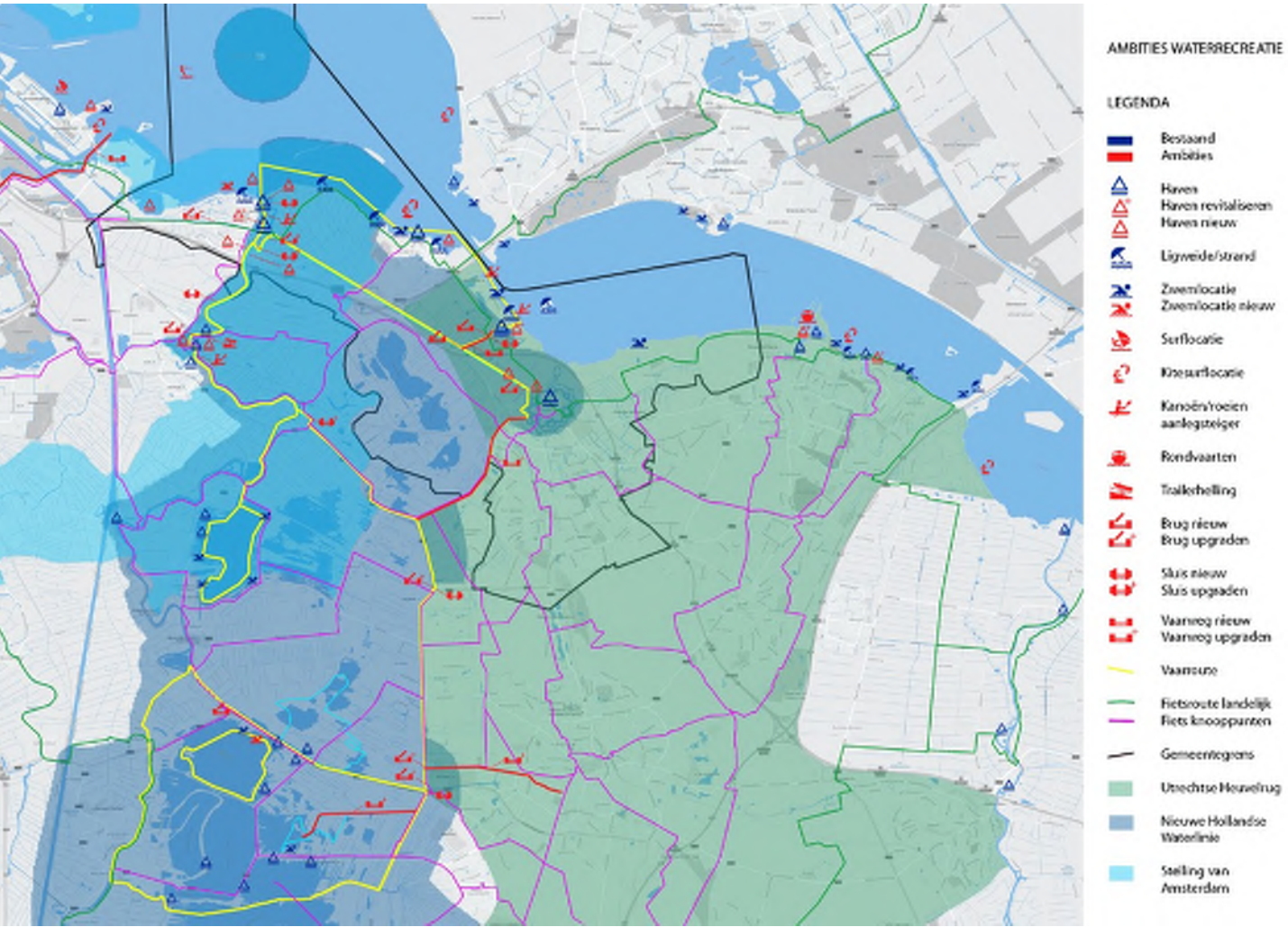
Zuiderzee (1750) (bron: Streekarchief Gooi en Vechtstreek)

Vandaag is de toekomst van gisteren...

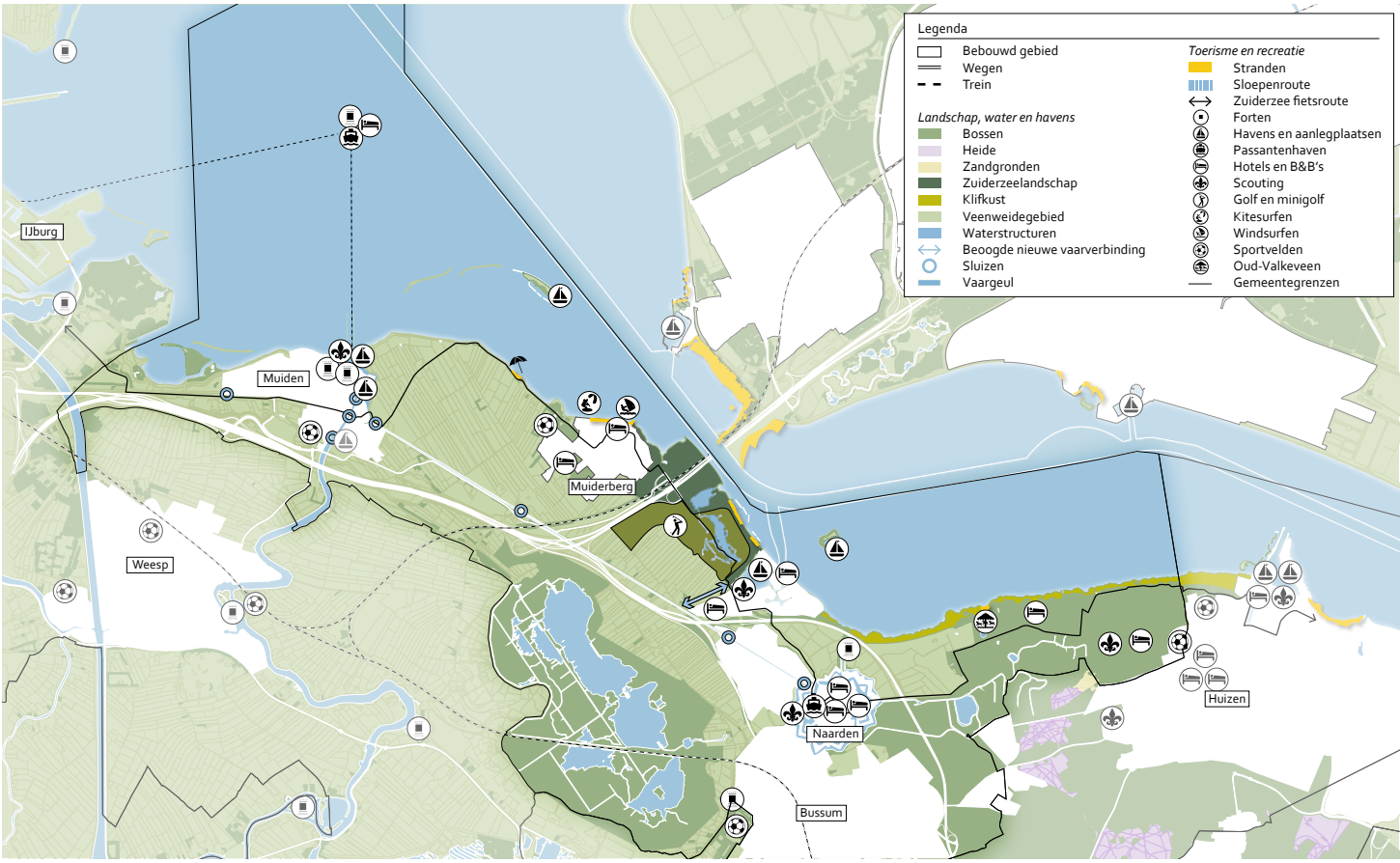


Trends & Ontwikkelingen
blijft alles zoals het is?

Vandaag is de toekomst van gisteren...



TOERISME, RECREATIE, WATER EN HAVENS AAN DE GOOISE KUST



Water, bron van recreatie

Visie op waterrecreatie in Noord-Holland 2030

VISIE

Visie Buitenruimte

In Gooise Meren is de buitenruimte van en voor iedereen

Bussum, januari 2018

Ruimte voor Ondernemerschap

Economische visie Gooise Meren 2040

Dromen aan de Gooise Kust

Rapportage inventarisatie fase

'Je hebt nu de kans om over de kwaliteiten na te denken, over het perspectief dat je wilt'

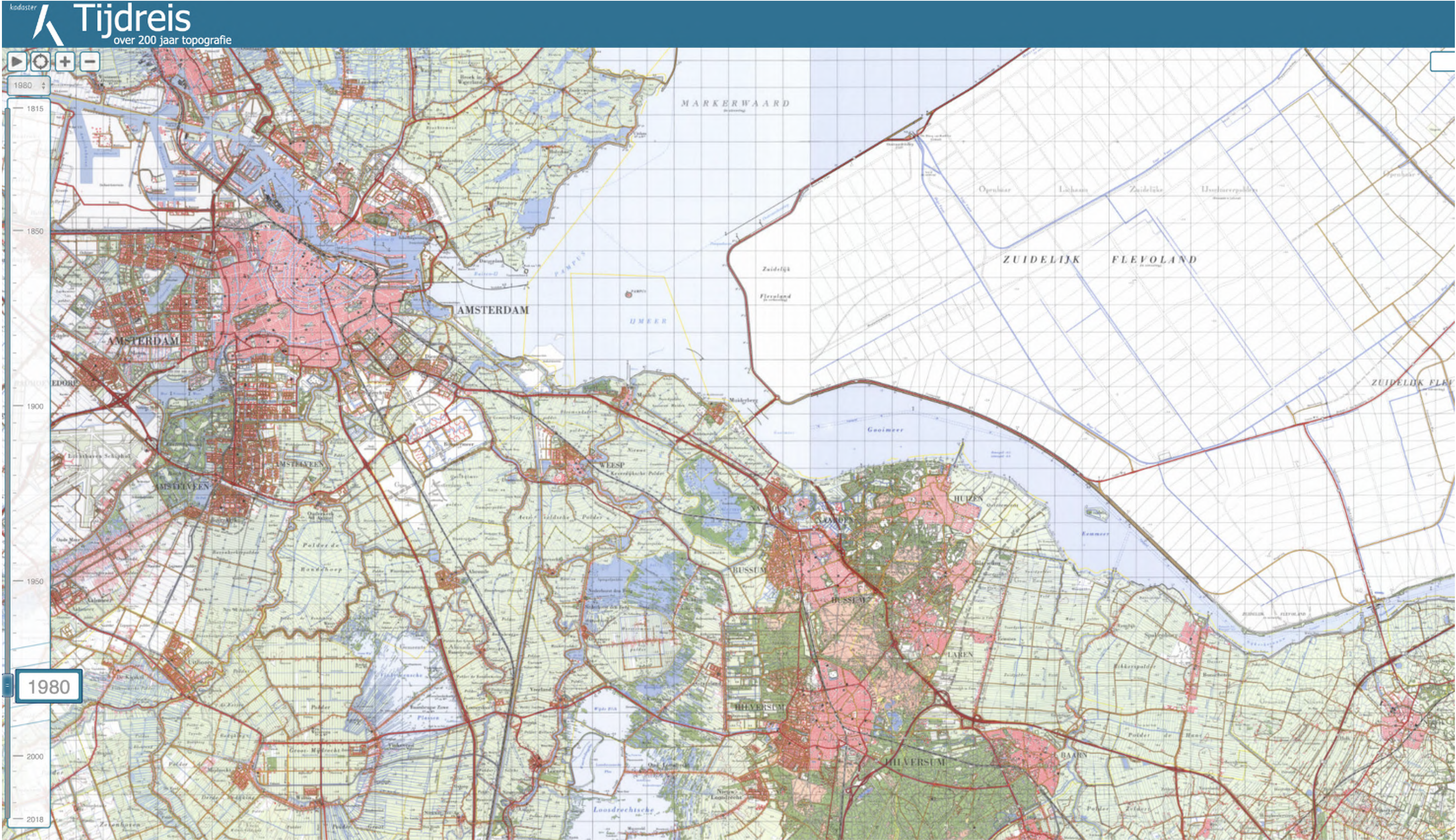
'Het is belangrijk om de balans tussen de rustige en drukke gebieden te bewaren'

'Diversiteit langs de hele kust is de kracht van dit gebied'

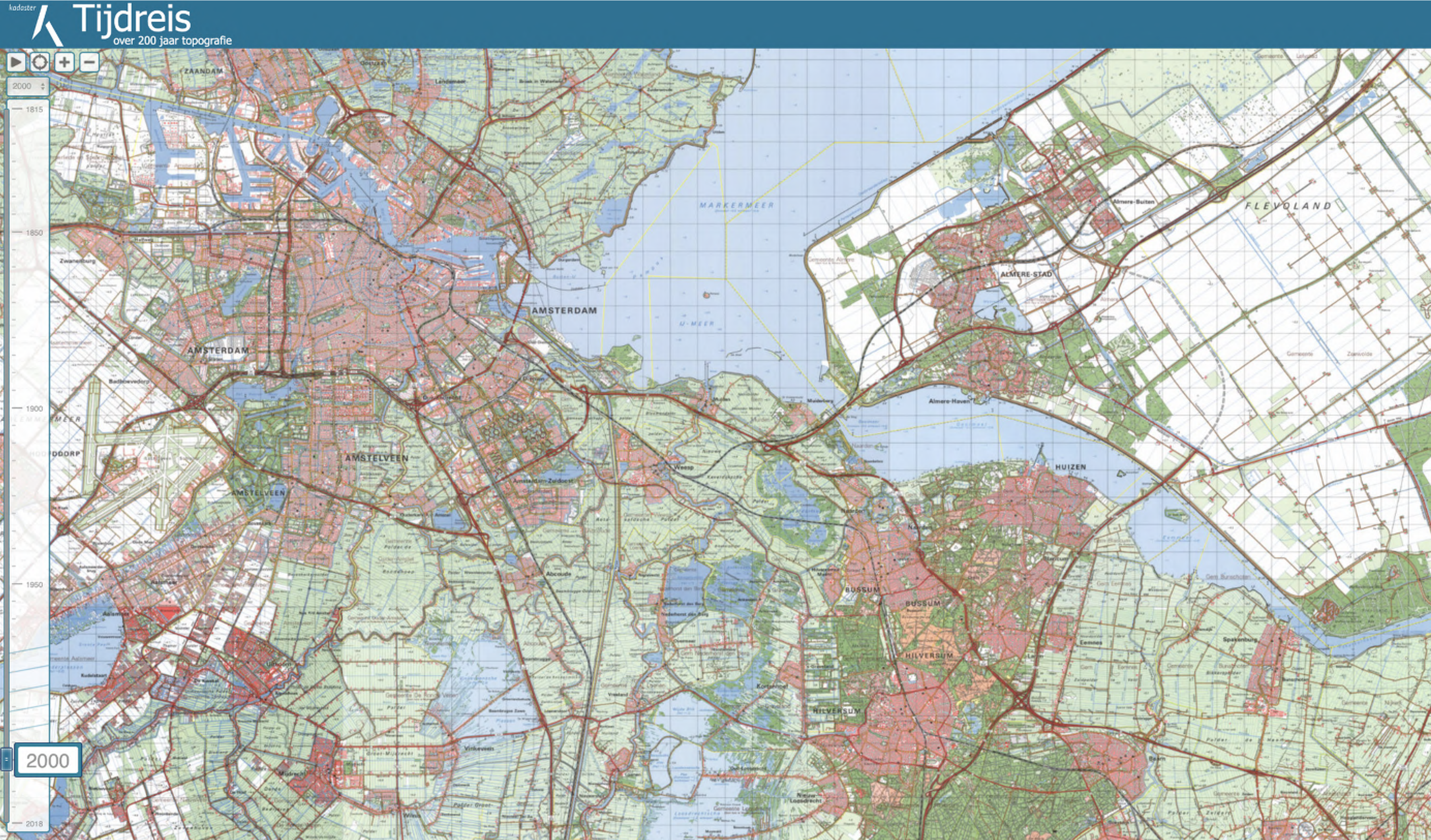
26 augustus 2019 | Land-Id Arnhem



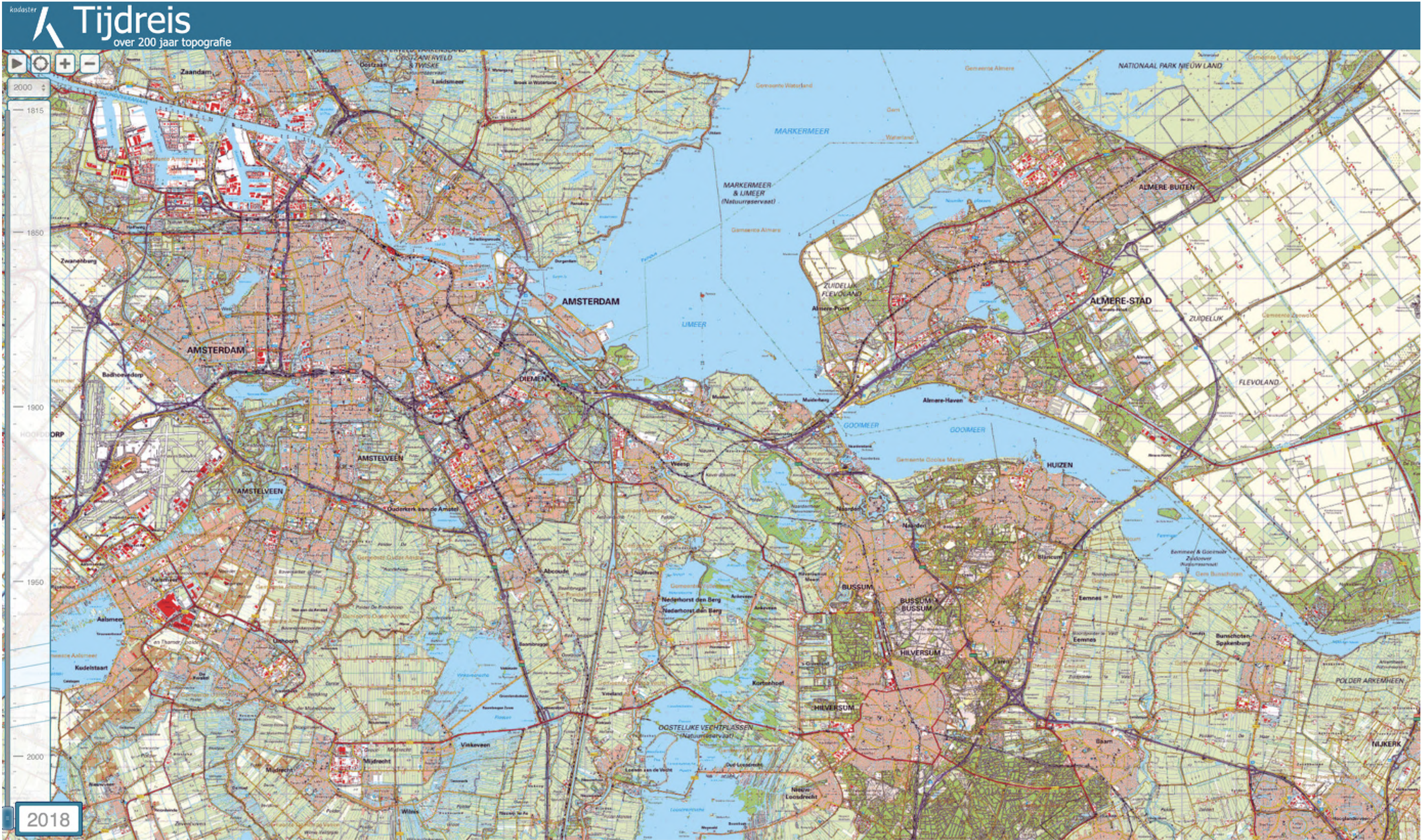
Kaart gebied 1980



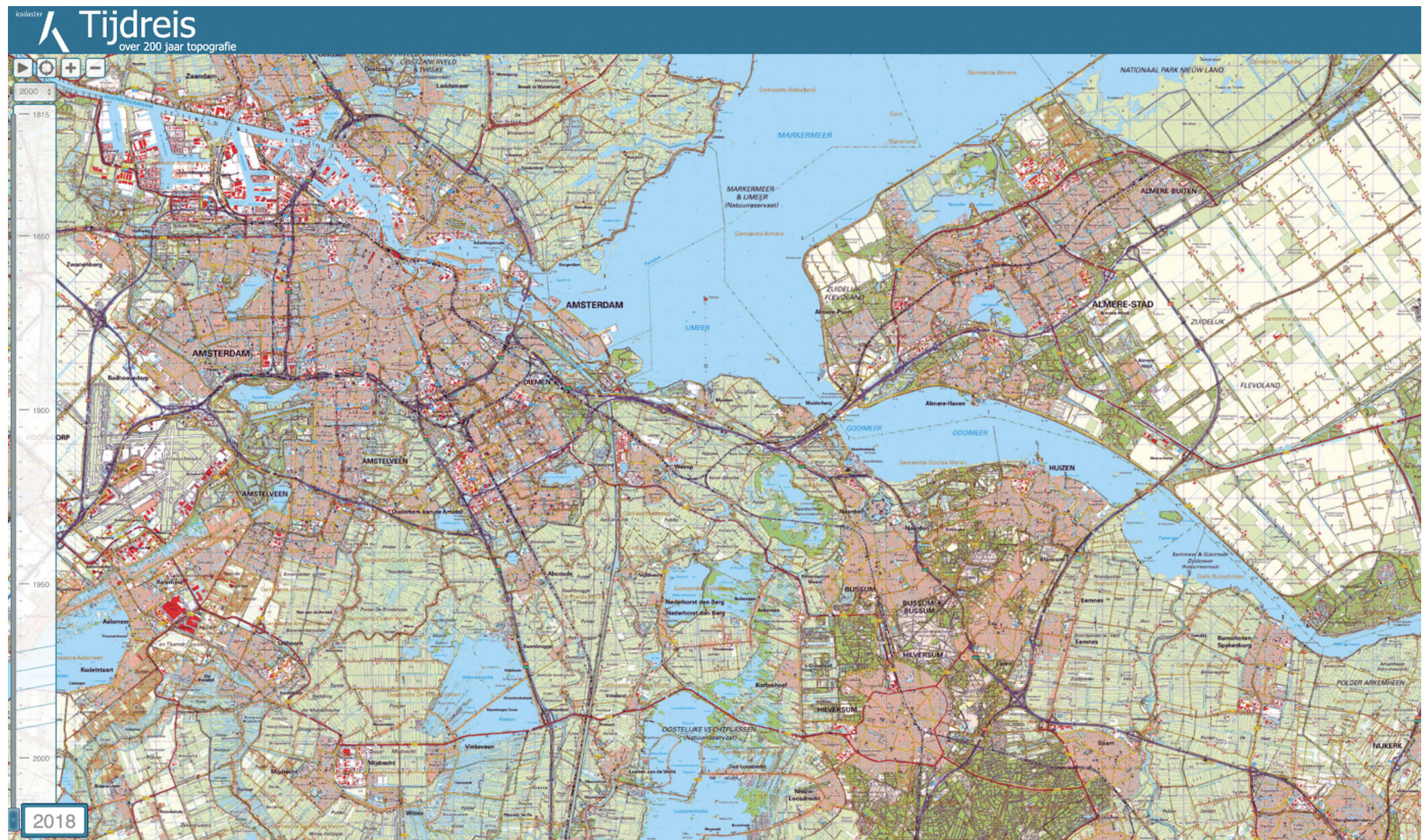
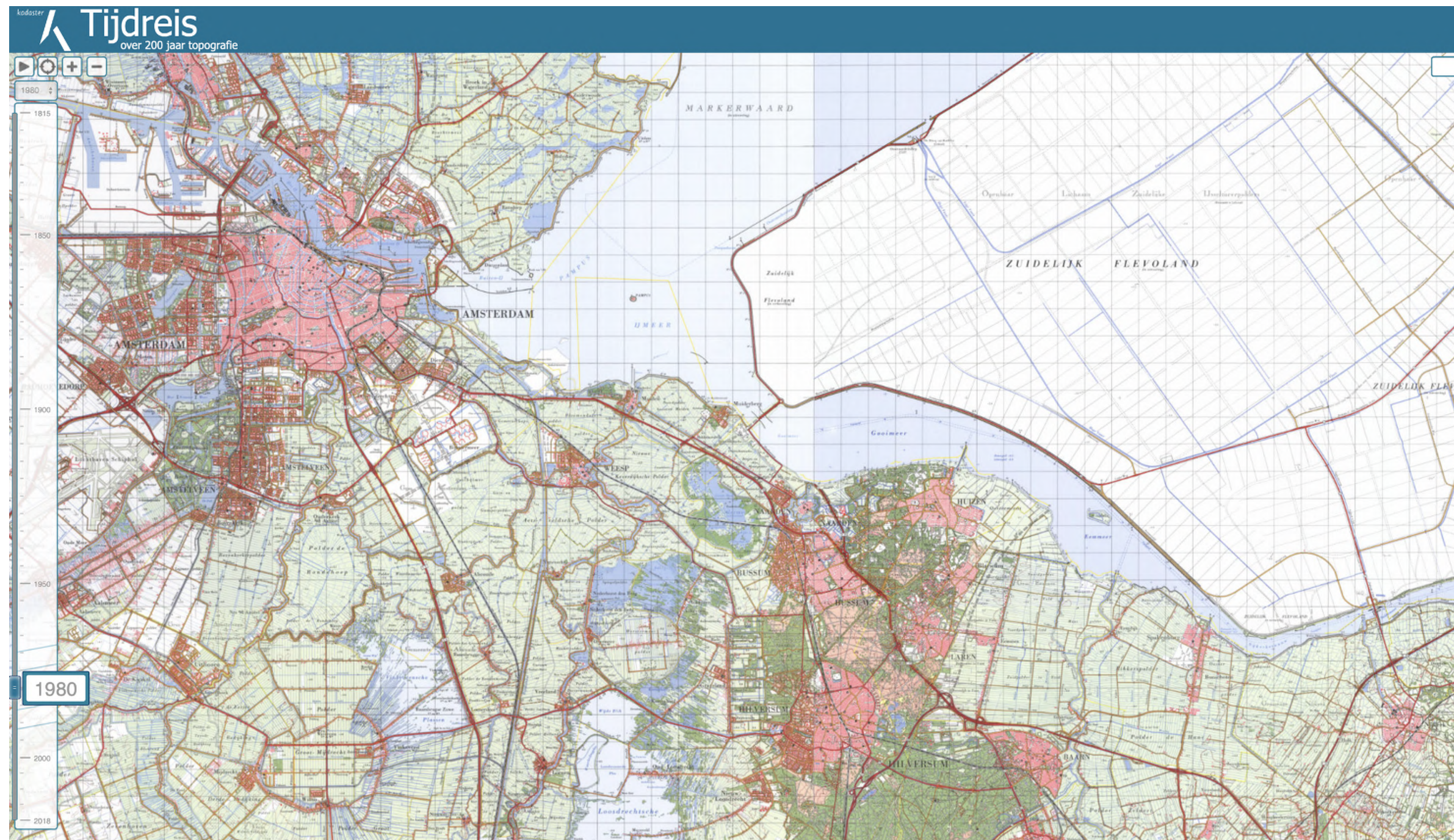
Kaart gebied 2000



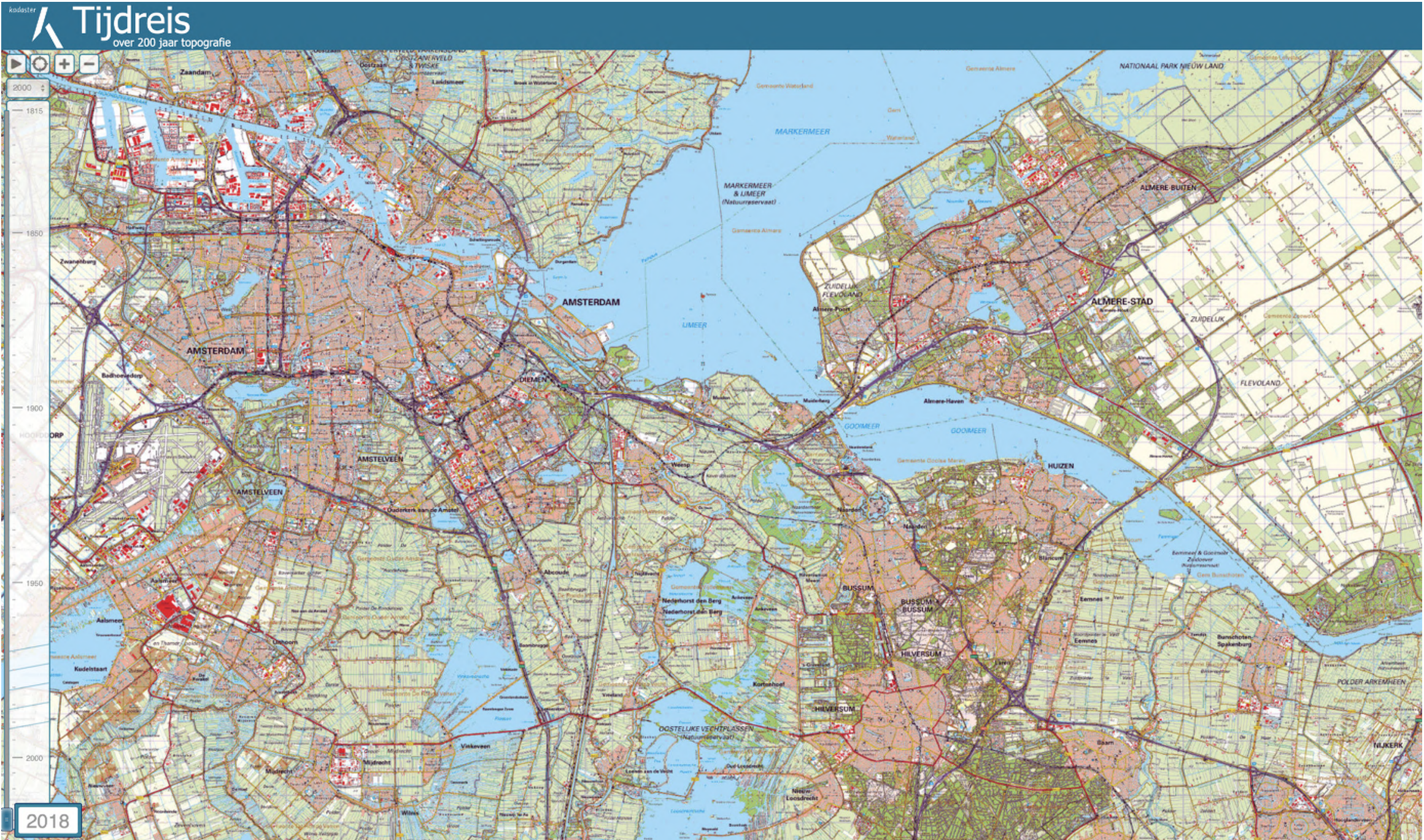
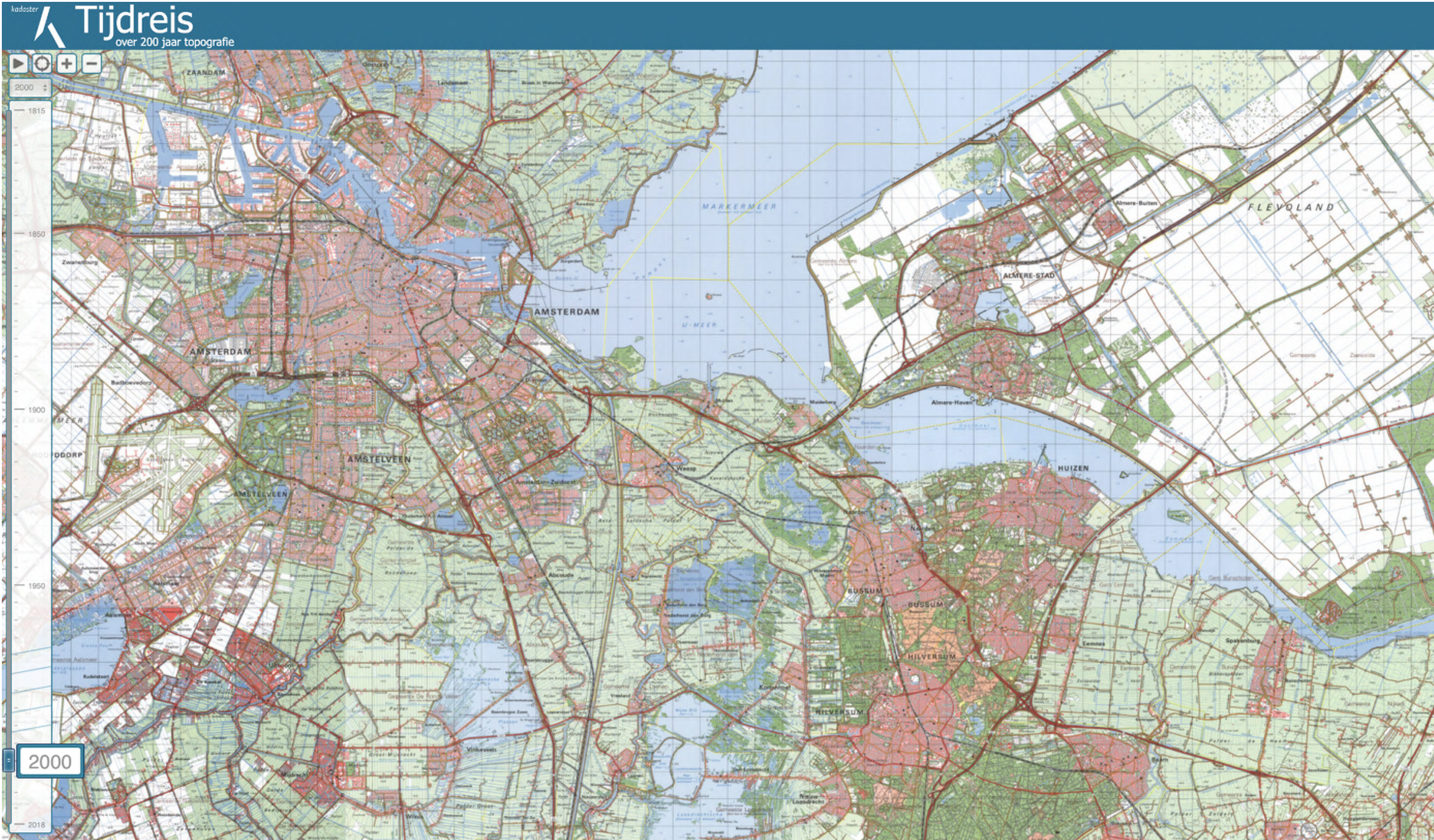
Kaart gebied 2018



Kaart gebied 40 jaar



Kaart gebied 20 jaar



40 jaar Maxis



Mobiel bellen in 1998

2000 - 2020



...2001



1997



2005



2004



1999



2007



WIKIPEDIA
De vrije encyclopedie

2001



2004

2000 - 2020



2006



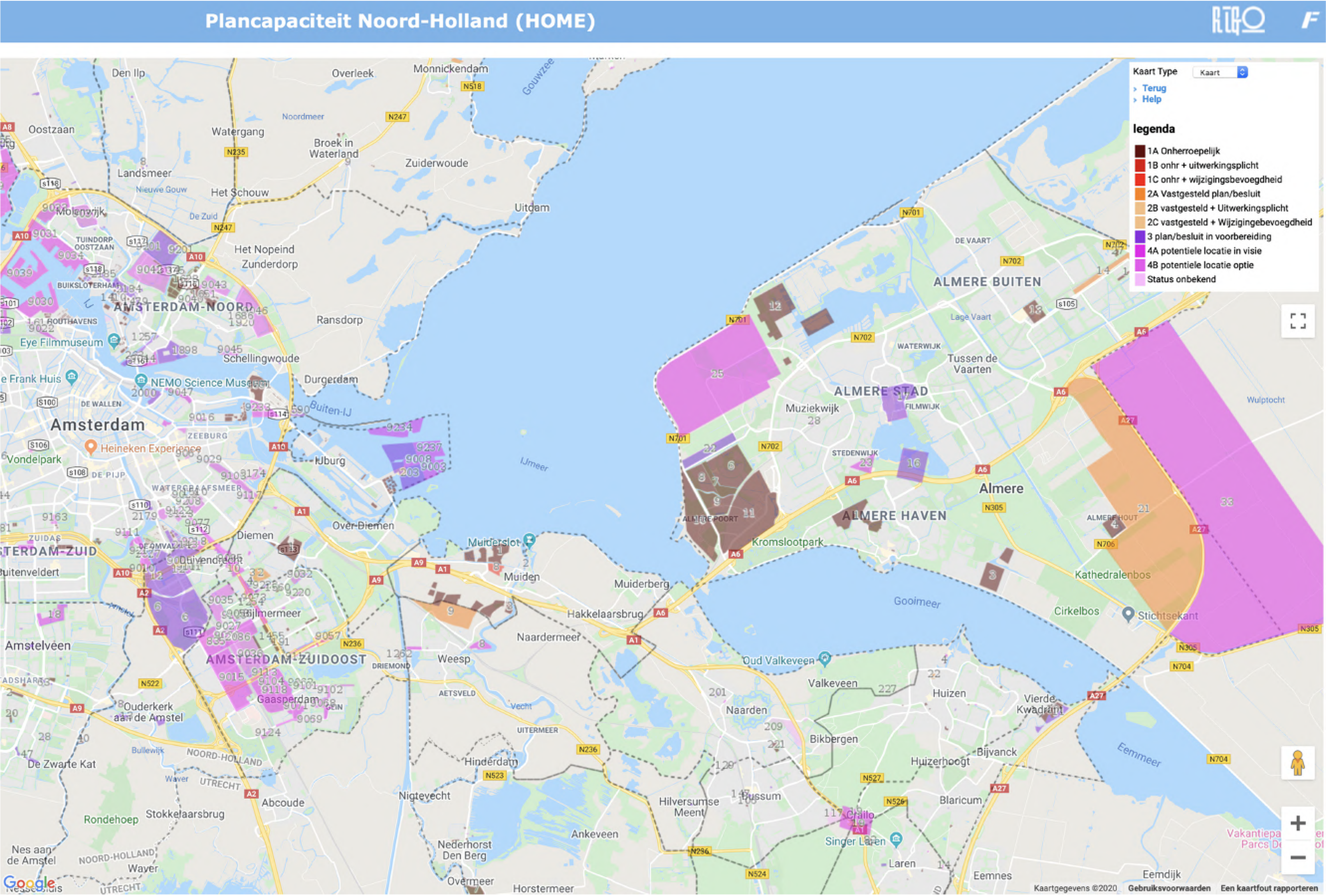
2012



1999

2000 - 2020

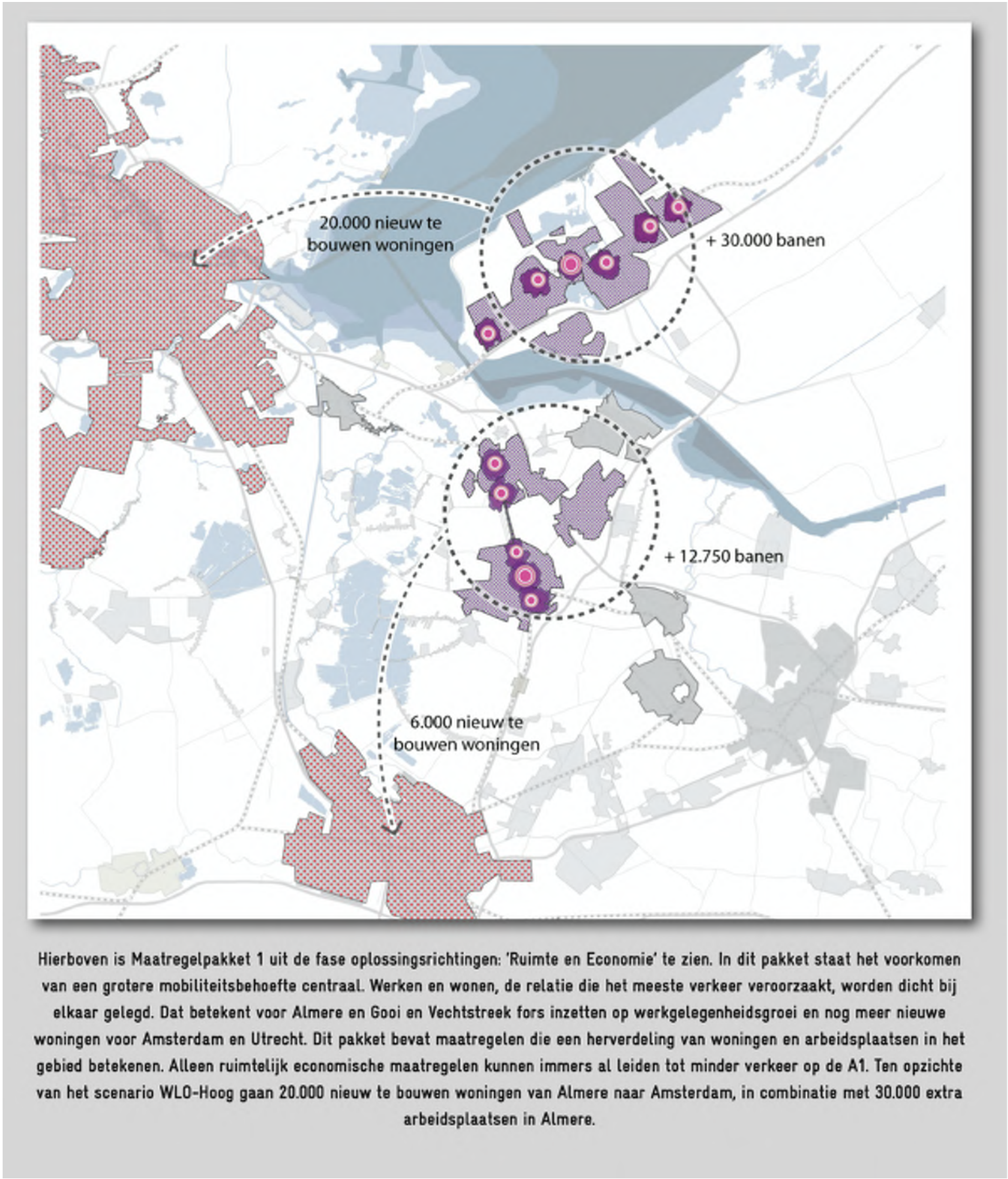




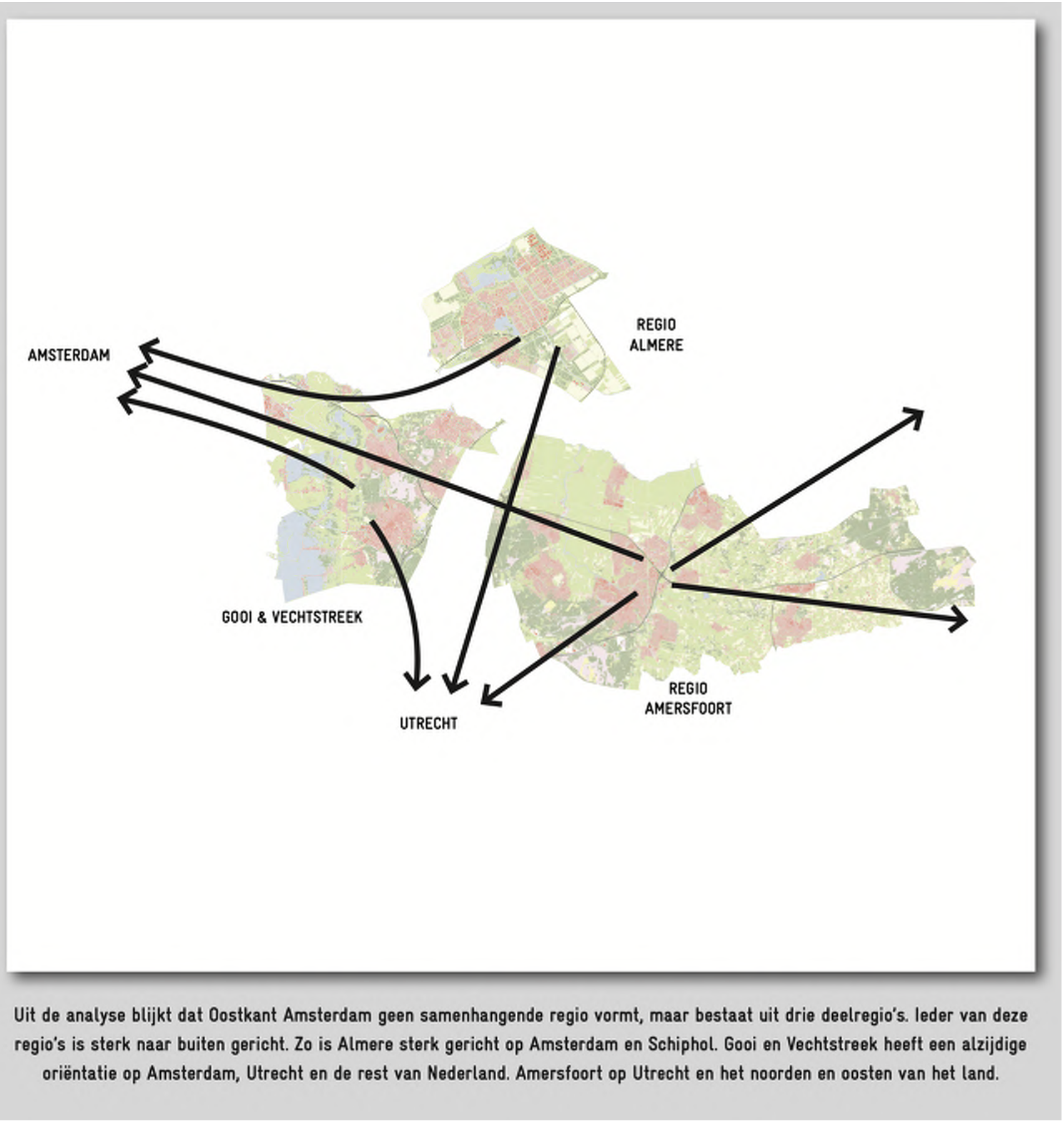
Grote toename woningen...

*Toekomst Gooise kust,
door wie wordt die bepaald?*

Toekomst Gooise kust, door wie wordt die bepaald?



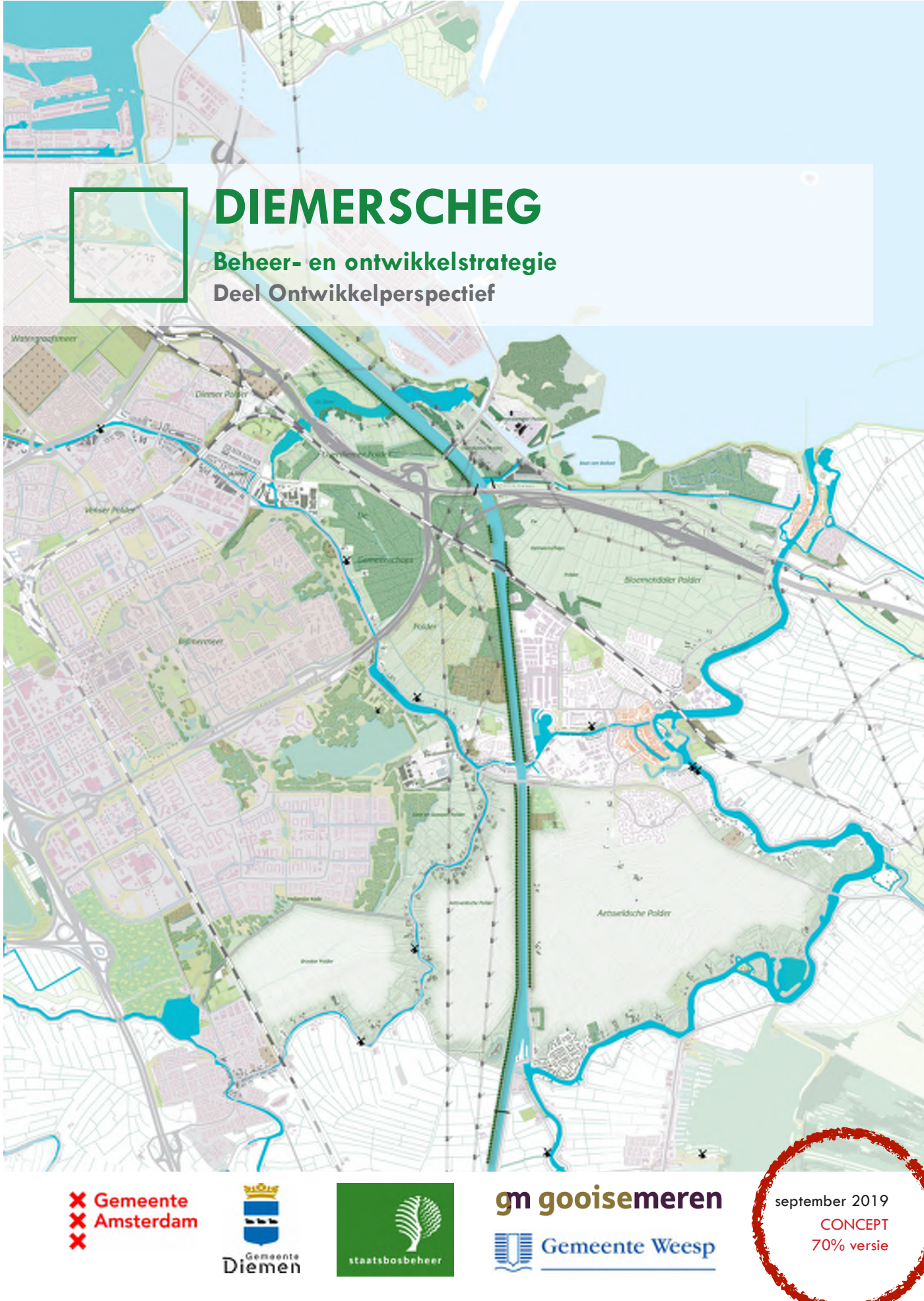
Hierboven is Maatregelpakket 1 uit de fase oplossingsrichtingen: 'Ruimte en Economie' te zien. In dit pakket staat het voorkomen van een grotere mobiliteitsbehoefte centraal. Werken en wonen, de relatie die het meeste verkeer veroorzaakt, worden dicht bij elkaar gelegd. Dat betekent voor Almere en Gooi en Vechtstreek fors inzetten op werkgelegenheidsgroei en nog meer nieuwe woningen voor Amsterdam en Utrecht. Dit pakket bevat maatregelen die een herverdeling van woningen en arbeidsplaatsen in het gebied betekenen. Alleen ruimtelijk economische maatregelen kunnen immers al leiden tot minder verkeer op de A1. Ten opzichte van het scenario WLO-Hoog gaan 20.000 nieuw te bouwen woningen van Almere naar Amsterdam, in combinatie met 30.000 extra arbeidsplaatsen in Almere.



Uit de analyse blijkt dat Oostkant Amsterdam geen samenhangende regio vormt, maar bestaat uit drie deelregio's. Ieder van deze regio's is sterk naar buiten gericht. Zo is Almere sterk gericht op Amsterdam en Schiphol. Gooi en Vechtstreek heeft een alzijdige oriëntatie op Amsterdam, Utrecht en de rest van Nederland. Amersfoort op Utrecht en het noorden en oosten van het land.

Bron: MIRT-onderzoek (2017)

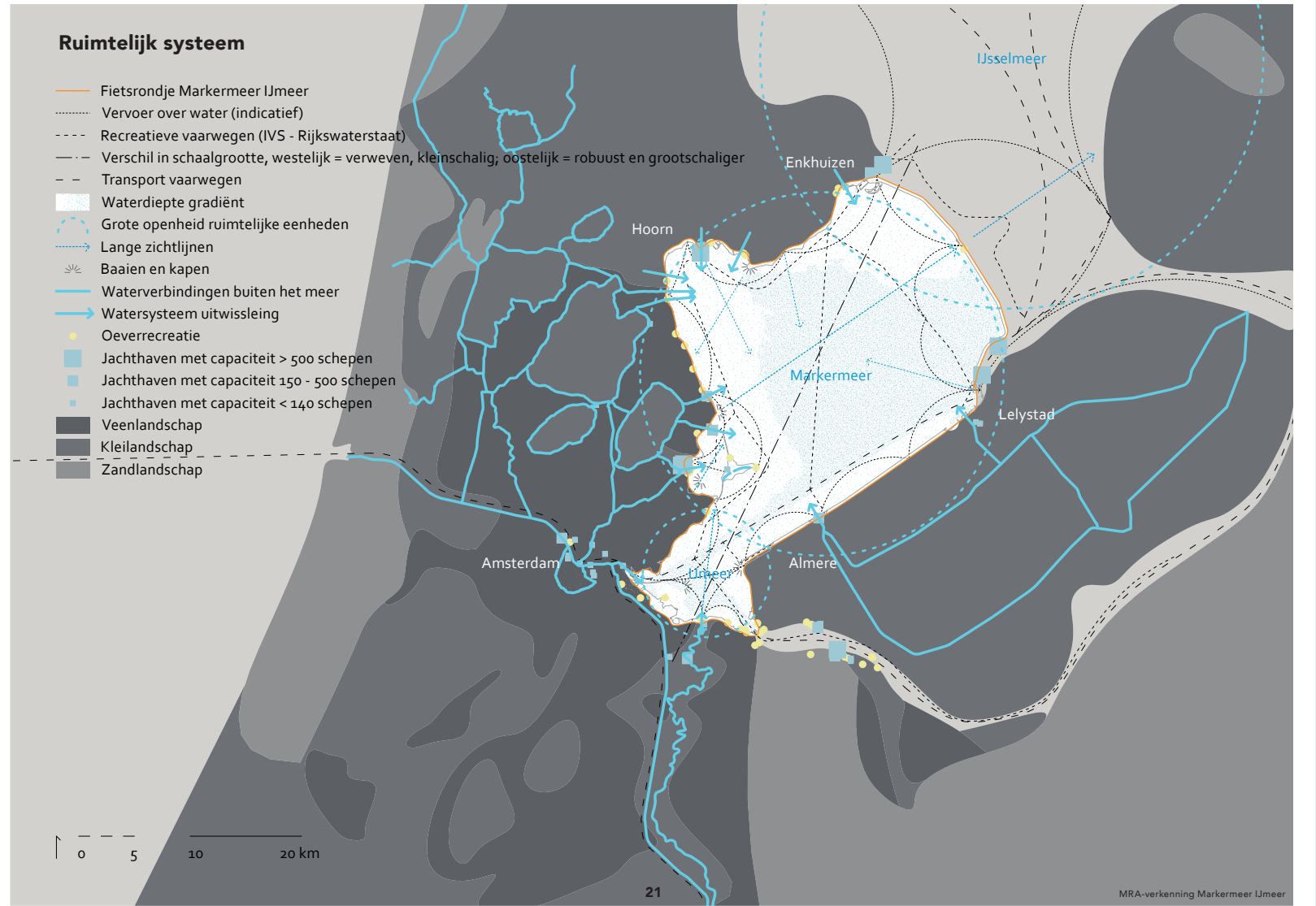
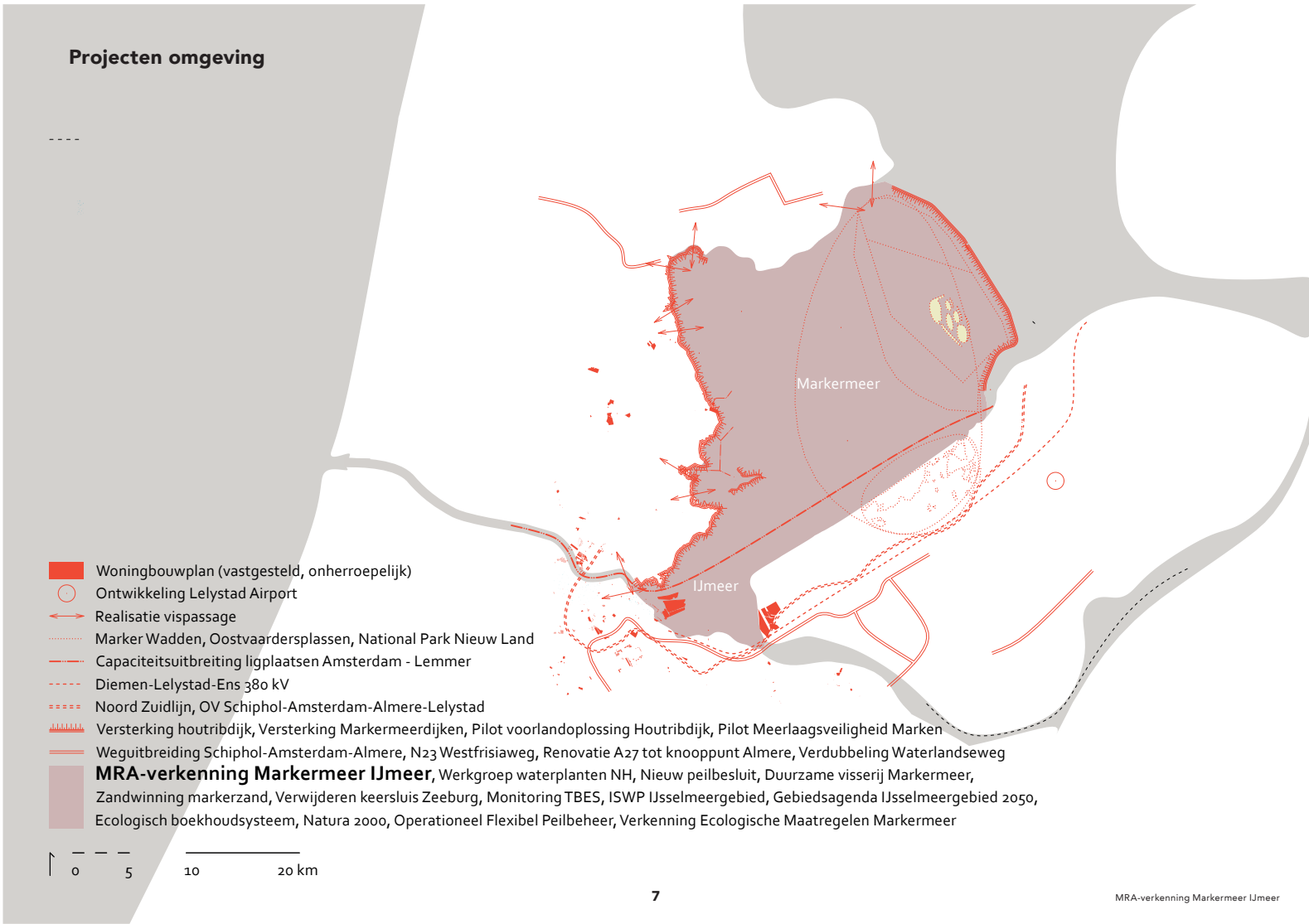
Toekomst Gooise kust, door wie wordt die bepaald?



Toekomst Gooise kust, door wie wordt die bepaald?



Toekomst Gooise kust, door wie wordt die bepaald?



Toekomst Gooise kust, door wie wordt die bepaald?



Ondertekening samenwerkingsovereenkomst 2019

Gezamenlijke aanpak waterplanten in zuidelijk deel IJsselmeergebied

Er zijn afspraken gemaakt over het beheer van waterplanten die overlast geven voor de waterrecreatie in het Markermeer-IJmeer en de Randmeren. De provincies Noord-Holland en Flevoland, het Rijk (ministerie van I&W), de randmeergemeenten verenigd in de gebiedscoöperatie Gastvrije Randmeren, de gemeenten Almere en Hoorn en de waterrecreatiepartijen Watersportverbond, Hiswa vereniging, Sportvisserij Nederland en Toerzeilers Nederland hebben hiertoe een samenwerkingsovereenkomst getekend tijdens de **landelijke waterplantenconferentie op 6 december 2019**.

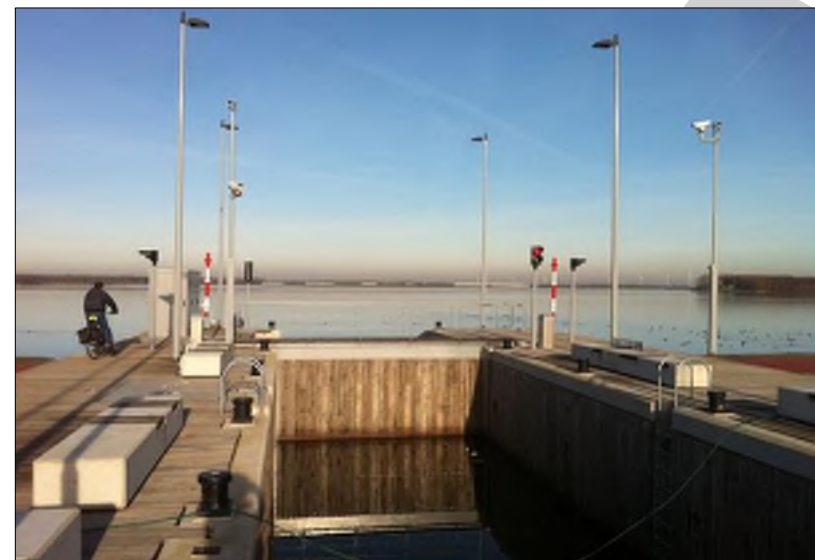
Waterplantengroei neemt toe door betere waterkwaliteit

Met de toegenomen waterkwaliteit in het Markermeer-IJmeer en de Randmeren is de afgelopen jaren de groei van waterplanten enorm toegenomen. Dat is goed voor de natuur. Echter, de tot aan het wateroppervlak groeiende waterplanten (Fonteinkruiden) zorgen ook voor hinder. Het vaargebied voor de waterrecreatie wordt beperkt, de bereikbaarheid van jachthavens wordt slechter, er ontstaan onveilige situaties doordat beroeps- en recreatievaart gedwongen worden om samen in de vaargeul te varen, hulpdiensten komen door de waterplanten soms lastiger ter plaatse en bij de kust hebben zwemmers en bezoekers last van de waterplantenresten.



Verkenning IJmeer - Gooimeer

Analyse over opgaven en toekomst IJmeer en het Gooimeer



Het IJmeer is met name onderwerp van beleid in MRA-verband (al dan niet in uitwerking door Amsterdam en Almere). De Randmeren werken met name samen in het verband van de Gastvrije Randmeren.

Wat opvalt is dat er nauwelijks beleid is over de samenhang tussen IJmeer en Gooimeer. Alleen op de schaal van het IJsselmeergebied is hier sprake van, waarbij alleen de natuurbeheerplannen voor de Natura 2000 gebieden echt concreet zijn.

- Ontwikkelingen dragen zoveel mogelijk bij aan oplossingen voor meerdere opgaven en worden zoveel mogelijk integraal benaderd.
- De landschappelijke en historische context wordt benut en versterkt.
- Betrek bij iedere ruimtelijke ontwikkeling het effect op de openheid.
- De historische context, authenticiteit en natuurwaarden zijn leidende aspecten bij de keuze voor buitendijks of binnendijks ontwikkelen.
- De kustlijn manifesteert zich als een toegankelijke en doorlopende lijn door het landschap.
- Betrek bij ontwikkelingen in de kustzone hoe deze vanaf het water worden gezien en beleefd.

Algemene aanbeveling is daarom:

Benut de regionale ontwikkelprincipes bij uitwerking van lokale visies en inbreng in bovenregionaal verband.

De Gooi- en Eemlander

HOME REGION'S SPORT EXTRA

Gooi en Eemland Amsterdam

[Home](#) > [Regio](#) > [Gooien Eemland](#)

Bedreigingen en kansen Gooise kust onder de loep



Alle verbindingen, waardevolle plekken en bedreigingen in een oogopslag.
© Illustratie regio gooi en vechtsreek

Eddie de Paepe

03/12/2018 am 16:11

Bron: Regio Gooi en Vechtstreek 2018

Toekomst watersport in Nederland en dus ook aan de Gooise kust...



“De traditionele klant van veel HISWA-leden is de grote bootbezitter. Juist in die groep slaat de vergrijzing toe. We zien dat we met de **kleinere laagdrempelige watersport**, zoals kanovaren, suppen en kleine zeilbootjes, juist een nieuwe doelgroep kunnen interesseren voor de watersport. Wie eenmaal is geraakt door het watersportvirus, zal **waarschijnlijk** lang fan blijven. Zo willen we de toekomst van de watersportsector zeker stellen. Een andere activiteit die inspeelt op het binden van klanten is het aanspreken van herintreders; mensen die vroeger wel het water op gingen en het zijn ‘vergeten’, en nu **wellicht** in aanmerking komen voor **andere vormen van watersport**.”

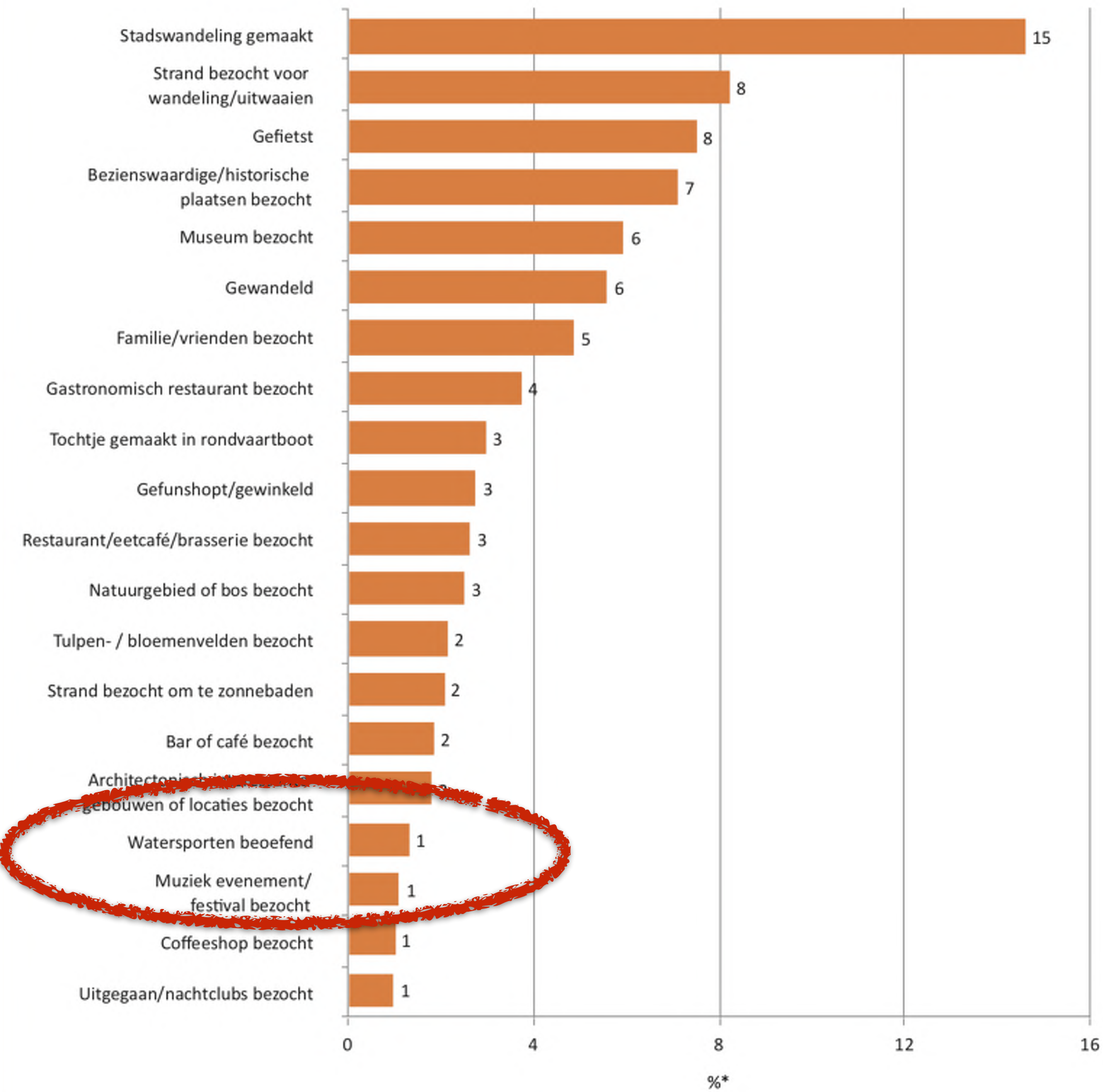


Geert Dijks - HISWA

Wie wil nog een eigen boot?



Top 20 van belangrijkste activiteiten van buitenlandse meerdaagse toeristen in Nederland, 2014



Bron: NBTC Holland Marketing, Onderzoek Inkomend Toerisme 2014.

Toekomst Gooise kust, door wie wordt die bepaald?



JONGEREN ZIJN DE GEBRUIKERS VAN DE TOEKOMST

Samenwerken met jongeren biedt toegevoegde waarde voor het proces, want:

- Jongeren kijken bij toekomstgerichte ontwikkeling altijd door de bril van technologische ontwikkeling, circulaire economie (inclusief zorg voor inhoud/balans van de aarde) en internationale samenwerking. Deze input is in toekomstgerichte vraagstukken essentieel, omdat de oudere generaties hiervan te weinig doordrongen zijn, met alle respect voor hun visie en inzicht.
- Jongeren beschikken over de kracht en positie om co-creatie voorop te stellen in het proces. Dit hebben zij in dit MIRT-onderzoek vanuit de OWC Jongerendenktank laten zien. In de sessies die in dit MIRT-onderzoek zijn georganiseerd, zijn diverse groepen jongeren betrokken en hebben jongeren de verbinding gezocht met betrokkenen uit het gebied. Een gezamenlijke aanpak en eigenaarschap over de uitkomsten stonden hierbij altijd voorop.

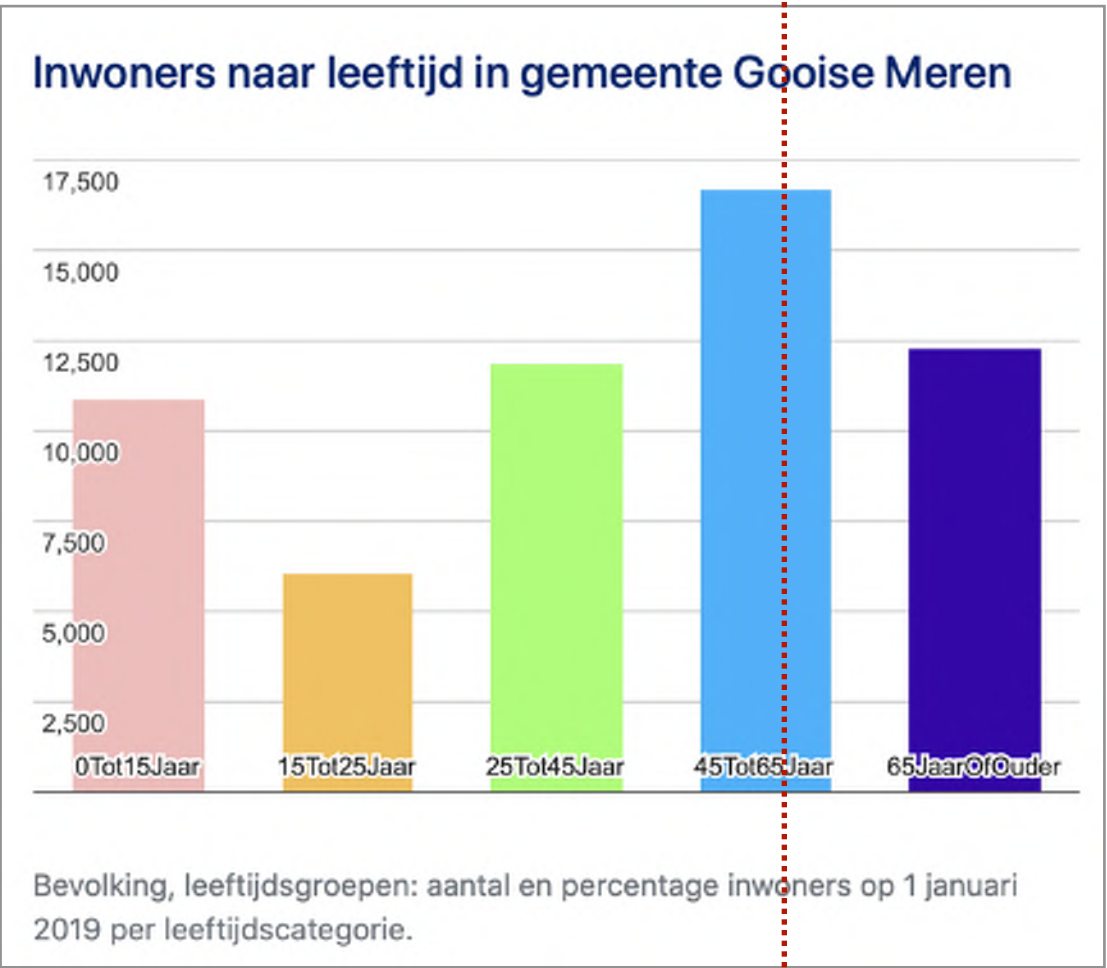
Samenwerken met jongeren is essentieel voor een succesvolle uitkomst:

- Het betrekken van jongeren zou business as usual moeten zijn; de zelfstandige en innovatieve

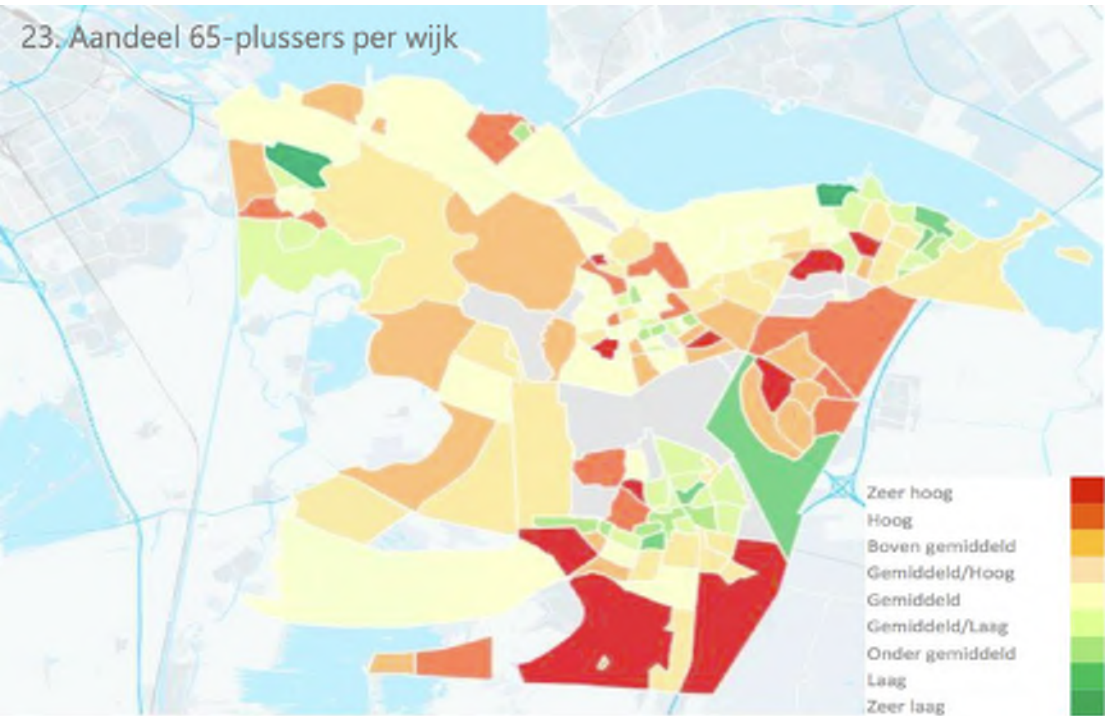
input van jongeren wordt nog ondergewaardeerd. Het samenwerken in dit MIRT-onderzoek laat zien dat er wel bereidheid is om de jongeren mee te laten denken, maar dat het nog onwennig is om jongeren serieus als gelijkwaardige projectpartners, adviseurs en vernieuwers mee te nemen in het proces. Daarom wordt al snel gekozen om de input van jongeren via vragenlijsten of hackathons te organiseren, maar niet structureel te betrekken bij het kernproces van projecten. Een nadrukkelijke rol van jongeren in het proces zorgt voor een sterker verhaal voor thema's zoals technologie, circulaire economie en internationale samenwerking; dit zijn essentiële aspecten in toekomstgerichte projecten.

- Structurele inzet en samenwerking met jongeren - zoals de OWC Jongerendenktank – helpt om samen een werkwijze te ontwikkelen waarin de toegevoegde waarde van jongeren optimaal wordt ingezet; een werkwijze waarin co-creatie, informele en interactieve werkvormen en de dialoog (volgens de 4 stappen van 'Nederland in dialoog') centraal staan.

Deadline GM t.o.v. 2040



Bron: CBS (2019)



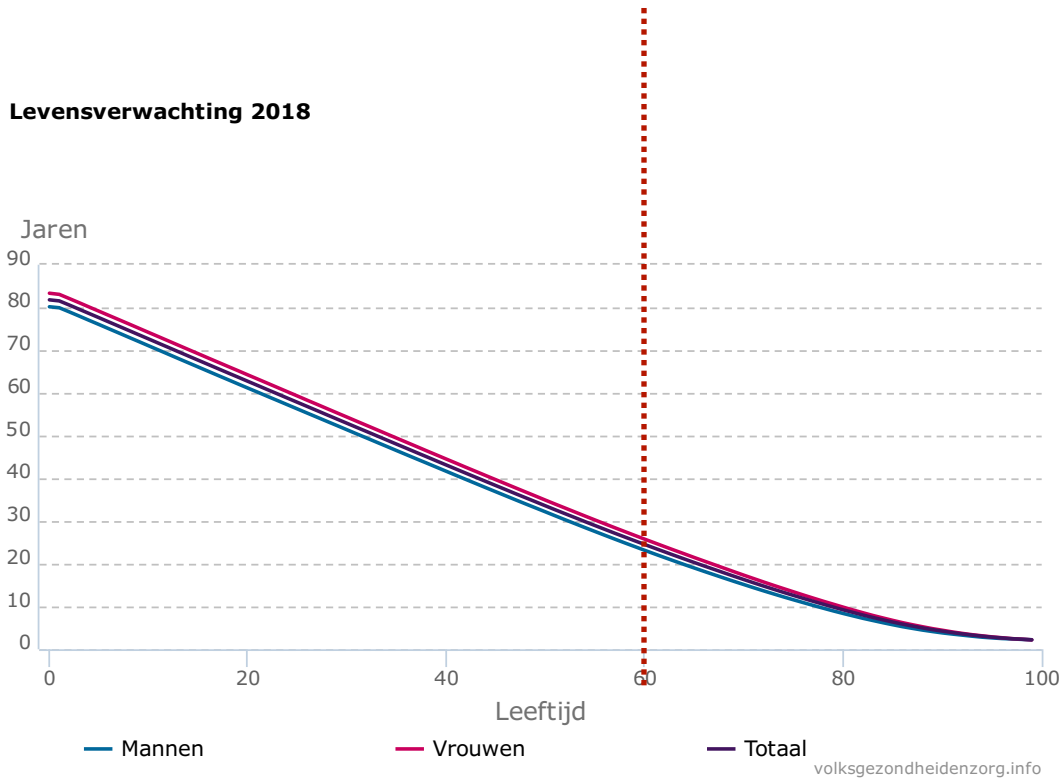
Bron: Regionale Woonvisie RGV (2016)

Levensverwachting voor mannen 80,2 en voor vrouwen 83,3

In 2018 was de levensverwachting bij geboorte 80,2 jaar voor mannen en 83,3 jaar voor vrouwen. De resterende levensverwachting op 65-jarige leeftijd was 19,0 jaar voor mannen en 21,5 voor vrouwen. Een 65-jarige man wordt naar verwachting dus 84,0 jaar en een 65-jarige vrouw 86,5 jaar.

Bron: Min. Volksgezondheid (2018)

Deadline t.o.v. 2040



Bron: Min. Volksgezondheid (2018)

Bron: MIRT-onderzoek (2017)

Advies: bouw ook huizen in Groene Hart en op platteland

Denktank DenkWerk pleit voor meer eengezinswoningen in plaats van peperdure appartementen. De woningen moeten worden gecombineerd met nieuwe natuur en massale inzet van snelbussen.

Arjen Schreuder 22 januari 2020 Leestijd 3 minuten



Open ruimte in de buurt van Amsterdam. De denktank DenkWerk wijst erop dat niet alle benodigde woningen binnen steden kunnen worden bijgebouwd.
Foto iStock

Nederland ontkomt niet aan grootschalige woningbouw buiten de steden, op het platteland. Binnen de steden is de komende dertig jaar plaats voor hooguit een half miljoen woningen; in totaal zijn anderhalf miljoen woningen nodig. Dit stelt de onafhankelijke denktank DenkWerk in het rapport *Klein land, grote keuzes* over Nederland in 2050, dat donderdag verschijnt. De denktank, met onder anderen topambtenaar Bernard ter Haar en bestuurders Hans Wijers en Frans Blom, wil „met krachtige ideeën bijdragen aan een welvarend, inclusief en vooruitstrevend Nederland”.

Nederlandse energie minst duurzame van de hele EU

Duurzame energie in 2018 kwam 7,4 procent van de in Nederland verbruikte energie uit hernieuwbare bronnen. Geen ander EU-land presteerde slechter.

Rik Wassens 23 januari 2020 om 14:56 Leestijd 1 minuut



Het aandeel duurzame energie - bijvoorbeeld uit wind - moet in 2032 op 32 procent liggen.
Foto Robin van Lonkhuijsen/ANP

7,4 procent van de Nederlandse energieconsumptie kwam in 2018 uit hernieuwbare bronnen. Dat is het laagste aandeel hernieuwbare energie van alle landen van de Europese Unie, zo blijkt donderdag uit nieuwe cijfers van het Europese bureau voor de statistiek, Eurostat. Het Europees gemiddelde ligt op 18 procent.

Toekomst Gooise kust, door wie wordt die bepaald?



BUSSUMSNIEUWS.nl

Wadlopen bij strandje Muiderberg

ma 10 feb 2020, 10:27



MUIDERBERG - De storm Ciara zorgde zondag voor een opmerkelijk tafereel op het strand van Muiderberg; het water was deels weggeblazen en dus kon men wadlopen.

Geen water, maar een zandbodem met wat waterpoelen. Het was een opmerkelijk gezicht en dus kwamen veel mensen even een kijkje nemen. Je kon een heel eind het 'wad' op. Ook in Muiden was de waterstand erg laag; een aantal boten lag op hun kiel op de bodem.



Fase 2: het Marketing Landscape

Maatschappelijke trends en ontwikkelingen-Welzijn

Burnout en overprikkeldheid...



Het is al langere tijd bekend dat het aantal burnouts onder de werkende bevolking hoog is. Maar ook de mensen die nét beginnen met werken of nog studeren krijgen vaak met stressklachten of een burnout te maken

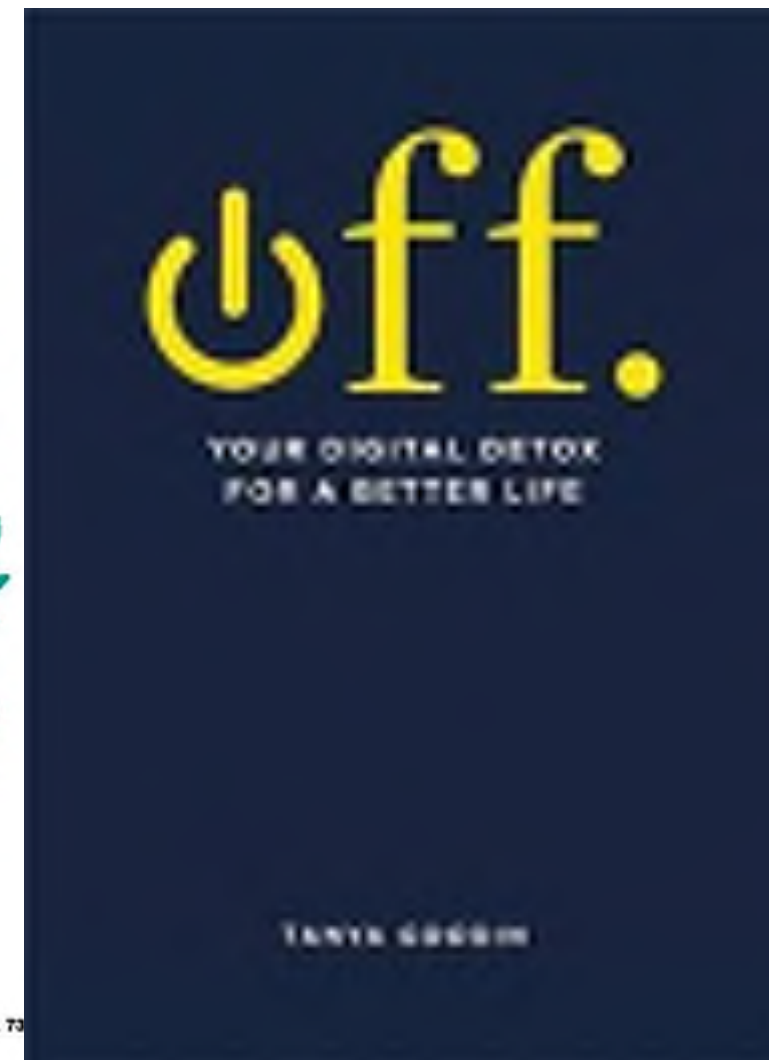
Het is een groot en groeiend probleem. 1 op de 6-7 werknemers krijgt hier mee te maken. In de zorg en het onderwijs ligt het percentage zelfs nog hoger.

Zomaar wat oorzaken die worden genoemd:

- Hoge druk, 'alles kan, maakt keuzes ingewikkeld, Een goed leven is een druk leven'
- We willen niets missen
- De hoeveelheid prikkels die we op een dag krijgen
- Veel moeten regelen



Burnout herstel



Daardoor is een tweede trend ontstaan die alleen maar toe zal nemen:

- Belang van regelmatig (matig intensief) bewegen en van sporten
- Belang van prikkels af en toe verminderen/wegnemen
- Yoga, meditatie, mindfulness
- Balans tussen inspanning en ontspanning



Nordic kijk op gezondheid



Seizoenen

We hebben een sterkere wisseling van seizoenen dan bijvoorbeeld in zuidelijkere landen. Zowel in weer, temperatuur als daglicht zit er een groot verschil tussen de jaargetijden. We leven daarom ook meer met de seizoenen.

Binnen & buiten

Natuur

Rode blos op de wangen wordt als 'gezond' getypeerd

Genieten van de wisseling van seizoenen



Scandinavische kijk op gezondheid



Stockholm heeft heel veel parken en (echt!) duizenden eilanden. Je zit dus nooit ver van de natuur. Er zijn erg veel wandel/hardlooppaden (in een gekoppeld netwerk) aangelegd.

Op een gemiddelde zondag met weinig daglicht lijkt het wel alsof de hele stad uitloopt om frisse lucht in te ademen..

De stad is ingericht om te bewegen...



Scandinavische kijk op gezondheid

In Noorwegen worden in de openbare ruimte veel (hoge kwaliteit) moderne faciliteiten ontwikkeld om het recreëren nóg leuker te maken.

Deze uitzichtpunten of wandelhutten worden hotspots en zelfs een reden om de natuur in te gaan



Groen doet wat met mensen



Groen doet wat met mensen

- Belang van groen en natuur
- Effect op de mens
- Planten binnen zijn weer trend en dat is voorlopig (gelukkig) nog niet over.

Note

Veel (buiten)beplanting lijkt op elkaar.

Hoe zorg je ervoor dat je groenaanleg letterlijk 'geworteld' en herkenbaar is?



Fase 2: het Marketing Landscape

Maatschappelijke trends en ontwikkelingen-Vertier

lets-ergens-nu



De discotheek sterft uit...
Thuis met vrienden 'chillen' of naar grote feesten en festivals.

Het gevoel dat een festival oproept. Voor ieder wat wils. Tijdelijkheid!

Vergelijkbaar met de coolness van Berlijn; 'alles kan hier nog'. Zoals: 'niet aangeharkt, flexibel en niet permanent'





lets-Ergens-Nu is van alle tijden...

De strandpaviljoens die seizoensgebonden zijn
Openluchttheaters
Drijvende horeca in de stad in het seizoen

Dit zijn ook allemaal varianten op het lets-Ergens-Nu gevoel

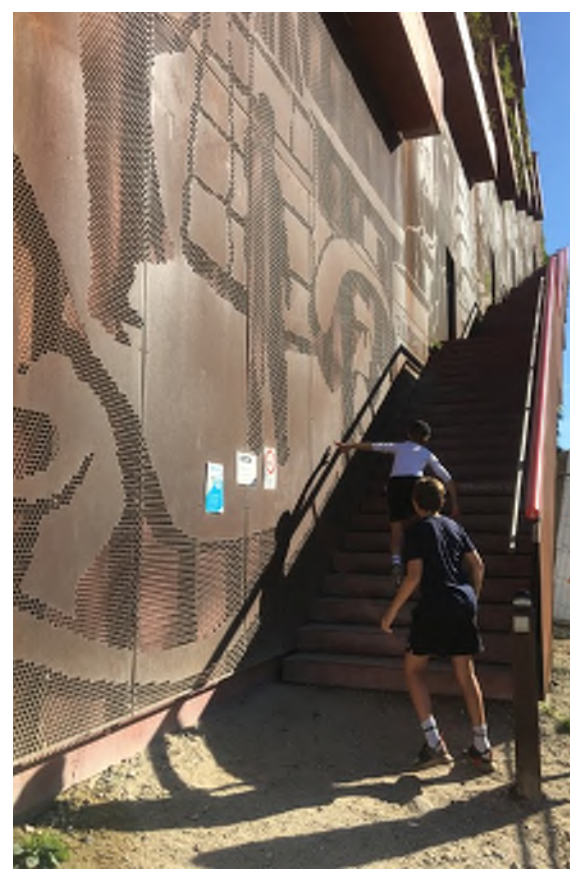
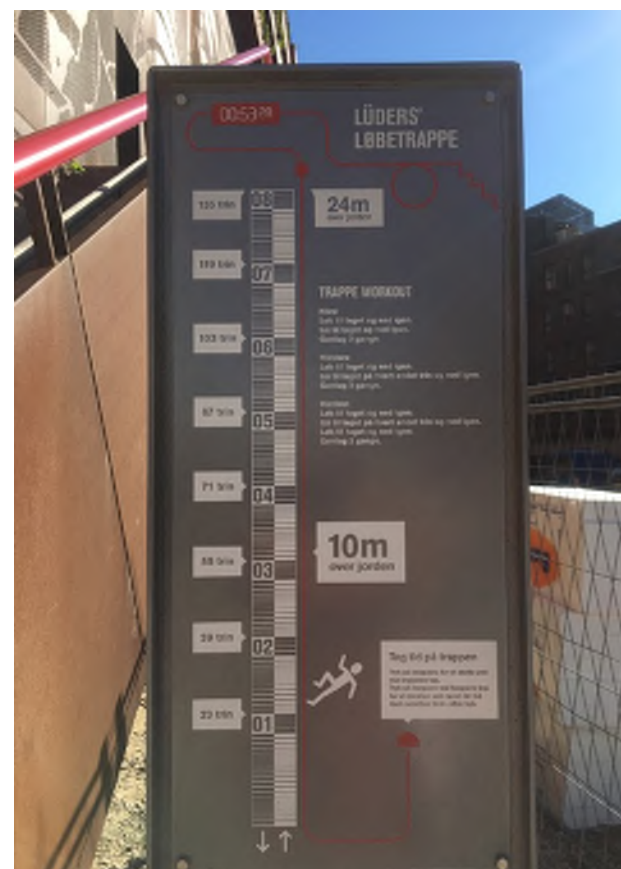


Fase 2: het Marketing Landscape

Maatschappelijke trends en ontwikkelingen-

Architectuur, materiaal, signing en sfeer

Visie op openbare ruimte



Deense visie op openbare ruimte

- "If you design for cars, you get cars. If you design for people, you get public space" Jan Gehl
- Iedereen heeft recht op 'design en kwaliteit' ongeacht je portemonnee
- Voorbeelden Superkilen & Nordhavn



Zoveel mogelijk ruimtes sport en bewegen laten uitademen

Met inzichten uit Denemarken kwamen de vier mannen dit jaar tot de oprichting van de besloten vennootschap 'InFit beweegconcepten'. "In Denemarken wordt op een heel andere manier tegen bewegen aangekeken. Door de wettelijke verplichting van 45 minuten bewegen per dag wordt er bij de bouw en herontwikkeling van scholen in Denemarken al rekening mee gehouden dat zoveel mogelijk de ruimtes ook sport en bewegen moeten uitademen en daartoe moeten uitdagen. Zo kun je naar boven lopen met een gewone trap. Maar als je daarnaast een trap maakt met

ongelijke treden en een opgang gebaseerd op panelen met klim- en klautergrepen, zie je alweer heel andere bewegingspatronen ontstaan. Echt razend interessant. Eigenlijk zou iedereen daar met een grote bus naartoe moeten om te gaan kijken."

Iconen



Herkenbare iconen of 'signs' markeren een gebied en kunnen ook 'afspreekpunten' zijn.
Voorbeeld:

- Groot Dalahast - foto is tevens souvenir
- ANWB Borden Den Haag met ooievaar en Amsterdam met Andreaskruizen
- Amsterdammertje, ook in moderne vormen
- Prullenbakken zoals bijv Gotenburg



Identiteitsgebonden openbare ruimte

Gebruik van materialen en stijlen 'verraadt' in welk deel van de wereld je bent.
Bij voorbeeld:

Luchthaven Kopenhagen

- Gebruik van hout
- Strakke lijnen en Deense architectuur
- Deens design zoals Arne Jacobsen en Normann Copenhagen
- Winkels van Deense merken



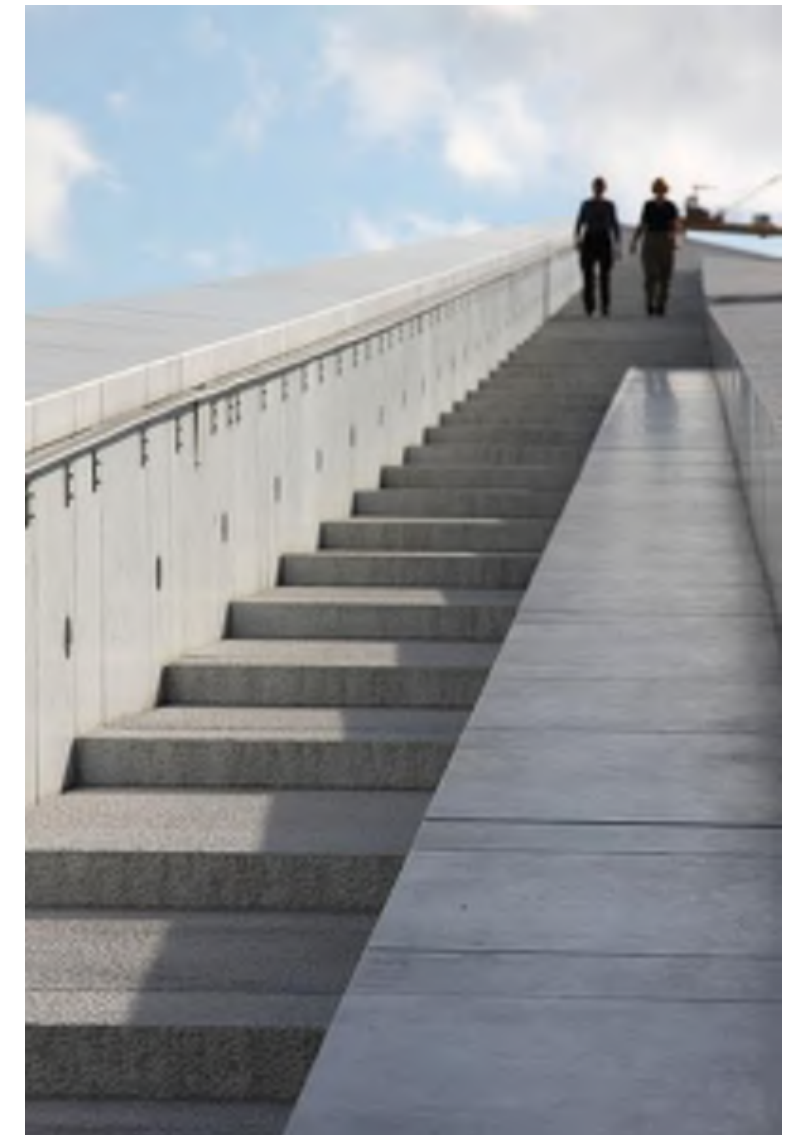
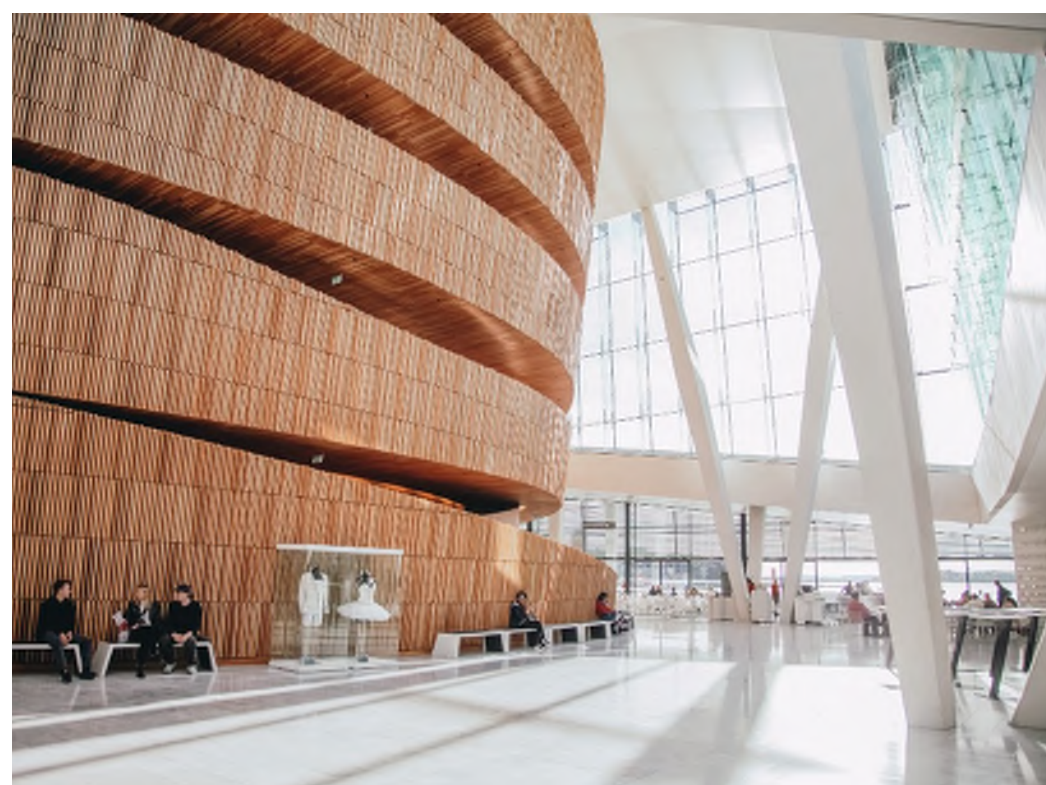
Identiteitsgebonden openbare ruimte



Gebruik van materialen en stijlen 'verraadt' in welk deel van de wereld je bent.
Voorbeeld:

Opera house in Oslo

- Buitenzijde vorm van 'kruierend ijs'
- Koel en strak van buiten
- Multifunctioneel dak (in de zomer worden er ook events en concerten op het dak gegeven)
- Binnen warm, strak en veel gebruik van natuurlijke materialen

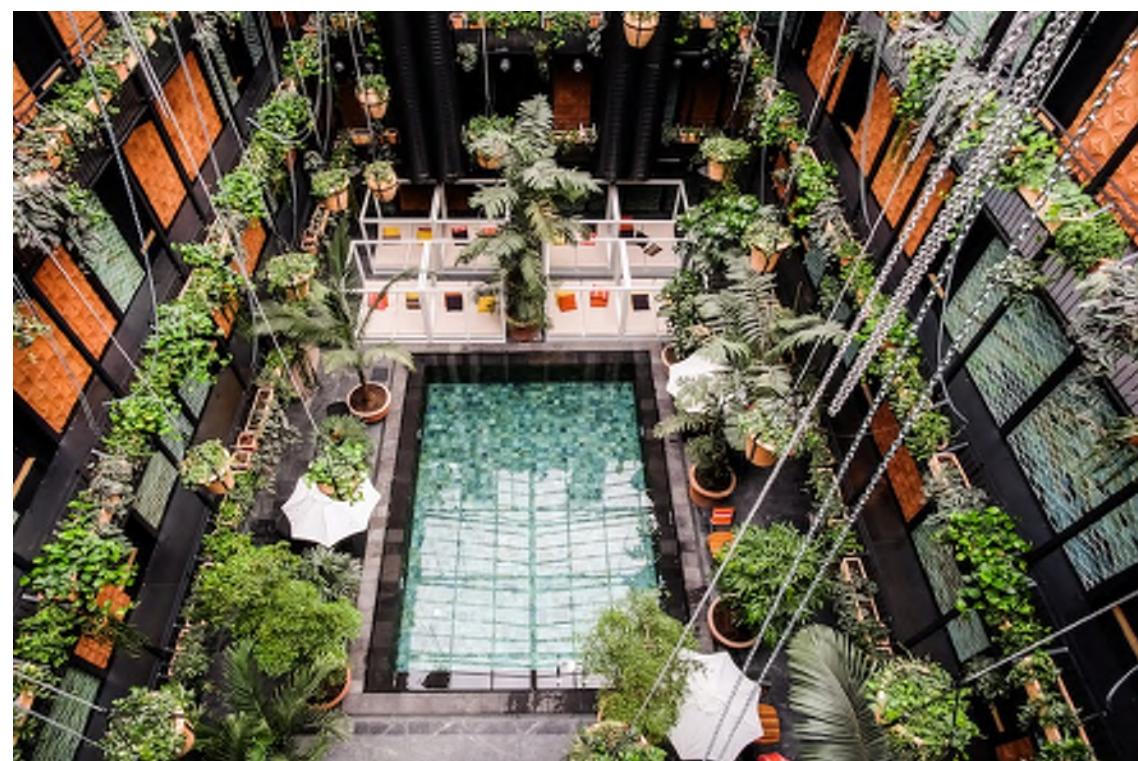


Wat kunnen (moeten!) we leren van moderne hotelconcepten in Noord-West Europa?

- Casual chic
- Geen traditionele houding van het personeel. (Amicaal en gezellig; ook lokale gids voor de niet toeristische hotspots- je wilt je insider voelen)
- Hotellobby's zijn ontmoetingsplekken én werkplekken
- Hotels zijn showrooms voor interieurmerken
- Interieurtrends worden in horeca gepresenteerd aan de consument.
- Leuke extra's in de algemene ruimtes van het hotel zorgen voor extra aantrekkingskracht
- Hotelrestaurants zijn allang niet meer de restaurants waar je liever niet eet
- Mensen willen zich thuis voelen in een hotellobby
- Shops in hotellobby's (en musea) zijn de enige offline retailformules waar nog steeds groei in zit)

Paar voorbeelden van dit soort hotels

- Hobo Stockholm
- Scandic Camper Stockholm
- Manon les suites in Kopenhagen
- 25 hours hotels in Berlijn, Hamburg etc
- The Hoxton in Amsterdam
- De Hallen in Amsterdam
- en vele anderen...



Nordic Food beweging



The aims of the New Nordic Cuisine Manifesto are:

- 1 To express the purity, freshness, simplicity, and ethics we wish to associate to our region.
- 2 To reflect the changes of the seasons in the meals we make.
- 3 To base our cooking on ingredients and produce whose characteristics are particularly in our climates, landscapes, and waters.
- 4 To combine the demand for good taste with modern knowledge of health and well-being.
- 5 To promote Nordic products and the variety of Nordic producers—and to spread the word about their underlying cultures.
- 6 To promote animal welfare and a sound production process in our seas, on our farmland, and in the wild.
- 7 To develop potentially new applications of traditional Nordic food products.
- 8 To combine the best in Nordic cookery and culinary traditions with influences from abroad.
- 9 To combine local self-sufficiency with regional sharing of high-quality products.
- 10 To join forces with consumer representatives, other cooking craftsmen, agriculture, fishing, food, retail and wholesale industries, researchers, teachers, politicians, and authorities on this project for the benefit and advantage of everyone in the Nordic countries.



Wat heeft de Nordic Food beweging ons gebracht?

- Lokaal eten
- Puur eten
- Seizoensgebonden eten
- Veel groente op het bord
- Biologisch vlees en vis

Uitstraling en bediening

- Minder formeel
- Meestal geen tafellinnen
- Bediening buigt niet als knipmes, maar is casual en informeel
- Storytelling over producten

Gaat de Nederlandse Low food beweging dit ook bereiken? Nu al 13 restaurants/barren in de top 50 van worlds best discoveries...



Dat de Nederlandse hap geen flets agv'tje hoeft te zijn, weten liefhebbers Joris Bijdendijk, Samuel Levie en Joris Lohman al lang: lowfood is behalve duurzaam, groen en lokaal vooral lekker. Met een symposium (en drie recepten) hopen ze dat iedereen de Hollandse smaak te pakken krijgt.

Mac van Dinther 10 januari 2019, 21:13

Vraag buitenlanders wat ze weten van de Nederlandse keuken en de meeste komen nog altijd niet verder dan snert, 'Goeda' cheese en stroopwaffles. Doodzonde, vindt chef-kok Joris Bijdendijk. Want Nederland heeft zo veel meer te bieden. 'We hebben een zee vol vissen, we hebben bijzondere kazen, oesterbanken vol wilde oesters, een rijkdom aan groenten.'

Het wordt hoog tijd dat we dat aan de wereld én onszelf laten zien, zegt Bijdendijk in zijn restaurant Rijks. 'We staan aan de vooravond van een revolutie van de Nederlandse eetcultuur. Alles wat daarvoor nodig is, hebben we in huis. We hebben de goede spullen en nooit eerder hebben we zo veel talentvolle jonge chefs gehad.'



LOW FOOD START HET EERSTE GASTRONOMISCH LAB

WEDNESDAY 4 DECEMBER 2019

Low Food start het eerste gastronomische lab van Nederland en brengt chefs, wetenschappers en voedselproducenten bij elkaar.

Het **Low Food Lab** is gelanceerd. Dit open source platform is een initiatief van de Low Food beweging (geopend door Joris Bijdendijk, Samuel Levie en Joris Lohman) en onderzoekt hoe de gastronomie oplossingen kan bieden voor maatschappelijke uitdagingen in ons voedselsysteem. In het Low Food Lab zal de komende jaren door chefs, boeren, voedselproducenten en wetenschappers gezocht worden naar het potentieel van nieuwe, vergenot, nog niet onderzochte, ondergewaardeerde producten in Nederland. Low Food Lab wordt mede ingevuld gemaakt door Revu Campus en zal in 2022 een fysieke plek krijgen op de Florade in Almere.

Meerjarig programma

De eerste ideeen voor het meerjarige programma zijn op vrijdag 29 november bij de Staatsboerwerf in Almere - in het bijzijn van de Almerse wethouder Roelke Bouch - gepresenteerd. In een wereld waar voedselveiligheid en de duurzaamheid van het voedsel- en landbouwsysteem twee van de grote thema's zijn, gelooft Low Food dat de voedselbeweging - en specifiek de gastronomie - een belangrijke rol heeft in de veranderende voedselcultuur. Low Food heeft zich tot doel gesteld om de Nederlandse gastronomie wereldwijd op de kaart te zetten en het zich in om Nederlandse eetcultuur te naangrenzen en vooruitstrevend te laten zijn over onderwerpen als duurzaamheid en inclusie. Joris Bijdendijk is bij met de opzet van het Low Food Lab: 'Om vooruitgang op belangrijke maatschappelijke thema's te kunnen versnellen krijgt het Low Food Lab een open source karakter en worden chefs, voedselproducenten, wetenschappers en ontwerpers uitgenodigd om Low Food Lab samen te dragen.' Het Low Food Lab gaat voorafschot van start voor de periode 2020-2022 en krijgt een fysieke plek tijdens Florade, de wereldbouw- en wetenschapscorrelatie die in 2022 in Almere zal plaatsvinden.

Naar internationaal voorbeeld

De oprichters van Low Food hebben zich laten inspireren door culinaire bewegingen over de hele wereld die tijdens de lancering ook een rol kregen. Diego Prade leidde tot eerder dit jaar het CulinaryLAB - het gastronomische onderzoeksplatform van Basque Culinary Center in San Sebastian - en gaf een presentatie over de werking van een gastronomisch lab. Daarnaast was Benedicte Roudie aanwezig om als voormalig hoofd van Nordic Food Lab zijn ervaringen en reflecties te delen. Met Nordic Food Lab werd opgericht door culinair ondernemer Claus Meyer en René Redzepi, chef van het gerenommeerde restaurant NOMA in Kopenhagen, dat vier keer is uitgeroepen tot het beste restaurant ter wereld in de ranglijst van World's 50 Best Restaurants. Het Nordic Food Lab combineert wetenschappelijke en humanistische perspectieven met culinaire technieken van over de hele wereld om het eetbare potentieel van de Noordse regio te verkennen en is onlangs onderdeel geworden van de afdeling voedselwetenschap van de Universiteit van Kopenhagen.

Low Food is gratis.



Beton en staal, daarmee wordt in Nederland nog steeds het meest gebouwd. Maar een goed huis kan ook van hout zijn en dat scheelt enorm veel CO2-uitstoot.

Jasmijn Missler 8 november 2019, 11:11

Een goed huis is niet van hout, maar van steen, zo leert het sprookje van de drie biggetjes. De wolf uit het sprookje blaast het houten huis met gemak omver. Waarschijnlijk was het niet gemaakt van kruislaaghout, ook wel cross-laminated timber (CLT) genoemd: dikke multiplex van kruislings verlijmd naaldhout. Het resultaat is een paneel van zo'n zestien bij drie meter. "Genoeg om grote overspanningen mee te maken voor vloeren en wanden, vergelijkbaar met beton."

De Rotterdamse architect Marco Vermeulen wijst omhoog naar een boomhut midden op het industrieterrein van Strijp-S. Bezoekers van de Dutch Design Week, eind oktober in Eindhoven, vergaapten zich aan zijn bouwwerk: een brede trap naar een groot panoramadak, beide gemaakt van houtpanelen. Stammen van oude populieren dragen het geheel. Het paviljoen steekt af tegen het grijze beton van de oude Philipsfabrieken.



Hotel Jakarta Beeld rv

Bij zulke hoogtes wordt sneller teruggegrepen op beton en staal, bijvoorbeeld als kern in torens. "In principe kom je ook heel hoog met hout, ook wel honderd meter", zegt Vermeulen, "maar dan wordt de kern van de toren met het oog op de stevigheid erg dik." Dat is niet gevaarlijk, maar wel duur, ook omdat houtbouw nog zelden voorkomt.

Een stapel schroeven is genoeg

Voor een volledig houten pand is niet veel nodig naast CLT. Een stapel schroeven en eventueel stalen verbindingen voor de zwaarbelaste delen zijn genoeg. Het overgrote deel kan met houtverbindingen worden bevestigd. "De CLT-panelen gaan een grote freesmachine in en komen er als puzzelstukjes weer uit, met uitsparingen voor leidingen en groeven die zo in elkaar passen."

Dat is misschien wel de grootste winst van houten gebouwen. Hout is veel lichter dan beton en leent zich goed voor prefabricage. "Grote delen van een gebouw kun je van tevoren maken in de fabriek", vertelt de architect. De kamers van Hotel Jakarta zijn kant en klaar uit de fabriekshal gekomen. Slechts enkele weken daarna staat een gebouw overeind.

Zulke 'prefab' bespaart veel tijd en scheelt ook in transport van machines en losse materialen naar het bouwterrein. Beton prefabriceren kan ook, maar door het gewicht ervan kan dat slechts met delen van vloeren en wanden. Vermeulen: "Met hout kun je een hele woonkamer op de vrachtwagen zetten."

Vermeulen onderzocht eerder de potentie van houtbouw voor de provincie Zuid-Holland, Nederlands dichtbevolktste regio. De bouwsector staat namelijk voor een enorme opgave: per jaar moeten er in Nederland gemiddeld 75.000 woningen bij om de woningnood op te vangen. Vorig jaar zijn er 66.000 woningen uit de grond gestampt, maar dit jaar – met een rem op bouwvergunningen door de stikstofcrisis – zal het aantal volgens de vereniging van projectontwikkelaars Neprom rond de 40.000 blijven hangen.

Duurzaamheid Natuurlijke materialen CO2 Neutraal bouwen Houtbouw

Lees het artikel over houtbouw hier:

<https://www.trouw.nl/duurzaamheid-natuur/waarom-het-huis-van-de-toekomst-van-hout-is~bfd29dfc/>

Vooralsnog bestaan die huizen voornamelijk uit staal en beton. De productie daarvan zorgt voor 17 procent van de wereldwijde CO2-uitstoot. Om staal en beton te maken gaan ijzererts en kalksteen een brandoven met temperaturen van boven de 1000 graden. Daar is een hoop fossiele energie voor nodig. En bij de chemische splitsing van kalksteen komt veel koolstof vrij.

Elke kubieke meter hout scheelt 1,1 ton CO2

Als de 1 miljoen extra huizen die Nederland tot 2030 nodig heeft van hout gemaakt worden, scheelt dat 55 miljoen ton CO2, berekende Vermeulen voor Zuid-Holland. Ter vergelijking: dat is ongeveer de jaarlijkse uitstoot van de industriector in Nederland. Hij baseert zich op cijfers van de universiteit van Hamburg: elke kubieke meter hout die stenen materiaal vervangt, zou 1,1 ton minder CO2 uitstoten.

Ook Canadees onderzoek rapporteert CO2-besparing bij houtbouw. De analyse neemt alles mee, van grondstof tot bewerking en vervoer naar de bouwplaats. Als casus neemt deze studie een kantoorgebouw van 1400 vierkante meter en vijf verdiepingen. Dit pand van hout bouwen in plaats van staal en beton scheelt 4000 ton CO2-uitstoot.



Architect Marco Vermeulen. Beeld Joyce Langezaal

Waarde-ontwikkeling

Hoe willen we dat de Gooise kust gewaardeerd wordt?



DOEL EN WAARDESTELLING

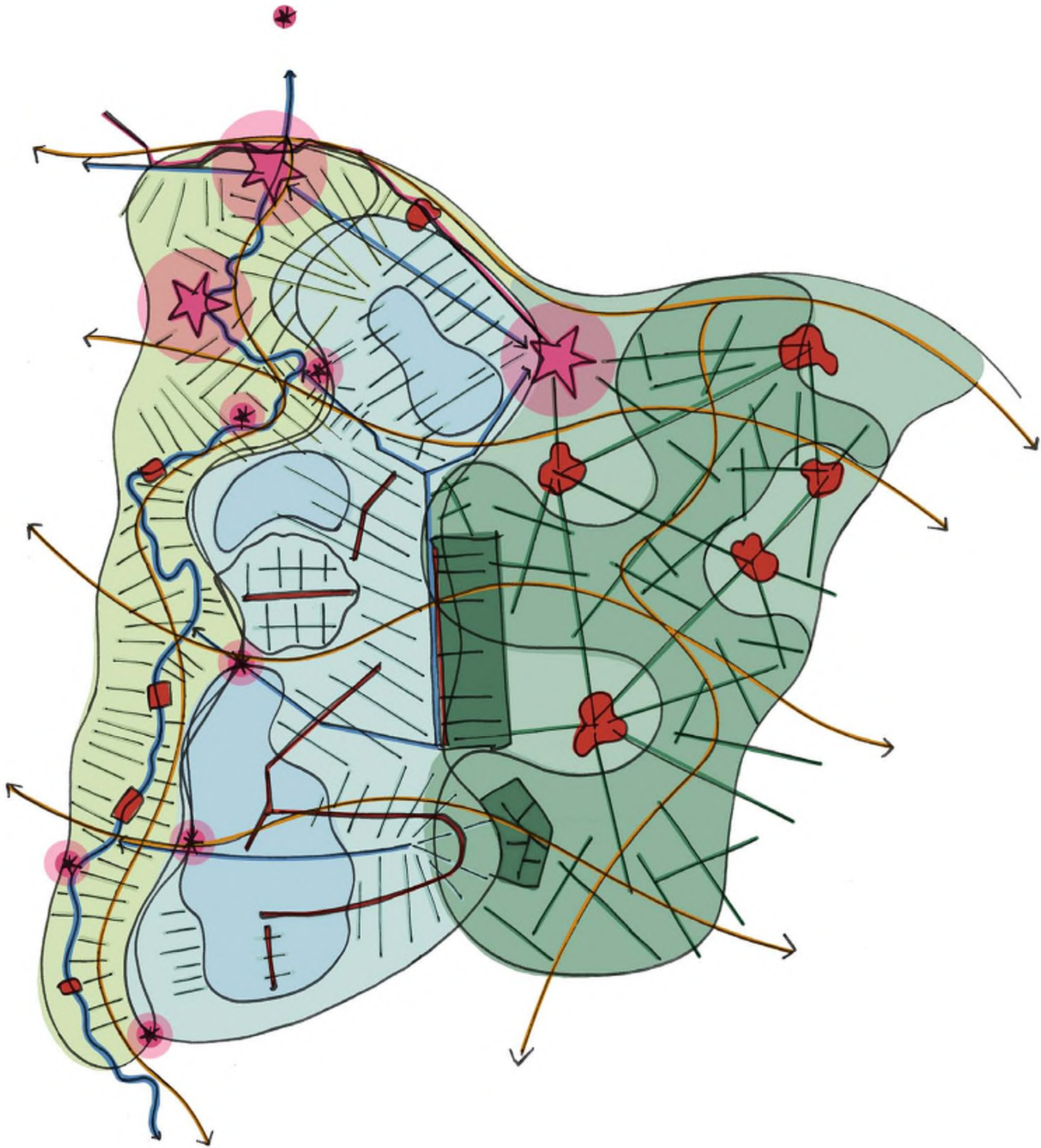
Doel
Dit landschapsbeeld beoogt een overzicht te geven van de beeldbepalende landschappelijke structuren en elementen en ruimtelijke eenheden in de regio Gooi en Vechtstreek. Dit overzicht is tot stand gekomen op basis van een studie naar de relevante historische ontwikkelingen in het gebied, een ruimtelijk beeld van het huidige landschap en een waardering hiervan. Deze analyse kan als volgt worden omschreven:

De meest beeldbepalende referentieperiode voor het huidige landschap van Gooi en Vechtstreek is omstreeks het begin van de industriële revolutie (circa 1850 tot 1900); het ruimtelijke beeld uit deze periode zou als inspiratiebron kunnen dienen voor ruimtelijke ontwikkelingen in de toekomst. Gooi en de Vechtstreek kenmerkt zich dan door een uitzonderlijk gevarieerd en onderscheidend samenstel van landschappen en een rijk cultuurhistorisch en militair verleden. Het landschap is dan te beschrijven als het samenstel van vier karakteristieke landschappelijke eenheden die in grote lijnen de ontwikkelingsgeschiedenis en het grondgebruik in het gebied verklaren; 1) het Gooi (hooggelegen zandgronden), 2) het veengebied (laaggelegen veengronden), 3) de rivier de Vecht met aangrenzende gronden ofwel de Vechtstreek en 4) de (voormalige) Zuiderzee met de zeedijk. In het gebied is vervolgens een aantal landschappelijke structuren aanwezig, die deze eenheden overschrijden.

Ondanks de enorme impact van onder meer woningbouw, infrastructuur en de transformatie van de Zuiderzee, op het ruimtelijk beeld van de regio, is er nog steeds een divers en uniek landschap aanwezig; de vier landschappelijke eenheden zijn nog steeds herkenbaar. Binnen deze landschappelijke eenheden zijn verschillende structuren en elementen te onderscheiden, die belangrijke cultuurhistorische en/of ecologische waarden vertegenwoordigen. En er zijn in de regio structuren en elementen aanwezig die typerend zijn voor het gehele gebied, zoals de militaire structuurelementen en de voormalige buitenplaatsen. Ook beleidsmatig wordt de regio hoog gewaardeerd: grote delen vallen op basis van hun ecologische, landschappelijke of cultuurhistorische waarden binnen nationale of internationale beschermingsregimes.

Het Gooi
De ligging van het Gooi op de hoge zandgronden van de stuwwal toont zich in diverse landschappelijke structuren en elementen. Zeer karakteristieke gegevenheden zijn de brinkdorpen en het grondgebruik door de Erfgooiers. De verkaveling wordt gekenmerkt door een typische radiale structuur, welke samenhangt met de schaapsdriften en de centraal gelegen brinken verbindt met de enges, meenten en woeste gronden. Vanaf de 17e eeuw worden met name de flanken van de stuwwal aantrekkelijk voor de vestiging van landgoederen en buitenplaatsen. De geologische ontstaansgeschiedenis van de stuwwallen in het Gooi is nog duidelijk herkenbaar en toont zich met name in de aanwezige hoogteverschillen, de zandafgravingen, het grondgebruik en de karakteristieke flora en fauna. In de Gooise dorpen zijn vaak alleen in de oude kern de kenmerken en oorspronkelijke ruimtelijke kwaliteiten nog zichtbaar. De dorpen zijn intussen flink uitgebreid; slechts enkele brinken zijn behouden gebleven en er zijn weinig onbebouwde enges en meenten. De geschiedenis van de Erfgooiers is nog afleesbaar in de heide- en bosgebieden, die in de regel in eigendom zijn van het Goois Natuurreservaat. De landgoederen en buitenplaatsen, op de overgangen van de zand- naar de veengronden, zijn op enkele plekken nog in hun volle glorie te bewonderen, zoals in 's Graveland. Andere buitenplaatsen zijn gesloopt of verkaveld. Regelmatig is de oorspronkelijke aanleg nog herkenbaar in de aanwezige hoogteverschillen, lanenstelsels en waterlopen. Dit geldt ook voor landgoederen, die op enkele plekken zijn getransformeerd tot villaparken. Langs de randen van bos en heide liggen enkele villawijken met een zeer groen karakter: een voor het Gooi zeer karakteristiek woonmilieu.

Het veengebied
In het veengebied is door de Grote Ontginning een zeer karakteristieke kavel- en polderstructuur ontstaan. Vanuit de lineaire ontginningsbasis, waarlangs ook de bewoning en ontsluiting van het gebied geordend zijn, is het achtergelegen gebied ontgonnen en afgegraven. De vorm en omvang van de turfwinning is hier nog steeds in grote mate bepalend voor het ruimtelijke beeld. Waar aanvankelijk een landschap ontstond bestaande uit legakkers en petgaten zijn nu, door de voortgaande afbraak van veen, omvangrijke veenplassen aanwezig. Dit proces zet zich nog steeds voort. Met name aan de westzijde van de plassen zijn hierbij de legakkers en verlande gebieden meer begroeid geraakt. Richting de stuwwal neemt de openheid toe en is de opstrekende verkaveling nog goed zichtbaar. Grote impact op het veengebied heeft het droogmalen van het Horstermeer gehad. Met name omdat hiermee ook uit omliggende gebieden gebiedseigen water werd onttrokken.



Legenda

Vechtgronden	Bewoningsvormen	Waterverbinding
Veengronden	Verdedigingslinies	
Zandgronden	Landverbinding	

Door de natte omstandigheden is het veengebied relatief open gebleven, al groeien de lintdorpen steeds meer dicht en neemt hierdoor het zicht op het achterland af. Binnen het veengebied is een grote diversiteit aan landschappelijke structuren en elementen aanwezig zoals veenpolders, droogmakerijen, plassen, moerassen en veenbossen, veelal met hoge natuurwaarden. Het Naardermeer vormt, door de combinatie van cultuurhistorische waarden als mislukte droogmakerij en natuurwaarden, hierbinnen een uniek landschappelijk element en is het eerste Natuurmonument in Nederland.

De Vechtstreek

De Vecht is, in geologisch perspectief, met haar circa 1000 jaar nog niet zo'n oud landschappelijk element, maar wel bepalend zeer bepalend voor het ruimtelijke beeld van het omliggende landschap. De bewoning is geconcentreerd langs de Vecht in de vechtsteden; zo ontstonden Muiden en Weesp. Verder is de bebouwing, in de vorm van buitenplaatsen en boerderijen, geordend op de hogere oeverwal en oriënteert zich op de Vecht. Vanaf de oeverwal is het achterliggende gebied verkaveld in een karakteristieke opstreckende verkaveling. Overstromingen vanuit de Zuiderzee hebben ervoor gezorgd dat een dun kleidek werd afgezet op het veen, waardoor het land hier niet is afgegraven voor turfwinning. Met name oostelijk van de Vecht is het veenrivierenlandschap nog goed herkenbaar. De afzonderlijke polders tekenen zich af en de oorspronkelijke verkaveling is nog zeer gaaf aanwezig. De karakteristieke openheid is hier grotendeels intact gebleven. Langs de Vecht is de 'Boerenvecht' nog goed herkenbaar. Wel is de bebouwing in de loop van de tijd toegenomen en bemoeilijken woonschepen op enkele plekken het zicht vanaf en op het water.

Westelijk van de Vecht is het polderlandschap ernstig aangetast door grootschalige infrastructuur; snelwegen, spoorlijnen en hoogspanningsmasten. Deze ontwikkeling zal zich in de toekomst zeker doorzetten, hetgeen uitdagingen en kansen biedt voor integrale landschappelijke inpassingsplannen. De druk op de ruimte en het landschap is hoog in het Veengebied. De woningbouw ten noord- en zuidwesten van Muiden zal alleen de Aetsveldse Polder haar oorspronkelijke en open karakter kunnen behouden.

Voormalige Zuiderzee

De Zuiderzee heeft een grote invloed gehad op het landschap in het gebied. Ook na de omzetting van zee naar IJsselmeer en het ontstaan van de randmeren is dit omvangrijke wateroppervlak met haar karakteristieke openheid en wijdsheid nog goed beleefbaar. In het landschap zijn karakteristieke elementen, die direct samenhangen met de Zuiderzee, zoals dijken, wielen, zeekleigronden en de kuststeden goed herkenbaar. De aanwezigheid van de zeedijk langs de oorspronkelijke kustlijn benadrukt dit. Door de aanleg van het Naarderbos is de samenhang tussen de dijk en het water geschaad.

Voor de gehele regio

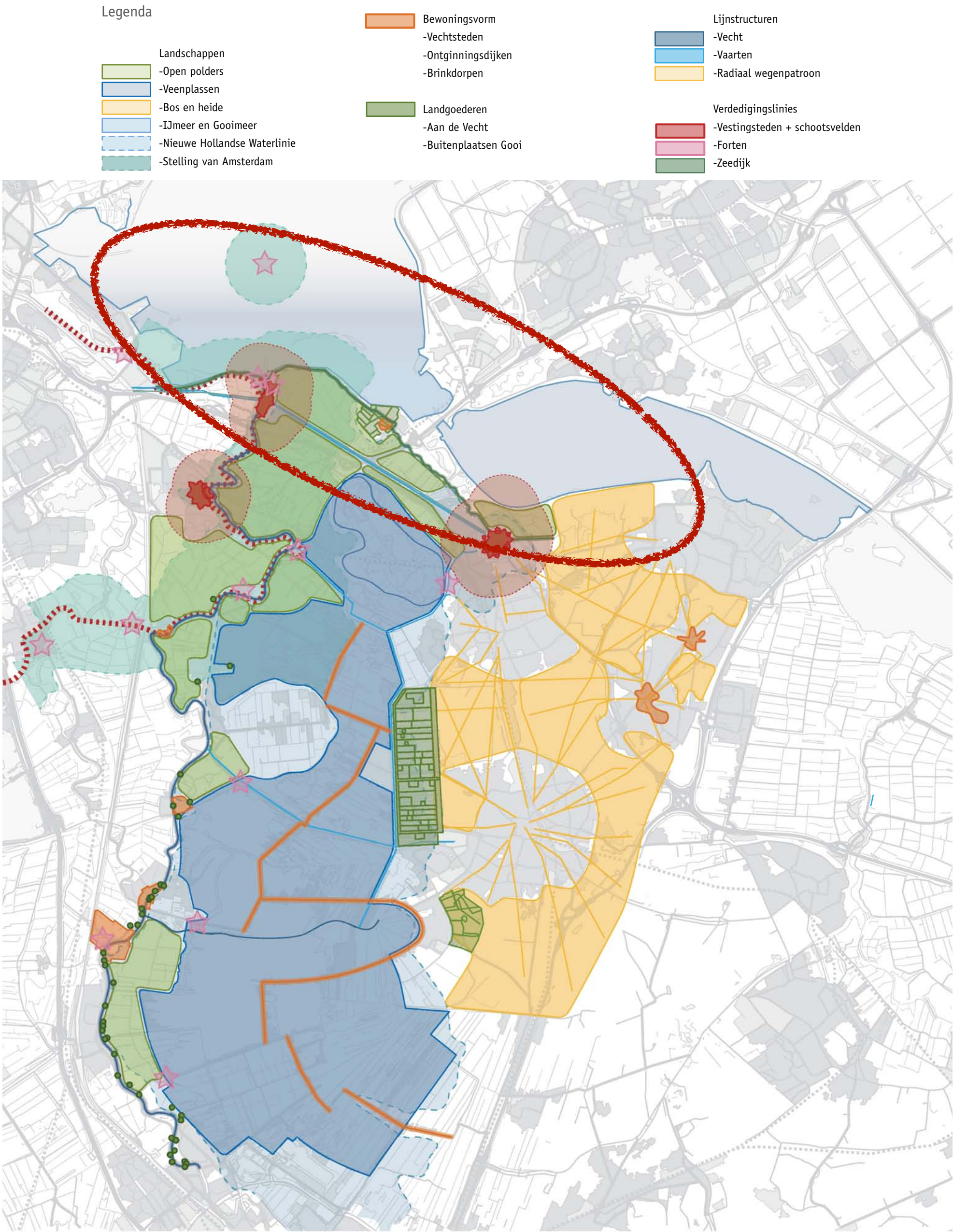
Enkele landschappelijke structuren en elementen zijn karakteristiek voor de gehele regio.

De streek is door haar strategische ligging van oudsher van groot belang voor de verdediging van het land en voor de handel.

De militaire betekenis van het gebied krijgt voor het eerst vorm met de twisten tussen het Graafschap Holland en het Sticht Utrecht en in een latere periode in de verdedigingslinies. De militaire historie is nog steeds beeldbepalend voor belangrijke delen van gebied. Ondanks het deels bebouwd raken van de schootsvelden, is dit vooral zichtbaar in de karakteristieke openheid van het gebied, die samenhangt met de verboden kringen, de inundatievelden en de aanwezigheid van diverse soorten militaire werken en houten huizen. Met name rond de vestingsteden is de samenhang tussen deze afzonderlijke structuren en elementen nog goed afleesbaar. De rijke handelslieden trokken uit Amsterdam en vestigden buitenplaatsen en landgoederen in het gebied. Andersom gaf de zandhandel in het Gooi aanleiding tot de aanleg van zanderijen en vaarten. Wellicht de belangrijkste karakteristiek van het landschap van Gooi en Vechtstreek is de variatie en afwisseling aan landschapstypen; variërend van stuwwallen, veenpolders en rivierengebied tot landgoederenzone. Ook zijn er belangrijke verschillen tussen natuurlijke en planmatig ingerichte landschappen zoals de landgoederen en buitenplaatsen. De overgangen tussen de afzonderlijke landschapstypen en landschappelijke eenheden zijn bijzonder en goed afleesbaar, maar ook kwetsbaar. Deze overgangen laten zich herkennen in de aanwezige hoogteverschillen, dijken en kaden of de overgang van land naar water. Ook zijn er nog verschillende historische grenzen herkenbaar tussen Utrecht en Noord-Holland.

In het noorden van het Gooi ligt een scherpe landschappelijke overgang naar het Gooimeer (klifkust) en het IJmeer bij Muiderberg. Aan de noordwest- en noordoostzijde liggen restanten van (buitendijkse) hooilanden aan de voormalige Zuiderzee (Naardemeent, De Kampen). In oostelijke richting is een heldere overgang van de stuwwal naar het lagergelegen veenweidegebied van Eemland, al wordt deze verstoord door de doorsnijding van de A27. In westelijke richting is de overgang naar het veengebied meer geleidelijk. Al tekent deze zich op enkele plaatsen, zoals bij 's Graveland, vrij scherp af. Ook de grenzen van zanderijen zijn op diverse plekken in het landschap goed herkenbaar.

Waarde-ontwikkeling



Conclusie

Vanuit de historische en ruimtelijke analyse kunnen conclusies worden getrokken met betrekking tot de meest beeldbepalende landschappelijke structuren, elementen en ruimtelijke eenheden van Gooi en Vechtstreek die de basis vormen van het huidige landschap en hierin nog steeds een beeldbepalende betekenis hebben. Ze zijn bepalend voor het grondgebruik en de ruimtelijke beleving van het landschap. Ook zijn zij nog min of meer in hun oorspronkelijke vorm herkenbaar. Voor de Vechtstreek zijn de beeldbepalende landschappelijke structuren en elementen de veenvierde van de Vecht, de Vechtsteden, de landgoederen en buitenplaatsen aan de Vecht (Boerenvecht), de zeedijk, de open polders en de opstreekende verkaveling. Voor de veengebieden zijn het de veenplassen (inclusief Naardermeer), de ontginningslinten, de opstreekende verkaveling en de vaarten. Voor het Gooi zijn het de aaneengesloten bos- en heidegebieden, de brinken, het uitwaaiende wegenpatroon en de landgoederen en buitenplaatsen op de overgang naar het lager gelegen veengebied. En voor de voormalige Zuiderzee tenslotte zijn het het open water en de authentieke overgangen naar het land (dijk).

Hiernaast is er een aantal landschappelijke structuren en elementen die karakteristiek zijn voor meerdere landschappelijke eenheden en meerdere landschappelijke eenheden doorsnijden, zoals de verdedigingslinies. Voor de verdedigingslinies is naast de individuele werken ook de betekenis van het ensemble van groot belang; de vestingsteden met bijbehorende open schootsvelden, inundatievlakken (met name open polders), forten en hoofdverdedigingslijn (Vecht en zeedijk). Ook de trek- en zandvaarten met hun lineaire tracés doorsnijden meerdere landschappelijke eenheden. Het behoud van de beeldbepalende landschappelijke structuren, elementen en ruimtelijke eenheden, is van groot belang voor het behoud en versterken van de ruimtelijke kwaliteit van de regio. Zij kunnen een meerwaarde leveren en een ruimtelijke kader vormen voor toekomstige en eigentijdse ontwikkelingen en de bijbehorende ontwerpopgaven. De benoemde structuren, elementen en eenheden vormen de basis voor de ontwikkeling van het toekomstige landschap.

De beeldbepalende structuren, elementen en eenheden zijn tot een zeker schaalniveau in kaart gebracht en beschreven. Bij de uitwerking van gedetailleerdere inrichtingsplannen, zal deze waardestelling verder moeten worden geconcretiseerd en gedetailleerd. Bijvoorbeeld bij het Naardermeer vormen de ringdijken en molens een onmisbaar onderdeel van het Naardermeer in haar historische betekenis van mislukte droogmakerij. En bijvoorbeeld voor de bosgebieden in het Gooi vormt hun ontstaansbasis als landgoed, natuurcompensatie of productiebos een belangrijk gegeven. Genoemde beeldbepalende structuren, elementen en eenheden worden in hun identiteit versterkt door een breed scala aan landschappelijke structuren, elementen en eenheden die in onderlinge samenhang zijn ontstaan en in het onderhavige document worden beschreven. Hoewel deze op zich niet tot de meest beeldbepalende structuren, elementen en eenheden behoren, kunnen ze van grote betekenis zijn in het geheel. Of als afzonderlijk element van grote waarde zijn.

Dit landschapsbeeld Gooi en Vechtstreek laat zien dat de regio vooral wordt gekenmerkt door het samenstel van een groot aantal verschillende landschappen, karakteristieke structuren en elementen, bewoningsvormen en ondergronden. Hier aan ten grondslag ligt een rijkdom aan verhalen over de mensen die het gebied in gebruik hebben genomen en onderhouden. De regio wordt gekenmerkt door enkele unieke landschappen van (inter)nationale waarde, zoals de waterlinies en landgoederen en buitenplaatsen van 's Graveland. De enorme rijkdom aan landschappelijke eenheden en de herkenbaarheid daarvan maakt de regio tot een uniek gebied binnen de Randstad. Dat schept kansen en verantwoordelijkheden. De eerste stap is het waarderen van het landschap. Met de onderhavige rapportage wordt hiertoe een belangrijke basis gelegd. Het is een eerste stap naar het behoud en versterken van de landschappelijke en ruimtelijke kwaliteiten van dit unieke gebied.



Als er geen ruimte is voor beweging...

- Wettelijke opgaves (milieu, energie, wonen & recreëren, ondernemen)
- Natuurlijke toename druk op gebied (bedreiging rust, natuurwaarden, etc.)
- Handhavingscapaciteit (leiden meer regels tot regulering?)



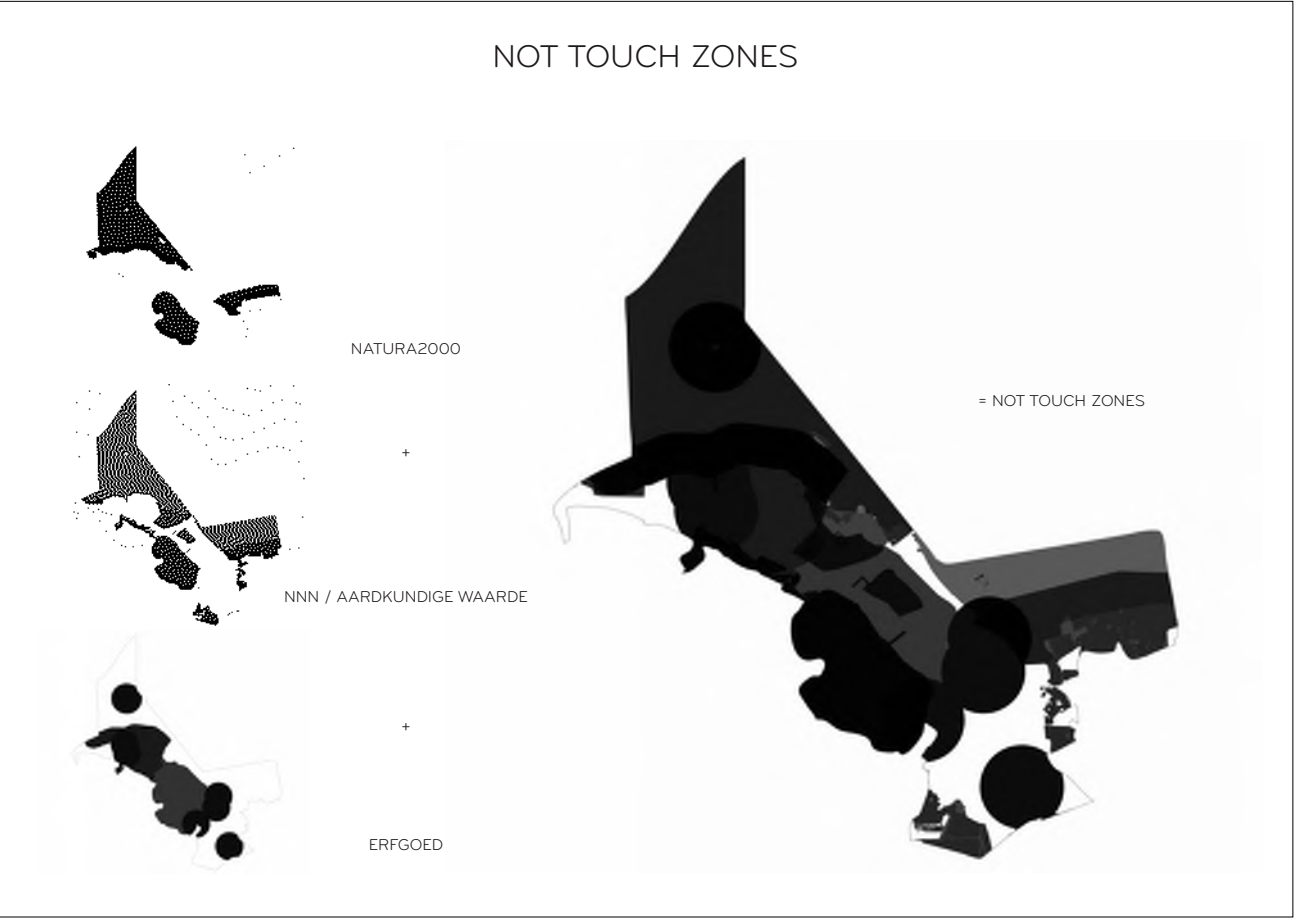
2019 goed toeristisch jaar voor de Utrechtse Heuvelrug

29-12-2019, 12:25

WhatsApp Facebook Twitter LinkedIn E-mail

HOUTEN Het afgelopen jaar zijn recreatie en toerisme op de Utrechtse Heuvelrug en in de Gelderse Vallei opnieuw gegroeid. Door de sterke economie en een aanhoudende toename van recreatie in eigen land en regio was er in 2019 zowel veel dagbezoek als verblijfsbezoek in hotels en vakantieparken. Hoewel ook steeds meer buitenlandse toeristen de Heuvelrug weten te vinden, blijven Nederlandse bezoekers en bewoners van de Randstad en de regio Utrecht de grootste groepen.

Met een opbrengst van zo'n 700 miljoen euro per jaar en werkgelegenheid voor 20.000 mensen zijn toerisme en recreatie van groot belang voor de regio, niet alleen economisch maar ook voor de leefbaarheid en het voorzieningenniveau van het gebied. Na de stad Utrecht (40%) is de Utrechtse Heuvelrug (25%) de grootste toeristische bestemming in de provincie Utrecht, samen met Amersfoort (15%) zijn de gebieden goed voor 80% van de totale provinciale vrijetijdseconomie. Met 2 miljoen overnachtingen in hotels, op campings en in vakantieparken vindt daarnaast ruim 60% van het verblijfstoe-risme op de Heuvelrug plaats.



Wat als we niets doen?



Bij toenemende druk en bij gebrek aan handhaving ontstaan er 'nieuwe wegen'.

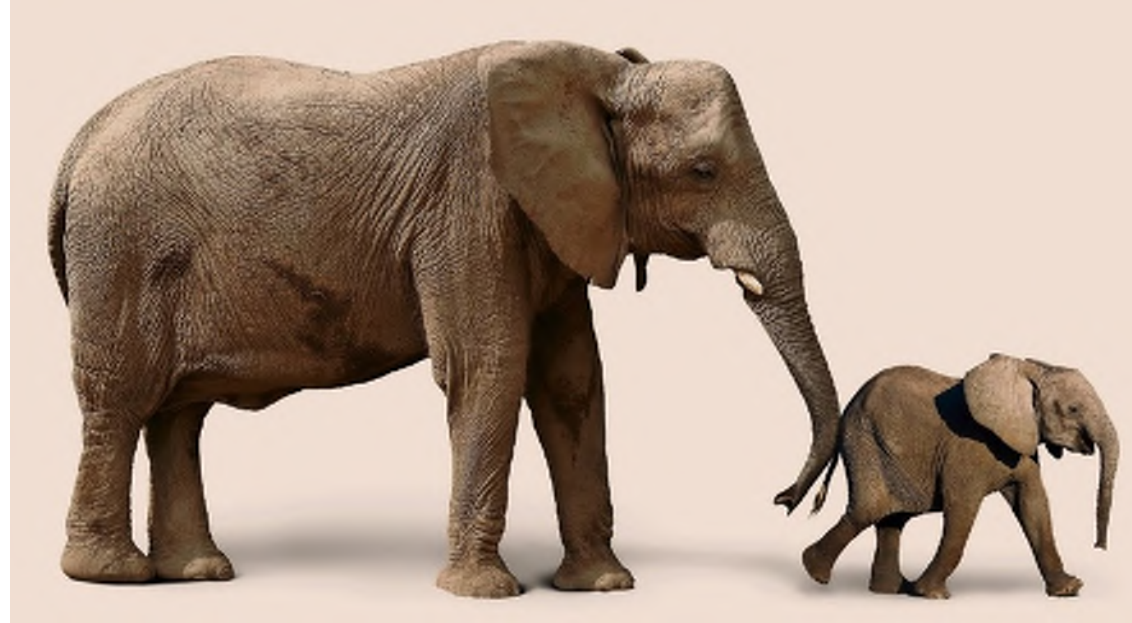
Deze wegen creëren 'gewoonterecht' en daarmee ontwikkelt een plek zichzelf.

Dat geldt op microniveau zowel als op macroniveau. Ontwikkelaars lopen regelmatig voor de wetgeving uit...

De kracht van de context!



Waarde-ontwikkeling: Wat als we wel iets doen?



Van olifantenpad naar nudging...

Don't fight the forces, use them!

De kracht van de context!



Waarde-ontwikkeling: Wat als we zelf initiatief nemen?



Van 'business case' & 'best practice' naar passend bij de identiteit...

De kracht van de context!

De Gemeente Gooise Meren moet de context bepalen voor behoud en ontwikkeling van haar kwaliteiten. Zonder eigen context gebaseerd op de gemeenschappelijke identiteit van het gebied (place brand) past alles en niets. Dan wordt macht en mening leidend en regeert de waan van de dag...



Fase 2: het Marketing Landscape

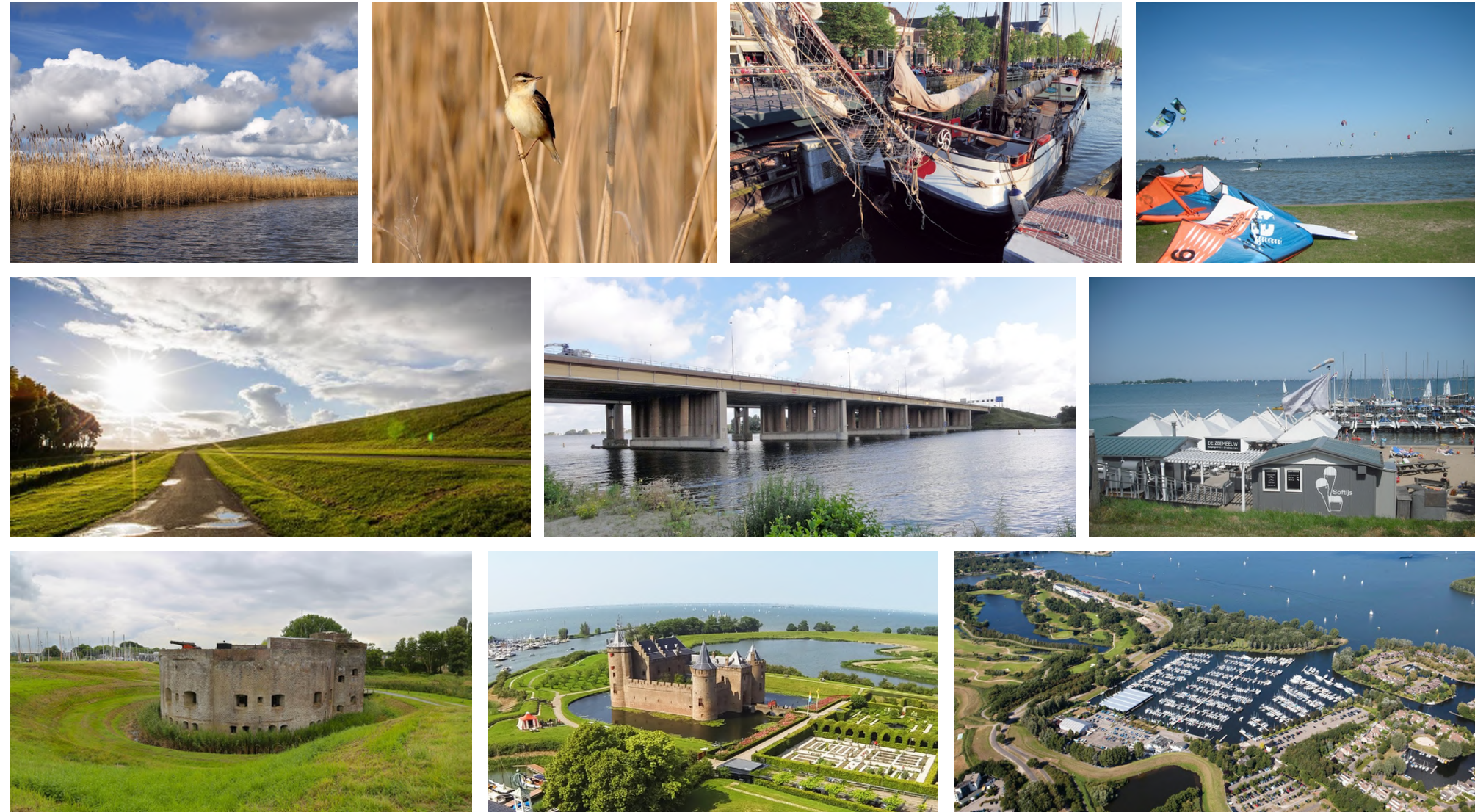
Het Marketing Landscape voor de Gooise Kust

Imago Gooise kust toekomst?

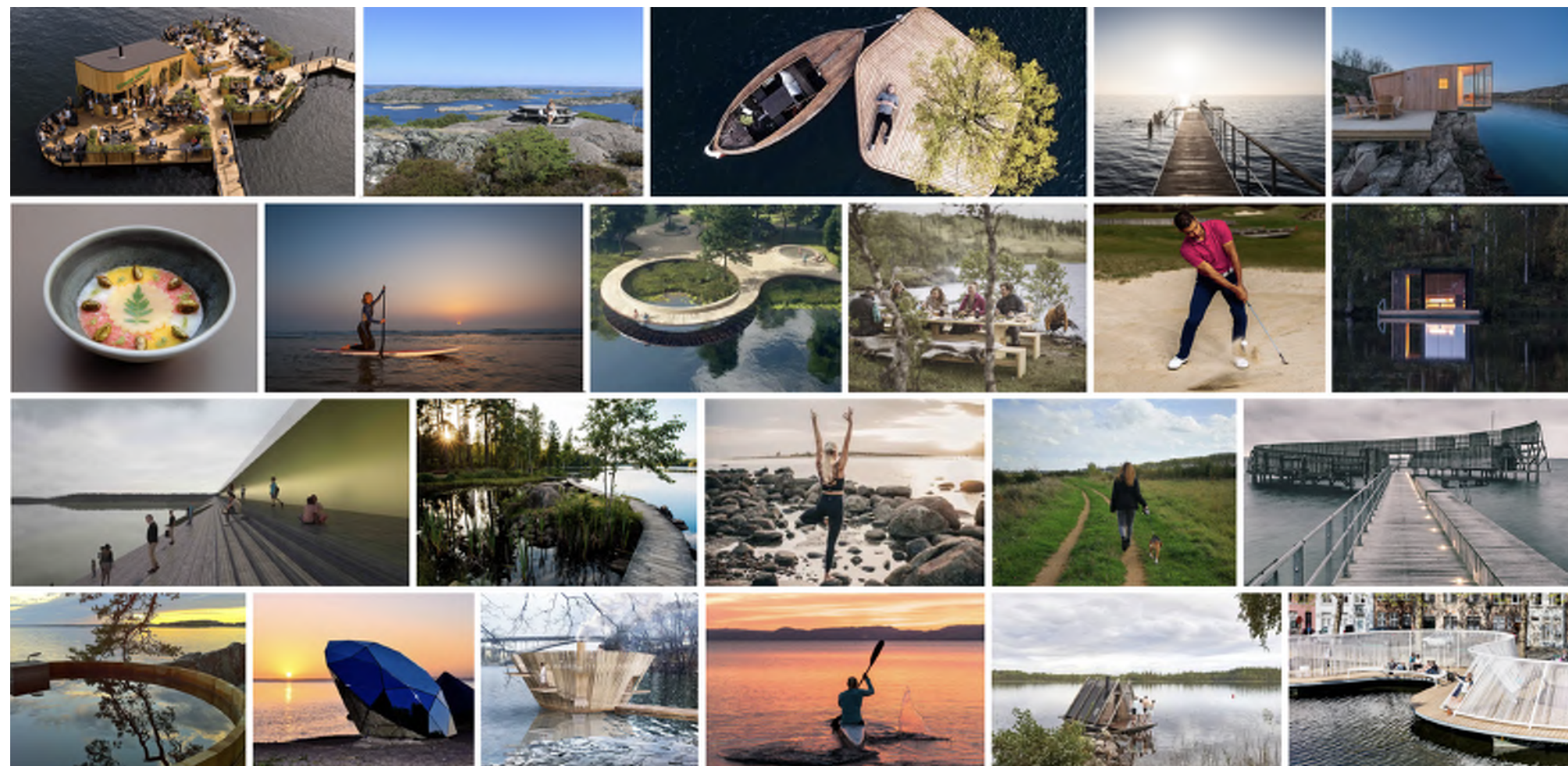


Wonen, werken en recreëren in relatieve rust?

Van:



Naar:



't Gooise Minderen: weinig, maar op hoog niveau

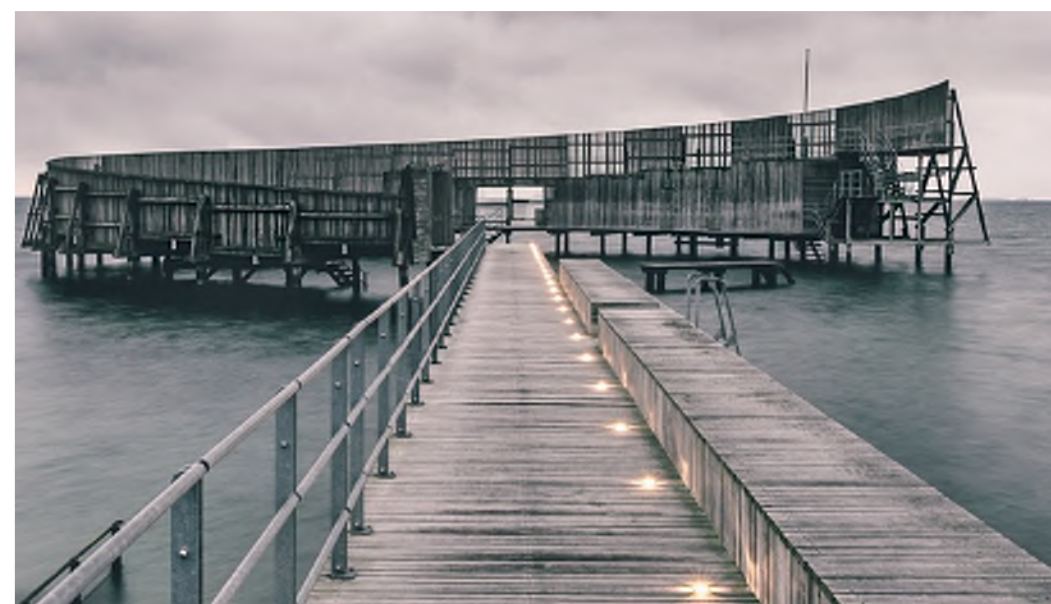
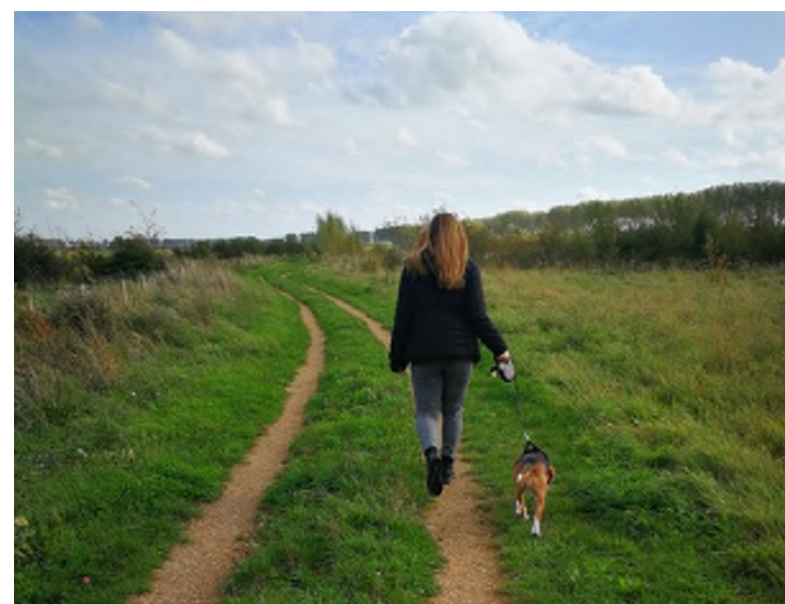
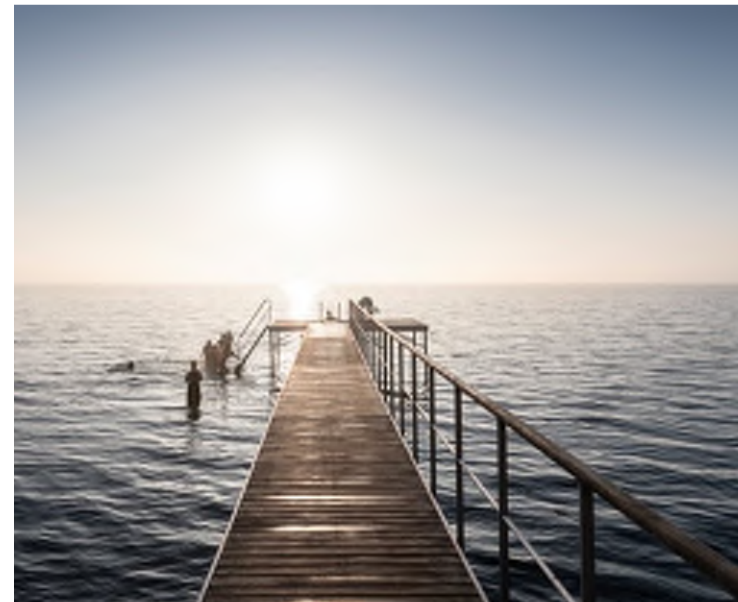
Van IJburg naar Pampus, van Pampus naar Muiden en weer terug naar IJburg. Dat is opgeteld net geen 14 km varen. Al vanaf het verlaten van IJburg verandert alles; het tempo langzaam genoeg om alle indrukken rustig in je op te nemen, het geluid van tram en toeter maakt plaats voor watergeklots en wind (hoor ik daar een aalscholver?), de uitlaatgassen maken plaats voor de geur van (rotte) waterplanten. In enkele minuten ontspant je lichaam en ben je niet alleen letterlijk maar ook figuurlijk in een andere wereld. Die wereld ligt vanaf de snelweg A1 verstopt achter de nieuwbouw typische IJsselmeerplaatsen als Muiden, Muiderberg en Naarden. Ver weg, maar niet onbereikbaar voor wie de moeite wil nemen. De auto geparkeerd onderaan de snelweg op de ruime parkeerplaats en de route te voet of te fiets vervolgend. Eerst nog polder en bebouwing en dan, bijna als verrassing de rustige wallenkant van het zuidelijkste puntje van de voormalige Zuiderzee.

Verrassend veel natuur op zo'n smalle strook. Langs de kant, rondom de talrijke monumenten van vestingwerken en natuurlijk bij het Muiderslot. In de bossen van Valkeveen vind je naast bekende BN'ers ook de zeldzamere vogels als zwarte specht en zwarte zwaan.

In tijden waar de burn-outs van epidemische omvang lijken te worden, is een een gebied met relatieve rust tussen de oprukkende randgemeenten eerder noodzaak dan luxe. Andersom verdienen bewoners en bezoekers dat het gebied duurzaam ontwikkeld wordt zodat het geen verzameling losse postzegels van historische waarde wordt, maar een samenhangende kust waar de kwaliteitsverwachtingen worden waargemaakt. Niet alleen voor bewoners, maar ook voor rustzoekers uit de omgeving.

Hoe vreedvoller bewoners elkaars belangen erkennen, hoe vreedvoller ook bezoekers er zullen verblijven. Kortom; het mag allemaal wel een beetje minder versnipperd en minder defensief worden aangepakt, dit mooie gebied dat volop kansen biedt de perfecte overloop van het groene hart naar het blauwe hart te worden. Met mooie, goed onderhouden uitspanningen met uitzicht op water en groen. Met recreatie waar motoren geen rol van betekenis spelen (wandelen, fietsen, rustig varen, roeien, zeilen én golfen) in een gekoesterde omgeving waar bewust gekozen is voor een tandje minder.

't Gooise Minderen in Gooise Meren kan een begrip in de regio worden; weinig, maar op hoog niveau...



*Doorkijkje richting Masterplan:
versterken paars aanbod & iets-ergens-nu*

Kleinschalige luxe verblijfs-accommodaties



Denk aan:

- Drijvende accommodatie aan een steiger
- Luxe glamping
- Boardwalk-accommodatie

Programma van Eisen:

- Kleinschalig
- Zeer luxe
- Duurzaam en gebruik hoogwaardige materialen
- Ingericht met regionaal/Nederlandse spullen. Geproduceerd in Nederland/Europa. CO2 neutraal
- Concept passend bij de waarden van Gooise meren
- Bucketlist-waardig



Haute Picknick

Denk aan:

- Luxe picknickplekken in de natuur
- Op verrassende plekken langs het water en in park (bijv het park van de golfbaan)
- Sommige (deels) overdekt
- Plekken kun je online 'reserveren' (aangekleed en met een chef op locatie?)
- (horeca) ondernemers kunnen aanhaken door luxe picknickmanden en sets te verkopen/verhuren (incl kaarsen, lantaarns, vachtjes, kussens, borden en bestek om een echte 'instagrammable' picknick te faciliteren) Dit moet dan uitzonderlijk goed en bijzonder zijn!
- Unieke ervaring met familie of vrienden (ook bucketlist-waardig)
- Year round aanbod. Dus ook een bijzondere winter picknick
- Hoeft dus niet goedkoop te zijn!



Sculpture by the sea- Sydney en Aarhus



The Sculpture by the Sea exhibition in Sydney and Perth is Australia's largest annual outdoor sculpture exhibition. This exhibition was initiated in 1997, at Bondi Beach and it featured sculptures by both Australian and overseas artists. In 2005, a companion event was established at Cottesloe Beach in Western Australia featuring over 70 artists. In 2009 it was announced that Aarhus in Denmark would host the first Sculpture by the Sea exhibition outside of Australia

Een eigen variant op het 'Sculpture by the sea festival'

Wandelroute door gemeente Gooise meren. Zoveel mogelijk langs het water en anders door het groen

Passend bij de Identiteit van Gooise meren

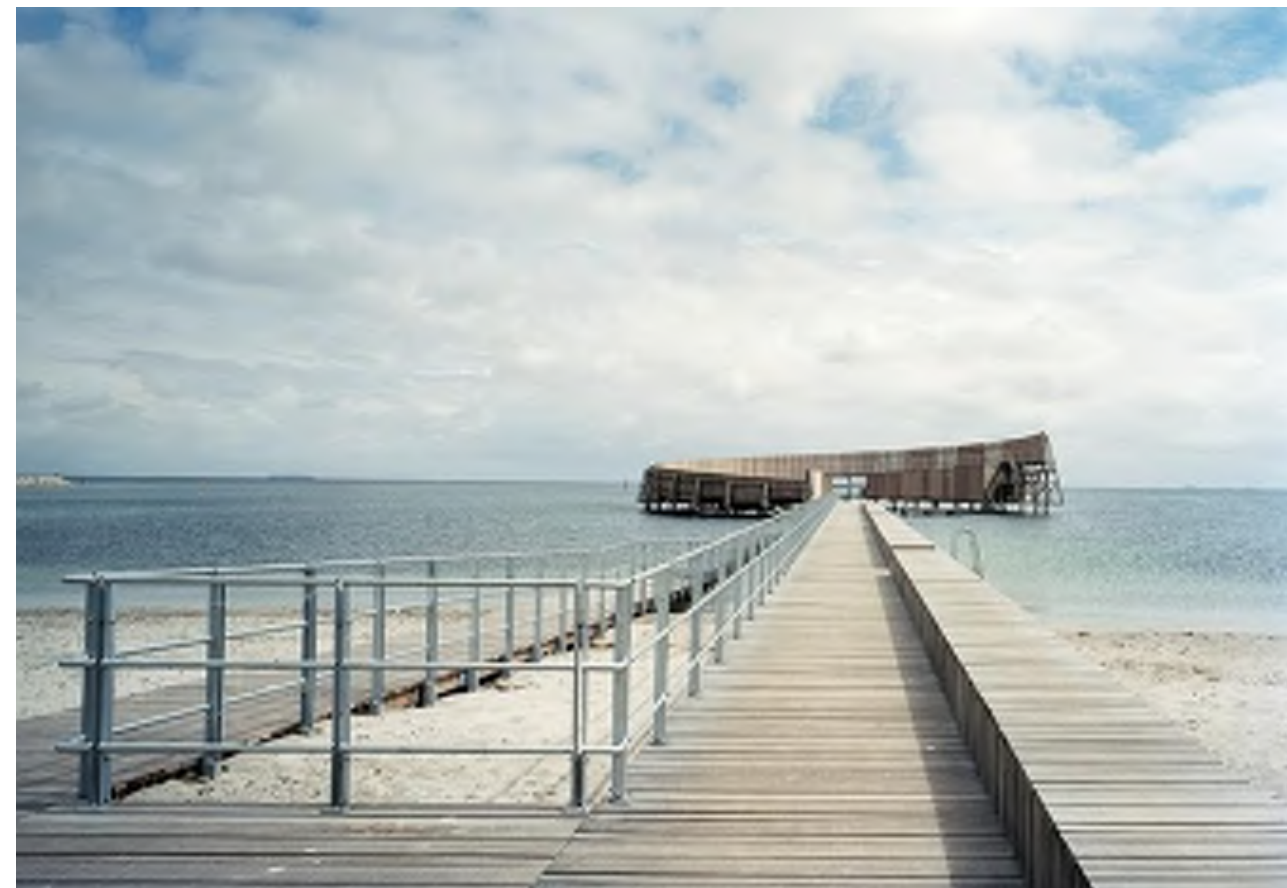
Vergroten iets-ergens-nu-factor



Theater en badhuis Gooise Meren

Denk aan:

Drijvende openbare ruimte
Met badhuis
Met kleinschalig 'theater'
Natuurlijke duurzame materialen
Hoge kwaliteit





for cool places...