



Welkom in Enkhuizen

Toeristische visie 2024 - 2030



Inhoudsopgave

1. Welkom in Enkhuizen, de keuzes in het kort.....	3
2. Inleiding.....	4
3. Een gezamenlijke inspanning	5
4. Ontwikkelingen in de sector	6
5. Toerisme, waar doen we het voor?.....	7
6. Toerisme in samenhang met andere beleidsambities	8
7. Enkhuizer Driehoek	8
8. Bestemming Enkhuizen.....	9
9. Bezoekers van Enkhuizen	14
10. De spelers	17
11. Gemeente Enkhuizen	18
12. Actieprogramma 2024 – 2026.....	20
Bijlage I.....	23

1. Welkom in Enkhuizen, de keuzes in het kort

Toeristisch bezoek is welkom in Enkhuizen. Onze ambitie luidt dan ook:

“Welkom in onze stad, de plek waar we trots op zijn en die we graag jaarrond delen met onze bezoekers. Bezoekers die zich gedragen als gast, voor een dag(deel) of langer, en genieten van onze historie en onze voorzieningen.”

Dat is niet alleen de keuze van ons als gemeente, maar de uitkomst van een uitgebreid traject met onze ondernemers, organisaties en bewoners. We benaderen het toerisme vanuit de Enkhuizer driehoek waarin we de drie eenheid benadrukken tussen bestemming Enkhuizen, de spelers in de stad zoals ondernemers, gemeenten en de bewoners én de bezoekers. Toerisme staat niet op zich en dus zoeken we naar duidelijke dwarsverbanden met andere gemeentelijke beleidsvelden. Met een integrale benadering slagen we er eerder in om onze ambitie waar te maken.

Bestemming

De bestemming Enkhuizen typeren we als een historische stad aan het IJsselmeer die zich dankzij het Zuiderzeemuseum en Sprookjeswonderland onderscheidt van vergelijkbare plekken. Ons historisch centrum, als belangrijk bezoekersdoel, vergt nog wel wat aandacht. Samen met de betrokken partijen werken we aan het vergroten van de aantrekkelijkheid van de binnenstad (net en schoon), wat niet alleen positief werkt voor de bezoeker maar ook voor onze inwoners en ondernemers. Daar past bij dat we de voetganger meer ruimte bieden in de binnenstad. Met fysieke maatregelen en met ‘storytelling’ gidsen we de bezoeker beter langs de aantrekkelijkheden van stad en verbinden we het Zuiderzeemuseum en Sprookjeswonderland met het centrum.

Als het gaat om ons overnachtingsaanbod zien we ruimte voor zowel kleinschalige als middelgrote aanvulling, waarbij we zicht houden op een goede balans tussen wonen en overnachten. Als stad aan het water ontvangen we graag de individuele watersporter in onze goed uitgeruste havens en houden we plaats voor riviercruiseschepen en de historische zeilvaart. We zien kansen bij de kleine watersport die vanuit het binnenland Enkhuizen bezoekt. Om ons aanbod aan evenementen te versterken, verleiden we organisatoren hun aanbod uit te breiden met de nadruk op het laagseizoen én op evenementen met een sportief en/of maritiem karakter.

Bezoekers

Iedereen is welkom, maar we zetten actief in op individuele watersporters, cultuurhistorisch geïnteresseerden en drie-generatie-vakanties. Campers ontvangen we graag overdag maar voor overnachten verwijzen we ze naar de campings in de regio. Sowieso willen we de samenwerking met de regio versterken alleen al omdat Enkhuizen onderdeel is van een groter toeristisch product. Voor de historische zeilvaart en riviercruisevaart onderzoeken we of onze faciliteiten in de gemeentelijke havens voldoende aansluiten bij de behoeften van deze sectoren. Met Stichting Marketing Enkhuizen kijken we hoe de stad meer kan profiteren van deze specifieke gasten. Om te kijken hoe bezoekersstromen lopen, zetten we in op een slimme wijze van dataverzameling.

De spelers

Een succesvolle toeristische aanpak is alleen mogelijk in nauwe samenwerking met betrokken partijen. Als gemeente sluiten we aan bij diverse overleggen zoals de Ondernemersfederatie Enkhuizen en het Toeristisch Platform Enkhuizen. Marketing Enkhuizen is een belangrijke partner en met hen kijken we naar hun rol bij het verwezenlijken van onze gezamenlijke ambities. We sluiten daarbij niet uit dat we in de toekomst een aantal zaken op Westfriese schaal aanpakken.



Als gemeente willen we duidelijker maken wat er van ons kan worden verwacht. Inzicht in onze rollen op verschillende onderwerpen, kan bijdragen aan een beter onderling begrip en een succesvollere samenwerking. Toerisme blijft een belangrijke gemeentelijke inkomstenbron maar we kijken wel naar een meer evenredige aanpak. We maken duidelijker hoe we de inkomsten investeren in welzijn en welvaart voor onze bewoners en ondernemers.

2. Inleiding

Veel mensen kennen Enkhuizen van het Zuiderzeemuseum, Sprookjeswonderland, als vertrekpunt van de veerboot of vanwege de historische binnenstad en de levendige haven. Toerisme is belangrijk voor Enkhuizen: voor de lokale economie en werkgelegenheid maar bijvoorbeeld ook voor het op peil houden van voorzieningen. Toerisme draagt bij aan de leefbaarheid en levendigheid voor inwoners en ondernemers van de stad. De toeristische sector in Enkhuizen ontwikkelt zich. De afgelopen jaren is er geïnvesteerd in faciliteiten rondom de havens, er komt een vakantiepark en een recreatiestrand. Stichting Marketing Enkhuizen professionaliseert de stadspromotie, evenementen coördinatie en het gastheerschap.

Gemeente Enkhuizen wil een gastvrije en toeristvriendelijke stad zijn, waar het toeristisch aanbod in de binnenstad is verbonden met de drie belangrijkste attracties: het Zuiderzeemuseum, Sprookjeswonderland en de jachthavens. Toerisme is als beleidsterrein altijd een onderdeel geweest van diverse visies zoals de Stadsvisie (2009), HERT-Visie (2012), Routekaart naar de Toekomst (2014), Havenvisie (2016), de Structuurvisie (2020) en in de omgevingsvisie die nu wordt opgesteld. Niet eerder zijn de ambities voor het toerisme in een aparte visie vastgesteld. Daar komt nu verandering in. Met dit plan én een actieprogramma voor de korte termijn geven we een duidelijk beeld van de toekomst van het toerisme in Enkhuizen als belangrijke pijler van onze stad. Daarmee is deze visie een nadere uitwerking van de omgevingsvisie die voor de gemeenten Enkhuizen, Drechterland en Stede Broec wordt opgesteld (gereed dec 2024). Daarin worden de ambities voor de langere termijn van de drie gemeenten samen vastgelegd, bijvoorbeeld voor recreatie en toerisme.

3. Een gezamenlijke inspanning

Omdat het de eerste keer is dat we apart toeristisch beleid opstellen, kozen we voor een uitgebreid participatietraject. We maakten gebruik van de expertise van onderzoeks- en adviesbureau Respons. Via hen betrokken we vele stakeholders die op regelmatige basis betrokken zijn bij het toerisme in Enkhuizen op de volgende manieren:

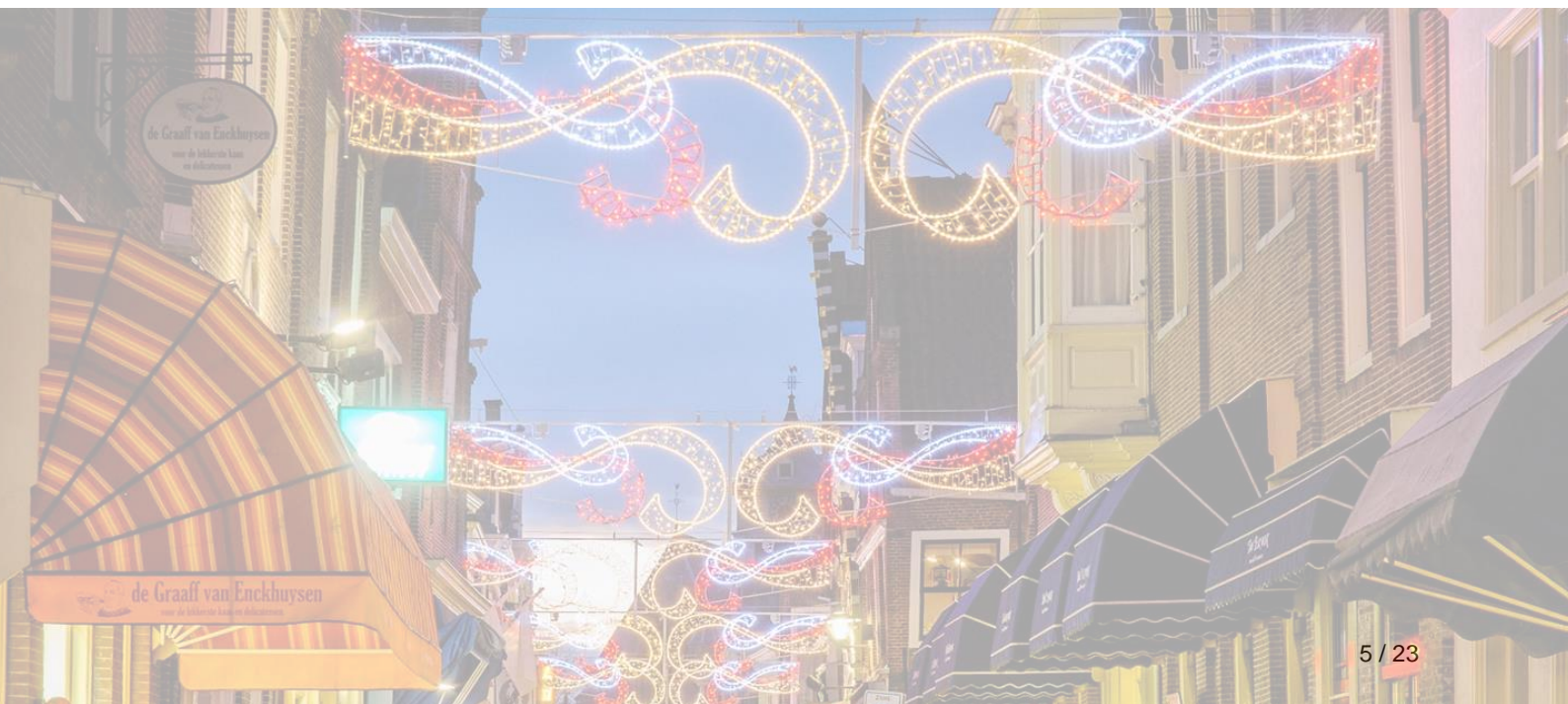
- Collectieve, interactieve sessie met de gemeenteraad.
- Collectieve, interactieve sessie met het Toeristisch Platform Enkhuizen.
- Online enquête onder de inwoners.
- Persoonlijke gesprekken met de verantwoordelijk wethouder en de directie van Marketing Enkhuizen.

Daarnaast was een belangrijke rol weggelegd voor een klankbordgroep die speciaal voor dit traject is samengesteld. Deze groep bestond uit partijen die direct of indirect bij het toerisme zijn betrokken: musea, ondernemers, horeca, de gemeente vanuit verschillende beleidsvelden, havens, Marketing Enkhuizen en bewoners. De klankbordgroep kwam drie keer bij elkaar in interactieve sessies.

Uit sessies en de enquête kwam onder andere naar voren dat er weinig overlast wordt ervaren van het toerisme. Het wordt vooral gezien als kans om de voorzieningen in de stad op peil te houden en in de toekomst nog verder uit te breiden. Trots zijn de inwoners vooral op de grotere attracties zoals Zuiderzeemuseum en Sprookjeswonderland. Op de vraag waar je een bezoeker als eerst mee naartoe zou nemen, wordt de historische binnenstad het meest genoemd. Punten voor verbetering worden genoemd op het gebied van onderhoud openbare ruimte, afval en groenonderhoud. Kortom: men wil een schone en nette binnenstad. Daarnaast wordt bewegwijzering genoemd, dit zou voor de bezoekers verbeterd kunnen worden.

Afsluitend kozen we voor het organiseren van een 'toerisme café'. Deze goed bezochte bijeenkomst werd bijgewoond door partijen die een actieve bijdrage leverden in het traject: klankbordgroep, gemeenteraad, toeristisch platform en Marketing Enkhuizen, aangevuld met belangstellenden. We toetsten via Respons de uitkomsten van het participatietraject en gingen er, daar waar nodig, dieper op in.

In totaal zijn bijna 50 Enkhuizers actief betrokken in het proces, exclusief het toerisme café, en vulden ruim 300 inwoners de enquête in. Alle verzamelde informatie is gecombineerd en dat heeft geleid tot deze visie.



4. Ontwikkelingen in de sector

Naast de lokale bijdrage, keken we naar ervaringen elders, onder meer bij enkele vergelijkbare gemeenten. Verder gebruikten we informatie van partijen als het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC), het Centraal Bureau voor de Statistiek, Leisure onderzoek 2024 ABN AMRO en Destinatie Nederland. De belangrijkste landelijke trends en ontwikkelingen op het gebied van toerisme zijn:

Ecotoerisme: Een verantwoorde balans tussen groen en toerisme wordt steeds belangrijker. Vakantiegangers van alle leeftijden gaan op zoek naar kleinschalige luxe locaties in een natuurlijke omgeving. De keerzijde is dat beschikbare locaties in heel Nederland onder druk komen te staan. Om verantwoord te kunnen recreëren is extra recreatieruimte nodig, zodat bezoekers gespreid worden en rust voor mens én natuur behouden blijft. Dat betekent dat een balans tussen groen en toerisme moet worden gevonden.

Digitalisering: Online boekingsplatforms, virtuele reiservaringen ('VR') en mobiele apps zijn belangrijk in het vrijetijdsgedrag. En met behulp van kunstmatige intelligentie (A.I.) worden reizen steeds persoonlijker en meer toegepast op de wens van de klant.

Authentieke ervaringen: Reizigers willen unieke en authentieke ervaringen in plaats van traditionele toeristische attracties en gaan op zoek naar minder bekende bestemmingen.

Veiligheid: Vakantiebestemmingen moeten veilig zijn. Oorlogen, politieke instabiliteit en natuurrampen zijn van invloed op keuzes van toeristische bezoekers.

Deeleconomie: 'Van bezit naar medegebruik' beïnvloedt het gedrag van de bezoekers met aanbod buiten de traditionele kanalen zoals op het gebied van overnachten (AirBnB) of transport (zoals deelfietsen). Ook in de watersportsector geldt dat met name de oudere bootbezitter overgaat naar huur in plaats van koop.

Influencers: Vooral jonge toeristen laten hun gedrag sterk afhangen van influencers. Zij kiezen hun bestemmingen, attracties, restaurants et cetera. op basis van bijvoorbeeld Instagram en Tiktok.

In 2018 presenteerde het Nederland Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) het *Perspectief 2030*, een landelijke visie op duurzame ontwikkeling van de bestemming Nederland en de veranderende rol van toerisme. Deze visie gaat ervan uit dat de invloed van toerisme op een bestemming zo positief mogelijk is: toerisme heeft niet alleen economische impact, toerisme heeft ook invloed op sociale factoren, het op peil houden van voorzieningen voor inwoners en leefbaarheid in steden en dorpen. Het plan werd in 2019 door de Tweede Kamer vastgesteld als stip op de horizon. Doel is dat iedere Nederlander profiteert van toerisme. Uitgangspunten voor de bestemming Nederland staan ook in deze visie centraal:

1. Balans in lusten en lasten van toerisme;
2. Aantrekkelijke bestemming;
3. Toegankelijk en bereikbaar;
4. Verduurzaming: leefomgeving met minder verspilling en vervuiling;
5. Een gastvrije sector: versterking van en een aantrekkelijke sector om in te werken.

Ook keken we over de grenzen, waarbij belangrijke input kwam van het United Nations World Tourism Organisation (UNWTO), de wereld toerisme organisatie. We gebruikten in de gesprekken met de klankbordgroep onder andere de 17 duurzame doelen die zij voor toerisme formuleerden (bijlage 1).

5. Toerisme, waar doen we het voor?

We verwoorden onze toeristische ambitie als volgt:

Welkom in onze stad, de plek waar we trots op zijn en die we graag jaarrond delen met onze bezoekers. Bezoekers die zich gedragen als gast, voor een dag(deel) of langer, en genieten van onze historie en onze voorzieningen.

Wij mogen wonen en werken in de Enkhuizen, maar dat recht is niet exclusief. Bezoekers mogen genieten van het historische decor waar wij dagelijks in verkeren. Ze gebruiken vanzelfsprekend onze voorzieningen; musea, havens en (veer)boten, winkels, restaurants, accommodaties en Sprookjeswonderland. Daarmee dragen ze bij aan een vitale stad. En natuurlijk verwachten we dat ze zich gedragen als welkome gast, met respect voor onze stad en haar bewoners. En, omdat we trots zijn op onze stad, gedragen wij ons als een goede gastheer: we voelen ons verantwoordelijk voor een fijn en veilig bezoek van onze gast. Dit doen we in de wetenschap dat wat goed is voor onze bezoekers, ook goed kan zijn voor onze inwoners.

Ons uitgangspunt wordt tegenwoordig omschreven als 'regeneratief toerisme': toerisme fungeert als hefboom om van een plek een florerende woon- en werkplek te maken. Toerisme draagt dus bij aan een mooiere, betere en aantrekkelijker stad voor iedereen en heeft een positieve kracht.



6. Toerisme in samenhang met andere beleidsambities

Diverse andere gemeentelijke beleidsterreinen hebben invloed op toerisme. Zo is het toerisme een belangrijke pijler in de Stadsvisie uit 2009 en de HERT Visie uit 2012 geweest. Een aantal actuele beleidsambities dat invloed heeft op het toerisme zijn:

- Horecavisie (2024): *samenwerken aan een mooie, leefbare en gezellige stad.*
- Evenementenvisie en beleidsregels (2024)
- Herziend Parkeer- en Verkeersontwikkelplan (2023): *werken aan een autoluwe stad met ruimte voor voetgangers.*
- Erfgoed als Vliegwielen (2022): *we dragen samen het verhaal van Enkhuizen uit.*
- Havenvisie. *De versie uit 2016 wordt in 2024 geactualiseerd.*
- Bouwstenen voor de omgevingsvisie van Enkhuizen (2021): we behouden een aantrekkelijk historisch centrum voor bewoners en bezoekers.

We zorgen ervoor dat de ambities van deze visie aansluiten bij bovengenoemde beleidsambities. Daarnaast wordt in 2024 de omgevingsvisie voor gemeenten Enkhuizen, Stede Broec en Drechterland opgesteld en aan het eind van 2024 vastgesteld. Hierin zijn de lange termijn ambities en doelen op het niveau van de drie gemeenten vastgelegd, waaronder gezamenlijke ambities en doelen voor recreatie en toerisme.

7. Enkhuizer Driehoek

We kiezen voor een uitwerking op basis van drie belangrijke onderdelen van het toerisme: bestemming, spelers en bezoekers. We bundelen deze drie in de Enkhuizer driehoek of het 'BSB' model waarin we de onlosmakelijke drie-eenheid benadrukken:



Bij de bestemming gaat het over Enkhuizen als de historische IJsselmeerstad, over openbare ruimte, voorzieningen, cultuur en historie, overnachtingsplekken maar ook over evenementen.

De bezoekers zijn de gasten die voor een paar uurtjes of een paar dagen, met bijvoorbeeld de fiets, boot of camper, onze stad bezoeken.

De spelers zijn de Enkhuizers zelf en de organisaties, ondernemers, gemeente, culturele instellingen.

8. Bestemming Enkhuizen

Enkhuizen is een historische stad met ruim 360 rijks- en 200 gemeentelijk monumenten, waaronder bijzondere objecten als de Drommedaris, het Stadhuis, Snouck van Loosenpark en de Westerkerk. De stad ademt nog steeds de sfeer van de 17e eeuw. Enkhuizen is echter niet de enige monumentale plek aan het IJsselmeer. Waarom zou je naar Enkhuizen gaan als het historische karakter niet onderscheidend genoeg is? Hier komen het Zuiderzeemuseum en Sprookjeswonderland in beeld: deze combinatie met de oude binnenstad en de havens maakt Enkhuizen uniek.

Er zijn daarnaast nog kansen om de historie van de zaadindustrie (seed valley) meer onder de aandacht van bezoekers te brengen. Museum Sow to Grow biedt samen met The Garden al een mooi aanbod en dit kan in de toekomst nog verder worden uitgebreid.

Ruimte voor de voetganger

De kracht van Enkhuizen ligt mede in de schaalgrootte. Het is een compacte stad waar alle bezienswaardigheden op loopafstand van elkaar liggen. Ook de haven en de overnachtingsaccommodaties liggen nabij het centrum. Vanuit deze gedachte benadrukken we onze wens voor een autoluwe binnenstad en bezoekers zoveel mogelijk aan de rand van de stad te laten parkeren. Bezoekers met auto verwijzen we naar de parkeerterreinen aan de rand van de stad. Daarnaast vermindert het de overlast voor bewoners van de binnenstad.

Als goed gastheer zorgen we bij deze maatregelen voor duidelijke, liefst uniforme bewegwijzering en meertalige informatie over waar bezoekers wel en niet mogen parkeren. Bij de inrichting van parkeerplaatsen houden we de gebruikers goed voor ogen: bijvoorbeeld ruime parkeerplekken en voldoende laadplekken voor elektrische auto's.

Fietsers zijn welkom in het centrum. In tegenstelling tot auto's willen we onderzoeken of we ruimte kunnen creëren voor het parkeren van fietsen in en nabij het centrum. Om te voorkomen dat er overal in de stad fietsen staan en er een rommelig beeld ontstaat, onderzoeken we of we parkeerplekken voor fietsers kunnen uitbreiden en/of verbeteren. Hierbij denken we aan veilige fietsenstallingen met mogelijkheden om de fietsaccu op te laden. Deze fietsenstallingen liggen langs of nabij de fietsknooppuntenroutes.

1. We bieden de voetganger ruimte in de binnenstad. We creëren parkeerplekken voor auto's buiten het centrum. We onderzoeken of we de faciliteiten voor het parkeren van fietsen in het centrum kunnen verbeteren.

Openbare ruimte en panden

Leegstaande panden, niet uniforme uitstallingen van winkels en terrassen en vuilnis op straat beïnvloeden de beleving van de stad negatief. De uitstraling van het stationsgebied werd ook meermaals benoemd in de gesprekken met de klankbordgroep. Dit gebied is dé toegangspoort voor bezoekers die per trein, boot en auto onze stad bezoeken. Met name in dit deel – vaak een eerste kennismaking met Enkhuizen – moeten toeristische bewegwijzering, informatievoorziening en verkeersveiligheid op orde zijn. Wanneer in de toekomst dit gebied wordt heringericht, is dit een aandachtspunt.

Andere onderwerpen die invloed hebben op de openbare ruimte en historische panden worden uitgewerkt in gemeentelijk beleid, zoals:

- De ambitie in de Horecavisie (2024) is om de uitstraling van terrassen een kwalitatieve impuls te geven.
- In het Afvalbeleidsplan (2023) is besloten dat in de toekomst ondergrondse afvalcontainers worden geplaatst in de binnenstad.
- Met het beleid Erfgoed als Vliegwiel (2022) wordt ingezet op passende invulling van monumenten.
- In het kader van klimaatadaptatie wordt gekeken hoe de openbare ruimte groener kan worden ingericht. Dit is nodig vanwege klimaatverandering (hittestress en wateroverlast). Het voordeel is dat meer groen ook bijdraagt aan een prettigere leefomgeving voor bezoekers en bewoners.

2. We zorgen voor uniforme toeristische bewegwijzering in Enkhuizen, ondergrondse afvalcontainers in de binnenstad, passende invulling van leegstaande monumenten.

Winkels

Het fysieke winkelen en de levendigheid in de winkelstraten staan ook in Enkhuizen onder druk. Winkeliers doorbreken dit onder andere door het organiseren van allerlei evenementen. Ook zorgen zij voor een gezellige sfeer dankzij verlichting in de winter en bloembakken in de zomer.

De behoefte en het gedrag van de consument veranderen wel en dit heeft impact op het winkelaanbod. Om een levendig winkelgebied te behouden, wordt in 2024 een onderzoek gestart naar toekomstbestendigheid van het gebied. De huidige regels in het bestemmingsplan voor het kernwinkelgebied worden tegen het licht gehouden. Ook het monumentaal erfgoed is een belangrijk onderdeel van het onderzoek, omdat een groot deel van de panden in de winkelstraat monumenten zijn.

3. We starten een onderzoek naar de toekomstbestendigheid van het kernwinkelgebied.

Overnachten

Gezien vanuit het toeristisch belang voor Enkhuizen is het aantal overnachtingsaccommodaties beperkt en de beddenvoorraad aan de lage kant (ligplaatsen havens niet meegeteld). In de wetenschap dat juist verblijfsbezoekers graag geziene gasten zijn, bieden we ruimte voor nieuwe



accommodaties, zeker in het luxere segment. Zo zetten we de deur open voor de ontwikkeling van een middelgroot hotel voor zowel zakelijk als toeristisch (jaarrond) verblijf. De ontwikkeling van Europarcs draagt bij aan jaarrond bezoek. Voor alle nieuwe ontwikkelingen geldt dat we graag accommodaties zien die passen bij het karakter van Enkhuizen.

Door de beperkte ruimte is er geen plek voor ontwikkeling van nieuwe campings. In de nabije omgeving zijn er echter voldoende (kampeer)mogelijkheden. Gasten met een camper zijn welkom. Wij verwijzen campers actief naar de reeds aanwezige campings in Enkhuizen. Ook hier geldt: goede bebording voor campers, met juiste meertalige informatie in combinatie met actuele informatie via de onlinekanalen en de fysieke (VVV) store, is essentieel voor goed gastheerschap. Campergasten weten dan beter waar zij wel en niet terecht kunnen voor een- of meerdaags bezoek en komen niet voor onaangename verrassingen te staan (handhaving of parkeerboetes).

Particuliere verhuur van woningen voor korte vakantie leidt in veel gemeenten tot problemen: bijvoorbeeld onttrekking van woonruimte en overlast door bezoekers. Zo niet in Enkhuizen. Door de beperkte omvang, verwachten we niet dat dergelijke problemen hier gaan ontstaan. We zien ruimte voor uitbreiding van het aantal particuliere accommodaties in de vorm van een B&B, mits het aan de regels van het omgevingsplan voldoet.

De havens

De investeringen in de voorzieningen en ligplaatsen voor met name riviercruises blijken lonend. We zien groei in het aantal reserveringen. De aantrekkelijke monumentale stad in combinatie met goede faciliteiten leidden tot een aantal aankomsten dat past bij Enkhuizen. Omdat kans bestaat dat een verdere groei op termijn kan leiden tot een negatieve waardering bij bewoners en ondernemers, voeren we samen met de gemeente Medemblik en Hoorn in 2024 onderzoek uit naar de omvang en toekomstbestendigheid van de riviercruisevaart.

De historische zeilvaart (bruine vloot) is onlosmakelijk met Enkhuizen verbonden. De schepen versterken het historisch karakter van onze stad. Wij blijven een aantrekkelijke haven voor deze schepen door behoud van het huidige voorzieningenniveau in de havens.

De veerdiensten met een halteplaats in Enkhuizen zorgen voor een mooie en passende stroom bezoekers. De bereikbaarheid over water past ook bij onze gewenste uitstraling als stad aan het IJsselmeer. We blijven de veerdiensten faciliteren zoals we dat nu doen.

De individuele watersporter is een graag geziene gast. Zowel tijdelijke als vaste liggers kiezen voor Enkhuizen vanwege aantrekkelijke havens en het historische decor. Hoewel de watersportsector de laatste jaren een groei doormaakte, zien we dat het aantal bezoekers licht afneemt. Om onze positie als aantrekkelijke watersportbestemming te behouden, moet de kwaliteit van de ligplaatsen en havens op peil blijven. Als gemeente hebben we daarbij voor onze eigen haven een directe verantwoordelijkheid, maar we trekken graag op met de andere havens in Enkhuizen. Alleen dan realiseren we een mooie Enkhuizen-beleving voor gasten van alle havens. In de loop van 2024 / 2025 wordt de nieuwe Havenvisie aan de gemeenteraad voorgelegd, daarin zullen de genoemde onderwerpen zijn uitgewerkt.

4. We actualiseren in 2024 / 2025 de Havenvisie van 2016

Cultureel en historisch aanbod

Enkhuizen is een historische stad aan het water. Dit is een belofte die we ook waar moeten maken naar de bezoeker. Goed onderhoud van het historische aanbod is dan een randvoorwaarde, zoals we al eerder schreven. Maar geschiedenis is meer dan alleen monumentale panden. Het gaat om het verhaal. Om de beleving voor de bezoekers te verbeteren, willen we de monumentale binnenstad en omgeving 'laten spreken'. Dit is ook één van de speerpunten uit het Erfgoedbeleid. De kroniekborden, per 2024 vernieuwd en omgedoopt naar de *Canon van Enkhuizen*, zijn daar

een voorbeeld van. We blijven zoeken naar een manier om ons verhaal meertalig te ontsluiten. Hierbij denken we aan interactieve, digitale oplossingen.

Beleving van erfgoed en historie is ook mogelijk door nieuwe functies aan het erfgoed toe te voegen. Een nieuwe bestemming, zoals hotelaccommodatie in een kerk of een restaurant in een monument, draagt direct bij aan beleving en behoud van het erfgoed. Daarnaast kan het, periodiek, openstellen van monumentale panden zorgen voor een betere beleving. Aandachtspunt is hoe we bezoekers een (vrijwillige) bijdrage kunnen laten geven die dan weer ten goede komt aan onderhoud.

In de wintermaanden is de aantrekkingskracht van Enkhuizen beperkt. Watersporters zijn er (bijna) niet en het Zuiderzeemuseum (buitenmuseum) en Sprookjeswonderland sluiten in de periode januari tot en met maart.

In deze periode kan er gekeken worden naar nieuwe samenwerkingen, zoals pop-up tentoonstellingen in leegstaande panden in samenwerking met bijvoorbeeld het Westfries- of Zuiderzeemuseum. Ook op andere locaties, zoals Sow to Grow en De Drom, willen we kijken wat er mogelijk is.

5. We kijken nadrukkelijk naar samenwerkingen in het cultureel en historisch aanbod in het laagseizoen.

Evenementen

Evenementen zijn niet alleen een middel om bezoekers aan te trekken, ze hebben ook een functie voor onze bewoners. Een gevarieerd evenementenaanbod draagt bij aan een aantrekkelijke woon-, werk- en bezoekstad. Het huidige aanbod krijgt een ruime voldoende, maar er is ruimte voor verbetering. Enerzijds lijkt er behoefte te zijn aan meer evenementen gericht op jongeren en/of muziek, anderzijds kunnen sommige evenementen volgens de uitkomsten van de bewonersenquête een kwaliteitsimpuls gebruiken.

Vanuit toeristisch perspectief zijn er kansen en dan met name voor evenementen in de wintermaanden. Het *Pietendorp* en *Zuiderzeelicht* in het Zuiderzeemuseum maar ook de openstelling van Sprookjeswonderland in december en begin januari, tonen aan dat bezoekers genegen zijn om in die periode naar Enkhuizen te komen.

Vanuit bestaande regelingen kunnen we evenementorganisatoren faciliteren in voorzieningen en/of subsidie voor initiatieven in het laagseizoen waarmee de winterprogrammering een duwtje in de rug krijgt. Het gaat dan om events die passen bij Enkhuizen, kwalitatief zijn en onderscheidend. Wij denken onder meer aan een licht(sculpturen) route in het oude centrum en havengebied. Ook een winters foodevent is kansrijk en aantrekkelijk voor (regio)bewoners en bezoekers. In 2024 wordt het Evenementenbeleid opgesteld en aan de gemeenteraad voorgelegd. De uitgangspunten worden hierin meegenomen.

6. We stellen Evenementenbeleid vast in 2024.



Naast een aanvulling op de evenementenkalender in de winterperiode is er, ter versterking van het profiel als stad aan het water, behoefte aan (meer) maritieme evenementen. Daarbij wordt er met een schuin oog gekeken naar bijvoorbeeld de Sail manifestaties in Den Helder of Harlingen. Ook meer (historische) zeilwedstrijden worden genoemd. Een goede verbinding met de stad is dan belangrijk. Ook is er ruimte voor andere sportevenementen. Als gemeente laten we dit graag over aan de markt en kijken we per mogelijkheid of en zo ja hoe we de initiatieven ondersteunen.

7. Samen met Marketing Enkhuizen verleiden we organisatoren het aanbod aan evenementen in Enkhuizen uit te breiden, vooral in het laagseizoen én evenementen met een sport- en maritiem karakter.

Verbindingen

Enkhuizen is een aantrekkelijke stad met een mooi aanbod aan voorzieningen, winkels, horeca en monumenten. We denken echter dat de verbinding tussen al dat moois beter kan. Het versterken van wandelverbindingen tussen Sprookjeswonderland, Enkhuizer Zand, het Zuiderzeemuseum, havens en binnenstad draagt bij aan een betere beleving door bezoekers. Daarnaast verwachten we dat het bestedingen stimuleert en er meer ondernemers van het toerisme kunnen profiteren.

We willen enkele routes ontwikkelen waarbij niet de kortste, maar aantrekkelijkste weg leidend is. We laten ons daarbij inspireren en begeleiden door de reeds aanwezige knooppuntensystemen voor fietsers (Fietsknooppuntensysteem) en wandelaars (Wandelroutenetwerk). De routes worden fysiek zichtbaar. Hierbij denken we niet alleen aan bordjes maar andere manieren die zichtbaar zijn en weinig onderhoud vergen. Het doel is dat iedereen er makkelijk gebruik van kan maken (ook digitaal). Verder brengen we de bestaande bewegwijzering voor voetgangers op orde.

Niet alleen binnen de stad zijn verbindingen belangrijk, maar ook voor de veerdiensten van en naar Enkhuizen. Wij bieden ruimte en voorzieningen aan de veerdiensten naar Urk, Stavoren en Medemblik. We beschouwen dit verder als voorzieningen die primair commercieel worden ingevuld.

8. Met fysieke maatregelen gidsen we de bezoeker beter door de stad en verbinden we het Zuiderzeemuseum en Sprookjeswonderland met het centrum.

Ecotoerisme

De balans tussen de positieve en negatieve effecten van toerisme wordt steeds belangrijker. Toerisme draagt bij aan de lokale economie en positieve ervaringen en belevingen van de lokale bewoners en de toerist. Tegelijk we willen voorkomen het een te grote negatieve impact achter laat op de natuur en maatschappij.

In alle keuzes die we maken, kijken we hoe we aanhaken op relevante duurzame ontwikkelingsdoelen van wereldtoerisme organisatie 'United Nations World Tourism Organization' (UNWTO). Dat kunnen keuzes zijn, zoals duurzame groene walstroom en ledverlichting in de openbare ruimte. Maar ook zorgen we voor meer groen in de stad, in het kader van klimaatadaptatie.

Ook hebben we oog voor duurzame ontwikkeling in sociaal-maatschappelijke zin: toerisme, evenementen en vrijetijdsvoorzieningen dragen bij aan ontmoeting en maatschappelijke binding in Enkhuizen.

9. Bezoekers van Enkhuizen

Enkhuizen is een stad waar elke bezoeker zich welkom moet voelen: zakelijk of toeristisch, voor een dag(deel) of meer dagen. Dat laat onverlet dat we keuzes maken op welke bezoeker we actief inzetten. Vanuit marketingperspectief, maar ook qua voorzieningen en het toeristisch aanbod.

Met deze visie zetten we actief in op:

- De 50+ bezoekers die interesse hebben in de cultuurhistorie van Enkhuizen en bij voorkeur ook meerdere dagen in Enkhuizen verblijven. Dit is de groep die ook de tijd heeft om de stad te verkennen. Een ander kenmerk is dat deze groep veelal met de fiets Enkhuizen en omgeving bezoekt.
- De watersporter/zeiler, weliswaar minder direct geïnteresseerd in cultuurhistorie, maar wel graag gebruikmakend van diverse voorzieningen in de havens en de binnenstad.
- Jonge gezinnen en hun (groot)ouders. Met Sprookjeswonderland, het Zuiderzeemuseum en andere musea beschikken we over diverse trekkers voor deze specifieke groep. In combinatie met (de ontwikkeling van) Europarcs is Enkhuizen straks een prima plek voor een drie-generatie-vakantie (opa/oma, kinderen, kleinkinderen).

9. Iedereen is welkom, maar we zetten vooral in op individuele watersporter, cultuurhistorisch geïnteresseerden en driegeneratie-vakanties.



De bezoeker uit de regio

Een deel van het bezoekerspotentieel voor Enkhuizen ligt in de eigen regio. Hierbij maken we onderscheid tussen de regiobewoner en de toerist die elders in Westfriesland verblijft.

- Bij de regiobewoners is de kans op herhaalbezoek na een prettige bezoekervaring groot. We denken dat, naast het reguliere aanbod, vooral onderscheidende evenementen aan herhaalbezoek kunnen bijdragen evenals hoogwaardige horeca en een divers en kwalitatief winkelaanbod.
- Voor de bezoekers van campings, vakantieparken, B&B en hotels in Westfriesland is Enkhuizen een aantrekkelijk 'dagje uit'. Samen met Marketing Enkhuizen en de andere

10. Enkhuizen is een onderdeel van een groter toeristisch product: Westfriesland. We zetten in op goede een wisselwerking met de regio.

Er zijn ook doelgroepen die Enkhuizen met 'bijzonder vervoer' bereiken. Regelgeving en voorzieningen vanuit de gemeente hebben direct invloed op de hoeveelheid bezoekers. Daarom gaan we hier apart op in enkele groepen.

Camperaars

De camperaar bezoekt Enkhuizen vooral voor de cultuurhistorie en komt vanuit vele windstreken. Waar camperaars vaak apart worden benoemd en er voor hen aparte voorzieningen worden getroffen, beschouwen wij ze als elke andere welkome bezoeker. Dat betekent dat kampeerauto's overdag op de parkeerplaatsen aan de stadsranden kunnen staan. Camperbezitters bezoeken lopend of per fiets het centrum. Camperaars die willen overnachten maken gebruik van officiële standplaatsen op campings en kampeerplekken in de omgeving. In de uitwerking van het Parkeer- en Verkeersontwikkelplan onderzoeken we of er ruimte voor campers gereserveerd kan worden voor dagbezoek op de nieuwe parkeerlocaties aan de rand van de stad (in verband met grotere afmeting van een camper).

11. We onderzoeken of er ruimte voor campers gereserveerd kan worden voor dagbezoek op de nieuwe parkeerlocaties aan de rand van de stad.

Historische zeilvaart

De historische zeilvaart past bij het karakter van Enkhuizen als nautische historische stad. Door onze uitstekende voorzieningen maken historische zeilschepen in grote mate gebruik van onze haven als op- en afstapplaats of als pleisterplaats. De schepen zorgen voor een mooie sfeer en uitstraling in de havens zowel in de zomer, als in de winter. De schepen hebben een diversiteit aan gasten aan boord. De (jonge) gasten van de bruine vloot schepen zorgen voor levendigheid in de stad. Daarnaast zijn diverse nautische bedrijven uit Enkhuizen en omgeving een belangrijke toeleverancier voor historische zeilvaart. We zetten dan ook in op behoud van huidige voorzieningen en blijven deze bezoekersgroep van harte welkom heten in Enkhuizen.

Riviercruises

De investeringen die we hebben gedaan in voorzieningen voor de riviercruiseschepen hebben geleid tot een grote groei van het aantal aankomsten. Ook zijn de gasten over het algemeen geïnteresseerd in onze cultuur en de historie van de stad. Kortom: de doelgroep waar wij ons op willen richten. Toch is het beeld bij inwoners en ondernemers ontstaan dat deze gasten weinig besteden in de stad, omdat er veel aan boord wordt genoten. Ook draaien de schepen volop op fossiele brandstoffen, iets wat niet past bij het ecotoerisme.

Voor het Zuiderzeemuseum is de riviercruisemarkt echter cruciaal. Ook zijn er ondernemers die zich wel specifiek richten op deze groep bezoekers, bijvoorbeeld door het aanpassen van openingstijden. Om een besluit te nemen of de gemeente in de toekomst de voorzieningen van riviercruises wil uitbreiden is nader onderzoek nodig. Het voornemen is om dit onderzoek samen met Medemblik en Hoorn op te pakken.

In de tussentijd blijven we ons inzetten om de bezoekers te verleiden meer van Enkhuizen te genieten. We geven Marketing Enkhuizen het voortouw om samen met de havens en lokale ondernemers in overleg met de rederijen te kijken hoe we dit kunnen realiseren.

12. We starten een onderzoek met de gemeente Hoorn en Medemblik over de toekomst van de riviercruisevaart.

Bezoekersinformatie

Wie komt er naar Enkhuizen? Wanneer komen ze? Waar komen ze vandaan? Waarom komen ze en wat geven ze uit? Het zijn relevante vragen die we niet zomaar kunnen beantwoorden. Via Marketing Enkhuizen, de havens en ondernemers en onze eigen gegevens, weten we veel. In algemene zin is de bezoeker wat ouder (60+), reist in koppels en komt voor het cultuurhistorisch aanbod en decor van Enkhuizen. Om door te ontwikkelen als toeristische bestemming en te kunnen anticiperen op trends en ontwikkelingen, hebben we meer bezoekersinformatie nodig. Marketing Enkhuizen werkt daarom aan een zogeheten 'dashboard': een online omgeving waar feiten en cijfers over de bezoekers worden weergegeven. Datgene wat al beschikbaar is, ontsluiten we voor de partijen die hier interesse in hebben, zoals startende ondernemers die zich in Enkhuizen willen vestigen.

Ook willen we periodiek kwalitatief onderzoek doen onder bezoekers. We zoeken daarvoor samenwerking met onderwijsinstellingen, sluiten aan bij relevante onderzoeken vanuit partijen als NBTC en de Landelijke Data Alliantie en zoeken naar samenwerking in de regio. De coördinerende rol leggen we bij Marketing Enkhuizen.

13. We willen meer weten over onze bezoekers en zetten in om op een slimme wijze, structureel relevante data te verzamelen.

10. De spelers

Er zijn veel partijen die het toeristisch veld bespelen. Toerisme is een samengesteld product, een ketting die zo sterk is als de zwakste schakel. Niet voor niets zijn veel spelers bij deze visie betrokken. Van het enorme palet aan ondernemers, bewoners, culturele instellingen, organisaties en gemeente lichten we er een aantal uit.

De aanbieders

Vele partijen maken, al dan niet voor een deel, de bestemming Enkhuizen. Een kwalitatief en gevarieerd aanbod van horecabedrijven, winkels, havens, musea en accommodaties is een voorwaarde voor een florerende stad.

Er zijn twee aanbieders die we specifiek willen benoemen gezien het grote belang dat zij voor toeristisch Enkhuizen hebben: Zuiderzeemuseum en Sprookjeswonderland. Door het Zuiderzeemuseum onderscheidt Enkhuizen zich van andere historische steden. Het museum is een 'reason to go' en de stad profiteert van de museumbezoekers. Als we er in slagen de eerdergenoemde genoemde verbindingen te leggen, neemt dit profijt alleen maar toe. Door als gemeente de genoemde initiatieven, zoals pop-up locaties en winterse evenementen, te faciliteren en te stimuleren, ondersteunt dit het museum bij het aantrekken van meer bezoekers in het laagseizoen.

Ook Sprookjeswonderland noemen we specifiek. Weliswaar past het niet geheel bij de profilering van Enkhuizen als historische stad aan het water, het sprookjespark is wel een 'reason to go'. Dit is echter seizoensgebonden. De initiatieven voor winteropening worden door ons toegejuicht. Het zou mooi zijn als evenement-organisatoren programmeren aansluitend op en/of in samenwerking met Sprookjeswonderland. Dan ontstaat een effect dat partijen elkaar nadrukkelijk versterken. Daarnaast willen we met wandel- en fiets routes de verbinding leggen met de binnenstad.

Samenwerkende partijen

Enkhuizen is collectief goed georganiseerd. Er zijn verschillende partijen die optreden als vertegenwoordigers van (samenwerkende) partijen zoals de winkeliersvereniging, ondernemersvereniging, de lokale afdeling van Horeca Nederland en de Stichting Ondernemersfonds Enkhuizen. Deze partijen komen samen in de Ondernemers Federatie Enkhuizen. Deze laatste is en blijft een belangrijke gemeentelijke gesprekspartner.

In het Toeristisch Platform Enkhuizen komen toeristische spelers regelmatig bij elkaar om ontwikkelingen te bespreken. Als gemeente faciliteren wij het platform en nemen er actief aan deel. Daarnaast is het zinvol als het platform tenminste eenmaal per jaar een georganiseerd inhoudelijk overleg heeft met gemeenteraadsleden. Het verbetert niet alleen onderling begrip, maar draagt ook bij aan daadwerkelijke (gezamenlijke) activiteiten. En dat sluit weer aan bij de uitgangspunten van regeneratief toerisme.

In algemene zin willen we in deze samenwerkingen meer inhoudelijke aspecten bespreken. Bij de totstandkoming van deze visie is dit waardevol gebleken. We willen meer in gezamenlijkheid bepalen wat we willen, hoe we dat willen bereiken en wie daarin welke rol heeft. We hebben daarbij respect voor ieders positie.

14. We stellen voor om jaarlijks een bijeenkomst te houden voor het Toeristisch Platform Enkhuizen en gemeenteraadsleden.

Marketing Enkhuizen

De Stichting Marketing Enkhuizen maakt sinds de start in 2019 een positieve ontwikkeling door.

beschouwen de stichting als belangrijke speler om Enkhuizen op de kaart te zetten. Het fysieke informatiepunt (VVV) en de marketing worden breed gewaardeerd. Verder is de stichting een belangrijke verbinder tussen gemeente en ondernemers.

Samen met het Ondernemersfonds leggen we meerjarige afspraken met Marketing Enkhuizen vast voor in ieder geval de taken: gastheerschap, stadspromotie, evenementen coördinatie en Westfriese samenwerking.

Doorontwikkeling in de toekomst is mogelijk. We denken onder andere aan:

- het informatiepunt (VVV) op een vaste plek te vervangen voor flexibelere vormen zoals welkomteams.
- de marketing activiteiten uit te breiden naar citymarketing. Bij citymarketing profileer je de stad niet alleen voor bezoekers, maar ook voor bewoners en bedrijven. We willen in gesprek met Marketing Enkhuizen een afweging maken en in beeld brengen wat daar de eventuele kosten van zijn.
- het opzetten van een toekomstig regionale marketing organisatie voor Westfriesland. Dit biedt kansen om uitvoering van activiteiten verder te professionaliseren en nieuwe rollen toe te voegen. We ondersteunen deze ontwikkeling alleen als we een duidelijke meerwaarde zien voor de lange termijn.

Voor deze doorontwikkelingen geldt dat hierin een keuze gemaakt moet worden en dat de stichting, als zelfstandig rechtspersoon, daarbij in de lead is.

15. Samen met Marketing Enkhuizen kijken we hoe zij vanuit hun positie invulling kunnen geven aan onderdelen van deze visie die aansluiten bij hun taken en bij de financiële mogelijkheden.

11. Gemeente Enkhuizen

Het traject voor deze visie toont aan dat er breed draagvlak is voor toerisme in Enkhuizen. Met deze meerjarige visie leggen we dat als gemeente ook vast en we geven richting. Dat helpt ons en andere spelers in het toeristisch veld.

Onze eigen positie in het toeristisch domein is divers. Zo zijn we onderdeel van het toeristisch product, bijvoorbeeld met de havens, de openbare ruimte en het realiseren van een vakantiepark. We gaan over regelgeving, relevant bij onder meer het parkeerbeleid. Daarnaast dragen we als gemeente financieel bij, zoals aan Marketing Enkhuizen.

Duidelijk is dat een succesvolle uitvoering van deze toeristische visie alleen mogelijk is door samen te werken met de spelers zoals ondernemers en culturele partijen. Verder moeten we blijven luisteren naar onze bezoekers en vooral bewoners; de regeneratieve aanpak van toerisme.

We denken dat het zinvol is om op de diverse aspecten uit deze toeristische visie en het activiteitenplan inzichtelijk te maken wat onze gemeentelijke rol is. Duidelijkheid over onze rol(len), versterkt het wederzijds begrip tussen de spelers.

Financiën

Bezoekers van Enkhuizen genereren inkomsten voor ons als gemeente. We blijven ervoor kiezen om zowel de verblijfs gast als de dagbezoeker te belasten. Deze tweeledige aanpak past bij de mix van dag- en verblijfsbezoekers die we ontvangen. De inkomsten die we genereren komen ten goede aan de inwoners van Enkhuizen, in lijn met de gedachte dat toerisme moet bijdragen aan welzijn en welvaart voor onze bewoners. Dat betekent dat de gelden niet direct worden bestemd voor toeristische doelen. Daar waar we dat wel, direct of indirect doen, moeten we dat beter inzichtelijk maken. Onze investeringen in bijvoorbeeld historisch erfgoed, cultuur en onderhoud komen ten goede aan zowel bewoners als bezoekers.

16. De inkomsten van zowel dag- als verblijfsbezoekers worden ingezet voor welvaart en welzijn van onze inwoners. We leggen beter uit hoe de toeristische inkomsten worden besteed.

Wel willen we nadenken over een differentiëring van de bezoekersheffingen en willen de mogelijkheden nader onderzoeken met als uitgangspunt te komen tot een evenredige systematiek. Er zijn verschillende aandachtspunten voor het onderzoek. We kijken specifiek naar de particuliere watersporter die overnacht in onze havens. De belasting voor deze graag geziene gast vormt, zeker met vier personen per jacht, een onevenredig deel van hun overnachtingstarief. Of het mogelijk is om lager tarief voor deze groep te hanteren, wordt onderzocht. Voor passagiers van in ieder geval de riviercruiseschepen zou juist een hoger tarief kunnen worden gerekend. De gemakkelikhedenretributie geldt nu alleen voor bezoekers van Sprookjeswonderland en het Zuiderzeemuseum. Hierover worden in 2024 opnieuw afspraken gemaakt.

17. Er komt een onderzoek naar een meer evenredige aanpak voor toeristische heffingen voor zowel dag- als verblijfsbezoek.



12. Actieprogramma 2024 – 2026

De toeristische beleidsvisie ‘Welkom in Enkhuizen’ geeft duidelijkheid over de richting die we als gemeente kiezen. We zien toerisme vooral als kans die bijdraagt aan welzijn en welvaart voor onze bewoners en ondernemers. In onze aanpak gaan we uit van de Enkhuizer driehoek: bestemming, bezoekers en spelers. Hierin komt alles samen. De stip op de horizon hebben we vertaald in concrete actiepunten voor de komende twee jaar. Daarbij hebben we nadrukkelijk rekening gehouden met de capaciteit en (financiële) mogelijkheden die we als gemeente hebben.

We realiseren ons ook dat je ‘het ijzer moet smeden als het heet is’. In het traject om de visie te ontwikkelen, hebben we nadrukkelijk samengewerkt met ondernemers, bewoners, culturele instellingen en vertegenwoordigende organisaties en dat heeft veel extra inzicht gegeven. Voor dit actieprogramma hebben we dan ook goed geluisterd en gebruik gemaakt, binnen onze kaders, van de input. Waar kunnen we snel op schakelen of tenminste die maatregelen nemen die op langere termijn kunnen bijdragen aan het realiseren van onze doelen?

De opzet van het actieprogramma sluit aan bij de opbouw van onze visie met een onderverdeling in bestemming, bezoekers en spelers (inclusief gemeente). Eind 2026 evalueren wij deze visie en actieprogramma. Aan de gemeenteraad wordt de evaluatie voorgelegd met een actieprogramma voor 2027 tot en met 2030.

BESTEMMING		
Actie	Wanneer starten?	Wie is trekker?
1. We bieden de voetganger ruimte in de binnenstad. We creëren parkeerplekken voor auto's buiten het centrum. We onderzoeken of we de faciliteiten voor het parkeren van fietsen in het centrum kunnen verbeteren.	2025 - 2028	Gemeente (beleid verkeer).
2. We zorgen voor uniforme toeristische bewegwijzering in Enkhuizen, ondergrondse afvalcontainers in de binnenstad, passende invulling van leegstaande monumenten.	2024	Gemeente (beleid economie, afval, erfgoed).
3. We starten een onderzoek naar de toekomstbestendigheid van het kernwinkelgebied.	2024	Gemeente (beleid economie, erfgoed).
4. We actualiseren de Havensvisie van 2016.	2024 - 2025	Gemeente (beleid vastgoed).
5. We kijken nadrukkelijk naar samenwerkingen in het cultureel en historisch aanbod in het laagseizoen.	2024	Gemeente (beleid economie), Stichting Marketing Enkhuizen, Ondernemersverenigingen.

6. We stellen Evenementenbeleid vast	2024	Gemeente (beleid OOV)
7. We verleiden organisatoren het aanbod aan evenementen in Enkhuizen uit te breiden, vooral in het laagseizoen én evenementen met een sport- en maritiem karakter.	2024	Stichting Marketing (beleid economie en openbare orde en veiligheid).
8. Met fysieke maatregelen gidsen we de bezoeker beter door de stad en verbinden we het Zuiderzeemuseum en Sprookjeswonderland met het centrum.	2025	Gemeente Enkhuizen (beleid Economie, verkeer)

BEZOEKERS

Actie	Wanneer starten?	Wie is trekker?
9. Iedereen is welkom, maar we zetten vooral in op individuele watersporter, cultuurhistorisch geïnteresseerden en driegeratie-vakanties.	2024	Gemeente Enkhuizen (beleid economie), Stichting Marketing Enkhuizen, ondernemers, (culturele) organisaties.
10. Enkhuizen is een onderdeel van een groter toeristisch product: Westfriesland. We zetten in op goede een wisselwerking met de regio.	2024 - 2024	Gemeente Enkhuizen (beleid economie), Stichting Marketing Enkhuizen.
11. We onderzoeken of er ruimte voor campers gereserveerd kan worden voor dagbezoek op de nieuwe parkeerlocaties aan de rand van de stad.	2024 - 2028	Gemeente Enkhuizen (beleid verkeer).
12. We starten een onderzoek met de gemeente Hoorn en Medemblik over de toekomst van de riviercruisevaart.	2024	Gemeente Enkhuizen (beleid economie).
13. We willen meer weten over onze bezoekers en zetten in om op een slimme wijze, structureel relevante data te verzamelen.	2024 - 2025	Stichting Marketing Enkhuizen.

SPELERS

Actie	Wanneer starten?	Wie is trekker?
14. We stellen voor om jaarlijks een bijeenkomst te houden voor het Toeristisch Platform Enkhuizen en gemeenteraadsleden.	Vanaf 2024	Gemeente Enkhuizen (beleid economie), Toeristisch Platform Enkhuizen.
15. Samen met Marketing Enkhuizen kijken we hoe zij vanuit hun positie invulling kunnen geven aan onderdelen van deze visie die aansluiten bij hun taken en bij de financiële mogelijkheden.	2024	Stichting Marketing Enkhuizen.
16. De inkomsten van zowel dag- als verblijfsbezoekers worden ingezet voor welvaart en welzijn van onze inwoners. We leggen beter uit hoe de toeristische inkomsten worden besteed.	2024	Gemeente Enkhuizen (beleid economie).
17. Er komt een onderzoek naar een meer evenredige aanpak voor toeristische heffingen voor zowel dag- als verblijfsbezoek.	2024 - 2025	Gemeente Enkhuizen (beleid belastingen).

Bijlage I



Duurzame ontwikkelingsdoelen van de United Nations World Tourism Organisation