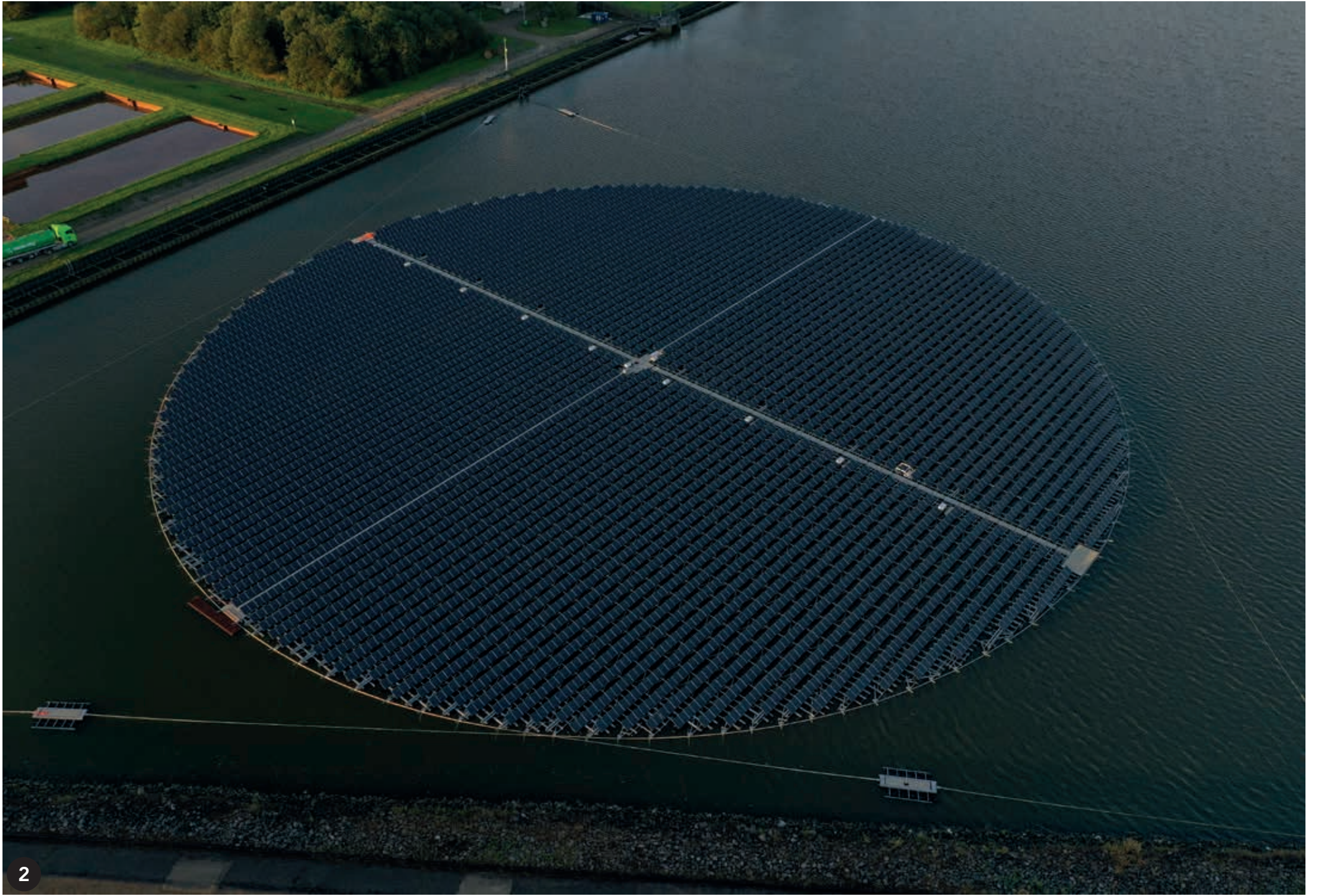


# De Noord-Hollandse IJsselmeerkust

*Onderzoek naar de identiteit*





# Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. De opdracht en perspectiefkeuze	6
3. Place Branding volgens IMA	12
4. Ambities voor het gebied	14
5. De IMA CPWW-index	20
6. De CPWW-score voor de Noord-Hollandse IJsselmeerkust	28
7. Gebiedsbeschrijving Noord-Hollandse IJsselmeerkust	34
8. Conclusies Noord-Hollandse IJsselmeerkust	42
9. Het Marketing Landscape van de Noord-Hollandse IJsselmeerkust	50
10. Doorkijkje naar 'Nieuw West-Friesland'	56
11. Fotoverantwoording	60

# 1. Inleiding



Het is een wereld van verschil of je een havenplaats binnenkomt vanaf het land of via het water. Elke zeiler kan dat beamen. Vanaf je boot, omringd door een oneindige plas water, ziet de kuststrook in de verte er vaak eenduidig uit. Het is een lange aaneengesloten strook land. Vaar je dichterbij dan verandert het beeld natuurlijk wel degelijk, maar het gevoel dat je één gebied nadert gek genoeg niet.

Als je losgooit in een van de mooie Friese steden als Stavoren, Hindeloopen of Makkum en je zeilt over die soms verraderlijke steile golven richting de Noord-Hollandse

IJsselmeerkust doemt er vanaf het water in de verte een gevarieerd kustlandschap op.

Als je halverwege Stavoren-Medemblik, ter hoogte van eiland de Kreupel, de zeilen even strijkt en goed om je heen kijkt zie je links de contouren van Enkhuizen met de havens, de kerktorens en de historische poort de Drommedaris.

Als je verder naar rechts kijkt volgt een wat kronkelende dijk. En dan is daar plotseling 'buitengaats' de gebogen strekdam zichtbaar van het mondaine Regatta Center Medemblik. De hoge masten van de zeiljachten dansen

heen en weer op de wind. Een flink contrast met de robuuste vormen van Kasteel Radboud eraast dat bijna acht eeuwen oud is.

Draai je je hoofd nog verder naar rechts dan zie je zover het oog reikt een kaarsrechte dijk met daarachter het grote niets. Een leeg weids landschap. Met akkers tot aan de horizon. De verbindende factor in het beeld is het water van het IJsselmeer. Het blauwe hart van Nederland, dat hier overigens vaak die typische groene IJsselmeerkleur heeft. Je ziet een gevarieerd landschap aan de kust maar die grote waterplas geeft je het gevoel dat het gebied een geheel is.

Vrijwel elke kust waar ook ter wereld roept dat gevoel op.

Wie met de auto over het land door het gebied rijdt, ziet hele andere beelden en ervaart het als een gebied met incidenten. Stel je rijdt vanuit Friesland over de Afsluitdijk naar de Noord-Hollandse IJsselmeerkust en slaat meteen aan het eind van de dijk linksaf. Via gemaal Leemans over de Noorderdijkweg. Na het groene Robbenoordbos beland je in een vlak landbouwgebied. Hier is iedere boerderij hetzelfde en ook de windmolens lijken allemaal uit dezelfde fabriek te komen. Een eenvormig landschap. Het kost daardoor moeite



4

om je te oriënteren langs de dijk. Alles lijkt zo op elkaar. Het zijn de incidenten zoals de haven van Oude Zeug die het ritme iets doorbreken. Dat gevoel van eindeloosheid eindigt pas als je bij Gemaal Lely na een korte draai over de Westfriese Omringdijk bij Medemblik West-Friesland inrijdt. Hier begint de bewoonde wereld weer. Zo voelt het.

Hier ervaar je meteen de reuring in de havens van Medemblik, de drukte in het Regatta Center en verderop passeer je het oude stoomgemaal Vier Noorder Koggen. Dat ligt in een bijzonder gebied. Voor de deur van het oude gemaal liggen buitendijks zogeheten 'vooroevers'. Die zijn nieuw aangelegd en vormen een natuur- en recreatiegebied voor watersporters. De dijkweg volgt hier een veel grilliger patroon dan de strakke eindeloze dijk tussen Den Oever en Medemblik. Kijk je landinwaarts dan zie je een gevarieerd landschap met dorpjes, boerderijen, recreatie- en bedrijventerreinen en natuurgebieden.

En buitengaats passeer je naast de vooroevers de jachthaven van Andijk, een flinke haven met honderden ligplaatsen. Zo'n vijf kilometer verderop langs het water staat dan plotseling een bijzondere 'fabriek', aan de rand van een paar grote spaarbekkens. Dit is de plek waar

waterleidingbedrijf PWN van het zoete IJsselmeerwater drinkwater voor Noord-Holland maakt.

Hobbel je de Oosterdijk verder af dan eindig je in Enkhuizen, net zo'n mooie Middeleeuwse stad als Medemblik. Hier begint de Houtribdijk naar Lelystad aan de andere kant van het IJsselmeer.

Wie verder rijdt richting Hoorn, heeft al snel door dat het patroon vanaf Medemblik zich hier voortzet. Op het water ben je na de schutting door de Lorentzsluis in de Houtribdijk bij Enkhuizen gevoelsmatig echt op ander, misschien zelfs rustiger water (Markermeer), maar op het land ben je nog steeds nadrukkelijk in West-Friesland.

Als je dit gebied wil identificeren onderscheid je dus al snel minimaal twee gebieden: de Wieringermeer en West-Friesland. En dat laatste gebied eindigt nadrukkelijk niet bij Enkhuizen maar gaat langs de Markermeerkust verder naar Hoorn. Ook komend vanaf de A7 richting de Noord-Hollandse IJsselmeerkust wordt dit beeld bevestigd.

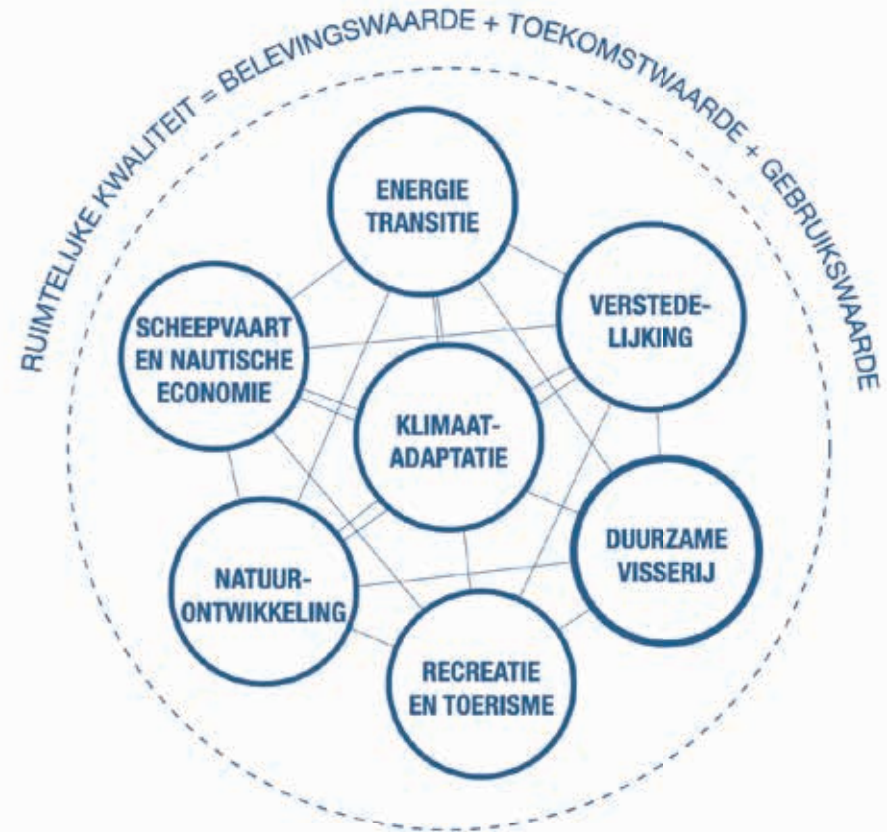
## 2. De opdracht en de perspectiefkeuze

In de Agenda IJsselmeergebied 2050 hebben verschillende provincies en gemeenten afgesproken hoe het IJsselmeer, het blauwe hart van Nederland, er in de toekomst uit gaat zien. Het rapport bestaat uit zeven systeemopgaven voor het IJsselmeergebied. Het gaat om energietransitie, verstedelijking, duurzame visserij, klimaatadaptatie, scheepvaart en nautische economie, recreatie en toerisme en natuurontwikkeling. Deze zeven opgaven hebben impact op elkaar als er keuzes gemaakt worden voor de toekomst. Zo heeft het plaatsen van windmolens in het water bijvoorbeeld logischerwijs gevolgen voor de watersport.

IMA heeft dus eerst bepaald voor welke van deze zeven opgaven gemeenschappelijke Place Branding mogelijk is én van toegevoegde waarde zou kunnen zijn? Dat is dus geen waardeoordeel over de individuele opgaven. Maar het is volgens IMA niet mogelijk om de identiteit van het gebied vanuit al deze perspectieven in gelijke mate te beschrijven.

### Bouwstenen voor kustvisie

De opdracht aan IMA is om bouwstenen voor een kustvisie voor de Noord-Hollandse IJsselmeerkust te leveren vanuit haar expertise op het gebied van Place Branding. De eerste opgave was het benoemen van de identiteit van het gebied. Waarbij de vraag vanzelfsprekend is of er überhaupt wel sprake van één gemeenschappelijke identiteit is langs deze kust. Het antwoord is eenvoudig: die gemeenschappelijke identiteit is er nauwelijks. Binnendijs zou je het gebied vanuit een agrarisch perspectief als West-Friesland kunnen beschrijven. Maar dan heb je het over een veel groter deel van de provincie dan het gebied dat binnen deze opdracht benoemd is. Buitendijs ziet IMA in het kustgebied van Den Oever tot Enkhuizen wél een grote samenhang. Dat betekent niet dat het binnendijkse gebied helemaal los staat van het IJsselmeer. Er bestaan alleen op elke plek totaal andere relaties met het water.



De zeven systeemopgaven voor het IJsselmeergebied

## Recreatie & Toerisme en Natuurontwikkeling

Na een eerste inventarisatie van het gebied (wat is de geschiedenis van het IJsselmeer, leeft het gebied bij mensen, wat roept het op) ziet IMA binnen de zeven systeemopgaven alleen voor de deelgebieden Recreatie & Toerisme en Natuurontwikkeling voldoende aanknopingspunten om een nuttige beschrijving vanuit Place Branding te maken voor de Noord-Hollandse IJsselmeer.

Voor de overige vijf opgaven zijn de gemeenten individueel en zelfstandig of in een andere samenhang benaderbaar door partijen. Als het om duurzame visserij gaat is het logischer dat een gremium van alle plaatsen rond het IJsselmeer samenwerken dan alleen de gemeenten aan de Noord-Hollandse kant van het water. In de (voorbereidende) gesprekken werd het IMA ook duidelijk dat belangen op andere gebieden zoals bijvoorbeeld de energietransitie eerder langs een oost-west lijn de regio inlopen dan langs de noord-zuid lijn van de kust.

Zonder het gevoel van gemeenschappelijkheid en een gezamenlijke identiteit kan volgens IMA moeilijk gewerkt worden aan een integrale visie op die terreinen. IMA adviseert om vanuit andere perspectieven dan Place Branding aan die systeemopgaven te werken.

## Laag IJsselmeer-bewustzijn

IMA stelt vast dat bij zowel stakeholders als anderen het IJsselmeer-bewustzijn laag is. Slechts een kleine groep herkent en/of erkent de grote meerwaarde van het IJsselmeer. Het is een beetje zoals met 'de bomen en het bos'; veel mensen zien door het water het meer niet meer. Het IJsselmeer is zo'n groot gebied op de kaart. Paradoxaal genoeg is het juist daardoor de grote onbekende geworden. Mensen weten er vaak helemaal niets van. Zo pleit het Wereldnatuurfonds ervoor om beter om te gaan met onze zoetwatervoorraad. Maar in dat pleidooi op hun website wordt nergens het IJsselmeer genoemd als grootse zoetwaterbron voor drinkwater in Nederland. Dat is helemaal niet in beeld en dat is natuurlijk best gek. Misschien zelfs wel bizar.

IMA verwijst ook naar de Agenda IJsselmeergebied 2050. Daarin staat dat het gebied Wieringerhoek goede mogelijkheden biedt om buitendijkse en binnendijkse gebieden meer in samenhang te ontwikkelen. Twee belangrijke randvoorwaarden worden genoemd: Die ontwikkelingen mogen geen hinder betekenen voor de internationale watersport in Medemblik en de inname van IJsselmeerwater voor drinkwater



bij Andijk. Dat laatste wordt dus heel belangrijk gevonden, maar je leest er het rapport verder relatief weinig over. IMA meent dat het zoetwateraspect van het IJsselmeer juist heel belangrijk is. Daar liggen ook grote kansen.

Het valt IMA op dat drinkwaterbedrijf PWN in Andijk en het Regatta Center Medemblik bescheiden partijen zijn. Ze laten weinig van zich horen. In alle plannenmakerij zijn ze nu slechts één van de stakeholders in plaats van misschien wel de twee belangrijkste. Dat is opmerkelijk.

De ontwikkeling van Recreatie & Toerisme zou een middel kunnen zijn om het IJsselmeer en de bijbehorende kustlijn wel top of mind te krijgen bij mensen. Die grotere waardering zou ook de weg vrijmaken voor een andere zienswijze op het belang en het gebruik van het IJsselmeer.

Volgens IMA moet de ontwikkeling van een groter IJsselmeer-bewustzijn starten bij de stakeholders van het gebied. Vervolgens kunnen dan de bewustwordingspijlen gericht worden op eventuele bezoekers en toekomstige 'vestigers' in het gebied.



## Beleidsnota Drinkwater

Schoon drinkwater voor nu en later



7



## Kustdefinitie

Wat verstaan we eigenlijk onder 'de kust'? De kust is een gebied dat van nature dynamisch is. Daarom is voor IMA 'kustbeleving' een belangrijk criterium in de identificatie van een kustgebied.

IMA heeft eerder in opdracht van de provincie Noord-Holland alle Noordzee-kustplaatsen geïdentificeerd. In de publicatie 'Keuze aan de kust' (2015) is dat project beschreven en daarin is de

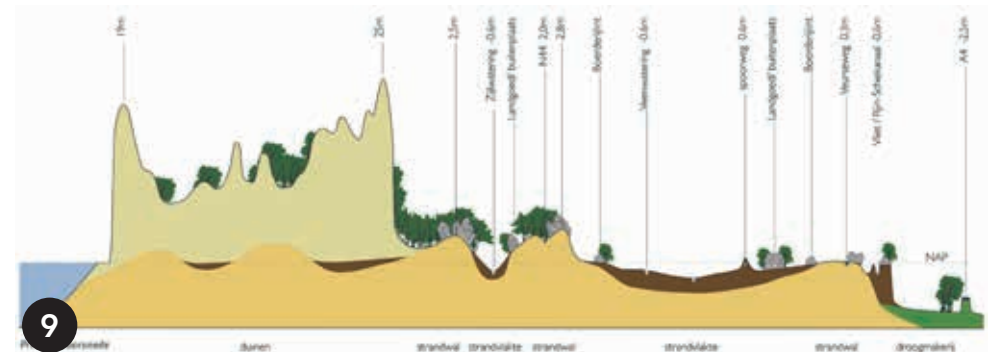
kust mede op basis van die belangrijke kustbeleving als volgt gedefinieerd:

'De kust is het overgangsgebied tussen land en zee waar de invloed van zowel de zee als het land onmiskenbaar is. De onmiskenbaarheid blijkt onder meer uit de invloed die de zee op de cultuur aan land heeft gehad en die 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.'

IMA constateert dat langs de IJsselmeerkust soms op een paar meter van het water al geen enkele kustbeleving meer is. Omdat de kustbeleving daar ontbreekt wordt er ook geen interactie met het water gezocht en komen er 'incidenten' die helemaal niet in relatie met het water staan. Sprookjeswonderland

in Enkhuizen is daarvan een goed voorbeeld. Dat pretpark voor kleine kinderen zit pal aan het water, maar je ziet het water nergens en er is ook geen relatie mee aangegaan. De eigenaar vertelde dat het min of meer toeval is dat ze hier aan het water zitten. Er was daar nu eenmaal grond beschikbaar. Een groot stuk grond dat onderdeel zou kunnen zijn van de kustbeleving wordt nu dus juist gescheiden van de kust.



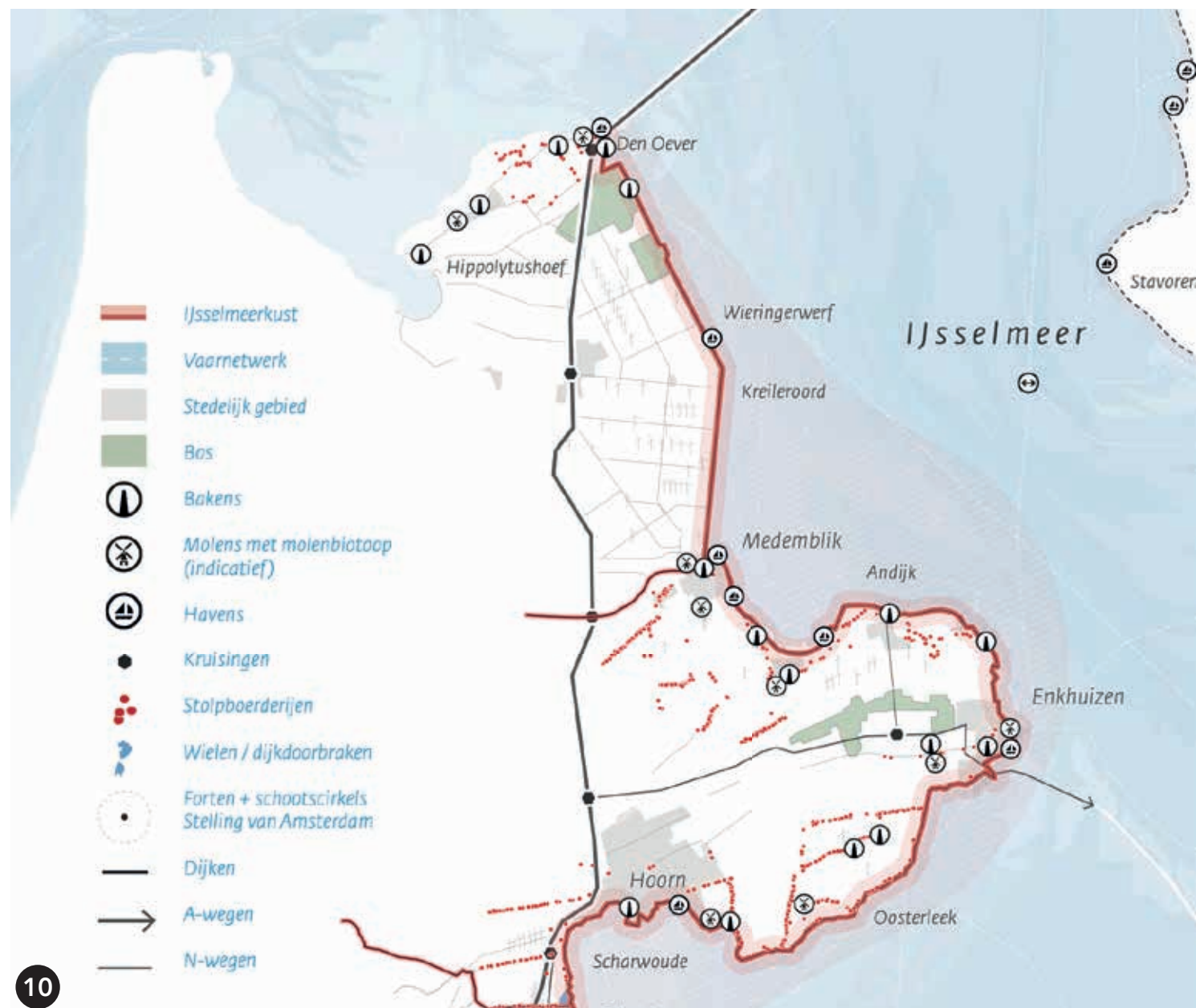
## Begrenzing kustlijn

Tot hoever landinwaarts hebben we het nog over de kust? Met de provincie en de gemeenten heeft IMA afgesproken om een duidelijke begrenzing van de kustlijn op het land te benoemen. Op sommigen plekken is dat maar een paar meter. Tussen Den Oever en Medemblik is een polder gemaakt en de dijk die daarvoor is aangelegd is zo hoog dat je helemaal geen water ziet of hoort als je in dat landbouwgebied rondloopt. Daar is de kustbeleving nul. De kust is de dijk, meer niet. De invloedssfeer van de kustlijn in het gebied is tamelijk beperkt.

Op sommige plekken is er (met name) buitendijks meer kustbeleving. Op deze zogeheten vooroevers is natuur gecreëerd voor recreatie en natuurbeleving. Zo verzacht de natuurontwikkeling de overgang van de harde dijk naar het water.

## De Noord-Hollandse IJsselmeerkust

De eerste conclusie die IMA trekt is dat er in de Wieringerhoek (van Den Oever tot Enkhuizen) minimaal twee verschillende gebieden te onderscheiden zijn. De kust als geheel biedt te weinig aanknopingspunten om met één goed universeel verhaal te komen.



1. Den Oever tot Medemblik. Het gaat om de Wieringermeerdijk, dat is de rand van de grootschalige op agrarische productie gerichte Wieringermeerpolder. De dijk is vanuit de knik in het midden bij haven de Oude Zeug verbonden met Den Oever en Medemblik. De dijk met de smalle zoom land aan de binnenzijde is niet meer dan een smalle lijn in het landschap met open ruimte aan beide zijden. De agrarische polder verandert hier in hoog tempo. De grootschalige bebouwing van Agriport en Windpark Wieringermeer transformeren het beeld. Vlak na het Gemaal Lely sluit de dijk aan op de Westfriesse Omringdijk en Medemblik.

2. Medemblik tot Enkhuizen. Dit is een klassiek West-Fries landschap met oude dijken. De Westfriesse Omringdijk ligt hier en die loopt door tot ver voorbij het gebied dat binnen deze opdracht geïdentificeerd moet worden. Het gebied dat beschreven wordt stopt bij de Houtribdijk (van Enkhuizen naar Lelystad). Dat is dus een afgesproken grens en geen vakinhoudelijke grens. De identiteit van het gebied ten zuiden van de Houtribdijk sluit immers naadloos aan bij het stuk boven de dijk. Door de luwe ligging van dit stuk West-Friesland waren er zogeheten

voorlanden die later bedijkt zijn. In dit buitendijkse landschap staat onder meer de drinkwatervoorziening van PWN. En er is ruimte voor recreatie- en natuur-ontwikkeling. Binnendijks is bebouwing. De dijk meandert hier door het landschap en verbindt bestemmingen. In de achterliggende polder Grootslag verrijzen steeds meer mega-bedrijfshallen van bollenbroeierijen.

Naast de conclusie van IMA dat het hier om twee verschillende te identificeren gebieden gaat,

constateert IMA een tweede belangrijk punt; de plaatsen Medemblik en Enkhuizen hebben ieder een hele sterke identiteit ten opzichte van hun omgeving. Door hun sterke karakter kun je ze niet zomaar met het hele gebied van West-Friesland als één zien. Dan doe je ze tekort. IMA beschrijft in dit project de kuststrook, maar en dus niet deze plaatsen in het bijzonder.

De volgende stap die IMA in het identificatieproces heeft gezet is samen met de opdrachtgever

bekijken hoe de twee deelgebieden zich tot elkaar verhouden vanuit het perspectief recreatie & toerisme en natuurontwikkeling. Als we honderd punten mogen verdelen qua belang, welke plek krijgt dan de meeste punten? De conclusie is: ze zijn even belangrijk. We zien ze als gelijken.



# 3. Place Branding volgens IMA

*'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.

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.



*for cool places...*

# 4. Ambities voor het gebied

Door corona heeft IMA haar werkwijze iets aangepast. Gezamenlijke sessies met stakeholders uit het gebied waren niet mogelijk. Naast de gebruikelijke eigen research van het gebied (CPWW-methode) heeft IMA met de stakeholders die de meeste

impact hebben in het gebied nu één op één gesprekken gevoerd. En er is een online vragenlijst ontwikkeld die is voorgelegd aan betrokken stakeholders. Dat heeft veel nuttige informatie opgeleverd over de ambities die er leven voor het gebied.

Gesprekken met stakeholders Alle input vanuit de persoonlijke gesprekken is verwerkt in een zogeheten SWOT. Op die manier zijn de sterke en zwakke kanten van het gebied in beeld gebracht. En de kansen en bedreigingen die er zijn.

Belangrijk om te vermelden is dat dit dus niet de inzichten en meningen van IMA zijn, maar die van de betrokkenen uit het gebied. IMA laat hier alle geluiden uit het gebied horen zonder er een waardeoordeel over te geven.

## SWOT Analyse gedestilleerd uit de gesprekken

### Strength

- Doe-Mentaliteit. Open communicatie. Ondernemersmentaliteit.
- Zelfbewust want er is veel kennis. Hoeven niet persé erkenning
- Kracht ligt met name ten oosten van de A7. Daar moeten we meer mee doen
- Geen binnenvaart dus fantastisch watersport-water.
- Geen fonteinkruid
- Fantastische agrarische grond: Minder ziektedruk in dit gebied, klimatologisch optimaal, veel zon, zoetwatervoorziening, heel veel kennis in het gebied, High tech agrarische sector
- Seed Valley promoot de sector (samenwerken is goed)
- Vrije horizon
- Watersporters zijn belangrijk voor de regio. Die komen hier en moeten we blijven omarmen

### Opportunity

- Verbinding met het water zoeken en faciliteren. Openbare ruimte creëren en niet volbouwen
- Meer vertellen hoe uniek dit gebied is. De wedstrijdzeilers trainen 90% van de tijd hier als ze in Nederland zijn. dat is uniek. Ontwikkeling zeilsport in Nederland is nergens goed zichtbaar gemaakt. We behoren tot de top!
- Durfsporten op het water nog meer op inzetten. Foil-zeilen en -surfen is spectaculair om te doen én om naar te kijken. Dat biedt kansen
- Meer vertellen over de unieke agrarische sector én zaadveredelingsindustrie. Het is absoluut het vertellen waard!
- Zoetwaterbron de Hoornsebel wordt aangeboord voor beregenen van de aardappels. We moeten onderzoeken hoe we deze bron ook aan kunnen vullen. Dat is voor de toekomst heel belangrijk
- Seed Valley promoot de sector maar daarnaast zou de regio ook gepromoot en ontwikkeld moeten worden voor een goed werkklimaat om mensen aan te trekken
- Kas naast het IJsselmeer met supertof restaurant en laagdrempelige educatie
- Scheiden of slim mixen van verkeersstromen met verschillende snelheden

### Weakness

- Huisvesting voor bewoners, tijdelijke arbeidskrachten én studenten
- Bereikbaarheid! OV is onvoldoende. Studenten kunnen niet op werkplek komen (als voorbeeld) zonder auto en rijbewijs kun je niets in deze omgeving...
- Het niet verlangen naar erkenning zorgt ervoor dat we ook door veel partijen niet worden gezien (Calimero houding van Groningen, Zeeland. Limburg t.o.v. Randstad bijvoorbeeld levert in Lobby wel wat op) We moeten op onze manier dus evengoed aan die lobby denken zonder in Calimero stand te gaan
- Hotelaanbod is dramatisch. dat is ook voor de zakelijke markt een gemis
- Leven te weinig mét het water. Het is er gewoon en vaak zelfs niet eens bewust van dat we zo dicht aan het water zitten
- Onvoldoende trots bij de bewoners. Trots op watersport(faciliteiten) en bijv Kasteel Radboud.
- Het laten aarden van nieuwe mensen is best lastig. Mensen vinden niet makkelijk hun draai of vinden de regio niet leuk genoeg. We moeten ons blijven ontwikkelen en samenwerken
- Imago is boers terwijl boeren ook tegenwoordig heel modern en high tech zijn. We zijn veel leuker dan ons imago
- Te weinig samenwerking. Teveel ieder voor zich

### Threat

- Zeilwater verliezen door natuurcreatie in het water. Angst voor windverlies/verandering, andere stroming, wier etc
- Vechten tegen onwetendheid. Als we niet goed vertellen hoe uniek we zijn (watersport) worden er beslissingen genomen die desastreus kunnen zijn.
- Uitbreiding data centre. Niet nog meer kostbare landbouwgrond inleveren. Slecht voor imago (belofte elektriciteit-voorzieningen die niet zijn nagekomen)
- Zoetwatervoorzieningen zijn heel belangrijk. Bij alle ontwikkelingen dat beschermen want we hebben het heel hard nodig
- Creatie natuureilanden. Goed onderzoeken wat de gevolgen zijn. Hoeveel water leveren we er voor in en wat trekken we aan (ganzen of wilde vogels die vogelgriep kunnen overbrengen, stikstof-gevoelige planten etc)
- Spanningsveld natuur en recreatie; Uitkomst moet zijn dat mensen wel kunnen blijven recreëren...



## Online vragenlijst stakeholders

IMA heeft stakeholders online lijsten voorgelegd met 'woorden'. Zij moesten de woorden selecteren die volgens hen het beste bij de toekomst van de Noord-Hollandse IJsselmeerkust passen. De woorden zijn in twee categorieën ingedeeld. De blauwe woordselectie staat voor de fysieke verschijning van het gebied. Hoe voelt het? Wat is de sfeer? De rode woordselectie staat voor de culturele verschijning van het gebied. Hoe zijn de mensen? Wat is de cultuur? Hier gaat het dus om gedrag van de mensen.

Daaruit volgt tweemaal een top 6 met woorden die het meest gekozen zijn en dus volgens hen de belangrijkste waarden voor het gebied vertegenwoordigen.

De zes meest gekozen blauwe woorden zijn: Nederlands, waterrijk, authentiek/geworteld, functioneel en inspirerend.

De zes meest gekozen rode woorden zijn: ondernemend, toegankelijk, trots, betrouwbaar (afpraak is afspraak), sportief en hardwerkend.

Opmerkelijk is dat bij de blauwe woorden identiteitsloos/karakterloos op de zevende plaats staat. Dat is het tegenovergestelde van authentiek en inspirerend dat in de top 6 staat. Een stakeholder beklagde zich bij het invullen van de vragenlijst erover dat hij 'gedwongen' werd uit positieve woorden te kiezen. IMA gaat ervan uit dat mensen altijd positieve woorden

willen selecteren als het over de toekomst van de plek gaat. Een aantal mensen had zelf nog de woorden 'saai' en 'historisch' toegevoegd. We nemen aan dat ze daarmee de huidige situatie bedoelen en niet de wens voor de toekomst.



## Dreamboards

IMA heeft de stakeholders ook online beelden, kleuren en materialen laten kiezen die zij het best vinden passen bij de ambities, de dromen, die ze hebben voor het gebied. Daaruit is een zogenaamd dreamboard ontstaan met de meest gekozen plaatjes en kleuren. Gekozen werden onder meer: een zeilboot, wandelschoenen, picknickende mensen, een biertje, een historische ophaalbrug en hardlopers. Beelden die vooral bevestigen wat er nu al veel gebeurt in het gebied. Er zit weinig vernieuwing in dit dreamboard, concludeert IMA. Mensen dromen vooral dat het blijft zoals het is. Blauw, geel en groen zijn de meest gekozen kleuren.

Vaak gekozen, maar net niet op het dreamboard beland zijn plaatjes van: appeltaart, een sloot met koeien en een molen, een terras, koffie, een gezonde sandwich en een muur van kleine steentjes.

Tijdens het kiezen van de droombeelden hebben de stakeholders veel opmerkingen gemaakt. Het is goed om die hier te benoemen. Let op, dit zijn geen aanbevelingen en adviezen van IMA, maar ideeën van de stakeholders aan het onderzoeksteam. Het gaat om de volgende punten:

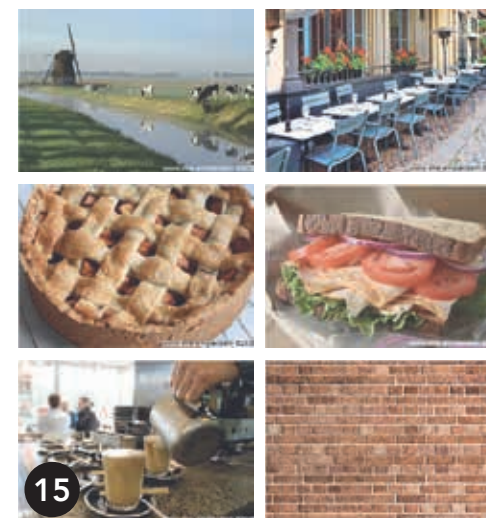
- Uitnodigend zijn en meer recreatiemogelijkheden en iconen creëren. Uitbreiden van de verbinding tussen land en natuur. Een nadrukkelijk verzoek om meer reuring in de vorm van faciliteiten, strandtentjes, verhuur van watersportattributen, picknickplekken, zwemmogelijkheden, hippe koffietentjes, restaurants, etc.
- Ontwikkeling van recreatie maar wel met behoud van de rust en de balans. Zie de wensen hierboven, maar dan wel kleinschaliger en laagdrempeliger. Er is angst dat het té commercieel en te druk wordt. Wel ontwikkelen maar dorps karakter moet behouden blijven.
- Ruimte voor de watersport behouden en doorontwikkelen van (niet gemotoriseerde) watersport. Dat past bij de identiteit van het gebied. Zorg ervoor dat watersport niet beperkt maar juist beter gefaciliteerd wordt.
- Verbeteren van de toegankelijkheid door middel van goede fiets- en wandelpaden. Let op dat het ook voor minder validen goed toegankelijk is. Er zijn dromen over een beter OV-netwerk.
- Windmolens zijn een doorn in het oog van veel deelnemers aan het onderzoek. Het liefst zouden ze die zien verdwijnen. Als dat niet



14

kan dan in ieder geval geen nieuwe meer in het gebied.

- Meer overnachtingsmogelijkheden in het gebied.
- Een kleine groep wil geen natuurontwikkeling. Daar staat een kleine groep tegenover die dat juist wel wil.
- Een kleine groep wil dat er helemaal niets of zo min mogelijk gedaan wordt in het gebied.
- Vaak genoemd is dat er gebruikt gemaakt moet worden van de unieke identiteit van het gebied.



15



## Vergelijkingen

Met welk gebied zou je de Noord-Hollandse IJsselmeerkust in binnen- en buitenland kunnen vergelijken? Ook die vraag is aan de stakeholders voorgelegd. Met het verzoek om het antwoord te beargumenteren. "Geen vergelijking mogelijk." Dat was het meest gegeven antwoord. Stakeholders vinden de historische dijken, polders en plaatsjes uniek. IMA heeft een top 5 van de meest genoemde vergelijkingen opgesteld, in cursief staan de argumenten. Let op! Dit zijn dus geen aanbevelingen en conclusies van IMA maar de opmerkingen van de stakeholders.

Top 5 in volgorde van meest genoemde vergelijking:

1. Hele IJsselmeerkust inclusief Friese kant: *Friesland is extreem waterrijk en open, toeristisch, veel faciliteiten, er valt nog veel te verbeteren en er liggen nog veel kansen. IJsselmeerkusten lijken allemaal wel wat op elkaar, dat geeft het zijn karakter.*
2. Waddenkust: *Geen bekende kust, moeilijk te betreden, geen oude badplaatsen, kwaliteit is ongekend maar nog onbemind. Dat komt langzaam. De gemoedelijkheid van de noordelijke Waddeneilanden. Veel water maar focus op bezoekers aan land. Met de rug naar het*

*water gekeerd. Kijken naar de potentie van horeca en recreatie. IJsselmeer is de zoete variant van de Waddenzee.*

3. Kuststrook Noordzee: *Ruig en durf, watersporten. Ook daar is nog geen massa recreatie.*
4. Markermeerkust: *Redelijk goed, wel eentonig. Weinig gebruik gemaakt van potentieel. Flevopolders zijn net zo onaantrekkelijk. Vergelijkbaar met de andere polders vanwege technologie en ondernemerschap.*
5. Zeeland: *Ook daar is rust en natuur.*

*Op de vraag om de Noord-Hollandse IJsselmeerkust te vergelijken met een gebied in het buitenland werden Denemarken en Duitsland genoemd. De Deense oostkust, Grote en kleine Belt, Deense eilanden (vaak een scheiding ook tussen water en land en er gebeurt nu niet veel, historie water en land). Duitse Waddenkust (rust en ruimte).*



Ook wilde IMA graag weten van de stakeholders op welk gebied ze de Noord-Hollandse IJsselmeerkust meer willen laten lijken. Kortom wat is hun grote voorbeeld? Hier is een top 5 van meest genoemde kusten van samengesteld. En ook hier gaat het weer om de ideeën van de stakeholders aan het onderzoek. Het zijn wederom niet de aanbevelingen van IMA.

1. Noord-Hollandse kust: Mooie hippe strandtenten en volop mogelijkheden om te recreëren via verhuur van sup's etc. Noordzeekust maar dan met zachtere oevers. Omdat de recreatiemogelijkheden

daar beter gefaciliteerd zijn. Meer ontwikkelingen aan de kust.

2. Friese IJsselmeerkust: Watersport, natuurbeleving, cultuurhistorie en rust zijn daar een goed voorbeeld. De eigentijdse sfeer en het karakter spreken mij aan. Daar zijn meer strandjes.
3. Zeeland, Grevelingenmeer: Zout, robuust, recreatie en visserij. Het IJsselmeer (Zoete Zee) lijkt op een gewoon groot meer, maar de connectie met de (vroegere) zee zou veel meer gebruikt moeten worden. Meer trots en vrees rond het water. Toerisme aantrekkelijker maken door meer mogelijkheden op het water, ook voor mensen

die geen eigen boot hebben. Ook hippere attracties op het water zoals waterscooters etc.

4. Deense westkust/waddenkust: Met stranden maar ook met veel ruimte voor natuur. De zachtheid van het gebied en het volk. Rust en ruimte.
5. Markermeerkust: Iets meer overgangen in kustinrichting, hard en zacht meer afgewisseld. Iets meer fijnmazigheid binnendijks tussen Den Oever en Medemblik, met meer rustpunten/pleisterplaatsen aan weerszijden van de dijk voor fietsers, wandelaars, watersporters. En passant profiteert de natuur mee.

Als je aan mag geven wat je wél wil is het volgens IMA belangrijk om stakeholders ook te laten benoemen wat ze zeker níet willen in hun gebied. Zandvoort, IJmuiden en Scheveningen werden vaak genoemd door stakeholders als bestemmingen die ze een slecht voorbeeld voor het gebied vinden. De redenen komen vaak overeen. Een aantal zaken willen ze absoluut voorkomen in hun eigen gebied: lelijke, beeldvervuilende windmolens, te veel van alles en te grote drukte, weinig rekening houden met inwoners, te veel industrie, massatoerisme en te commercieel, grote evenementen en lelijke grote



18



19

bebouwing langs de kustlijn. Ook hier benadrukt IMA dat het gaat om opmerkingen van stakeholders.

### Highlights

Tot slot is de stakeholders de vraag gesteld: 'Is er nog iets dat je ons mee zou willen geven?' Dat leverde tientallen opmerkingen en suggesties op die vaak voortborduren op de aanbevelingen en droombeelden die hierboven al uitgebreid beschreven zijn.

Het valt op dat veel stakeholders vinden dat watersport nadrukkelijk alle ruimte en aandacht verdient.

'Belangrijk om het grootste vrije water in stand te houden.' En 'Internationaal is wedstrijdzeilen ook belangrijk, nergens in Nederland kun je dit op deze wijze doen.' Dit zijn slechts een paar van de opmerkingen die watersport als belangrijke factor in het gebied naar voren schuiven.

Ook valt op dat veel stakeholders het belangrijk vinden dat de kust beleefbaarder gemaakt wordt. 'Noord-Holland is veel mooier dan iedereen denkt, het gaat erom dat dit gebied ontdekt gaat worden. Kijk of je het Gemaal Lely kunt betrekken in dit project'. En 'Breng het bezoeken van

de IJsselmeerkust samen met het bedrijfseconomische en industriële verhaal van de IJsselmeerkust. Denk aan: energiewinning windmolens, PWN Andijk, Agriport, internationale tulpenbedrijven. De kustlijn kan beleefbaarder gemaakt worden door een publiekstrekker passend bij het gebied'.

Dat het in het gebied geen bonte kermis moet worden, maar dat er een duidelijke balans moet zijn tussen rust en activiteiten wordt meerdere malen benoemd. En het valt stakeholders op dat er anders gekeken wordt naar het gebied vanaf het water dan vanaf het

land. 'De kust lijkt soms een harde lijn tussen twee werelden. Ik hoop dat de dijk/kust in de toekomst veel meer de verbinding wordt tussen deze twee werelden dan de scheiding die het nu is'.



## 5. De IMA CPWW-index

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

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

### Een educated guess...

De CPWW-index bestaat 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.

Op de navolgende pagina's wordt kort ingegaan op deze 7 componenten.



## 1. Place Coolness

Coolness is een kwalificatie die door derden wordt 'uitgedeeld' op basis van afwijkende eigenschappen binnen een geordend beoordelings-sentiment. Objectieve coolness bestaat vanzelfsprekend niet. De afwijkende eigenschappen moeten autonoom tot stand gekomen zijn (niet als gevolg van een marketingstrategie) en ze moeten als authentiek kunnen worden (h)erkend. Die kwaliteiten komen voort uit de eigen identiteit. De mate van waardering kan worden

beïnvloed door de context te bepalen waarbinnen de afwijkende eigenschappen moeten worden gewaardeerd.

IMA kijkt hierbij onder meer naar de fysieke componenten; landmarks in bebouwing, openbare ruimte, natuur, uitzichten, zichtbare historie. Maar ook mentale componenten als historie, imago en hoe de plaats in het nieuws verschijnt, worden meegenomen in het oordeel.



## 2. Brandscape

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. Daarnaast is het van belang het aanbod van een plaats te beoordelen in de context van afwegingen die bijvoorbeeld door een bezoeker worden gemaakt.

Zo beoordeel je Texel ook vanuit het perspectief van de overige Waddeneilanden. Die vormen tezamen het Wadden-aanbod waarbinnen Texel een keuze is. Egmond zou je dan in de context van kustplaatsen beoordelen en Beverwijk bijvoorbeeld als plaats binnen de Metropoolregio Amsterdam.

De bredere context zorgt dus enerzijds voor gemeenschappelijke aantrekkingskracht en bekendheid, maar anderzijds vormt de context óók de concurrentie.



### 3. 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...

De 'bezoekbaarheid' bepaalt in grote mate of een plaats daadwerkelijk op de bucket list van bezoekers terecht komt.

- Is de plaats toegankelijk?
- Is de plaats goed bereikbaar?
- Zelfstandig of in een groep?
- Welke concessies moet de bezoeker doen om er te kunnen verblijven? (drukke/cultuur/kosten)
- Kun je er overnachten?

Welke transacties kan de bezoeker aangaan?

- Eten en drinken
- Verblijf (short stay versus long stay)
- Evenementen
- Retail
- (Local) services
- Business opportunities

Kun je als bezoeker een 'insider' worden? Of je op zijn minst één met de locals wanen?



27



28



29

#### 4. Paarsfactor

Is het aanbod in een plaats ook daadwerkelijk onlosmakelijk verbonden met die plaats? Of kan het aanbod in een andere plaats ook of zelfs succesvoller zijn?

IMA beoordeelt het aanbod in een plaats dus ook in relatie tot de context waarin het wordt gepresenteerd. Hoe meer ingrediënten uit de context IN het aanbod verwerkt zijn hoe sterker de binding met de plaats is. En hoe moeilijker het is dat aanbod op een andere plaats geloofwaardig te presenteren.

IMA beschrijft toeristisch-recreatief aanbod als een optelsom van alle transacties die er in een plaats voor bezoekers mogelijk zijn.

In het Identity Matching Place Branding-model hanteert IMA kleuren. Rood staat voor het aanbod en blauw staat dan voor de context (lees de identiteit van de plaats).

Hoe meer er een onlosmakelijke samenhang is tussen de factoren 'aanbod (rood)' en 'context (blauw)', hoe hoger IMA de 'paarsfactor' benoemt. En hoe hoger deze 'paarsfactor', hoe groter de kans

dat een bezoeker het aanbod in het geheugen koppelt aan de plaats. Je kunt dus zeggen dat hoe paarser het aanbod is, hoe moeilijker het wordt dat aanbod op te tillen naar een andere plaats.

Het Intel Hotel Zaandam kan door haar Zaanse verschijningsvorm niet op een andere plaats wortel schieten dan binnen de Zaanstreek.

Die verbinding heeft 'de Circuitrun' (hardloop- en wandelen-evenement op het circuit, door het dorp Zandvoort en de omliggende natuur) ook met Zandvoort.



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

-  = Imago Communicatie: pers, mond-tot-mond, beoordelingsites, 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)





## 5. I-E-N factor

Bezoekers gaan sterk uit van het IETS-ERGENS-NU. Je hebt een positief gevoel bij IETS-ERGENS. En dan is het belangrijker dan ooit dat er ook urgentie is om IETS ERGENS te doen. Maar zonder urgentie (NU) blijft een bezoek toch uit.

Vergelijk het met jongeren die positief denken over hun grootouders maar ze toch nauwelijks bezoeken. Hooguit op hun verjaardag. De urgentie ontbreekt meestal.

Met de IETS-ERGENS-NU factor bepaalt IMA welke zaken (op dat moment en onlosmakelijk verbonden aan de plaats) bezoekurgentie oproept bij verschillende doelgroepen. Denk aan evenementen, concerten of seizoens-highlights zoals de bloeiende lavendel in de Provence of ijs om te schaatsen in Friesland. Het zijn redenen om een bezoek niet uit te stellen maar juist NU te gaan.





## 6. Brand-concept

IMA maakt onderscheid tussen de plaats als 'woonplaats' en de plaats als 'merk'. Het spreekt voor zich dat plaatsen niet als merk ontwikkeld zijn. Plaatsen hebben vaak al een lange geschiedenis en konden prima zonder Place Branding tot wasdom komen.

Door de jaren heen hebben mensen meer mogelijkheden gekregen hun woonplaats te heroverwegen en te verhuizen. Of hun bedrijf te verplaatsen. Of hun vrije tijd verder van huis te besteden dan ooit.

Daarom zijn plaatsen op tal van vlakken ook concurrenten van elkaar geworden. In die concurrentiestrijd speelt de beoordeling van een plaats een cruciale rol. En het 'managen' van die publieke beoordeling is een vakgebied op zich geworden: Place Branding.

Vanuit het perspectief van Place Branding worden plaatsen beoordeeld op hun merkwaarde. En die merkwaarde wordt in belangrijke mate bepaald door de gelaagdheid van het merk. Die gelaagdheid bestaat uit 5 belangrijke componenten: onderscheidend vermogen, toegevoegde waarde, storytelling,

herkenbaarheid en doorontwikkeling. De manier waarop deze componenten zich tot elkaar verhouden noemt IMA het 'brand-concept' van een plaats. IMA beoordeelt dus in hoeverre een plaats zich (al) als 'brand-concept' heeft ontwikkeld.

## 7. Brand management

Na de beoordeling van een plaats als 'brand-concept' volgt nog een extra beoordeling. Namelijk de manier waarop dat 'brand-concept' gemanaged wordt.

Is er een organisatie die verantwoordelijk is of zou kunnen zijn om de merkwaarden te bewaken bij ontwikkelingen en uit te dragen naar gewenste doelgroepen?

Hoe is de interne en externe communicatie opgezet? Hoe worden ondernemers, beroepsbevolking en bewoners en (potentiële) bezoekers ingezet en bereikt?

Zijn de stakeholders voldoende vertegenwoordigt?

En is de continuïteit van place branding gegarandeerd?



# 6. De CPWW-score voor de Noord-Hollandse IJsselmeerkust

## Place Coolness:

Als je vanuit de lucht een eerste blik op het gebied werpt vallen een paar dingen meteen op. De Wieringermeerdijk is vooral rechttoe, rechtaan. In de Wieringermeerpolder zie je allemaal stukken land als platte postzegels. Bij Andijk valt op dat er een extra stuk land met dijk in de vorm van een driehoek is aangelegd pal voor de oude dijk. Ook de jachthaven van Andijk is 'relatief recent' aangelegd en steekt buiten de dijk uit. Net als de spaarbekkens verderop van PWN, ook die liggen buiten de oorspronkelijke dijk. Dit is de plek waar het drinkwaterbedrijf het water inneemt. Voor de kust van Andijk ligt een soort verdrongen eilandje, de Kreupel.

De Noord-Hollandse IJsselmeerkust is meer een verzameling van incidenten dan een duidelijke eenheid. De kustlijn is weliswaar letterlijk de begrenzing van het IJsselmeer, maar op die begrenzing voel je nauwelijks dat het IJsselmeer een groot geheel is. Voor veel mensen is het IJsselmeer een grote blauwe vlek in het midden van Nederland zonder daar specifieke waarde aan toe te kennen. We nemen het bestaan van het water gewoon voor lief. Onbekend maakt onbemind

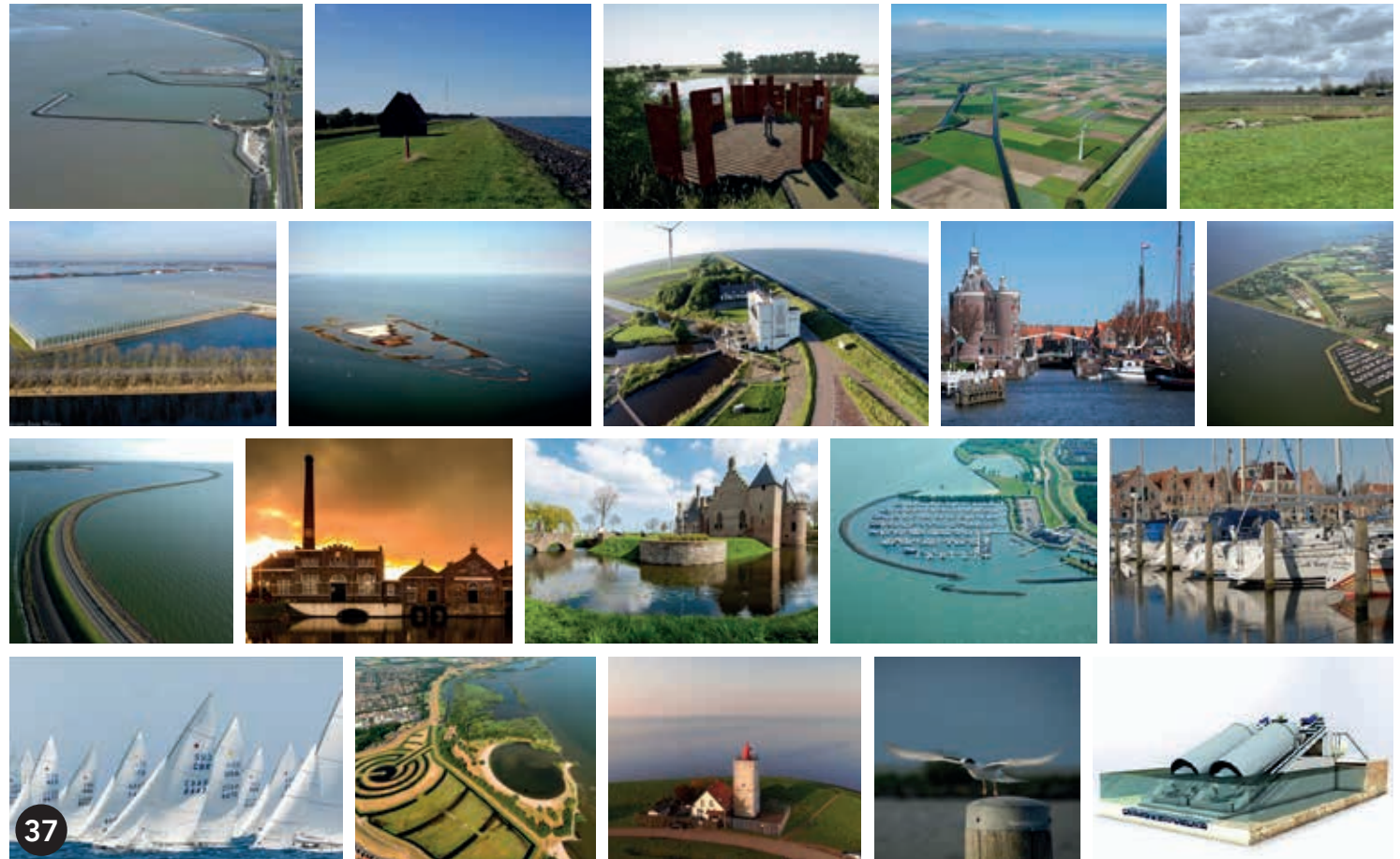
zou je haast zeggen. Je bezoekt niet op een dag de hele kust, er is geen verbinding.

Voor plaatsen langs de Noordzeekust heeft de toevoeging 'Aan Zee' een

duidelijke meerwaarde. Dat speelt aan de IJsselmeerkust totaal niet. Daar wordt de toevoeging 'Aan het IJsselmeer' nergens als meerwaarde ervaren, laat staan gebruikt. De IJsselmeerkust biedt dus als geheel

weinig Place Coolness, terwijl de individuele plaatsen aan die kust wél duidelijk Place Coolness bezitten. Je zou kunnen zeggen; het geheel is minder dan de som der delen.

**Score: 6**



### Brandscape:

Het IJsselmeer en de Westfrieze Omringdijk hebben elk voor een eigen doelgroep een duidelijke aantrekkingskracht. Die doelgroepen zijn respectievelijk nationaal en regionaal. Voor beide bestemmingen geldt dat de steden Medemblik en

Enkhuizen sterke ankers zijn. Het gebied tussen deze twee plaatsen is daardoor automatisch onderdeel van de toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht van deze steden. Dat geldt echter nauwelijks voor de kustlijn boven Medemblik. Die kustlijn

trekt aanmerkelijk minder bezoekers en profiteert ook niet van de aantrekkingskracht die de Westfrieze Omringdijk heeft op wandelaars en fietsers. De jachthaven van Den Oever maakt wel deel uit van het recreatief

nautische aanbod, maar is geen vanzelfsprekende aanmeerplek voor watersporters die een rondje IJsselmeer doen met hun boot. Die marina bedient voornamelijk een vaste eigen doelgroep.

**Score: 6**



## Warm Welcome:

Wat is er op dit moment te beleven in het gebied? Je hebt het Zuiderzeemuseum in Enkhuizen, het treintje Hoorn-Medemblik en je kunt er naar hartenlust zeilen. Maar als je kijkt naar de potentie van de Noord-Hollandse IJsselmeerkust is het toeristisch-recreatief aanbod relatief beperkt. De steden Enkhuizen en Medemblik zijn vanzelfsprekend leuk om te bezoeken maar hun aantrekkingskracht heeft nauwelijks relatie met de rest van de kustlijn.

Het aanbod van verblijfsaccommodaties zoals hotels, vakantieparken en campings is vergeleken met andere gebieden langs groot water in Nederland eveneens beperkt. Het niveau van het aanbod is relatief laag. Het midden-hoog en hoog segment ontbreekt vrijwel volledig.

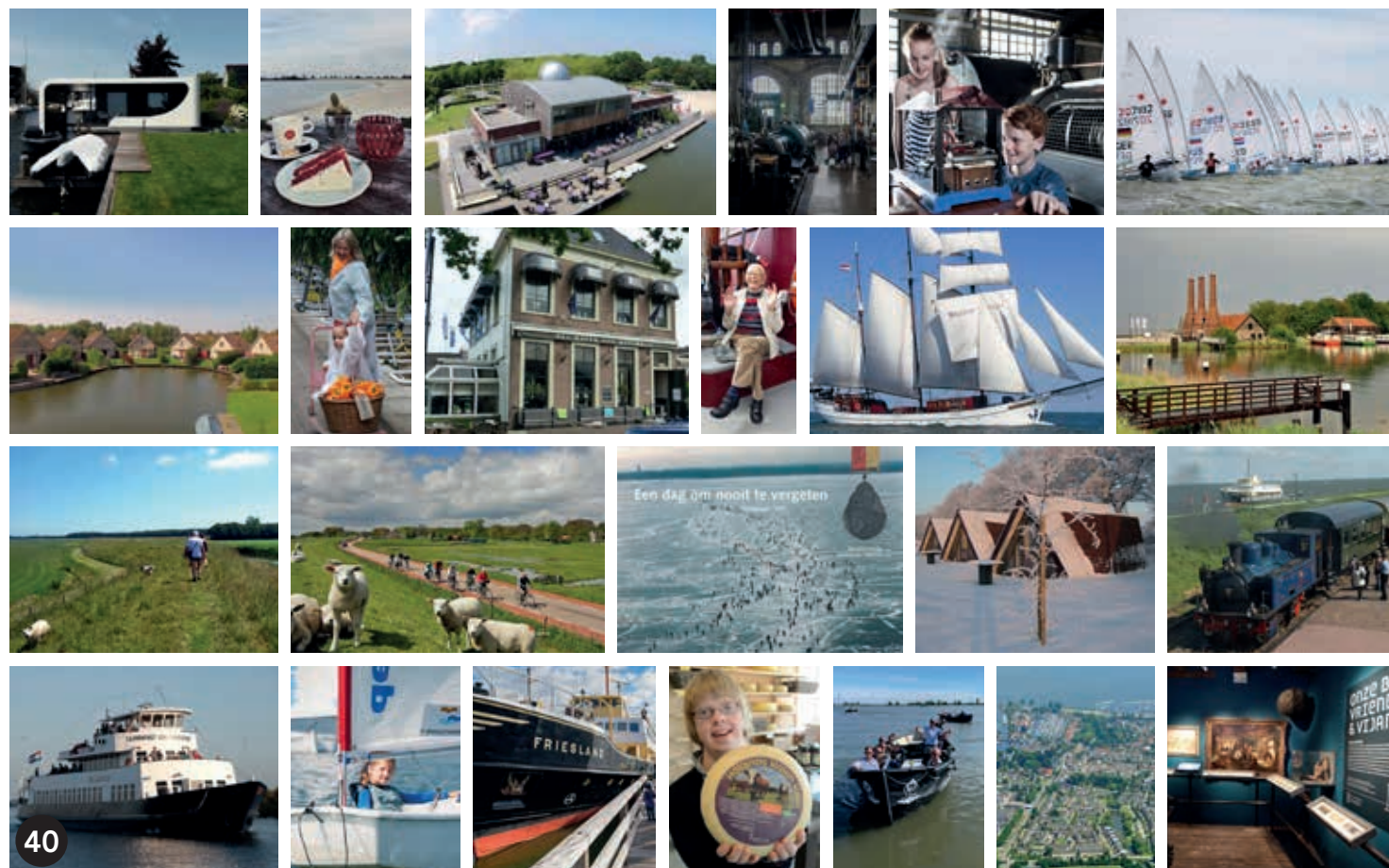
De aantrekkingskracht van het IJsselmeer wordt langs deze kust vrijwel nergens ingezet om (nieuwe) bewoners en bedrijven naar het gebied te trekken. Ook de gemeenten langs de kust maken weinig tot geen gebruik van de meerwaarde van IJsselmeer in hun vestigingsbeleid. Het onderhoud van de natuur en eventuele tegemoetkoming aan natuurwensen en eisen worden schoorvoetend geaccepteerd.

Liever investeren gemeenten in zaken die geen verband houden met de kustlijn.

En (verplichte) investeringen die bedreigend kunnen zijn voor het leven achter de dijk, worden liever aan de andere kant van de dijk richting het water verplaatst. Al met al heeft dit

gebied vooral een agrarische functie en uitstraling. Ook de bewoners van Medemblik en Enkhuizen lijken de waterkant eerder als couleur locale te zien waar je niet te veel last van moet hebben, dan als basis voor een goed toeristisch-recreatief aanbod.

**Score: 4**



40

### Paars aanbod:

Welk aanbod is onlosmakelijk verbonden met het gebied? Langs de IJsselmeerkust is dat 'paarse' aanbod beperkt. De Agriport A7 is beperkt te bezoeken, nog los van het gegeven dat de relatie met het water hier niet wordt benadrukt. Het unieke van de Wieringermeerpolder wordt dus niet benut. Het Gemaal Lely is geen onderdeel van het aanbod in het gebied. Hierdoor wordt het verhaal van de polders alleen verteld bij stoomgemaal Vier Noorder Koggen. Dat valt zeker onder paars aanbod maar sluit weer veel minder aan bij het bijzondere verhaal van ingenieur Lely en zijn project dat zo bepalend is

geweest voor het gebied en de kust. Het drinkwaterbedrijf PWN in Andijk is niet te bezoeken waardoor dit bijzondere verhaal volkomen onderbelicht blijft. Jammer, zeker als je weet dat de helft van de Noord-Hollanders water drinkt dat daar gemaakt wordt.

De zaadteelt is opvallend aanwezig in deze regio maar waarom dat die sector juist hier zo groot is, wordt nauwelijks uitgelegd.

Kasteel Radboud uit 1288 bij Medemblik, gebouwd in opdracht van Floris V, is de afgelopen jaren

weliswaar beleefbaar gemaakt, maar het heeft geen aanbod dat een specifieke link heeft met het IJsselmeer. In theorie is er in het gebied veel paars te vertellen, maar in de praktijk is het nergens beleefbaar gemaakt.

**Score: 3**

### I-E-N-factor:

Er wordt langs de kust weinig ondernomen om bezoekers een gevoel van bezoek-urgentie te geven. Wat er georganiseerd wordt, is grotendeels gericht op de eigen inwoners en vindt min of meer toevallig aan het water plaats. Zoals

een tijdelijke kermis op de dijk in Medemblik.

Ook op plekken waar een historische relatie is met het water wordt weinig georganiseerd dat een link heeft met het IJsselmeer. De grote watersport-evenementen in Medemblik zijn moeilijk toegankelijk voor toeschouwers, waardoor ze lokale economie ook geen grote impuls geven. De ligging aan het IJsselmeer wordt zo nauwelijks verzilverd.

**Score: 1**



**Brandconcept:**

Hier geldt echt 'onbekend maakt onbemind'. Er is langs de IJsselmeerkust wel een gemeenschappelijke aanpak om de Westfriese Omringdijk te promoten. Maar let op, die ligt maar voor een klein deel in dit gebied. En er bestaat een samenwerking voor promotie van 'Holland boven Amsterdam'. Voor de IJsselmeerkust is geen gemeenschappelijk merk ontwikkeld.

Die potentie is er nadrukkelijk wel.

**Score: 0**

**Brand management:**

Wordt het gebied gepromoot en is de continuïteit daarvan gewaarborgd? Voordat je van alles op gaat tuigen moet je eerst met alle stakeholders afstemmen of je de Noord-Hollandse IJsselmeerkust überhaupt wel als geheel wil positioneren.

Dat moet afgezet worden tegen de grote(re) opdracht die er ligt voor natuurontwikkeling langs die kust en de Agenda IJsselmeergebied 2050. Nu opereren alle verschillende branches langs de kust nog ieder voor zich.

Een merkontwikkeling kan van waarde zijn om het kustgebied op gebied van toerisme en recreatie te ontwikkelen. Voor andere sectoren (agrarische,

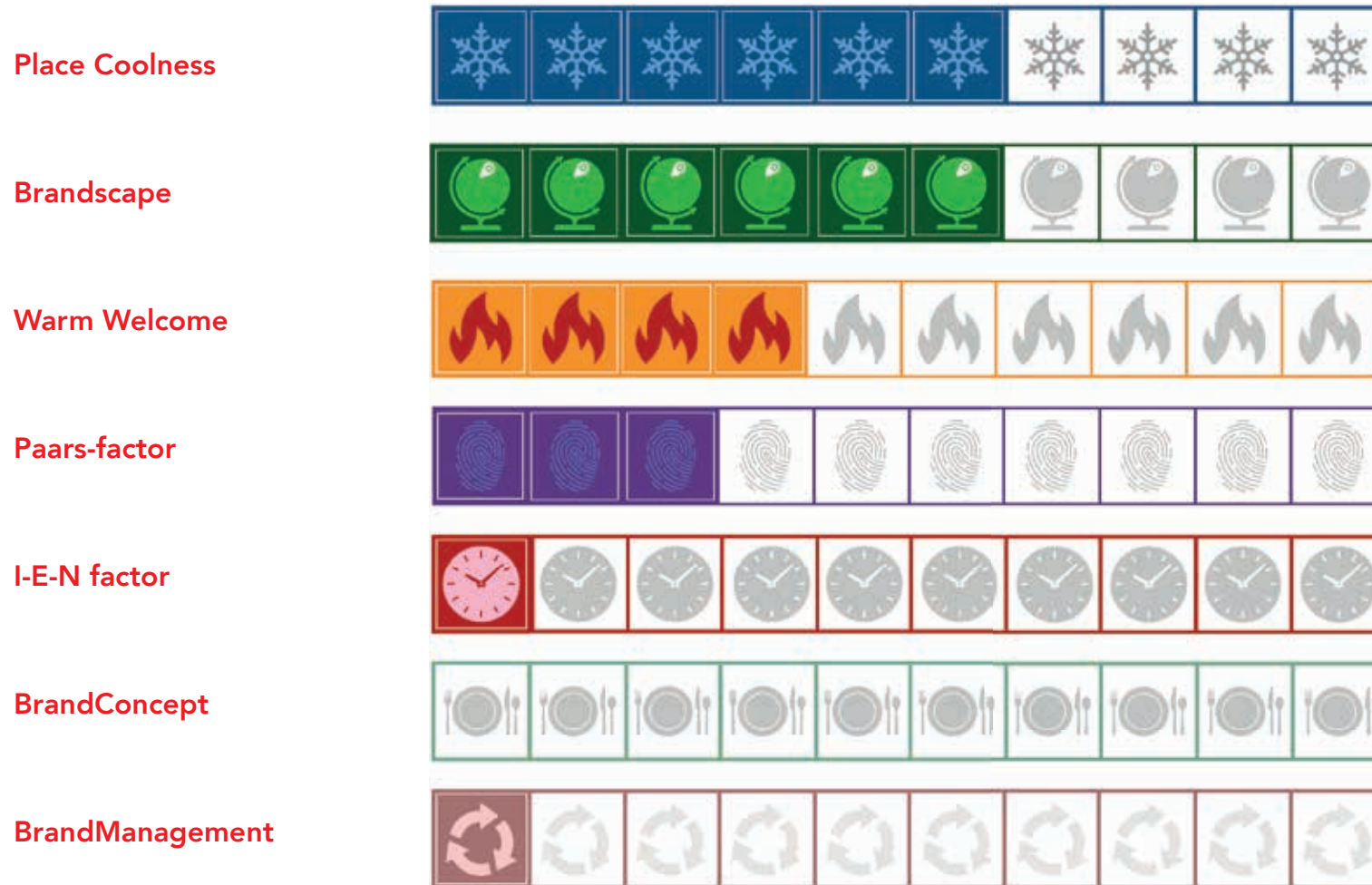
datatechnologie, energie, etc) is zo'n gemeenschappelijke aanpak met de IJsselmeerkust als gedeelde waarde niet gewenst en/of logisch. In het gebied houden veel organisaties zich bezig met de promotie, maar geen van hen heeft een concept voor de IJsselmeerkust ontwikkeld of in beheer.

**Score: 1**





## CPWW-score Noord-Hollandse IJsselmeerkust



Score: 21/70

# 7. Gebiedsbeschrijving Noord-Hollandse IJsselmeerkust\*

*\*Dit hoofdstuk is primair bedoeld als fundament voor de kustvisie. De belangrijkste zaken uit dit hoofdstuk komen terug in de conclusies.*

## **West-Friesland wordt gevormd door een dijklandschap**

De Westfriese Omringdijk markeert de streek in het noorden van de provincie Noord-Holland. De regio heeft voornamelijk een agrarisch karakter en bestaat grotendeels uit lange lintdorpen. Grote plaatsen in het gebied zijn Hoorn, Heerhugowaard, Enkhuizen, Schagen en Medemblik.

Een klein deel van de gemeente Alkmaar behoort ook tot West-Friesland. De binnenstad niet. Hoorn heeft een centrumfunctie voor de regio.

Vooral de havenplaatsen Hoorn en Enkhuizen hebben een historisch karakter en rijk verleden dankzij hun VOC-status. Een plaats als Heerhugowaard is vooral gegroeid door de status van groeikern met bijbehorende Vinex-wijken. Met het IJsselmeer en het Markermeer binnen handbereik speelt watersport

een grote economische rol in West-Friesland.

Medemblik heeft een aantal jachthavens binnen de stadswallen en het grote moderne Regatta Center buitendijks. Een combinatie van jachthavens en internationale wedstrijdhaven. Ook in Hoorn en Enkhuizen zijn meerdere jachthavens. Enkhuizen heeft sinds een aantal jaren een aparte haven voor de boten van de bruine chartervloot waar grote groepen toeristen op varen. Langs de dijk tussen Medemblik en

Enkhuizen is in de jaren zeventig van de vorige eeuw ter hoogte van de oude Buurtjeshaven bij Andijk een jachthaven buitendijks aangelegd.

Zoals de naam natuurlijk doet vermoeden heeft West-Friesland ooit in een ver verleden aan Friesland vastgezet. En het behoorde tot Fries grondgebied. Daar zijn sporen van terug te vinden in onder meer het dialect en in persoonsnamen. Zelfs het landschap in beide delen van Nederland vertonen gelijkenissen. Door de ruilverkaveling in vooral



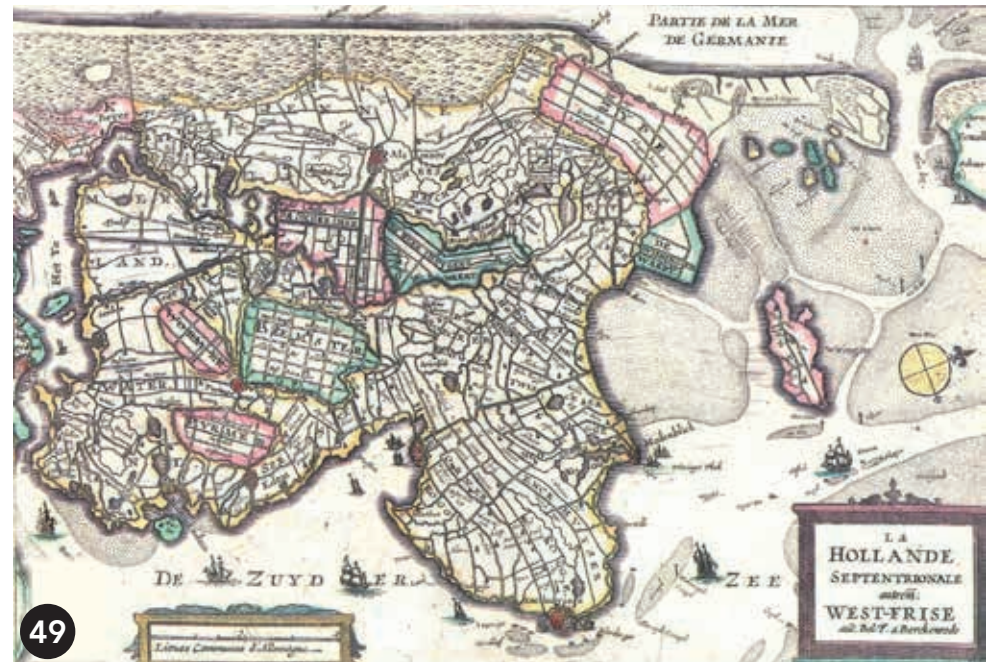
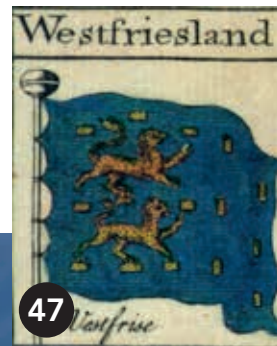
West-Friesland is daar weliswaar een flink deel van verloren gegaan maar overeenkomsten zijn er zeker nog.

Dat zie je bijvoorbeeld ook bij de boerderijen. In West-Friesland staan stolpboerderijen behorend tot de Noordelijke huisgroep. Een boerderijtype dat ook voorkomt in Friesland en Groningen. Stelpboerderijen heten die in de Friese provincie. In beide boerderijen bevinden zich het woon- en werkgedeelte onder een dak.

Op een eeuwenoude kaart van West-Friesland is goed te zien hoe in de 'Zuyderzee' tussen Den Oever en



Medemblik het eiland Wieringen lag. Ook de vele ondieptes en zandplaten voor de kust van Andijk vallen op. Zoals zandplaat de Kreupel. Het gebied was door die ondieptes toen al lastig bevaarbaar. Als je goed naar die oude kaart kijkt zie je dat de huidige dijken op hele logische plekken liggen, namelijk op de ondiepe delen. Daar was het natuurlijk relatief makkelijk dijken bouwen.



## Westfriese Omringdijk

De Westfriese Omringdijk is een 126 kilometer lange dijk, ontstaan door het aan elkaar koppelen van verschillende korte dijken in de regio West-Friesland. De dijk omringt, zoals de naam zegt, het gebied West-Friesland. De Omringdijk loopt via de steden Enkhuizen, Hoorn, Alkmaar, Schagen en Medemblik weer terug naar Enkhuizen. Een West-Fries hoeft je niet uit te leggen dat dijken bouwen belangrijk is. Om een gebied droog te houden of juist nat. Ze kennen daarin een lange traditie.

In de tiende eeuw als de eerste dijken worden aangelegd gaat het om korte

en lage dijkjes. In de twaalfde eeuw rukken de Hollanders op en wordt het gebied steeds drukker bevolkt, ook het water rukt op. Door de langzame maar gestage stijging van het waterpeil in zee en de rivieren moeten er meer dijken worden aangelegd om droge voeten te houden in het gebied.

Behalve gevaar voor onder water lopen van de woningen loopt ook de voedselvoorziening in het gebied gevaar. Meer dijken dus. De eerste langere dijken worden dan aangelegd tussen opgehoogde terpen. Het zijn nog steeds simpele en lage dijken. Doordat die met regelmaat

doorbreken ontstaan in het gebied allerlei meren.

Zo ontstaat een stelsel van meren bij Texel en Vlieland dat uiteindelijk de Waddenzee vormt. Ook een eerste gedeelte van het Wieringermeer wordt nat. En de toen al bekende watergebieden in Waterland worden een stuk groter. Noodgedwongen gaan de West-Friezen steeds betere en stevigere dijken bouwen. Toch kunnen ze niet voorkomen dat de rivier 't Vlie, die West-Friesland van Friesland scheidt, zoveel land opslokt dat de Zuiderzee ontstaat.

Halverwege de dertiende eeuw worden steeds meer gebieden door dijken met elkaar verbonden. Zo ontstaat een heel netwerk van dijken in het West-Friese gebied. Door tussendijken aan te leggen vormen zich compartimenten, die ieder weer omringd worden door dijken. Uiteindelijk ontstaat de Westfriese Omringdijk doordat de verschillende dijken tot een stelsel verbonden worden.

Vanaf het begin van de zestiende eeuw komen de dijken steeds meer op hun definitieve plaats te liggen, doordat ze steviger en



hoger gebouwd worden. Door het droogleggen van grote watermassa's in West-Friesland (dat begint met de Zijpe) wordt de zeeverende functie van de Omringdijk kleiner. Af en toe breekt de zee nog wel eens door de ring van dijken en verdrinken er ook bewoners.

Het idee om de Zuiderzee helemaal of gedeeltelijk in te polderen oppert Hendrik Stevin al in de zeventiende eeuw. Zijn plan gaat ver. Hij stelt voor om de zeestraten tussen Noord-Holland, de Waddeneilanden en Groningen met dijken af te sluiten en de overgebleven waterplas helemaal droog te malen. Hierdoor zou de veiligheid toenemen en er een heel groot gebied landbouwgrond bijkomen. Denk je eens in, de Waddeneilanden zouden dan met het vaste land verbonden worden. Technisch blijkt het in die tijd nog niet uitvoerbaar, en dat is misschien maar goed ook.

In de negentiende eeuw, als de technologie wel met sprongen vooruitgaat, krijgt het plan om de Zuiderzee af te sluiten ineens concreet vorm. Voor de internationale handelsvaart is de Zuiderzee dan al niet meer zo belangrijk. En inpoldering past ook in het vooruitgangsgeloof van het tijdperk van de industriële revolutie. Het project zou heel veel

nieuwe landbouwgrond opleveren. En minstens zo belangrijk: de kustlijn van 250 kilometer die steeds bedreigd wordt door overstromingen zou in een klap een stuk veiliger worden. En dat is in de tijd dat Nederland steeds dichter bevolkt raakt een belangrijk issue.

Het zal uiteindelijk nog duren tot de stormvloed van 1916, waarbij meer dan vijftig doden vallen, voordat definitief besloten wordt de Zuiderzee af te sluiten. Verschillende delen van Nederland zijn dan onder water gelopen. Veiligheid is een belangrijke reden maar minstens zo belangrijk is het voedseltekort dat in de Eerste Wereldoorlog is ontstaan. Er is meer nieuwe landbouwgrond nodig. Twee jaar later gaat het parlement akkoord en wordt de Zuiderzeewet aangenomen.



## Van Zuiderzee naar IJsselmeer

De aanbesteding van de Zuiderzeewerken start in 1920 met het eerst deel: de aanleg van 2,5 kilometer lang Amsteldiepdiijk van het vaste land in Noord-Holland naar het eiland Wieringen. De dijk is vier jaar later klaar. Veel kennis die opgedaan is bij de aanleg van dit eerste stuk is later ingezet bij de aanleg van de Afsluitdijk van Den Oever naar het Friese dorp Zurich.

In 1927 begon de bouw van de Afsluitdijk. In 1932 wordt het laatste stuk Afsluitdijk gebouwd en het water binnen de dijk omgedoopt tot IJsselmeer, vernoemd naar de rivier de IJssel die uitmondt in het water. Het bestaan van het IJsselmeer is heel vanzelfsprekend maar is dus nog geen honderd jaar oud.

De afsluiting had grote gevolgen voor de visserij en de natuur. De voormalige zoute binnenzee veranderde in anderhalf jaar in een zoetwatermeer. Via de spuisluisen in de Afsluitdijk werd zout water en overtollig zoet water dat vanuit de IJssel het meer instroomde afgevoerd naar de Waddenzee.

Dat betekende de nekslag voor de duizenden vissers, scheepsbouwers en zeilmakers die op en met de Zuiderzee hun brood verdienden. Na een paar jaar waren de haring, bot en ansjovis

uitgestorven. De bruinvis en de zeehond waren al eerder verdwenen. Alleen paling, snoekbaars en spiering hielden stand in het zoete water. Veel vissers kregen een uitkering of werden pluimveehouder of boer. De Urker vissersvloot verlegde het werkgebied naar de Noordzee. Met het afsluiten van de Zuiderzee verdween ook de Zuiderzeecultuur snel.



## Wieringermeerpolder

We gaan een heel stuk terug in de tijd, naar het jaar 1000. Toen was het gebied van de Wieringermeerpolder nog gewoon land. Het was zelfs groter dan de huidige polder. Door stormen in de 12e eeuw liep het gebied onder water en werd het onderdeel van de zee. Het zou dan nog acht eeuwen duren voordat het in 1927 weer land werd door het inpolderen van de Wieringermeer. Op Wieringen werd daarvoor het gemaal Leemans gebouwd. Bij het droogleggen werd ook het Gemaal Lely ingezet, een elektrisch gemaal bij Medemblik. Dat gemaal had drie pompen die elk 400 kubieke meter water per minuut konden verwerken.

De bedoeling was om de Wieringermeerpolder pas aan te leggen als de Afsluitdijk helemaal klaar was. Daar is niet op gewacht omdat er een grote behoefte was in Nederland aan extra landbouwgrond. Ze ontdekten dat deze grond hier heel vruchtbaar was. In 1930 was de polder klaar en vier jaar later werd het nieuwe land ontgonnen. De Wieringermeerdijk was dus eerder klaar dan de Afsluitdijk. Daardoor lag de Wieringermeerdijk dus nog een paar jaar aan de Zuiderzee. Dat vroeg om een hogere en dikkere dijk dan oorspronkelijk bedoeld was. De beslissing om versneld in te polderen heeft dus veel impact gehad op de uitstraling van die dijk.

Eerder waren er bij de drooglegging van onder meer de Haarlemmermeerpolder problemen geweest bij het uitgeven van nieuw land door particulieren. Daarom werd de uitgifte van het nieuwe land van de Wieringermeerpolder voor het eerst door de rijksoverheid gedaan. De kavelgroottes voor nieuwe boeren werden door de machtige Directie Wieringermeer van de Dienst Zuiderzeewerken allemaal bepaald op twintig hectare en uitgegeven in een pachtstelsel. De nieuwe dorpen Wieringerwerf, Middenmeer en Slootdorp en de boerderijen, van allemaal hetzelfde type, werden plan-economisch aangelegd.

Er werden sollicitatieprocedures gestart om boeren en boeren in spe aan te trekken. Die kwamen uit het hele land. De mensen die er nu wonen komen dus niet per se uit het gebied. Het gebied heeft zich daardoor niet typisch West-Fries ontwikkeld. Gek genoeg realiseren we ons bij de Noordoostpolder en Flevoland heel goed dat het nieuwe land is met een nieuwe cultuur, maar bij de Wieringermeerpolder niet. Toch is het net zo ontstaan. De naam zou eerst Noordwestpolder zijn. Als dat de naam was geworden waren mensen zich er meer bewust van geweest dat het om nieuw land ging. Maar omdat het genoemd is naar het bestaande

toenmalige Waddeneiland Wieringen wekt dat de suggestie dat het land er altijd al lag. Het is daarmee relatief

recente, interessante en relevante Nederlandse geschiedenis die nauwelijks bekend is.



## Conclusie IMA: West-Friesland nieuw & oud

De kop van Noord-Holland bestaat uit oude en nieuwe polders. Ook West-Friesland is een combinatie van oude en nieuwe polders. Oorspronkelijk was Noord-Holland maar een smalle kuststrook land van Den Helder en Huisduinen naar het zuiden. Door inpolderen van eerst kleine gebieden en later dat hele grote gebied heeft Noord-Holland de huidige vorm gekregen. Het ontstaan van de Wieringermeerpolder past door het afsluiten van de Zuiderzee in een lange oud-Hollandse traditie van bedijking en inpoldering van ondieptes. Ook in Amsterdam gebeurde dat. Het IJ was heel groot met allerlei ondieptes en eilandjes, die nu een stip in een polder zijn geworden. Holysloot is daar een voorbeeld van.

Als je vanaf het land naar het IJsselmeer kijkt zie je de logica niet. Maar als je vanaf het water naar het land kijkt, begrijp je waarom daar de dijken liggen. Dan begrijp je waarom er eilanden zijn ontstaan, waarom de Kreupel een logische plek is om aan natuurontwikkeling te doen. Als je dan niet weet, denk je misschien: 'wat een gekken, ze hebben midden in het water een eiland gecreëerd.'

Volgens IMA spreekt het voor zich dat de afsluiting van de Zuiderzee het begin van het IJsselmeer betekende.

Hoewel zeer de moeite waard, is de Zuiderzee voor de identificatie van de huidige IJsselmeerkust verrassend irrelevant. De Zuiderzeetradities zijn vrijwel verdwenen, net als de bij de Zuiderzee behorende economie. Alleen in het Zuiderzeemuseum zijn de tradities nog in theatervorm te zien. Alle aandacht voor de Zuiderzee leidt af van de moderne geschiedenis, die van het IJsselmeer. En die moderne

geschiedenis is belangrijk om de ontwikkelingen die nog gaande zijn in het gebied te kunnen begrijpen. Als we de geschiedenis van het IJsselmeer-begin tot nu niet beter gaan begrijpen, dan mis je de clou van het gebied en kun je geen goede plannen maken voor de toekomst van het IJsselmeer.

*Voor een waardering van de huidige kust is een minder nostalgische blik noodzakelijk. Die waardering start bij de aanleg van de Afsluitdijk met inpolderen en gemalen en is gebaseerd op de ontwikkelingen die direct of indirect daar het gevolg van waren. De waardering van de Noord-Hollandse IJsselmeerkust gaat dus ook over de waardering van Nieuw West-Friesland.*







## 8. Conclusies Noord-Hollandse IJsselmeerkust

\* Dit hoofdstuk start met een korte beschrijving van Andijk. IMA denkt dat de geschiedenis en ontwikkeling van Andijk symbool staat voor die van de hele Noord-Hollandse IJsselmeerkust. Andijk begrijpen is die hele kust begrijpen.

### Andijk in het kort

Andijk ligt tussen Medemblik en Enkhuizen en dankt haar naam heel simpel aan de locatie 'a(a)n de dijk'.

Na aantal eerdere fusies in het gebied fuseerde Andijk met Wervershoof en Medemblik 1 januari 2011 tot de nieuwe gemeente Medemblik.

Op oude foto's van Andijk zie je nog de oorspronkelijke Westfriese Omringdijk met paadjes die van de dijk naar beneden lopen. Aan de voet van de dijk zijn slootjes met bruggetjes naar boerderijen en daarachter begint meteen het landbouwgebied. Een

lintdorp met een weg over de dijk die Enkhuizen met Medemblik verbond. Tijdens de grote vloed van 1916 ontsnapte Andijk aan een grote ramp. Met man en macht is de dijk gered en vervolgens verbreed en verhoogd. Om plaats te maken voor die bredere dijk in 1916 is er iets bijzonders gedaan. Een paar honderd huizen zijn 400 meter landinwaarts gesleept op tonnen, vaten en bootjes. Als je nu over de dijk rijdt zie je dus niet meer

het authentieke Andijk. Gevolg was ook dat de weg niet meer óp de dijk, maar áchter de dijk kwam te liggen. Als je nu over de lage dijkweg van Medemblik naar Enkhuizen rijdt, kun je ook vrijwel nergens het water zien. Het contact met het IJsselmeer is weg. Een Andijker ziet zijn woonplaats dan ook als een tuinbouwdorp. In tegenstelling tot zeilers die Andijk als een havenplaats zien.





## Proefpolder Andijk

Op een oude luchtfoto van Andijk uit 1927 is goed te zien hoe een driehoekvormig stuk land buitendijks aan het dorp geplakt lijkt. Het gaat hier om iets bijzonders, een proefpolder met dijk van veertig hectare die in dat jaar is aangelegd voor het toen astronomische bedrag van 1 miljoen gulden. Bedoeld ter voorbereiding op de drooglegging van de Wieringermeer. Grote vraag was hoe er van zilte grond vruchtbare landbouwgrond gemaakt kon worden. Was dat überhaupt wel mogelijk?

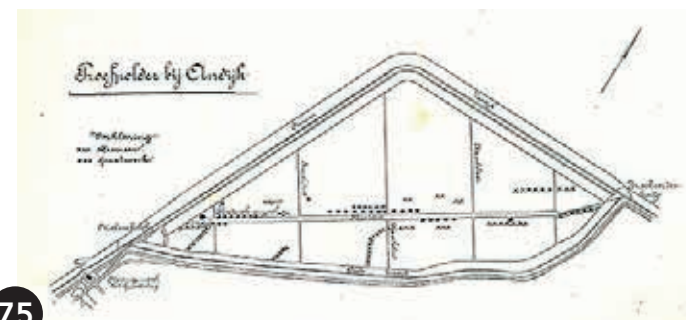
Er was nog maar weinig ervaring in Nederland met inpolderen van voormalig zout gebied. Tot die tijd mislukte het eigenlijk overal om dergelijke grond vruchtbaar te krijgen.

Buiten Andijk werd dus eigenlijk een laboratorium gebouwd, waar landbouwkundig, bodemkundig en microbiologisch onderzoek gedaan werd. Allerlei aspecten die met inpoldering te maken hadden werden hier bestudeerd: ontzilting, inklinking en opdroging. Gewassen die het

goed doen op deze bodem werden uitgezocht.

De proefpolder bleek een groot succes en dat betekende groen licht voor de Dienst der Zuiderzeewerken van het toenmalige ministerie van Waterstaat om de Afsluitdijk en de IJsselmeerpolders aan te leggen. Het ontginnen en in cultuur brengen van de drooggevallen gronden werd overgelaten aan een andere dienst, de Directie van de Wieringermeer (voorloper van de Rijksdienst voor

de IJsselmeerpolders). Met de ervaringen in de proefpolder bij Andijk is de ontwikkeling van de Wieringermeerpolder versneld. En met de opbrengst van de verkoop van de gronden van de polders werden de kosten van de aanleg terugverdiend. Er is dus een zeer sterke relatie tussen een stukje dijk bij Andijk en de gehele Wieringermeerpolder. Je kunt zeggen dat Nieuw West-Friesland is ontstaan door een proef voor de kust van Oud West-Friesland.



Het eerste nieuwe land werd gewonnen bij Andijk toen door de veertig hectare grote proefpolder droog viel in 1927.

## Drinkwaterbedrijf PWN

Iets verderop aan de dijk zijn in 1968 twee grote waterbekkens gecreëerd. Daar werden door drinkwaterbedrijf PWN enorme hoeveelheden drinkwater ingenomen en met grote pompen en buizen de duinen ingepompt. De duinen werden als filter voor het drinkwater gebruikt. De productie begon met 700 kubieke meter schoon drinkwater per uur. Dat werd naar Hoorn gepompt en van daaruit verder de provincie in. Het station werd eind jaren zestig bemand door slechts twaalf medewerkers. Die werkten met chemicaliën en dat was nieuw in die tijd. Het hele pompstation was voorzien van geavanceerde techniek. Een medewerker van het eerste uur vertelt in een uitgave van de Andijker over uitdagingen als een grote algenplaag in het IJsselmeer, vervuild water door de ramp bij Tsjernobyl en het zout en de bestrijdingsmiddelen in het IJsselmeer. 'Dat kostte veel tijd en inspanning om het water schoon en betrouwbaar te maken. De komst van koolfilters was een enorme verbetering.'

Tegenwoordig wordt een deel het IJsselmeerwater via een revolutionair systeem direct op locatie gezuiverd tot drinkwater. Een ander deel wordt voorgezuiverd en gaat via grote leidingen nog steeds naar de duinen. Hier passeert het water de koele donkere duinbodem en wordt het nog

verder bacteriologisch gezuiverd. Na zo'n drie tot vier weken pompt PWN het water weer op en na een laatste zuivering met zandfilters gaat het door het lange leidingnet naar 783.000 huishoudens en bedrijven in Noord-Holland.

De technieken zijn in ruim vijftig jaar veranderd, het doel is nog altijd hetzelfde: nu en in de toekomst de inwoners van Noord-Holland van voldoende en goed drinkwater voorzien. Het pompstation van PWN bij Andijk zuivert nu 24 miljoen kubieke meter water per jaar uit het IJsselmeer tot drinkwater. Het is de grootste drinkwaterfabriek van Europa. Dat hadden die twaalf medewerkers in 1968 waarschijnlijk nooit kunnen en durven dromen.

Opmerkelijk is volgens IMA dat deze unieke 'drinkwaterfabriek' tijdens het identificatieproces door slechts één persoon genoemd werd als beeldbepalend voor het gebied. De relatie tussen IJsselmeer en drinkwater is bij veel mensen niet helder. Er ligt een extreem groot zoetwaterbekken dat door iedereen for granted genomen wordt, maar eigenlijk is het heel bijzonder dat we het hebben.



## Jachthaven

Sinds de 17e eeuw tot ver in de jaren dertig van de vorige eeuw was de haven van Andijk een echte vissershaven. Af en toe kwamen ook vissers van buiten Andijk hier schuilen voor een zware storm. Na de aanleg van de Afsluitdijk liep de visvangst dramatisch terug en raakte in de jaren zestig de Buurtjeshaven in verval. Een groepje enthousiaste Andijkers ondernam actie om de haven te redden. Ze richtten watersportvereniging De Kreupel op en werkten het idee uit om de haven te reconstrueren. Ligplaatsen werden op voorhand verhuurd en binnen no time was het geld binnen om de haven ook daadwerkelijk aan te leggen.

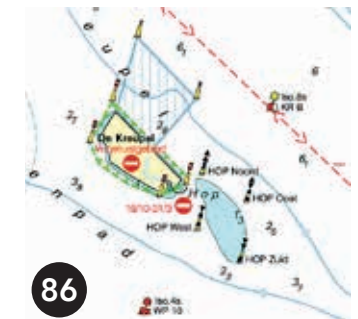
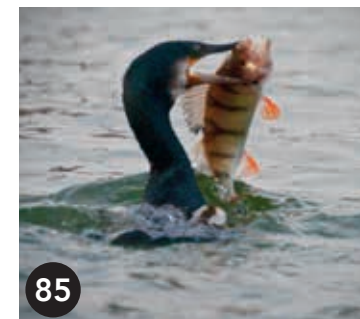
Tot in 1974 het noodlot toesloeg en een hevige storm de haven vernielde. Om de Buurtjeshaven beter te beschermen moest een nieuwe dijk aangelegd worden, in dat plan kon meteen buitendijks een nieuwe grotere jachthaven meegenomen worden. WSV De Kreupel en de gemeente Andijk staken de koppen bij elkaar en in 1981 werd Jachthaven Andijk geopend. Dus ook die jachthaven is een relatief recente ontwikkeling, die lag er echt niet altijd zoals veel mensen misschien denken.



## De Kreupel

Op de plek waar in de 15e eeuw eiland/zandbank Creupel Sande in de Zuiderzee lag, is nu een kunstmatig eiland met vrijwel dezelfde naam verzezen; de Kreupel. Het is 70 hectare groot en ligt op 4,5 kilometer voor de kust van Andijk. Aangelegd als natuurgebied tussen 2002 en 2004 op een bestaande ondiepte en beheerd door Staatsbosbeheer.

Er is sinds 2008 een passantenhaven met enkele steigers en een waterwoning voor de havenmeester maar het eiland is verder niet toegankelijk voor publiek. Er zijn verder geen voorzieningen op het eiland. Voor visdiefjes is het een populaire broedplek. De grootste kolonie visdiefjes van Europa huist er. In de zomermaanden stikt het er ook van de zwarte sterns.



## Conclusies Andijk

In Andijk is volgens IMA goed waar te nemen wat de IJsselmeerkust te bieden heeft. Binnen een paar kilometer kun je vier verschillende verhalen vertellen die over het hele gebied gaan. Andijk als laboratorium voor de Wieringermeerpolder, de drinkwaterfabriek, recreatie in de jachthaven en natuurontwikkeling door eilandjes te creëren.

In Andijk kun je dus in een notendop al die verhalen vertellen, maar dat gebeurt nu gek genoeg helemaal niet. Eigenlijk zou iedereen op excursie moeten naar Andijk. Daar moet de focus op komen te liggen. Dan kun je een andere kijk op de kust krijgen. Dan is het water niet langer 'slechts' die grote plas voorbij de achterdeur, maar een belangrijke bron van inkomsten voor het gebied.





## Samenvatting conclusies van IMA

De Noord-Hollandse IJsselmeerkust is slechts een smalle strook die zich uitstrekt langs meerdere gebieden die volgens IMA samen als West-Friesland aangeduid kunnen worden.

Samenhang is alleen buitendijks te benoemen. Bewoners van het gebied leven meestal met hun rug naar het water en zijn gefocust op een leven in de landbouw.

Binnen de dijken hebben alleen degenen die werkzaam zijn in de vrijetijdsindustrie interesse voor het IJsselmeer omdat de dijken veiligheid bieden. In het gebied lijkt men vooral geen last te willen hebben van het IJsselmeer en de bezoekers.

IMA constateert dat vooral buiten het gebied grote waardering bestaat voor alles wat het IJsselmeer te bieden heeft. En dat is behoorlijk wat. Ga maar na: een spectaculair watersportgebied, bijzondere natuur(ontwikkeling) en de grootste zoetwatergarantie van Nederland. Die onderwaardering binnen het gebied zorgt ervoor dat er een gebrek is aan bescherming én benutting van zowel de economische- als natuurwaarden die het IJsselmeer te bieden heeft. We zien hier overeenkomsten met de provincie Zeeland. Ook daar speelt dat een rol.

Het gebied presenteert zich op nostalgische en wat traditionele wijze met de Zuiderzeestadjes, de stoomtrein, het Zuiderzeemuseum en Sprookjes Wonderland als highlights. Daar kennen bezoekers het gebied nu van.

### Volgens IMA zijn de échte highlights:

- Racecircuit op het water voor zeilers
- Grootste zoetwatervoorraad van Nederland
- Hightech agrarische en zaadveredelingssector
- Een knap staaltje succesvolle inpoldering van Nederland

Het wordt tijd dat het gebied zich moderner aan de wereld gaat tonen, door het hedendaagse gezicht te laten zien. Dan is het voor potentiële werknemers, bewoners, expats, bedrijven en recreanten ineens een veel interessanter en dus waardevoller gebied.

Met de nostalgische insteek van oude ambachten, VOC-steden en Zuiderzee-geschiedenis spreek je wellicht grootouders met hun kleinkinderen aan, maar niet de doelgroep waarvan het zo hard nodig is dat ze het gebied gaan waarderen. Sterker, die schrik je er eerder mee af...



# 9. Het Marketing Landscape van de Noord-Hollandse IJsselmeerkust

## Marketing Landscape van de Noord-Hollandse IJsselmeerkust

Op basis van het onderzoek naar de identiteit van de Noord-Hollandse IJsselmeerkust, de CPWW-score, de (maatschappelijke) trends en ontwikkelingen en concurrentieonderzoek heeft IMA voor het gebied een Marketing Landscape bepaald. Deze unieke claim is een denkkader, niet per se een merk. Het is een toekomstbeeld dat een fundament legt voor het merk. Met die claim in de hand kun je steeds toetsen of zaken die je gaat ontwikkelen echt passen bij het gebied.

## Maatschappelijke trends en ontwikkelingen

Wat zijn de maatschappelijke trends en ontwikkelingen om tot een unieke claim voor de IJsselmeerkust te kunnen komen? IMA heeft daarvoor op basis van het onderzoek van Wing landschapsarchitecten naar de trends op het gebied van vijf thema's: 'landschap en cultuurhistorie', 'landbouw en visserij', 'energietransitie', 'verstedelijking en economie' en 'recreatie en toerisme' samenhangende conclusies getrokken.

Het IJsselmeer is ontstaan als gevolg van grootschalig vooruitgangdenken.

De kust van de Zuiderzee werd eeuwenlang door stormen die over het water jaagden bedreigd. Met de aanleg van de Afsluitdijk is er een veilige kust ontstaan én een heel groot zoetwaterbekken. Dat veilige meer is door mensenhanden gecreëerd. In anderhalf jaar is het water zoet geworden en dat zoete water is een belangrijke bron voor voorspoed geweest aan de randen van het IJsselmeer.

Met mensenhanden zijn ook nieuwe polders gemaakt. We hadden tot dan toe vooral veel 'binnenlandse polders' gecreëerd. Meertjes en

drassige veenweidegebieden werden ingepolderd tot landbouwgebied. Maar na het afsluiten van de Zuiderzee hebben we voor het eerst grote happen van de zee afgehaald om daar landbouwgebied van te maken.

En dat bleek al snel ook nog eens heel succesvol. We waren er gewoon steengoed in. Het begon met de Wieringermeerpolder aan de westkant gevolgd door de Noordoostpolder aan de oostkant. En later de Flevopolder aan de zuidkant. Dat zijn allemaal grote stevige ingrepen geweest die veel impact hebben gehad op hoe Nederland eruit is





komen te zien. En hoe ons land zich kon ontwikkelen. Er werden goede architecten ingehuurd om dat allemaal vorm te geven. Het was niet zomaar een project. De bebouwing van de dijken en de gemalen moesten de uitstraling hebben van: Nederland is waardevol en we gaan grootschalig vooruit.

Dat **Nederlands grootschalig vooruitgangsdijken** is vervolgens meegenomen in de vervolgroute voor de ontwikkeling van de IJsselmeerkust.

De aanleg van de Afsluitdijk (1927-1932) waardoor de Zuiderzee het

IJsselmeer werd was vooruitgangsdijken 1.0. Maar het is daarna niet gestopt. Het gebied is volop doorontwikkeld. Laten we het vooruitgangsdijken 2.0 noemen. Zo is over zandplaat de Houtrib tussen 1963 en 1976 de Houtribdijk aangelegd. De dam van 26 kilometer lengte loopt van Enkhuizen naar Lelystad. Deze waterkering was eigenlijk bedoeld om het zuidwestelijk deel van het IJsselmeer in te polderen tot de Markerwaard. In 2003 is definitief besloten dat gebied niet droog te leggen. De grootschaligheid zie je ook terug in deze dijk. Doordat er een weg over aangelegd is, is het



een belangrijke verbinding geworden tussen Oost en West-Nederland. Waterleidingbedrijf PWN legde in 1968 twee grote drinkwaterbekkens aan in het IJsselmeer bij Andijk. Inmiddels is het de grootste drinkwaterfabriek van Europa. Hightech en goed voor 24 miljoen kubieke meter IJsselmeerwater dat jaarlijks ter plaatse gezuiverd wordt tot drinkwater. Een knap staaltje ook van Nederlands grootschalig vooruitgangsdijken. Ook de aanleg van de vooroevers in het water bij Medemblik en Andijk zijn bijzondere doorontwikkelingen van de natuur in het gebied.

En zo komen we via de meer recente geschiedenis en ontwikkelingen terecht, bij vooruitgangsdijken 3.0. Denk aan eiland De Kreupel, waar een nieuw natuurgebied ontstaat op de oude zandplaat. De kunstmatige aanleg in de jaren negentig van slibdepot IJsseloog in het Ketelmeer is daar ook een goed voorbeeld van. De ringvormige put van 45 meter diep, een kilometer in doorsnede en met een dijk van tien meter hoogte doet dienst als opvang voor verontreinigd slib dat jarenlang via rivier de IJssel op de bodem van het Ketelmeer terecht kwam. Het dreigde zich verder te verspreiden richting het IJsselmeer.

Het slibdepot heeft de vorm van een oog waar het zijn naam aan dankt.

Nog zo'n bijzondere recente typisch Nederlandse ontwikkeling is de aanleg van de vismigratierivier bij de Afsluitdijk ter hoogte van Kornwerderzand. Het is een 'doorbraak' in de dijk waar vissen zoals paling vrij kunnen bewegen tussen de Waddenzee en het IJsselmeer. Zo blijft de visstand goed op peil.

Het IJsselmeer barst van dit soort innovatieve projecten. Dat maakt het IJsselmeer tot een gebied met heel grote natuur- en waterwaarden. Een door mensenhanden gecreëerd

gebied dat dankzij die waarden ook economisch bruikbaar is. Nieuwe grootschalige ontwikkelingen moeten die bijzondere waarden dus met respect als uitgangspunt gebruiken.

IMA noemt dat **de IJsselmeerwaarde**. Alles wat je ontwikkelt voor het gebied moet daar aan voldoen. Het moeten stuk voor stuk voorbeelden zijn van dat grootschalig Nederlands vooruitgangdenken. Ontwikkelingen moeten getoetst worden aan de IJsselmeerwaarde.

Deze IJsselmeerwaarde moet niet alleen een rol spelen bij de ontwikkeling van een toeristische

visie voor de Noord-Hollandse IJsselmeerkust. Het moet ook op andere plekken langs het IJsselmeer terugkeren. Zoals ten zuiden van de Houtribdijk, rond het Markermeer en het Gooimeer. Maar ook aan de kant van Flevoland en de Friese kant. Sterker nog: zelfs op de Afsluitdijk moet de IJsselmeerwaarde een rol spelen.

Nu zie je dat de 'omwonenden' van het IJsselmeer het water te veel voor lief nemen in plaats van dat ze het water omarmen. Ze lijken het bijzondere van het IJsselmeer helemaal niet te zien.

Zo kan het gebeuren dat het nieuwe bezoekerscentrum op de Afsluitdijk, het Afsluitdijk-Waddencentrum heet. Wonderlijk want je hebt vanuit dat centrum helemaal geen zicht op de Waddenzee, wél op het IJsselmeer. En hengelsport- en kampeervereniging Het Wad dat halverwege de dijk ter hoogte van Breezanddijk een minicamping heeft, ligt toch echt aan de IJsselmeerkant van de Afsluitdijk.



## Aan 't Meer

Veel Nederlandse plaatsen die aan de Noordzee liggen hebben ooit de toevoeging 'aan Zee' gekregen. Die hadden ze van oorsprong niet, maar omdat de meerwaarde van leven aan en met de zee erkend werd, is dat toegevoegd. Toen Center Parcs in Zandvoort 'aan Zee' toevoegde aan de naam van het park nam het aantal boekingen toe. Zo'n toevoeging bevordert het bewustzijn dat het een bijzondere plek is.

Zo zou je bij plaatsen aan het IJsselmeer 'aan 't Meer' kunnen toevoegen. Daarmee creëer je bewustzijn dat het plaatsen zijn waar je vanzelfsprekend aan en met het meer leeft. Je zou dan een

herkenbaar symbool of logo kunnen maken dat door alle plaatsen als een 'achternaam' toegevoegd kan worden aan hun eigen place branding-uiting. Zo ontstaat er ook verbinding en eenheid in het gebied vanuit toeristisch-recreatief perspectief. Zo'n toevoeging kan daarmee letterlijk waardevol worden. Dan bezoek je Makkum aan 't Meer of Medemblik aan 't Meer. Dat moet niet alleen als een promotie-campagne voor bezoekers worden gezien, maar ook als een bewustwordingsproces voor de stakeholders in het gebied.



112

## Vergezicht

Wat betekent het *Nederlands grootschalig vooruitgangdenken* als Marketing Landscape voor de Noord-Hollandse IJsselmeerkust? Hoe kan dat er uit komen te zien? Een vergezicht...

*'Goede vrienden uit Amerika zijn een weekje over. Het is de allereerste keer dat ze Nederland bezoeken. Ze branden van nieuwsgierigheid om dat landje onder de zeespiegel eindelijk eens te leren kennen. Tuurlijk zijn ze bekend met het verhaal van Hansje Brinker met zijn vinger in de dijk. Die letterlijk met zijn blote handen stand en land tegen de dreigende zee beschermden. 'Wonen jullie Nederlanders echt op voormalige zeebodem?', vraagt mijn Amerikaanse vriend vaak. 'Crazy people', zegt hij dan hoofdschuddend. Krankzinnig idee is dat voor hen. Wij weten beter. Wij weten hoe stevige en kilometerslange dijken, krachtige gemalen, ingenieuze spuisluizen en andere technische hoogstandjes ons al jarenlang droge voeten geven. Hoog tijd om ze mee te nemen voor een rondje IJsselmeer. Langs de plekken waar we ze het heroïsche verhaal van die grote watermachine, het blauwe hart van Nederland, kunnen laten zien en ervaren. We pakken het goed aan en trekken er twee dagen voor uit. Een dagje IJsselmeer vanaf de kant en een dagje vanaf het water. De perfecte combinatie om het verhaal te vertellen*

*van een echt staaltje Nederlands grootschalig vooruitdenken.*

*Vanuit Amsterdam rijden we naar de kop van Noord-Holland. Door de Wieringermeerpolder bereiken we de Afsluitdijk. Hier staat de man waar we onze Amerikaanse vrienden als eerste kennis mee willen laten maken. 'Jongens dit is hem nou': Cornelis Lely. Briljant ingenieur, waterbouwkundige en minister. Het brein achter de Zuiderzeewerken. In 1891 ontwierp hij al zijn eerste plan voor afsluiting van de Zuiderzee. In 1932 was het zover en werd de zee het IJsselmeer. De grondlegger van het moderne Nederland, zo mogen we hem gerust noemen. Onze vrienden zijn even stil als ze hem hoog op zijn sokkel midden op de dijk zien staan. Vol ontzag kijken ze over het nu zo rustige water van het IJsselmeer. Was dit echt ooit een woeste zee? 'Smart guy that mr. Lely'.*

*We stoppen bij het gloednieuwe bezoekerscentrum van de Afsluitdijk. Hier maken onze vrienden kennis met alles wat het IJsselmeer en de kust zo bijzonder maakt: Nederlands watermanagement, de techniek van het inpolderen, wonen op de voormalige zeebodem, de watersport, de hypermoderne zaadveredelingsindustrie. Na een heerlijke lunch met lokale producten is het tijd voor wat sightseeing langs*

de kust. Van gemaal Leemans naar gemaal Lely en daar doemt Kasteel Radboud in Medemblik op.

We blijven over de dijkweg langs de kust rijden en passeren de Vooroever bij Andijk. Mooie grootschalig ontwikkelde natuur en water.. Ons einddoel voor vandaag is de waterzuiveringscentrale van PWN. De grootste drinkwaterfabriek van Europa, waar miljoenen liters water uit het IJsselmeer gezuiverd worden tot drinkwater voor Noord-Holland. Er staat inmiddels een stevige wind en in de verte zien we op het water een

zeilboot hoog aan de wind varen. De boot hangt behoorlijk scheef. Voor morgen zijn de windvoorspellingen een stuk rustiger. Gelukkig maar, want onze Amerikaanse vrienden hebben niet echt zeebenen en we hebben een nautische verrassing voor ze. Na een overnachting in het historische Medemblik rijden we naar het Regatta Center. De wereldkampioenschappen E-sailing zijn net 'gevaren'. Vandaag vindt op het water het echte werk plaats. Strakke wedstrijdboten uit twintig landen liggen klaar. De nieuwste zeilen klapperen in de wind. Foilzeilboten met carbonmasten

stelen de show. We stappen aan boord van een zeilboot die ons naar het starteiland brengt. Vanuit de boot hebben we perfect zicht op de spectaculaire races. Windkracht drie maar de foilzeilers komen hoog uit het water en lijken over het IJsselmeer te zweven. Als de laatste races gevaren zijn, mogen wij de wedstrijd baan in. We varen een paar rakken om even dat wedstrijd gevoel te ervaren. De neus van de boot duikt in de golven, water spat op. We gaan aardig scheef. Vergis ik me of zijn onze Amerikaanse vrienden wat stil en kijken ze een beetje benauwd.

Na een rondje om eiland De Kreupel zetten we weer voet aan wal in het Regatta Center.

Het is tijd voor een koud biertje en een wandeling over de steigers langs de racebakken. Onze vrienden zijn best wat gewend in hun eigen land, maar waren toch verrast dat in zo'n dichtbevolkt deel van de wereld nog zoveel ruimte is voor wat de natuur hier te bieden heeft. Na twee dagen op en rond het water weten ze het zeker: 'We loooooove the IJsselmeer'...





# IJSSELMEER WAARDE

Nederlands grootschalig vooruitgangdenken



115

# 10. Doorkijkje naar 'Nieuw West-Friesland'

Als je ervoor kiest om dit gebied bijvoorbeeld als 'Nieuw West-Friesland' te ontwikkelen door moderne verhalen te vertellen dan kan Andijk houvast geven als de plek waar je dat doet. Hoe zou dat er in de praktijk uit kunnen zien? IMA geeft graag een doorkijkje naar de volgende fase, die van de verdere ontwikkeling.

## Eilandjes voor de kust

Met een eigentijdse frisse blik kun je ook naar ontwikkeling van natuur en recreatie kijken. Hoe ziet dat eruit in de praktijk? In Kopenhagen zie je bijvoorbeeld de ontwikkeling van kleine 'houten' eilandjes voor de kust en die vormen samen een compleet nieuw type openbaar park. Waar je kunt recreëren door je bootje aan te leggen of een duik in het water te nemen.



## Sail Racing Ring Medemblik

Hoe kun je de identiteit gebruiken om het gebied te versterken? Maak van Medemblik een Sail Racing Ring. Het racegevoel dat je overal in Zandvoort ervaart, zou je ook in Medemblik veel meer willen zien. Zandvoort heeft de Formule 1, Medemblik doet niet onder met die Sail Racing Ring vol spectaculaire zeilwedstrijden. Het zeilwater van Medemblik is echt uniek en dat moet je ook als waardevol bezit benaderen en ontwikkelen. Het is het perfecte gebied voor nog meer durfsporten op het water.

Juist nu het woekerende fonteinkruid in het zuidelijk deel van het IJsselmeer (IJmeer, Markermeer) de watersport zo dwars zit, komen steeds meer botenbezitters naar het noordelijke deel. Hier kun je nog varen en dat

biedt kansen om het gebied verder te ontwikkelen tot A-locatie voor de watersport. Voor het imago van deze actieve vorm van recreatie is het goed om de wedstrijdsport door te ontwikkelen. Kitesurfen,



foilzeilen en foilsurfen zijn geweldige toevoegingen aan het bestaand zeilaanbod en spectaculair voor toeschouwers. Topsport zorgt zo ook voor economische impulsen.





## E-sailing

Medemblik kan met het Regatta Center samen sponsors aan zich binden. Denk aan bijvoorbeeld aan Red Bull dat zich graag afficheert met durfsporten. Wellicht kan ook samenwerking met de gaming industrie gezocht worden voor E-sailing en animaties van wedstrijdssituaties om watersport nóg aantrekkelijker te maken voor het publiek. Denk ook aan samenwerking met gaming opleidingen. Maar het begint met het herkennen en erkennen van de watersport als waardevol bezit. Dan een stevig concept ontwikkelen dat ervoor zorgt dat de bewoners van de regio er (weer) trots op zijn.

## Starteiland

Als je nu bij Medemblik vaart en er wordt geen wedstrijd gezeild, dan heb je helemaal niet het gevoel dat je in een van de grote wedstrijdzeilgebieden van de wereld vaart. Dat zou zichtbaarder gemaakt kunnen worden. Zodat ook recreatiezeilers voelen dat ze op wedstrijdwater zijn. Ook op het vaste land zouden de wedstrijden beter te volgen moeten zijn. Dat betekent een enorme verandering voor de waardering van het water daar.

Als er bijvoorbeeld permanent wedstrijdboeien liggen, kunnen zeilers de tijd bijhouden tussen twee boeien. Een goed idee is de aanleg van een

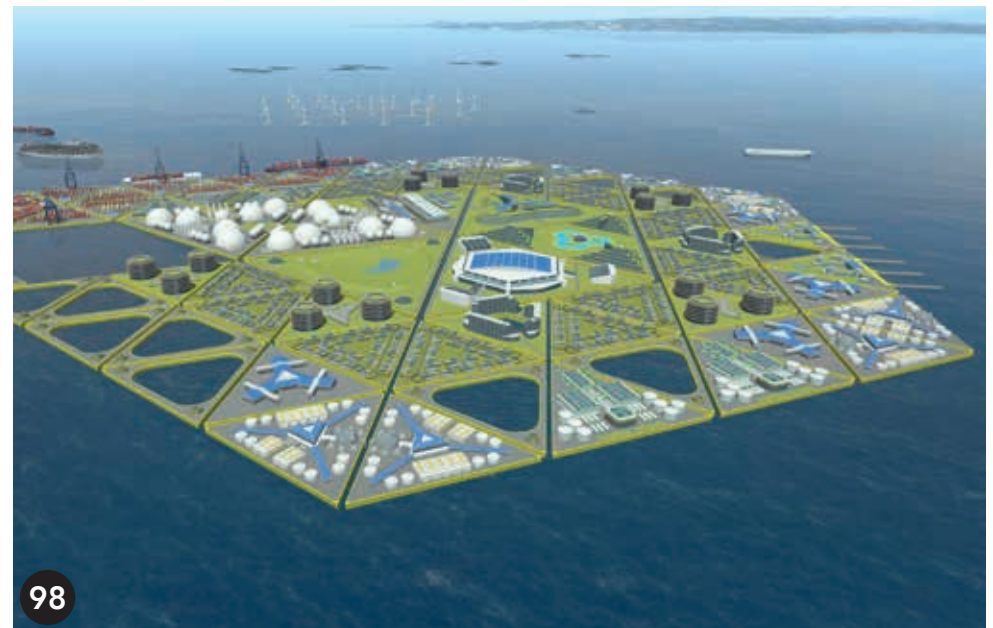
starteiland waar de spectaculaire start en finish van de races plaatsvinden. Een driehoekig eiland zodat afhankelijk van de richting van de wind de tribunes op de juiste plek neergezet kunnen worden. Zo'n eiland kan de plek zijn waar de geschiedenis van het wedstrijdzeilen te beleven is. De strategisch goede ligging van zo'n starteiland moet je in overleg met experts bepalen. En er samen een goed concept voor ontwikkelen. Vergeet niet om de balans tussen natuur en activiteiten goed in de gaten te houden. En hoe bijzonder zou het zijn als je er heel beperkt kunt overnachten. Dan wordt het echt een bestemming voor je bucket-list.

Het nabijgelegen kasteel Radboud kan (weer) een prominente rol spelen bij de prijsuitreiking en de afterparty. Je kunt mooie, bij de locatie passende events creëren die de deelnemers in hun herinnering opslaan en de regio daardoor op de kaart zetten.

Denk bij het ontwikkelen van een concept voor het gebied ook aan het verbinden van de sterke 'agri-positie' met waterwerken en watersport. Kies voor moderne invulling en niet voor folklore.



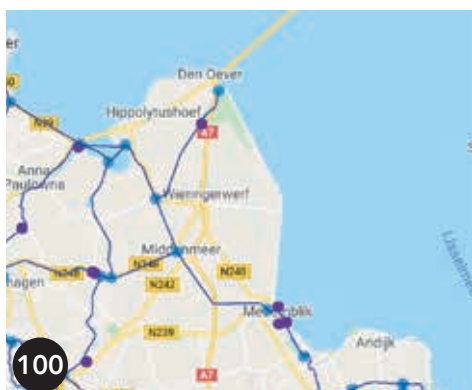
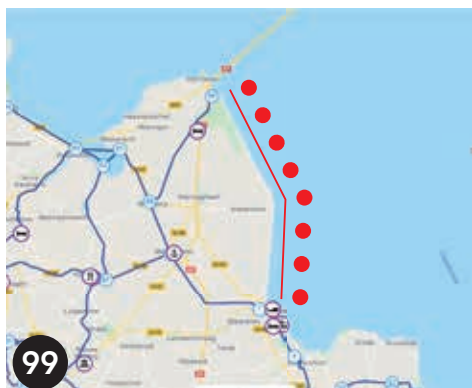
97



98

## Sloepencorridor

Zou het mogelijk zijn om met kleinere boten vanuit het binnenwater veilig aan de Friese kant van het IJsselmeer te komen? Je kunt denken aan een rij van eilandjes voor de Wieringerdijk die voldoende beschutting bieden om het bestaande sloepennetwerk uit te breiden zodat er een nieuw rondje ontstaat. Als die eilanden ook nog een recreatieve functie krijgen creëert dat ook extra mogelijkheden voor watersporters op het IJsselmeer.



## De Afsluitdijk

Als je kijkt vanuit het perspectief van Place Branding, kun je je afvragen wat er sinds het afsluiten van de Zuiderzee gebeurd is? Wat heeft de Afsluitdijk ons gebracht?

In een bezoekerscentrum/museum in een hypermodern gebouw kun je de volgende verhalen goed vertellen:

## Watersport & watermanagement

- De geschiedenis en moderne ontwikkeling van de zeil- en surfsport in Nederland
- Het fantastische wedstrijdwater en de trainingsfaciliteiten voor de topzeilers waar je als amateur ook gewoon gebruik van mag maken
- Drinkwater in Nederland
- Dijken en polders
- Zoetwaterbassin in tijden van droogte

## Agrarische sector

- Het unieke van dit gebied. De zaadveredelingsindustrie en de hypermoderne agrarische sector. We voeden vanuit dit gebied de hele wereld.

Natuurlijk ontbreekt bij zo'n bezoekerscentrum een fantastisch restaurant niet waar je bijzondere dingen eet die in de omgeving zijn ontwikkeld en geproduceerd. In samenwerking met de Low Food en/of Dutch Cuisine-beweging die de Nederlandse eetcultuur op de kaart willen zetten. Ook een pluktuin en een shop passen goed bij het concept. Hier kun je scholen ontvangen en gezinnen verleiden om meer groenten te eten. Daar passen ook een paar bucket-list waardige overnachtingsmogelijkheden bij.

Voor dat bezoekerscentrum moet een sterk concept ontwikkeld worden dat bovenregionale en zelfs internationale aantrekkingskracht heeft. Dit is de plek waar je een buitenlander mee naartoe neemt als je wil dat hij begrijpt hoe dat laaggelegen Nederland met de dreiging van het water omgaat, droge voeten houdt en wereldwijd vooroploopt bij winnen van nieuw land. Maar dit is vooral ook de plek waar je gaat houden van het unieke IJsselmeer.





# 11. Beeldverantwoording

1. Rijkswaterstaat
2. PWN/Solar Floating
3. Beeldbank IMA
4. Wiki Commons
5. Agenda IJsselmeergebied 2050
6. Agenda IJsselmeergebied 2050
7. Ministerie Infrastructuur en Milieu
8. Creative Commons
9. Hnsland
10. NH Provinciale structuur: IJsselmeerkust 2018
11. Rijkswaterstaat Kansen voor Achteroevers
12. Ties Blaauw (Wing)
13. Beeldbank IMA
14. Beeldbank IMA
15. Beeldbank IMA
16. Ties Blaauw (Wing)
17. Ties Blaauw (Wing)
18. Wiki Media
19. rejsespion.dk
20. kitegeneration.com
21. Show me Holland
22. Wiki Commons
23. Wiki Commons
24. Wiki Commons
25. Beeldbank IMA
26. Beeldbank IMA
27. Carl Hansen
28. Wiki Commons
29. NOMA
30. Inntel Hotels
31. Wiki Commons
32. Wiki Commons
33. Wiki Commons
34. Beeldbank IMA
35. Wiki Commons
36. Beeldbank IMA
37. Beeldbank IMA
38. Ties Blaauw (Wing)
39. Ties Blaauw (Wing)
40. Beeldbank IMA
41. Ties Blaauw (Wing)
42. Ties Blaauw (Wing)
43. Seed Valley
44. Ties Blaauw (Wing)
45. Ties Blaauw (Wing)
46. Wiki Commons
47. Wiki Commons
48. Ties Blaauw (Wing)
49. Noord-Hollands archief
50. Provincie Noord-Holland
51. Ties Blaauw (Wing)
52. Wiki Commons
53. Ties Blaauw (Wing)
54. Wiki Commons
55. Rijkswaterstaat
56. Rijkswaterstaat
57. Beeldbank IMA
58. Rijkswaterstaat
59. Topotijdreis
60. Beeldbank IMA
61. Beeldbank IMA
62. Ties Blaauw (Wing)
63. Uitgeverij Atlas Contact
64. Ties Blaauw (Wing)
65. Noord-Hollands archief
66. Jachthaven Andijk
67. Chint Solar
68. Noord-Hollands archief
69. Ties Blaauw (Wing)
70. TinyFloat
71. Noord-Hollands archief
72. Ties Blaauw (Wing)
73. Ties Blaauw (Wing)
74. Rijkswaterstaat
75. Rijkswaterstaat
76. Rijkswaterstaat
77. Ties Blaauw (Wing)
78. ANP
79. Wiki Commons
80. De IJsselmeerhavens
81. Ties Blaauw (Wing)
82. Staatsbosbeheer
83. Staatsbosbeheer
84. Staatsbosbeheer
85. Staatsbosbeheer
86. Staatsbosbeheer
87. Staatsbosbeheer
88. Ties Blaauw (Wing)
89. Ties Blaauw (Wing)
90. Ties Blaauw (Wing)
91. PxHere
92. PxHere
93. PxHere
94. ANWB
95. Unsplash
96. Wiki Commons
97. Breakwater Chicago
98. MARIN
99. Sloepennetwerk/GoogleMaps
100. Sloepennetwerk/GoogleMaps
101. PxHere
102. Beeldbank IMA
103. PxHere
104. Beeldbank IMA
105. Beeldbank IMA
106. Beeldbank IMA
107. Beeldbank IMA
108. Beeldbank IMA
109. Beeldbank IMA
110. Gemeente Medemblik
111. Beeldbank IMA
112. Beeldbank IMA
113. Gemeente Medemblik
114. Gemeente Medemblik
115. Beeldbank IMA



Onderzoek:

Identity Matching Academy (IMA)

Tekst:

The Broadcaster Hilversum

Opmaak:

Business Unusual

Opdrachtgever:

Provincie Noord-Holland

