

Presentatie 1^e fase recreatie en toerisme en citybranding



Fase 1: vastleggen gewenste identiteit

Opdrachtdefinitie

- Aanleiding: behoefte aan vernieuwde visie + sterk 'verhaal van Urk'
- Focus op recreatie, toerisme én citybranding
- Bureau Buhrs geselecteerd als uitvoeringspartner

Analyse en positionering van Urk

- Opstellen **gewenste identiteit** met:
 - SWOT-analyse
 - Economisch & toeristisch-recreatief profiel
 - Merkwaarden
 - Merkbeschrijving
 - Doelgroepenbeschrijving



Insteek fase 1: participatief

Onderzoek: we gingen actief in gesprek met een **brede groep stakeholders binnen het (toeristisch) bedrijfsleven**. Daarnaast zetten we een **digitale flitspeiling** onder inwoners en een enquête onder bezoekers om waardevolle input te verzamelen over de perceptie van Urk en het draagvlak voor citybranding.

Positionering ontwikkelen en toetsen: op basis van de gesprekken en de peilingen formuleerden we een eerste positionering voor Urk. Tijdens een **interactieve workshop** met Urker stakeholders scherpten we deze verder aan, zodat de positionering echt van en voor hen werd.



Betrokken stakeholders fase 1

Bedrijvigheid breed:

BKU / VVU / Urk Maritime

Berechja College

Firda

Post consultancy

Profinis

Seafresh

Kantoormanager 2.0

GBU / Spikker

College gemeente Urk

Recreatie en toerisme:

Stichting Urk Promotie

Touristinfo Urk

Vakantiepark 't Urkerbos

Winkelcentrum Urkerhard

BIZ Centrum Oud Urk

Stichting Urker Botter

SCAB

Passagiersschip de Zuiderzee

Ut Kunstige Vissers Ussien

Restaurant de Boet

Meerdere B&B eigenaren



Fase 2: vervolgstap (nog te doen)

Opstellen Visie Recreatie & Toerisme Urk (2026 e.v.)

Doel:

Een strategische en toekomstbestendige visie die toerisme en recreatie op Urk versterkt, professionaliseert en in balans brengt met leefbaarheid en identiteit. De visie draagt bij aan:

- aantrekkelijker ondernemingsklimaat
- versterking van werkgelegenheid
- behoud van sociale samenhang en kwaliteit van leven

Opstellen Citybrandingplan Urk (2026 e.v.)

Doel:

Het ontwikkelen van een herkenbaar, positief en samenhangend verhaal over Urk dat het imago versterkt als economisch én toeristisch aantrekkelijke plek. Het beantwoordt ook de hoe-vraag: hoe we dit verhaal samen met stakeholders organiseren, uitdragen en verankeren.

Focus:

- Urk als plek om te ondernemen, werken en leren en als plek om te bezoeken
- Organisatie van samenwerking, verantwoordelijkheden en structurele borging



Context: verschil city branding / marketing

Citybranding

Richt zich op **perceptie en imago**

Bouwt aan het **verhaal en reputatie**

Langetermijn: wie zijn we?

Citymarketing

Richt zich op **concreet gedrag**

Focust op het **aantrekken van doelgroepen**

Kortetermijn: wie willen we bereiken?



Startpunt: Urk is al een merk

- Urk heeft al een sterk imago; veel Nederlanders hebben er een beeld bij
- Maar: **is dat beeld altijd positief en klopt het met de werkelijkheid?**
- Er zijn al verschillende brandinginitiatieven:
 - **Stichting Urk Promotie:** toeristische promotie + beheer Tourist Info
 - **VVU (Urk Seafood):** branding visverwerkende industrie
 - **Urk Maritime:** branding maritieme sector
- Deze branding is nu **domeinspecifiek**, citybranding verbindt de verhalen tot één sterk geheel

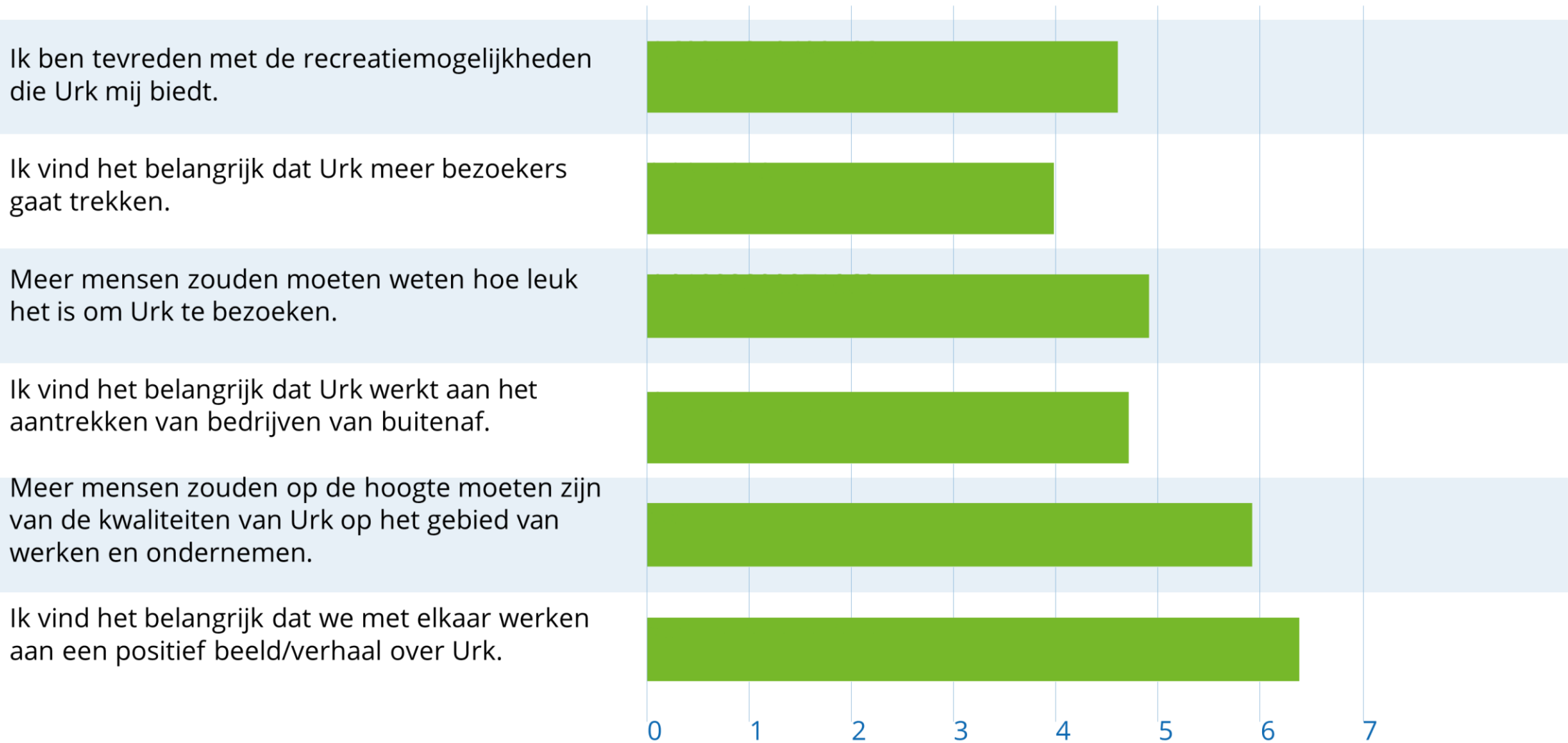


Wat vinden stakeholders belangrijk?

- **Positief beeld van Urk** staat voorop
- Twijfel over de vraag of Urk actief meer bezoekers en bedrijven moet aantrekken
- **Meer draagvlak voor citybranding dan voor citymarketing**
- Citybranding wordt gezien als kans om het imago van Urk te versterken en te verduidelijken
- Resultaten uit **peiling en workshop** volgen op de volgende twee pagina's



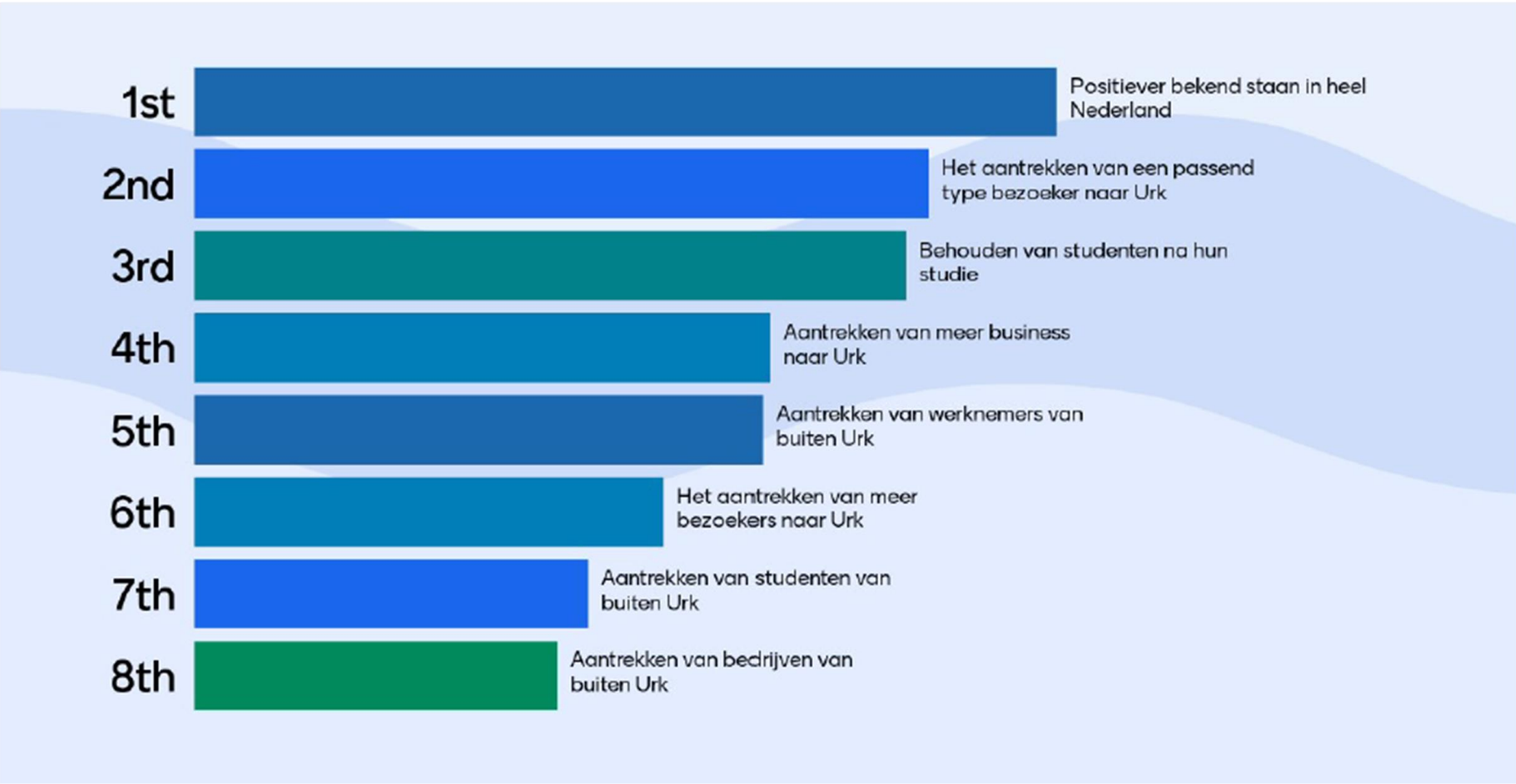
STEUN UITGANGSPUNTEN CITYBRANDING EN R&T VOLGENS EIGEN INWONERS EN ONDERNEMERS (BRON: FLITSPEILING)



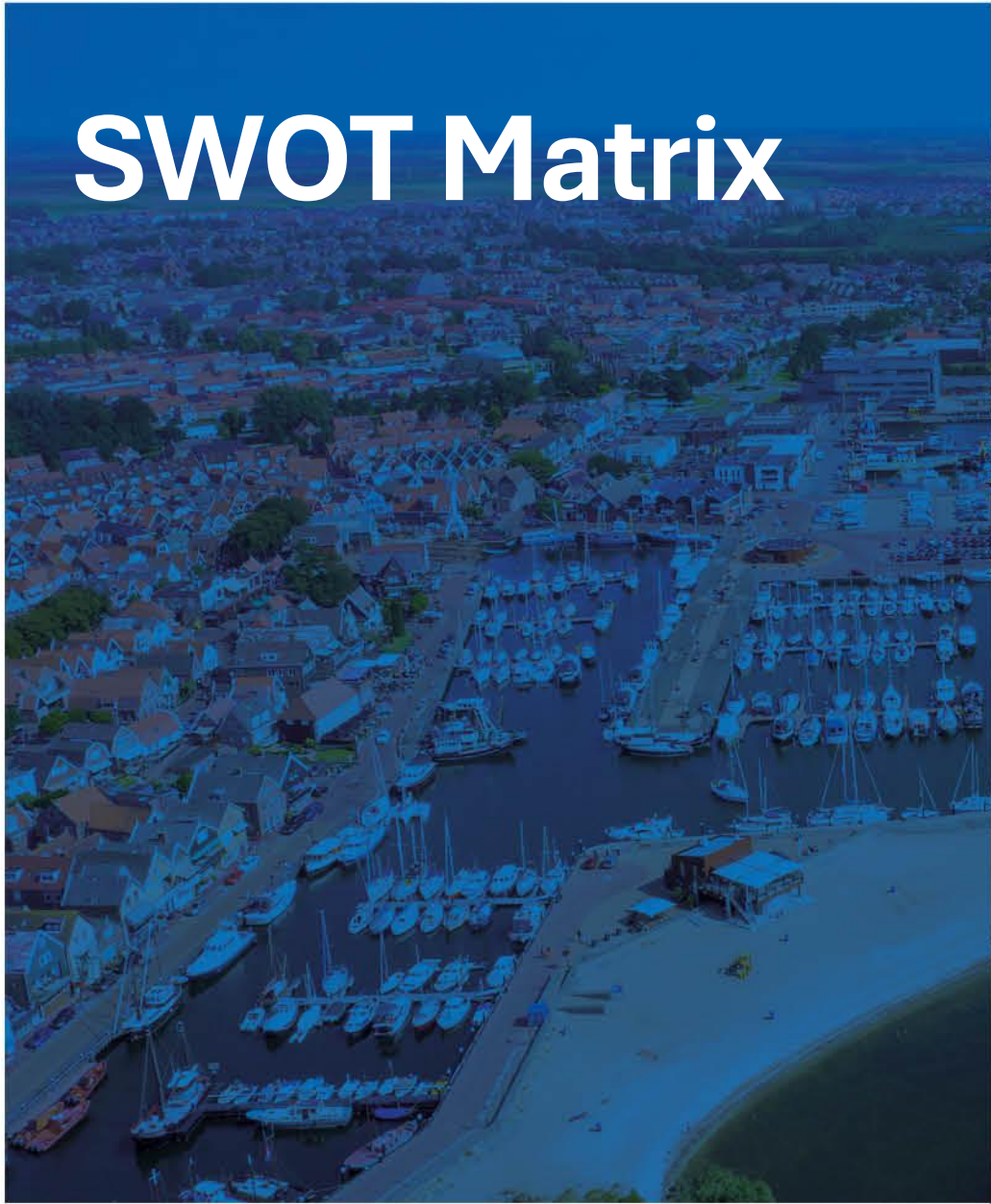
N: 160



DOELEN CITYBRANDING EN R&T VOLGENS BETROKKEN STAKEHOLDERS (BRON: WORKSHOP 18-9-2024)



SWOT Matrix



STRENGTH

- Sterke culturele identiteit
- Toonaangevend in visverwerking en maritieme industrie
- Ligging aan het IJsselmeer: in de toekomst bereikbaar voor grotere schepen dan nu
- Samenwerking en vereniging bedrijfsleven
- Mentaliteit van hard werken
- Beschikbare fysieke ruimte op Port of Urk
- Maritieme onderwijsinstellingen
- Ambachtelijk ondernemerschap

OPPORTUNITIES

- Innovatie en technologische ontwikkelingen binnen sterke sectoren
- Samenwerking bedrijfsleven en onderwijs
- Aanleg Lelylijn
- Voedingssector beter beleefbaar maken en uitbreiden naar consumentenmarkt
- Goede synergie bedrijventerrein Port of Urk en nieuwe buitendijkse haven
- Samenwerking binnen Regio Zwolle
- Beter zichtbaar maken dat er ook werk is voor hoger opgeleiden op Urk

WEAKNESS

- Geïsoleerde ligging
- Slecht bereikbaar met openbaar vervoer
- Negatief imago

THREATS

- Knellende randvoorwaarden: stroom en water
- Krapte op de arbeidsmarkt
- Economie is sterk afhankelijk van arbeidsmigranten
- Beperkte diversiteit in economische sectoren
- Weinig grip op beeldvorming Urk
- Sociale problematiek binnen (jonge) beroepsbevolking

SWOT CITYBRANDING ECONOMIE



STRENGTH

- Authenticiteit, fysiek cultureel erfgoed, zichtbare ambacht en geschiedenis
- Gastvrijheid: warm welkom naar gasten
- Ligging aan het water: beleving haven, strand en uitzichten
- Sterke identiteit en tradities (zoals taal en klederdracht)
- Toeristische beleving op broekzakformaat
- Gratis parkeren voor auto's

OPPORTUNITIES

- TV serie Urk! Urk daardoor steeds bekender bij breed publiek
- Aansluiten bij doelgroepsegmentatie provincie Flevoland: inzicht in leefstijlen van bezoekers via digitale tool
- Versterken toeristische infrastructuur: bewegwijzering, informatievoorziening en parkeergelegenheid
- Organiseren van bijzondere evenementen passend bij de Urker identiteit
- Faciliteren van OV/pendelbusje/treintje op Urk (van/naar camping)

WEAKNESS

- Beperkte/seizoensgebonden horecavoorzieningen
- Verkeers- en parkeerproblemen in Oude Dorp
- Beperkt overnachtingsaanbod
- Beperkte voorzieningen voor jongeren
- Slecht bereikbaar met OV, maar ook op Urk slecht OV
- Negatief imago (maar wekt soms ook juist nieuwsgierigheid op)
- Met name zomertoerisme
- Beeldkwaliteit en onderhoud panden Oude Dorp niet overal goed
- Routing en bewegwijzering niet sterk

THREATS

- Weinig draagvlak voor groei toeristenstroom
- Door nieuwbouw raakt de oude bouwstijl verloren
- Vakantiehuisjes die verhuurd worden (aan niet-bezoekers)
- Verschraling aanbod detailhandel: fysieke winkels staan onder druk.



Verhaal van Urk



Merkwaarden

- Hardwerkend: volhoudend | toegewijd
- Vriendelijk: gastvrij | open
- Met elkaar: samen | zorgzaam
- Eigenzinnig: uitgesproken | eigenwijs
- Ondernemend: opportunistisch | bedrijvig



Verhaal economie 1/2

Urk.

Urk. De naam zegt het al. Urk is trots, stoer en eigenzinnig. Maar Urkers zijn vooral harde werkers en goede ondernemers. Op Urk leven mensen al vele eeuwen met de zee. Een plek waar de vissers op God en op elkaar vertrouwden. Dat is nog steeds zo. Dat maakt Urk bijzonder. Een mooi toeristisch vissersdorp, maar Urk is vooral groot in de visserij, visverwerking, koellogistiek, scheepsbouw, maritieme diensten en maritieme technologieën. Zo draait het op Urk nog altijd om water, varen en vis. Wil jij werken met loyale collega's of succesvol ondernemen? Kom dan naar Urk.

Ontdek de kracht van Urk.

Urk is niet groot, maar ons bedrijfsleven wel. De bedrijven op Urk zijn innovatief en werken internationaal. Urk staat voor expertise en effectieve samenwerking binnen het bedrijfsleven. Urk wordt de Seafood Hub For The World genoemd. Met de grootste visveiling van Nederland. Met de grootste kottervloot van Nederland. Met de meeste visverwerkende bedrijven van Nederland én een compleet maritiem cluster. Daarnaast blinkt Urk uit in bouw- en installatietechniek en staat het Urker zorgpersoneel hoog aangeschreven. Dat zegt iets over onze mentaliteit. Urkers zijn ondernemend van aard. En hard werken is er heel normaal. Samen staan we sterk. Dat is de kracht van Urk.



Verhaal economie 2/2

Groot en klein gaan hand in hand.

Op Urk draait het niet alleen om grote bedrijven. Ook voor kleinschalig ondernemerschap is op Urk volop ruimte. Bakkers, viswinkels, en kledingzaken. Stuk voor stuk vakmensen vol trots en passie. Hun persoonlijke service en topkwaliteit geven Urk smoel. Ook in het kleine schuilt op Urk grote kracht.

Dit is het voordeel van Urk.

Urk is een magneet die zich snel ontwikkelt. We hebben al meer dan 2.000 bedrijven en ruim 22.000 inwoners. En daar blijft het niet bij. Want Urk heeft genoeg ruimte en goede vestigingsvoorwaarden. En geweldige mensen. Want Urkers zijn doorzetters. Eerlijk en loyaal. Bovendien ligt Urk centraal in Nederland, langs de A6 en aan belangrijke vaarroutes. Urk is de economische motor van Noordelijk Flevoland. Met succesvolle bedrijven. En een modern maritiem opleidingscentrum voor toekomstig talent. Werk je mee? Groei je mee? Urk biedt je een prachtig toekomstperspectief.

Wordt Urk ook jouw thuishaven?

Urk is echt. Urk is anders. Een sterk merk. Een internationaal succes. Toonaangevend in visserij, visverwerking en maritieme industrie. Een plek voor ondernemers, harde werkers en knappe koppen. Een plek waar traditie en innovatie elkaar versterken.

Kortom: Urk is Urk. Altijd in beweging. Hier gebeurt het.



Verhaal recreatie en toerisme

Urk.

Urk. De naam zegt het al. Urk is trots, stoer en eigenzinnig. Maar vooral gezellig en gastvrij. Op Urk leven mensen al vele eeuwen met de zee. Ooit was het een eiland. Een plek waar de vissers op God en op elkaar vertrouwden. Dat is nog steeds zo. Dat maakt Urk uniek. Een mooi oud dorp, met een historische haven en hardwerkende mensen die naar elkaar omkijken. Een bijzonder vissersdorp met tal van schatten om te ontdekken. Hier beleef je nog altijd water, varen en vis. Dat is Urk. Een klein stuk authentiek Nederland waar je naar hartenlust kunt genieten.

Ontdek de kracht van Urk.

Urkers zijn trots op Urk. Wie hier geboren wordt, wil niet meer weg. En dat is mooi, want hierdoor blijven tradities springlevend. Verder heeft Urk de onvervalste sfeer van een oud-Hollands vissersdorp: een levendige haven, prachtige oude huizen, smalle straatjes. Urkers spreken hun eigen taal en zijn nog altijd eilanders: echte aanpakkers, een beetje behoudend, maar ook gastvrij, ondernemend en zorgzaam. Dat is de kracht van Urk. Het goede behouden en daarop voortborduren.

Dit kun je beleven op Urk.

Urk is leuk. Kom maar eens kijken. Je bent er zo met de auto of de camper. Met je eigen boot, of als die niet hebt, met de boot vanuit Enkhuizen. Urkers zijn echte bourgondiërs, dus aan gezellige horeca en terrassen geen gebrek. Net als warme bakkers, kwaliteitsslagers en verse vis direct van de veiling. Bekijk de bedrijvigheid in de haven, bezoek het vissersmonument, eet een visje, wandel door het doolhof van oude steegjes, onze ginkies. Ga naar museum Het Oude Raadhuis en beklim de vuurtoren met uitzicht over het IJsselmeer. Wandel door het bos, fiets door de polder, huur een bootje of ga naar het Urker strand. Aan het eind van de dag kun je heerlijk overnachten op camping het Urkerbos of in één van de bed and breakfasts.

Wanneer kom jij naar Urk?

Urk is echt. Urk is anders. Een bezienswaardigheid. Levende geschiedenis. Urk is geloof, hoop en liefde. Urk is varen en vis. Urk is gastvrij en gezellig. Urk is bourgondisch genieten. Kortom: Urk is Urk. Hollands glorie. Dat moet je gezien hebben.



Doelgroepbeschrijving gewenst bedrijf

Urk zoekt bedrijven die de bestaande clusters versterken. Bedrijven die kansen zien in deze hotspot aan het water. Die opereren in de visverwerking en maritieme industrie. De focus ligt op hoogwaardige, gespecialiseerde productie en dienstverlening. Urk zoekt innovatieve bedrijven die ook werkgelegenheid bieden aan hoger opgeleiden. Ondernemers die specialistische kennis met zich meebrengen en bijdragen aan de groei en ontwikkeling van Urk en de regio. Ondernemers die risico durven te nemen. Een betrouwbare werkgever waar werknemers hard voor willen werken. Het met elkaar doen staat op Urk hoog in het vaandel. Het is belangrijk dat nieuwe bedrijven openstaan voor langdurige samenwerkingen met andere bedrijven en scholen. Kortom, Urk zoekt ambitieuze bedrijven die waarde toevoegen aan de gemeenschap en zich inzetten voor duurzame groei in de regio.



Doelgroepbeschrijving gewenste bezoeker

Een nieuwsgierige ontdekker die van rust en gezelligheid houdt. Deze bezoeker geniet van kleine uitstapjes met de familie, waar ze samen kunnen winkelen, fietsen, lekker kunnen eten en het water opzoeken. Wat deze bezoeker bijzonder maakt, is hun waardering voor cultuur en geschiedenis. Ze zijn graag op plekken waar het verhaal van vroeger nog zichtbaar is en waar persoonlijk contact vooropstaat. Familie is belangrijk voor hen, en dat zie je ook terug in hun manier van reizen: geen haast, maar tijd voor elkaar en waardevolle momenten. Drukke toeristische plekken zijn niet aan hen besteed. Ze zoeken liever de sfeer van een kleinere gemeenschap. Urk is precies zo'n plek waar ze zich thuis voelen: kleinschalig, persoonlijk en met een rijke historie. Het zijn deze bezoekers die Urk met open armen verwelkomt. Bezoekers die komen om écht te ervaren en te genieten, zonder de behoefte aan feesten of massaal vertier.



Hoe nu verder?



Fase 2: opstellen visie recreatie en toerisme & citybrandingplan

Twee losse sporen, volgens vergelijkbaar PvA

- **Analyse bestaande situatie**

Inventarisatie bestaande visie, nulmeting van de sector en verdieping in doelgroepen

- **Stakeholdergesprekken**

Interviews met sleutelspelers (zoals VU, BKU, Promotie Urk), college en raad. Interne en externe sessies over koers, draagvlak en samenwerking.

- **Opstellen concept visie & concept citybrandingplan**

Conceptvisie recreatie en toerisme en citybrandingplan met o.a. doelen en rolverdeling.

- **Toetsing & afstemming**

Toetsing met brede groep stakeholders en bestuurlijke terugkoppeling.

- **Oplevering & besluitvorming**

Oplevering van een gedragen visie en een concreet citybrandingplan als basis voor uitvoering



Doorkijk R&T

- **Versterken Urker identiteit**
Imago verbeteren met authentiek, positief en herkenbaar verhaal.
- **Focus op kwaliteitstoerisme**
Gericht op bewuste bezoekers; niet meer, maar beter toerisme.
- **Spreiding & rustige beleving**
Uitbreiding van extensieve recreatie zoals wandelpaden, fietsen, kabouterpad, kinderboerderij.
- **Verbinding met bredere thema's**
Koppeling met duurzaamheid, mobiliteit en gebiedsontwikkeling.



