

Beleidsvisie recreatie & toerisme Blaricum



Uitvoerend partner:



In opdracht van:



Colofon

©Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, januari 2021

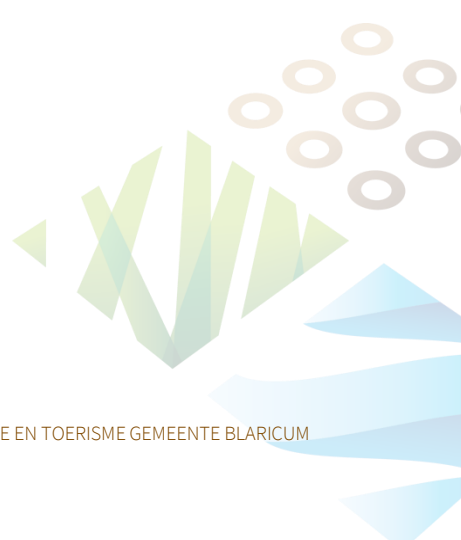
Opdrachtgever Gemeente Blaricum
dhr P. (Peter) van Dijk en dhr. A. (Arie) Hogendoorn

Auteurs A. A. (Albertien) Perdok, MSc.
S. (Sanne) Meekes, MSc.
drs. T (Tinco) Lycklama

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Jansbuitensingel 30
6811 AE Arnhem
T 06-53383550
e-mail: lycklama@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Aanleiding	4
1.2	Droom, uitgangspunten en doelen	5
1.3	Totstandkoming visie en leeswijzer	6
2	Blaricum in beeld	7
2.1	Het DNA	7
2.2	Omvang toerisme en recreatie	10
2.3	Inwoners en bezoekersprofiel	11
3	SWOT-analyse	14
3.1	De sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen	14
3.2	Speerpunten op basis van SWOT-analyse	16
4	Regie op uitvoering	19
4.1	Keuze prioritaire doelgroepen	19
4.2	Resultaten inwonerspanel	21
4.3	Toeristisch profiel van Blaricum	23
4.4	Uitgangspunten voor initiatiefnemers	24
5	Speerpunten beleid	25
5.1	Speerpunt 1: Focus op recreatieve ontwikkeling voor inwoners Blaricum en buurgemeenten	25
5.2	Speerpunt 2: Blaricum beleefbaar en zichtbaar voor bezoekers	26
5.3	Speerpunt 3: Benutten kansen op regionale samenwerking	28
5.4	Speerpunt 4: Blaricum in Balans	29
6	Nadere uitwerking beleid	31
	Bijlagen	34
	Bijlage 1: Overzicht bronnen en geïnterviewden	34
	Bijlage 2: Analyse omvang toerisme	37
	Bijlage 3: Trends en ontwikkelingen	41
	Bijlage 4: Leefstijlenanalyse van vraag en aanbod	44
	Bijlage 5: Overzicht leefstijlkleuringen per voorziening	55
	Bijlage 6: Resultaten inwonerspanel Blaricum	58





De Tafelberg (Bron: Laarder Courant)

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Belang van een visie op recreatie en toerisme

Blaricum heeft gewerkt aan het opstellen van een beleidsvisie op het gebied van recreatie en toerisme voor de komende jaren, en zet hiermee een stip op de horizon. Een belangrijke aanleiding was dat de gemeente wil voorkomen dat verzoeken tot ondersteuning leiden tot ad hoc beslissingen of discrepanties. Ook zijn vertegenwoordigers van de gemeente actief in diverse samenwerkingsverbanden, zoals de Gooi en Vechtstreek en in de Coöperatie Gastvrije Randmeren. Zij kunnen nu gaan samenwerken vanuit een duidelijke visie. Dit maakt het gemakkelijker om deze samenwerking ook vorm te geven, keuzes te maken en input te leveren vanuit een gedragen beleidskader.

Verwachte groei van het toerisme en leefbaarheid

Toerisme maakt op nationaal niveau een enorme groei door. Nederland staat flink in de belangstelling, omdat ons land veel aantrekkelijk aanbod heeft op relatief korte afstand van elkaar. De groeiprognozes zijn ook spectaculair. De vraag is welke kansen dit biedt voor bestedingen en werkgelegenheid en anderzijds ook welke mogelijke bedreigingen dit met zich meebrengt met het oog op de leefbaarheid. Omdat het handhaven van balans in toerisme en leefbaarheid belangrijk is, zijn inwoners nadrukkelijk bij de totstandkoming van deze beleidsvisie betrokken.

Stip op de horizon

Deze beleidsvisie zet een stip op de horizon, geeft een duidelijke visie op de toekomst van recreatie en toerisme, waarin de gewenste koers wordt uitgezet, welke is vertaald in vier speerpunten en een nadere uitwerking van het beleid. De acties behorend bij de vier speerpunten sluiten aan bij de ambities van de strategische visie, welke op het moment van schrijven herijkt wordt.

1.2 Droom, uitgangspunten en doelen

Droom

Blaricum is en blijft een authentiek boeren- en forensendorp in het Gooi. Het is er prettig wonen en werken. In Blaricum kunnen inwoners en recreanten genieten van het kwalitatief hoogwaardige winkel- en horeca aanbod. Het rijke verenigingsleven zorgt voor een rijk palet aan typisch Blaricumse evenementen. De natuur- en heidegebieden zijn toegankelijk en worden optimaal ontsloten door routes.

Blaricum onderscheidt zich regionaal met beleefbare Blaricumse Iconen. Deze dragen bij aan een hoge kwaliteit en levensstandaard van de inwoners en versterken de trots op Blaricum. Bezoekers komen ook speciaal hiervoor naar Blaricum. Dit zijn mensen die van kunst en cultuur houden en op verschillende plekken en tijdens bijzondere festivals genieten van het fenomeen 'Blaricum kunstenaarsdorp'. Natuurliefhebbers kunnen genieten van de heideterreinen, het bos en het water, of gebruik maken van de LangeAfstands Fietsroute (LF-route) die hen langs interessante 'afstapplekken' leidt die het verhaal van Blaricum vertellen. En mensen die van zon, watersport en strand houden kunnen hier aan de kust van genieten. Dit alles met respect voor de leefbaarheid en leefomgeving, dus kleinschalig en gericht op specifieke doelgroepen.

De voornaamste uitgangspunten voor deze beleidsvisie zijn:

Uitgangspunt 1: Leefbaarheid inwoners staat centraal

Recreatieve mogelijkheden voor de inwoners staan centraal. Beleid draagt bij aan het optimaliseren van de leefbaarheid van de inwoners. Dit betekent een prettig woon-, werk- en leefklimaat met voldoende recreatieve voorzieningen van kwaliteit.

Uitgangspunt 2: Benut kansen die Waardevol Toerisme biedt

Kansen die toerisme biedt voor ontwikkeling worden verkend. Hierbij staat 'Waardevol Toerisme' centraal. Dit houdt in dat:

- Ontwikkelingen passen bij het profiel van Blaricum en de identiteit van de gemeente versterken. Toeristen komen voor het 'DNA van Blaricum', zie ook hoofdstuk 2;
- Toerisme en recreatie ontwikkelen zich in balans met de leefomgeving. Dat betekent dat ontwikkelingen zodanig plaatsvinden dat dit binnen de draagkracht van bestaande systemen blijft of wordt gebracht (bijvoorbeeld natuur, parkeermogelijkheden, drukte);
- Toeristische ontwikkelingen zijn per definitie ook aantrekkelijk voor inwoners en bieden kansen voor bestaande ondernemers (horeca, retail).

Uitgangspunt 3: Blaricum werkt samen in regioverband

Ontwikkelingen in Blaricum zijn afgestemd op planvorming in regionale samenwerkingsverbanden. Blaricum is geen 'eiland' en dat maakt regionale samenhang essentieel. Dit omvat productontwikkeling, promotie en stimulering van 'gezamenlijke thema's' die bijdragen aan het profiel van Blaricum én de regio.

Doelen

De gemeente wil met de beleidsvisie recreatie en toerisme onderstaande doelen bereiken:

- De leefbaarheid van inwoners optimaliseren of verbeteren;
- Toeristisch-recreatieve ontwikkelingen versterken het DNA van Blaricum, inwoners kunnen hier duurzaam van genieten en bezoekers komen gericht hiervoor naar Blaricum;
- Ontwikkelingen vinden plaats binnen de draagkracht van de gemeente;
- Het beleid vormt een éénduidige basis voor de samenwerking met regionale partners, hetgeen kan leiden tot versterking van deze partnerships;
- Ondernemers en andere initiatiefnemers kunnen kansen van recreatie en toerisme beter benutten, gebruik makend van de gestelde éénduidige kaders;

- De omgevingspartijen, zoals het Gooi Natuurreservaat, kunnen de kwaliteit van de leefomgeving optimaal blijven behouden en afstemmen op de wensen van inwoners.

1.3 Totstandkoming visie en leeswijzer

Gedegen feitenbasis

Deze beleidsvisie is gebaseerd op een gedegen feitenbasis. Daarom zijn verschillende cijfers, feiten en (beleids)documenten verzameld, zie hoofdstuk 2 en bijlagen. Deze bronnen zijn met frisse blik geanalyseerd en vertaald naar een SWOT-analyse, zie hoofdstuk 3.

Richtinggevend beleid

De SWOT-analyse geeft als resultaat speerpunten, oftewel uitdagingen waar de gemeente Blaricum met prioriteit aan gaat werken, zie hoofdstuk 3. Om deze uitdagingen aan te kunnen gaan zijn enkele keuzes nodig, aangaande de doelgroep en het toeristisch profiel, deze staan in hoofdstuk 4 beschreven. Per speerpunt is vervolgens de opgave bepaald (hier gaat de gemeente aan werken) met bijbehorende acties, zie hoofdstuk 5. In hoofdstuk 6 is het beleid nader uitgewerkt en geeft de prioritaire acties en projecten weer en welke stakeholders hieraan bijdragen.

Gedragen resultaat

Hoewel de visie op initiatief van de gemeente is gestart, is het wenselijk dat de visie ook richtinggevend is voor alle belanghebbenden en dat de gemeente op hun steun en inzet kan rekenen. Daarom is het creëren van draagvlak voor de visie een belangrijk onderdeel geweest tijdens de totstandkoming er van. Op verschillende manieren zijn de belanghebbenden tijdens het proces betrokken.

- Tien vertegenwoordigers van het toeristisch-recreatieve veld zijn geraadpleegd in zogenaamde verkennende gesprekken. Deze gesprekken zijn een belangrijke basis geweest voor de SWOT-analyse en daarmee de speerpunten.
- Een brede groep van stakeholders vanuit diverse geledingen is uitgenodigd voor een aparte dialooggroep bijeenkomst. Zo hebben inwoners, ondernemers, vertegenwoordigers van gebruikersgroepen en belangengroepen hun input kunnen geven. Op deze manier zijn ideeën en concrete suggesties vanuit het werkveld meegenomen, die een plek hebben gekregen in de uitvoeringsagenda.

Invloed coronacrisis op proces

Deze beleidsvisie is opgesteld in de periode dat het coronavirus haar impact had op alle inwoners van Nederland en dus ook Blaricum. Deze crisis heeft ook de vrijetijdsector hard geraakt. Dit is bijv. te zien in de horecasector. Tegelijkertijd is het belang van (veilig) kunnen recreëren in de natuur- en recreatiegebieden juist sterk toegenomen. Dit onderstreept het belang van de groene ruimte en ook de noodzaak om hiermee verstandig om te gaan.

Gelukkig heeft één fysieke bijeenkomst met betrokkenen en belanghebbenden in de zomer kunnen plaatsvinden. Helaas is het door de coronacrisis niet mogelijk gebleken de uiteindelijke resultaten fysiek met een groep stakeholders te delen. Hiertoe is gekozen voor een online bijeenkomst om de inhoud van deze beleidsvisie terug te koppelen. De gemeente Blaricum wil met deze beleidsvisie juist nu een duidelijke stip op de horizon zetten om samen met de betrokkenen vorm te blijven geven aan goede recreatieve voorzieningen voor haar inwoners.



Suppen op het Gooimeer @Gebiedscoöperatie Gastvrije Randmeren (foto beschikbaar gesteld voor deze publicatie)

2 Blaricum in beeld

Voor deze visie op recreatie en toerisme is het goed om een beeld te krijgen van de gemeente Blaricum. Wat is het karakter, ofwel het DNA van Blaricum? Wat maakt de gemeente bijzonder en onderscheidend? Wat is de huidige omvang van recreatie en toerisme? En wie zijn de bezoekers die genieten van alle vrijetijdsvoorzieningen? In dit hoofdstuk schetsen we het toeristische profiel van de gemeente Blaricum. We beschrijven in paragraaf 2.1 het DNA. In hoofdstuk 2.2 beschrijven we de omvang van toerisme en recreatie en in hoofdstuk 2.3 welke doelgroepen er momenteel naar Blaricum komen.

2.1 Het DNA

Blaricum hanteert het uitgangspunt dat (toeristisch- recreatieve) ontwikkelingen passen bij het profiel en karakter van Blaricum. Maar wat is het karakter, ofwel het DNA van Blaricum? Wat heeft de gemeente 'in huis' waardoor bezoekers weten dat ze in de gemeente Blaricum zijn? In andere woorden: wat is typisch Blaricum? Op basis van de verkennende gesprekken met diverse stakeholders en de bronnenstudie kunnen we het DNA van Blaricum omschrijven als een 'authentiek dorp in het Gooi'.

Blaricum: authentiek dorp in het Gooi

Blaricum is van oorsprong een waterrijk brinkdorp waarvan veel boerderijen bewaard zijn gebleven. De natuur, de rust en de schone lucht trok vrije geesten uit de stad aan. Langzaam veranderde Blaricum van boerendorp naar kunstenaarsdorp. Rond het begin van de twintigste eeuw vestigden zich in Blaricum veel rijke Amsterdammers en kunstenaars. Inmiddels wonen er ook veel forensen in Blaricum. Blaricum kenmerkt zich nog altijd door het landelijke en dorpse karakter. Blaricum wordt daarom gezien als een pittoresk dorp, als een oase in de drukke Randstad, op kleine afstand van Amsterdam, Amersfoort en Utrecht. Bewoners en

ondernemers waarderen het mooie, vrije wonen in het groen en de bossen. De dorpskern van Blaricum is een beschermd dorpsgezicht. De gemeente Blaricum heeft drie kernen. Naast Blaricum zijn dat Bijvanck en sinds enkele jaren de Blaricummeermeent.

Regio Gooi en Vechtstreek

Blaricum is onderdeel van de regio Gooi en Vechtstreek, één van de regio's binnen de Metropoolregio Amsterdam (MRA). De regio Gooi en Vechtstreek omschrijft zichzelf als “een groenblauwe oase met een innovatief klimaat in een monumentale omgeving.” Gooi en Vechtstreek is strategisch gelegen tussen Amsterdam, Almere, Amersfoort en Utrecht en kent een diversiteit aan landschap en cultuurhistorie. Daarmee is het een aantrekkelijk vestigingsgebied, om te wonen, werken met een hoog voorzieningenniveau.

Binnen de regio Gooi en Vechtstreek zijn twee initiatieven van belang.

Ten eerste de politiek-bestuurlijke samenwerking Gooi en Vechtstreek. Dit is het samenwerkingsverband van de gemeenten Blaricum, Eemnes, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Laren, Weesp en Wijdmeren. Het is een uitvoeringsorganisatie, vooral gericht op taken zoals afvalinzameling, de GGD, gezamenlijke inkoop van zorg, de ambulancedienst, etc.

Binnen het thema recreatie en toerisme bestaat er de destinatiemanagementorganisatie (DMO): *Visit Gooi & Vecht*. Hierbinnen ligt de focus op onder andere regiomarketing, ontwikkelen van routenetwerken (wandelen, fietsen en varen) en oprichting van een Routebureau, samenwerking met MRA en invulling geven aan het thema cultuur en erfgoed. Belangrijke speerpunten van de regionale strategie recreatie en toerisme zijn het behoud van het landschap en de groenblauwe kwaliteit en het creëren van een toeristische en recreatief aantrekkelijke regio. Er wordt ingezet op vijf thema's:

- aanscherpen bezoekersprofiel en inspelen op aanbod
- versterking en uitbreiding van het toeristisch-recreatief aanbod
- betere bereikbaarheid
- toename meerdaagse verblijfsaccommodaties
- profilering en promotie

Ten tweede de MRA. Gooi en Vechtstreek is één van de (toeristische) regio's binnen de MRA. Binnen de MRA wordt de regio Gooi en Vechtstreek in promotie uitingen gepositioneerd als de ‘Tuin van Amsterdam’: groen, creatief en monumentaal. Binnen de MRA is er een gebiedsgerichte aanpak voor de ontwikkeling van cultuur en erfgoed van Gooi & Vechtstreek aan de hand van vijf kwaliteitsplekken, zie blok 1 op de volgende bladzijde. Op Blaricum zijn de kwaliteitsplekken ‘Kustlijn en havens langs de Zuiderzee’ en ‘Kunstdorpen’ van toepassing.

Provincie Noord-Holland

Blaricum is gelegen in de provincie Noord-Holland. De provincie is op dit moment bezig met het opstellen van een visie op recreatie en toerisme. De ambitie voor 2030 luidt: “heel Noord-Holland profiteert van recreatie en toerisme”. Er zijn drie speerpunten waar de provincie mee aan de slag gaat om deze ambitie te bereiken:

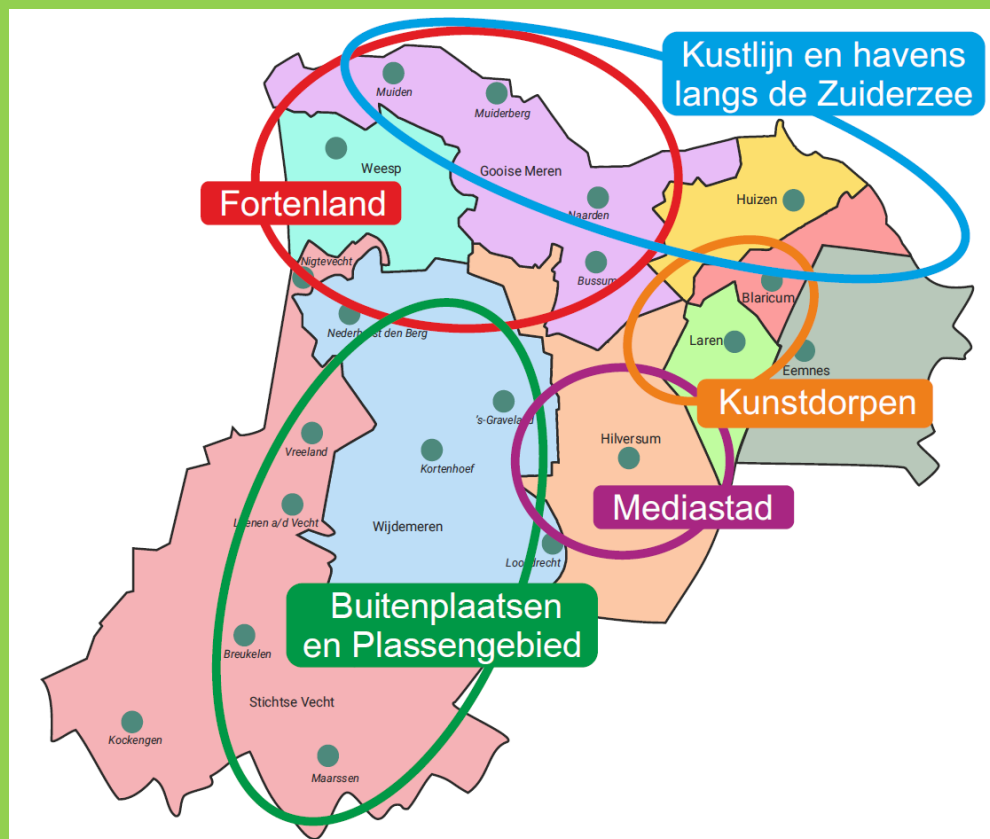
- De toenemende vraag van recreanten en toeristen accommoderen
- De juiste balans tussen toeristische-recreatieve druk en draagkracht van de omgeving bereiken en behouden
- Kwaliteit van het aanbod versterken door benutten van unieke kwaliteiten

Omdat opgaves verschillen per regio, wil de provincie de bestemming centraal zetten en de dit samen met betrokken partijen de regie voeren op recreatie en toerisme en de toegevoegde waarde hiervan.

Blok 1: Informatie over de kwaliteitsplekken

Bron: Regionaal kwaliteitsbeeld cultuur & erfgoed regio Gooi & Vechtstreek

Geografisch overzicht van de vijf kwaliteitsplekken die zijn aangewezen ten behoeve van (recreatief-toeristische) ontwikkeling op het gebied van cultuur en erfgoed. Onder de kaart lichten we de twee kwaliteitsplekken toe die op Blaricum van toepassing zijn.



Kunstdorpen

De kunstdorpen (Blaricum en Laren) waren een broedplaats voor vernieuwing. Tegenwoordig bieden ze ruimte aan (lokale) makers, in een verscheidenheid aan musea, ateliers en winkels. De dorpen zijn omringd door heide, bos en velden. Er is een sterke aanwezigheid van de beeldende kunsten (ook in de openbare ruimte). Zowel museaal als in galerieën spelen kunstenaars, schrijvers en ateliers binnen de cultuurhistorische context een grote rol. Singer Laren, het verhaal van de kunsten, bijzonder winkelaanbod, creatief kleinschalig ondernemerschap, maar ook heide, bos, velden, kortom het landschap en de natuur, maken deze omgeving zo uniek.

Kustlijn en havens langs de Zuiderzee

De dorpen gelegen aan de voormalige Zuiderzee hebben zich ontwikkeld van visserijlocaties tot toeristische en recreatieve pleisterplaatsen met een cultuurhistorisch karakter. Weinig heeft zo in het aanzien van de hele regio ingegrepen als de vele soorten vervoer en verbindingswegen in de loop van de geschiedenis. Kanalen, havens, spoorwegen (trams en trein), provinciale en rijkswegen hebben zeker zo'n bepalende rol gehad als bijvoorbeeld erfgooiers of natuurreervaat. Cultuurhistorische context en goed toeven aan en op het water. Ontgonnen kusten en vakmanschap: van visserij naar handwerk naar pleisterplaats. Ontwikkeling riviercruisevaart, samenwerking Gastvrije Randmeren, Floriade 2022 en de verbinding met Flevoland.

Het DNA van Blaricum

Het DNA van Blaricum kan gevat worden in 'authentiek dorp in het Gooi', met een rijke historie als boerendorp dat zich ontwikkelde tot kunstenaars- en forensendorp. Typisch Blaricum zijn de volgende kenmerken:

- Boerendorp: het cultuurhistorische erfgoed als pittoresk boerendorp met een beschermd dorpsgezicht en een authentiek stratenpatroon.
- Kunstenaarsdorp: de culturele voorzieningen en evenementen en de bijbehorende historie.
- Forensendorp: oase in de Randstad om lekker en vrij te wonen met een hoog voorzieningenniveau van kwaliteitswinkels en horeca-toppers waar mensen van ver buiten de regio voor komen.
- Tot rust komen in het Gooise landschap: hoogwaardige natuur en de Randmeren. Voorbeelden hiervan zijn de Tafelbergheide met de Schaapskooi, natuurgebied 't Harde tussen Bijvanck en Blaricummeermeent en het recreatiegebied Stichtsebrug.

2.2 Omvang toerisme en recreatie

Noord-Holland

Van alle provincies in Nederland heeft Noord-Holland veruit de meeste overnachtingen. In internationaal perspectief is Noord-Holland de belangrijkste bestemming. Bezoekers van buiten Nederland komen vooral naar Amsterdam. Bijna de helft (46%) van alle buitenlandse bezoekers aan Nederland overnachtte in 2019 in Noord-Holland. Het gaat om bijna 24 miljoen overnachtingen (2019). Dat is bijna een verdubbeling van het aantal overnachtingen in 2012. De verwachting is dat die groei blijft doorzetten en dat in 2030 het aantal internationale bezoekers met 52% zal zijn toegenomen. Ook op de binnenlandse toeristische markt is Noord-Holland de beste bezochte provincie, maar de verschillen met Gelderland, Noord-Brabant en Limburg zijn klein. Het gaat om bijna 9,1 miljoen overnachtingen (2018), vergelijkbaar met de jaren ervoor.

Gooi en Vecht

De regio Gooi & Vechtstreek profiteert in economische zin relatief weinig van het bezoek aan Amsterdam. In zowel omzet als banen in de toeristische sector blijft de regio Gooi en Vecht achter in vergelijking bij de andere deelregio's. Het aantal hotelovernachtingen is bijvoorbeeld in 2017 ten opzichte van 2016 met 22% afgenomen in Gooi en Vechtstreek, terwijl in de rest van de MRA sprake is van een stijging.

Blaricum

De vrijetijdssector in de gemeente Blaricum is niet erg omvangrijk. Er zijn bijvoorbeeld weinig verblijfsrecreatieve voorzieningen (één hotel, enkele bed en breakfasts en een recreatieterrein met groepsaccommodaties die op dit moment gesloten is), met een bescheiden aantal overnachtingen op jaarbasis van 22 duizend (gebaseerd op het open zijn van de camping "de Woensberg"). De horecasector is daarentegen in verhouding beter ontwikkeld. Er zijn zeventien eet- en drinkgelegenheden in de gemeente, dit is relatief omvangrijk voor het aantal inwoners¹. De horecagelegenheden kenmerken zich door kwaliteit, service, luxe en exclusiviteit of door een eigentijdse en sfeervolle uitstraling gericht op vermaak van de gasten. In Blaricum is ongeveer 1 op de 12 banen gerelateerd aan recreatie en toerisme, dat is 8%, waarmee het een redelijk belangrijke sector is voor de gemeente. Dat is hoger dan het Nederlandse gemiddelde van 1 op de 14 banen. Onlangs is er een nieuw horeca concept gelanceerd aan de kust: Blaricum Beach.

Wanneer we kijken naar het evenementenaanbod in Blaricum, zien we dat deze een grote lokale aantrekkingskracht hebben en inspelen op de recreatiebehoeften van de inwoners. Voorbeelden hiervan zijn het Mosseldiner, de Blaricumse Wijnproeverij, Blaricumse Golf & Country, Koningsdag en de Sinterklaasintocht. Ook hebben veel evenementen daarnaast een grote regionale aantrekkingskracht. Evenementen als de

¹ Ca. 15 restaurants op 10.000 inwoners in Blaricum. Terwijl dit in Nederland ongeveer 6 restaurants betreft op 10.000 inwoners.

Blaricumse Kermis, Oldtimerfestival, De dag van het Werckpaerd, Blaricum Music Festival en het Aspergediner trekken, naast de eigen inwoners, ook veel bezoekers van buiten aan.

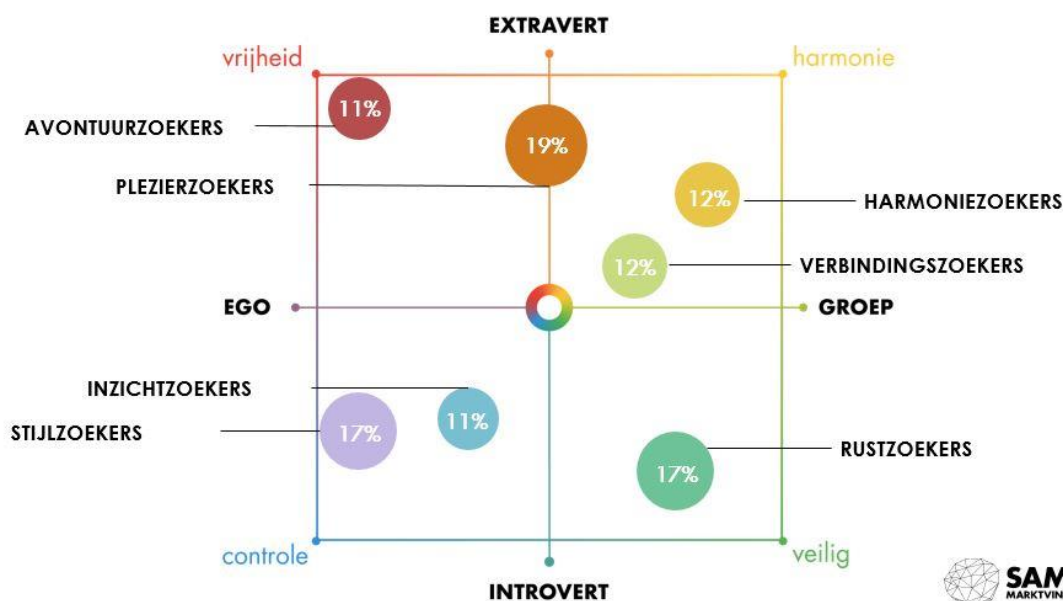
Blaricum bezit ook een aantal mooie natuurgebieden, zoals heidevelden, bossen en historische akkers. De Tafelberg- en Blaricummerheide is een bekend natuurgebied van Blaricum en wordt jaarlijkse ruim 1 miljoen keer bezocht, door ruim 200 duizend unieke bezoekers. De volledige beschrijving van de feiten en cijfers van de omvang toerisme en recreatie staat in bijlage 2.

2.3 Inwoners en bezoekersprofiel

De leefstijlvinder

Om in kaart te brengen welke behoeften en wensen inwoners en bezoekers hebben op het gebied van vrijetijd, is gebruik gemaakt van de Leefstijlvinder. De Leefstijlvinder geeft inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Dit maakt het mogelijk om beter in te spelen op de gewenste beleving van inwoners en (potentiële) bezoekers. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel. De zeven leefstijlen zijn: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers. Voordat we inzicht geven in het profiel van de inwoners en vakantiegangers, hebben we de profielen eerst toegelicht. Onderstaand figuur laat de profielen zien in het model, gevolgd door een omschrijving van de leefstijlen.

Figuur 2.1 Model Leefstijlvinder, SAMR 2018



Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtmoedig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met burens en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven zichzelf als 'gewoon' en hartelijk. Voor Verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale

verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtmoedig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuinieren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust en 'doe maar gewoon'. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie; 'meten is weten'!

Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

Plezierzoekers

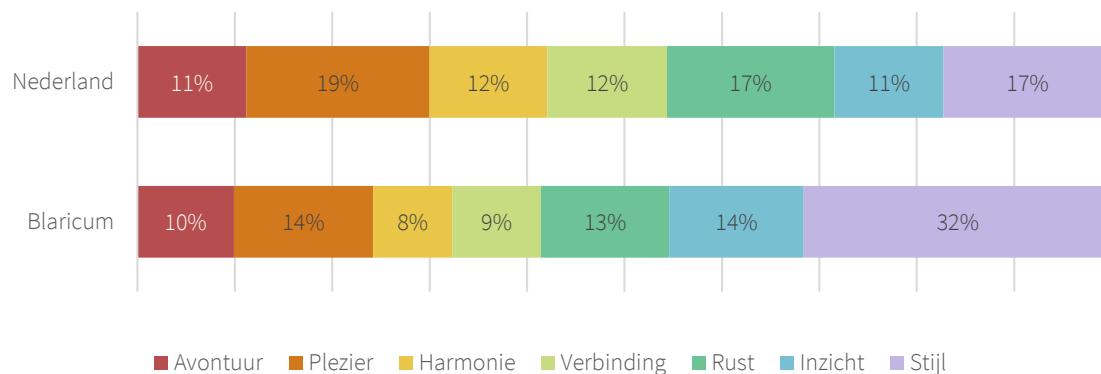
Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

In welke mate deze leefstijlen voorkomen in de gemeente Blaricum, omliggende gemeenten en onder de vakantiegangers, hebben we in onderstaande paragrafen weergegeven. Voor de complete leefstijlanalyse verwijzen we naar bijlage 4. Op basis van deze leefstijlen worden in hoofdstuk 4 keuzes gemaakt voor prioritaire doelgroepen.

Leefstijlprofiel inwoners

In de gemeente Blaricum is grootste groep de stijlzoeker (32% van de inwoners). Ook de plezierzoeker, inzichtzoeker en rustzoeker zijn redelijk omvangrijk, zie figuur 2.1 hieronder. De stijlzoeker en inzichtzoeker zijn in Blaricum groter dan gemiddeld in Nederland.

Figuur 2.2 Leefstijlprofiel van inwoners van Blaricum, vergeleken met het Nederlandse gemiddelde



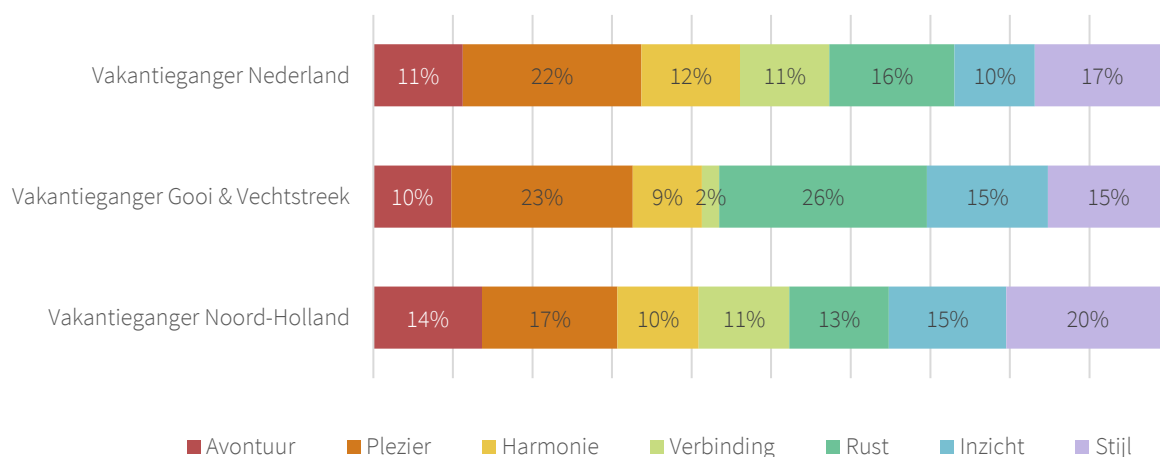
Bron: <https://app.leefstijlvinder.nl/>

Voor de zeven omliggende gemeenten (ook aan Flevoland zijde) hebben we gekeken naar het leefstijlprofiel. Wat opvalt is dat stijlzoekers in bijna alle omliggende gemeenten de grootste groep is, en dat deze groep in de gemeenten Laren en Gooise Meren ook flink oververtegenwoordigd zijn. In de gemeente Huizen lijkt het leefstijlprofiel op het Nederlandse gemiddelde, maar zijn ook de stijlzoekers de grootste groep. Alleen in de gemeenten Almere en Zeewolde vormen de plezierzoekers de grootste groep.

Leefstijlprofiel vakantiegangers

Op het niveau van de gemeente Blaricum is er geen leefstijlprofiel van de vakantieganger, maar wel op het niveau van de regio Gooi & Vechtstreek, zie figuur 2.2 hieronder.

Figuur 2.3 Leefstijlprofielen van inwoners en vakantiegangers



Bron: <https://app.leefstijlvinder.nl/>

Onder vakantiegangers van de Gooi & Vechtstreek vormen de leefstijlen rust- en plezierzoekers de grootste groepen. De stijlzoeker en inzichtzoeker zijn middelgrote groepen (beide 15%). Vergeleken met het Nederlandse gemiddelde zien we een significante oververtegenwoordiging van de rustzoeker en een significante ondervertegenwoordiging van vooral de verbindingszoeker, maar ook de stijlzoeker.



De Tafelbergheide in het Gooi ©Gouwenaar, via Wikimedia Commons

3 SWOT-analyse

In dit hoofdstuk staat de SWOT-analyse (hoofdstuk 3.1) en de daaruit volgende (strategische) uitdagingen (hoofdstuk 3.2) centraal. Bij een SWOT-analyse worden de belangrijkste sterke en zwakke punten benoemd samen met de belangrijkste kansen en bedreigingen. Een SWOT-analyse confronteert externe kansen en bedreigingen met de interne sterkten en zwakten, met als doel de belangrijkste uitdagingen inzichtelijk te maken. Om tot een gedragen SWOT-analyse te komen zijn verschillende bronnen en stakeholders geraadpleegd:

- Een bronnenstudie is uitgevoerd naar verschillende cijfers, feiten en (beleids)documenten.
- Er is een trendanalyse uitgevoerd (bijlage 3).
- Tien vertegenwoordigers van het toeristisch-recreatieve veld zijn geraadpleegd in verkennende gesprekken.

3.1 De sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen

De SWOT die we voor deze visie hebben ontwikkeld geeft weer wat de sterke en zwakke punten zijn van het *toeristisch-recreatief product van de gemeente Blaricum*. Dit is de interne analyse en betreft aspecten waar de gemeente zelf invloed op uit kan oefenen. Ook staan de kansen en bedreigingen weergegeven vanuit de omgeving (de externe analyse). Kansen en bedreigingen bevinden zich buiten de invloedssfeer, maar hierop kan worden ingespeeld.

De SWOT-tabel staat op de volgende bladzijde.

Tabel 3.1 SWOT-analyse toeristisch-recreatief product gemeente Blaricum

Interne analyse	Externe analyse
Sterke punten S1. Het recreatieve aanbod zoals wandelen, fietsen (o.a. LangeafstandsFietsroute (LF)-Zuiderzeeroute), hoogwaardige horeca aanbod (en deels ook winkelaanbod), Blaricum Beach/Stichtse strand, lokale evenementen en hoogwaardige natuurgebieden, waaronder de Blaricummerheide. S2. Blaricum heeft een aantal bijzondere kenmerken, zoals het dorpse karakter, de aanwezigheid van kunst en cultuur, de kustlijn en Randmeren en in algemene zin het landschappelijk schoon. Blaricum is een groenblauwe oase in de Randstad: rust, ruimte, groen, en monumentaal. S3. Inzet, betrokkenheid en enthousiasme van inwoners (als vrijwilliger), o.a. merkbaar door inwonersinitiatief Blaricum Bruist, Groengroep en Werkgroep Verbinding) ontwikkeling van het Geopark en het actieve verenigingsleven (bij. Oranjevereniging).	Kansen K1. Er zijn verschillende initiatiefnemers en kansen voor ontwikkeling zowel op het gebied van dagrecreatie (o.a. strand- en waterrecreatie) en verblijfsrecreatie. K2. Voor wat betreft ontwikkeling kan worden meegelift op de energie, middelen en visie vanuit de MRA, via de regio Gooi en Vechtstreek. Er is budget beschikbaar voor het ontwikkelen van kwaliteitsplekken. Voor Blaricum zijn dat de 'Kustlijn en havens langs de Zuiderzee' en 'Kunstenaarsdorp'. K3. Voor toeristische (product)ontwikkeling is het kansrijk om in te spelen op de leefstijlen stijl- en inzichtzoeker en de thema's natuurtoerisme, watersport, fietstoerisme en kunst en cultuurtoerisme, in combinatie met het ontwikkelen van kleinschalige overnachtingsmogelijkheden.
Zwakke punten Z1. Blaricum is relatief klein met een beperkte infrastructuur en beperkte ontwikkel-mogelijkheden. Er is behoefte aan een duidelijk(er) ruimtelijke strategie. Z2. Bereikbaarheid staat onder druk door o.a. verkeersdruk op Rijkswegen, kleinschalig lokaal wegennet en beperkt openbaar vervoer. Het parkeerbeleid kan gastvrijer voor bezoekers (tijdsduur blauwe zone en aantal parkeerplekken). Z3. Het is niet duidelijk hoe er naar toerisme gekeken wordt, als kans of bedreiging. Hierdoor is (soms) onvoldoende duidelijkheid ervaren over de kansrijkheid van initiatieven uit de sector. Z4. Samenwerking en afstemming met regio Gooi & Vechtstreek, Utrechtse Heuvelrug en andere gemeenten gaat al beter, maar kan nog meer voordelen opleveren. Z5. Het beheer en onderhoud van voorzieningen is een aandachtspunt (o.a. fiets- en wandelpaden en de bijbehorende voorzieningen). Een kwaliteitsimpuls is nodig om een goede beleving en kwaliteit te bieden voor inwoners en bezoekers.	Bedreigingen B1. Landschap staat onder druk door klimaatverandering (bodemdaling, wateroverlast en droogte), afname biodiversiteit, afname van landschappelijke kwaliteit (ook van zwemwater – fonteinkruid in het water). B2. Recreatiedruk zal flink toenemen door demografische groei, vergrijzing, toenemende vrije tijd en meer (internationale) toeristen. Denk bij toerisme aan een mogelijke toename van 30% tot 2040. B3. Onduidelijkheid en tegengestelde belangen over de balans tussen natuurbehoud en recreatieve ontwikkeling. Komt onder andere tot uiting bij inwoners in de vorm van angst om de rust en authenticiteit van Blaricum te verliezen. B4. De (structurele) bijdrage van vrijwilligers staat steeds meer onder druk. Door individualisering zijn vrijwilligers moeilijker te vinden en te binden. Daarnaast belemmert wet- en regelgeving rondom evenementen in toenemende mate het organiseren van (inwoners)initiatieven.

3.2 Speerpunten op basis van SWOT-analyse

Alhoewel een SWOT als methode niet vernieuwend is, is het een uitstekend instrument om tot de juiste speerpunten voor de gemeente Blaricum te komen. Speerpunten zijn uitdagingen waar de gemeente met prioriteit aan gaat werken om de doelen zoals verwoord in dit beleid te realiseren. Daartoe is het zaak om de sterktes te benutten, zwaktes te versterken, in te spelen op kansen en bedreigingen af te weren. Hieronder staat hoe de SWOT leidt tot de speerpunten voor de gemeente Blaricum.

Blaricum: een authentiek dorp in het Gooi

Uit de verkennende gesprekken, een ronde langs de ondernemers en de bronnenstudie blijkt dat Blaricum niet wordt gezien als een toeristische hotspot (binnen het Gooi), maar vooral als een plek waar het aangenaam wonen en werken is. Een gemeente waar je naar toe gaat voor rust en ruimte. Aanvullend vinden betrokkenen dat de infrastructuur in de gemeente niet uitgerust is om grote aantallen bezoekers te accommoderen. Dit gaat om de bereikbaarheid naar de gemeente toe, maar ook binnen de gemeente. De straten zijn smal en er is weinig ruimte voor parkeren. Ook blijkt dat velen tevreden zijn met het behoud van het dorpse en kleinschalige karakter. Daarom is het belangrijk dat de gemeente in haar beleidsvisie haar focus legt op de recreatieve ontwikkeling voor eigen inwoners en die van de buurgemeenten, passend bij het DNA van Blaricum.

Dit kan de gemeente doen door die recreatieve voorzieningen die er al zijn te versterken en ontwikkelingen die het recreatieve aanbod verbeteren te omarmen. Hierbij staan de verschillende leefstijlen (doelgroepen) in Blaricum centraal, zodat het aanbod nog beter op hen kan worden afgestemd. Zo is het wenselijk dat evenementen die passen bij de inwoners en DNA van Blaricum de ruimte krijgen. Het Concours Hippique is een goed voorbeeld. Het past goed bij Blaricum maar wordt nu niet meer georganiseerd. Mogelijk zijn er stimuleringsmaatregelen te nemen, gericht op het ondersteunen van vrijwilligers, het vergemakkelijken van aanvragen (één loket) of meedenken over hoe met de steeds strenger wordende regelgeving om te gaan. Ook is het belangrijk dat de gemeente de unieke kenmerken van Blaricum behoud en verbetert: het dorpse karakter, de rust en ruimte, het landschappelijke schoon.

⇒ Speerpunt 1: Focus op recreatieve ontwikkeling voor inwoners van de eigen en omliggende gemeenten

Het eerste speerpunt heeft de prioriteit, het toerisme is hieraan ondergeschikt. Echter, toerisme biedt ook kansen en de gemeente wil ook voorkomen dat toerisme zich ontwikkelt zonder duidelijke kaders en sturing. De volgende speerpunten richten zich dan ook op toeristische ontwikkelingen en onder welke voorwaarden deze kunnen plaatsvinden.

Toerisme bewust en kleinschalig ontwikkelen

Uit de verkennende gesprekken, een ronde langs de ondernemers en de bronnenstudie blijkt dat, hoewel de focus moet liggen op inwoners, velen het 'op slot zetten' van Blaricum voor toeristen (bezoekers van 'buiten') niet als wenselijk ervaren. De horeca- en retailondernemers geven aan dat ze meer klanten wel prettig vinden. Ook voor (lokale) evenementen is het wenselijk als er voldoende mensen op af komen. Het gevoel bestaat dat als er te weinig bezoekers zijn, het duurzaam voortzetten van voorzieningen en evenementen niet meer mogelijk is door te weinig inkomsten. Bezoekers zorgen er dus voor dat het voorzieningenniveau op peil blijft.

Echter, uit alle gesprekken en informatie is duidelijk geworden dat de balans tussen rust en reuring heel belangrijk wordt gevonden. Het is daarom belangrijk dat de gemeente heel bewust inzet op het ontwikkelen van toerisme, met het oog op leefbaarheid en vanuit het karakter en profiel van Blaricum. De bezoekers moeten specifiek komen voor Blaricum en wat hier te beleven is. Blaricum richt zich dan ook op specifieke doelgroepen. Dit zijn natuurtoeristen, cultuurtoeristen, watersporters en fietstoeristen. Blaricum wijst ook plekken aan waar die voor toerisme kunnen worden ingezet en welke voorwaarden hieraan worden gesteld.

Het is daarbij goed om aan te haken op de al aanwezige energie en keuzes die reeds zijn gemaakt binnen de gebiedsgerichte aanpak van de MRA en Regio Gooi & Vechtstreek. Blaricum verkent o.a. de ontwikkeling van kleinschalig verblijf, gericht op de gekozen doelgroepen en die passen bij de gekozen thema's. De keuzes zijn nader uitgewerkt in hoofdstuk 4.

⇒ **Speerpunt 2: Toerisme bewust ontwikkelen en scherpe keuzes maken wat betreft doelgroep, thema, locatie, productontwikkeling en promotie**

Er is weinig synergie en samenwerking

Uit de verkennende gesprekken, een ronde langs de ondernemers en de bronnenstudie blijkt dat van synergie en samenwerking in de vrijetijdsector nog weinig sprake is. Dit geldt niet zo zeer voor de interne relaties. De gemeente, ondernemers en andere toeristisch-recreatieve spelers *binnen* de gemeente lijken elkaar goed te kunnen vinden. Het geldt vooral voor de synergie en samenwerking over de gemeentegrens heen. Denk bijvoorbeeld aan de samenwerking met andere gemeenten. Zo is er tot op heden nog geen synergie op het ontwikkelen van de kust met de gemeente Huizen of de gemeenten Almere en Zeewolde. Ook is de samenwerking met Laren op het gebied van kunst nog gebrekkig. Ook de relatie met grote samenwerkingsverbanden zoals het MRA, Visit Gooi & Vecht en (Nationaal Park) Utrechtse Heuvelrug laat te wensen over. De gemeente Blaricum en andere toeristisch-recreatieve partijen ervaren de 'bemoeienis' vanuit de regio als onwenselijk: liever zélf de regio houden. Tegelijk zijn er voordelen door wél samen te werken:

- Ten eerste hoeft het wiel niet door Blaricum opnieuw te worden uitgevonden.
- Ten tweede kan er goed worden meegelift op ontwikkelingen op het gebied van routenetwerken (via het Routebureau) en promotie (via Visit Gooi & Vecht)
- Ten derde is er financiering beschikbaar vanuit de gebiedsgerichte aanpak van de MRA voor gemeente-overstijgende initiatieven, zoals het ontwikkelen van de kust of het thema kunstdorp.

Zolang de gemeente scherp heeft wat haar eigen koers is, kan bewust de samenwerking worden gezocht om te profiteren van regionale ontwikkelingen. Het is daarbij wel belangrijk om een afwegingskader te ontwikkelen, waarin de gemeente beschrijft hoe ze wil samenwerken in de regio. Het afwegingskader omvat mogelijk de volgende stappen:

1. Samen verkennen van de gewenste doelen;
2. Samen starten van behoeftenonderzoeken voor het accommoderen van toerisme
3. Randvoorwaarden formuleren waaronder toerisme kan plaatsvinden, zoals kleinschaligheid, onderscheidend van ander aanbod (verblijf), versterkend karakter (kunstenars, waterrecreatie).

We werken dit afwegingskader verder uit in speerpunt 3.

⇒ **Speerpunt 3: Afwegingskader ontwikkelen voor de synergie en samenwerking in de vrijetijdsector**

Balans natuurdoelen en recreatieve ontwikkeling

Uit de verkennende gesprekken, een ronde langs de ondernemers en de bronnenstudie blijkt dat er veel zorgen en spanningen zijn op het gebied van het behouden van natuur en bereiken van de natuurdoelen en de leefbaarheid enerzijds, en anderzijds op het (stimuleren) van recreatieve ontwikkeling. In de gemeente zijn veel plekken aangewezen als NNN gebied en beschikt Blaricum over bijzondere natuurplekken. Tegelijk zijn er ook op die bijzondere natuurplekken ook wensen voor recreatief medegebruik of recreatieve ontwikkeling. Twee voorbeelden zijn Blaricum Beach/Stichtse strand en eiland Dode Hond. De zorgen over natuur versus recreatie worden aangewakkerd door een aantal bedreigingen. Zo is er een groei van het aantal inwoners én toeristen te verwachten. Deze groei gaat waarschijnlijk zorgen voor een toename van de druk op de leefbaarheid en de leefomgeving. Denk aan impacts als drukte (verstoring van de rust), zwerfafval, files, parkeerproblemen, en aantasting van erfgoed. Aanhoudende en toenemende milieuproblemen zorgen voor aantasting van de draagkracht van de natuur. De natuur heeft te lijden van de gevolgen van klimaatverandering en uitstoot van stikstofoxiden en ammoniak. Om de zorgen voor toeristische ontwikkelingen weg te nemen is het belangrijk

om de natuur- en recreatiewaarden in kaart te brengen: wat willen we wel en wat niet, wat is er op toeristisch/recreatief gebied mogelijk binnen de draagkracht van de natuur? Ook een actieve inzet en budget om te sturen op balans is noodzakelijk. Daarom is het laatste speerpunt:

⇒ **Speerpunt 4: Sturen op Waardevol Toerisme, leefbaarheid en balans tussen natuur en recreatie**





Sfeerverlichting Blaricum (Bron: www.nhgooi.nl)

4 Regie op uitvoering

Op basis van de voorafgaande analyses is helder geworden dat de gemeente vier speerpunten centraal stelt in haar beleid. Dit betreft uitdagingen waar met prioriteit aan gaat worden gewerkt. In dit hoofdstuk beschrijven we wat er voor nodig is om dit effectief te kunnen gaan doen, ofwel: wat is nodig voor succesvolle uitvoering? Voor een geslaagde uitvoering van de vier speerpunten uit deze beleidsvisie is het nodig dat de gemeente regie voert door keuzes te maken én duidelijkheid te geven over het ontwikkeldkader. In dit hoofdstuk beschrijven we welke keuzes belangrijk zijn:

- Doelgroep: op welke recreanten en toeristen gaat de gemeente zich richten?
- Resultaten inwoners: hoe staan inwoners tegenover recreatie en toerisme?
- Toeristisch profiel: met welk profiel en welke producten wil Blaricum recreatie ontwikkelen?
- Kader: welke uitgangspunten zijn er voor initiatiefnemers?

4.1 Keuze prioritaire doelgroepen

Blaricum richt zich primair op eigen inwoners en inwoners van omliggende gemeenten

Hoewel het inkomend toerisme in Nederland en vooral voor Amsterdam / MRA groeit, kiest Blaricum er niet voor om zich specifiek te richten op 'de buitenlandse toerist', maar juist op de eigen inwoners en inwoners van omliggende gemeenten. Het gaat daarom ook niet primair over de vakantiemarkt, maar juist om dagrecreatie. De gemeente brengt regelmatig in beeld welke behoeften er onder inwoners zijn en probeert, binnen de kaders van deze visie, in deze behoeften te voorzien. De gemeenten zetten zich in voor alle inwoners. Door de inzet van het inwonerspanel is de houding van de inwoners ten aanzien van recreatie en toerisme in kaart gebracht, zie

paragraaf 4.2. De resultaten van het panel zijn gebruikt als input voor hoofdstuk 6, waar de speerpunten nader zijn uitgewerkt.

Blaricum richt zich secundair op (dag)toeristen met de leefstijlen stijl- en inzichtzoeker

Uit de verkennende gesprekken werd duidelijk dat het wenselijk is om te sturen op wie naar Blaricum komt en wie niet. Daarom is bij het uitvoeren van de beleidsvisie van belang om een heldere keuze te maken in doelgroepen die aangetrokken worden in het kader van toerisme. In alle speerpunten komt namelijk op een gegeven moment de vraag aan de orde: op wie wil Blaricum zich eigenlijk richten, en welke bezoeker past bij Blaricum?

Om die vraag goed te beantwoorden heeft het meerwaarde om 'in de huid te kruipen' van de recreant en toerist. We hebben hiervoor gekeken naar het type activiteiten die Blaricum kan en wil aanbieden aan haar bezoekers, maar ook naar de motieven en behoeften van bezoekers. De leefstijlvinder geeft hiervoor goede handvatten. De zeven type recreanten en toeristen (leefstijlen) met bijbehorende behoeftes en belevingen zijn in hoofdstuk 2 geïntroduceerd. Bijlage 4 en 5 geven daarnaast nog verdiepende informatie. Om regie te kunnen voeren op welke type bezoekers naar Blaricum komen voor een dagje uit, is het belangrijk om actief te sturen op doelgroepen. Blaricum gaat zich op het gebied van recreatie en toerisme richten op:

- Bezoekers met een bepaalde leefstijl:
 - Primair richt de gemeente zich op de leefstijlen stijl- en inzichtzoeker
 - Secundair richt de gemeente zich op de leefstijl plezierzoeker
- Binnen deze twee leefstijlen ontwikkelt de gemeente heel gericht bepaalde toeristische producten die passen bij de drie verhaallijnen en activiteiten binnen de thema's natuur, kunst en cultuur en fietsen.

Blaricum kiest dus specifiek voor twee van de zeven leefstijlen als prioritaire doelgroepen in de gezamenlijke productontwikkeling en promotie voor toeristen. Waarom deze twee? Dat leggen we in blok 2 op de volgende bladzijde uit. Individuele ondernemers kunnen zich natuurlijk ook op andere doelgroepen richten.

Blok 2: Strategische keuze voor leefstijlen stijl- en inzichtzoeker

De gemeente Blaricum wil zich primair richten op: inzichtzoeker en stijlzoeker. Waarom deze twee?

1. Omvangrijke doelgroep

Deze groepen behoren onder inwoners van Blaricum en omliggende gemeenten tot de grootste groepen. Ze vormen samen 45% van de inwoners. In de nabijgelegen gemeenten zijn deze groepen ook erg omvangrijk, in buurgemeente Laren is dit zelfs 53%. Omdat Blaricum een dagrecreatieve bestemming is, weegt het lokale profiel zwaar mee in de keuze.

2. Aanbod is aantrekkelijk

Daarnaast is er voor deze leefstijlen al veel recreatief-toeristisch aanbod aanwezig in de gemeente. Dit geldt met name voor de retail, en (in mindere mate) ook voor de horeca en overige dagrecreatieve voorzieningen. Van alle retail is 60% voor deze leefstijlen aantrekkelijk. Kortom, de gemeente kiest voor 'laaghangend fruit'. Deze leefstijlen kunnen nu al interessant aanbod vinden en het 'te ontwikkelen' aanbod (zoals bijv. verblijfsrecreatief aanbod) kan zich het beste in samenhang hiermee ontwikkelen. Dan ontstaat synergie.

Maar hoe ziet een inzichtzoeker eruit of een stijlzoeker? En wat zoeken ze aan vrijetijdsbelevingen? Hieronder staan deze type recreanten en toeristen omschreven.

Stijlzoeker

Het zijn zelfverzekerde en doelgerichte recreanten. Harde werkers met ambitie en ondernemingsdrift treffen we hier vaak onder. Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie. Luxe en comfort is dan ook zeer belangrijk. Dineren in een goed restaurant of verwend worden bij een traiteur of speciaalzaak. Daar krijg je de service die je wilt! Slapen in een mooi hotel, een luxere villa of privé vakantiewoning, dat past bij deze groep. En naar buiten toe? Natuurlijk, met je bootje op het water, of om een prestatie neer te zetten op de mountainbike of langere afstandswandeling.



De stijlzoeker is

- ✓ Gedreven
- ✓ Doelgericht
- ✓ Ambitieuze
- ✓ Zelfverzekerd
- ✓ Ondernemend
- ✓ Sportief



De inzichtzoeker is

- ✓ Bedachtzaam
- ✓ Rationeel
- ✓ Introvert
- ✓ Leergierig
- ✓ Op zoek naar zelfontplooiing
- ✓ Serieus

Inzichtzoeker

De inzichtzoeker is op zoek naar inspirerende en rustige activiteiten. Dingen leren en ervaren willen ze, in de natuur en met culturele activiteiten. Het liefst alleen, of in klein gezelschap. Vrije tijd is tijd die je bewust moet besteden. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen; daar liggen de interesses. Actief de natuur in kan ook: het liefst wandelend of fietsend. Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Zoals in een bekende hotelketen, in een bed & breakfast met goede recensies.

De plezierzoeker is ook interessante doelgroep, maar secundair:

- Plezierzoeker: Deze leefstijl is secundair interessant omdat er al relatief veel aanbod is voor deze leefstijl en het ook een relatief grote groep is onder inwoners in de eigen én omliggende gemeenten. De plezierzoeker kenmerkt zich echter door de voorkeur voor gezellige reuring, festivals, gezelligheid, interesse voor watersport en veel doen en beleven. Primair inspelen op deze leefstijl levert voor Blaricum mogelijk te veel 'reuring' op, vandaar dat er op deze doelgroep niet primair wordt ingespeeld.

4.2 Resultaten inwonerspanel

In september en oktober 2020 is het inwonerspanel van Blaricum ingezet om de houding en mening van inwoners ten aanzien van recreatie en toerisme in de gemeente te peilen. De vragenlijst is opgesteld door Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, in samenwerking met de gemeente. Het inwonersonderzoek is uitgevoerd door Research2Evolve. Hierbij hebben zowel panelleden als niet-panelleden (middels een open link) de mogelijkheid gekregen om deel te nemen aan het onderzoek. In totaal hebben 336 respondenten meegedaan aan het onderzoek, waarbij de respondenten ongeveer gelijk verdeeld zijn over de drie grootste kernen: Bijvanck, Blaricum-Dorp en Blaricummeent. Omdat het inwonerspanel op dit moment nog niet representatief is voor de werkelijke bevolking binnen de gemeente (jongeren tot en met 34 jaar zijn ondervertegenwoordigd), is een wegingsfactor toegekend om de resultaten naar leeftijd te corrigeren. De nauwkeurigheid van het onderzoek (uitgedrukt in foutmarge) wijkt iets af van de norm, namelijk 5,3% tegenover een norm van 5%. Dat betekent dat de resultaten wel een goede indicatie geven van de gemiddelde mening van de inwoners, maar niet direct vertaald kunnen worden naar de mening van de inwoner, zie bijlage 6 voor een uitgebreide beschrijving van de onderzoeksverantwoording. In deze bijlage is de volledige rapportage van het onderzoek toegevoegd, afkomstig van Research 2Evolve. In deze paragraaf lichten we de resultaten in hoofdlijnen toe en geven we aan wat dit betekent voor deze beleidsvisie.

Inwoners zijn trots en zien positieve effecten van recreatie en toerisme

De inwoners van Blaricum zijn over het algemeen positief over de effecten van recreatie en toerisme: ze zien dat het bijdraagt aan de lokale economie (79% van de respondenten is het hiermee eens) en aan het voorzieningenniveau en recreatieve mogelijkheden (54% is het hiermee eens, tegenover 23% van de

respondenten die het hiermee oneens is). Daarnaast is merendeel van mening dat recreatie en toerisme zorgt voor levendigheid en reuring in de woonomgeving (45%). We zien ook dat de inwoners trots zijn om een inwoner van Blaricum te zijn als gevolg van bezoekers die het dorp weten te vinden (44%).

Toerisme kan ook zorgen voor overlast

Tegelijkertijd zien de inwoners ook dat recreatie en toerisme ook voor overlast zorgt. 58% van de respondenten ziet dat het mobiliteitsproblemen veroorzaakt, 53% van de respondenten is van mening dat de kwaliteit van de openbare ruimte (door o.a. zwerfafval) achteruitgaat en 49% van de respondenten ziet dat er schade aan natuur en erfgoed ontstaat. Ondanks deze negatieve effecten, is merendeel van de inwoners nog wel van mening dat de voordelen opwegen tegen de nadelen: 42% van de respondenten is het hiermee eens, tegenover 32% van de respondenten die het hiermee oneens is. Het overgrote merendeel van de inwoners (84%) vindt het overigens wel erg belangrijk dat ze een stem hebben in beslissingen rondom toerisme en recreatie.

Wanneer we kijken naar de verschillen per kern in de gemeente Blaricum, valt op dat de inwoners uit het Dorp duidelijk vaker van mening zijn dat toerisme mobiliteitsproblemen veroorzaakt en dat het dorpse en kleinschalige karakter gevaar loopt dan inwoners van de Blaricummermeent en de Bijvanck. De meningen over de overige effecten (schade aan natuur en erfgoed, kwaliteit van de openbare ruimte) zijn gelijk verdeeld over de kernen. Wel zijn de respondenten uit de Blaricummermeent het er vaker mee eens dat de voordelen van toerisme opwegen tegen de nadelen dan respondenten uit het Dorp.

Sturen op balans

Het deel van de inwoners dat van mening is dat toerisme actief aangemoedigd mag worden (41%), is even groot als het deel van de inwoners dat het hier niet mee eens is (40%). Ditzelfde geldt voor de relatie tussen toerisme en leefbaarheid: 37% vindt dat toeristische ontwikkelingen de leefbaarheid verbeteren en een even groot deel (38%) is het hier mee oneens. De meningen zijn overigens wel verdeeld per kern. De respondenten uit de Blaricummermeent en de Bijvanck vinden vaker dan inwoners uit het Dorp dat toerisme actief aangemoedigd mag worden en dat toeristische ontwikkelingen de leefbaarheid verbeteren. Ook zien we dat de respondenten uit het Dorp vaker van mening zijn dat een groei van toerisme zal leiden tot wrijving tussen inwoners en toeristen dan de respondenten uit de Bijvanck en Blaricummermeent.

Hieruit concluderen we dat de balans belangrijk wordt gevonden door inwoners. Het gaat hierbij zowel om de balans tussen inwoners en bezoekers, als om de balans tussen voordelen en nadelen van toerisme en een balans tussen de recreatiedruk en de draagkracht van de leefomgeving.

Aandachtspunten recreatieve ontwikkeling

Wat vinden de inwoners belangrijk op het gebied van recreatieve ontwikkeling? De top drie thema's/onderwerpen die worden genoemd zijn:

- De natuurlijke omgeving behouden;
- Leefbaarheid van inwoners verbeteren;
- Cultuur en historie behouden.

Het behouden van de cultuur en historie wordt overigens veel vaker belangrijk gevonden door respondenten van het Dorp dan door respondenten van Blaricummermeent. Naast deze top 3 vindt men het toerisme ontwikkelen op een schaal die passend is bij de gemeenschap relatief belangrijk.

De inwoners vinden het recreatieve profiel 'authentiek boerendorp' het meest passend en geschikt voor verdere uitwerking en ontwikkeling in Blaricum. Hierin is een verschil te zien in leeftijdscategorie. De respondenten 35 jaar en ouder noemen vaker 'authentiek boerendorp', terwijl de respondenten van 16-34 jaar vaker 'kustdorp' noemen. Ook de inwoners uit de Blaricummermeent noemen 'kustdorp' duidelijk vaker dan inwoners uit het Dorp en de Bijvanck.

Twee gezichten

Tot slot is er nog de vraag gesteld of men nog tips, wensen en/of suggesties heeft over het onderwerp recreatie en toerisme in Blaricum. We zien hier dat de meningen van de respondenten zijn verdeeld. Aan de ene kant zien we een deel van de respondenten die van mening is dat recreatie en toerisme niet gestimuleerd moet worden. Ze pleiten voor het behouden van het dorpse karakter van Blaricum en het in stand houden van de leefbaarheid voor eigen inwoners. Het aantrekken van bezoekers van buiten wordt geassocieerd met ongewenste drukte en overlast. Aan de andere kant geeft een deel van de respondenten aan potentie te zien in het ontwikkelen van recreatie, waarbij de inwoners de primaire doelgroep voor de recreatieve voorzieningen moeten zijn. Zij zijn van mening dat recreatieve ontwikkeling ten goede komt aan de inwoners en dat daarnaast ook bezoekers kunnen profiteren. Het ontwikkelen van het strand (met een horecavoorziening) in de Blaricummermeent komt hierbij vaker naar voren, waarbij wel belangrijk is dat dit op een passende en beperkte schaal ontwikkeld wordt en hoofdzakelijk voor recreatief gebruik van de inwoners.

Strategische visie Blaricum: wensen voor de toekomst

De gemeente werkt op dit moment aan het herijken van de strategische visie Blaricum. Als onderdeel van deze visie zijn ook de wensen van de inwoners op het gebied van wonen en leven geïnventariseerd. Per dorpsdeel is er een beeld geschetst. De belangrijkste resultaten met betrekking tot recreatie zijn:

- In de Bijvanck vindt men het groen en de openbare ruimte voor de toekomst het belangrijkste. De natuur en het water spreekt de inwoners het meeste aan.
- De inwoners van het dorp en de omgeving vinden het belangrijk dat het dorpse karakter en sfeer in het dorp behouden blijft, net als de natuur en ruimte buiten het dorp. De huidige evenementen verbindt de inwoners van Blaricum. Een goede balans tussen bezoekers en inwoners is belangrijk.
- In de Blaricummermeent vindt men het er over het algemeen prettig wonen met veel natuur. Er is wel behoefte aan meer levendigheid en voorzieningen (waaronder horeca). Het groen en het water is een belangrijke reden waarom de inwoners kiezen voor het wonen in de Blaricummermeent.

Conclusie

De wensen van inwoners vormen een belangrijke pijler voor de keuze van speerpunten (hoofdstuk 5) en beleidsaandacht die hieruit voortvloeit (hoofdstuk 6).

4.3 Toeristisch profiel van Blaricum

Toeristisch profiel Blaricum

Blaricum positioneert zich de komende jaren als een 'dagje uit'-bestemming in de Gooi & Vechtstreek met de kernkwaliteiten: rust, ruimte, natuur, kunst en een gezellig dorpskern.

Drie verhaallijnen

Blaricum kiest ervoor om de volgende verhaallijnen centraal te stellen in de gezamenlijke productontwikkeling en promotie voor de komende jaren:

1. Authentiek boerendorp in een natuurlijk landschap: een authentiek boerendorp waar je terecht kan voor een gezellig dagje uit om te eten en drinken in kwalitatief hoogwaardige horeca (deels ook het exclusievere winkelaanbod) en gezellige evenementen. Voor de profilering past het natuurlijke karakter waarschijnlijk het beste: de rust, ruimte en de natuurgebieden en heidelandschappen, waaronder de Tafelberg en de schaapskooi, en de eindeloze mogelijkheden om te wandelen, fietsen en paardrijden.
2. Kunstendorp: een kunstenaarsdorp waar je in en buiten het dorp kan genieten van kunst en cultuur. Er zijn verschillende interessante voorzieningen en jaarlijks terugkerende evenementen voor de liefhebber.
3. Kustdorp: een dorp met een goed ontwikkelde kust waar op een kleinschalige manier en met aandacht voor de natuur recreatie kan plaatsvinden in de vorm van luieren aan het strand, watersport en fietsen langs de kust.

Deze verhaallijnen zijn voldoende onderscheidend van de andere gemeenten en de regio, en bieden handvatten aan ondernemers en andere actoren om Blaricum te gaan promoten en producten te gaan ontwikkelen. Ook komen de tweede en derde verhaallijn terug in de gebiedsgerichte aanpak voor recreatief-toeristische ontwikkeling van Visit Gooi & Vecht, zie blok 1 hieronder. Aanvullend is het van belang dat het uitwerken van de verhaallijnen gebeurt met belevingen voor de prioritaire doelgroepen: de inzicht- en stijlzoeker.

Door te kiezen voor drie verhaallijnen ontstaat focus en kan er beter regie worden gevoerd. Je kan de keuze voor drie verhaallijnen vergelijken met een winkel: deze heeft een etalage, een winkelruimte en een magazijn. Allen maken onderdeel uit van het aanbod. Maar de winkelier mag bepalen wat in de etalage komt, zodat de mensen die langslopen verleid en geïnspireerd worden om binnen te lopen en een aankoop te doen. De verhaallijnen kunnen ook worden uitgewerkt in themajaren, waarbij bijzondere nadruk op een verhaallijn komt te liggen in de promotie. En bezoekers komen vanzelf in aanraking met andere inspirerende en aantrekkelijke attracties die ze wellicht bij een herhaalbezoek ook willen aandoen.

4.4 Uitgangspunten voor initiatiefnemers

De gemeente Blaricum heeft zelf een actieve rol in het uitvoeren van deze beleidsvisie. Tegelijkertijd kan de gemeente niet zonder de samenwerking met ondernemers en andere initiatiefnemers die zich inzetten om het toeristische product van Blaricum (verder) te ontwikkelen en te promoten. Daarom is de gemeente uitnodigend naar ondernemers en andere initiatiefnemers om bij te dragen aan het verder uitwerken van de speerpunten uit deze beleidsvisie. Welke uitgangspunten en kaders hanteert de gemeente hierbij?

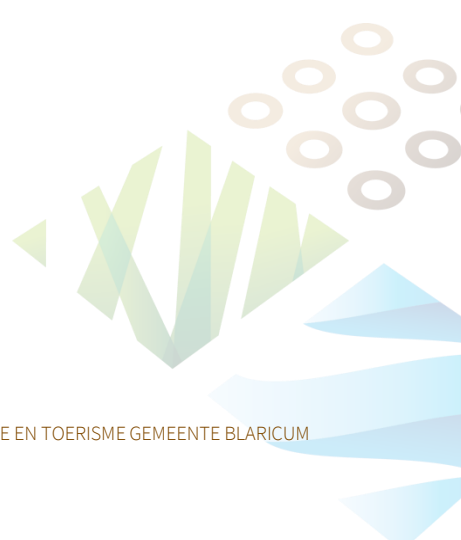
Uitnodigingskader toeristische initiatieven

De gemeente staat positief tegenover kansrijke initiatieven en zal het gesprek hierover met voorrang aangaan. Toeristische initiatieven zijn kansrijk wanneer ze voldoen aan onderstaand kader en:

- Bijdragen aan het beleefbaar maken van het toeristisch profiel van Blaricum, waarbij de Blaricumse identiteit versterkt wordt;
- Niet grootschalig zijn, hoogwaardig en onderscheidend;
- Aantoonbaar passen binnen de draagkracht van natuur en het landschap en waar mogelijk in de ontwikkeling een impuls wordt gegeven aan de leefomgeving (toerisme als middel om...), waardoor natuur en recreatie op de juiste manier samen gaan en elkaar versterken. Eventueel natuurverlies wordt hierbij gecompenseerd;
- Zich richten op de prioritaire leefstijlgroepen: inzichtzoeker en stijlzoeker (of plezierzoeker);
- Bijdragen aan de leefbaarheid van inwoners;
- Rekening houden met (duurzame vormen van) mobiliteit, materialen, energie en circulariteit;

Inwonersinitiatieven

De gemeente staat positief tegenover verzoeken om ondersteuning van inwoners als het gaat om recreatie en het verenigingsleven in Blaricum.





Blaricum Beach (Facebookpagina)

5 Speerpunten beleid

Op basis van de SWOT-analyse zijn er enkele strategische uitdagingen oftewel speerpunten geformuleerd. Hier gaat de gemeente de komende jaren samen met het toeristisch – recreatieve veld aan werken. Deze speerpunten worden in dit hoofdstuk verder uitgewerkt in een opgave (waar maakt de gemeente zich hard voor) en ingevuld met acties.

De acties per speerpunt zijn mede gebaseerd op input vanuit stakeholders uit het toeristisch-recreatieve veld tijdens een stakeholderbijeenkomst (zie bijlage 1).

5.1 Speerpunt 1: Focus op recreatieve ontwikkeling voor inwoners Blaricum en buurgemeenten

Opgaves

De leefbaarheid van inwoners van Blaricum staat centraal. Blaricum richt zich primair op het behouden, verbeteren en aantrekkelijk(er) maken van het recreatieve aanbod voor inwoners van Blaricum en de omliggende gemeenten. Centraal staan het mogelijk maken van inwonersinitiatieven en het versterken van het bewustzijn van het moois dat Blaricum te bieden heeft.

Acties

Met de volgende concrete acties gaat de gemeente hieraan werken:

- **Evenementen**, georganiseerd door inwoners van Blaricum en passend bij het DNA van Blaricum, de ruimte geven (financieel en qua vergunningen). Denk aan evenementen als het Oldtimersfestival, Dag van het Werckpeard, Week-van-de-erfgooier en activiteiten van de Historische Kring Blaricum en meer (zie paragraaf 2.2 voor meer voorbeelden van evenementen passend bij het DNA van Blaricum). Specifieke

aandacht gaat hierbij ook uit naar de Bijvanck en Blaricummermeent, waar nog kansen liggen voor het organiseren van activiteiten.

- **Routes en routenetwerken:**
 - Ontwikkelen van routenetwerken in de natuur (bos/heide gebieden) voor fietsers en wandelaars met bijbehorende informatievoorzieningen (over historie, kunst, natuur), verhuurmogelijkheden voor fietsers, en/of pleisterplaatsen.
 - Kwaliteitsimpuls aan fiets- en wandelpaden en bijbehorende voorzieningen. Gastvrije Randmeren organiseert dit vanuit de regio voor het hele gebied, hiervoor is wel een bijdrage vanuit gemeente Blaricum vereist. Hiervoor zal dan budget gevraagd moeten worden aan de gemeente.
 - Specifieke wandelingen per wijk: Bijvanck, Blaricummermeent en het Dorp om elkaars wijk te leren kennen.
 - Routes en mogelijkheden op het gebied van waterrecreatie ontwikkelen (suppen, kanoën, varen, etc.) en zichtbaar maken voor gebruikers, denk aan vaartochten van en naar Blaricummermeent (naar Spakenburg en Almere). Hierbij wordt rekening gehouden met de grote rijkdom aan vogels aan de oostzijde van de brug.
- **Inwoners bewust maken van het huidige aanbod in de leefomgeving.** Blaricum heeft veel te bieden op het gebied van natuur, kunst en cultuur, maar bepaalde aspecten, thema's of voorzieningen zijn nog (relatief) onbekend. Het creëren van meer betrokkenheid kan zorgen voor het gevoel van trots op de omgeving en het beleven en waarderen hiervan. Dit kan door het uitwerken van de drie verhaallijnen met specifiek voor inwoners aantrekkelijke voorzieningen: Het idee is om dit samen met de buurgemeenten te ontwikkelen en dat dit verder gaat dan de basisinfrastructuur. Denk aan:
 - Een natuurprofiel (groenblauwe oase, dorp in natuurlijke omgeving) ontwikkelen voor het Eemmeer (locaties zijn in overleg te bepalen). In samenwerking met Eemnes, Bunschoten, Zeewolde, gericht op natuurbeleving, natuureducatie.
 - Een waterrecreatieprofiel ontwikkelen (kustdorp) gericht op de kustzone: dus invullen wat de wensen zijn en recreatieve kansen, zoals suppen, kanoën, roeiboot, etc.).
 - Een kunst- en cultuurprofiel (kunstdorp) ontwikkelen: Dit geeft aan wat inwoners graag verbeterd zien en hoe hieraan invulling kan worden gegeven (informatievoorziening, beleving in de publieke ruimte, het dorp als podium voor kunst en cultuur).
- **Informatievoorziening.** De gemeente gaat de informatievoorziening naar inwoners optimaliseren. Het gaat o.a. over het waar en wanneer er activiteiten en evenementen in Blaricum plaatsvinden. Blaricum onderzoekt de wijze waarop deze informatievoorziening kan worden verbeterd (bijv. de webpagina vanuit de gemeente optimaliseren, of in samenwerking met Visit Gooi & Vecht).

NB Het eerste speerpunt staat centraal, maar om te voorkomen dat bezoekersstromen zich ontwikkelen zonder een duidelijke koers en opgaves, geven de volgende speerpunten aan onder welke voorwaarden toerisme zich kan ontwikkelen.

5.2 Speerpunt 2: Blaricum beleefbaar en zichtbaar voor bezoekers

Opgave

Hoewel de focus op de eigen inwoners ligt, is Blaricum zeker aantrekkelijk genoeg om ook bezoekers van buiten te trekken. Dan moet er wel gewerkt worden aan de beleefbaarheid van het toeristisch product en de zichtbaarheid (promotie).

Het beleefbaar maken van het toeristisch product van Blaricum kent de volgende opgaven:

- **Beleefbare routes** (wandelen en fietsen) ontwikkelen. Routes dienen beleefbaar te worden gemaakt met horeca en de thema's van het toeristische profiel. De routes moeten de bezoekers ook verleiden om af te stappen, niet om Blaricum uit te lopen of fietsen. Hier goed kiezen, beter één ding goed doen dan en paar zaken half. Een kwaliteitsimpuls voor de routes is hierbij belangrijk, zie ook speerpunt 1.
- **Bereikbaarheid verbeteren i.c.m. toeristische overstappunten**, locaties van toeristische overstappunten zijn o.a. bij Tafelberg, nabij Blaricummerheide (bij de deelfietsen bij het Tergooi ziekenhuis) en in de Blaricummerrmeent, met landschappelijke kwaliteit.
- **Verblijfsrecreatie ontwikkelen** afgestemd op de gewenste doelgroep (luxe, authentiek overnachten).
- **Waterrecreatie en Blaricum Beach/Stichtse strand**. Waterrecreatie mag als kansrijk thema veel meer beleefbaar worden gemaakt. Blaricum Beach/Stichtse strand is dé plek voor waterrecreatie, maar ook de verbinding met andere horeca en water is kansrijk (bijvoorbeeld langs restaurant Bruis). Ontwikkelingen zijn altijd afgestemd op ontwikkelingen in de Randmeren (buurgemeenten) en natuurlijk in balans met de leefomgeving. En met kwaliteit!

De promotie van Blaricum en het toeristische product kent de volgende opgaven:

- Regionaal: Verbeteren van de informatievoorziening richting potentiële bezoekers.
- Lokaal: De herkenbaarheid van Blaricum kan worden verbeterd.

Acties

Met de volgende concrete acties gaat de gemeente hieraan werken:

Authentiek boerendorp (routes en routeontwikkeling)

- Thematische routes ontwikkelen: erfgooiers, excursies, landschapsgeschiedenis, schapen en kuddes (schaapskooi), natuur, Blaricumse Huizen, kabouterpad op Woensberg – Engen.
- De LangeafstandsFietsroute (LF) Zuiderzeeroute is onlangs geopend. Creëer mogelijkheden om vanaf de LF-route ook Blaricum in te gaan en gebruik te maken van horeca en/of winkelaanbod (bijv. arrangementen). Dit is een kans waar Blaricum op kan inspelen, sluit aan bij het DNA en trekt dus de juiste doelgroep;
- Ontwikkel 'vroeger en nu' wandelingen en fietstochten (hangt samen met speerpunt 1, versterken van het huidige aanbod): een route door de kern van Blaricum met daarbij informatieve bebording 'vroeger was dit ... nu is dit ...'. Dit wordt al gedaan door de Historische Kring Blaricum, maar kan verder ontwikkeld worden en aantrekkelijk en beleefbaar gemaakt worden.

Natuur

- Blaricum werkt niet per se aan het creëren van méér aanbod, maar om vooral aan het versterken, verbeteren en optimaliseren van het huidige aanbod: een kwaliteitsimpuls! Uitgangspunt is niet kwantiteit, maar kwaliteit en het beheer en onderhoud van de huidige voorzieningen.
- Het versterken van de natuur door middel van educatie en informatie, denk aan excursies, bebording en informatievoorziening. Natuureducatie draagt bij aan natuurbeleving en stimuleert natuurbewust gedrag.

Kunstdorp

De verhaallijn kunstdorp kan qua productontwikkeling beleefbaarder worden door:

- De activiteiten en mogelijkheden van de Dooyewaard Stichting beter te benutten (o.a. openstelling van de 'Hutten');
- Inventariseren wat het aanbod in relatie tot kunst en cultuur is en samen bepalen wat beleefbaar gemaakt kan worden;
 - Het huidige aanbod in het kader van 'Kunstdorp' is onder andere: Kunsthandel Studio 2000, Atelierroute, Kunst in de openbare ruimte, Galerie De Vlierhove
- De gemeente gaat inzet leveren als festivalpartner voor evenementen passend bij het DNA van Blaricum op het gebied van 'Kunstdorp', denk hierbij een actieve bijdrage leveren aan het Erfgoedfestival.

Verblijfsrecreatie

- Zorg voor (ruimte) voor (qua schaal en concept passende) verblijfsaccommodaties, gericht op de doelgroepen stijlzoeker, inzichtzoeker en plezierzoeker, op de locatie van de Woensberg en mogelijk ook in de Blaricummermeent.

Promotie

- Regionaal: Binnen de gemeente moet er kennis en bewustwording komen over haar eigen aanbod. Ga inventariseren “wat hebben we, wat willen we naar buiten brengen en wat willen we er nog bij”. De gemeente gaat een verkenning uitvoeren naar de verschillende communicatie- en promotiekanalen die er zijn om potentiële bezoekers te trekken. Hoe doe je dat, wie kan wat bieden? Op deze manier wordt ook bepaald hoe de samenwerking met Visit Gooi & Vecht kan worden vormgegeven. De gemeente Blaricum komt met een duidelijke uitwerking van wat ‘in de etalage’ mag komen en wat niet. Dit voorstel wordt vervolgens besproken met Visit Gooi & Vecht. Ideeën die er zijn vanuit Blaricum:
 - Bestaande routes (Dorpenroute 't Gooi, Wandelroute door Laren, Blaricummer- en Tafelbergheide route etc.) digitaal ontsluiten voor (potentiële) gebruikers;
- Lokaal: De herkenbaarheid van Blaricumse initiatieven kan worden verbeterd (zonder een eigen huisstijl te ontwikkelen of het merk Blaricum, centraal te stellen), door het beeldmerk van de Korenbloem beter te benutten.
- De toeristische overstappunten (bij Bruis in de Blaricummermeent, bij Tafelberg en bij Tergooi ziekenhuis) mag steeds meer gaan fungeren als (toeristisch) informatiepunt, met geprinte routekaarten;

5.3 Speerpunt 3: Benutten kansen op regionale samenwerking

Opgave

Blaricum is een gemeente met een relatief bescheiden oppervlak, ingebed in ruimtelijke en bestuurlijke regio's waarbinnen samenwerking plaatsvindt. Blaricum wil bewuster inzetten op samenwerking met de regio's als het gaat om toerisme en recreatie. Hierbij behoudt Blaricum zelf de regie, maar wordt er passend ingespeeld op het toerisme dat naar de directe omgeving komt. Met dit speerpunt wil de gemeente ook duidelijkheid creëren ten aanzien van toekomstige samenwerkingsorganisaties.

‘**Passend**’ betekent dat Blaricum bewust niet inspeelt op de grote toeristenstromen vanaf bijvoorbeeld de MRA. Blaricum kiest voor kleinschalig ontwikkelen van toerisme, waarbij de voordelen worden benut en de nadelen worden voorkomen of door maatregelen wordt gestuurd op balans.

Dit betekent het volgende voor onderstaande samenwerkingsverbanden:

- **Visit Gooi & Vecht (als onderdeel van de MRA)**: Blaricum gaat haar toeristisch profiel tot uiting brengen als een onderdeel van een bezoek aan het Gooi. Op dit moment is er al een goede samenwerking met Visit Gooi & Vecht met betrekking tot het ‘natuurprofiel’ van Blaricum. Ook wordt er samengewerkt op het gebied van ‘Kunstdorp’ en ‘Kustlijn en havens langs de Zuiderzee’. Dit mag nader worden geconcretiseerd.
- **Gastvrije Randmeren**: Blaricum wil inventariseren waar (regionaal) behoefte aan is op het gebied van waterrecreatie en vervolgens aangeven op welke wijze Blaricum hieraan invulling wil geven (bijv. bij het Voorland Stichtse Brug).

Acties

Het gaat hierbij om de volgende concrete acties:

Visit Gooi & Vecht

- Het creëren van thema's voor het ontwikkelen van verschillende toeristisch-recreatieve 'producten' ten aanzien van Blaricum als onderdeel van een dagje Gooi. Blaricum kan hier zowel een onderdeel van een meerdaags bezoek vormen, als een combinatiebezoek tussen Blaricum en een andere gemeente (bijv. Kunst in Laren en Blaricum);
- Samenwerken met Visit Gooi & Vecht voor het onder de aandacht brengen van Blaricum als onderdeel van een dagje Gooi. Zie ook speerpunt 2. De gemeente formuleert allereerst welk deel van het toeristisch profiel op welke manier naar potentiële bezoekers gecommuniceerd mag worden.
- Niet Blaricum zelf als icoon neerzetten binnen de regio, maar in samenwerking. De grote iconen als bijvoorbeeld Singer Laren kunnen in een groter voetlicht gezet worden, met daarbij een samenwerking tussen Blaricum en Singer Laren. Denk ook aan het ontwikkelen van arrangementen met:
 - Geologisch Museum Hofland in Laren
 - Vesting Museum Naarden
 - Singer Laren

Gastvrije Randmeren

- Blaricum gaat een plan maken waarin wordt aangegeven hoe ze het toeristisch profiel (Kustdorp) een plek kunnen geven in het bredere samenwerkingsverband van de Gastvrije Randmeren. Waar ligt de meerwaarde en is dit passend in het bredere verband van de ontwikkeling in de regio?

5.4 Speerpunt 4: Blaricum in Balans

Dit is onze opgave

Er is in Blaricum enige schroom ten aanzien van toeristisch-recreatieve ontwikkeling. De voorzichtigheid kan te maken hebben met twijfels over wat nu wel en niet gewenst is en ook onduidelijkheid over de consequenties van bepaalde keuzes. De gemeente kiest voor Waardevol Toerisme. Dit houdt in dat bezoekers alleen komen voor het 'verhaal' van Blaricum en dat toerisme bijdraagt aan de leefbaarheid (voorzieningen, werkgelegenheid) en natuurlijk plaatsvindt binnen de draagkracht van de gemeente. De inwoners van Blaricum hebben dit ook duidelijk aangegeven.

Dat betekent dus dat bewust niet wordt gekozen voor massatoerisme, maar voor kleinschalige passende initiatieven. Ook wordt gekeken op welke wijze bezoekers kunnen bijdragen (in financiële zin, aan het op peil houden van de kwaliteit van natuur, routes, en andere (culturele) voorzieningen).

Acties

De gemeente gaat sturen op balans door:

- **Openstelling:** zorg ervoor dat gebieden die kansrijk zijn voor natuurbeleving en educatie, (beperkt) worden opengesteld:
 - Verkennen kansen voor kleinschalige excursies (met schoolkinderen) om unieke natuur (o.a. de zeearend) te zien. Dit reguleren met een voorinschrijving en aanmelding (dus met de rem erop);
 - Onderzoek de mogelijkheid van het ontwikkelen van vooreilandjes bij de Dode Hond: bedoeld voor recreatie en dus ook om de natuur zelf te ontlasten;
 - De vogelboulevard (van Natuurmonumenten).
- **Spreading:** de gemeente gaat bezoekersdrukke real time in beeld brengen. Sluit hiervoor aan bij bestaande technieken (monitor bezoekersdrukke, apps die dit mogelijk maken). Hiermee kunnen (potentiële) bezoekers vroegtijdig worden gewaarschuwd dat ze niet meer kunnen komen en worden tegelijkertijd andere (vergelijkbare) plekken aangeboden die rustiger zijn en waar dus nog wel bezoekers welkom zijn.

- **Kwaliteitsimpuls openbare ruimte:** zorg voor voldoende kwaliteit in de openbare ruimte, zoals het tegengaan van stank en overlast, bij stranden (rotting van algen en plantaardig materiaal), maar ook in de kernen. Niet per se meer voorzieningen, maar een goede kwaliteit van de huidige voorzieningen waarbinnen de inwoners en bezoekers gefaciliteerd worden.
- **Betrekken bewoners bij (ontwikkeling) toerisme:** benut het inwonerspanel om (twee)jaarlijks vinger aan de pols te houden bij de inwoners van Blaricum. Dit geeft zeggenschap aan de inwoners en inzicht in de waardering van de koers van toerisme en of dit passend plaatsvindt.
- **Analyse lusten en lasten:** de gemeente kijkt op welke manier toerisme kan bijdragen aan doelen op het gebied van natuur en cultuur(behoud), welke instrumenten hiervoor aanwezig zijn en wat kansrijk is.
- **Leefbaarheid inwoners:** de gemeente houdt rekening met impact van recreatie en toerisme op de leefbaarheid van inwoners, zoals de problemen met de mobiliteit, afval, beleefde drukte en overlast door inwoners. Tegelijkertijd houdt de gemeente ook rekening met de aanwezigheid van (recreatieve) voorzieningen voor inwoners. De Blaricummermeent is een goed voorbeeld waar er op balans is gestuurd, door een recreatiegebied te ontwikkelen dat gekoppeld is aan de woningbouwopgave. Zo wordt recreatie samengebracht op plekken waar het mogelijk is en behoefte aan is.



6 Nadere uitwerking beleid

In dit hoofdstuk staat voor de speerpunten van beleid aangegeven hoe de gemeente hier een nadere uitwerking aan gaat geven. Op hoofdlijnen geeft deze uitwerking dus de prioritaire acties en projecten weer. De gemeente ziet hiervoor nadrukkelijk de samenwerking met andere stakeholders als een belangrijke succesfactor. Per speerpunt staat het volgende aangegeven:

- Uitdagingen per speerpunt
- Welke acties bijdragen aan de uitdagingen;
- Welke stakeholders aan zet zijn om hieraan (samen met de gemeente) uitvoering aan te geven.

Speerpunt 1: Focus op recreatieve ontwikkeling voor inwoners Blaricum

Uitdaging: De leefbaarheid van inwoners van Blaricum staat centraal. We gaan ons primair richten op het behouden, verbeteren en aantrekkelijk(er) maken van het recreatieve aanbod voor inwoners van Blaricum en omliggende gemeenten.

Op welke acties richten we ons?

1. Routes en routenetwerken

- Ontwikkelen routenetwerken
- Kwaliteitsimpuls aan fiets- en wandelpaden
- Specifieke wandelingen per wijk
- Waterrecreatie mogelijkheden, routes en vaartochten bij Blaricummermeent ontwikkelen en zichtbaar maken

2. Inwoners bewust maken van het huidige aanbod in de leefomgeving

- Ontwikkelen natuurprofiel met buurgemeenten
- Ontwikkelen waterrecreatieprofiel gericht op kustzone
- Ontwikkelen cultuur- en kunstprofiel

Wie zijn de stakeholders?

- Visit Gooi & Vecht
- ANWB
- Gebiedscoöperatie Gastvrije Randmeren
- Agrarische Stichting Blaricum (ASB)
- Goois Natuurreservaat (GNR)
- Staatsbosbeheer
- Natuurmonumenten
- Werkgroep Verbinding

- *Natuurprofiel:* Goois Natuurreservaat (GNR), Gastvrije Randmeren, Agrarische Stichting Blaricum (ASB), Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten
- *Waterrecreatieprofiel:* Gastvrije Randmeren, Staatsbosbeheer, Watersportbond
- *Cultuur- en kunstprofiel:* Dooyewaardstichting, Kunstcommissies, Stichting Kunst Laren/Blaricum, Atelierroute
- *Algemeen/overkoepelend:* Visit Gooi & Vecht, Blaricumse ondernemersvereniging

Toelichting

De gemeente kiest ervoor om allereerst aan de slag te gaan met de routes en routenetwerken en de zichtbaarheid van het huidige aanbod voor de eigen inwoners. De focus ligt op deze bijbehorende acties. Voor de uitvoering hiervan wordt een beroep gedaan op de stakeholders.

NB Het eerste speerpunt staat centraal, maar om te voorkomen dat bezoekersstromen zich ontwikkelen zonder een duidelijke koers en opgaves, geven de volgende speerpunten aan onder welke voorwaarden toerisme zich kan ontwikkelen.

Speerpunt 2: Blaricum beleefbaar en zichtbaar voor bezoekers

Uitdaging: Hoewel de focus op de eigen inwoners ligt, is Blaricum zeker aantrekkelijk genoeg om ook bezoekers van buiten te trekken. Dan moet er wel gewerkt worden aan de beleefbaarheid van het toeristisch product en de zichtbaarheid (promotie).

Op welke acties richten we ons?

1. Thematische routes ontwikkelen

Wie zijn de stakeholders?

- Goois Natuurreservaat (GNR)
- Historische Kring Blaricum
 - Stad en Lande
- Agrarische Stichting Blaricum (ASB)
 - Visit Gooi & Vecht
- Stichting Blaricum Promotie
 - Werkgroep Verbinding

Toelichting

De gemeente kiest ervoor om op dit moment in beperkte mate te werken aan het beleefbaar en aantrekkelijk maken van Blaricum voor bezoekers. Allereerst gaat de gemeente aan de slag met het ontwikkelen van thematische routes voor bezoekers die een bezoek aan Blaricum brengen als onderdeel van deze routes. Dit wordt samen met speerpunt 1 opgepakt. Voor de uitvoering wordt een beroep gedaan op de stakeholders.

Speerpunt 3: Benutten kansen op regionale samenwerking

Uitdaging: Blaricum wil bewuster inzetten op samenwerking met de regio's als het gaat om toerisme en recreatie. Hierbij behoudt Blaricum zelf de regie, maar wordt er passend ingespeeld op het toerisme dat naar de directe omgeving komt.

Op welke acties richten we ons?

1. Creëren van thema's voor ontwikkeling toeristisch-recreatieve producten t.a.v. Blaricum als onderdeel van het Gooi

2. Samenwerking met Visit Gooi & Vecht voor onder aandacht brengen van Blaricum als onderdeel van dagje Gooi

3. Plan maken hoe het profiel Kustdorp vorm kan krijgen

Wie zijn de stakeholders?

- Visit Gooi & Vecht
- Gastvrije Randmeren

Toelichting

De gemeente kiest ervoor om allereerst aan de slag te gaan met samenwerkingsverbanden waarin Blaricum als onderdeel van een dagje Gooi naar voren komt. Hiermee behouden we de regie en kiezen we er bewust voor om Blaricum niet te groot op de kaart te zetten. Er is bewust voor deze samenwerkingsorganisaties gekozen, om duidelijkheid te creëren en keuzes te maken voor samenwerking.

Speerpunt 4: Blaricum in Balans

Uitdaging: We zetten in op Waardevol Toerisme. Dit houdt in dat bezoekers alleen komen voor het 'verhaal' van Blaricum en dat toerisme bijdraagt aan de leefbaarheid (voorzieningen, werkgelegenheid) en natuurlijk plaatsvindt binnen de draagkracht van de gemeente.

Op welke acties richten we ons?

1. Werken aan (beperkte) openstelling	2. Sturen op spreiding bezoekers	3. Kwaliteit in de openbare ruimte	4. Betrekken inwoners bij ontwikkeling door (twee)jaarlijks inwonerspanel	5. Analyse lusten en lasten
---------------------------------------	----------------------------------	------------------------------------	---	-----------------------------

Wie zijn de stakeholders?

- Goois Natuurreservaat (GNR)
 - Staatsbosbeheer
 - Natuurmonumenten
 - Visit Gooi & Vecht
 - Gastvrije Randmeren
- Overige: *nader te bepalen*

Toelichting

De gemeente kiest er bewust voor om bij dit speerpunt met alle acties aan de slag te gaan. Balans is een belangrijk thema waar Blaricum op in wil zetten. Uit de resultaten van de inwonersenquête kunnen we concluderen dat balans een belangrijk thema is voor inwoners. De gemeente gaat hier daarom actief mee aan de slag. De betrokken stakeholders worden nog nader aangevuld.

Bijlagen

Bijlage 1: Overzicht bronnen en geïnterviewden

Geïnterviewde stakeholders

- Blaricum aan Zee, Jan Geesink, dinsdag 25 februari 2020
- Blaricumse Ondernemersvereniging (BOV), Paul Knip, donderdag 13 februari 2020
- Stichting Blaricum Promotie, Wim Oversteegen, donderdag 13 februari 2020
- Het Vitus, Marita Steenbeek, donderdag 13 februari 2020
- Gebiedscoöperatie Gastvrije Randmeren, Rita Braam en Hans van Kessel, vrijdag 14 februari 2020
- Vrienden van het Gooi, Hans Metz en George Laijendecker, vrijdag 14 februari 2020
- Oranjevereniging, Mona Deuning en Daphne Rokebrand, vrijdag 14 februari 2020
- Visit Gooi & Vecht, Mariëtte Zivkovic-Laurenta, woensdag 19 februari 2020
- Goois Natuurreservaat, Poul Hulzink, woensdag 19 februari 2020
- Projectbureau Blaricummermeent, Rob Hoksbergen, dinsdag 3 maart 2020

Deelnemers stakeholderbijeenkomst

Woensdag 24 juni 2020, Dorpshuis De Blaercom, Blaricum

- Rita Braam, Gastvrije Randmeren
- Mona Deuning, Oranjevereniging
- Poul Hulzink, Goois Natuurreservaat
- Dhr Jansen, restaurant Bruis
- Paul Knip, Blaricumse Ondernemersvereniging
- George Laeijendecker, Vrienden van het Gooi
- Rinkjan Slotema, Watersportverbond
- Marieke Ton, Stichting Promotie Blaricum
- Mariëtte Zivkovic-Laurenta, Toerisme Gooi en Vecht

Deelnemers bijeenkomst terugkoppeling

Donderdag 17 december 2020 (online)

- Rita Braam, Gastvrije Randmeren
- Mariëtte Zivkovic-Laurenta, Visit Gooi & Vecht
- Mona Deuning, Oranjevereniging
- Poul Hulzink, Goois Natuurreservaat
- George Laeijendecker, Vrienden van het Gooi
- Rinkjan Slotema, Watersportverbond
- Jan Geesink, Blaricum aan Zee

Geraadpleegde bronnen

Trends en ontwikkelingen

- Trends per thema en sector. Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, 16 augustus 2018.
- Trends en ontwikkeling DESTEP. Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd. 8 augustus 2018.
- Deel 2 van het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2018. PleasureWorld NRIT, CBS, NBTC en CELTH, 8 oktober 2018.
- Perspectief 2030, Bestemming Nederland. NBTC Holland Marketing, oktober 2018.

Vrijetijdseconomie

- LISA data werkgelegenheid 2014-2018.

- Bezoekersstromen culturele instellingen gooi & vechtstreek. April 2016.
- Bezoekersonderzoek Tafelberg -en Blaricummerheide. 2016.
- https://data.noord-holland.nl/jive?presel_code=thema_recreatie
- CVO 2018-2019 Provincie Noord-Holland

Beleid Blaricum

- Blaricum, authentiek dorp in 't Gooi. Strategische visie Blaricum 2030. Gemeente Blaricum, 2010.
- Evaluatie Strategische visie Blaricum 2030. Gemeente Blaricum, oktober 2019.
- Bestuursopdracht Herijken Strategische visie Blaricum. December 2019.
- Presentatie werkgroep verbinding. Gemeente Blaricum, juni 2019.
- Toekomstperspectief van Blaricum. De samenleving aan het woord. Gemeente Blaricum, oktober 2016.
- Coalitieakkoord 2018-2022.
- Masterplan De Blaricummermeent. December 2005.
- Kwaliteitsinstrumentarium Masterplan De Blaricummermeent. December 2005.
- Opbrengst burgertop, 7 december.
- Input voor nota recreatie en toerisme. Januari 2020.
- Herijking Strategische visie Blaricum (concept), oktober 2020

Beleid omringende gemeenten

- Integrale kustvisie Huizen. Oktober 2019.
- Coalitieakkoord gemeente Huizen.
- Toekomstvisie Eemnes 2030. September 2008.
- Collegeprogramma Eemnes 2018-2022. September 2018.
- Coalitieakkoord gemeente Laren.
- Economische visie Gemeente Gooise Meren.
- Coalitieakkoord Gemeente Gooise Meren.
- Handreiking verblijfsrecreatie. Provincie Noord-Holland. September 2014.
- Leidraad Landschap & Cultuurhistorie. Provincie Noord-Holland. Juni 2010.
- Visie op waterrecreatie. Provincie Noord-Holland. Oktober 2016.
- Visie op recreatie en toerisme Noord-Holland (concept), oktober 2020.

Marktsegmenten

- Stichting Blaricum Bruist. Januari 2019.
- Verkenning Gooi en Vechtstreek 2040. Juni 2018.
- <https://www.regiogv.nl/gemeenteraden/cultuur-toerisme/>
- Wandelnetwerk Gooi & Vecht in beweging. Juni 2019.
- <https://www.regiogv.nl/gemeenteraden/cultuur-toerisme/routebureau/>
- <https://www.regiogv.nl/gemeenteraden/cultuur-toerisme/agenda-recreatie-en-toerisme/>
- Insteek Gooi & Vechtstreek Floriade 2022. November 2016 (zie ook deze link).
- <https://www.regiogv.nl/gemeenteraden/cultuur-toerisme/infrastructuur-cultuur-en-erfgoed/>
- <https://blaricum-aan-zee.nl/>
- <https://www.metropoolregioamsterdam.nl/over-mra/>
- Beleidsplan Goois Natuurreservaat.
- Beheerplan Goois Natuurreservaat deel a.
- Beheerplan Goois Natuurreservaat deel b.
- <https://www.provincie-utrecht.nl/onderwerpen/alle-onderwerpen/beschermde-gebieden/natura-2000-gebieden/gooi-eemmeer/beschrijving-gebied/>
- Natura 2000 Beheerplan IJsselmeergebied 2017-2023. Rijkswaterstaat. Oktober 2017.
- <https://www.gastvrijerandmeren.nl/Randmeren/De+meren/Eemmeer/default.aspx>

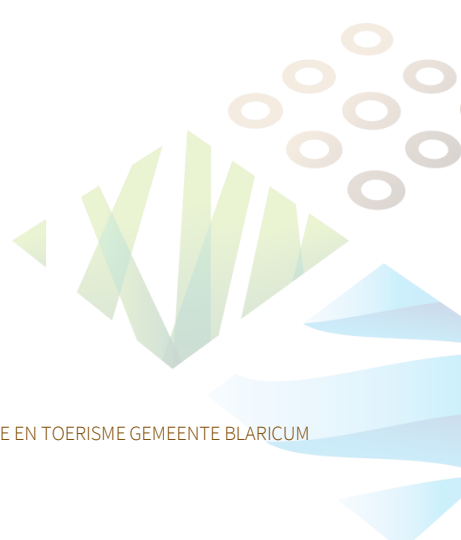
- Metropoolregio Amsterdam | regio Gooi en Vechtstreek. Pilot Gebiedsgerichte Aanpak Toerisme & Cultuur. Gooi en Vechtstreek 2019-2020. Plan van Aanpak

Identiteit en onderscheidend profiel

- Regioprofiel MRA 2019-2024
- Regionaal kwaliteitsbeeld cultuur & erfgoed Regio Gooi & Vechtstreek
- Terugkoppeling inspiratiesessies kwaliteitsplekken
- <https://www.vvvgooivecht.nl/nl/over-gooi-en-vecht/blaricum>
- <https://www.regiogv.nl/gemeenteraden/cultuur-toerisme/marketing-en-promotie/>
- https://www.huizen.nl/inwoner/vrije-tijd-en-toerisme_41982/
- <https://www.vvhuizen.nl/nl>
- <https://www.mralandschap.nl/deelregio/gooi-en-vechtstreek/>
- https://www.blaricum.nl/Bezoekers/Dorp_en_omgeving/Geschiedenis

Overige bronnen

- Takenpakket en positionering (Stichting) Toerisme Gooi & Vecht
- <https://www.natuurwegwijzer.nl/route/65/blaricummer-en-tafelbergheide>
- <https://gnr.nl/de-natuur-in/gebieden/tafelbergheide/>
- https://www.gooieneemlander.nl/cnt/dmf20180926_80970762/waarom-het-niet-lukt-met-toerisme-in-gooi-en-vechtstreek?utm_source=google&utm_medium=organic
- <https://www.tgooi.info/natuur/>



Bijlage 2: Analyse omvang toerisme

Hieronder geven we een overzicht van de omvang van recreatie en toerisme onderverdeeld naar verblijfsrecreatie, dagrecreatie en economische betekenis.

Verblijfsrecreatie

De meeste recente publicatie met cijfers over de vrijetijdssector in de Provincie Noord-Holland is verschenen in 2015. Recenter is de rapportage van het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) 2018 verschenen. In de provincie zijn negen bestemmingsregio's onderscheiden. Dit zijn Texel, Kop van Noord-Holland, West-Friesland, Noord-Kennemerland, IJmond, Waterland, Zaanstad, Amsterdam, Zuid-Kennemerland, Amstel-Meerlanden en Gooi en Vechtstreek, waar de gemeente Blaricum onder valt.

Provincie Noord-Holland

Binnenlandse vakanties, gebaseerd op CVO 2017-2018, CBS Statline 'Logiesaccommodaties; gasten, nachten, woonland, logiesvorm, regio' 2012-2019 en de publicatie 'Feiten en cijfers over de vrijetijdssector in Noord-Holland (2015):

- Uit de laatste CVO meting blijkt dat er in het seizoen 2017-2018 bijna 1,8 miljoen binnenlandse vakanties zijn ondernomen door Nederlanders in de provincie Noord-Holland. Met een gemiddelde verblijfsduur van 5,1 nachten, betekent dat ruim 9,1 miljoen overnachtingen.
- In 2014 ging het om 9,5 miljoen overnachtingen. Het aantal overnachtingen is dus licht gedaald, met 4%, tussen 2014 en 2018. Op basis van CVO data lijkt het aantal vakanties sinds 2010 te schommelen tussen de 1,8 en 2 miljoen.
- De gemiddelde verblijfsduur is toegenomen van 4,8 nachten in 2014 naar 5,1 nachten in 2018.
- Ongeveer 61% van de binnenlandse vakanties betrof een korte vakantie van 2 tot 4 dagen.
- De belangrijkste logiesvormen zijn:
 - Hotel, motel, pension en B&B: 31%
 - Vakantiebungalow of huisje: 26%
 - Kamperen met tent, toercaravan, vouwcaravan en vouwwagen: 17%
 - Woning van particulieren: 16%
- Van alle vakanties gaat 85% om een toeristische vakantie en 15% om een vakantie op een vaste standplaats.

Let op! Als we kijken naar de cijfers van het CBS, dan zien we een iets ander beeld. Uit de meting van 2018 blijkt dat er in 2018 bijna 10,3 miljoen binnenlandse overnachtingen waren in de Provincie, *dit is inclusief de zakelijke markt*. In 2014 rapporteert het CBS 9,2 miljoen overnachtingen. Het CBS laat dus een groei zien van het aantal binnenlandse vakanties van ongeveer 12% tussen 2014 en 2018.

Internationale vakanties, gebaseerd op CBS Statline 'Logiesaccommodaties; gasten, nachten, woonland, logiesvorm, regio' 2012-2019:

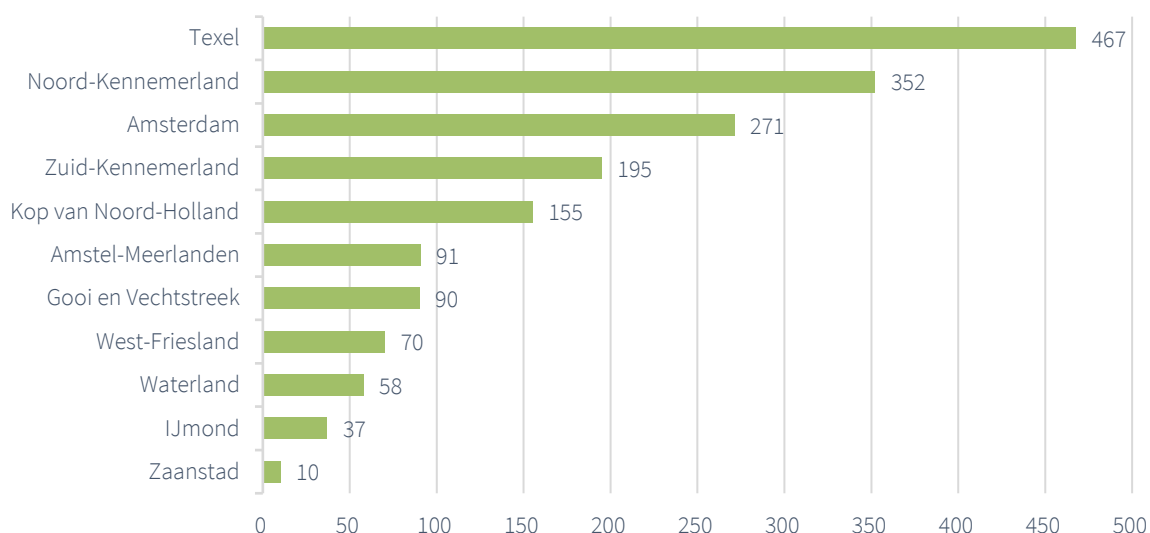
- Uit de CBS metingen blijkt dat er in 2019 bijna 10,8 miljoen buitenlandse gasten naar Nederland kwamen voor een vakantie in de provincie Noord-Holland. Het gaat om bijna 24 miljoen overnachtingen.
- Noord-Holland is hiermee veruit de populairste provincie als het gaat om internationale gasten, bijna de helft van alle overnachtingen (46%) van alle overnachtingen in Nederlanden vinden plaats in Noord-Holland. Zuid-Holland en Zeeland komen op de tweede en derde plek met beide 12%.
- In 2012 ging het om 6,4 miljoen gasten en 13 miljoen overnachtingen. Zowel het aantal gasten als het aantal overnachtingen is dus flink gestegen tussen 2012 en 2019. Het gaat respectievelijk om een stijging van 69% (gasten) en 83% (overnachtingen). Het aantal overnachtingen stijgt sneller omdat gasten gemiddeld genomen iets langer verblijven.

Regio Gooi en Vechtstreek

Binnenlandse vakanties, gebaseerd op CVO 2017-2018:

- Uit de laatste CVO meting blijkt dat er in het seizoen 2017-2018 bijna 90 duizend binnenlandse vakanties zijn ondernomen door Nederlanders in de regio Gooi & Vechtstreek. Met een gemiddelde verblijfsduur van 3,1 nachten, betekent dat ruim 278 duizend overnachtingen.
- Ongeveer 70% van de binnenlandse vakanties betrof een korte vakantie van 2 tot 4 dagen.
- De regio Gooi & Vechtstreek staat op de zevende plek (van elf regio's) als het gaat om aantal vakanties in de Provincie Noord-Holland. Texel, Noord-Kennemerland en Amsterdam zijn de drie populairste bestemmingen voor binnenlandse vakanties.

Figuur B2.1 Aantal vakanties (x1000) per regio in Provincie Noord-Holland



Bron: CVO 2017-2018, bewerkt door Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

- De belangrijkste logiesvormen zijn:
 - Hotel, motel, pension en B&B: 33%
 - Kamperen met tent, toercaravan, vouwcaravan en vouwwagen: 30%
 - Woning van particulieren: 22%
 - Vakantiebungalow of huisje: 10%
- Ten opzichte van het provinciale gemiddelde wordt er vooral veel meer gekampeerd in de regio.
- Van alle vakanties gaat 67% om een toeristische vakantie en 33% om een vakantie op een vaste standplaats. De regio kent daarmee veel meer vaste standplaatsen dan het provinciale gemiddelde.
- Tijdens de vakantie worden de volgende activiteiten ondernomen:
 - Bezoek aan natuurgebied, natuureservaat: 32%
 - Bezienswaardige gebouwen: 31%
 - Museum / oudheidkamer: 20%
- De belangrijkste sportieve activiteiten zijn wandelen en fietsen.

Over internationaal toerisme zijn er geen cijfers bekend over de regio Gooi & Vechtstreek.

Gemeente Blaricum

De afzonderlijke gemeenten worden in het provinciale onderzoek en/of CBS statistieken *niet* meegenomen. Via de toeristenbelastingcijfers kunnen we berekenen hoeveel overnachtingen er *ongeveer* in Blaricum hebben plaatsgevonden. Het gaat 22.000 euro aan heffingen (bron: CBS) en een tarief van 2 euro per persoon per nacht. Daarmee komen we uit op 11.000 overnachtingen per jaar.

Tabel B2.1 Aantal overnachtingen gemeente Blaricum op basis van toeristenbelastingcijfers

	2017	2018	2019	2020	Groei 2017-2020
Overnachtingen	11.000	11.000	11.000	11.000	0%

Bron: Toeristenbelasting cijfers, CBS Gemeentebegrotingen - heffingen per gemeente

- Tussen 2017 en 2020 is het aantal overnachtingen gelijk gebleven, namelijk op 11 duizend. Dit is gebaseerd op zes verblijfsrecreatieve voorzieningen: vier B&B's, één hotel en een recreatieterrein (De Woensberg) met groepsaccommodaties. Het recreatieterrein is op dit moment gesloten. Voorheen was deze groepsaccommodatie een camping.

Dagrecreatie

Provincie Noord-Holland

- De drie belangrijkste vrijetijdsactiviteiten in de Provincie Noord-Holland, onder inwoners, zijn wandeling voor het plezier, winkelen in de binnenstad en fietstocht voor het plezier, zie figuur B2.2.
- Buitenrecreatie (fietsen en wandelen) wordt door inwoners vaker ondernomen dan in de rest van Nederland.

Figuur B2.2 Populariteit vrijetijdsactiviteiten in Noord-Holland, in percentages

TOP 10 VRIJETIJDSACTIVITEITEN IN NOORD-HOLLAND

	Inwoners Noord-Holland	Inwoners rest Nederland
1	Wandeling voor het plezier (12%)	Uit eten in een restaurant (9%)
2	Winkelen in de binnenstad (5%)	Wandeling voor het plezier (8%)
3	Fietstocht voor het plezier (5%)	Winkelen in de binnenstad (5%)
4	Sportschool bezoeken (fitness, spinning etc.) (5%)	Op terras zitten (4%)
5	Uit eten in restaurant of eetcafé (4%)	Toertochtjes met de auto (4%)
6	Winkelen in stadsdeelcentrum of wijkcentrum (4%)	Museum bezoeken (3%)
7	Onderwijs/schoolvereniging (3%)	Bezoeken beurs, tentoonstelling of show (3%)
8	Zwemmen in binnenbad (3%)	Bezoeken bar of café (3%)
9	Recreëren niet aan het water (3%)	Onderwijs/schoolvereniging (3%)
10	Tuincentrum bezocht (3%)	Bezoeken rommel-, vlooiën- of zwarte markt (3%)

Bron: Feiten en cijfers over de vrijetijdssector in Noord-Holland (2015)

Gemeente Blaricum

Voor de gemeente Blaricum zijn geen cijfers beschikbaar van het aantal dagtochten. Wel is er in 2016 een bezoekersonderzoek gedaan in recreatiegebieden in Noord-Holland. Over de Tafelberg- en Blaricumerheide is het volgende bekend:

- 240.000 unieke bezoekers in 2016, die samen tussen 750 duizend en 1 miljoen bezoeken aflegden.
- Gemiddeld is € 6,26 per persoon per bezoek uitgegeven.
- Het merendeel van de bezoekers, namelijk 38%, is 55+.
- Veruit de belangrijkste activiteit is wandelen (72% heeft dat gedaan tijdens een bezoek). Het belangrijkste motief is genieten van het landschap en de natuur.

Economische betekenis

Provincie Noord-Holland

- Nederlanders besteedden in 2014 tijdens vakanties in Noord-Holland circa 350 miljoen euro. Buitenlandse toeristen en zakelijke bezoekers gaven in 2014 aan hun verblijf in Noord-Holland circa 2,7 miljard euro uit. Van dit bedrag wordt circa 1,8 miljard euro uitgegeven tijdens het verblijf in Noord-Holland en de rest (961 mln euro) wordt uitgegeven voorafgaand aan het bezoek.

- In de provincie zijn 151 duizend banen gerelateerd aan recreatie en toerisme. Dat is ongeveer 1 op de 11 banen. Het aantal banen in de sector, is net als het totaal aantal banen in alle sectoren, tussen 2015 en 2019 gegroeid. Het aantal banen in R&T is met 20% sterker gegroeid dan de totale werkgelegenheid (groei van 11%).

Regio Gooi & Vechtstreek

- Voor binnenlandse vakanties zijn de kosten per persoon per vakantie gemiddeld 112 euro. Daarmee is de regio, op regio Amstel-Meerlanden na, de regio met de laagste kosten.
- De gemiddelde uitgaven per persoon per vakantie zijn 63 euro, wat lager is dan gemiddeld in de provincie.

Gemeente Blaricum

- In Blaricum is het aantal banen in recreatie en toerisme tussen 2015 en 2019 min of meer hetzelfde gebleven, namelijk rond 300, met een uitschieter in 2016, zie tabel. Ongeveer 50% van de banen is horeca gerelateerd.
- Er is tussen 2015 en 2019 een lichte daling van het aantal banen in recreatie en toerisme te zien, terwijl het totaal aantal banen wél is toegenomen (met 10%).
- Het totaal aantal banen (alle sectoren) in de gemeente Blaricum is 3.740 in 2019. Dat betekent dat ongeveer 1 op de 12 banen in de gemeente gerelateerd is aan de sector recreatie en toerisme (horeca is hierbij inbegrepen). Dat is vergelijkbaar met de Laren (1 op 11) en de Provincie Noord-Holland (1 op 11).
- In de Provincie zijn er 151 duizend banen in de R&T sector, daarvan zit 0,2% in Blaricum.

Tabel B2.3 Overzicht banen en vestigingen in recreatie en toerisme gemeente Blaricum

	2015	2016	2017	2018	2019	Groei '15-'19
Vestigingen	70	80	90	90	90	29%
Banen	310	340	320	260	300	-3%

Bron: LISA

Bijlage 3: Trends en ontwikkelingen

In deze bijlage geven we een beknopt overzicht van de relevante trends en ontwikkelingen, onderverdeeld in twee delen. Het eerste deel gaat over de trends die sector specifiek zijn. Het tweede hoofdstuk over de ontwikkelingen aan de hand van een DESTEP analyse (demografie, economie, sociaal, technologie, ecologie en politiek). In de SWOT-analyse (hoofdstuk 3) hebben we de relevante trends uit deze analyse voor de gemeente Blaricum opgenomen.

Trends recreatie en toerisme

Consument

- Consument wil verhaal achter de plek en authenticiteit.
- Consument wil maatwerk: uniek en persoonlijk product, zelf kunnen kiezen. Steeds populairder is de emotionele beleving en thematisering en daarmee een toenemende behoefte aan unieke reiservaringen en belevenissen. Ook bieden steeds meer bedrijven diensten aan om je eigen vakantie samen te stellen, zoals service voor boodschappen, bbq, ontbijt op bed, laat uitchecken, etc..
- Behoeft aan een gezonde levensstijl.
- Aan de ene kant vraag naar luxe en service, aan de andere kant voorkeur voor eenvoud.
- Social media / telefoongebruik neemt toe. Kleine groep wil juist telefoon uit tijdens de vakantie.
- Participatiemaatschappij in opkomst; deeleconomie.
- Consumententrends volgen elkaar binnen de toeristisch- recreatieve sector heel snel op.

Buitenrecreatie

- Zo'n 87% van de Nederlanders onderneemt buitenrecreatieve activiteiten. Dit aandeel is de afgelopen jaren ongeveer gelijk gebleven. Binnen het segment buitenrecreatie wandelen en fietsen erg populair.
- De e-bike is niet meer weg te denken uit het straatbeeld en in opkomst.
- Recreatief mountainbiken is landelijk gezien een groeisport en ze zijn op zoek naar uitdagende routes.

Dagrecreatie

- Grote competitieve markt, leidt onder andere tot opkomst van Family Entertainment Centra en vechten op prijs. Vooral dynamic pricing is in opkomst.
- Dag, verblijf, retail en horeca groeien naar elkaar toe: gemengde (bedrijfs)vormen.
- Bezoek aan dierentuin gestegen.
- Escape rooms in opocht.
- Vergroten van de beleving met augmented en virtual reality.

Cultuur

- Opkomst van edutainment.
- Groei interesse naar podiumkunsten.

Evenementen

- Festivalisering: forse toename van festivals, activiteiten krijgen een festival sfeer, andere insteek (minder grote artiesten, grootschalig, maar juist kleinschalig en diepgang).

Verblijf

- Hotels floreren en laten een groei zien van ruim 21% van 2012 tot 2017.
- Bij kampeeraccommodaties daalde het aantal met 10% tussen 2014 en 2017 en het aantal campingovernachtingen van Nederlandse toeristen in eigen land tussen 2012 en 2017 met ruim 14%. Voor 2018 wordt een daling van 3% van het aantal overnachting op campings verwacht (ABN AMRO, juni 2018), alhoewel met die prognose geen rekening is gehouden met de uitzonderlijk warme zomer.

- De hoeveelheid ondernomen binnenlandse vakanties is de afgelopen tien jaar met gemiddeld 2% per jaar gegroeid, wat vooral komt door de short break vakantiemarkt (2 tot 4 dagen).
- Millennials (18-35 jaar) gaan vaker en korter op vakantie en boeken bij uitstek online.

DESTEP analyse

Demografische trends

- Vergrijzing: In Nederland zijn rond 2040 4,7 miljoen Nederlanders 65 jaar of ouder. Nu zijn dat er 2,7 miljoen.
- Verstedelijking: Bevolkingsgroei niet evenwichtig: in 91% van de gemeente daalt het inwonertal. Alleen in Randstad groei.
- Lichte toename meerpersoonshuishoudens zonder kinderen. Toename eenpersoonshuishoudens.
- Toename van personen met een migratieachtergrond.

Economische trends

- Herstel Nederlandse economie en continuering economische groei.
- Het besteedbaar inkomen neemt toe, vooral de bestedingen van 65+'r gaat flink groeien, maar consumenten blijven prijsbewust.
- Ongelijkheid: kwart van de Nederlanders kan niet op vakantie.
- Toerisme speelt een steeds grotere rol binnen de Nederlandse economie. In sterke krimpgemeenten blijven voorzieningen op peil door de aanwezigheid van toeristisch- recreatief aanbod.
- Toenemende concurrentie binnen de R&T sector. De verwachting is dat grote ketens meer gaan samenwerken en dat als tegenreactie aan de onderkant van de markt steeds meer kleinschalige, particuliere initiatieven (uit andere branches) ontstaan waar duurzaamheid, authenticiteit en vakmanschap centraal staan.
- Groei wereldtoerisme.

Sociaal-culturele trends

- Nederlanders zijn een gelukkig volk en hebben gemiddeld 42,4 uur vrije tijd per week.
- Zorgpunten over 'samenleven': intolerantie, onverdraagzaamheid, een gebrek aan respect, egoïsme, individualisme, asociaal gedrag en discriminatie zijn grootste maatschappelijke problemen. De omgangsnormen in de publieke en digitale omgeving spelen een rol.
- De participatiemaatschappij is in opkomst, waarbij de overheid niet meer alles regelt en er van burgers meer wordt verwacht. De invloed van de overheid neemt af, burgers nemen zelf initiatief.
- Opkomst van de deeleconomie. Dit is ook terug te zien in concepten als AirBnB en couchsurfing.
- Meer behoefte aan ontstressen, relaxen en ontgiften. De vraag naar puur, duurzaam en biologisch neemt toe.
- Vakantie is voor veel Nederlanders een belangrijk onderdeel van hun levensstijl. Jaarlijks gaan zo'n 8 op de 10 Nederlanders één of meerdere keren op vakantie.

Technologische trends

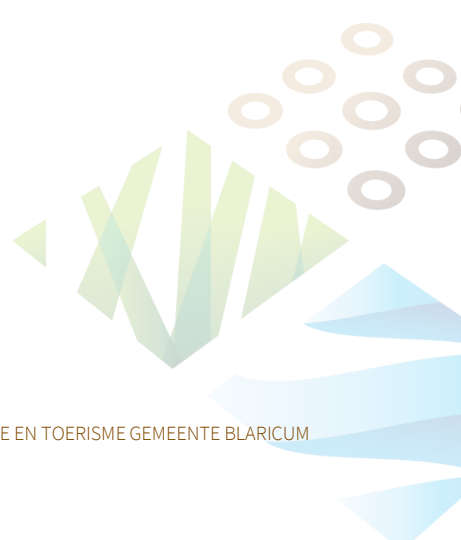
- Data is het nieuwe goud.
- Privacy onder druk.
- Mobiel internet is 'vast' internet voorbij gestreefd. Daarnaast worden steeds meer aankopen mobiel gedaan.
- Bijna 100% van de Nederlanders tussen de 12 en 39 jaar maakt gebruik van sociale media.
- 98% van de Nederlanders heeft toegang tot internet.
- Aankopen via internet steeds populairder.
- Vertrouwen in wat bedrijven en merken online doen is heel klein.
- Toenemende social media verslaving onder jongeren.
- Opkomst van Intelligent Digital Mesh: verstrengeling van mensen, devices, content en services.

Ecologische trends

- Niet alleen winst maken, maar een maatschappelijke bijdrage leveren is voor consumenten en bedrijven steeds belangrijker; maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Naar een circulaire economie met 'zero-waste' grondstof stromen.
- Nederland heeft moeite met het halen van de klimaatdoelen, de uitstaat van broeikasgassen is gestegen.
- Om klimaatdoelen te halen moet luchtvaart de groei beperken of stoppen.

Politieke trends

- Decentralisatie: Druk op de gemeentelijke begrotingen neemt toe door het overhevelen van Rijkstaken naar de provinciale en gemeentelijke overheden, waarbij er in sommige gevallen ook sprake is (geweest) van (efficiency)kortingen.
- Terugtrekkende overheid. Met stimuleringsregelingen worden partijen geacht zelf het heft in handen te nemen.
- Regionale samenwerking: Regionale samenwerking in de vorm van samenwerkingsverbanden is in ontwikkeling, denk aan de oprichting van Nationale Parken en Food Valley.
- Overtoerisme en spreiding van toerisme is hot news.



Bijlage 4: Leefstijlenanalyse van vraag en aanbod

Leefstijlvinder

In de vraag en aanbodanalyse maken we gebruik van de Leefstijlvinder, ontwikkeld door SAMR Marktvinders in opdracht van acht provincies. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel. De zeven leefstijlen zijn: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers en zijn reeds in hoofdstuk 2 toegelicht. In deze bijlage hebben we de leefstijlanalyse weergegeven.

Vraag: eigen inwoners en bezoekers

De recreatieve mogelijkheden voor de inwoners staan in deze visie centraal. Om het leefstijlprofiel voor de vraagkant in beeld te brengen kijken we daarom naar de inwoners van de gemeente Blaricum. Daarnaast beschouwen we de inwoners van de zeven omliggende gemeenten (Eemnes, Laren, Gooise Meren, Hilversum, Huizen, Almere, Zeewolde) als 'bezoekers van Blaricum'.

Inwoners

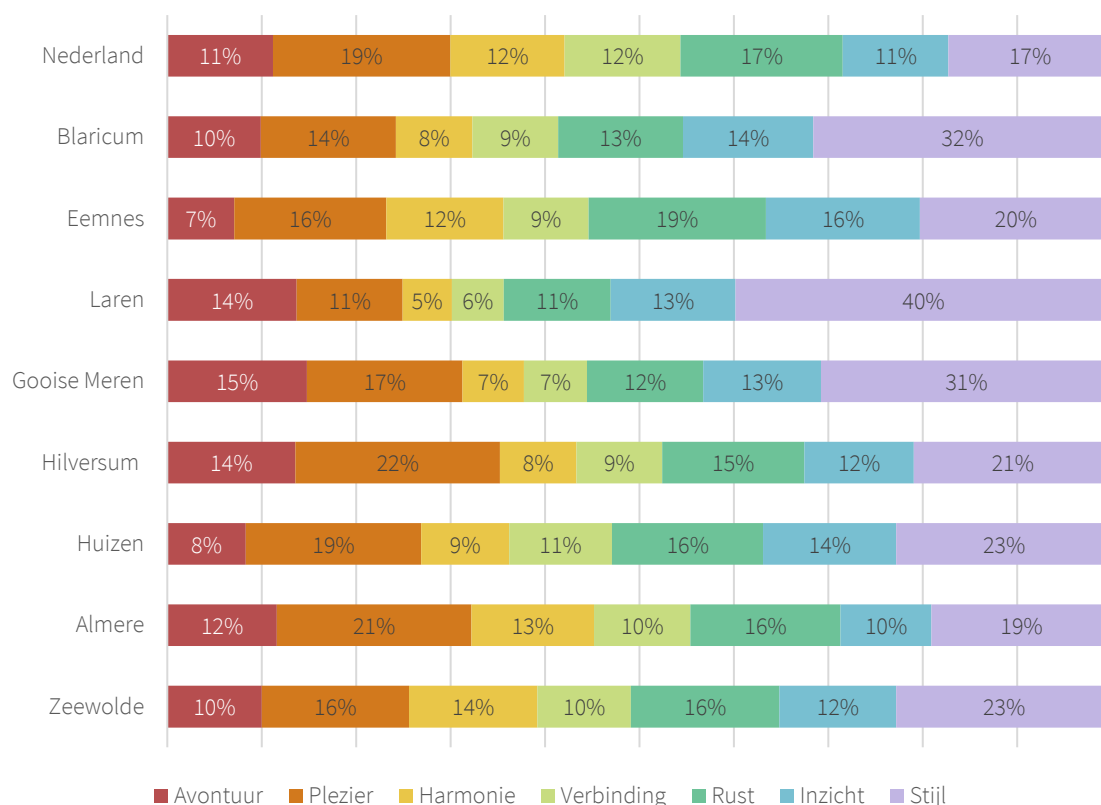
In figuur B4.2 hieronder geven we de leefstijlprofielen van de gemeente Blaricum en de zeven omliggende gemeenten weer ten opzichte van Nederland, waarbij de leefstijl in procenten is weergegeven. Het aantal inwoners per gemeente verschilt echter, zie tabel B4.1 hieronder. De gemeente Eemnes is met 9.247 inwoners de kleinste gemeente. Dit betekent dat 1% van de inwoners in absolute aantallen 93 inwoners betreft. Bij de gemeente Almere (de grootste gemeente met 211.840) betekent 1% in dus 212 inwoners. Het is dus belangrijk om te beseffen dat de absolute aantallen van een leefstijlprofiel per gemeente kunnen verschillen.

Tabel B4.1 Aantal inwoners per gemeente (op 1 januari 2020)

Gemeente	Aantal inwoners
Blaricum	11.536
Eemnes	9.247
Laren	11.274
Gooise Meren	58.041
Hilversum	90.883
Huizen	41.273
Almere	211.840
Zeewolde	22.656

Bron: CBS Statline, bevolkingssamenstelling op 1 januari 2020 (februari 2020)

Figuur B4.2: Leefstijlprofielen van de gemeente Blaricum en zeven omliggende gemeenten



Bron: <https://app.leefstijlvinder.nl/>

Wat valt op?

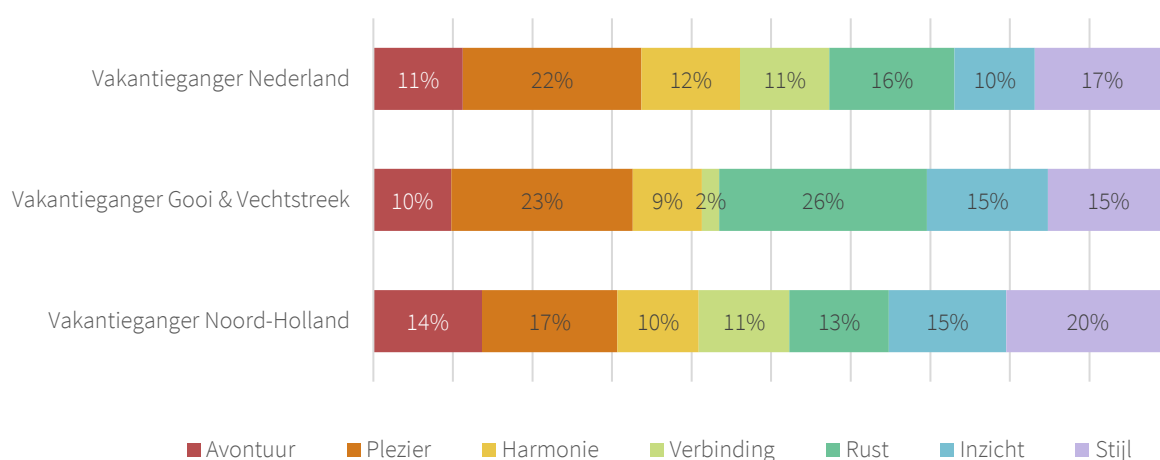
- De leefstijlprofielen van de gemeenten wijken flink af van het landelijk gemiddelde. Het profiel van de gemeente Almere lijkt het meeste op het landelijke beeld. Bij de andere gemeenten zien we dat er meerdere leefstijlen in (veel) mindere of meerdere mate voorkomen dan het gemiddelde in Nederland.
- Het leefstijlprofiel stijlzoekers is in alle gemeenten groter dan het landelijk gemiddelde. In Laren (40%) en Blaricum (32%) is deze duidelijk omvangrijker dan de 17% van het gemiddelde in Nederland.
- Bij de gemeente Blaricum zien we veel opvallende verschillen met het landelijke beeld. De stijlzoeker is de grootste groep en significant meer dan het gemiddelde, terwijl de plezier-, harmonie-, rust- en verbindingszoeker duidelijk lager zijn dan het landelijke beeld.
- In de gemeente Eemnes zien we dat de stijl- en rustzoekers de grootste leefstijlprofielen zijn. Verder valt de ondervertegenwoordiging van de avontuurzoeker op.
- Bij de gemeente Laren valt een zeer ruime oververtegenwoordiging van de stijlzoeker op. Daarnaast is ook de avontuurzoeker groter dan het landelijk gemiddelde en zijn de harmonie-, verbindings- en rustzoeker opvallend minder aanwezig.
- De leefstijlprofielen van de gemeente Gooise Meren wijken veel af van het landelijk gemiddelde. De stijl- en avontuurzoeker zijn de grootste profielen. De harmonie- en verbindingszoeker zijn daarnaast significant minder dan het landelijk gemiddelde.
- Bij de gemeente Hilversum zien we dat de plezierzoeker de grootste groep is, gevolgd door de stijlzoeker. Verder valt op dat de avontuurzoeker groter is dan het algemene beeld van Nederland en de harmonie- en verbindingszoeker de kleinste groepen in de gemeente vormen.
- De gemeente Huizen laat een beeld zien dat relatief veel overeen komt het landelijk gemiddelde. Alleen het profiel van de stijlzoeker is omvangrijker dan het landelijk gemiddelde, terwijl de avontuurzoeker kleiner is.

- Bij de gemeente Almere zien we een vergelijkbaar beeld met het gemiddelde van Nederland. We zien hierbij geen significante verschillen. Net als het landelijk gemiddelde, zijn hier de plezier- en stijlzoeker de grootste leefstijlprofielen en inzichtzoeker de kleinste.
- Bij de gemeente Zeewolde is de stijlzoeker duidelijk de grootste groep. De overige leefstijlprofielen wijken licht af van het landelijk gemiddelde, maar, met uitzondering van de stijlzoeker, zien we geen grote verschillen.

Bezoekers

Om inzicht te krijgen in wie nu gebruik maken van de vrijetijdsvoorzieningen in Blaricum of hier potentieel gebruik van kunnen maken, hebben we het profiel van de huidige Nederlandse verblijfsrecreant (toerist) in kaart gebracht. Hiervoor kijken wij naar het leefstijlprofiel van de vakantieganger van de regio Gooi & Vechtstreek (CVO 2017-2018, beschikbaar gesteld door de provincie Noord-Holland).

Figuur B4.3: Profiel verblijfsrecreant Nederland en Gooi & Vechtstreek



Bron: CVO 2017-2018, beschikbaar gesteld door provincie Noord-Holland

Wat valt op?

- Het leefstijlprofiel van de vakantieganger van Gooi & Vechtstreek wijkt duidelijk af van het landelijk gemiddelde.
- Vier van de zeven leefstijlen lijken qua grootte op het Nederlandse gemiddelde: avontuur-, plezier-, harmonie- en stijlzoeker.
- Drie van de zeven leefstijlen zijn significant afwijkend. De verbindings- en rustzoeker wijken zelfs flink af. De verbindingszoeker is véél kleiner dan het gemiddelde in Nederland, terwijl de rustzoeker véél groter is. Het leefstijlprofiel van de inzichtzoeker is onder de vakantiegangers in Gooi & Vecht ook groter dan het landelijk gemiddelde.

Belangrijkste conclusies betreft de leefstijlprofielen van de vraag van inwoners en verblijfsrecreanten:

1. In de gemeente Blaricum vormt de stijlzoeker veruit de grootste groep. Dit is veel hoger dan het landelijk gemiddelde. Er is dus sprake van een hele duidelijke en significante oververtegenwoordiging van de stijlzoekers, zowel in de gemeente Blaricum als omliggende gemeenten.
2. De stijlzoeker vormt in bijna alle gemeenten het grootste profiel binnen die gemeente, met uitzondering van Almere en Hilversum. Hier is de plezierzoeker net iets groter dan de stijlzoeker.
3. In de gemeente Blaricum is er een significante ondervertegenwoordiging van de plezier-, harmonie-, verbindings- en rustzoeker. Dit beeld zien we ook bij enkele omliggende gemeentes. De avontuurzoeker

is in drie omliggende gemeentes licht oververtegenwoordigd.

4. Onder de vakantiegangers van de regio Gooi & Vechtstreek zijn de rustzoekers (significant groter dan gemiddeld) en plezierzoekers het grootst, samen 49%. De leefstijlen verbindingszoeker (significant kleiner dan gemiddeld) en harmoniezoeker zijn de kleinste groepen, samen 13%.

Aanbod

Het onderzochte toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente Blaricum bestaat uit deze voorzieningen:

Tabel B4.2 Onderzochte voorzieningen

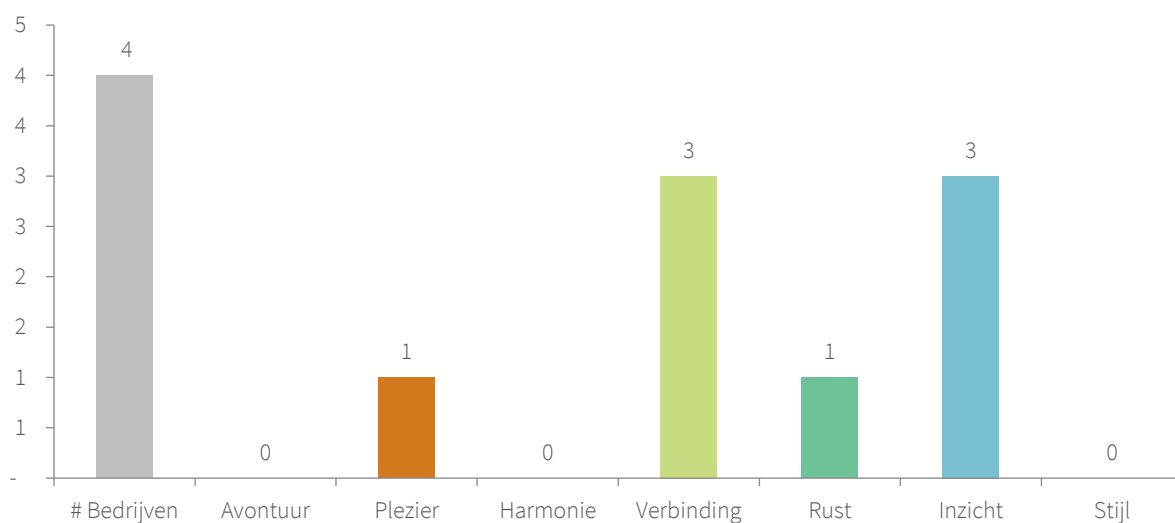
Categorie	Aantal	Omschrijving
Verblijf	4	Waarvan 1 hotel en 3 B&B's
Horeca	17	Fastfood, catering en bezorgdiensten zijn <i>niet</i> meegenomen
Dagrecreatie	5	Het gaat hier om de culturele en overige recreatieve voorzieningen
Retail	17	Alleen retail in het dorpscentrum van Blaricum
Evenementen	12	Hierbij gaat het om de grotere evenementen in de gemeente Blaricum
Totaal	56	

Verblijf

Keuzemogelijkheden

In de gemeente Blaricum is het verblijfsrecreatie aanbod beperkt. In de gemeente is slechts één hotel, een aantal B&B's en een recreatieterrein (De Woensberg) met groepsaccommodaties. De Woensberg is op dit moment gesloten. In totaal hebben we voor de vier onderzochte bedrijven weergegeven voor welke leefstijl deze verblijfsrecreatie aantrekkelijk is. Dit is weergegeven in figuur B4.4. We geven hierbij het aantal *keuzemogelijkheden* weer, waarbij elk bedrijf, ongeacht de omvang of capaciteit als een keuzemogelijkheid voor de consument wordt gezien. Eén bedrijf kan voor meerdere leefstijlen aantrekkelijk zijn.

Figuur B4.4: Aantal keuzemogelijkheden verblijfsrecreatie aanbod in gemeente Blaricum per leefstijl



Leeswijzer: figuur B4.4 laat zien dat drie van de vier verblijfsrecreatie bedrijven die zijn bezocht in het onderzoek aantrekkelijk zijn voor de verbindingszoeker. In veel gevallen is een bedrijf aantrekkelijk voor meerdere leefstijlen. Daarom telt het totaal aantal keuzemogelijkheden op tot acht.

Wat valt op?

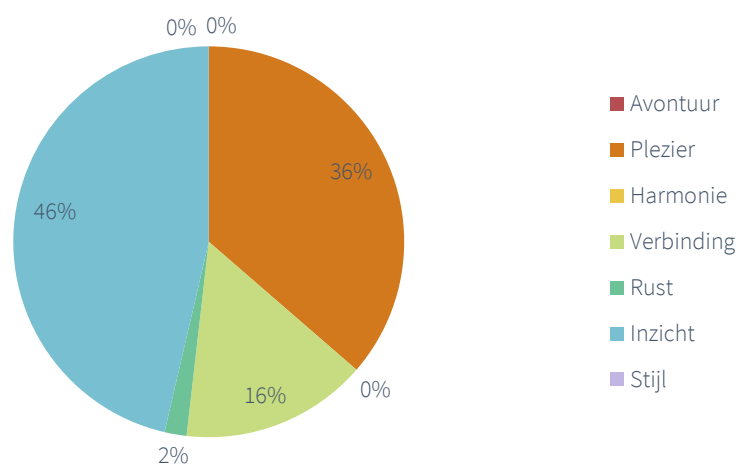
- In de gemeente Blaricum zijn er weinig keuzemogelijkheden voor de verblijfsrecreanten.
- De keuzemogelijkheden die aanwezig zijn, zijn voornamelijk aantrekkelijk voor de verbindings- en inzichtzoeker.
- Voor de overige vier leefstijlen is er niets of slechts maar één bedrijf te kiezen.

Leefstijlprofiel naar capaciteit

In de vorige figuur is te zien hoeveel keuzemogelijkheden een consument heeft als het gaat om verblijfsrecreatie. Hierbij is géén rekening gehouden met de omvang of capaciteit van de bedrijven. Echter, om een goed beeld te krijgen van de totale kleuring van het verblijfsrecreatie aanbod is het belangrijk om wél rekening te houden met het aantal slaapplekken per accommodatie.

In de gemeente Blaricum is het totale aanbod aan slaapplekken in de door ons onderzochte accommodaties 22 slaapplekken. Als we kijken naar het leefstijlprofiel van de verblijfsrecreatie, gerelateerd aan het aantal slaapplekken, dan zien in Blaricum het volgende beeld:

Figuur B4.5 Leefstijlprofiel verblijfsrecreatie naar capaciteit in gemeente Blaricum per leefstijl



Wat valt op?

- In Blaricum is slechts één keuzemogelijkheid voor de plezierzoeker, maar dit is wel de verblijfsrecreatie met een hoge capaciteit. 36% van het aantal slaapplekken is aantrekkelijk voor de plezierzoeker.
- Het hoogste aantal slaapplekken is aantrekkelijk voor de inzichtzoeker.
- De verbindingszoeker heeft drie keuzemogelijkheden, maar wel een laag percentage van het aantal slaapplekken.

Omschrijving van het aanbod

Het verblijfsrecreatie aanbod in Blaricum is laag en ook de capaciteit van de aanwezige accommodaties is laag. In vergelijking met andere gemeenten in Nederland is dit opvallend. Het gaat hierbij om kleinschalige accommodaties: één hotel en een aantal B&B's. Het aanbod dat er wel is, lijkt goed aan te sluiten bij de identiteit van Blaricum. In de gemeente is er geen camping of vakantiepark aanwezig.

Samengevat valt het volgende op:

- Het aanbod van verblijfsrecreatie in Blaricum is beperkt en er zijn weinig keuzemogelijkheden. Het is belangrijk om hierbij op te merken dat dit niet betekent dat dit onvoldoende is. Er zit geen

waardeoordeel aan. Dit beeld zien we ook terug in de identiteit van Blaricum en sluit daarom goed aan bij het DNA van de gemeente.

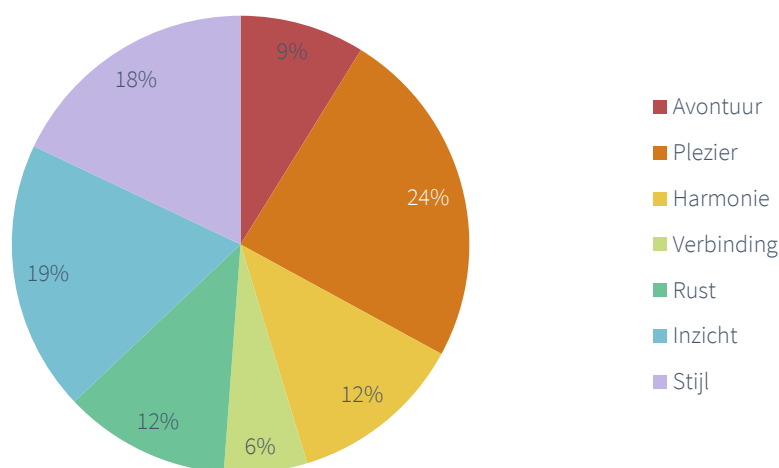
- Het aanbod dat wel aanwezig is, is voornamelijk aantrekkelijk voor de verbindings- en inzichtzoeker.

Horeca

Leefstijlprofiel

In onderstaand figuur geven we het leefstijlprofiel van het horeca-aanbod in de gemeente Blaricum weer. Dit leefstijlprofiel is gebaseerd op een wegingsfactor per leefstijl, die het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd op basis van expert judgement geeft aan elk bedrijf. Bij sommige bedrijven / voorzieningen wegen bepaalde leefstijlen zwaarder dan andere. Een bedrijf kan bijvoorbeeld aantrekkelijker zijn voor de avontuurzoeker dan voor de rustzoeker en krijgt daarmee respectievelijk de weging 75% en 25%. Let op! Het leefstijlprofiel geeft inzicht in de *verhoudingen* tussen de leefstijlen. Het is niet mogelijk om te zeggen dat 9% van het aanbod aantrekkelijk is voor de avontuurzoeker, omdat er geen inzicht is in de omvang van elk bedrijf.

Figuur B4.6 Leefstijlprofiel horeca in gemeente Blaricum per leefstijl



Wat valt op?

- In de gemeente Blaricum is er voor alle leefstijlen aantrekkelijk horeca-aanbod.
- Het grootste deel van het horeca-aanbod is aantrekkelijk voor de plezier-, inzicht- en stijlzoeker.
- Het kleinste deel van het horeca-aanbod is aantrekkelijk voor de verbindings- en avontuurzoeker.

Omschrijving van het horeca-aanbod

Het horeca-aanbod in de gemeente is ruim aanwezig en ook veelvuldig gebruikt door de inwoners van Blaricum. Ondanks dat Blaricum een relatief kleine gemeente is, is het horeca-aanbod hoog. Daarnaast maken ook veel dagrecreanten gebruik van de voorzieningen. De horecagelegenheden kenmerken zich door kwaliteit, service, luxe en exclusiviteit of door een eigentijdse en sfeervolle uitstraling gericht op vermaak van de gasten.

Dagrecreatie

De dagrecreatie omvat het aanbod met betrekking tot de culturele en overige recreatieve voorzieningen in de gemeente Blaricum. Dit zijn slechts een aantal bedrijven en om die reden is het voor dagrecreatie niet mogelijk en wenselijk om een leefstijlprofiel te maken. Hieronder hebben wij het aanbod van dagrecreatie in Blaricum beschreven:

- Boereblij in Blaricum is een winkel dat zich richt op de verkoop van asperges en seizoensproducten. Daarnaast is Boereblij ook open voor vieringen, feesten en partijen. Om die reden hebben we Boereblij ingedeeld bij dagrecreatie in plaats van retail. Het bedrijf is voornamelijk interessant voor de verbindingszoeker en rustzoeker.

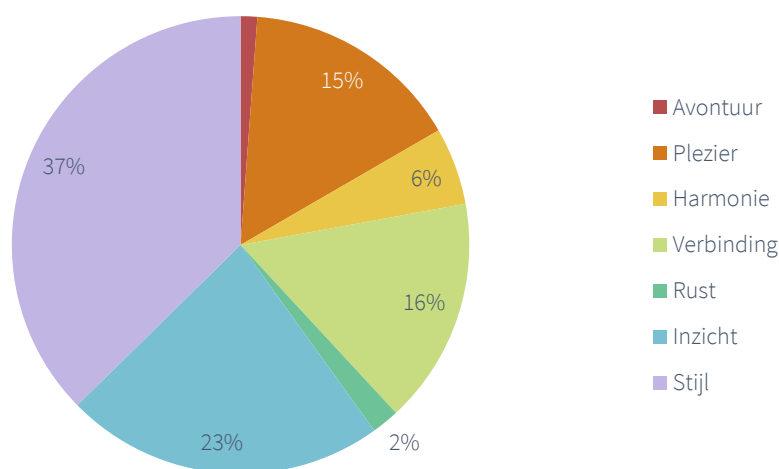
- De activiteiten van Oerboer Willem hebben betrekking op het behoud van de historische ‘Dorpsboerderij van Blaricum’. De boerderij biedt een plek aan verschillende initiatieven die in harmonie zijn met mensen, dieren en natuur. Er is geen leefstijlprofiel toegekend aan de Dorpsboerderij van Blaricum.
- Boereblij, Oerboer Willem en zorgboerderij 't Werckpaert hebben samen de ambitie om meer ambachtelijke producten lokaal te verkopen via een voedselcoöperatie. Zorgboerderij 't Werckpaert is gevestigd in een monumentale boerderij en biedt dagbesteding aan mensen met een lichamelijke, verstandelijke en/of visuele beperking. De producten worden verkocht in de eigen boerderijwinkel. Er is geen leefstijlprofiel toegekend vanwege de primaire zorgfunctie.
- De schaapskooi van het Goois Natuurreservaat (GNR) bij de Tafelberg is een belangrijke recreatieve voorziening voor de inwoners en bezoekers van Blaricum. Op zondagmiddag is schaapskooi geopend en vertellen gidsen over de kooi en de kudde. De schaapskooi is voornamelijk voor de verbindingszoeker interessant en daarnaast ook voor de harmonie- en inzichtzoeker.
- De activiteiten georganiseerd door de Historische Kring Blaricum hebben betrekking op het erfgoed van Blaricum en vooral gericht op de rust- en inzichtzoeker. Daarnaast is het ook voor een klein deel aantrekkelijk voor de verbindingszoeker.
- De Kunsthandel Studio 2000 beschikt over een grote en hoogwaardige collectie van kunstwerken uit de negentiende en begin twintigste eeuw. Het is daarmee vooral interessant voor de inzichtzoeker, maar ook deels voor de stijlzoeker.
- Studio Erik Gutter is een interieurwinkel met een bijzondere collectie. Dit is voornamelijk aantrekkelijk voor de stijlzoeker, maar ook voor de plezierzoeker.

Retail

Leefstijlprofiel

In onderstaand figuur geven we het leefstijlprofiel van het retail aanbod in de gemeente Blaricum weer. Dit leefstijlprofiel is gebaseerd op een wegingsfactor per leefstijl, die het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd op basis van expert judgement geeft aan elk bedrijf. Bij sommige bedrijven / voorzieningen wegen bepaalde leefstijlen zwaarder dan andere. Een bedrijf is bijvoorbeeld aantrekkelijker voor de avontuurzoeker dan voor de rustzoeker en krijgt respectievelijk de weging 75% en 25%. Let op! Het leefstijlprofiel geeft inzicht in de *verhoudingen* tussen de leefstijlen. Het is niet mogelijk om te zeggen dat 15% van het aanbod aantrekkelijk is voor de plezierzoeker, omdat er geen inzicht is in de omvang van elk bedrijf.

Figuur B4.7 Leefstijlprofiel retail in gemeente Blaricum per leefstijl



Wat valt op?

- In de gemeente Blaricum is er voor alle leefstijlen retail aanbod, maar voor de avontuur- en rustzoeker is dit aanbod erg laag.

- Het meeste retail aanbod is duidelijk aantrekkelijk voor de stijlzoeker. Daarnaast is er ook veel aanbod voor de inzichtzoeker.
- Naast de avontuur- en rustzoeker is ook het aanbod voor de harmoniezoeker laag.

Omschrijving van het aanbod

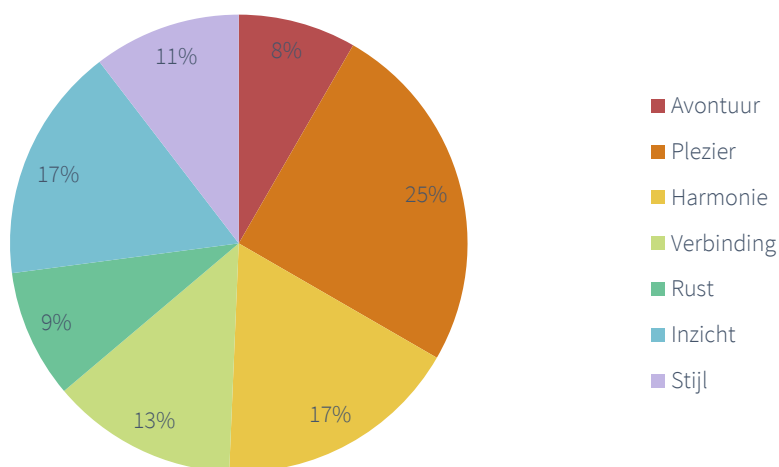
In de gemeente Blaricum is opvallend veel retail voor de stijlzoekers aanwezig, wat ook overeenkomt met het leefstijlprofiel van de inwoners. Er zijn slechts een aantal ketens gevestigd in het dorp: de Gall & Gall, de Albert Heijn en de Kruidvat. Ook heeft Blaricum veel winkels die afwijken van het 'standaard' aanbod. Het aantal winkels voor de dagelijkse behoeften voor de inwoners zijn voldoende aanwezig met een kwalitatief goed aanbod.

Evenementen

Leefstijlprofiel

In onderstaand figuur geven we het leefstijlprofiel van het evenementenaanbod in de gemeente Blaricum weer. Dit leefstijlprofiel is gebaseerd op een wegingsfactor per leefstijl, die het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd op basis van expert judgement geeft aan elk bedrijf. Bij sommige evenementen wegen bepaalde leefstijlen zwaarder dan andere. Een bedrijf is bijvoorbeeld aantrekkelijker voor de avontuurzoeker dan voor de rustzoeker en krijgt respectievelijk de weging 75% en 25%. Let op! Het leefstijlprofiel geeft inzicht in de *verhoudingen* tussen de leefstijlen. Het is niet mogelijk om te zeggen dat 25% van het aanbod aantrekkelijk is voor de plezierzoeker, omdat er geen inzicht is in de omvang van elk bedrijf.

Figuur B4.8 Leefstijlprofiel evenementen capaciteit in gemeente Blaricum per leefstijl



Wat valt op?

- In de gemeente Blaricum is voor alle leefstijlprofielen een aantrekkelijk evenementenaanbod. Het aanbod is redelijk gelijk verdeeld en er zijn geen extreme uitschieters
- Voor de plezierzoeker is het aanbod het grootst. Ook voor de inzicht en harmoniezoeker is er een relatief groot aanbod.
- Voor de avontuur- en rustzoeker is het evenementenaanbod het laagst.

Omschrijving van het aanbod

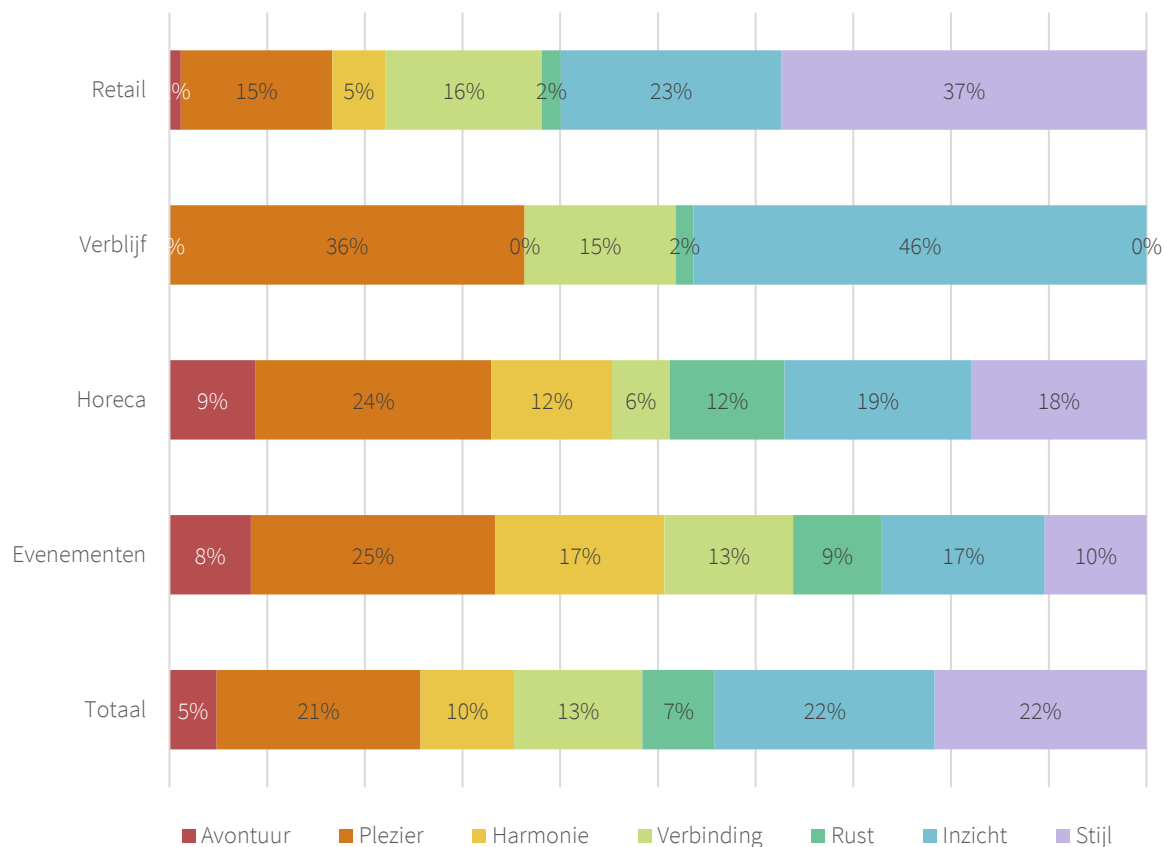
Wanneer we kijken naar het evenementenaanbod in Blaricum, zien we dat deze een grote lokale aantrekkingskracht hebben en inspelen op de recreatiebehoeften van de inwoners. Voorbeelden hiervan zijn het Mosseldiner, de Blaricumse Wijnproeverij, Blaricumse Golf & Country, Koningsdag en de Sinterklaasintocht. Ook hebben veel evenementen daarnaast een grote regionale aantrekkingskracht. Evenementen als de

Blaricumse Kermis, Oldtimerfestival, Blaricum Music Festival en het Aspergediner trekken, naast de eigen inwoners, ook veel bezoekers van buiten aan.

Conclusies aanbod

We geven hieronder voor de duidelijkheid alle leefstijlprofielen van de verschillende categorieën weer en daarbij het profiel van het totale aanbod. Het leefstijlprofiel van dagrecreatie hebben we niet apart weergegeven, maar wel verwerkt in het totale aanbod.

Figuur B4.9 Leefstijlprofielen van het aanbod in gemeente Blaricum per leefstijl



Belangrijkste conclusies betreft de leefstijlprofielen van het aanbod van Blaricum:

1. Het totale aanbod in de gemeente Blaricum is veelal aantrekkelijk voor de plezier-, inzicht- en stijlzoeker. De mate waarin deze leefstijlen voorkomen binnen de verschillende categorieën loopt overigens wel uiteen. De grootste mate van aanbod is voor de plezier- en inzichtzoeker aanwezig bij verblijf en voor de stijlzoeker bij retail.
2. In de gemeente Blaricum is relatief weinig aanbod voor de avontuur- en rustzoeker. Ook hierin verschilt de mate waarin deze leefstijlen voorkomen binnen de verschillende categorieën. Voor zowel de avontuur- als rustzoeker is het aanbod het laagst bij verblijf en retail.
3. Voor de inwoners is het totale aanbod divers en ook binnen de verschillende categorieën zien we een redelijk divers aanbod. Uitgezonderd is het verblijf, waar we een eenzijdig aanbod zien. Dit is echter voor de inwoners van Blaricum niet relevant.

Vraag en aanbod aan elkaar gerelateerd

Nu we de vraag van de eigen inwoners, inwoners van omliggende gemeenten en bezoekers in kaart hebben gebracht, evenals het toeristische en recreatieve aanbod in Blaricum, kunnen we de vraag en het aanbod aan elkaar relateren. We gaan er vanuit dat er kansen en ontwikkelmogelijkheden zijn als de vraag groter is dan het aanbod. We gaan er ook vanuit dat er (meer dan) voldoende aanbod is als dit groter is dan de vraag en er dus in de recreatiebehoeften wordt voorzien. Voor Blaricum geldt dit voornamelijk voor de vraag en aanbod van de eigen inwoners en omliggende gemeenten, om voldoende in deze recreatiebehoeften te voorzien. Om ook, secundair, een heldere keuze te maken welke bezoekers van buiten Blaricum wel en niet wil ontvangen (zie hoofdstuk 4), hebben we ook de vraag en het aanbod van de vakantiegangers aan elkaar gerelateerd.

Let op! Deze vraag-aanbodvergelijking hebben we hieronder beschreven en is *kwalitatief*, gericht op de aantrekkingskracht van het aanbod op verschillende leefstijlconsumenten. Dit betreft dus geen informatie over de kwantitatieve hoeveelheid van het aanbod ten opzichte van de vraag. Ook is het geen haalbaarheidsanalyse op bedrijfs- of sectorniveau. Wel geeft deze analyse aan welke ontwikkelmogelijkheden er zijn op basis van consumentenbehoeften en in hoeverre er aan de behoefte van de primaire doelgroepen wordt voldaan.

Vraag en aanbod: eigen inwoners

Hoe verhouden de leefstijlprofielen van het aanbod zich tot het leefstijlprofiel van de eigen inwoners? Door de vraag en het aanbod tegen elkaar af te zetten, hebben we inzicht in de mate waarin er aantrekkelijk aanbod is voor de inwoners in Blaricum. De verblijfsrecreatie is niet meegenomen omdat het belang van verblijf in de eigen gemeente voor inwoners te verwaarlozen is.

Wat valt op als we vraag en aanbod aan elkaar relateren?

- De stijlzoeker is het grootste leefstijlprofiel onder de inwoners van Blaricum en in hoge mate aanwezig. We zien ook dat er veel aantrekkelijk aanbod is voor de stijlzoekers, maar relatief gezien is het horeca en evenementenaanbod nog aan de lage kant. Bij de retail is dit in verhouding. Met andere woorden, voor de stijlzoekers kan er nog meer aanbod ontwikkeld worden om nóg beter in de vrijetijdsbehoefte van de inwoners te voorzien.
- Ook de inzichtzoeker is een relatief grote leefstijlgroep onder de inwoners. Voor deze leefstijl is er in hoge mate voldoende aantrekkelijk aanbod te vinden. Ditzelfde geldt voor de plezierzoekers.
- Voor de rustzoekers, wat in Blaricum een kleinere groep is in verhouding met het Nederlands gemiddelde, zien we in mindere mate aantrekkelijk aanbod.
- Voor de avontuur-, harmonie- en verbindingszoeker is het aanbod redelijk in balans. We zien overigens wel dat het aantrekkelijke retail aanbod in verhouding lager is voor de avontuur- en harmoniezoeker. Voor de verbindingszoeker is de mate waarin er aantrekkelijk horeca aanbod is aan de lage kant.

Vraag en aanbod: aangrenzende gemeenten

Hoe verhouden de leefstijlprofielen van het aanbod zich tot het leefstijlprofiel van de inwoners van de aangrenzende gemeenten (Huizen, Laren en Eemnes)? De vrijetijdsbehoefte (vraag) van de inwoners van de aangrenzende gemeenten hebben we afgezet tegen het aanbod van de gemeente Blaricum. Ook hier hebben we de verblijfsrecreatie buiten beschouwing gelaten, omdat we aannemen dat de inwoners uit de omliggende gemeenten hoogstwaarschijnlijk weinig tot geen gebruik zullen maken van de verblijfsrecreatie.

Wat valt op als we vraag en aanbod aan elkaar relateren?

- De mate waarin de aangrenzende gemeenten Huizen, Laren en Eemnes een aantrekkelijk recreatief aanbod vinden in Blaricum komt overeen met de vraag van de eigen inwoners van Blaricum. We zien hierin geen opvallende verschillen.

Vraag en aanbod: vakantiegangers

Hoe verhouden de leefstijlprofielen van het aanbod zich tot het leefstijlprofiel van de vakantiegangers van de regio Gooi- en Vechtstreek? We hebben hier gekeken naar de relatieve mate waarin de vakantiegangers

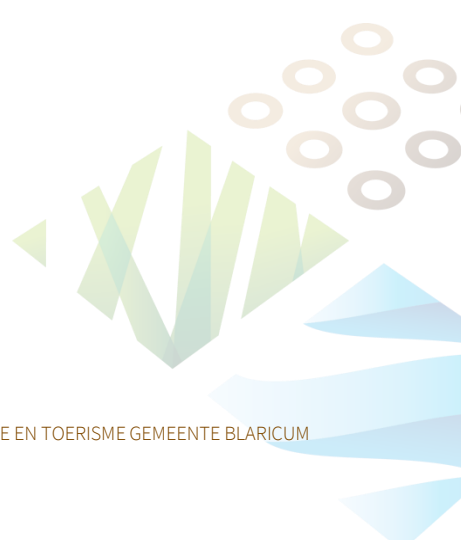
aantrekkelijk aanbod vinden in Blaricum. Het is echter belangrijk om te beseffen dat dit om de conclusies gaat van de vakantiegangers Gooi & Vechtstreek, waarvan een klein percentage in Blaricum overnacht.

Wat valt op als we vraag en aanbod aan elkaar relateren?

- Omdat het verblijfsrecreatieve aanbod beperkt is, is relatieve mate waarin avontuur-, harmonie-, rust en stijlzoeker aantrekkelijk aanbod vinden laag.
- Voor de verbindingszoeker is er sprake van een hoge mate van aantrekkelijk aanbod. Hierbij moet worden opgemerkt dat slechts 2% van de vakantiegangers verbindingszoeker als leefstijlprofiel heeft, waardoor het aanbod al snel (zeer) hoog is.
- Voor de avontuur-, plezier- en harmoniezoeker is het aanbod in balans, met uitzondering van de retail. Hierin zien we in mindere mate aantrekkelijk aanbod.
- Voor de rustzoeker is er sprake van een lage mate van aantrekkelijk aanbod.
- Voor de inzicht- en stijlzoeker is het aanbod ook relatief goed in balans. Voor de stijlzoeker is het evenementenaanbod aan de lage kant.

Belangrijkste conclusies vraag en aanbod aan elkaar gerelateerd:

1. Voor de inwoners is de verhouding tussen vraag en aanbod voor de meeste leefstijlen redelijk goed in balans. Voor de stijlzoeker en rustzoeker is dit relatief gezien nog aan de lage kant.
2. Voor de bezoekers van de omliggende gemeenten geldt hetzelfde.
3. Voor de vakantiegangers is het verblijfsrecreatieve aanbod niet in balans. Wel zien we in de horeca, retail en evenementen dat vraag en aanbod relatief gezien in evenwicht zijn voor de inzicht- en stijlzoeker.



Bijlage 5: Overzicht leefstijlkleuringen per voorziening

Figuur B5.1 Overzicht leefstijlkleuringen per bedrijf of evenement

Bedrijf	Categorie	Avontuur	Plezier	Harmonie	Verbinding	Rust	Inzicht	Stijl
Hotel Bellevue	Verblijf		X				X	
Bed & Breakfast Blaricum Tafelberg	Verblijf				X	X		
Guesthouse De Schuilhoek	Verblijf				X		X	
Holiday Home Eemnesserweg	Verblijf				X		X	
Restaurant Bellevue	Horeca				X	X	X	
Restaurant De Goede Gooier	Horeca						X	X
Restaurant Tafelberg	Horeca		X		X		X	
Restaurant Rust Wat	Horeca						X	X
Café d'Ouwe Tak	Horeca				X	X		
Het Vitus	Horeca		X	X				
Restaurant Moeke Spijkstra	Horeca			X	X	X		
Restaurant The Red Sun	Horeca	X	X					X
Restaurant Country Deli	Horeca	X					X	
Restaurant Bistrôt Chapeau	Horeca						X	X
Johnny's Pizzeria & Steakhouse	Horeca			X		X		
Restaurant Bruis	Horeca	X	X					
Restaurant Peking	Horeca			X	X	X		
Koffiebar Blushing Blaricum	Horeca		X					X
IJssalon De Hoop	Horeca		X				X	X
Blaricum Beach	Horeca	X	X					
Traiteur/Pizzeria/Luchroom Cucina Da Bruno	Horeca		X					
Pâtisserie Rémy	Retail							X
Vishandel Blaricum	Retail		X	X	X			

Bedrijf	Categorie	Avontuur	Plezier	Harmonie	Verbinding	Rust	Inzicht	Stijl
Slagerij Stut	Retail				X		X	X
Loekie Delicatessen	Retail				X		X	X
Groente- en fruitwinkel Delicious Blaricum	Retail				X	X	X	
Wonen & Spelen (LEGO)	Retail				X		X	X
Edelsmid Fritz Horl	Retail						X	X
Blinx	Retail							X
Blaricumse Boekhandel	Retail			X	X			
Kleding Seconda	Retail		X					X
Gooische fashion Outlet	Retail		X					X
Bij Jelle	Retail	X	X					
Wilma Barneveld	Retail		X					X
Altijd Bloemen	Retail						X	X
Edelsmid Fred van Sprang	Retail						X	X
Brood en banketbakker Wassenaar	Retail				X		X	
Wexxs Wijnhandel	Retail		X				X	X
Mooi Parfumerie	Retail						X	X
Boereblij	Recreatie				X	X		
Schaapskooi Blaricummerheide	Recreatie			X	X		X	
Activiteiten Historische Kring Blaricum	Recreatie				X	X	X	
Kunsthandel Studio 2000	Cultuur						X	X
Studio Eric Gutter	Cultuur		X					X
Aspergediner (Asperges in de Akker)	Evenementen		X				X	X
Blaricumse Kermis	Evenementen		X	X	X			
Oldtimer Festival Blaricum / Gooische Rally	Evenementen		X	X	X			
Dag van het Werkpaard	Evenementen			X	X	X		

Bedrijf	Categorie	Avontuur	Plezier	Harmonie	Verbinding	Rust	Inzicht	Stijl
Concours Hippique Blaricum	Evenementen						X	X
Koningsdag / De Blaricumserie	Evenementen		X	X				
Sinterklaasintocht	Evenementen			X	X			
Blaricumse Golf & Country	Evenementen			X		X		
De Blaricumse Wijnproeverij	Evenementen		X				X	X
Blaricum Music Festival	Evenementen	X					X	
Het Mosseldiner	Evenementen		X				X	X
Atelierroute Blaricum	Evenementen	X			X		X	



Bijlage 6: Resultaten inwonerspanel Blaricum



INWONERSPANEL BLARICUM PEILING 1 2020

TOERISME EN RECREATIE

Gemeente Blaricum
September-oktober 2020



Colofon



Uitgave:	Research 2Evolve Tesselschadelaan 15A 1217 LG Hilversum Tel: (035) 623 27 89 info@research2evolve.nl www.research2evolve.nl
Datum:	September-oktober 2020
Onderzoek:	Inwonerspanel Blaricum Peiling 1 2020 Toerisme en Recreatie
Projectnummer:	20200630.01
Opdrachtgever:	Gemeente Blaricum

Het onderzoek is uitgevoerd door Research 2Evolve. Het marktonderzoeksbureau neemt de richtlijnen van de MOA (Markt Onderzoek Associatie) en ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) in acht. Deze richtlijnen zijn bij Research 2Evolve op te vragen. Research 2Evolve is ISO 27001 gecertificeerd en werkt volgens de AVG en de gedragscode voor Onderzoek en Statistiek.

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.



Hoofdstuk 1	Onderzoeksverantwoording	4
1.1	Inleiding	5
1.2	Uitvoering van het onderzoek	5
1.3	Responsoverzicht	5
1.4	Weging	6
1.5	Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid	6
1.6	Samenstelling respons	7
1.7	Leeswijzer	7
Hoofdstuk 2	Resultaten	8



HOOFDSTUK 1

ONDERZOEKSVERANTWOORDING

1.1 Inleiding

In opdracht van gemeente Blaricum heeft het onderzoeksbureau Research 2Evolve een onderzoek, over toerisme en recreatie in de gemeente Blaricum, uitgevoerd onder de leden van het inwonerspanel Blaricum en via een open link, zodat ook niet-panelleden woonachtig in de gemeente Blaricum, de mogelijkheid hebben gekregen om deel te nemen aan het onderzoek. De resultaten van het onderzoek worden gebruikt voor de toekomstige beleidsvisie.

1.2 Uitvoering van het onderzoek

Steekproef	Inwonerspanel Blaricum
Methode	Online
Uitnodiging	Per e-mail
Veldwerkperiode	Donderdag 17 september – zondag 11 oktober 2020
Herinnering	1 keer

1.3 Responsoverzicht

	N
Bruto steekproef	337
Complete vragenlijsten	207
Respons	61%
Open link	129

1.4 Weging

Als de respons afwijkt op de variabele leeftijd is er een weging toegevoegd, zodat de resultaten een juiste afspiegeling vormen van de werkelijke bevolking. Dit is een gangbare werkwijze in statistisch kwantitatief onderzoek. Personen in ondervertegenwoordigde groepen krijgen een gewicht groter dan 1 en tellen relatief zwaarder mee in het totaalresultaat. Personen in groepen met een oververtegenwoordiging krijgen een gewicht kleiner dan 1 waardoor ze minder zwaar mee tellen. Hiermee zijn de resultaten gecorrigeerd om de mogelijke invloed van een niet geheel representatieve steekproef weg te nemen. Doorgaans wordt een maximale weegfactor van 3 gehanteerd.

Op dit moment is het inwonerspanel Blaricum nog niet representatief voor de werkelijke bevolking binnen de gemeente. De jongeren t/m 34 jaar zijn ondervertegenwoordigd. Daarnaast nemen niet alle panelleden deel aan een onderzoek, daarom wordt er niet alleen gekeken naar de verdeling binnen het panel ten opzichte van de gemeente, maar naar de verdeling van de netto respons ten opzichte van de daadwerkelijke verdeling. Middels het toevoegen van een weging op leeftijd zijn de resultaten gecorrigeerd, waarmee de invloed van een niet geheel representatieve steekproef wordt verkleind.

1.5 Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid

Het betrouwbaarheidspercentage geeft de kans aan dat bij herhaling van het onderzoek hetzelfde uit het onderzoek komt. Bij een betrouwbaarheidspercentage van 95% is er 95% kans bij herhaling dat de antwoorden hetzelfde zullen zijn met andere respondenten binnen de doelgroep.

De nauwkeurigheid (uitgedrukt in foutmarge) geeft het gebied aan, waarbinnen de werkelijke waarde in de populatie ligt. De foutmarge is het percentage dat het antwoord kan afwijken van de werkelijkheid. Als de foutmarge 4% is, en 47% van steekproef een bepaald antwoord geeft, dan ligt dit percentage in werkelijkheid maximaal 4% boven of 4% onder deze 47%, dus tussen de 43% en 51% (een lagere foutmarge vereist een grotere steekproef). Een betrouwbaarheidsniveau van 95% en een foutmarge van 5% is gangbaar en algemeen geaccepteerd bij (statistisch) kwantitatief onderzoek.

Met het aantal respondenten dat heeft deelgenomen (=336) kan met een betrouwbaarheid van 95% en een foutmarge van 5,3% uitspraken gedaan worden op totaalniveau. Deze marge is groter dan de 5% die algemeen geaccepteerd wordt bij (statistisch) kwantitatief onderzoek. De resultaten kunnen hierdoor niet zondermeer vertaald worden naar de (gemiddelde) mening van de inwoners, maar geven wel een goede indicatie.

1.6 Samenstelling respons

De respons is, uitgesplitst naar leeftijd, als volgt samengesteld:

Leeftijd	ONGEWOGEN		GEWOGEN	
	N	%	N	%
16 t/m 34 jaar	18	5,5	56	17,2
35 t/m 49 jaar	100	30,5	77	23,6
50 t/m 64 jaar	95	29,0	89	27,0
65 jaar en ouder	115	35,1	105	32,2

Voor deze peiling hebben wij gecontroleerd of er een afwijking is ten opzichte van de werkelijkheid op basis van de variabele leeftijd.

In dit geval zijn met name de leeftijdsgroep 16 t/m 34 jaar ondervertegenwoordigd en krijgen hier een weegfactor groter dan 1.

1.7 Leeswijzer

Daar waar de som van de resultaten niet precies op 100% uitkomt, wordt dit veroorzaakt door afrondingsverschillen of was meer dan één antwoord toegestaan. Waar in de grafieken ongelijke N-en (aantal respondenten) te zien zijn, wordt dit veroorzaakt door het uitsluiten van de antwoordcategorie 'geen mening/niet van toepassing' en/of routing in de vragenlijst. In de rapportage wordt de ongewogen N weergegeven.

Als in de rapportage over verschillen wordt gesproken, betekent dit dat dit statistisch niet aan toeval toe te schrijven is en dus betekenisvol kan zijn. In deze rapportage is gekeken of er (significante) verschillen zijn en zijn de opvallende zaken benoemd.

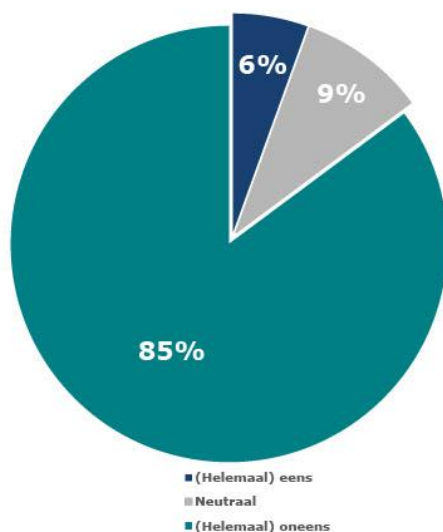
De open antwoorden worden letterlijk en onbewerkt opgeleverd en indien er opvallende resultaten zijn, worden deze verwerkt in de rapportage.

HOOFDSTUK 2

RESULTATEN

Resultaten

In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stelling? 'Mijn inkomen is (deels) gelinkt aan recreatie en toerisme in Blaricum' (N=328*)



Het merendeel van de respondenten (85%) geeft aan dat hun inkomen niet is (deels) is gelinkt aan recreatie en toerisme in Blaricum.

Dit geldt vaker voor respondenten van 35 jaar en ouder dan voor de respondenten van 16-34 jaar. Zij oordelen vaker neutraal.

*Let op: het percentage weet niet/geen mening is niet opgenomen in deze grafiek



9

Resultaten

In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? Bezoekers van Blaricum...

	N*	(Helemaal) eens	Neutraal	(Helemaal) oneens
maken mij trots een inwoner van Blaricum te zijn	332	44%	37%	19%
zorgen voor meer levendigheid en reuring in mijn woonomgeving	333	45%	30%	24%

Ruim vier op de tien (44%) geeft aan dat bezoekers van Blaricum hen trots maakt een inwoner van Blaricum te zijn. Bijna vier op de tien (37%) oordeelt hier neutraal over. Eén op de vijf (19%) is het hier niet mee eens.

Ook ruim vier op de tien (45%) geeft aan dat bezoekers van Blaricum zorgen voor meer levendigheid en reuring in hun woonomgeving. Een kwart (24%) is het hier niet mee eens. Drie op de tien (30%) heeft hier geen uitgesproken mening over.

In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? Bezoekers van Blaricum dragen bij aan...

	N*	(Helemaal) eens	Neutraal	(Helemaal) oneens
het niveau van voorzieningen en recreatieve mogelijkheden	333	54%	24%	23%
de lokale economie	332	79%	17%	4%

Ruim de helft (54%) geeft aan dat bezoekers van Blaricum bijdragen aan het niveau van voorzieningen en recreatieve mogelijkheden. Een kwart is het hier mee oneens (23%) en een even groot deel oordeelt neutraal (24%).

Acht op de tien (79%) geeft aan dat bezoekers van Blaricum bijdragen aan de lokale economie. Bijna één op de vijf (17%) heeft hier geen uitgesproken mening over.

*Let op: het percentage weet niet/geen mening is niet opgenomen in deze tabel



10

Resultaten

In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen? Door toerisme zie ik:

	N*	(Helemaal) eens	Neutraal	(Helemaal) oneens
dat het te druk wordt in Blaricum	333	37%	27%	37%
dat de kwaliteit van de openbare ruimte achteruitgaat (bijv. door zwerfafval)	334	53%	16%	31%
dat er schade optreedt aan natuur of erfgoed	329	49%	22%	29%
dat er problemen zijn met mobiliteit (parkeerdruk, files, etc.)	333	58%	17%	24%
dat het dorpse en kleinschalige karakter van Blaricum gevaar loopt	334	45%	17%	38%

Zes op de tien (58%) respondenten vinden dat er door toerisme problemen zijn met mobiliteit zoals parkeerdruk en files. De helft vindt dat door toerisme de kwaliteit van de openbare ruimte achteruitgaat (door bijv. zwerfafval) (53%) en dat er schade optreedt aan natuur of erfgoed (49%).

Bijna de helft (45%) vindt dat het dorpse en kleinschalige karakter van Blaricum door toerisme gevaar loopt. Vier op de tien (38%) is het hier niet mee eens.

Bijna vier op de tien (37%) vindt dat het door toerisme te druk wordt in Blaricum, een even groot deel is het hier niet mee eens. Bijna drie op de tien (27%) oordeelt hier neutraal over.

*Let op: het percentage weet niet/geen mening is niet opgenomen in deze tabel



11

Resultaten

In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

	N*	(Helemaal) eens	Neutraal	(Helemaal) oneens
De voordelen van toerisme wegen op tegen de nadelen van toerisme	329	42%	26%	32%
Een groei van het toerisme zal leiden tot wrijving tussen inwoners en toeristen	328	37%	22%	41%
Ik vind dat toerisme actief aangemoedigd mag worden in Blaricum	333	41%	19%	40%
Toeristische ontwikkelingen verbeteren de leefbaarheid in Blaricum	332	37%	25%	38%
Ik heb er vertrouwen in dat de gemeente toerisme zal sturen op een schaal die past bij onze gemeenschap	328	59%	18%	23%
Ik vind het belangrijk dat ik een stem heb in beslissingen rondom toeristische en recreatieve ontwikkeling in Blaricum	335	84%	13%	3%

Ruim acht op de tien (84%) vindt het belangrijk om een stem te hebben in beslissingen rondom toeristische en recreatieve ontwikkeling in Blaricum. Zes op de tien (59%) heeft er vertrouwen in dat de gemeente toerisme zal sturen op een schaal die past bij de gemeenschap.

Vier op de tien vindt de voordelen van toerisme opwegen tegen de nadelen (42%) en vindt dat toerisme actief aangemoedigd mag worden in Blaricum (41%). Een even groot deel (40%) is het hier mee oneens.

Bijna vier op de tien (37%) vindt dat een groei van het toerisme zal leiden tot wrijving tussen inwoners en toeristen, vier op de tien (41%) is het hier mee oneens.

Ook vindt bijna vier op de tien (37%) dat toeristische ontwikkelingen de leefbaarheid in Blaricum verbeteren, een even groot deel (38%) is het hier mee oneens.

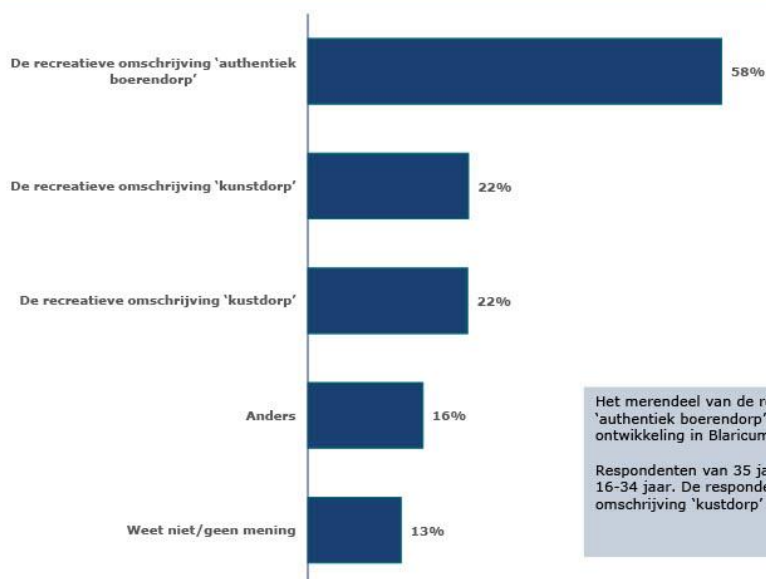
*Let op: het percentage weet niet/geen mening is niet opgenomen in deze tabel



12

Resultaten

Welk van de onderstaande omschrijvingen vindt u passend en geschikt voor verdere uitwerking en ontwikkeling in Blaricum? (N=336)

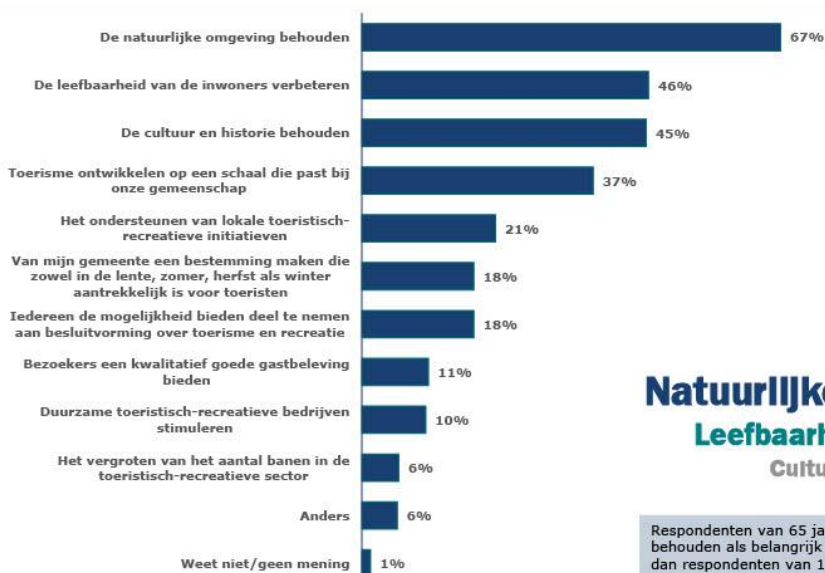


Het merendeel van de respondenten (58%) vindt de recreatieve omschrijving 'authentiek boerendorp' passend en geschikt voor verdere uitwerking en ontwikkeling in Blaricum.

Respondenten van 35 jaar en ouder noemen dit vaker dan respondenten van 16-34 jaar. De respondenten van 16-34 jaar noemen vaker de recreatieve omschrijving 'kustdorp' dan de respondenten van 35 jaar en ouder.

Resultaten

Welke thema's/onderwerpen zijn voor u belangrijk op het gebied van toerisme en recreatie? (N=336)



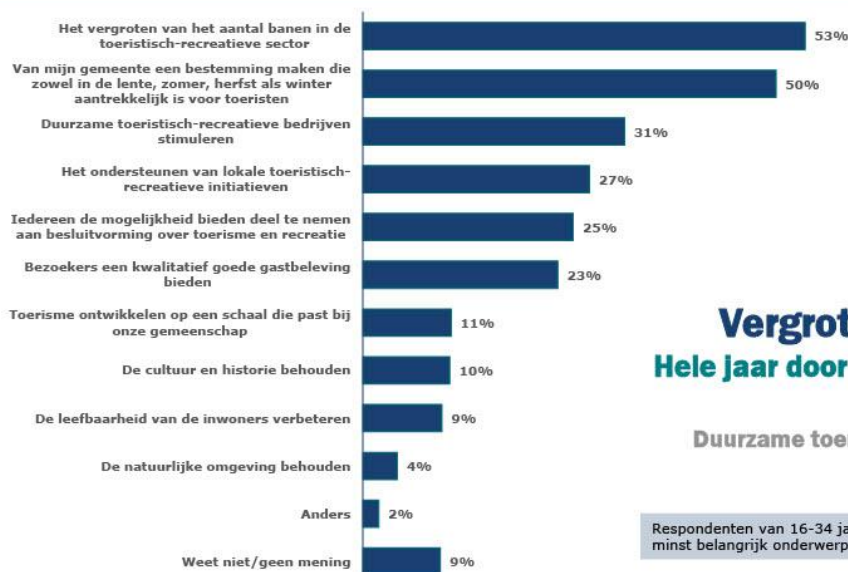
TOP 3

Natuurlijke omgeving behouden
Leefbaarheid inwoners verbeteren
Cultuur en historie behouden

Respondenten van 65 jaar en ouder noemen vaker cultuur en historie behouden als belangrijk onderwerp op het gebied van toerisme en recreatie dan respondenten van 16-64 jaar.

Resultaten

Welke thema's/onderwerpen zijn voor u het minst belangrijk op het gebied van toerisme en recreatie? (N=336)



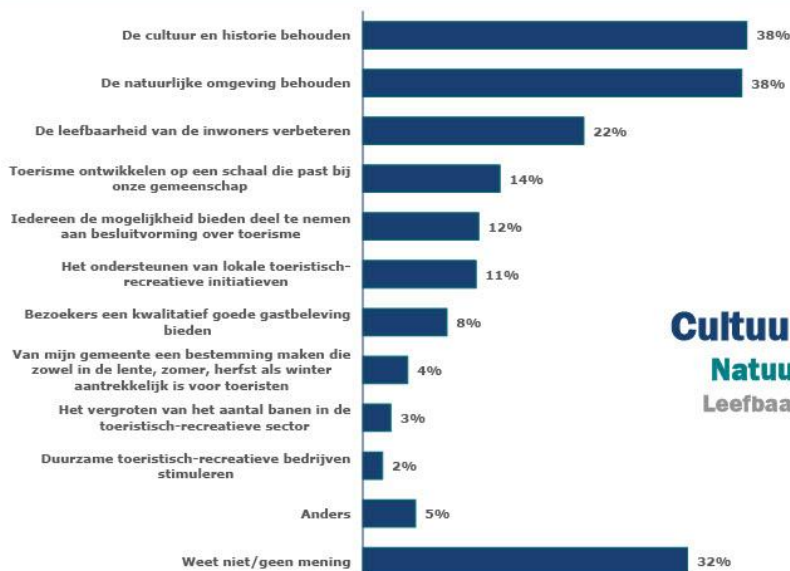
TOP 3

Vergroten aantal banen
Hele jaar door aantrekkelijk maken voor toeristen
Duurzame toeristisch-recreatieve bedrijven stimuleren

Respondenten van 16-34 jaar noemen vaker cultuur en historie bewaren als minst belangrijk onderwerp dan respondenten van 35 jaar en ouder.

Resultaten

Selecteer maximaal 3 thema's/onderwerpen waarvan u vindt dat deze op dit moment goed tot uitvoering worden gebracht door de gemeente: (N=336)

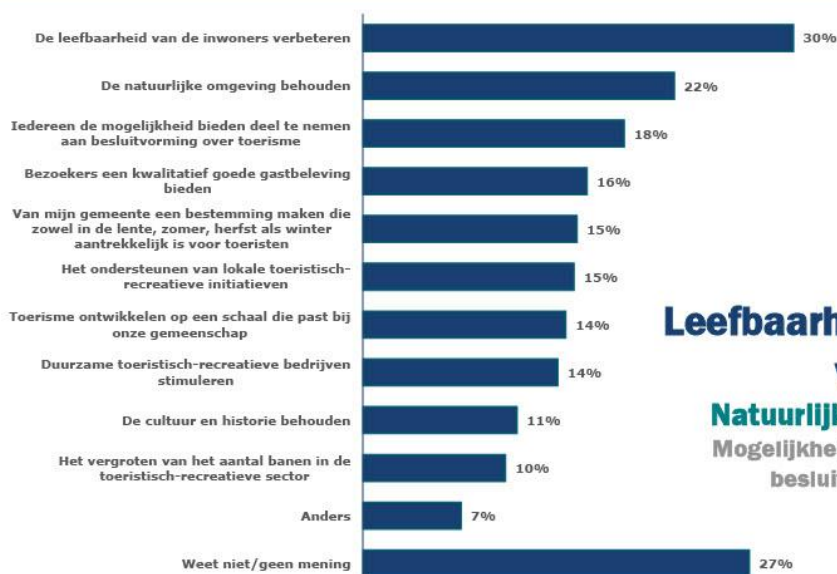


TOP 3

Cultuur en historie behouden
Natuurlijke omgeving behouden
Leefbaarheid van de inwoners verbeteren

Resultaten

Selecteer maximaal 3 thema's/onderwerpen waarvan u vindt dat deze op dit moment nog niet voldoende tot uitvoering worden gebracht door de gemeente. (N=336)



TOP 3

Leefbaarheid van de Inwoners verbeteren

Natuurlijke omgeving behouden

Mogelijkheid bieden deel te nemen aan besluitvorming over toerisme

Research 2Evolve

postadres Postbus 918
1200 AX Hilversum

bezoekadres Tesselschadelaan 15A
1217 LG Hilversum

telefoon 035 623 27 89
e-mail info@research2evolve.nl
website www.research2evolve.nl