

Toeristisch Platform Edam-Volendam-Zeevang

Opzet, Financiering en Actie

19-03-2020 | 's Hertogenbosch

S20026

Offerte ZKA-Strategy

zka

LEISURE
STRATEGY

1. Inleiding

Op 9 oktober 2019 heeft Wouter de Waal van ZKA-Strategy een zaal vol geïnteresseerde Volendammers toegesproken over de wijze waarop Texel met toerisme omgaat. Samen met ondernemers, raadsleden en andere geïnteresseerden is vervolgens intensief ingegaan op de toeristische toekomst van Volendam. En één ding bleek helder en duidelijk voor (bijna) alle aanwezigen: het is tijd om in Gemeente Edam-Volendam werk te maken van toerisme! Want ondanks landelijke groei en een 'booming' toeristische industrie op een half uurtje rijden, lijkt de groei te stagneren. Bovendien brengt toerisme de inwoners niet alleen economische voorspoed, maar ook overlast, aantasting van de identiteit en verrommeling van de leefomgeving.

Gelukkig heeft men tussentijds niet stil gezeten. Er is een groep samengesteld die sinds oktober aan de gang is gegaan. Gezamenlijk hebben zij een 'A-4tje' opgesteld over de manier waarop het nieuw te vormen Toeristisch Platform aan de bak gaat. Dit is niet alleen positief ontvangen door de Wethouder, ook de Gemeenteraad heeft zich ingezet. Op 7 november is een motie aangenomen die het Toeristisch Platform ondersteunt en middelen vrijmaakt voor de verdere uitvoering.

Nu rijst de vraag 'wat' en 'hoe'. Hoe gaan we ons organiseren? Hoe gaan we geld bijeenbrengen om in actie te komen? Hoe gaan we om met de drie verschillende kernen? Maar ook wat komt er voor kijken om een toeristisch aanbod te realiseren waar straks onze kleinkinderen trots op zijn. In deze offerte doet ZKA-Strategy een voorstel voor een gedegen aanpak in Volendam.



2. Waarom ZKA-Strategy?

ZKA-Strategy is hét adviesbureau als het gaat om strategische keuzes rond gebiedsontwikkeling. Dat klinkt natuurlijk mooi, maar het blijkt ook uit de lijst van opdrachten die wij momenteel realiseren of kort geleden hebben afgerond, en relevant zijn voor de plannen in Volendam-Edam:

- Gebiedsperspectief Kinderdijk
- Toeristische visie en actieprogramma Zaanstad
- Perspectief Bestemming Drenthe 2030
- Steenwijkerland - Giethoorn
- Kustvisie Zeeland met gebiedsgerichte uitvoering op diverse A-locaties
- Gebiedsvisie Loosdrechts Plassengebied
- Aanpak Seinpost in recreatieve winkelgebieden

Bij al deze projecten heeft ZKA-Strategy voor een daadwerkelijke verandering gezorgd. Het is dus niet bij papieren tijgers gebleven, maar heeft tot politieke besluiten, investeringen, en realistische programma's geleid.

Het voordeel van ZKA-Strategy is dat wij, door samenwerking met ons zusterbedrijf Seinpost, verschillende disciplines in huis hebben: kennis en expertise rond winkel- en centrumontwikkelingen, praktijkervaring bij realisatie van een BIZ, bedrijfskundige specialisten, kwantitatieve kennis van de vrijetijdsmarkt en vergelijkbare gebieden (Giethoorn, Kinderdijk), kennis rond gebiedsontwikkeling via 'Ecosysteem-gedachte', bestuurlijke specialisten en destiniemaking kennis.



3. Uitgangspunten

Onze aanpak kent een aantal uitgangspunten:

- 1. Denken en Doen:** We werken niet met dikke rapporten, maar met heldere overzichten van concrete acties. De focus is de uitvoering in de praktijk. We gaan aan de slag, maar denken gelijk op tal van vlakken intensief door over de te maken keuzes. Dus gaan we eerst goed nadenken over een slimme organisatie en de financiering daarvan.
- 2. Verder met 'Op weg naar meer kwaliteit'.** Lagroup heeft een volwaardige visie op Volendam ontwikkeld. Dit is de basis van het vervolg. Wel kijken we waar aanvullingen relevant zijn. Sinds de realisatie in 2015 hebben namelijk tal van ontwikkelingen plaatsgevonden die deze visie kunnen versterken en/of aanscherpen. Denk aan de visie van Rli 'Waardevol toerisme' en 'Perspectief 2030' van het NBTC. Maar ook de belangrijke inzichten over spreiding van toerisme en het beleid in de MRA-regio.
- 3. Toerisme om de leefbaarheid te versterken:** wil het mooie toeristische product echt tot wasdom komen, dan is meer nodig dan omzet. Gezocht moet worden naar manieren om Volendam van de Volendammers, Edam van de Edammers en Zeevang van de Zeevangers te laten houden en toerisme een bijdrage te laten leveren aan het welzijn van alle bewoners.



4. Opzet

Om de vragen te beantwoorden splitsen we de opdracht in twee delen:

Opzet Organisatieontwikkeling van het Toeristisch Platform

Hier gaan we op zoek naar de best passende organisatie- en financieringsvorm van het Toeristisch Platform Edam-Volendam-Zeevang (TP). Bekeken wordt welke bestuursvorm het beste werkt, hoe samengewerkt wordt met andere organisaties, hoe de verschillende kernen vertegenwoordigd zijn, hoe bewoners worden betrokken, hoe besluiten worden genomen, et cetera.

Ook wordt bekeken welke financieringsvormen mogelijk zijn. Is een Bedrijven Investeringszone (BIZ) het meest passend of kiezen we voor een ledenstructuur als op Texel? Hoe worden de bijdragen per kern verzorgd en hoe draagt de gemeente bij aan het TP?

Opzet Propositions per kern

In onze ogen is de propositie meer dan alleen een leuke slogan of kreet. Het is het geheel aan kenmerken dat een rol speelt bij de ervaring van de bezoeker. Daarvoor splitsen we de propositie in drie onderdelen, waarbij we de Toeristische Visie Edam-Volendam betrekken:

- a) De Identiteit: wat zijn de kernwaarden het DNA en de meest relevante verhalen van de kern.
- b) De Marktontwikkeling: wat zijn de doelgroepen, welke marktontwikkelingen zijn relevant en wat is de huidige situatie?
- c) Het Product: wat 'koopt' de bezoeker eigenlijk? Hier onderscheiden we 'De Omgeving', 'Het leisure- en verblijfsaanbod' en 'De Organisatie'.



5. Aanpak

Hoe gaan we dit alles realiseren¹?

Stap 1: Startgesprek met het huidige Toeristisch Platform

We bespreken de aanpak en het te volgen traject. Maar daarna duiken we snel de diepte in. We inventariseren de partijen die van belang zijn, de eerste ideeën over bepaalde keuzes rond samenwerking en financiering, zaken die extra aandacht vergen en items die buiten onze scope kunnen blijven.

Het resultaat is helderheid over de aanpak en verdere verdieping van de lokale situatie in de gehele gemeente.

Stap 2: Scenario's Organisatieontwikkeling van het Toeristisch Platform

Op basis van het startgesprek, eigen kennis en ervaring en gesprekken met (circa drie) toonaangevend succesvolle platforms in Nederland, formuleren we een aantal scenario's voor het Toeristisch Platform. Daarin verwerken we zaken als doelstellingen, rechtsvorm, type leden, betrokken lokale organisaties en bewoners, bestuurlijke organisatie, wijze van besluitvorming, uitvoering en financiering en regionale samenwerkingspartners.

De scenario's bespreken we vervolgens met relevante partijen in de gemeente (Wethouder, het bestuur en enkele lokale ondernemers (3-5). Op basis van de feedback stellen we het beste scenario voor (al dan niet op detail aangepast). Vervolgens formuleren we de te zetten stappen om dit scenario ook daadwerkelijk te realiseren.

Het resultaat is een concrete en heldere beschrijving van de opzet, financiering, uitvoering en actiepunten van het Toeristisch Platform Edam-Volendam-Zeevang.



Stap 3: Propositie

De propositie van een gebied is meer dan een leuke kreet of slogan. In onze ogen bestaat de propositie uit drie onderdelen; de **Identiteit**: (de kernwaarden en het DNA van de kern), de **Marktontwikkeling** (doelgroepen, marktontwikkelingen de huidige situatie in de kern) en het **Product** (kenmerken van de omgeving, het leisure- en verblijfsaanbod en de organisatie rondom toerisme in de kern).

Per kern (Volendam, Edam en Zeevang) duiken we de inhoud in. We doen geen extra onderzoek en de huidige toeristische visie vormt de basis. Wel gaan we dieper actiegericht en concreter in op de situatie per kern. Dus we bespreken de situatie en gaan ook op zoek naar het laaghangende fruit dat morgen geplukt kan worden.

Dat doen we met een selectieve groep goed ingevoerde betrokkenen die verder kunnen kijken dan hun eigen belang. Tijdens een intensief gesprek van c.a. 3 uur per kern (dus drie gesprekken) pellen we de onderdelen van propositie af en kiezen we actiepunten die bijdragen aan het versterken van de propositie. De drie sessies worden op één dag georganiseerd (ochtend-, middag- en avondgedeelte). De organisatie en uitnodiging wordt door het TP zelf verzorgd.

Het resultaat is ca drie A-4'tjes per kern met de uitgewerkte elementen van de propositie en de actiepunten per kern.



Stap 4: Procesbeschrijving

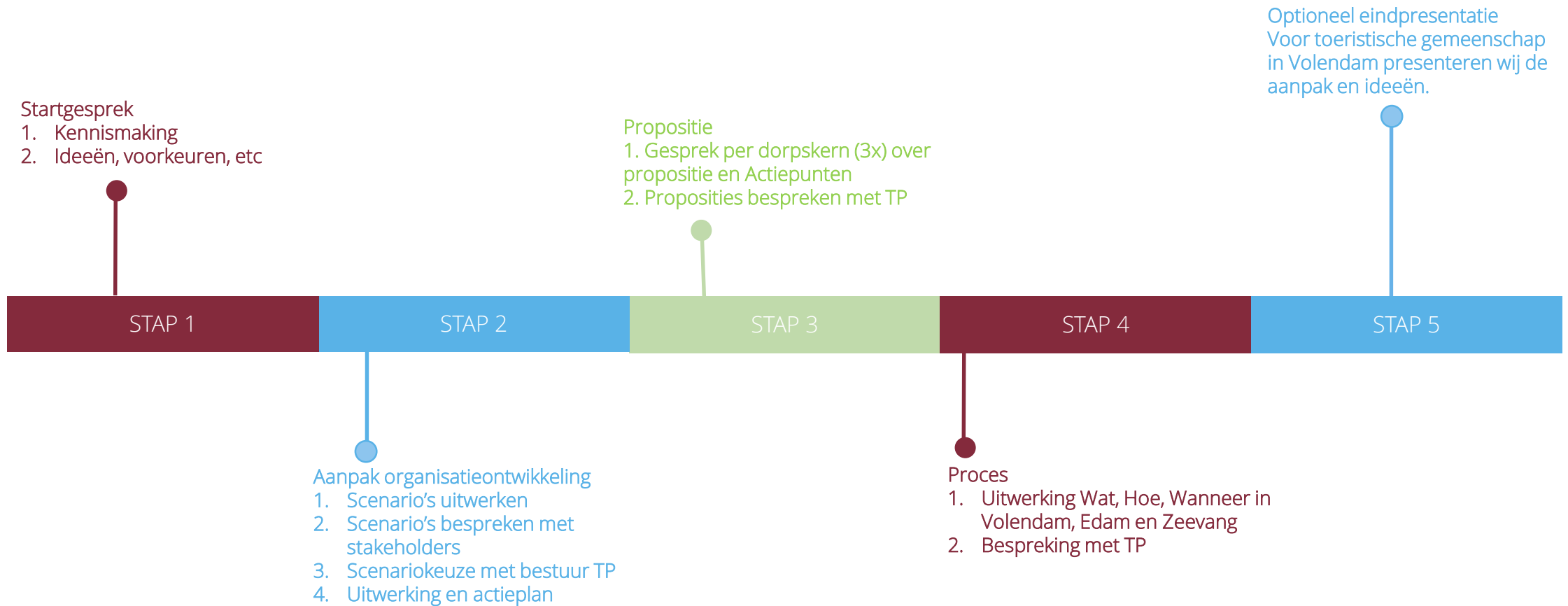
Wij maken een heldere uitwerking van het proces waardoor het toeristisch product zich duurzaam kan ontwikkelen en wat leidt tot stappen die daadwerkelijk het verschil gaan maken. De relevante issues die uit de voorgaande stap naar voren zijn gekomen, werken we uit tot concrete processen. Dus als het aangezicht van de haven verbeterd moet worden of de parkeersituatie benut moet worden om de toestroom te reguleren, zetten we hiervoor de concrete stappen op een rij, met inspirerende voorbeelden, suggesties en kansen. We geven de uit te voeren acties weer, inclusief bijbehorende actoren en een indicatie van de tijdsplanning. In het projectteam is kennis van ons zusterbedrijf Seinpost (www.seinpost.nl, gespecialiseerd vitale binnensteden, detailhandel, et cetera) aanwezig, waardoor ook de detailhandelsfunctie wordt betrokken, die zeker in Volendam van wezenlijk belang is. In deze stap betrekken we onze kennis rond eerdere projecten over gebiedsontwikkeling, stedelijke vernieuwing, ervaring met Giethoorn, Kinderdijk en Zaanstad.

Stap 5: Eindpresentatie

Indien gewenst verzorgen we een presentatie voor de sector in de Gemeente om alle betrokkenen mee te nemen in de voorgestelde aanpak. ZKA-Strategy verzorgt de presentatie, het TP organiseert de bijeenkomst (datum, uitnodiging en locatie).



6. Onze aanpak in het kort



7. Resultaat

We denken met jullie mee, discussiëren en helpen met de gedachtevorming, zodat jullie ook door de gesprekken echt verder komen. Als (fysiek) resultaat leveren we de volgende onderdelen op:

1. Advies en actieprogramma voor de realisatie en financiering van het TP

We maken een kort en bondig document, in lay-out vergelijkbaar met deze offerte, over de meest effectieve en meest gedragen opzet van het Toeristisch Platform. Wie doet wat, op welke manier en hoe gaan we het financieren. Dit wordt aangevuld met een overzichtelijk actieprogramma, waarmee partijen gelijk aan de gang kunnen.

2. Drie proposities

Per kern geven we aan hoe het beste kan worden omgegaan met drie onderdelen: De Identiteit, De Marktontwikkeling en Het Product. Ook hier voegen we een actielijst toe. Hierin komen eveneens de verschillende acties uit het Deelprogramma Toerisme aan bod.

3. Procesaanpak

Een heldere tijdlijn richting een vernieuwd toeristisch product in Volendam, aangevuld met acties en betrokken partijen.

4. Presentatie voor de sector

Wij presenteren op een avond de ideeën en voorgestelde aanpak.



8. Doorlooptijd en kosten

De doorlooptijd bedraagt 2-3 maanden.

We komen tot de volgende kostenverdeling:

- Startfase	1.900
- Organisatiefase	9.750
- Propositie:	9.800
- Uitwerking	4.300

De kosten bedragen € 25.750- excl. btw.

De eindpresentatie bieden wij als optie aan voor 1.500 euro.

Facturering vindt plaats in twee termijnen: 60% bij aanvang en 40% bij oplevering concepteindrapport. In de prijs zijn begrepen:

- Alle reis- en andere onkosten;
- De in de offerte genoemde sessies, daarnaast is er uiteraard regelmatig telefonisch/e-mailcontact;
- Exclusief eventuele organisatie van de eindpresentatie (de uitnodigingen, zaalruimte, catering e.d.);
- Bondige en wervende rapportage (qua stijl vergelijkbaar met deze offerte) incl. bijlagen.



9. Projectteam



Wouter de Waal

Wouter is projectleider voor deze opdracht en tevens uw directe aanspreekpunt. Wouter is een creatieve, deskundige enthousiasteling met ruim 25 jaar ervaring binnen de vrijetijdsector. Behalve strategie en visieontwikkeling is zijn focus gericht op de bezoeker, van product- en conceptontwikkeling tot marketing en communicatie.



Merlijn Pietersma

Merlijn is een ervaren strateeg inhoudelijk betrokken. Hij heeft gewerkt in tal van vergelijkbare regio's heeft. Hij helpt organisaties en toeristische regio's richting en vaart te geven. Doet dit vanuit bedrijfskundige achtergrond. Is geworteld in de recreatie- en toerismepraktijk. Heeft general management achtergrond. Communiceert soepel met mensen van alle niveaus. Stelt vragen en komt daarmee tot de kern. Reikt nieuwe praktische inzichten én richtingen aan.



Sanne Westerink

Sanne zowel inhoudelijk als uitvoerend betrokken. Zij is van nature een sociaal persoon en weet makkelijk verbindingen te leggen. Ze heeft veel ervaring met toeristische visies en weet iedere opdracht weer op een creatieve manier te benaderen. Sanne was eerder betrokken bij het Gebiedsperspectief Kinderdijk 2030 en de visie voor Zaanstad. Sanne brengt daarnaast ook kennis van zusterbedrijf Seinpost mee (detailhandel, BIZ, etc.).

ZKA Strategy
Brugstraat 1A
5211 VS 's-Hertogenbosch

088 - 210 02 50
info@zka.nl
www.zka.nl

Wouter de Waal
Merlijn Pietersma
Sanne Westerink

