



**Gemeente
Haarlem**



Naar een toekomstbestendige toeristische koers 2021-2025

**Herstel vitaliteit met behoud van
leefbaarheid**

29 maart 2021

Afdeling ECDW, Team Economie & Toerisme

Inge van Gansewinkel en Anne Marie Dees

Inhoudsopgave

1. Naar een toekomst-bestendige toeristische koers	6
1.1 Aanleiding: vitaliteit en leefbaarheid in binnenstad onder druk	6
1.2 Definitie: toerisme en bezoekers	7
1.3 Gewenste situatie: vitale en leefbare binnenstad voor bewoners en bezoekers	7
1.4 Onderzoeksvragen	8
1.5 Samenvatting	8
 2. Huidige situatie toerisme	 11
2.1 Huidige omvang en verwachte groei toerisme	11
2.1.1 Dag- en verblijfstoerisme is laatste jaren toegenomen	11
2.1.2 Omvang verwachte groei toerisme Haarlem onbekend	12
2.2 Wat voor bezoekers trekt Haarlem?	12
2.3 Basis toeristisch aanbod op orde	14
2.4 Positief en herkenbaar imago	16
2.5 Geen duidelijke en onderscheidende toeristische profilering	17
2.6 Trends en ontwikkelingen	19
2.7 SWOT-analyse toeristisch Haarlem	21
 3. Groei toerisme als knelpunt voor leefbaarheid?	 23
3.1 Mening inwoners over toerisme en leefbaarheid	23
3.1.1 Toerisme heeft effect op leefbaarheid	23
3.1.2 Toerisme heeft invloed op sfeer, verkeersproblemen, afval en prijzen	23

3.1.3	Binnenstadsbewoners ervaren vaker overlast dan andere inwoners	24
3.1.4	Vooraf toeristen in groepsverband en toeristen op de fiets veroorzaken hinder	24
3.2	Overlast in perspectief geplaatst	26
3.2.1	Drukke komt vooral door Haarlemmers en bezoekers uit verzorgingsgebied	26
3.2.2	Cijfers geven soms ander beeld	26
3.2.3	Overlast en veranderingen komen niet alleen door bezoekers	26
3.2.4	Het angstbeeld van overtoerisme beïnvloedt de publieke opinie	26
3.2.5	Drukke op bepaalde momenten op bepaalde plekken	26
3.2.6	Beperkt aantal overlastmeldingen particuliere vakantieverhuur	26
4.	Groei toerisme als kans voor vitale binnenstad	29
4.1	Bestedingen in Haarlem door bezoekers	29
4.2	Bijdrage instandhouding voorzieningenniveau	29
4.3	Goed voor de werkgelegenheid	30
4.4	Levendigheid en trotse inwoners	31
4.5	Inkomsten uit toeristenbelasting en parkeerbatens	31
5.	Visie en ontwikkelingen	33
5.1	Haarlem als vitale en leefbare stad	33
5.2	Ontwikkellijn 1 Groeien: inzetten op waardevolle bezoekers	33
5.3	Ontwikkellijn 2 Verbeteren: versterken kwalitatief (toeristisch) aanbod	35
5.4	Ontwikkellijn 3 Managen: sturen met concrete maatregelen	36
5.5	Organisatie uitwerking ontwikkelingen	38

6 Eerste doorkijkje acties **41**

Bijlage 1	Deelnemers participatie	42
Bijlage 2	Input externe werksessie	44
Bijlage 3	Maatregelen sturing toerisme en leefbaarheid	46
Bijlage 4	Doelgroepen en leefstijlen	47
Bijlage 5	Bronnen	48



1. Naar een toekomst-bestendige toeristische koers

1.1 Aanleiding: vitaliteit en leefbaarheid in binnenstad onder druk

Haarlem is een mooie stad en heeft een grote aantrekkingskracht op bewoners, bedrijven en bezoekers. Er zijn veel gebruikers van de stad. Dat heeft gezorgd voor veel levendigheid en dynamiek. Maar door de toenemende belangstelling werd de afgelopen jaren het beslag op de ruimte groter en werd het drukker in de stad. Voor Covid-19 was toerisme wereldwijd een groeisector. Ook voor Nederland werd een grote groei in het aantal bezoekers verwacht met een stijging van het aantal buitenlandse bezoekers van 18 naar 29 miljoen bezoekers en binnenlandse bezoekers van 24 naar 31 miljoen in 2030 (NBTC, Perspectief 2030). De grootste groei was voorzien voor Amsterdam en voor de kust. Tot begin 2020 was op steeds meer plekken op de wereld sprake van overtoerisme, zowel in kwetsbare natuurgebieden als ook in veel Europese steden als Venetië, Barcelona, Dubrovnik, Londen en Amsterdam.

Over het begrip overtoerisme: “Nu het aantal toeristen toeneemt, moet het toerisme op een duurzame manier ontwikkeld en gemanaged worden voor zowel bezoekers als de lokale gemeenschap. Dit is de sleutel als het gaat om wat wordt bestempeld als ‘overtoerisme’. Toerisme is een kans voor de gemeenschap en haar bewoners om te delen in de voordelen van toerisme, en daarom moet de relatie tussen de sector en de gemeenschap worden versterkt. Dit kan worden bereikt door het betrekken van de gemeenschap, het managen van drukte, het verminderen van de seizoensgebondenheid, het zorgvuldig plannen met respect voor de capaciteitsbeperkingen en specifieke eigenschappen van de bestemming en productdiversificatie. Daarom is de toeristische draagkracht van een bestemming, wat door de UNWTO gedefinieerd is als “het maximale aantal mensen dat tegelijkertijd een toeristische bestemming kan bezoeken, zonder schade te doen aan de fysieke, economische en sociaal-culturele omgeving en zonder een onaanvaardbare afname van de tevredenheid van bezoekers te veroorzaken” een belangrijke uitdaging voor toeristische ontwikkelaars en managers.”

(vertaald uit bron: Center of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality CELTH, 2019)

Over het begrip leefbaarheid:

Leefbaarheid is een subjectief begrip en gaat om de beleving van de woon- en leefomgeving. Het ministerie van VROM onderscheidt de volgende aspecten:

- Fysieke woonomgeving: o.a. woningen en voorzieningen
- Sociale omgeving: o.a. bewoners en hun interactie
- Bronnen van verstoring: o.a. overlast, veiligheid en criminaliteit

Het is in de afgelopen jaren duidelijk geworden dat toerisme invloed kan hebben op de leefbaarheid, vooral in de binnenstad. Daarom zijn in 2019/2020 diverse maatregelen getroffen om ongewenste situaties te voorkomen als de 30-dagenregeling voor particuliere vakantieverhuur (2019), de hotelaanvraagpauze tot 1 januari 2022 (2020) en de beleidsregels voor alternatief personenvervoer (2020).

Maar tegelijkertijd was ook voor Covid-19 al sprake van een andere ontwikkeling. Ondernemers in de binnenstad hadden moeite om het hoofd boven water te houden. Een groot deel van de week, met name doordeweeks, waren er weinig bezoekers of klanten.

De effecten van Covid-19 zijn groot voor Haarlem. De sectoren waar Haarlem bezoekers mee trekt, zijn precies ook de sectoren (horeca, detailhandel, cultuur, evenementen) die hard getroffen worden door de crisis. Het is nog onzeker hoe de bezoekersmarkt zich gaat ontwikkelen. Naast de te verwachten grote effecten voor individuele ondernemers en instellingen bij een langzaam herstel kan het ook betekenen dat Haarlem als aantrekkelijke stad voor bezoekers onder druk staat. De voorzichtige verwachting is dat er in de loop van 2021 een eerste herstel zal optreden (samenhangend met de ontwikkeling van het vaccin), maar dat in Nederland de terugkeer naar het aantal bezoekers van 2019 (inclusief internationaal bezoek) niet eerder dan in 2024 aan de orde is.

Hoewel onduidelijk op welk moment en hoe de bezoekerseconomie zich zal herstellen, kan deze onzekere periode worden benut om te bepalen hoe toerisme in de toekomst een waardevolle bijdrage kan leveren aan de stad en hoe we zoveel mogelijk grip kunnen krijgen op ongewenste situaties.

Gezien alle ontwikkelingen in en de populariteit van Haarlem is het goed om op het gebied van toerisme/bezoekers de balans op te maken. In het verleden heeft Haarlem zich gericht op het aantrekken van *meer* bezoekers. Nu vindt er een verschuiving

plaats naar het aantrekken van de gewenste bezoekers en naar het managen van bezoekersstromen.

Tot nu toe lag de focus qua toerisme vooral op de binnenstad van Haarlem. Door de coronacrisis is er meer aandacht voor de recreatieve mogelijkheden, ook in de regio. Dit biedt kansen voor Haarlem, maar kan op den duur ook leiden tot nieuwe vormen van drukte en overlast in de regio, bijvoorbeeld voor natuurgebieden of op het strand. Op dit moment is nog onbekend of hier sprake is van een tijdelijke situatie of dat de herwaardering van de buitengebieden structureel van aard is. Omdat dit nog onzeker is ligt de focus qua leefbaarheid in deze koers op de (binnen)stad Haarlem.

Als de groei van het aantal bezoekers weer teruggaat naar de situatie voor Covid-19 en we treffen geen maatregelen om, zover mogelijk voor de gemeente, grip te krijgen op de groei van het toerisme dan kunnen ongewenste situaties ontstaan die invloed hebben op de leefbaarheid in (de binnenstad van) Haarlem. En aan de andere kant, als we niet voldoende bezoekers trekken dan zal het aantal voorzieningen (zoals winkels en horeca) teruglopen, de leegstand toenemen en de stad minder levendig worden. Wat ook niet wenselijk is voor de bewoners. Tijd dus voor een koersbepaling waarbij het zoeken naar en het bewaken van een goede balans centraal staat!

1.2 Definitie: toerisme en bezoekers

Het CBS, NBTC en de gemeente Amsterdam hanteren gezamenlijk de volgende definitie van toerisme:

"De activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, voor niet langer dan een (aaneengesloten) jaar, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken, en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht".

Uit deze definitie en ook gevoelsmatig worden mensen uit het directe verzorgingsgebied van omliggende gemeenten niet als toeristen beschouwd. In de onderzoeken waar we aan refereren (o.a. in §2.1 en §2.2) worden echter alle niet-Haarlemmers betrokken, dus ook de bezoekers uit Heemstede of Bloemendaal. De beelden bij het woord toerist kunnen nogal uiteenlopen. Het beeld dat vaak bestaat is dat het bij toeristen alleen gaat over intercontinentale bezoekers of alleen om grote groepen, terwijl het ook gaat om een bezoeker uit de regio die naar Haarlem komt om te winkelen of naar een tentoonstelling te gaan. Daarom praten we in het vervolg liever over bezoekers aan de stad en zullen daarbij specifieke groepen benoemen.

Gemeente Haarlem | Toeristische Koers

Om enig referentiekader te hebben voor de herkomst en omvang van de verschillende bezoekersgroepen: de omzet in de binnenstad van Haarlem voor niet-dagelijkse detailhandel is voor 66% afkomstig is van mensen uit Haarlem en Zuid-Kennemerland, voor 26% uit Randstad-gemeenten (Utrecht en Noord- en Zuid-Holland) en voor 8% van daarbuiten (Bron: Detailhandelsvisie Zuid-Kennemerland).

De meeste bezoekers komen naar Haarlem vanuit de regio: mensen uit Zuid-Kennemerland, dagbezoekers uit Noord-Holland en internationale dagbezoekers die in Amsterdam verblijven. Van de verblijfsbezoekers is ongeveer 50% Nederlands. Qua internationale bezoekers betreft het vooral bezoekers uit Duitsland, België, Engeland en de Verenigde Staten; tijdens Covid-19 kwamen alleen bezoekers uit de buurlanden nog mondigesmaat naar Haarlem. Ongeveer 20% van de internationale bezoekers heeft een zakelijk motief. Haarlem kent relatief weinig groepsbezoekers.

1.3 Gewenste situatie: vitale en leefbare binnenstad voor bewoners en bezoekers

Het hoogwaardige voorzieningenniveau is een belangrijke reden waarom mensen in Haarlem willen wonen. Het is belangrijk dat het aantal voorzieningen, en daarmee ook het aantal banen, op peil blijft. Zo behouden we een vitale binnenstad. Bestedingen van bezoekers leveren hier een bijdrage aan.

Aan de andere kant willen we dat Haarlem een aantrekkelijke en leefbare stad blijft voor bewoners. Dit betekent dat we negatieve aspecten van toeristische groei zoveel mogelijk aan de voorkant willen kunnen overzien en daarop maatregelen kunnen inrichten. Toerisme mag in de toekomst niet het beeld van Haarlem gaan bepalen. Het toeristisch product kan gezien worden als een ecosysteem: er moet evenwicht zijn tussen vitaliteit en leefbaarheid. In deze koers is gebruik gemaakt van de inzichten uit het rapport Waardevol Toerisme. In dit advies constateert de Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli) dat een perspectiefwisseling nodig is in het toerismebeleid. Overheden richten zich nu nog te eenzijdig op economisch profijt van toerisme, terwijl er ook oog moet zijn voor de toenemende kansen en de negatieve gevolgen voor leefomgeving en samenleving. Om de verwachte toename van bezoekers in goede banen te leiden en te voorkomen dat toerisme ons overkomt, pleit de raad voor toekomstgericht sturen op toerisme door overheden in álle gebieden van Nederland.

Haarlem geeft met deze Toeristische Koers invulling aan het toekomstgericht sturen en werkt daarin samen met ondernemers, organisaties in Haarlem en met organisaties en overheden in de Metropoolregio Amsterdam. De Toeristische Koers is ook het kader voor subsidieverlening aan Haarlem Marketing.

1.4 Onderzoeksvragen

Deelvragen

In deze inventarisatie en visie wordt antwoord gegeven op onderstaande deelvragen.

Hoofdstuk 2: Huidige situatie toerisme en ontwikkelingen:

- Wat is het (toeristisch) aanbod van Haarlem?
- Wat is het imago van Haarlem?
- Hoe profileert de stad zich?
- Wat is de huidige omvang van het toerisme en wat is de verwachte groei?
- Wat voor bezoekers trekt Haarlem?
- Wat zijn de trends en ontwikkelingen ten aanzien van toerisme?

Hoofdstuk 3:

- Hoe kijken bewoners aan tegen toerisme in Haarlem?
- Wat zijn knelpunten die worden gesignaleerd?
- In hoeverre zijn de knelpunten te relateren aan toerisme?

Hoofdstuk 4:

- Welke kansen biedt het toerisme voor het behoud van een vitale binnenstad?
- Wat is de meerwaarde van bezoekers voor detailhandel, horeca en cultuur?

Hoofdstuk 5:

- Welke strategieën kan de gemeente toepassen om (de effecten van) de groei van het toerisme te beïnvloeden?
- Wat zijn mogelijke ontwikkelingen?

Kernvraag

Toerisme kan enerzijds tot *problemen/overlast* leiden op de momenten dat het al (te) druk is. Anderzijds kan toerisme een *oplossing* bieden voor de momenten dat het (te) rustig is in Haarlem en daarmee tot het in stand houden van voorzieningen en banen. Er moet een goede balans gevonden worden tussen de belangen van bewoners, bedrijven en bezoekers, om ook in de toekomst een aantrekkelijke stad te blijven.

De kernvraag luidt derhalve: "*Met welke maatregelen kan de gemeente zorgen dat (1) het toerisme zo wordt gestuurd dat Haarlem een aantrekkelijke en leefbare stad blijft en (2) het toerisme bijdraagt aan een vitale binnenstad?*"

Omdat de aandacht voor de relatie tussen toerisme en leefbaarheid relatief nieuw is, geldt dat er nog niet veel ervaring mee is in Nederland. Het zal de komende jaren een proces van leren en pionieren zijn om effectief met dit relatief nieuwe vraagstuk om te gaan. We blijven goed aangehaakt op kennis die daarover wordt vergaard op nationaal en op het niveau van de Metropoolregio Amsterdam.

Samengesteld product

Toerisme is een aandachtsgebied dat raakt aan vele (gemeentelijke) beleidsopgaven en vraagt daarom om een integrale aanpak. Denk aan evenementen, hotels en andere verblijfsaccommodaties, horeca, bereikbaarheid, toeristisch vervoer, (fiets)parkeren, wonen, afval, duurzaamheid, varen, cultuur, detailhandel, economie, veiligheid, handhaving en openbare ruimte.

1.5 Samenvatting

De basis van het toeristisch aanbod van Haarlem is goed op orde. We hebben een divers winkel-, horeca- en evenementenaanbod, we hebben enkele culturele trekkers, er zijn voldoende overnachtingsmogelijkheden, de stad heeft een prachtige historische binnenstad en bezoekers kunnen een rondvaart doen over het Spaarne. Daarbij is Haarlem gunstig gelegen tussen stad (Amsterdam) en duinen en strand (Zandvoort/ Bloemendaal). Het imago van Haarlem is positief en komt overeen met wat de stad te bieden heeft. Echter, het profiel van Haarlem is niet heel duidelijk en onderscheidend.

Het Nederlands dagbezoek aan Haarlem laat een fluctuatie zien in de periode 2017-2019: van 4.944.000 bezoeken in 2017 naar 5.689.000 in 2018 en 4.254.000 in 2019. Van de bezoeken is een groot deel toe te schrijven aan herhaalbezoekers, vermoedelijk vooral uit de direct omliggende gemeenten. Het aantal overnachtingen is van 2017 op 2018 gestegen met 16,2% (van 427.000 naar 496.000) en vervolgens in 2019 nog licht toegenomen tot 500.000 overnachtingen.

Ondertussen zien we dat bewoners ook de nadelen van toerisme benoemen. Uit bewonersonderzoek in 2019 komt naar voren dat tweederde van de binnenstadsbewoners soms tot regelmatig overlast ervaart. Vooral toeristen in

groepsverband vond men relatief vaak hinderlijk. Ook de drukte in het algemeen en toeristen die in/op de weg lopen zijn vaak genoemd.

Tegelijkertijd gaven (toeristische) ondernemers en culturele instellingen in de binnenstad aan dat het met name doordeweeks en in de dalmaanden te rustig is in de stad. Voor het behoud van kwalitatieve voorzieningen en bijbehorende banen, is het nodig dat er meer klandizie komt. Bezoekers vormen een belangrijke afzetmarkt, juist in de huidige tijd.

Om te komen tot concrete maatregelen om de vraagstukken rondom vitaliteit en leefbaarheid van de binnenstad aan te pakken, zijn ontwikkellijnen geformuleerd. Haarlem moet de zichtbaarheid vergroten onder de juiste doelgroepen, het (toeristisch) aanbod voor deze doelgroepen moet worden verbeterd, er moet meer aandacht komen voor bezoekersmanagement en problemen gerelateerd aan toerisme moeten worden aangepakt. De uitwerking hiervan zal de komende jaren met partijen in de stad plaatsvinden.



2. Huidige situatie toerisme

In dit hoofdstuk geven we een overzicht van de omvang van toerisme in Haarlem tot 2019, welke bezoekers de stad trekt, hetgeen Haarlem aan toeristen en bezoekers te bieden heeft, hoe de stad zich profileert en wat de trends en ontwikkelingen zijn. Dit resulteert in een SWOT-analyse voor toeristisch Haarlem.

2.1 Huidige omvang en verwachte groei toerisme

2.1.1 Dag- en verblijfstoerisme is laatste jaren toegenomen

In deze paragraaf wordt vanuit verschillende bronnen een beeld geschetst van de huidige omvang van het aantal bezoekers en de verwachte groei, opgedeeld per bezoekersgroep. Voor de Nederlandse dagbezoeker zijn de cijfers actueel. Voor internationale bezoekers, verblijfsbezoekers en zakelijke bezoekers geldt dat de meest recente cijfers voor Haarlem teruggaan naar 2014/2015. Hoewel verouderd zijn deze cijfers toch opgenomen, om in ieder geval een beeld van deze bezoekers te kunnen schetsen.

Binnen de gegevens over bezoekers kunnen de volgende bezoekersgroepen worden onderscheiden:

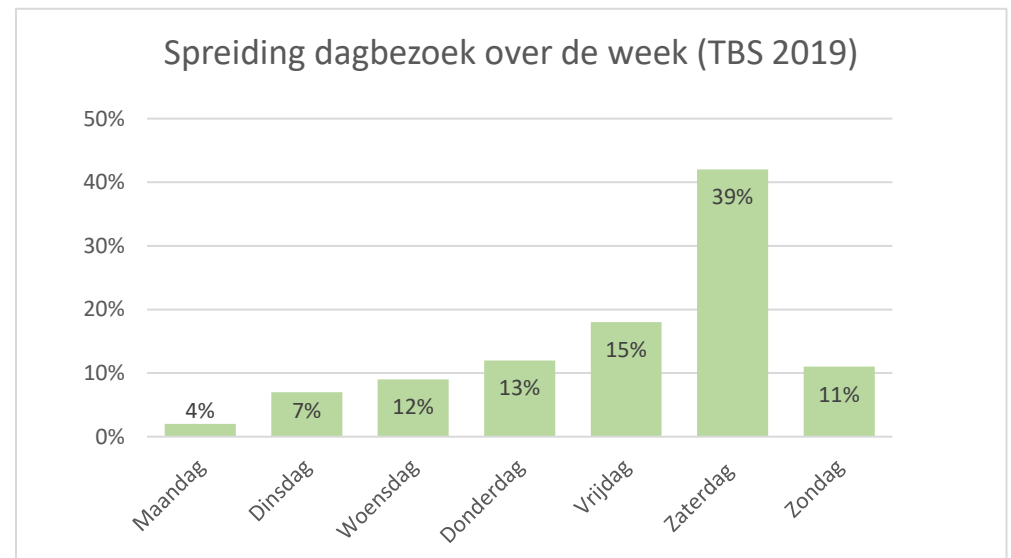
- Nederlandse dagbezoekers
- Internationale (dag)bezoekers
- Verblijfsbezoekers (nationaal/internationaal)
- Zakelijke bezoekers (nationaal/internationaal)

Gemiddeld aantal dagbezoeken door Nederlanders is hoog

Het aantal dagbezoekers en dagbezoeken wordt jaarlijks gemeten via het onderzoek Toeristisch Bezoek aan Steden van NBTC-NIPO. In 2019 kwamen 1,4 miljoen bezoekers naar Haarlem. Deze bezoekers kwamen gemiddeld 3,13 keer. Haarlem heeft geen afwijkende positie ten opzichte van andere middelgrote steden qua aantal bezoekers of bezoeken. In 2019 kwamen er minder bezoekers naar Haarlem dan in 2018 en de bezoekers kwamen ook minder regelmatig. Er is niet een duidelijke reden gevonden voor deze vermindering, anders dan dat 2018 een relatief lange zomer had en dat het jaar van Haarlem viert Cultuur was. Overigens hadden meer vergelijkbare steden te maken met een daling. Deze aantallen zijn inclusief de bezoekers vanuit de direct

omliggende gemeenten. Het aandeel daarvan in het totaal aantal bezoekers is vanuit dit onderzoek niet bekend. Wel is bekend dat zo'n 50% van de dagbezoekers afkomstig is uit de provincie Noord-Holland.

Qua spreiding over de week zien we dat de zaterdag verreweg de meest populaire dag is om Haarlem te bezoeken. Maar liefst 39% komt op die dag naar Haarlem, gevolgd door 15% op vrijdag. Dit betekent dat de andere dagen van de week relatief rustig zijn. Al zien we ten tijde van corona dat er een iets betere spreiding over de week is (afname bezoek doordeweeks is minder dan op de zaterdag). Dit is vaak een bewuste keuze om de drukte te vermijden, maar het is nu ook beter mogelijk vanwege het thuiswerken (bron: Locatus en INretail). De spreiding van Nederlandse dagbezoekers over het jaar is redelijk gelijkmatig.



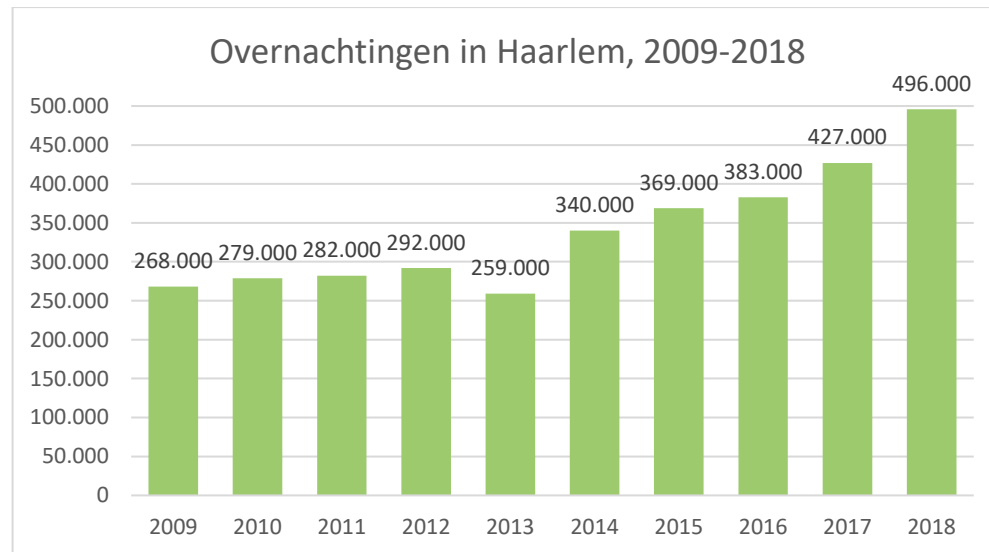
Aantal internationale (dag)bezoekers nam toe

Het meest recente onderzoek naar het aantal internationale bezoekers stamt uit 2014 (Inkomend Toerisme, NBTC). Toen kwamen 617.000 internationale bezoekers naar Haarlem, waarvan 18% voor zakelijke doeleinden. Aangezien landelijk het aantal internationale bezoekers in 2018 t.o.v. 2014 flink is gegroeid, met ca. 34% (Bron: Waardevol Toerisme 2019), is het aannemelijk dat het aantal in 2019 aanzienlijk hoger lag. In 2020 is het bezoekersaantal vanzelfsprekend heel laag vanwege Covid-19.

Duidelijke stijging aantal overnachtingen

Uit onderzoek in 2015 (Bezoekersprofiel Haarlem) blijkt dat Haarlem op dat moment

vooral een dagbestemming was voor bezoekers: slechts 18% van de bezoekers in Haarlem overnachtte ook in Haarlem. Het aantal overnachtingen in Haarlem was in 2018 496.000. Dit aantal is de afgelopen jaren sterk toegenomen. De opkomst van Airbnb heeft daar deels aan bijgedragen. Ten opzichte van 2009 was het aantal overnachtingen in Haarlem in 2018 met 86% toegenomen. De stijging van het aantal overnachtingen 2018 ten opzichte van 2017 was 16,6% (dat is in redelijke verhouding tot de groei van het aantal overnachtingen in de hele MRA). In 2019 waren er circa 500.000 overnachtingen in Haarlem en is de groei wat afgevlakt.



Bron: Gemeente Haarlem, vanaf 2012 Cocensus

Aangezien het aantal hotels de afgelopen jaren ook is toegenomen heeft Haarlem nog steeds te maken met een relatief lage bezettingsgraad van 69% in de hotels. Het landelijk gemiddelde ligt volgens Horwath op 77,7% (HOSTA, 2019).

Weinig zicht op zakelijke bezoek

Er zijn weinig cijfers bekend voor zakelijke bezoekers aan Haarlem. Uit het onderzoek Inkomend Toerisme uit 2014 bleek dat 18% van de bezoekers naar Haarlem kwam met een zakelijk motief en dat Haarlem relatief laag scoorde op het aandeel georganiseerde zakelijke bezoekers (10%). Uit de eerste cijfers van VisitorData (2019) blijkt dat bij de deelnemende hotels 18,9% van de bezoekers een zakelijke bezoeker betrof.

Voor internationale zakelijke bezoekers is op nationaal niveau geen toekomstverwachting bekend. De cijfers over de afgelopen jaren laten echter een duidelijke groei zien. In 2018 groeide het aantal zakenreizen naar ruim 4,7 miljoen. De meeste zakenreizigers kwamen uit het Verenigd Koninkrijk, U.S.A. en Duitsland (bron: CBS). Hetzelfde beeld geldt voor de Nederlandse zakelijke markt. In 2016 zijn door de Nederlandse beroepsbevolking zo'n 3,9 miljoen meerdaagse zakenreizen ondernomen in eigen land. Dit is een stijging van 4% ten opzichte van 2013. De meerdaagse binnenlandse zakenreizen zijn relatief van korte duur; 60% betreft maar één overnachting. De 3,9 miljoen zakenreizen zorgden in totaal voor circa 6,6 miljoen overnachtingen in 2016. Dit is een stijging van circa 17% ten opzichte van 2013.

2.1.2 Omvang verwachte groei toerisme Haarlem onbekend

Tot begin 2020 wees alles op een enorme verwachte groei aan bezoekers, van 44 miljoen bezoekers in Nederland in 2018 naar 60 miljoen in 2030. Vanzelfsprekend heeft Covid-19 alle bezoekcijfers onderuit gehaald. Op de Toerismetop van oktober 2020 werd gesproken over een mogelijk herstel waarbij we pas in 2024 terug zijn op het niveau van 2019.

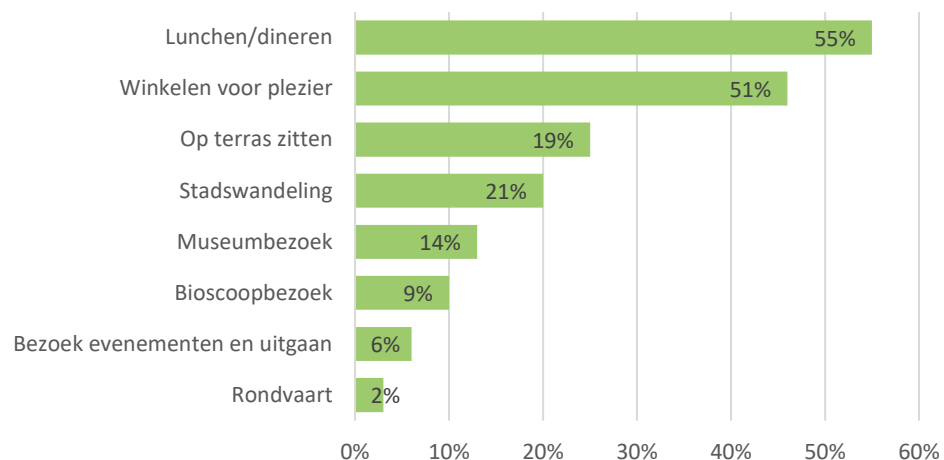
2.2 Wat voor bezoekers trekt Haarlem?

Profiel Nederlandse dagbezoeker

In het onderzoek Toeristisch Bezoek aan Steden (2019) staan uitgebreide gegevens over de bezoekers. De belangrijkste punten voor wat betreft het bezoekersprofiel van Haarlem zijn:

- 46% van de Nederlandse dagbezoekers komt uit de provincie Noord-Holland. Van de bezoekers komt 59% met partner en 20% met vrienden. 46% is ouder dan 50 jaar en 20% is jonger dan 29 jaar.
- De dagbezoeker uit Nederland besteedt per dag gemiddeld €56,30. Dat is iets hoger dan gemiddelde van €56,10 in onderzochte steden in Nederland. De bestedingen per dag zijn verdeeld over: €21,80 voor winkelen en €21,05 voor horeca.

De activiteiten die worden ondernomen door Nederlandse dagbezoekers in Haarlem:



Bron: NBTC-NIPO, 2019

Profiel internationale bezoekers

Voor internationale dagbezoekers zijn twee onderzoeken, hoewel inmiddels behoorlijk gedateerd, relevant:

1. Inkomend Toerisme – NBTC 2014: internationale bezoeker incl. zakelijk bezoek
2. Bezoekersprofiel Haarlem – Amsterdam Marketing 2016: nationale en internationale bezoekers excl. zakelijk bezoek.

Omdat deze onderzoeken een andere onderzoeksopzet kennen, zijn de cijfers niet te combineren of te vergelijken.

Inkomend toerisme 2014 in Haarlem

- 29% van alle internationale bezoekers verblijft in Amsterdam, 24% aan de kust, 47% in overig Nederland
- Herkomstlanden: 27% Duitsland, 13% UK, 4% België, 32% overig Europa, 24% intercontinentaal
- Gemiddelde besteding in Haarlem per dag: €146,00
- Reisgezelschap: 40% is twee volwassenen zonder kinderen, 24% is alleenreizend, 19% meerdere volwassenen zonder kinderen, 12% gezinnen met kinderen en 3% collega's)

Bezoekersprofiel Haarlem – Amsterdam Marketing 2016

- Van de internationale bezoekers aan Haarlem is 61% dagbezoeker en 39%

verblijfsbezoeker

- Bezoekers uit het buitenland zijn relatief vaak nieuwkomers (73%)
- Van de internationale nieuwkomers verblijft 41% in Amsterdam en 10% aan de kust
- Bezoekredenen internationale nieuwkomers: rondlopen in de stad (92%), museumbezoek (68%), uit eten (62%) en winkelen (45%)

Verblijfsbezoekers besteden meer

Verblijfsbezoekers zijn interessant voor Haarlem, omdat ze langer in de stad verblijven en daardoor meer uitgeven per bezoeker. Volgens het BOMA onderzoek was in 2015 18% van alle bezoekers aan Haarlem een verblijfsbezoeker. Uit het digitaal Nachregister van VisitorData blijkt dat over een jaar genomen (2019-2020, peildatum 10-03-2020) zo'n 50,6% afkomstig is uit Nederland, gevolgd door Duitsland (11,2%), Verenigd Koninkrijk (6,6%), België (4,4%), Verenigde Staten (3,5%) en Frankrijk (2,6%). Kanttekening bij deze data is dat nog niet alle hotels waren aangesloten en dat van 8,6% van de gasten de nationaliteit niet bekend is. Gemiddeld verbleef men 1,8 nachten.

Type bezoeker

Elke stad of bestemming heeft haar eigen DNA. Dit bepaalt in belangrijke mate de aantrekkelijkheid ervan voor bezoekers en bewoners. Verschillende groepen hebben verschillende bezoekpatronen qua activiteiten en bestemmingen. Bij voorkeur kan een stad die bezoekers aantrekken die qua leefstijl zo goed mogelijk passen bij die van de inwoners of bij specifieke doelstellingen. Met behulp van de Leefstijlvinder kunnen relevante doelgroepen bepaald worden.

Voor Haarlem totaal zijn de Plezierzoekers dominant (leefstijlwijzer). In het centrum, waar de meeste bezoekers komen, wonen juist Avontuurzoekers en Stijlzoekers. In de regio ten westen van Haarlem wonen vooral Stijlzoekers; in Amsterdam-Centrum de Avontuurzoekers. Voor internationale bezoekers geldt een ander segmentatiemodel. Uit onderzoek (Inkomend Toerisme 2014) blijkt dat Haarlem de grootste groep bezoekers (54%) trekt met het profiel 'Postmodern', een wat jongere bezoeker die vanuit een stedelijke omgeving komt en gericht is op cultuur. In bijlage 4 worden de profielen nader toegelicht

2.3 Basis toeristisch aanbod op orde

Haarlem heeft in de basis een kwalitatief hoogwaardig en divers aanbod aan winkels, horeca en cultuur, heeft een aantrekkelijke historische binnenstad en ligt in een prachtige omgeving. Deze combinatie zorgt ervoor dat Haarlem een 'complete stad' is om te bezoeken.

Voldoende hotelcapaciteit

Haarlem beschikt over 23 hotels en 1.071 kamers (2019). Daarnaast zijn er verschillende plannen voor nieuwe hotels. De Egelantier wordt verkocht en getransformeerd tot hotel (circa 80 kamers), de Koepel mag een hotel van 50-70 kamers gaan huisvesten, bij de Oostpoort beoogt de gemeente een congreshotel van circa 200 kamers en bij Haarlemmer Stroom heeft de ontwikkelaar plannen voor een hotel (aantal kamers onbekend). Daarnaast zijn er diverse kleinschalige ontwikkelingen. Naast hotels heeft Haarlem een aantal kleinere hotelappartementen, Bed & Breakfast accommodaties, vakantiehuizen en een groene stadscamping (De Liede).

Lage bezettingsgraad in Haarlemse hotels

De bezettingsgraad van de Haarlemse hotels ligt net onder de 70% (Bron: Dutch Hotel City Index 2018 en VisitorData). Dat is wat aan de lage kant. Er is dus qua hotelcapaciteit nog ruimte voor groei van toerisme. Op 30 januari 2020 is het nieuwe Hotelbeleid vastgesteld. Hierin is een hotelaanvraagpauze opgenomen, wat betekent dat de gemeente tot 1 januari 2022 geen nieuwe hotelinitiatieven meer faciliteert.

Meer dan duizend Airbnb-locaties

Wat betreft de particuliere vakantieverhuur is Airbnb verreweg het grootste platform dat actief is in Haarlem. In vergelijking met onderzochte gemeenten in de provincie Noord-Holland scoort Haarlem hoog op het aantal advertenties van Airbnb-aanbieders (1.021), een tweede plek na Amsterdam (16.000). Daarna komt Bergen met 560 advertenties. Qua procentuele stijging van het aantal advertenties van 2017 op 2018 scoren andere gemeenten echter veel hoger (Bron: BeFormation, Onderzoek Airbnb 2018). Hoe dit zich ontwikkelt de komende jaren is onduidelijk. Enerzijds kan de komst van de Formule 1 naar Zandvoort leiden tot meer advertenties. Anderzijds is er meer actieve handhaving op particuliere vakantieverhuur en wordt een landelijke registratieplicht ingevoerd wat verhuur kan ontmoedigen. In de Haarlemse Huisvestingsverordening is vastgesteld dat bewoners maar 30 dagen per jaar hun

gehele huis mogen verhuren aan maximaal vier volwassenen en twee kinderen. Daarmee is de particuliere vakantieverhuur wel enigszins beperkt.

Hoge horecadichtheid

Haarlem kent een diversiteit aan horecagelegenheden, zowel sterrenrestaurants als kleinere, hippe plekken om te eten of te drinken. Het aantal vestigingen horeca in het centrum van Haarlem is licht gegroeid van 277 vestigingen in 2017 tot 301 in 2019 (Bron: LISA). Haarlem kent 3 restaurants met een Michelinster, namelijk ML, Ratatouille en Olivijn. Maar ook het overige aanbod is kwalitatief hoogwaardig en heeft (in toenemende mate) aandacht voor duurzaamheid en circulariteit. In navolging van de Jopenkerk, is de laatste jaren het aanbod verder verrijkt met een aantal bijzondere concepten zoals de DakKas, de Haarlemmer Kweektuin en het Veerkwartier. Het ontbreekt de stad aan clubs/discotheken. De nachthoreca voor de jeugd en studenten is daarmee enigszins beperkt. Ook het aantal terrassen en horeca-uitgiftepunten voor pleziervaart kan worden verbeterd. De horeca moest in 2020 lange tijd de deuren sluiten vanwege Covid-19. De verwachting is dat een deel hiervan de crisis niet overleeft.

Gouden (winkel)straatjes

Haarlem heeft een belangrijke functie binnen het verzorgingsgebied als het gaat om winkelen. Maar ook bezoekers van buiten de regio vinden Haarlem een aantrekkelijke winkelstad. Het centrum van Haarlem is met 68 winkelsoorten het meest diverse winkelgebied van Nederland (Bron: Detailhandelsvisie Haarlem). Daarnaast is de stad driemaal uitgeroepen tot Leukste Winkelstad van Nederland. Met name de zeven Gouden Straatjes (Warmoesstraat, Zijlstraat, Koningstraat, Anegang, Schagchelstraat, Kleine Houtstraat en Gierstraat) zijn pittoresk en worden gekenmerkt door speciale winkels met lokale/handgemaakte producten, conceptstores en boetiekjes met exclusieve merken.

Het aantal winkels in de binnenstad is de laatste jaren afgenomen van 498 vestigingen in 2017 tot 477 vestigingen in 2019. Dit komt overeen met de landelijke trend van krimp van het aantal fysieke winkels die wordt veroorzaakt door de opkomst van webshops. Met name in de hoofdwinkelstraten waar de grote ketens gevestigd zijn, staat een aantal panden leeg. De opening van Amsterdam The Style Outlets in Halfweg eind 2020 is een bijkomende bedreiging voor de instandhouding van het Haarlemse winkelaanbod. In 2020 is een Actieplan Horeca en Detailhandel opgesteld.

Authentieke historische binnenstad

De historische binnenstad van Haarlem vormt een prachtig decor om rond te struinen, te winkelen of op een terrasje te zitten. Door het zichtbare verleden vertelt de stad zijn eigen verhaal en kunnen de bezoekers de geschiedenis ervaren (Bron: Toeristisch imago-onderzoek 2018 Haarlem, LAgrou). Haarlem heeft een groot aantal /Rijksmonumenten: 7,3 per 1.000 inwoners, terwijl het landelijk gemiddelde op 3,6 ligt (Bron: Erfgoedmonitor). Haarlem neemt in der Atlas voor Nederlandse gemeenten een vijfde plek in qua aantal rijksmonumenten. De Haarlemse hofjes zijn een belangrijke trekpleister voor toeristen. Er zijn 23 hofjes waarvan een gedeelte publiekstoegankelijk is maar ook een deel niet. Molen de Adriaan is ook geliefd bij bezoekers. De historische binnenstad is goed beloopbaar.

Haarlem heeft aantal belangrijke culturele trekkers

Naast de historische binnenstad heeft Haarlem een aantal culturele trekkers voor bezoekers zoals de Grote of St. Bavokerk, het Frans Hals Museum en het Teylers Museum. De Grote of St. Bavokerk is het visitekaartje van de stad gelegen aan de Grote Markt. Het Frans Hals Museum heeft, naast vele andere schilderijen, een twaalfstal werken van Frans Hals in de collectie. Deze Oud-Hollandse meester werkte zijn hele leven in Haarlem en werd bekend door zijn levendige en kleurrijke schuttersstukken en afbeeldingen van tijdgenoten. Het Teylers Museum is het eerste en oudste museum van Nederland en gaat over kunst, wetenschap en geschiedenis. Recent is de Koepelkathedraal meer in de belangstelling komen staan door het winnen van de Europa Nostra Award en het evenement Klim naar het licht dat 80.000 bezoekers heeft getrokken. Daarnaast heeft de stad vier podia die ook bezoekers van buitenaf aantrekken, namelijk de Toneel-/Filmschuur, de Stadsschouwburg, de Philharmonie en het Patronaat. Ook de Pathé trekt veel bezoekers. Haarlem heeft zich in 2018 als culturele stad geprofileerd in het kader van Haarlem Viert Cultuur, in goede samenwerking met Amsterdam Marketing (nu amsterdam & partners). Met de twee blockbuster-tentoonstellingen in de grote musea heeft de stad nationaal en internationaal veel bezoekers getrokken. Eind 2020 is het Museum van de Geest | Dolhuys geopend, waarmee de culturele uitstraling van Haarlem verder wordt versterkt.

In 2021 verschijnt een nieuw Cultuurplan. Één van de ambities voor het nieuwe Cultuurplan 2022-2028 is het vergroten van het belang van culturele voorzieningen en erfgoed voor Haarlem als aantrekkelijke stad voor bewoners en bezoekers, ook binnen de Metropoolregio Amsterdam.

Bevrijdingspop en Bloemencorso als beeldbepalende evenementen

Met meer dan 70 evenementen heeft Haarlem een goed gevulde evenementenkalender. De meest beeldbepalende evenementen in de stad zijn het Bloemencorso en Bevrijdingspop. Deze evenementen trekken landelijke en internationale bezoekers. Ook de Honkbalweek, de Kerstmarkt en Haarlem Culinair vallen in de categorie beeldbepalend. Daarnaast is er een groot aantal evenementen met een vooral regionale aantrekkingskracht (o.a. Stripdagen, Internationale Koor Biënnale en Halve van Haarlem) of lokale aantrekkingskracht. De Grote Markt is een van oudsher belangrijke evenementenlocatie waar bijvoorbeeld Jazz & more, Haarlem Culinair en de kermis plaatsvinden. Maar ook op het Spaarne en in de monumentale parken wordt veel georganiseerd. In november 2019 zijn het nieuwe Evenementenbeleid 2018-2022 en Uitvoeringsaanpak Evenementenbeleid Haarlem vastgesteld. Naast de evenementen die op de officiële evenementenkalender staan, zijn er diverse detailhandel-gerelateerde evenementen zoals Black Friday, Cyber Monday en Glamour Shopping Day. In de periode van Covid-19 konden de meeste evenementen niet of alleen in aangepaste vorm doorgang vinden.

Diverse mogelijkheden om stad te bezoeken via 't Spaarne

Eén van de manieren om de stad te verkennen is via het water. Er zijn verschillende boot- en SUP-verhuurbedrijven en drie rondvaartbedrijven in Haarlem, namelijk Smidtje Canal Cruises Haarlem, Haarlem Canal Tours en De Waterkoets. De eerste organiseerde in het verleden ook hop-on hop-off rondvaarten in de stad. Daarnaast heeft Haarlem aanlegplekken voor passanten aan de Turfmarkt, bij de Vissersbocht, Kelderwindkade en aan het Spaarne waardoor bezoekers in het centrum kunnen overnachten. Er zijn op een beperkt aantal plekken voorzieningen als stroom en water. Daarnaast biedt Haarlem in enkele jachthavens passantenplaatsen. De sanitaire voorzieningen voor de pleziervaart zijn de laatste jaren uitgebreid en verbeterd, maar aan de zuidkant van het centrum missen deze voorzieningen nog. Daarnaast heeft Haarlem geïnvesteerd in voorzieningen voor de riviercruisemarkt in Haarlem-Noord. Schepen tot max. 110 meter kunnen aanmeren in Haarlem. In 2018 was er sprake van ca. 72 aanlopen. De gemeente heeft geïnvesteerd in het versterken van de aantrekkelijkheid van het watertoerisme door aansluiting op het sloepen netwerk, capaciteitsuitbreiding van aanleglocaties en verbetering van de bereikbaarheid van Haarlem als riviercruiselocatie. Van de pleziervaarders legt 79% aan om o.a. de Grote Markt te bezoeken. HIn de Ambitiekaart Haarlemse Wateren staan de ambities voor watertoerisme.

Alleen kleinschalig tot middelgroot aanbod voor zakelijk toerisme

Het Haarlem Convention Bureau werkt samen met 25 vergaderlocaties, waarvan 19 in Haarlem. Daarnaast zijn 11 hotels en 14 restaurants aangesloten om de zakelijke bezoeker aan te trekken (bron: Haarlemconventionbureau.nl). De vergaderlocaties zijn divers qua grootte en sfeer: van meer zakelijke hotels tot buitenplaatsen en kerken. Het Haarlem Convention Bureau is opgericht om de zakelijke positie van Haarlem te versterken. Haarlem heeft vooral kleine en middelgrote zakelijke voorzieningen tot 1.200 personen. Er zijn geen grootschalige hotels waar een grote groep congresgangers bij elkaar kan overnachten. Dit bepaalt de mogelijkheden voor Haarlem als zakelijke bestemming.

Aantrekkelijke omgeving en ligging

Haarlem ligt in een aantrekkelijke omgeving. De landschapsarchitecten Zocher en Springer hebben hun groene sporen nagelaten in o.a. de Haarlemmerhout, de Bolwerken, het Kenaupark en Elswout in Overveen. Aan de westkant van Haarlem liggen de duinen (Nationaal Park Zuid-Kennemerland en Waterleidingduinen), mooie landgoederen en de stranden van Zandvoort en Bloemendaal. Aan de noordkant vindt men voormalig vissersdorp Spaarndam (in de loop van 2021 vaart een pontje tussen Schoterog en Fort bezuiden Spaarndam) en recreatiegebied Spaarnwoude. Haarlem is goed aangesloten op het wandel- en fietsnetwerk in de regio Zuid-Kennemerland. Daarnaast ligt Haarlem in de directe nabijheid van Amsterdam en Schiphol en is de stad van oudsher verbonden met de Bollenstreek. Haarlem is daarmee centraal gelegen tussen de grootste toeristische bestemmingen van Nederland.

2.4 Positief en herkenbaar imago

Het is interessant om te kijken wat bewoners, bezoekers en de toeristische websites zeggen over de stad Haarlem. Hoe wordt de stad gezien door hun ogen?

In het Digipanel onderzoek hebben circa 1.700 bewoners aangegeven wat ze op de toeristische ansichtkaart van Haarlem zouden zetten. In de volgende *word cloud* staat een impressie van de antwoorden.



Dezelfde vraag is aan bezoekers en niet-bezoekers voorgelegd in het Toeristisch imago-onderzoek van LAGroup (2018). De top 5 van associaties die bezoekers met Haarlem hebben zijn:

- Grote of St. Bavokerk: 25%
- Marktplaats/de Grote Markt: 20%
- Mooie (binnen)stad/centrum: 10%
- Historische gebouwen: 9%
- Historische binnenstad: 6%

Van de bezoekers heeft 12% geen beeld voor de toeristische ansichtkaart.

De top 5 associaties van de niet-bezoekers is:

- Grote of Sint Bavokerk: 8%
- Mooie (binnen)stad/centrum: 7%
- Kerk(en), kerktoren(s): 7%
- Historische binnenstad: 6%
- Historische gebouwen: 4%

In totaal heeft 50% van de niet-bezoekers geen enkel beeld bij Haarlem.

Het toeristisch aanbod in Haarlem (zie §2.3) sluit goed aan op hoe Haarlem bekend staat. Daarnaast zien we dat men vooral positieve associaties heeft. In het Toeristisch imago-onderzoek (2018), uitgevoerd onder 17 steden, behaalde Haarlem een vierde plaats na Den Bosch, Nijmegen en Leiden. Haarlem heeft deze mooie positie met name te danken aan het sterk beoordeelde cultuurhistorische, culturele en winkelaanbod.

Wat staat er op de toeristische websites over Haarlem?

Lonely planet: *"Haarlem is leafy courtyards and world class museums. This classic Dutch city of cobbled streets, historic buildings, grand churches, even grander museums, cosy bars, fine cafes and canals is just a 15-minute train ride from Amsterdam. To its west are the coastal dunes of the Zuid-Kennemerland National Park and the popular beaches of Zandvoort and Bloemendaal aan Zee."*

The Telegraph (Verenigd Koninkrijk): *"Who needs Amsterdam? Why you Should visit its lesser-known neighbour, Haarlem. Dreaming of cosy cafés and canal-side strolls in a Dutch city? Head to picturesque Haarlem. Go now. Meandering waterways, a windmill peeking out over the horizon and tulip fields just a brief bike ride away – Haarlem offers quintessentially Dutch attractions without the tourist hordes. It is 12 and a half miles to the west of Amsterdam and a mere 15 minutes from the capital by train. [...]"*

Tripadvisor: *"Hoewel de stad vaak wordt overschaduwd (met name voor toeristen) door het veel grotere en beroemdere Amsterdam, dat circa vijftien kilometer naar het oosten ligt, gaat de geschiedenis van Haarlem veel verder terug. Met circa 150.000 inwoners is Haarlem de hoofdstad van de provincie Noord-Holland. Het Teylers Museum, met zijn unieke collectie kunst en kunstvoorwerpen, is het oudste museum van Nederland. Het fantastische Frans Hals Museum bevat een groot aantal werken van de kunstenaar en van andere schilders van de Haarlemse School. Ook de Grote Markt, het belangrijkste plein van de stad, mag je niet missen."*

NBTC - www.holland.com: *"De meest Bourgondische stad van Noord-Holland. Tevens uitgeroepen tot beste winkelstad. [...] Op een half uur rijden van Amsterdam ligt Haarlem, de hoofdstad van Noord-Holland. Deze stad vormt al eeuwenlang het historische centrum van de Bollenstreek en draagt haar bijnaam Bloemenstad met trots. Breng zelf een bezoek aan het prachtige Haarlem en u zult begrijpen waarom kunstenaars zich al eeuwen door deze stad laten inspireren."*

Amsterdam & partners - www.iamsterdam.com:

"A city of remarkable history and culture, Haarlem is just a short hop from Amsterdam but packs a unique punch. With spectacular monuments dating back almost 800 years, it's no wonder that so many great artists of the Golden Age wanted to capture its beauty and atmosphere. Haarlem is a charming city featuring great culture, cafés, shops and restaurants. As well as being home to some of the Netherlands' best museums and world-famous art, it is regularly voted as one of the country's best cities for shopping. Discover Haarlem's best sights, shops, restaurants and hidden gems, and how to plan your trip from Amsterdam."

2.5 Geen duidelijke en onderscheidende toeristische profilering

De reputatie van Haarlem is heel goed en in het aanbod dus ook herkenbaar. Haarlem heeft echter niet een onderscheidend profiel ten opzichte van andere vergelijkbare (oudhollandse) steden zoals Alkmaar of Leiden. In een notendop heeft Haarlem een compacte historische binnenstad met een aantrekkelijk winkel- en cultuuraanbod, in de nabijheid van het strand/de duinen en Amsterdam.

Kernwaarden: oorspronkelijkheid, kwaliteit en menselijke maat

In 2013 zijn met diverse partners in de stad de kernwaarden van Haarlem bepaald:

- Oorspronkelijkheid: authentiek en inventief
- Kwaliteit: inspirerend en verrijkend
- Menselijke maat: innemend en gastvrij

Deze kernwaarden vormen het DNA van Haarlem en bieden een goed kompas voor het beoordelen van nieuwe toeristische ontwikkelingen in de stad en voor de profilering van Haarlem.

Positie binnen de Metropoolregio Amsterdam

In het kader van Amsterdam Bezoeken, Holland Zien (ABHZ) is de toeristische karakterisering van de Metropool Amsterdam in beeld gebracht voor internationale bezoekers. Haarlem wordt daarbij als één van de thema's neergezet als 'Authentic Haarlem'. Binnen dit thema worden door amsterdam & partners vooral cultuur en daarnaast bijzondere horeca en winkels en de verborgen parels uitgelicht. Binnen de regio neemt Haarlem daarmee een unieke positie in.



Bron: Brochure Amsterdam Bezoeken, Holland Zien

Profiel Haarlem Cultuurstad verder uitwerken

Haarlem heeft het imago van cultuurstad. Gezien het grote aantal monumenten, de historische binnenstad, de rijke historie, Het Frans Hals Museum, het Teylers Museum, het Museum van de Geest | Dolhuys en de Koepelkathedraal is deze term niet onterecht. Echter, de titel cultuurstad is heel algemeen en geeft niet direct een beeld van wat bezoekers in Haarlem kunnen verwachten. Het is belangrijk om de titel 'cultuurstad' meer inhoud te geven. Bijvoorbeeld door de iconen Frans Hals Museum en of het Teylers museum meer in de etalage te zetten. Deze iconen zijn interessant op zichzelf maar vertellen ook een breder verhaal over de stad. Wat cultureel Haarlem ook bijzonder maakt zijn de kleinschalige activiteiten, festivals en uitingen en dat je op een vierkante kilometer echt de 17e eeuw kan beleven, ook wel bekend als de Gouden Eeuw. Het thema 'goud' komt ook terug in het winkelaanbod (Gouden Straatjes).

Gemeente Haarlem | Toeristische Koers

Haarlem Winkelstad gekenmerkt door nieuwe ambachten en duurzaamheid

Haarlem staat bekend als aantrekkelijke winkelstad vanwege het diverse en kwalitatief hoogwaardige aanbod. Haarlem Marketing promoot met name de Gouden Straatjes. Daarnaast wordt in het kader van Haarlem Winkelstad jaarlijks de Haarlem Shopping Night georganiseerd. Ook voor de term Winkelstad geldt dat deze verder gedefinieerd moet worden om (potentiële) bezoekers aan te spreken:

- **Nieuwe ambachten:** Haarlem is van oudsher een stad met veel ambachtelijke bedrijven (denk aan de lakennijverheid, scheepsbouw en bierbrouwerijen). Nog steeds kenmerkt Haarlem zich door de grote hoeveelheid winkels met lokale en huis-/handgemaakte producten.
- **Duurzaamheid:** Haarlem wil zich gezien haar duurzaamheidsambities meer profileren op het gebied van Fair Fashion en tweede leven kleding. Het duurzaamheidsthema wordt ook steeds zichtbaarder voor het winkelend publiek met o.a. deurbordjes om warmteverlies tegen te gaan, Mufste, de Groene Textielroute tijdens de Dutch Sustainable Fashion Week en de shopping route langs winkels die sociale impact hebben tijdens Social Saturday.

Haarlem Gastronomische stad

Ook op culinair gebied heeft Haarlem veel te bieden o.a. met enkele sterrenrestaurants en restaurants op bijzondere locaties. Daarnaast wordt Haarlem steeds vaker geassocieerd met eerlijk en goed eten. Er zijn meerdere Haarlemse evenementen gekoppeld aan gastronomie zoals Haarlem Culinair, Proefpark en Eten op rolletjes. In 2019 heeft Haarlem zich middels een nationale campagne geprofileerd als Gastronomische Hoofdstad. Dit initiatief beoogt de bewustwording te vergroten van het moois dat culinair Haarlem te bieden heeft.

Haarlem Bloemenstad beperkt beleefbaar

Haarlem was in de 17e eeuw het centrum van de tulpenhandel. In de hoogtijdagen werd in de Gouden Eeuw een vermogen betaald voor een enkele tulpenbol. Inmiddels is het beperkt zichtbaar dat Haarlem een Bloemenstad is. In april en mei staan de bloemenvelden aan de zuidkant van de stad in bloei en bezoeken veel toeristen de Keukenhof. Met een aantal evenementen probeert Haarlem extra bezoekers te trekken. Het grootste evenement is het Bloemencorso van de Bollenstreek dat elk jaar in Haarlem eindigt. In de maanden april en mei zet Haarlem zich neer als Bloemenstad. Onder de noemer 'Haarlem bloeit!' zijn er evenementen, tentoonstellingen en activiteiten die met de bloem te maken hebben. De profilering Bloemenstad doet recht aan het verleden van Haarlem, maar is tegenwoordig nog maar een korte

periode van het jaar zichtbaar en het ontbreekt de stad aan een permanente bloemenattractie.

Haarlem als creatieve stad van toegepaste innovatie

Voor de zakelijke bezoeker is het interessant wat voor type bedrijvigheid Haarlem kenmerkt. Haarlem heeft een goede positie voor creatieve, dienstverlenende en kennisintensieve bedrijven, waaronder ICT. De Economische visie Haarlem zet in op 'Haarlem, creatieve stad van toegepaste innovatie'. Met focus op de circulaire en duurzame economie, technologie en gezondheid. Haarlem als de proeftuin om innovatie te testen, op te schalen en te vermarkten. Deze profilering kan dienen om Haarlem neer te zetten als bestemming voor zakelijk toerisme. Het proeftuin-concept en de creatieve toegepaste innovatie is tevens interessant om door te vertalen naar de aanbodontwikkeling voor de leisure bezoekers. Daarnaast versterken kleine vestigingen van creatieve bedrijvigheid en makers de uitstraling in de binnenstad.

Kortom, de Haarlemse profilering is nu nog diffuus en moet verder worden ingekleurd met behulp van iconen (wat is de belangrijkste trekker/boodschap per doelgroep) en interessante verhaallijnen, zodat (potentiële) bezoekers een duidelijker beeld krijgen van de stad. De sfeer die de stad oproept bij mensen is daarin bepalend, meer nog dan het concrete aanbod.

2.6 Trends en ontwikkelingen

Spreiding vanuit Amsterdam en populariteit second cities

Het aantal bezoekers dat Amsterdam aandoet bleef tot eind 2019 onverminderd groeien. Dit had positieve economische effecten maar betekende ook dat de drukte op sommige plekken steeds verder toenam. Sinds jaren is de ambitie om de stad groter te maken en toeristen naar de regio te verleiden om meer grip op de groei te houden (Bron: Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025, 2017). Het reizen naar zogenaamde 'second cities' wint aan populariteit. Mensen kiezen vaker voor stedentrips naar minder bekende bestemmingen omdat ze vaak budgetvriendelijker, minder druk en origineler zijn om te ontdekken. Haarlem is zo'n second city dichtbij Amsterdam.

Spreiding van toeristen vanuit Amsterdam is een kans, maar kan tegelijkertijd een bedreiging betekenen. Doordat Amsterdam meer beperkingen instelt ten aanzien van groepstoerisme, is er een kans dat Haarlem meer in beeld komt als aantrekkelijke stad om te bezoeken. Er waren signalen dat er meer tours en touringcars (gaan) komen. Daarmee wordt het voor toeristenwinkels en bedrijven voor groepstours interessanter om zich in Haarlem te vestigen. Het risico bestaat dan dat het straatbeeld in de binnenstad meer eenzijdig en minder authentiek wordt.

Technologische mogelijkheden¹

Toeristen laten belangrijke aspecten in de besluitvorming rond hun reis steeds vaker over aan technologie. Inventieve technologische oplossingen richten zich op het vereenvoudigen van te maken keuzes. Daarnaast geven de automatische aanbevelingen de bezoeker toegang tot een groot aantal nieuwe ervaringen die ze anders zouden missen.

Ook zie je steeds meer automatisering in de dienstverlening: online inchecken, geautomatiseerde service en service op maat op basis van big data. Het aanbod wordt daarmee ook flexibeler. Deze ontwikkeling is interessant in het kader van spreiding van toerisme in tijd en ruimte.

Meerdere korte vakanties verspreid over het jaar

Mensen gaan vaker per jaar er op uit. Het aantal korte vakanties neemt toe. Om de beschikbare tijd optimaal te benutten, zullen toeristen daarbij vaker kiezen voor een locatie van waaruit men meerdere activiteiten kan ondernemen, verrijkende ervaringen kan hebben. Vanwege de gunstige ligging is Haarlem een interessante meerdaagse bestemming die kan fungeren als uitvalsbasis voor uitjes naar het strand en Amsterdam. Steeds meer mensen kiezen voor korte trips buiten het hoogseizoen.

Meer aandacht voor bezinning en duurzaamheid

Naarmate onze agenda, werk en levensstijlen steeds hectischer worden zijn mensen meer en meer op zoek naar manieren om te ontstressen in hun vrijetijd. Slo-mo als het nieuwe FOMO (fear of missing out). In plaats van de constante angst te voelen om iets te missen (FOMO) en altijd op volle snelheid te reizen, gaan toeristen het lekker rustig aan doen. Persoonlijke ervaringen spelen een grotere rol. Het hoeft niet langer, groots, ver weg of super-de-luxe te zijn, als het maar een bijzondere ervaring of herinnering oplevert (klein geluk).

¹ Veel van de genoemde trends en ontwikkelingen in deze paragraaf komen uit een onderzoek door Booking.com (2019)

In 2020 was, voor Covid-19, ruim een derde van de Nederlandse reizigers (39%) van plan langzamere vervoersmiddelen te kiezen, mede om hun impact op het milieu te beperken. Hiermee zal de populariteit voor fietsen, wandelen en varen toenemen, alsook de interesse in treinreizen. Twee vijfde (40%) vindt het nu al niet erg om meer tijd te besteden aan het reizen als er gebruik wordt gemaakt van een uniek vervoersmiddel. Daarnaast wordt de houding ten opzichte van vliegen kritischer en is er meer aandacht voor bewust toerisme. Het is belangrijk dat Haarlem inspeelt op deze trend.

Stijgende belangstelling voor gastronomie

Reizen voor een culinaire ervaring is inmiddels zijn eigen niche geworden. In toenemende mate begint voor een deel van de bezoekers het plannen van een reis met het verkennen van de culinaire opties en hangen beslissingen af van de mogelijkheid om een tafel te kunnen reserveren in een populair restaurant. Maar ook breder dan een specifiek restaurant of de keuken van een land, kan het gaan om kooklessen, eten bij locals of op zoek met een gids naar lokale ingrediënten voor een gezamenlijk diner.

Hier speelt ook 'verduurzaming' een belangrijke rol. De gast hecht meer belang aan duurzaam voedsel, voedsel dat geproduceerd is met minder impact op het milieu, minder verspilling en meer oog voor het welzijn van dieren. De ontwikkelingen rond de Koplopersgroep Horeca passen goed binnen deze trend.

Vergrijzing westerse wereld

Vergrijzing is een niet te ontkennen feit. Het aandeel ouderen in de bevolking stijgt. In 2019 waren er meer dan 3,3 miljoen 65-plussers in Nederland. In 2041 zullen dat er 4,7 miljoen zijn. Vanaf 2025 neemt ook de groep 80-plussers sterk toe (dubbele vergrijzing). In 2040, het hoogtepunt van het aantal 65-plussers, is naar schatting 26 procent van de bevolking 65-plusser, waarvan een derde ouder is dan 80 jaar. Maar ook in de rest van de westerse wereld zien we de trend van vergrijzing (Bron: Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025, 2017). Dit is een kans voor Haarlem omdat er steeds meer mensen zijn met veel vrije tijd die door de toenemende welvaart steeds meer te besteden hebben en gemakkelijk te verleiden zijn om Haarlem doordeweeks te bezoeken.

Toenemende macht van platforms

Waar gemeenten en marketingorganisaties vroeger de regie hadden in informatie over hun stad naar bezoekers, is de invloed van de consument op de informatie tegenwoordig groot. Door het geven van reviews op sites als Tripadvisor of door het posten van beelden op Instagram en Snapchat wordt in toenemende mate bepaald

hoe een bestemming en de voorzieningen daarbinnen door consumenten wordt gezien. Een goede beleving (incl. fotomogelijkheden) terplekke is daarom van groot belang. In deze tijd van versnipperende informatievoorziening is het van belang dat Haarlem zorgt voor goede informatie en aantrekkelijk, passend beeldmateriaal van de stad, om op die wijze een eenduidig beeld van Haarlem te communiceren en andere informatiebronnen daarin te voorzien.

Toename online winkelen en winkelleegstand

Landelijk zien we dat na een aantal jaren van dalende winkelleegstand vorig jaar de leegstand voor het eerst sinds 2015 weer is opgelopen. De leegstand steeg van 6.7% op januari 2019 naar 7,3% op 1 januari 2020. Ook in Haarlem zien we een toename in de leegstand ten opzichte van 2019 van 4,1% naar 5,9 in 2020. Voor alleen het centrum van Haarlem zien we een toename van 3,4% in 2019 naar 5,7% in 2020. De voornaamste reden van de toenemende leegstand is het online winkelen. Online winkelen groeit hard. Inmiddels wordt circa 10% van alle bestedingen aan producten online gedaan. Door de coronacrisis is dit alleen maar toegenomen omdat ook nieuwe doelgroepen meer online zijn gaan winkelen. We zien een veranderend winkellandschap, waarbij innovatieve invullingen van leegstaande panden noodzakelijk zullen zijn om een, voor bezoekers en bewoners, aantrekkelijke binnenstad te behouden. Ook door de komst van de Amsterdam Style Outlet naar Halfweg en de mogelijke gevolgen hiervan, is de urgentie voor het vinden van een aantrekkelijke functiemix van winkels/wonen, werken en recreëren in de binnenstad vergroot. In het Actieplan Horeca en Detailhandel is de aanpak terugdringen winkelleegstand vertaald naar acties met als doel om de leefbaarheid, vitaliteit en aantrekkelijkheid van het centrum te behouden.

Deeleconomie, toerisme als particulier verdienmodel

Onder deeleconomie verstaan we het fenomeen dat consumenten elkaar gebruik laten maken van onbenutte consumptiegoederen, eventueel tegen betaling (definitie Meelen en Frenken, 2014). Toeristen kiezen steeds vaker voor deelconcepten, bijvoorbeeld Airbnb in plaats van een klassiek hotel, Uber in plaats van een taxirit of een particuliere boot al dan niet met schipper via Click&Boat in plaats van een bootverhuurbedrijf. Vooral particuliere vakantieverhuur via platforms zoals Airbnb zijn de afgelopen jaren sterk in opkomst en hebben een grote invloed op (de beleving door bewoners) van het toerisme. (Bron: Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025, 2017). Haarlem heeft al beleid op het gebied van particuliere verhuur. Handhaving blijft in alle gevallen een belangrijk punt van aandacht.

Mondiale ontwikkelingen - rampen en aanslagen

Europa heeft de laatste jaren te maken gehad met verschillende terroristische aanslagen. De effecten van de aanslagen op de economie zijn groot. Vooral de horeca, de handel, de luchtvaart en de evenementensector leden verlies vanwege de aanslagen in Brussel en Parijs. Begin 2020 zorgt het coronavirus voor een grote terugloop aan reizigers wereldwijd. Op deze ontwikkeling kan Haarlem geen directe invloed uitoefenen.

2.7 SWOT-analyse toeristisch Haarlem

Vanuit een interne sessie binnen de gemeente Haarlem en vanuit de interviews met externe partijen is de volgende SWOT-analyse voor toeristisch Haarlem gemaakt:

	Sterke punten		Zwakke punten
S1	Diversiteit winkelaanbod en Gouden Straatjes	Z1	Piek drukte op zaterdag rond de Grote Markt en rustig doordeweeks
S2	Frans Hals Museum, Teylers Museum en Museum van de Geest Dolhuys zijn belangrijke culturele trekkers	Z2	Weinig aanbod voor jonger publiek, beetje belegen, weinig multicultureel
S3	Historische binnenstad: hofjes, Grote Markt met Nieuwe of St. Bavokerk, Gouden Eeuw beleven op een vierkante kilometer	Z3	Hoofdwinkelstraten worden minder aantrekkelijk
S4	Gunstige ligging nabij Amsterdam, strand/duinen, bollenstreek en Schiphol	Z4	In de historische binnenstad kunnen bezoekers goed verblijven zonder geld uit te geven
S5	Authenticiteit, kwaliteit en menselijke maat van het aanbod	Z5	Beperkte ruimte in binnenstad voor verschillende gebruikersgroepen

S6	Stad van oude en nieuwe ambachten/proeftuin	Z6	Behalve musea beperkt herkenbaar cultureel aanbod
	Kansen		Bedreigingen
K1	Spreiding vanuit Amsterdam i.c.m. populariteit second cities	B1	Toename aantal touringcars/tours
K2	Technologische mogelijkheden	B2	Opmars toeristenwinkels
K3	Meerdere korte vakanties verspreid over het jaar	B3	Toename online winkelen en winkelleegstand
K4	Meer aandacht voor bezinning en duurzaamheid	B4	Deeleconomie, toerisme als particulier verdienmodel
K5	Stijgende belangstelling voor gastronomie	B5	Toenemende macht van platforms
K6	Vergrijzing westerse wereld	B6	Mondiale ontwikkelingen - rampen en aanslagen



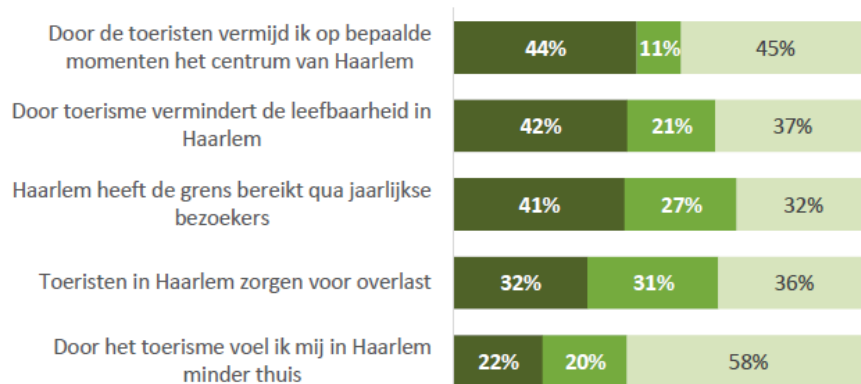
3. Groei toerisme als knelpunt voor leefbaarheid?

3.1 Mening inwoners over toerisme en leefbaarheid

De laatste jaren zagen we voorbeelden van toeristische bestemmingen waar de leefbaarheid voor bewoners onder druk is komen te staan. Om te onderzoeken waar Haarlem op dit moment staat is in 2019, voor Covid-19, een bewonersonderzoek uitgezet via het Digipanel. In totaal hebben 1.711 Haarlemmers (57% van het panel) de vragenlijst volledig ingevuld. Daarvan zijn 232 binnenstadsbewoner. Het Digipanel geeft een goed beeld van de mening van bewoners. Hoewel bewoners vinden dat toerisme leidt tot positieve effecten als meer levendigheid (78%) en een goede bijdrage aan de lokale economie (74%) en het imago van de stad (62%), worden ook negatieve gevolgen ervaren, vooral door inwoners van de binnenstad. De genoemde knelpunten voor leefbaarheid worden in dit hoofdstuk specifiek uitgelicht.

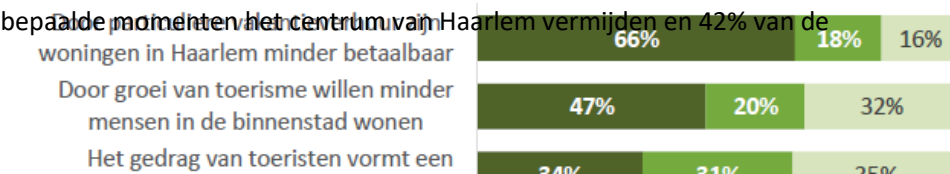
3.1.1 Toerisme heeft effect op leefbaarheid

Uitspraken over toerisme met nadelen



Uitspraken over toerisme

Gevraagd naar de nadelen van toerisme geeft 44% van de respondenten aan dat ze op bepaalde momenten het centrum van Haarlem vermijden en 42% van de

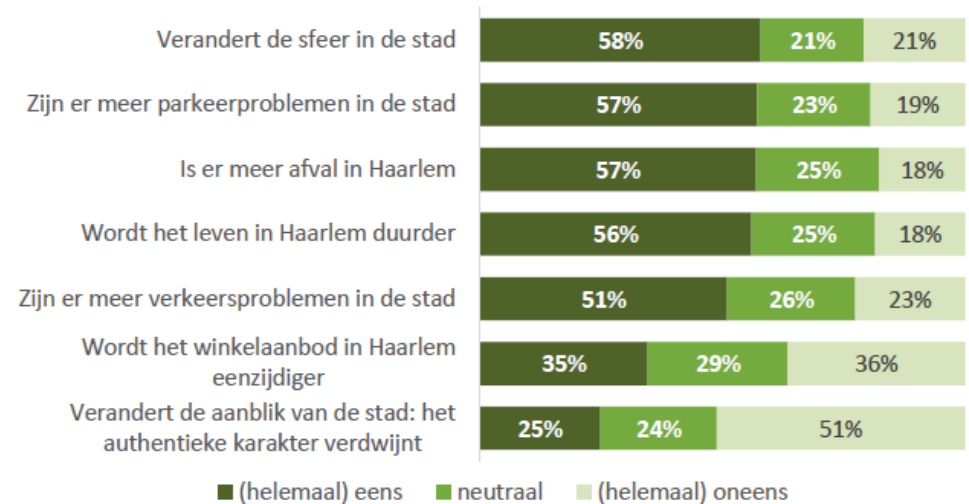


respondenten geeft aan dat door toerisme de leefbaarheid in de stad vermindert. Voor binnenstadsbewoners geldt dat 61% van mening is dat de leefbaarheid vermindert als gevolg van toerisme.

3.1.2 Toerisme heeft invloed op sfeer, verkeersproblemen, afval en prijzen

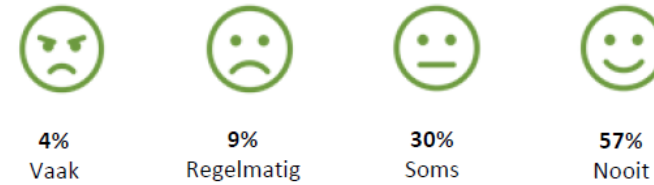
Een meerderheid van de respondenten is van mening dat door toerisme er meer verkeersproblemen zijn, er meer afval is en dat het leven in Haarlem duurder wordt. De meerderheid vindt echter niet dat het authentieke karakter van de stad verdwijnt door bezoekers. Binnenstadsbewoners ervaren meer invloed van toerisme op vrijwel alle genoemde aspecten.

Door toerisme in Haarlem...



Naast de genoemde aspecten vindt 66% van de inwoners dat door particuliere verhuur de woningen in Haarlem minder betaalbaar worden.

Ervaren overlast



3.1.3 Binnenstadsbewoners ervaren vaker overlast dan andere inwoners

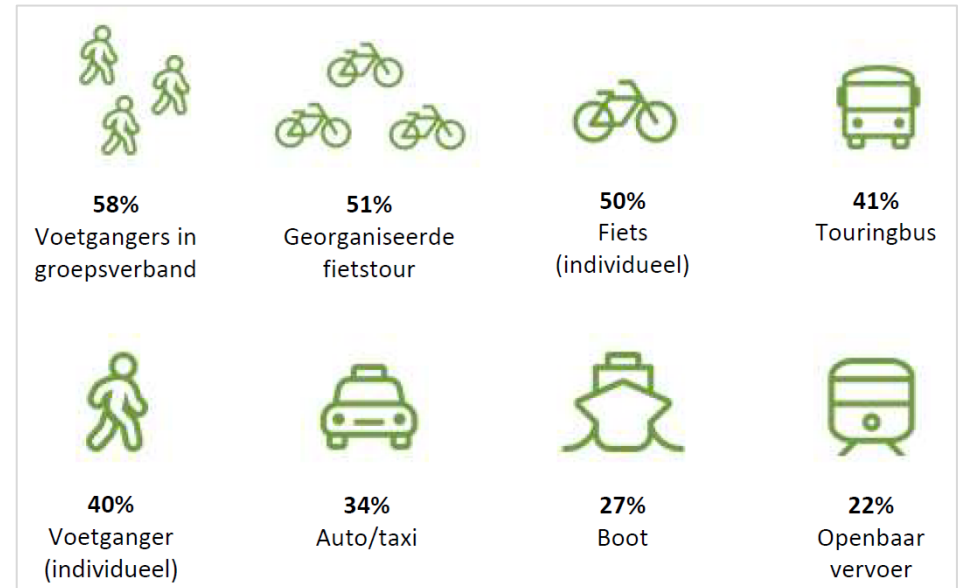
De meeste Haarlemmers ervaren soms tot nooit overlast. Het toerisme in Haarlem is vooral geconcentreerd in de binnenstad. Dit zie je ook terug in de mate waarin binnenstadsbewoners vs. bewoners uit de rest van Haarlem overlast ervaren door toerisme. Van de binnenstadsbewoners ervaart 35% vaak of regelmatig overlast terwijl dit voor slechts 10% van de bewoners uit de rest van Haarlem geldt. Gemiddeld ervaarde 13% van de Haarlemmers vaak of regelmatig overlast van toerisme (september 2019).

Gezien het belang van dit thema is dezelfde vraag opnieuw gesteld in de jaarlijkse inwonerspeiling ('omnibus') die uiteenlopende thema's behandelt. In november 2019 bleek de overlast onder Haarlemmers gemiddeld 11%. De afname in ervaren overlast t.o.v. het digipanel kan mogelijk verklaard worden doordat deze meting in het toeristisch laagseizoen is gedaan en doordat de inwonerspeiling een andere/meer representatieve steekproef betreft. In 2020 is de inwonerspeiling opnieuw uitgevoerd, maar door corona zijn de cijfers hiervan niet gemakkelijk te interpreteren. Tien procent geeft aan overlast te ervaren, waarbij het onduidelijk is in hoeverre wordt gerefereerd aan overlast in dat jaar – tijdens de zomer waren toeristische faciliteiten tijdelijk grotendeels open – of dat men eerdere overlast in gedachte had. De vraag wordt ook in komende jaren meegenomen om een vinger aan de pols te houden.

3.1.4 Vooral toeristen in groepsverband en toeristen op de fiets veroorzaken hinder

We hebben onderzocht of het qua overlast uitmaakt hoe toeristen zich door onze stad bewegen. Uit onderstaand overzicht (% beetje/veel hinder) kunnen we opmaken dat groepen bezoekers en fietsers in de brede zin, voor de meeste hinder zorgen bij de mensen die aangaven overlast ervaren.

% beetje/veel hinder



3.1.5 Drukke en toeristen die op de weg lopen veroorzaken meeste hinder

In het Digipanel is gevraagd welke overlast mensen ervaren door toerisme.

In totaal hebben 711 respondenten één of meerdere antwoorden gegeven (zie hieronder).

Drukke	aantal	in %
Drukke in de binnenstad	259	36
Drukke	121	17
Parkeerdrukke en volle fietsenrekken	79	11
Geen plek meer in horeca/op terrassen	55	8
Mensen vermijden binnenstad in weekend/op zaterdag	44	6
Drukke tijdens evenementen	38	5
Drukke in musea	8	1
Verkeer/bereikbaarheid		
Toeristen lopen op fietspaden of in de weg	162	23
Onervaren in verkeer	118	17
Onveilige verkeerssituaties	64	9
Parkeren in wijken net buiten betaald parkeren-zone	18	3
Verkeer/bereikbaarheid	11	2
Drukke in OV (o.a. richting Amsterdam)	12	2
Touringcars die mensen ergens afzetten zonder verkeersbegeleiding	15	2
Vertraging in OV doordat toeristen niet weten hoe het werkt	4	1
Bruggen staan vaak open voor pleziervaart	6	1
Drukke op wegen naar strand	7	1

Gedrag	aantal	in %
Overlast door lawaai 's nachts	99	14
Overlast door rolkoffers (ook laat/vroeg)	74	10
Overlast door dronkenschap of (soft)drugsgebruik	51	7
Overlast door lawaai/muziek op boten	18	3
Toeristen die bij mensen naar binnen kijken	15	2
Overlast door lawaai festivalgangers	7	1
Toeristen die door vakantie ander leefritme hebben	10	1
Gedrag	3	0
Sfeer/authenticiteit		
Meer (zwerf)afval op straat en/of volle vuilnisbakken	77	11
Particuliere vakantieverblijf (zoals Airbnb) in woonwijken	77	11
Onpersoonlijk/als bewoner kom je op de tweede plaats	33	5
Verschraling aanbod winkels en horeca (meer fastfood)	26	4
Je wordt vaker in het Engels aangesproken, je hoort meer andere talen om je heen	19	3
Horeca wordt duurder	7	1
Sfeer/authenticiteit	1	0

3.2 Overlast in perspectief geplaatst

Overlast door toerisme moet zeker niet gebagatelliseerd worden. Met name binnenstadsbewoners kunnen in hun directe leefomgeving merken dat het aantal bezoekers toeneemt en daarvan meer overlast ervaren. Maar we moeten de overlast wel in perspectief plaatsen, juist ook om eventueel te nemen maatregelen ook gericht in te kunnen zetten.

3.2.1 Drukke komt vooral door Haarlemmers en bezoekers uit verzorgingsgebied

Naast de groei van het toerisme (tot de coronacrisis) hebben we te maken met een groeiend aantal inwoners in Haarlem (van circa 158.000 in 2016 naar 161.000 in 2019²). En er worden tot 2025 nog zo'n 10.000 woningen bijgebouwd. Daarbij heeft Haarlem een belangrijke functie in de regio, waarbij de meeste bezoekers uit de directe omgeving van Haarlem komen. Kortom, het drukteprobleem en het toerismeprobleem zijn twee afzonderlijke opgaven.

3.2.2 Cijfers geven soms ander beeld

Hoewel uit het panelonderzoek duidelijk blijkt dat Haarlemmers vooral de binnenstad druk vinden, geven de passantentellingen van Locatus aan dat er niet echt sprake is van een grote groei aan het aantal passanten in de binnenstad over de afgelopen jaren. Onderzocht wordt of we de komende jaren met behulp van cameratellingen nader inzicht kunnen verkrijgen in het aantal bezoekers op specifieke plekken in het centrum van Haarlem.

3.2.3 Overlast en veranderingen komen niet alleen door bezoekers

Veel overlast wordt toegedicht aan toeristen, terwijl het maar de vraag is of deze (alleen maar) wordt veroorzaakt door bezoekers van buiten Haarlem. Denk daarbij aan de grote hoeveelheid fietsen die in de binnenstad worden geparkeerd (Startdocument Visie Fietsparkeren, 2017). Daarnaast zijn de Haarlemmers mogelijk ook zelf debet aan het lawaai van uitgaanspubliek, afval op straat en/of het geluid van rolkoffertjes. Ook zijn er veranderingen in de stad. Er wordt bijvoorbeeld gezegd dat er steeds meer Engels wordt gesproken op straat. Mogelijk komt dit voor een deel door internationale toeristen, maar ook het groeiende aantal internationals (kennismigranten, arbeidsmigranten, gezinsmigranten etc.) kan hiervoor een verklaring zijn. Waar we in 2016 nog zo'n 43.000 migranten hadden, zijn dat er in 2019 al 48.000¹ (bij een licht

dalend aantal Nederlanders). De groei zit met name in mensen uit het Verenigd Koninkrijk, gevolgd door India, Polen en de Verenigde Staten. Een groot deel daarvan heeft als voertaal Engels. Kortom, we moeten ons continu de vraag stellen of bezoekers de daadwerkelijke oorzaak van de overlast/verandering zijn of dat er een bredere opgave ligt die verder strekt dan het toerisme.

3.2.4 Het angstbeeld van overtoerisme beïnvloedt de publieke opinie

Veel nieuwe inwoners van Haarlem komen uit Amsterdam en zijn daar juist de hoge huizenprijzen en de drukte 'ontvlucht'. In 2015-2016 kwamen 2.330 Amsterdammers richting Haarlem.³ Nu zien ze dat Haarlem ook drukker en duurder aan het worden is. In de media wordt veel gezegd over 'overtoerisme' in relatie tot populaire Europese steden als Dubrovnik, Barcelona, Venetië en Amsterdam. Tijdens de participatie voor deze Toeristische Koers werd regelmatig de angst uitgesproken dat dit ook voor Haarlem gaat gelden. Voor anderen geldt dat ze bang zijn dat de meningsvorming vooral gebaseerd is op angstbeelden uit de media en niet op data die dergelijke ontwikkelingen daadwerkelijk bevestigen.

3.2.5 Drukke op bepaalde momenten op bepaalde plekken

Eén van de door de UNWTO genoemde 'mythen' rond overtourism (UNWTO, 2019) is dat de populaire steden altijd en overal druk zijn, terwijl het meestal gaat om plekken en/of tijden met een hoge piek. In de praktijk geldt de (toeristische) drukte in Haarlem vooral voor het gebied rond de Grote Markt en dan met name op zaterdag omdat dan de weekmarkt plaatsvindt. De draagkracht van het plein staat onder druk vanwege het aantal bezoekers, de verschillende mobiliteitsstromen en activiteiten/evenementen. De focus van de maatregelen zal dan ook vooral gelegd moeten worden op de Grote Markt. Zeker nu we te maken hebben met de 1,5 meter economie is het belangrijk om deze locatie niet teveel te belasten. Er zijn echter nog genoeg momenten en locaties in Haarlem waar voldoende ruimte is voor meer bezoekers.

3.2.6 Beperkt aantal overlastmeldingen particuliere vakantieverhuur

Het aantal overlastmeldingen voor particuliere vakantieverhuur is vrij stabiel. In 2017 kregen we 28 meldingen, in 2018 waren dat er 36 en in 2019 in totaal 31. Er kunnen meerdere meldingen over één pand gaan.

² Bron: CBS Statline

³ Bron: WiMRA 2017, Wonen in Zuid-Kennemerland/IJmond

In het bewonersonderzoek heeft 11% van de respondenten die ooit overlast heeft ervaren door toerisme genoemd dat dit (onder andere) wordt veroorzaakt door particuliere vakantieverhuur (zoals Airbnb). Het is daarom van belang om dit zo goed mogelijk te reguleren en er actief op te handhaven. Verder geeft 66% van de Haarlemmers aan dat door particuliere vakantieverhuur de woningen in Haarlem minder betaalbaar zijn geworden.

Tot welke problemen kan particuliere vakantieverhuur leiden?

- Overlast: het kan tot overlast leiden bij omwonenden door rolkoffertjes, (illegale) feestjes, afval, ander ritme, etc.
- Stijging huizenprijzen: verdiensten uit particuliere vakantieverhuur dragen bij aan de stijging van huizenprijzen waardoor het lastiger wordt een woning in Haarlem te kopen.
- Woningonttrekking: het is financieel aantrekkelijk om een woning in (de binnenstad van) Haarlem te kopen om permanent aan te bieden voor particuliere vakantieverhuur. Dit is illegaal aangezien in de Huisvestingsverordening slechts verhuur voor 30 nachten is toegestaan.
- Toename drukte: door het extra logiesaanbod is er meer keuze en wordt het (financieel) aantrekkelijker om in Haarlem te overnachten.
- Afname sociale cohesie: deze verslechtert met name in de Haarlemse binnenstad. Bewoners worden 'vervangen' door bezoekers met minder of geen binding met de buurt en omwonenden.
- Oneerlijke concurrentie: professionele logiesaanbieders willen graag een gelijk speelveld. Particuliere vakantieverhuurdere hoeven aan minder eisen te voldoen en dragen veelal geen toeristenbelasting af. NB. per 1 januari 2021 heeft Haarlem een overeenkomst met Airbnb waardoor ze rechtstreeks toeristenbelasting innen bij hun hosts en afdragen aan de gemeente.



4. Groei toerisme als kans voor vitale binnenstad

Haarlem is een levendige stad. Door de winkels, de restaurants, de evenementen, terrasjes en mensen heeft Haarlem-Centrum zowel overdag als in de avond een aantrekkelijke uitstraling. Haarlem wordt door zowel bezoekers als door niet-bezoekers hoog gewaardeerd. Wat levert toerisme op voor de stad? Wat is de positieve bijdrage van bezoekers aan Haarlem? Uit het Digipanel blijkt dat inwoners van Haarlem vinden dat toerisme de stad positieve aspecten brengt als meer levendigheid en betere voorzieningen en dat bezoekers een positieve bijdrage leveren aan de lokale economie. Leuk weetje: 77% van de inwoners helpt graag toeristen; slechts 2% helpt niet graag.

4.1 Bestedingen in Haarlem door bezoekers

Bezoekers aan Haarlem geven geld uit. De bestedingen van bezoekers zijn echter niet in één overzicht te vatten. Vanuit verschillende onderzoeken zijn wel gegevens bekend, die hieronder puntsgewijs worden weergegeven. De gegevens uit deze onderzoeken zijn onderling niet goed vergelijkbaar.

1. In 2018 werd 261 miljoen uitgegeven aan niet-dagelijkse bestedingen in de detailhandel, waarvan 50% door niet-Haarlemmers (Bron: KSO 2018).

2. In het onderzoek Toeristisch Bezoek aan Steden 2019 blijkt dat door bijna 1,4 miljoen bezoekers, die per jaar 3,13 keer naar Haarlem komen, per dag gemiddeld €56,30 wordt uitgegeven. In totaal is door deze bezoekers 240 miljoen euro uitgegeven, aan winkelen (45%), horeca (39%) en entrees (9%).

⁴ Uit Bezoekersonderzoek in Utrecht (2018) bleek dat de zakelijke bezoeker juist iets minder uitgaf dan de toeristische bezoeker. De verklaring voor dit verschil is niet af te leiden uit de cijfers.

3. Uit het Bezoekersprofiel Haarlem (2016), waarin ook de internationale bezoeker is meegenomen, komen de volgende bedragen per persoon per dag:

Dagbezoeker nationaal	€49,37
Dagbezoeker internationaal	€69,70
Verblijfsbezoekers nationaal	€96,62 (incl. overnachting €134,20)
Verblijfsbezoeker internationaal	€82,31 (incl. overnachting €129,42)

4. In het Onderzoek Inkomend Toerisme (2014) staat dat de 619.000 internationale bezoekers per dag gemiddeld €146 uitgeven, waarvan €55 aan overnachting. Van de €91 die overblijft wordt €39 besteed aan eten en drinken (43%), €24 aan winkelen (26%) en €8 aan excursies en entrees (9%).

5. Bezoekers aan evenementen besteden per bezoek gemiddeld €40 in de stad (Bron: Evenementenmonitor)

6. Voor zakelijke bezoekers zijn geen gegevens bekend op Haarlems niveau. Cijfers op landelijk niveau (NBTC, 2014) laten zien dat internationale zakelijke bezoekers⁴ gemiddeld meer besteden dan andere internationale bezoekers.

Toeristische bezoeker/dag: €180 incl. overnachting en vliegticket
Zakelijke bezoeker/dag : €307 incl. overnachting en vliegticket
Congresbezoeker/dag : €389 incl. overnachting en vliegticket

7. Pleziervaarders gaven in 2019 tijdens hun verblijf gemiddeld €110,- uit in de Haarlemse winkels en €104,- in de horeca. (Bron: Klanttevredenheidsonderzoek Pleziervaart 2019)

4.2 Bijdrage instandhouding voorzieningenniveau

Haarlem is een stad met goede voorzieningen op het gebied van winkels, horeca en culturele en toeristische voorzieningen. Deze voorzieningen hebben uiteraard baat bij voldoende bezoekers.

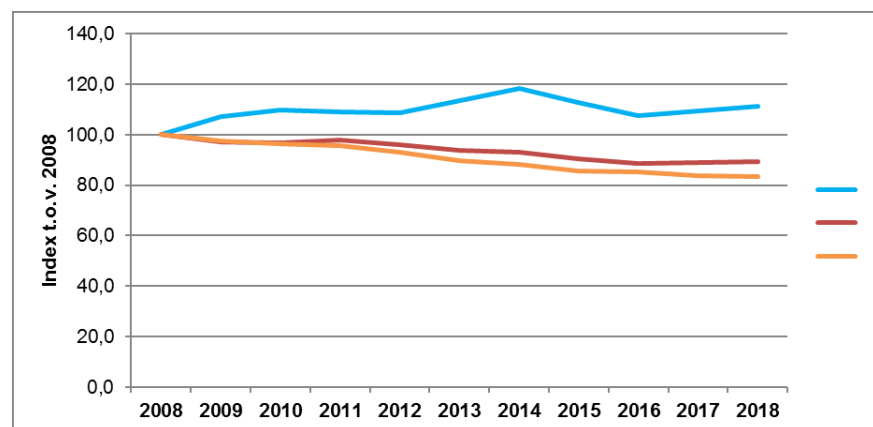
Bestedingen detailhandel voor 50% van buiten Haarlem

Uit onderzoek blijkt dat niet-dagelijkse bestedingen in Haarlemse winkels voor 50% worden gedaan door mensen die niet in Haarlem wonen. 42% van deze bestedingen komt voor rekening van de Randstad en 8% voor mensen van daarbuiten.

Positie van detailhandel staat onder druk

De positie van de detailhandel in Nederlandse binnensteden staat onder druk, vooral door de grote stijging in de online-aankopen. Landelijk is het aantal fysieke winkels met 11% afgenomen in de laatste 10 jaar. Het aantal winkelvestigingen in Haarlem is de afgelopen jaren ook gedaald, van 529 in 2016 tot 503 in 2018.

Het centrum van Haarlem stond er in 2019 redelijk goed voor qua aantal passanten (Bron: Locatus, zie afbeelding), maar was ook toen kwetsbaar. De prognoses voor fysieke winkels in Nederlandse steden zijn slecht. Leegstand is met name zichtbaar in de Grote Houtstraat en de Barteljorisstraat. Uiteraard heeft de coronacrisis een zeer grote invloed op de detailhandel. Winkelen is één van de belangrijke bezoekenredenen voor Haarlem en verdient daarom alle aandacht.



Blauw is aantal passanten binnenstad Haarlem

Rood is aantal passanten binnensteden Nederland

Bron: Winkelpassantentellingen Locatus 2018

Samen met ondernemers wordt gekeken naar mogelijkheden om beter inzicht te krijgen in de omvang van de bezoekersstroom in Haarlem-Centrum.

Belangrijk deel bezoekers culturele instellingen komt van buiten Haarlem

In de Cultuurmonitor 2017 geven culturele instellingen aan wat de herkomst is van hun bezoekers. Uit deze gegevens blijkt dat de culturele instellingen van Haarlem voor *Gemeente Haarlem* | Toeristische Koers

een belangrijk deel van hun bezoek afhankelijk zijn van mensen van buiten Haarlem. Voor de grotere culturele instellingen is dat in de meeste gevallen boven de 50%.

Culturele instellingen	Bezoekersaantallen	% van buiten Haarlem
1. Grote of St. Bavokerk	187.000	85
2. Frans Hals Museum	151.000	80
3. Teylers Museum	127.000	76
4. Toneel-/Filmschuur	202.000	40
5. Stadsschouwburg & Philharmonie	128.000	58
6. Patronaat	119.000	70

Er zijn verschillen in het aandeel internationale bezoekers. Bij de Grote of St. Bavokerk is 50% van de bezoekers internationaal, bij het Teylers Museum is 9% een internationale bezoeker, bij het Frans Hals Museum 15% (Bron: Cultuurmonitor Haarlem 2017).

4.3 Goed voor de werkgelegenheid

Van de werkgelegenheid in Haarlem was in 2019 8% direct gerelateerd aan toerisme en recreatie (logiesverstrekking, horeca, detailhandel, cultuur, sport, recreatie). Dat is een relatief hoog percentage in vergelijking met andere middelgrote steden. Ter vergelijking hieronder een aantal middelgrote steden en als referentie ook Amsterdam en Zandvoort.

Gemeente	Banen toerisme & recreatie	Totaal aantal banen	%
Zandvoort	1.700	5.510	30,9%
Amsterdam	76.390	653.030	11,7%
Maastricht	6.160	73.770	8,4%
Haarlem	5.520	68.739	8,0%
Leiden	5.590	75.320	7,4%
Groningen	10.740	145.090	7,2%
Breda	6.670	106.500	6,3%
Den Bosch	5.860	102.270	5,7%

Bron: LISA 2019, eigen bewerking

Wat de effecten op termijn zijn van de coronacrisis op de werkgelegenheid in deze sector is nog onduidelijk. De ontwikkelingen worden beschreven in de Corona Impact Monitor van de gemeente Haarlem.

De toeristische sector is interessant omdat het locatiegebonden banen oplevert waarbij een directe koppeling is tussen consumptie en productie. Daarnaast kunnen toerisme en recreatie bijdragen aan banen voor lager- en middelbaar opgeleide mensen. Kanttekening hierbij is dat juist in deze sectoren, in de periode voor Covid-19, een krapte was op de arbeidsmarkt en dat Haarlem een relatief hoogopgeleide bevolking heeft.

4.4 Levendigheid en trotse inwoners

Naast alle 'harde' gegevens kan toerisme ook bijdragen aan een gevoel van trots bij Haarlemmers. Uit het onderzoek naar Wat vinden Haarlemmers van toerisme (2019) komt naar voren dat 61% van de Haarlemmers zich een trots inwoner voelt door toerisme. Slechts 14% was tegen deze stelling, de rest neutraal.

Uit hetzelfde onderzoek komt naar voren dat 78% van de Haarlemmers zegt dat toerisme bijdraagt aan de levendigheid in de stad. Levendigheid kan zowel een positieve als negatieve lading hebben. Maar voor de rustige momenten in de week en in het jaar is het best prettig als er nog wat activiteit is in de stad. Het toerisme kan daaraan bijdragen.

4.5 Inkomsten uit toeristenbelasting en parkeerbaten

Toeristenbelasting is een belangrijke inkomstenbron voor de gemeente. Per 1 januari 2019 gelden nieuwe tarieven voor toeristenbelasting. Voor een overnachting op een camping, pleziervaartuijg of riviercruiseschip betaalt men €2,- p.p.p.n., voor hostels is dit €3,25 en voor hotels/pensions/B&B/particuliere vakantieverhuur €5,-. In 2019 kwam dit neer op € 2.395.000 (prognose). Het is wenselijk dat de tarieven voor de toeristenbelasting voor langere tijd worden vastgesteld. Enerzijds omdat de professionele logiesaanbieders vaak contracten afsluiten voor enkele jaren. Anderzijds omdat de gemeente een overeenkomst heeft met Airbnb en het bewerkelijk is om deze regelmatig te moeten wijzigen. Mocht besloten worden om een tariefswijziging door te voeren dan is het zaak om dit tijdig af te stemmen met betrokken partijen.

Naast de toeristenbelasting zorgt extra bezoek aan de stad voor meer parkeerinkomsten. Al deze inkomsten gaan naar de algemene middelen. Een deel daarvan komt indirect ten goede aan het toerisme. Het wordt bijvoorbeeld ingezet voor beleid en handhaving. Denk hierbij aan Hotelbeleid, Evenementenbeleid, Ambitiekaart Haarlemse Wateren, Beleidsregels Alternatief Personenvervoer en de *Gemeente Haarlem* | Toeristische Koers

Huisvestingsverordening (particuliere vakantieverhuur). Maar ook voor beheer en onderhoud van cultuurhistorie/monumenten en natuur, toeristische bewegwijzering en (toeristische) faciliteiten.

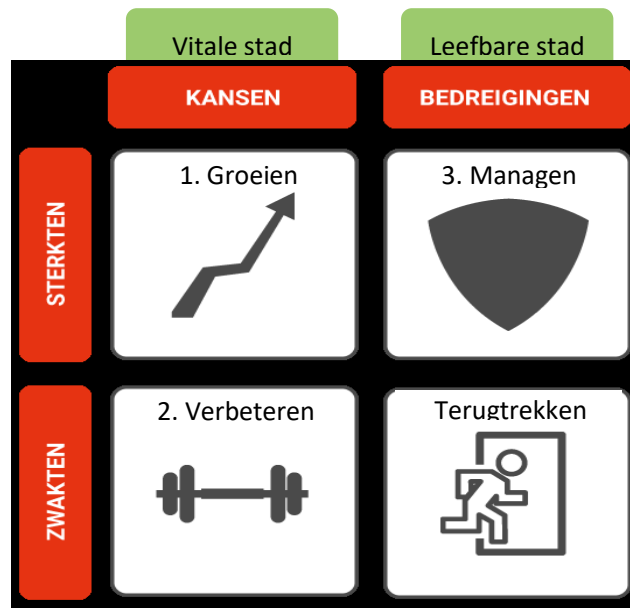


5. Visie en ontwikkelijnen

5.1 Haarlem als vitale en leefbare stad

In hoofdstuk 3 zijn we ingegaan op de knelpunten die (kunnen) ontstaan door de groei van toerisme en daarmee effect kunnen hebben op de leefbaarheid voor inwoners. In hoofdstuk 4 hebben we omschreven hoe toerisme een kans kan zijn voor Haarlem en hoe het kan bijdragen aan het behouden van een vitale binnenstad.

Aan het einde van hoofdstuk 2 staat een SWOT-analyse. Deze gaan we in dit hoofdstuk vertalen in een zogenaamde confrontatiematrix. Hierbij gaan we sterkten en zwakten combineren met kansen en bedreigingen. Dit geeft inzicht hoe Haarlem zich in de toekomst op het gebied van toerisme kan ontwikkelen. Dus op welke vlakken kan Haarlem nog groeien? Welk toeristisch aanbod moeten we verder versterken? En waar moet Haarlem zich juist terughoudend opstellen en maatregelen treffen om de leefbaarheid voor bewoners te bewaken? Hierbij hebben we gebruik gemaakt van de input uit de interne en externe participatie (zie bijlage 2).



Dit resulteert in drie voor Haarlem relevante ontwikkelijnen (ontwikkelijn 'terugtrekken' is niet aan de orde) die we hierna verder zullen uitwerken in een aantal opgaven. Van daaruit kunnen concrete maatregelen/acties worden genomen. De ontwikkelijnen 'groeien' en 'verbeteren' zijn gericht op de kansen die we zien om middels het toerisme een vitale binnenstad te behouden. De ontwikkelijn 'managen' zetten we in om de knelpunten die het toerisme met zich meebrengt te beperken en de leefbaarheid van de binnenstad te behouden. Naar gelang de behoefte kan in de ene periode meer de nadruk worden gelegd op gerichte groei en verbetering van het aanbod en in de andere periode juist meer op het managen van bezoekers. Deze flexibiliteit is ingebouwd in het stuk om te kunnen (bij)sturen op balans. Bij de invulling van de ontwikkelijnen is gebruik gemaakt van de in het rapport Waardevol Toerisme (RLi, 2019) genoemde sturingsmechanismen (zie bijlage 3), voor zover ze van toepassing zijn op Haarlem. Een op dit moment veelgebruikte term voor alle maatregelen die sturing geven is bezoekersmanagement.

5.2 Ontwikkelijn 1 Groeien: inzetten op waardevolle bezoekers

Meer dan voorheen wordt de promotie en marketing gericht ingezet op de voor Haarlem waardevolle bezoekers. Dat betekent dat dat deel van het aanbod centraal staat dat past bij die bezoekers. Haarlem Marketing heeft hier een grote rol in aangezien zij primair verantwoordelijk zijn voor de citymarketing van de stad. Het is nog geheel onduidelijk hoe de bezoekerseconomie zich zal herstellen na corona. De verwachting is dat het sowieso enige tijd zal duren voordat internationaal verkeer weer helemaal op gang komt. Nederlanders zullen wel meer dan voorheen op vakantie gaan en dagjes uit plannen in eigen land.

Opgave: duidelijker profileren Haarlem

Een duidelijker profiel is de eerste belangrijke stap om de gewenste bezoeker aan te trekken. Het gaat daarbij vooral om het neerzetten van het juiste sfeerbeeld. De juiste beelden van Haarlem (in tekst, beeld en uitstraling) communiceren is een belangrijke voorwaarde voor een sterke profilering van Haarlem. Met Haarlem Winkelstad en Haarlem Cultuurstad heeft de stad een bekende, maar vrij algemene profilering. Potentiële bezoekers krijgen zo niet direct een beeld bij wat ze kunnen verwachten. Er moet worden gewerkt aan een duidelijke merkstrategie waarbij het kwalitatieve, authentieke en onderscheidende aanbod van Haarlem uitgelicht kan worden. Dit draagt bij aan de effectiviteit van campagnes.

Opgave: promotie richten op gewenste doelgroepen

Van het actief aantrekken van meer bezoekers gaat de aandacht sinds een aantal jaren uit naar vooral de kwaliteitsbezoeker. Nu wordt ook de stap gemaakt naar inzet op de bezoeker die iets toevoegt aan Haarlem. We kiezen daarom voor de term 'waardevolle bezoeker' (Het gaat hierbij om bezoekers die een positieve economische bijdrage leveren (Profit) en zo min mogelijk negatieve impact veroorzaken op de omgeving (Planet) en de samenleving (People). Samen met partijen uit de stad zijn we tot de volgende kenmerken gekomen die van toepassing zijn op de waardevolle bezoeker:

Bezoekers die een positieve (economische) bijdrage leveren aan de stad, omdat ze...:

- minimaal 4 uur verblijven: we willen toeristen aantrekken die ervoor kiezen om Haarlem voor een langer tijdsbestek te bezoeken. Die niet vluchtig de stad willen zien, maar die echt de stad willen ontdekken. Dit zijn in Haarlem geïnteresseerde bezoekers (niet alleen hier overnachten om Amsterdam te bezoeken). Als een toerist langer verblijft dan wordt doorgaans meer geld uitgegeven aan horeca, winkels en entree.
- niet alleen komen halen, maar ook iets brengen: we ontvangen het liefste bezoekers die echt geïnteresseerd zijn in het Haarlemse aanbod, die geld uitgeven bij Haarlemse ondernemers en instellingen (niet aan commerciële tussenpersonen) en interactie zoeken met bedrijven en bewoners in de stad.

Bezoekers die zo min mogelijk negatieve impact veroorzaken voor de stad, omdat ze...:

- op rustige momenten komen: Haarlem zet actief in op toeristen die in de gelegenheid zijn om op doordeweekse dagen en/of in de rustige maanden Haarlem te bezoeken.
- de stad individueel bezoeken: Haarlem is kleinschalig en heeft een compacte binnenstad. Grote groepen bezoekers/massatoerisme passen niet bij de Haarlemse schaal. Daarom kiezen we primair voor individueel reizende bezoekers, die bij voorkeur Haarlem aandoen per OV.
- passen bij het DNA van Haarlem: de focus ligt op het aantrekken/faciliteren van bezoekers die het authentieke karakter en het kwalitatief hoogwaardige aanbod van Haarlem kunnen waarderen.
- een lage footprint hebben: we ontvangen het liefste bezoekers die kiezen voor duurzame vormen van vervoer, die weinig afval produceren en die restaurants en winkels bezoeken met een overwegend lokaal, biologisch en eerlijk aanbod.

Kiezen voor bezoekers die bijdragen aan doelstellingen van stad

De meeste bezoekers aan de binnenstad van Haarlem komen uit Haarlem of directe omgeving. De grootste kansen qua bezoekers van buiten de directe regio lijken te liggen bij:

- 1) bezoekers die getrokken worden door de historische binnenstad van Haarlem en komen voor cultuur, horeca, winkelen en rondwandelen/fietsen.
- 2) bezoekers die getrokken worden door het ambachtelijke, creatieve karakter van Haarlem en die zoeken naar culturele activiteiten en bijzondere winkels en horeca.
- 3) zakelijke bezoekers

De nadruk ligt hier op doelgroepen die mogelijk te verleiden zijn om Haarlem doordeweeks te bezoeken of in meer rustige maanden, en dan bij voorkeur voor een meerdaags verblijf. Het zal dan gaan om de bewuste, veelal wat oudere bezoeker die de specifieke kwaliteiten van Haarlem en omgeving waardeert en de wat jongere doelgroep uit Amsterdam en MRA/Randstad voor de meer creatieve kant van Haarlem. Voor de internationale bezoekers is het belangrijk om het 'language no problem' aanbod goed onder de aandacht te brengen.

Omdat het verloop en de gevolgen van Covid-19 nog zo onduidelijk zijn én door de grotere focus op de belangen van bewoners is het steeds zaak om te bepalen op welk niveau promotie moet plaatsvinden. De focus zal in de eerste fase na Covid-19 primair liggen op regionale bewoners/bezoekers en mensen die al in de regio verblijven, pas daarna eventueel breder.

Opgave: inwoners inzetten als ambassadeurs van de stad

Een opkomende trend in de citymarketing is het inzetten van ambassadeurs om een plaats op de kaart te zetten. Wie kan nu beter een bezoeker enthousiasmeren dan de lokale ambassadeurs/boegbeelden zelf? Trotse bewoners zijn authentieke ambassadeurs van de stad. Uit een poll op het Instagramaccount van visithaarlem blijkt dat 80% van de volgers van dit account bewoners van de stad zijn. Zij tonen hun actieve betrokkenheid en trots voor de stad door hun foto's met dit account te delen. Als beweegredenen worden voornamelijk liefde voor en trots op de stad genoemd. Voor bezoekers aan de stad is juist dit relevante content: als bezoeker wil je tenslotte een stad ervaren zoals de locals dat doen. Deze vorm van communicatie vanuit bewoners wordt meestal als authentiek en betrouwbaar ervaren. Bewoners betrekken bij de promotie van Haarlem is daarmee een zeer relevante, logische vervolgstap. Authenticiteit, vertrouwen en intrinsieke motivatie van de ambassadeurs zijn voorwaarden voor een succesvol opererend inwonersnetwerk dat kan worden ingezet als ambassadeursnetwerk.

Opgave: verborgen parels onder de aandacht brengen

Om Haarlem aantrekkelijk te laten zijn voor specifieke doelgroepen zoals de creatieve jongere bezoekers die een 'second city' willen aandoen maar ook voor terugkerende (zakelijke) bezoekers, kan Haarlem naast de grote trekkers ook het aanbod dat niet op de gebaande paden ligt, versterkt onder de aandacht brengen. Door de verborgen parels te laten zien wordt het imago van degelijke stad wat opgepoetst en is er nog meer reden de stad te bezoeken. Daarnaast kan het bijdragen aan de spreiding van bezoekers over de stad en in de tijd. Er kan in navolging van Amsterdam bijvoorbeeld een 'Untourist guide' worden ontwikkeld. Met daarin ook duurzame initiatieven in horeca en mode en kleinschalige activiteiten in Haarlem die passend zijn bij de profilering. Voorbeelden zijn de Haarlemmer Kweektuin, de Veerplas, Slachthuisterrein en Haarlemmer Stroom.

5.3 Ontwikkellijn 2 Verbeteren: versterken kwalitatief (toeristisch) aanbod

Het (toeristisch) aanbod van Haarlem moet verder versterkt worden zodat de waardevolle bezoekers de stad weten te vinden, langer verblijven en meer besteden. Deze ontwikkellijn heeft betrekking op het spreiden van voorzieningen in tijd en ruimte en op aanbod dat goed aansluit bij de inwoners van Haarlem. De gemeente Haarlem en de partners in de stad moeten hier samen in optrekken.

Opgave: verruimen binnenstad door ontwikkelen en verbinden aanbod

Het toerisme is nu geconcentreerd in de binnenstad maar er is juist een aantal interessante voorzieningen en ontwikkelingen in de periferie van de binnenstad. Denk daarbij aan Molen de Adriaan, de Oerkap, Museum van de Geest | Dolhuys, de Koepelgevangenis, de Koepelkathedraal en Haarlemmer Stroom. Deze plekken kunnen bijdragen aan het vergroten van het centrum. De binnenstad wordt nu grotendeels afgebakend door het water (o.a. het Spaarne), wat een kans biedt omdat het toeristische aanbod net buiten de binnenstad goed ontsloten kan worden via het water. Bovendien biedt elektrisch varen kansen om toeristen op een duurzame en aantrekkelijke manier te vervoeren. Het is wel van belang dat het gebied rondom het water aantrekkelijk is, zodat bezoekers meer worden verleid om de randen van de binnenstad op te zoeken. Een verkenning van terrassen op en aan het water zou daar aan kunnen bijdragen. Ook routes kunnen zorgen voor meer verbinding tussen de binnenstad en de rand daar omheen.

Opgave: aanbod dalmomenten versterken

Op de zaterdagen is het verreweg het drukste in Haarlem en vinden ook de meeste evenementen plaats. Op doordeweekse dagen is er nog ruimte voor groei van bezoekers. Het is daarom zaak om het aanbod te versterken voor deze dagen van de week. Dit kan bijvoorbeeld door de organisatie van activiteiten op andere dagen dan de zaterdag of door middel van het aanbieden van midweekarrangementen en/of kortingen op bepaalde dagen zoals Maastricht doet met de Midweekendcampagne. Hetzelfde geldt voor rustigere periodes in het jaar. November, januari en februari lenen zich goed voor nieuwe evenementen en activiteiten. Denk aan een blockbuster tentoonstelling in het Frans Hals Museum of Teylers Museum. Of een evenement in de wintermaanden dat binnen plaatsvindt, bijvoorbeeld in (één van) de historische gebouwen die Haarlem rijk is. Dit draagt ook bij aan de spreiding van de overnachtingen over het jaar/jaarrond continuïteit. Specifiek voor de zakelijke bezoekers moet nader worden bepaald welk aanbod in Haarlem waar eventueel toegevoegd moet worden om deze markt optimaal te kunnen bedienen.

Opgave: opstarten transformatie binnenstad

Haarlem profileert zich als winkelstad. Echter, in de hoofdwinkelstraten zoals de Grote Houtstraat is in toenemende mate sprake van winkelleegstand. Dit komt door de groei van online winkelen en zal naar verwachting in een stroomversnelling raken door de coronacrisis en de komst van Amsterdam The Style Outlets. Maar ook veel horecazaken zijn financieel in zwaar weer geraakt door de verplichte sluitingen. De verwachting is dat ook in deze sector gaten gaan vallen. Leegstand is niet aantrekkelijk voor de bezoeker en is schadelijk voor het positieve imago. De gemeente moet samen met vastgoedeigenaren en ondernemers gaan kijken hoe het kernwinkelgebied ontwikkeld kan worden zodat het aantrekkelijk en toekomstbestendig is.

Opgave: inzetten op interessant aanbod dat past bij Haarlem(mers)

De keuze is om zoveel als mogelijk aanbod te ontwikkelen dat niet primair gericht is op toeristen maar juist ook aantrekkelijk is voor bewoners. Zo is het aanbod passend bij het DNA van de stad. Een voorbeeld van aanbod dat past bij Haarlem(mers) is Klim naar het Licht dat naast bezoeker van buitenaf ook veel Haarlemmers heeft getrokken. En bij de verkoop van de Egelantier zijn voorwaarden gesteld die ervoor zorgen dat het hotel met cultureel-maatschappelijke voorzieningen (groten)deels ook opengesteld is voor de Haarlemmers zelf. Een voorbeeld van buiten Haarlem is 24H in Amsterdam. Gedurende 24 uur zetten bedrijven en instellingen hun deuren open, bijvoorbeeld met een rondleiding achter de schermen of een speciale kleinschalige activiteit. Het

evenement richt zich op bewoners, maar bezoekers zijn welkom. Deze opgave betekent dat aanbod specifiek gericht op toeristen (kaaswinkels met voorverpakte kazen, toeristentreintjes, een torture museum, etc.) niet wenselijk is. Bij het toevoegen van nieuw aanbod kan meer aandacht worden besteed aan de behoeften van de eigen inwoners, zoals meer aanbod voor jongeren. Om te borgen dat aanbod passend is voor de stad, moeten initiatieven getoetst worden aan de kernwaarden (authenticiteit, kwaliteit en menselijke maat). Een belangrijk aandachtspunt is het verder verduurzamen van het aanbod en ondernemers en instellingen hier actief op laten aanhaken.

Opgave: bezoekers gastvrij ontvangen

Bezoekers zijn gasten van de stad. Een aangenaam bezoek begint bij een gastvrij ontvangst. Het gaat hierbij om het verstrekken van de relevante informatie en persoonlijke aandacht. De VVV heeft hier een belangrijke rol in, maar ook receptiemedewerkers van hotels, verkoopsters in winkels en horecamedewerkers zijn een belangrijke bron van informatie over wat er waar te doen is, ook voor verwijzing naar de minder bekende plekken of activiteiten. In steden als Eindhoven en Amsterdam worden welcome teams ingezet om mensen bij het station welkom te heten en van juiste informatie te voorzien. Daarnaast moet de toeristische bewegwijzering goed op orde zijn. Onlangs is een 'familielijin' bebording ontwikkeld om bezoekers op een uniforme wijze de weg te wijzen (bestaande bebording wordt overigens niet direct vervangen). Belangrijk punt van aandacht bij de gastvrijheidsopgave is het tekort van personeel in detailhandel en horeca en het vinden van geschikt personeel (situatie 2019), juist ook omdat Haarlem relatief veel hoogopgeleide mensen heeft.

5.4 Ontwikkellijn 3 Managen: sturen met concrete maatregelen

Belangrijk bij een toekomstbestendige ontwikkeling van toerisme is dat er gestuurd kan worden met maatregelen indien de situatie daarom vraagt. Enerzijds gaat het daarbij om (tijdelijke) maatregelen in de openbare ruimte in het kader van crowdmanagement (afsluitingen, omleidingen, nudging). Anderzijds om maatregelen op het gebied van handhaving en juridische instrumenten als het aanscherpen van bestemmingsplannen, verordeningen en APV. Dit is met name een onderwerp waar de gemeente de regie heeft.

Opgave: overall plan maken voor bezoekersmanagement/crowdmanagement

Hoewel Haarlem een grote binnenstad heeft, is de drukte geconcentreerd op een aantal 'piekpunten'. Het beter benutten van de openbare ruimte en goede informatie over alternatieven bieden een kans om de bezoekersstromen beter te geleiden en daarmee de drukte te spreiden. Het is daarbij van belang om steeds af te wegen welk type bezoeker waar gewenst is. Het NBTC heeft een methode ontwikkeld om te komen tot bezoekersmanagement. Het gaat om een analyse van bezoekersgedrag en de risico's daarbij op veiligheid, leefbaarheid en beleving. Welke maatregelen zijn vervolgens in te zetten in de openbare ruimte (bijvoorbeeld omleidingen en nudging), in de informatievoorziening en qua inzet van tools (bijvoorbeeld hosts in de stad, digitale druktemeting en, cameratoezicht) om bezoekersstromen te geleiden? Onderzoek en gebruik van data zijn een wezenlijk onderdeel van deze aanpak. Bezoekersmanagement is in 2020/2021 nog actueler geworden vanwege de anderhalvemeter economie.

Verkennen drukte Grote Markt wenselijk

Uit het Digipanel en gesprekken met partners uit de stad is gebleken dat drukte in de stad het meest tot ongenoegen leidt. De Kruisstraat, Botermarkt en Grote Markt werden daarbij genoemd. Met name op en rond de Grote Markt is sprake van een grote belasting op de zaterdagen en in de schoolvakanties. Daar komen de meeste bezoekers samen en kruisen fietsers en voetgangers elkaar. Het is een locatie waar de kermis en diverse evenementen (o.a. Haarlem Jazz, Haarlem Culinaire en de Bloemencorso) plaatsvinden en waar de weekmarkt staat. Daarnaast trekt de Grote of St. Bavokerk veel toeristen, is de VVV hier gevestigd en is er een aantal terrassen. De draagkracht van de leefomgeving van de Grote Markt staat op bepaalde momenten onder druk. Een nadere verkenning op de functies en het gebruik van de Grote Markt is daarom wenselijk. Dit kan in de vorm van een druk-draagkrachtanalyse zoals omschreven in het rapport Waardevol Toerisme. Gedurende de coronacrisis is de weekmarkt ruimer opgezet dan voorheen. Het is interessant om te verkennen of dit een structurele oplossing kan zijn.

Routestructuren verbeteren

Verder kwam uit het Digipanel naar voren dat hinder wordt ervaren van bezoekers die op het fietspad of op de weg lopen. Een nadere uitwerking op de inrichting van de openbare ruimte is wenselijk, waarbij gedacht aan oplossingen voor verkeerspieken/-knooppunten en aan duidelijke routes voor de verschillende gebruikersgroepen. Voor wat betreft de looproutes binnen Haarlem geldt dat de ruimte in en rond de binnenstad beter benut kan worden. Haarlem heeft verschillende buurten waar

bezoekers van de sfeer kunnen genieten zonder specifiek bezoekdoel, de zogenaamde dwaalmilieus, waar kleine trekkers (bijvoorbeeld door groen of pleinen) in het aanbod gerealiseerd kunnen worden om mensen te verleiden de stad verder te verkennen. Zogenaamde nudging kan hier ook een rol in spelen. Een duidelijker routestructuur kan ook gerealiseerd worden door fietsroutes vanuit de binnenstad naar het buitengebied (bijvoorbeeld route via Koepelkathedraal naar Bloembollenvelden. Qua inrichting van de openbare ruimte gaat het om het optimaliseren van het gebruik van de openbare ruimte door bijvoorbeeld het realiseren van fietsenstallingen en het aanpassen van bewegwijzering.

Opgave: grip houden met juridische instrumenten en handhaving

Om Haarlem te beschermen tegen eventuele uitwassen van toerisme is het van belang om juridisch houvast te hebben. Dit kan o.a. door het aanscherpen van bestemmingsplannen, verordeningen en APV. Mogelijk interessante thema's daarbij zijn toeristenwinkels, rondvaarten, horeca 4 en short stay. Het beleid moet hier vanzelfsprekend op aansluiten. Daarnaast is er voldoende handhavingscapaciteit nodig om klachten te voorkomen en verhelpen. Bijvoorbeeld voor particuliere vakantieverhuur en bootverhuur (deeleconomie). Maar ook voor alternatief personenvervoer, veiligheid rondom laad- en losplekken voor touringcars, (toeristische) ondernemers die afwijken van het bestemmingsplan en andere toerisme gerelateerde zaken. De handhaving moet niet alleen actief inspelen op klachten, maar ook proactief handelen als ze zelf iets signaleren. Kanttekening is wel dat handhaving beperkte capaciteit heeft en dat er duidelijke prioriteiten gesteld moeten worden.

Al eerder ingezette maatregelen in het kader van het managen van bezoekers:

- Huisvestingsverordening: regels voor particuliere vakantieverhuur (2019);
- Hotelbeleid: hotelaanvraagpauze tot 1 januari 2022 (2020);
- Beleidsregels voor alternatief personenvervoer (2020).

Opgave: regie houden op de groepsmarkt

Haarlem heeft tot nu toe te maken met een relatief kleine aanloop van touringcars. Nu Amsterdam de regels rond touringcars aanscherpt is het goed denkbaar dat touringcars op zoek gaan naar alternatieven in de regio. Eenzelfde ontwikkeling zien we in de riviercruisemarkt en de rondvaartsector. Daarnaast zijn er vrachtwagens die grote hoeveelheden huurfietsen in Haarlem afleveren voor groepstours. De vraag is of Haarlem actief de toename in deze groepen bezoekers moet gaan accommoderen. Haarlem is qua aard en omvang niet geschikt om veel grote groepen bezoekers te ontvangen. Er zijn op dit moment geen goede uitstaplocaties, waardoor hinder

ontstaat voor andere weggebruikers. Sommige hofjes worden overspoeld door groepen toeristen. En in het Digipanel onder inwoners werden groepen die de doorstroming van het verkeer belemmeren vaak genoemd. Vanuit andere gemeenten zijn ook negatieve praktijken bekend van te commercieel opererende bedrijven die weinig keuzevrijheid in bezoekgedrag laten aan de mensen die een tour boeken. Aan de andere kant zijn meer bezoekers op doordeweekse dagen zeker gewenst en is een deel van de touringcarmarkt ook gericht op de culturele bezoeker en scholieren die we graag in Haarlem ontvangen. Tijdens de participatie is dit onderwerp meerdere keren aan de orde geweest. De conclusie die getrokken kan worden uit de gesprekken is dat als we touringcars willen faciliteren, er duidelijke regie nodig is op welke groepen we willen toestaan (de waardevolle bezoeker) op welk moment in het jaar of in de week en waar voorzieningen dan gerealiseerd moeten worden. Hiervoor is een plan van aanpak nodig. Hierbij kan ook de ontvangst van riviercruises worden meegenomen.

Opgave: draagvlak creëren onder bewoners

Uit onderzoek blijkt dat de gastvrijheid van lokale inwoners de grootste invloed heeft op de ervaring van bezoekers (bron: TCI/TRAVELSAT competitive index). Het draagvlak onder bewoners en hun houding ten opzichte van toeristen is dus essentieel. Het draagvlak kunnen we bereiken door ons te richten op de waardevolle bezoeker, door de kernwaarden van Haarlem goed te bewaken en door bewoners te betrekken bij nieuwe initiatieven bijvoorbeeld middels co-creatie en/of crowdfunding. Daarnaast kunnen er activiteiten worden ontplooid als bijvoorbeeld een Haarlemse Hotelnacht, waardoor aanbod en inwoners elkaar ontmoeten. Ook kunnen inwoners een rol spelen bij het samenstellen van nieuwe producten, zoals bijvoorbeeld de Open Tuinendagen in Amsterdam. Als er overlast ontstaat kan zoveel mogelijk samen met bewoners worden gezocht naar oplossingen. Zo merken de bewoners van de Haarlemse hofjes dat het aantal bezoekers is gegroeid en dat bezoek soms leidt tot ongewenste situaties die samenhangen met het gedrag van de bezoekers. Het is wenselijk om 'spelregels' te bepalen voor het bezoek aan de hofjes. Toerisme levert de stad wat op, maar het brengt ook kosten met zich mee. Om de verantwoordelijkheid van de lasten zoveel mogelijk te delen betalen verblijfsbezoekers toeristenbelasting. Daarnaast kan het helpend zijn om naar de stad te communiceren waar de opbrengst van de toeristenbelasting naar toe gaat zodat concreter wordt wat het oplevert. Tot slot gaat de gemeente jaarlijks bijhouden hoe de balans in de binnenstad zich ontwikkelt middels de Balansmonitor binnenstad.

5.5 Organisatie uitwerking ontwikkellijnen

1. Regie houden op toerisme

De afgelopen jaren zijn in Haarlem al de eerste stappen genomen in het kader van meer balans tussen bezoekers en bewoners. De aandacht is verlegd van het aantrekken van meer bezoekers naar het trekken van de waardevolle bezoeker. De komende jaren zal de lijn van meer regievoering op gewenste en ongewenste ontwikkelingen worden doorgezet.

2. Opzetten overleg- en samenwerkingsstructuur

Omdat aan de voorkant niet goed te duiden is welke ontwikkelingen op ons afkomen en hoe we daar mee om moeten gaan is het van groot belang om met verschillende partijen in de stad, maar ook daarbuiten, de koers te bespreken, ervaringen uit te wisselen en kennis te delen. Naast agendering binnen het reguliere overleg met Haarlem Marketing en met de Centrum Management Groep wordt gekeken of er werkgroepen wenselijk zijn voor specifieke onderwerpen en of periodiek kan worden aangeschoven bij bestaande overleggen als het C9-overleg van de culturele instellingen en het overleg met de hotelsector. Ook de banden met het onderwijs zullen worden versterkt. Als laatste willen we graag gebruik maken van de creatieve, innovatieve kracht van bedrijven en organisaties in Haarlem om na te denken over vernieuwend aanbod.

Overleg en samenwerking binnen de MRA

Haarlem is geen eiland en ligt in één van de populairste gebieden van Nederland. Daarom is wat er in Amsterdam en in de regio gebeurt van invloed op Haarlem. Afstemming en samenwerking met overheden en organisaties in de Metropoolregio Amsterdam is van groot belang. Binnen de Metropoolregio Amsterdam (MRA) wordt actief samengewerkt op verschillende beleidsterreinen, waaronder toerisme. Binnen de werkgroep en het programmateam toerisme werken 32 gemeenten en de provincies Noord-Holland en Flevoland samen aan de Strategische Agenda Toerisme. In 2021 vindt een onderzoek plaats naar de toeristische ontwikkelruimte in de MRA, met aandacht voor toeristische druk en leefbaarheid, en wordt een nieuwe strategische agenda toerisme voor de MRA opgesteld. Haarlem zal met een actieve inbreng de positie van Haarlem zo goed mogelijk inbedden binnen de MRA-strategie. De afgelopen jaren is ook gezamenlijk gewerkt aan een marketingstrategie voor het spreiden van internationale bezoekers (Amsterdam Bezoeken, Holland Zien), aan cultuur, aan een Ontwikkelkader Verblijfsaccommodaties, een evenementennota en

het ontwikkelen van fietsroutes. Daarnaast wordt veel kennis gedeeld over ontwikkelingen in de sector en onderzoeken.

Samenwerking met amsterdam & partners en NBTC

Deze twee organisaties hebben naast de marketing voor respectievelijk Amsterdam en Nederland de laatste periode een duidelijke opdracht gekregen voor bestemming-ontwikkeling en bestemmingmanagement. Dit in het kader van de toenemende erkenning dat toerisme als middel kan worden ingezet voor maatschappelijke (ontwikkel)opgaven. Voor beide organisaties staat de inwoner centraal en moeten bezoekers en bedrijven meer als tijdelijke (belangrijke) gasten worden beschouwd, die iets moeten bijdragen aan de doelstellingen van de stad. Het is belangrijk om voor de laatste ontwikkelingen en inzichten goed aangesloten te zijn op de kennis van deze organisaties en waar mogelijk actief samen te werken. Voor amsterdam & partners is de Strategische Agenda Toerisme MRA de basis. Voor het NBTC is dat Perspectief Bestemming Nederland 2030, de landelijke visie op toerisme in Nederland.

3. Organiseren onderzoek en monitoring

Om goed te kunnen sturen op de ontwikkelingen in de stad op het gebied van toerisme zijn onderzoek en monitoring essentieel. Het verzamelen hiervan gebeurt op verschillende manieren.

Haarlemse monitors

Haarlem houdt ontwikkelingen bij in diverse monitors, bijvoorbeeld op het gebied van Economie, Cultuur, Evenementen en Binnenstad. Vanuit toerisme worden deze goed gevolgd en wordt input geleverd. Een overweging is om ook een Toerismemonitor samen te stellen. Een aantal vragen op het gebied van toerisme en drukte worden vanaf 2020 meegenomen in de jaarlijkse Omnibus.

VisitorData

In 2019 is aangesloten op VisitorData, een registratiesysteem bij hotels waardoor informatie kan worden verkregen over aantal overnachtingen, herkomst en verblijfsduur van bezoekers. Op dit moment zijn de grote hotels aangesloten, het streven is te komen tot een 100%-dekking vanuit de hotels.

OIS Amsterdam en Nationale Data-Alliantie

De onderzoeksafdeling van de gemeente Amsterdam verzamelt sinds vorig jaar data over toerisme voor de hele MRA. Het gaat hierbij om ontwikkelingen over het aantal

verblijfsaccommodaties, het aantal overnachtingen, bezettingsgraden. Veel van deze cijfers zijn niet direct te herleiden tot Haarlem, maar betreffen het COROP-gebied. Op nationaal niveau wordt met alle relevante partijen (Rijk, provincies, CBS, NBTC, gemeente Amsterdam en amsterdam & partners) gewerkt aan het centraal afstemmen en uitwisselen van relevante data om een zo goed mogelijk totaalbeeld te krijgen.

Participatie in onderzoek van derden

Om onderzoekcijfers specifiek voor Haarlem te verkrijgen heeft Haarlem in de afgelopen jaren geparticipeerd in verschillende onderzoeken van externe organisaties. Op dit moment ontbreken actuele data voor Haarlem op het gebied van profielen en gedrag van verblijfsbezoekers, internationale dagbezoekers en zakelijke bezoekers. We kijken samen met verschillende organisaties hoe we zo goed mogelijk de relevante data kunnen verzamelen door participatie in lopende onderzoekstrajecten.

Monitoring door Haarlem Marketing

Aan Haarlem Marketing wordt gevraagd om hun inspanningen op het gebied van marketingactiviteiten actief te blijven monitoren en hiervan jaarlijks verslag te doen. Voorwaarde hiervoor is wel dat samen met de gemeente duidelijke KPI's (Key Performance Indicators) worden vastgesteld, zodat monitoring kan plaatsvinden op indicatoren waarop Haarlem Marketing ook invloed kan uitoefenen.

Passantentellingen binnenstad

De BIZ binnenstad gaat in 2021 opdracht geven om passantentellingen te doen op diverse locaties in de binnenstad. Dit geeft per dag inzicht in de drukte. Het is nog niet bekend welke methode hiervoor gehanteerd gaat worden.



6 Eerste doorkijkje acties

Hieronder staat een overzicht van de mogelijke acties/maatregelen, zoals ze ook binnen de ontwikkellijnen staan beschreven. Los van deze inhoudelijke maatregelen zal de komende jaren aandacht zijn voor samenwerking, kennisopbouw en onderzoek, zoals beschreven in 5.6.

Ontwikkellijn 1 Groeien: inzetten op waardevolle bezoekers	
Duidelijker profileren Haarlem	Uitwerken merkstrategie
Promotie richten op gewenste doelgroepen	Uitwerken doelgroepprofielen
Inwoners inzetten als ambassadeurs van de stad	Bewoners betrekken bij promotie van Haarlem
Verborgen parels onder de aandacht brengen	Opzetten Untourism Haarlem, samen met creatieve, innovatieve partijen in de stad

Ontwikkellijn 2 Verbeteren: versterken kwalitatief (toeristisch) aanbod	
Verruimen binnenstad door ontwikkelen en verbinden aanbod	- Koppelen perifeer aanbod aan routes - Verkennen terrassen aan het water
Aanbod dalmomenten versterken	Opstellen plan doordeweeks aanbod
Opstarten transformatie binnenstad	Uitwerken in plan transformatie binnenstad
Inzetten op interessant aanbod dat past bij Haarlem(mers)	Continu aandachtspunt: toepassen kernwaarden bij nieuwe initiatieven
Bezoekers gastvrij ontvangen	- Organiseren bijeenkomst voor front officemedewerkers - Nader verkennen welcome teams

Ontwikkellijn 3 Managen: sturen met concrete maatregelen	
Overall plan maken voor bezoekersmanagement/crowdmanagement	- Verkennen drukte Grote Markt - Plan maken voor routestructuren in en om Haarlem
Grip houden met juridische instrumenten en handhaving	- Aanscherpen bestemmingsplannen, met name voor de binnenstad - Handhaven particuliere vakantieverblijf - Handhaven illegale bootverhuur
Regie houden op de groepsmarkt	- Groepsmarkt in kaart brengen - Plan maken Haarlemse hofjes - Plan maken touringcars
Draagvlak creëren onder bewoners	- Stimuleren initiatieven tussen bezoekers en bewoners - Ontwikkelen Balansmonitor binnenstad

Bijlage 1 Deelnemers participatie

Rondetafelgesprek 28 oktober 2019

Alex Rohof, Recreatie Noord-Holland NV
Anne- Marije Hogenboom, Haarlem Marketing
Auke Bender, Belangenvereniging Waterrecreatie Haarlem
Falco Bloemendal, Centrummanager
Hildo Makkes, KHN Haarlem
Ilona van der Heiden, Inholland
Jan Willem Spanjer, Molen de Adriaan
Joke Rooseboom, Grote of Sint Bavokerk
Lieuwe Zoodtsma, Haarlemse Hofjes/Noord-Hollands Archief
Luuk Hasselman, H&L producties
Mariëlle Keuning, HaarlemHopper
Marjan Gielen, Bevrijdingspop
Martin Favié, Wijkraad Binnenstad
Maud Vroom, Amrâth Hotel Frans Hals
Michel Hommel, Teylers Museum
Michelle Roos, Frans Hals Museum
Niels Piscaer, Van der Valk Hotel
Pals Brust, BIZ Binnenstad
Thijs de Groot, NBTC
Timo Sipkema, Patronaat
Yvonne Pos, My Productions

Interviews 8 januari t/m 4 februari 2020

Anne-Marije Hogenboom en Caroline Well-Cupin, Haarlem Marketing en VVV
Annette Schild en Kirsten Kabbe Ytterbø, hofjesbewoners
Claartje van Ette en Tanja Fedorova, Gemeente Amsterdam
Edwin van Balken en Yvonne van Popta, Philharmonie en Stadsschouwburg
Falco Bloemendal, Dick Hulsebosch, Hildo Makkes en Jaap Bonkenburg, ondernemers binnenstad
Jeroen Hagen, Eddo Knorringa, Auke de Bender, Evert Koster en Peter Blankendaal, watertoerisme
Lieuwe Zoodtsma en Pim Huurdeman, Stichting Haarlemse Hofjes
Martin Favié, Aart Meijles, Selma Alphenaar en Dick Smit, wijkraden
Maya Janssen en Lucille Austin, amsterdam & partners
Michel Hommel, Jolanda Beyer en Marlies Dingenouts, culturele instellingen
Gemeente Haarlem | Toeristische Koers

Pauline Souren, Provincie Noord-Holland
Thijs de Groot en Ewout Versloot, NBTC

Externe werksessie 10 februari 2020

Annette Schild, hofjesbewoner
Auke Herrema, Molen de Adriaan
Caroline Weill-Cupin, VVV
Claudia van den Berg, Hotel Staats
Diana Proos, Museum van de Geest | Dolhuys
Eddo Knorringa, Smidtje Canal Cruises Haarlem
Falco Bloemendal, Centrummanager
Guus Josée, Havendienst
Henny Leeftang, H&L Producties
Hildo Makkes, KHN Haarlem
Ilona van der Heiden, Inholland
Jan-Karel Schlichte-Berge, Molen de Adriaan
Jeroen Hagen, Haarlem Canal Tours
Job Thöne, Haarlemse Hofjes
Joost van Rijmenam, Café Stiels
Kirsten Kabbe Ytterbø, hofjesbewoner
Marijke Mul, Marijke Mul Goudsmit
Marjan Gielen, Bevrijdingspop
Marlies Dingenouts, Frans Hals Museum
Martin Favié, Wijkraad Binnenstad
Maud Vroom, Amrâth Hotel Frans Hals
Nathalie Schuurbiers, Haarlem Marketing
Niels Piscaer, Van der Valk Hotel
Paul Rutten, RvT Haarlem Marketing
Peter Verbrugge, Wijkraad Heiliglanden-De Kamp
Dick Hulsebosch, Centrum Management Groep

Online bijeenkomst externen 14 december 2020

Ann Demeester, Frans Hals museum
Anne-Marije Hoogenboom, Haarlem Marketing
Claudia van den Berg, Hotel Staats
Dick Hulsebosch, Centrum Management Groep
Elise Bos Eyssen, Recreatie Noord-Holland
Falco Bloemendal, Centrummanager

Guus Josée, Havendienst
Henny Leeftang, H&L Producties
Ilona van der Heiden, Inholland
Joyce Kooijman, Jopenkerk Haarlem
Mariëlle Keuning, Haarlem Hopper
Marjan Gielen, Bevrijdingspop
Martin Favié, Wijkraad Binnenstad
Maud Vroom, Amrâth Hotel Frans Hals
Thijs de Groot, NBTC
Yvonne van Popta, Stadsschouwburg/Philharmonie

Bijlage 2 Input externe werksessie

Op 10 februari 2020 is een sessie georganiseerd bij Sociëteit Vereeniging waarbij de concept Toeristische Koers is gepresenteerd aan externe partijen. De in de break out-sessies genoemde punten, waarbij is gevraagd naar input bij de ontwikkellijnen, staan hieronder benoemd.

Ontwikkellijn 1: Groeien

- Brocantemarkt op woensdag meer promoten
- Ligging tussen bollenstreek, duingebied, landgoederen, nieuw land (Haarlemmermeer) en industrieel erfgoed (IJmond, Cruquius)
- Millennials betrekken bij promotie stad
- Duurzame karakter van Haarlem verder uitdiepen (retail). Dit trekt doelgroepen aan die meer te besteden hebben.
- Koppeling maken met actieve bezoeker die naast cultuur/shoppen actief bezig wil zijn.
- Promotie van unieke en diverse aanbod aan locaties voor meetings en events.
- Campagne inzetten om bezoek doordeweeks te stimuleren, samenwerken met horeca, musea en attracties
- All-in arrangement voor doordeweeks
- Vlaams karakter benadrukken
- Triple threat uitdagen iets aan te bieden voor nieuwe doelgroep
- Ambachten promoten, bijv. Spaarnwouderstraat
- Toegevoegde waarde en noodzaak van bezoekers benadrukken / gevoel overlast terugdringen
- Meer nadruk op 'duurzame' fashion
- Ontwikkelen verhaallijnen om de pijlers uit te diepen
- Hotspots buiten centrum meer promoten (Museum van de Geest | Dolhuys/Koepel)
- Sterrenrestaurants meer in de picture zetten
- Beter verhaal maken van Haarlemmerhout/provinciehuis
- Aanbod op website verbeteren
- Promotie op leeftijdsgroepen
- Meer uitdragen Goud: Gouden Bocht (Spaarne), Molen de Adriaan, Gouden Straatjes, Gouden ambacht (goudsmit), musea Gouden Eeuw
- Meesterlijk ook doorvoeren naar Meesterlijke gastvrijheid (medewerkers frontoffice in Haarlem betrekken en voorlichten)
- Welcome teams
- Duurzame winkelroute

- Haarlem Stroom en Slachthuisterrein meenemen in aanbod

Ontwikkellijn 2: Verbeteren

- Wensen van zakelijke bezoekers inventariseren (nationaal en internationaal)
- Toevoegen internationaal congreshotel (keten) en met goede congresfaciliteiten
- Gebruik het water als vervoersmiddel/manier om te bevoorraden (zie onderzoek Inholland)
- Touringcarplek in Haarlem-Zuid (Tempelierstraat, Frederikspark, Dreef)
- Bloementhema verlengen
- Beter benutten vaargebied (brugwachters die toeristische info geven)
- Aanbod rondom Spaarne vergroten
- Welkomstteams (met vrijwilligers) die toeristen begeleiden
- Vrijheidswandeling verder uitbreiden (15 punten in de stad, app Easy Travel)
- Kofferservice/depots inrichting zoals in Malaga (in Newcastle is dit weer teruggetrokken)
- Fietstours door periferie
- Toeristisch kwalitatieve attractie & Haarlem Experience
- Betere faciliteiten voor fietsparkeren
- Leegstand winkels opvullen met meer pop up-mogelijkheden (Lage tarieven voor proeftuin nieuwe concepten)
- concrete arrangementen aanbieden
- Alle musea op maandag open
- Versterken cultureel aanbod doordeweeks
- VVV 7 dagen per week open
- Attractie/museum rond bollen/tulpen (Nieuwe Groenmarkt)
- Kerstmarkt langer doordeweeks
- Meer hotspots ontwikkelen (Egelantier, Bibliotheek/Doelen, Hudson Bay)
- Parkeerplekken touringcars tegen centrum aan (Belgische verenigingen doen half dagje trips)
- Evenementen op andere plek (Reinaldapark)
- Treinverbinding of goede OV-verbinding met Schiphol
- Creatieve nachthoreca versterken
- Opvang touringcars in Waarderpolder en dan met boot naar centrum
- Fietsparkeren verbeteren
- Uniformiteit openingstijden retail
- Werkgroep met horeca en retail oprichten voor beter aanbod evenementen in november, januari en februari

- Bewoners betrekken bij ontwikkelen aanbod
- Openingstijden voorzieningen

Ontwikkellijn 3: Managen

- Handhaving op water en Airbnb
- Kwalitatief goed toezicht, handhaving ontbreekt nu op vele vlakken
- Visie op de Botermarkt tav drukte
- Fietsluwe binnenstad, fietsen mijden Kleine Houtstraat
- Stoplicht terugbrengen bij de Gierstraat bij vd Pigge
- Meer zichtbaarheid geven aan fietsparkeerplekken/fietsenstallingen of met incentives werken, goed gedrag belonen
- Aanpassen openingstijden hofjes en maximaal aantal bezoekers per hofje
- Maak meer gebruik van professionals zoals DMC/eventplanner, gemis als we grote groepen gaan weigeren
- Handhaving inzetten op overtredingen, niet pas als er overlast gemeld wordt, regels Airbnb en B&B goed controleren
- Gesprek met touroperators aangaan om menukaart Haarlem vast te stellen en boodschap Haarlem te verduidelijken (kernwaarden en positionering)
- Aanpak ongewenste touroperators
- Hofjes in bescherming nemen - via VVV reguleren
- Gedrag-/spelregels opstellen en uitdragen
- Groepen worden nog niet als bedreiging ervaren
- Toeristenwinkels betekenen verschraving aanbod
- Toeristen zijn gasten van de stad - Haarlemmers geven zelf goede voorbeeld
- Stad schoon, heel en veilig
- Parkeren touringcars regelen
- Verbinden van klachten aan aanbod

Overige punten die deelnemers aan de gemeente hebben meegegeven:

- Zaterdagmarkt moet verhuizen naar vrijdag of weg van de Grote Markt
- Kermis moet weg van de Grote Markt (2x)
- Bij teveel overlast terugtrekken
- Discussie zuiver houden, nu gaat het constant over overlast, balans moet niet omslaan in angst
- Wonen als functie toevoegen in kernwinkelgebied
- Touringcars: wat zijn regels vwb uitstoot stikstof?

NB. Grote groepen wel op rustige dagen en laagseizoen toestaan

Interviews

- Rode loper Kruisstraat
- Festivals in de winter/blockbuster in wintermaanden, meer evenementen binnen
- Reden geven om 1x per jaar Haarlem te bezoeken
- Groene plekken: Doelenplein, Tuin Egelantier en Wijngaardtuin pleisterplaatsen
- Natuur promoten voor de maandag
- Hofjes promoten maandagochtend
- Boten die niet elektrisch zijn / geen toilet aan boord
- Toeristische bewegwijzering nalopen: Teylers Museum, niet toegankelijke hofjes

Plekken touringcars:

- Transferium Buitenrusweg + Schipholweg
- Laden/lossen bij Floresstraat
- Tussen Koepelgevangenis en Nedtrain
- Koepelkathedraal

Bijlage 3 Maatregelen sturing toerisme en leefbaarheid

In het adviesrapport "Waardevol Toerisme" van de Raad voor de Leefomgeving (2019) worden de volgende categorieën maatregelen voor sturing op toerisme benoemd.

Deze maatregelen zijn in deze Toeristische Koers ook meegewogen.

WAARDEVOL TOERISME

ONZE LEEFOMGEVING
VERDIENT HET

SEPTEMBER 2019

Ru
Raad
voor de leefomgeving
en infrastructuur



1. Sturing op het bezoek aan een bestemming

- Optimaliseren van marketing
- Bereikbaarheid vergroten of verkleinen

2. Sturen op toegang en voorzieningenniveau ter plaatse

- Spreiding in tijd
- Spreiding in ruimte
- Verleiden tot bezoek alternatieve bestemmingen

3. Sturen op gedrag bezoekers

- Verleiden
- Bewustwording & voorlichting
- Handhaving en toezicht

4. Sturen op faciliteiten voor bezoekers: vergroten of verkleinen

- Vergroten capaciteit en verbeteren aantrekkelijkheid
- Reguleren van groei of verminderen van capaciteit

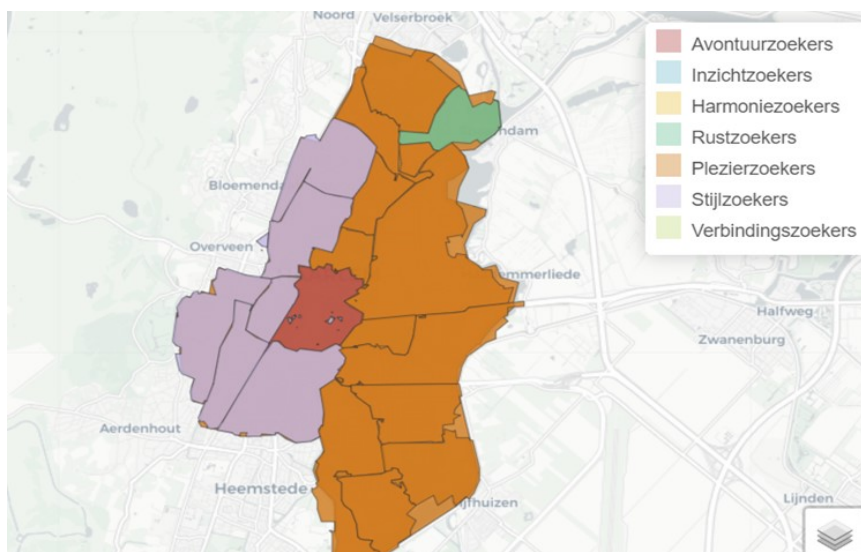
5. Sturen op compensatie van bewoners

- Financiële of fysieke compensatie
- Vergroten betrokkenheid en zeggenschap

Bijlage 4 Doelgroepen en leefstijlen

Nederlandse bezoekers

Voor de Nederlandse markt is de Leefstijlvinder ontwikkeld⁵. Er zijn in samenwerking met acht provincies heeft SAMR Marktvinders zeven leefstijlen gevonden. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. We weten niet alleen hoe deze leefstijlen eruit zien, we weten ook waar in Nederland zij wonen. Het gaat om de volgende Leefstijlen: Avontuurzoekers, Inzichtzoekers, Harmoniezoekers, Rustzoekers, Plezierzoekers, Stijlzoekers en Verbindingszoekers.



Voor Haarlem totaal zijn de Plezierzoekers dominant. In het centrum wonen juist Avontuurzoekers en Stijlzoekers. In de regio ten westen van Haarlem wonen vooral Stijlzoekers; in Amsterdam-Centrum de Avontuurzoekers.

Op Leefstijlvinder.nl staan uitgebreide beschrijvingen per doelgroep. Het bewerken van de markt is een taak van Haarlem Marketing, maar bij nieuwe productontwikkeling kunnen de leefstijlen ook worden toegepast.

De focus voor Haarlem voor het aantrekken van bezoekers ligt op de doelgroepen Avontuur- en Stijlzoekers. Daarnaast betreft Haarlem Marketing ook de doelgroep

Inzichtzoekers, omdat deze groep goed past bij de keuzes die in deze koers staan verwoord.

Internationale bezoekers - buurlanden

Voor consumentenbewerking in onze buurlanden richt het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen zich op de regio's Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen in Duitsland en Vlaanderen in België. Hiervoor gebruikt het NBTC het Mentality-model. Dit deelt consumenten in op basis van socio-demografische kenmerken, levensstijlen en reisbehoeften. Er zijn vijf doelgroepen, die we beschrijven aan de hand van fictieve personen:

Michael (Achiever): houdt van fitness, windsurfen, uitgaan en dance-events. Hij woont in een nieuwbouwwijk dichtbij de stad en rijdt een trendy en sportieve auto.

Mary (Traditional): is getrouwd en werkt parttime zodat ze genoeg tijd heeft voor haar hobby's puzzelen en wandelen.

Paul (Upper-class): houdt van tennis, klassieke muziek en uiteten gaan. Hij gaat graag op een citytrip en verblijft dan in een luxe hotel.

Nora (Postmodern): is freelance journaliste en woont in het historische centrum van de stad. Ze houdt van koken, fotografie en gaat op culturele vakanties.

Peter (Mainstream): heeft een gezin met twee kinderen en woont in een middelgrote plaats. Hij gaat één keer per jaar op een lange strandvakantie.

Haarlem trok in 2014 vooral Nora aan (54%), daarna Mary en Michael.

Bezoekers wereldwijd

Voor de marktwerking wereldwijd past het NBTC een segmentatiemodel van Motivaction. Twee segmenten uit dit model zijn voor ons land met name interessant: de Achievers en de Creatives.

Independent Explorer (Creatives): gaan graag op vakantie naar het buitenland, waar ze op zoek gaan naar de lokale cultuur en unieke ervaringen.

Quality Seeker: (Achievers): houden van genieten in stijl. Een vakantie van goede kwaliteit, met service en een speciale behandeling, mag daarom best wat kosten.

Beide doelgroepen lijken goed aan te sluiten bij Haarlem.

Bijlage 5 Bronnen

- Toeristisch Bezoek aan Steden, NBTC-NIPO 2019
- Onderzoek Inkomend Toerisme, deelonderzoek Haarlem, NBTC 2014
- Bezoekersprofiel Haarlem, Amsterdam Marketing 2016
- Toeristisch Imago-onderzoek, LaGroup, 2018
- Economische Monitor, Gemeente Haarlem, 2019
- Cultuurmonitor, Gemeente Haarlem 2017
- Economische Visie Haarlem, Gemeente Haarlem 2020
- Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025, MRA Bureau, 2016
- Waardevol Toerisme, Raad voor de Leefomgeving, 2019
- Onderzoek Airbnb 2018, BeFormation, provincie Noord-Holland
- Detailhandelsvisie Regio Zuid-Kennemerland 2018-2023,
- Detailhandelsvisie Haarlem Winkelstad, Gemeente Haarlem, 2016
- Locatus, Passantentellingen
- Klanttevredenheidsonderzoek Pleziervaart 2019, Gemeente Haarlem (in ontwikkeling)
- WiMRA, Wonen in Zuid-Kennemerland/IJmond, Analyse van het onderzoek 'Wonen in de Metropoolregio Amsterdam', Rigo Research en Advies, 2017
- Bezoekersonderzoek 2017-2018, Gemeente Utrecht, 2018
- Dutch Hotel City Index 2018, Horwarth HTL, 2018
- VisitorData, gemeente Haarlem
- Marketscans.nbtc.nl, Zakelijk Ontmoeten in Nederland, Kerncijfers Zakelijke Markt, NBTC, 2019
- LISA-cijfers via haarlemincijfers.nl
- Lisa.nl/data/gratis-data-recreatie-toerisme
- Opendata.CBS.nl/Statline/
- KSO2018.nl, Koopstromenonderzoek, i&o research en dnpt, 2018
- Leefstijlwijzer.nl
- Erfgoedmonitor.nl
- Travelpredictions2020.com, Booking.com

Dit is een uitgave van gemeente Haarlem,
29 maart 2021

Tekst: Inge van Gansewinkel en Anne Marie Dees

Fotografie: Beeldbank Haarlem Marketing

Ontwerp: n.v.t.

Drukwerk: n.v.t.

Postbus 511
2003 PB Haarlem
Tel. 14 023

haarlem.nl