

Identiteit van publieke ruimten

Verantwoording belevings- en gebruiksonderzoek kustplaatsen
Noord-Holland

Stella Blom



Identiteit van publieke ruimten

Verantwoording belevings- en gebruiksonderzoek kustplaatsen Noord-Holland

Amsterdam, 20 december 2010

Stella Blom

Met medewerking van:

Mia Dieters

Aukje van Meeteren

Tobias Woldendorp

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Aanleiding	3
1.2	Onderzoeksopzet	3
1.3	Leeswijzer	5
2	Focusgroepen	6
2.1	Uitgangspunten	6
2.2	Organisatie en werving	7
2.3	Uitvoering focusgroepen	8
2.4	Resultaten en producten	10
2.5	Analyse uitkomsten op hoofdlijnen	11
3	Toelichting op de kaart per kustplaats	12
3.1	Toelichting op de kaart De Koog	12
3.2	Toelichting op de kaart Julianadorp aan Zee	13
3.3	Toelichting op de kaart Callantsoog	14
3.4	Toelichting op de kaart Wijk aan Zee	16
3.5	Toelichting op de kaart IJmuiden	18
3.6	Toelichting op de kaart Zandvoort	19
	Bijlagen	22
Bijlage 1	Contactpersonen onderzoek	23
Bijlage 2	Deelnemers focusgroepen	24

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De provincie Noord-Holland schat haar kustzone en kustplaatsen van grote waarde. Een belangrijk aandachtspunt is dat er voldoende en gedifferentieerde ruimte voor recreatie en toerisme is. Immers, recreatie en toerisme vormen voor de kustplaatsen een belangrijke economische activiteit en een bron van inkomsten. Juist deze aspecten lijden onder de eenvormigheid van de Noord-Hollandse kustplaatsen. De kwaliteit van de openbare ruimte en van het recreatieve, toeristische aanbod in de kustplaatsen laat te wensen over. De ruimtelijke kwaliteit van de kustzone en daarmee van de afzonderlijke kustplaatsen vraagt om een actieve benadering om identiteit te borgen. De provincie Noord-Holland stimuleert daarom de kustgemeenten om hiermee aan de slag te gaan en wil de kustgemeenten ondersteunen in gebiedsontwikkeling. Van belang hierbij is kennis over hoe bewoners en bezoekers de openbare ruimte en de voorzieningen in de kustplaatsen gebruiken en beleven.

Over bezoekersgedrag van kustplaatsen is al veel bekend uit onderzoek. Naast bezoekers zijn natuurlijk bewoners belangrijke gebruikers van de kustplaatsen, niet als vakantieoord, maar als woonplaats. Over deze doelgroep is veel minder bekend. De provincie heeft om die reden DSP-groep opdracht gegeven tot nader onderzoek naar gebruik en waardering van de bewoners van de Noordzeekustplaatsen van hun woonplaats. Het onderzoek valt onder een breder traject Identiteit Kustplaatsen van de provincie Noord-Holland. De resultaten van dit onderzoek over gebruik en beleving van de openbare ruimte (eerste fase) leggen de basis voor de ontwikkelingsprofielen voor de afzonderlijke kustplaatsen (tweede fase) van het project Identiteit Kustplaatsen. Deze ontwikkelingsprofielen kunnen gemeenten als uitgangspunten hanteren voor hun gebiedsontwikkeling en lange termijnvisies.

Dit verslag bevat een verantwoording van de onderzoeksopzet en –uitvoering, met de nadruk op de bewonerssessies in de kustplaatsen. Daarnaast is er een toelichting opgenomen per gebruik- en belevingskaart van de bewonerssessies. De kaarten zijn opgenomen in het beeldboek.

1.2 Onderzoeksopzet

De focus in het onderzoek ligt op de bewoners van de verschillende kustplaatsen. Het onderzoek kent twee dimensies, ruimtegebruik en belevingswaarde. Bij ruimtegebruik gaat het om het gedrag van de bewoners. Hoe en wanneer gebruiken zij de openbare ruimte in en rond de kustplaats en van welke voorzieningen maken zij dan gebruik en wanneer? Beleving gaat over wat het gebruik oproept bij de bewoners. Vinden ze de plek leuk, is deze praktisch ingericht? Voelen zij zich veilig? En waar ligt het aan? Dit aspect nemen wij mee in de samenwerking met de eerder genoemde groep bewoners.

De centrale onderzoeksvraag luidt:

'Hoe ziet het ruimtelijk gebruik van bewoners en (in mindere mate) bezoekers er uit in de verschillende kustdorpen en welke belevingswaarden horen daarbij?'

Deelvragen zijn:

- Van welke voorzieningen in hun dorp maken bewoners gebruik?
- Hoe wordt de omliggende natuur gebruikt en gewaardeerd door bewoners?
- Welke verwachtingen hebben bewoners ten aanzien van de kwaliteit van de (openbare) ruimte in hun kustplaats?
- Welke belevingswaarde hoort bij het ruimtelijk gebruik? Hoe wordt de (openbare) ruimte in de kustplaats gewaardeerd?
- Welk gedrag tonen bewoners (en bezoekers) in de kustplaatsen?
- Op welke (bijzondere) plekken komen zij graag, welke gebieden worden juist gemeden?
- Is dit ruimtegebruik ook seizoensgebonden?

Onderzoekslocaties

Provincie Noord-Holland heeft voor het onderzoek zeven kustplaatsen geselecteerd, waar bezoekers en bewoners samenkomen en gemeenschappelijk gebruik maken van de openbare ruimte. Dit zijn:

- 1 De Koog (gemeente Texel)
- 2 Julianadorp aan Zee (gemeente Den Helder)
- 3 Callantsoog (gemeente Zijpe)
- 4 Egmond aan Zee (gemeente Bergen)
- 5 Wijk aan Zee (gemeente Beverwijk)
- 6 IJmuiden aan Zee (gemeente Velsen)
- 7 Zandvoort.

Onderzoeksaanpak

Voor het onderzoek naar gedrag en beleving van bewoners van zeven kustplaatsen in Noord-Holland ligt de nadruk van de aanpak op focusgroepen met bewoners. Daarnaast zijn ook 'semi-residents' benaderd: huurders dan wel eigenaren van vakantiehuisjes die deeltijd in de kustplaatsen verblijven en daarmee deels bewoners en deels bezoeker zijn.

Focusgroepen met bewoners en semi-residents zijn een vorm van kwalitatief onderzoek. Het gaat hierbij primair om inzicht in de opvattingen en gedragingen, die er onder bewoners en semi-residents leven en de achterliggende redenen voor die opvattingen en gedragingen. Via de focusgroepen is inzicht gekregen in de diversiteit in gedrag, beleving en meningen, niet in de frequentie ervan. Er is geen sprake van een representatieve peiling, daarvoor is het aantal deelnemers te klein.

Ter voorbereiding van de focusgroepen is een kleine quick scan gedaan per gemeente met feiten en beelden. Deze bestaat vooral uit een (DSP)-schouw waarbij foto's werden gemaakt voor de focusgroep. Ook is relevant onderzoek over gebruik en beleving van bewoners en bezoekers (beknopt) geanalyseerd. Maar in de meeste kustplaatsen bleken dergelijke onderzoeken niet voor handen te zijn.

In totaal zijn zes focusgroepen gehouden. De focusgroep in Egmond aan Zee is niet doorgegaan wegens onvoldoende aanmeldingen. Voor Egmond aan Zee is een alternatief bedacht, namelijk verhuurders vragen om een eigen kaart te tekenen over gebruik en beleving, enerzijds als bewoner, anderzijds als expert van huurdersgedrag. De regionale VVV heeft een lijst aangeleverd van 11 verhuurders die DSP-groep via mail en telefoon meerdere malen heeft benaderd. Dit heeft tot onvoldoende respons geleid. Gebrek aan tijd en/of interesse waren de belangrijkste redenen. In overleg met de opdrachtgever is besloten om deze alternatieve aanpak voor Egmond aan Zee niet voort te zetten.

In totaal hebben 64 personen deelgenomen aan zes sessies van circa 3 uur. De spreiding van de deelnemers over de verschillende doelgroepen (kinderen, jongeren, volwassenen, ouderen (65+), semi-residents) ziet er als volgt uit:

Tabel 1.1 Aantal deelnemers

Doelgroepen	Aantal
Kinderen	9
Jongeren	5
Volwassenen	35
Senioren	15
Totaal	64
	(waarvan 16 semi-residents)

1.3 Leeswijzer

Na de inleiding in hoofdstuk 1 volgt in hoofdstuk 2 een weergave van het verloop van de focusgroepen en van de organisatie. Er wordt een aantal lessen getrokken. In hoofdstuk 3 staat een toelichting per gebruik- en belevingskaart van de focusgroepen. De kaarten zijn opgenomen in het beeldboek.

2.2 Organisatie en werving

Voor de organisatie en werving is een algemene werkwijze gevolgd, die ziet er als volgt uit:

- DSP-groep heeft in week 37 telefonisch alle zeven gemeenten benaderd via de contactpersonen die in de klankbordgroep van het onderzoek zitten. Doel van het gesprek is vaststellen van een geschikte locatie (ruimte geschikt voor ca. 20 bewoners plenair en in groepjes) en bepalen van een geschikte datum voor de focusgroepsessie. De provincie vraagt aan de gemeenten of zij als gastheer/gastvrouw willen optreden en de locatie willen faciliteren, inclusief catering. De sessies vinden plaats in week 40 tot en met week 43. De bijeenkomsten duren 2,5 tot 3 uur.
- DSP-groep maakt tevens per gemeente afspraken over het werven van bewoners en semi-residents. In verband met de beperkte tijd is het zaak dit meteen in gang te zetten. In samenwerking met de gemeenten worden sleutelfiguren en hun netwerken benaderd. Medewerkers van de gemeenten kennen de bewoners en ervaring leert dat persoonlijke benadering het beste werkt.
- DSP-groep heeft uitnodigingsteksten verzorgd (per doelgroep) met daarin het doel van het onderzoek, de locatie en de datum. De gemeente paste de uitnodigingstekst zo nodig aan. De gemeente bepaalt of ze een presentje aanbiedt aan haar bewoners als blijk van waardering.

In praktijk was de aanpak per gemeente verschillend, afhankelijk van de inzet vanuit de gemeente. Bewoners zijn via verschillende kanalen geïnformeerd. In de meeste gemeenten waren dorpscommissie en bewonersverenigingen belangrijke sleutelorganisaties. Daarnaast is er vaak een oproep gedaan in de lokale krant. In Wijk aan Zee zijn kinderen geworven via scholen. In andere gemeenten lukte dit niet op korte termijn. Semi-residents zijn, naast persoonlijke benadering, vooral geworven via brieven.

Lessen werving

- We hebben via de gehanteerde wervingsmethode 64 personen bereid gevonden om mee te doen aan de focusgroepen.
 - Persoonlijke contacten en netwerken werken het best.
 - Slechts in één kustplaats kwam een aantal deelnemers niet opdagen zonder afbericht, in de andere kustplaatsen kwamen alle deelnemers die zich hadden opgegeven ook daadwerkelijk opdagen.
 - Afstemming vooraf met de gemeente over doel en opzet van dit onderzoek met lopende trajecten kan de opbrengst voor de gemeente en het draagvlak bij de gemeente vergroten. Dit was bij een van de kustplaatsen aan de orde. De werving kan hiermee gerichter worden gedaan.
 - Oproepen in de lokale media hebben weinig deelnemers opgeleverd, waarschijnlijk ook omdat de aanleiding abstract is voor bewoners.
 - Deelname is voor bewoners niet zo urgent. Het betreft een onderzoek zonder directe actie naar aanleiding van de inbreng van deelnemers. Zo is er meestal geen directe link naar een project.
 - Verminderde inzet/ enthousiasme bij gemeenten en ook bij bewoners door 'bewonersbijeenkomstvermoeidheid'. Er liep een ander onderzoekstraject via de provincie in sommige kustplaatsen. Daarnaast hebben de gemeenten ook hun eigen trajecten, waar zij bewoners bij betrekken. Vaak worden dezelfde bewoners uitgenodigd voor dergelijke bijeenkomsten.
-

2.3 Uitvoering focusgroepen

Alle sessies zijn gehouden op locatie in de verschillende kustplaatsen. De sessies vonden in de avonden plaats op doordeweekse avonden. In een enkel geval begon de sessie in de vooravond, zodat in het licht geschouwd kon worden. In IJmuiden begon de sessie later, op verzoek van de bewoners.

Afbeelding 2.3 Sessie met bewoners in Zandvoort en Wijk aan Zee



Schouwen

In de aanpak is standaard een schouw opgenomen. Een schouw heeft als voordeel dat je makkelijker in gesprek raakt over onderwerpen, die je tegenkomt. In de sessies met kinderen en jongeren, in Wijk aan zee en in Zandvoort, is een schouw gehouden. Voor met name de jongere deelnemers was het een welkom actief element, en het leidde tot een uitwissel van opvattingen tussen de verschillende leeftijdscategorieën.

Er is niet geschouwd in Callantsoog, Julianadorp aan Zee, De Koog en IJmuiden. Redenen voor het niet doorgaan van de schouw waren het slechte weer, de latere aanvangstijd –in IJmuiden- waardoor het te donker was. Om de veelheid aan plekken goed te kunnen schouwen, is veel tijd nodig. Een uitgebreide schouw zou ten koste gaan van de tijd voor het maken van de kaarten. Er is daarom gekozen voor een korte schouw als introductie. En die bleek –in overleg met de deelnemers- niet in alle gevallen nodig. In de praktijk volstond een inleiding met uitleg over het doel van de avond en met een prikkelende presentaties met feiten en beelden uit het verleden en uit het heden van de plek.

Prikkelende powerpoint

We hebben ter voorbereiding van de focusgroepen een kleine quick scan gemaakt per gemeente met feiten en beelden. In de presentatie werd, indien aanwezig, verwezen naar relevant onderzoek over gebruik en beleving van bewoners en bezoekers. De gebruikte beelden zijn voor het merendeel afkomstig uit de voorschouw die DSP-groep heeft gedaan in de kustplaatsen. Ook is er gebruik gemaakt van historisch foto- en kaartmateriaal. De informatie aan bewoners diende als inspiratiebron voor de deelnemers, en diende als voer voor discussie tijdens de plenaire inleiding. De sessie met bewoners ging vooral over het gebruik van nu. Soms werd tijdens een sessie teruggegrepen op de presentatie als een soort virtuele schouw.

Mental en mood maps, woordwolken

Samen met bewoners werden hun gebruik en beleving getekend op kaarten van de kustplaats. Een grote focusgroep werd opgesplitst in twee groepen en elke groep maakte zijn eigen kaart. Kinderen en jongeren vormden ook een eigen groep met een eigen kaart. Plekken en routes werden op de kaart aangeduid, voor de beleving werden stickers voor goed/matig/slecht ge-

2.4 Resultaten en producten

De kaarten en aangepaste woordwolken van de sessies zijn door DS Landschapsarchitecten vertaald naar gebruik- en belevingskaarten met symbolen, korte beschrijvingen en foto's. Op de kaarten staat de waardering van de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte en voorzieningen van de bewoners, evenals bijvangsten als onveiligheidsaspecten. Ook zijn citaten over de identiteit van de kustplaats opgenomen op de kaarten, deze dienen ter illustratie. Er is in Wijk aan Zee een aparte kinderkaart gemaakt en in Zandvoort een jongerenkaart. In Wijk aan Zee hebben (twee) jongeren meegewerkt met de groep van volwassenen.

De deelnemende gemeenten krijgen aan het eind van de onderzoeksperiode via de provincie de eindproducten ter beschikking, zodat deze gebruikt kunnen worden in gebiedsvisies, projecten en discussies over verbetering van de openbare ruimte en de voorzieningen. De kaarten worden opgenomen in de kustatlas van de Provincie Noord-Holland (verwacht 2011/ 2012).

Afbeelding 2.5 Gebruik- en belevingskaart Wijk aan Zee



2.5 Analyse uitkomsten op hoofdlijnen

Uit de zes focusgroepen komt het volgende beeld over gebruik en beleving van bewoners in kustplaatsen naar voren. In de toelichting op de kaart(en) per kustplaats worden gebruik en beleving nader gespecificeerd.

- Bewoners waarderen dat zij aan de kust wonen. Zij waarderen hun woonplaats niet alleen vanwege het strand, maar ook vanwege duinen en andere natuurgebieden in de omgeving. Van het strand en de duinen maken bewoners zowel in de winter als in de zomer gebruik.
- Kenmerken die voor buitenstaander niet direct als mooi worden gezien, beschouwen bewoners als zeer karakteristiek. Bijvoorbeeld de Lange Nieuwstraat in IJmuiden ("lelijk, typisch IJmuidens"). Of de hoogovens met haar "romantische lichtjes" in de nacht.
- Natuurgebieden worden actief benut voor fietsen en wandelen. Deze gebieden zouden daartoe beter ontsloten kunnen worden dan nu: ruimere paden zodat fietsers en voetgangers elkaar niet in de weg zitten.
- Het strand moet goed toegankelijk zijn, ook voor mensen met een fysieke beperking. Dat laatste is vaak niet het geval.
- Bewoners waarderen centrale pleinen in hun woonplaats als ontmoetingsplek. Als dit er niet is, wordt dit gemist.
- De meeste bewoners die wij gesproken hebben, voelden zich veilig in hun woonplaats. Alleen op een aantal achteraf gelegen plekken, zoals parkeerplaatsen of fietspaden, voelen bewoners zich in het donker niet prettig.
- Er wordt belang gehecht aan een mooie entree tot de kust en het strand. In IJmuiden, Callantsoog en Zandvoort is de entree niet zo mooi als die zou kunnen zijn, tot ergernis van de bewoners.
- Verschil tussen zomer en winter is vooral verschil in drukte door badgasten. Dat betekent in sommige kustplaatsen dat bewoners het strand in de zomer (op bepaalde tijdstippen) mijden. De zomer brengt ook een hoop gezelligheid met zich mee, zoals strandpaviljoens en festivals.
- Bezoekers zijn welkom en horen erbij. Het toerisme vinden bewoners ook een deel van de charme van de woonplek. Je kunt je in de zomer in de eigen woonplaats op vakantie wanen; op een terrasje mensen kijken bijvoorbeeld.
- Vakantiehuisjesbewoners gedragen zich als bewoner als het gaat om gebruik van voorzieningen als winkels en horeca. Zij lijken niet meer gebruik te maken van uitgaansgelegenheden dan bewoners. Vaak komen zij juist voor de rust naar de kustplaats.

3 Toelichting op de kaart per kustplaats

Dit hoofdstuk bevat de toelichting op de kaart(en) per kustplaats. De kaarten en toelichting zijn opgenomen in het beeldboek.

3.1 Toelichting op de kaart De Koog

Identiteit van De Koog, Texel

- Het dorpsplein is kenmerkend voor De Koog, met het kenmerkende huisje en de kerk. Ook wordt hier elk jaar de kerstzang gehouden; een belangrijk evenement voor de bewoners van De Koog.
- Het strand met de duinen en de omliggende natuur (o.a. het gebied 'De Nederlanden') zijn kenmerkend voor De Koog en worden door de bewoners erg gewaardeerd.

Goede plekken/ routes

De plekken die, naast de identiteitsplekken, goed gewaardeerd worden, zijn:

- Het strand is op veel plaatsen goed bereikbaar voor wandelaars, ook voor mensen met een fysieke beperking.
- Het kerkhof vinden bewoners een mooie plek.

Te verbeteren plekken/ routes

- Het wegdek van het fietspad richting Den Burg is in erg slechte staat (het asfalt is afgeschraapt) en gevaarlijk om op te fietsen (gevaar om te vallen).
- Er zijn hinderroutes door het dorp heen. Van de Dorpstraat met de cafés naar de jongerencamping en (sinds kort) ook richting de bungalowparken. 's Nachts wanneer de cafés en disco dicht gaan, zorgen 'toeristen' voor geluidsoverlast en vandalisme.
- Er is veel zwerfvuil op het dorpsplein.

Verskil zomer en winter

- Zomers zijn er meer toeristen en vooral meer jongeren die voor overlast zorgen.

Citaten over de identiteit

- "Binnen 10 minuten zit je in de natuur" en "Voordeur aan zee en duinen. Achterdeur aan bossen en natuurgebieden". De Koog is omringd door verschillende typen natuur waar ook snel en makkelijk te komen is.
- "Kust" en "Boulevard is goed bereikbaar voor mensen met een fysieke beperking" en "Oost-west verbindingen" en "Duincamping". De bewoners zijn trots op hun kust met de duinen en het strand. Het is goed toegankelijk, er zijn veel verbindingen van het dorp naar het strand. En de duincamping, over de hele strook, is uniek.
- De bewoners voelen zich en vinden het erg veilig in De Koog. Je komt ook als crimineel/dief niet zo snel van het eiland af, is de gedachte.

3.2 Toelichting op de kaart Julianadorp aan Zee

Identiteit van Julianadorp aan Zee

- De bewoners/vakantiehuisjes eigenaren vinden het strand en de duinen kenmerkend voor Julianadorp aan Zee.
- De bollenvelden rondom Julianadorp aan Zee maken eveneens deel uit van de identiteit. Op sommige plaatsen lopen de bollenvelden door tot aan de duinen.

Goede plekken/ routes

De identiteitsplekken zijn ook de plekken die goed gewaardeerd worden.

Andere benoemde plekken en voorzieningen zijn:

- Voor kinderen zijn er veel speelplekken. Van kleine schaal tot grote schaal van speelplekjes in de bungalowparken tot grotere plekken op het strand. Wel zijn in het park de Zandloper de plekken aan vernieuwing toe. Deze speelplekken zijn slecht onderhouden, een beetje oud en krakemikkig.
- Het zwembad bij Oogduinen.
- De bus die alleen in de zomer rijdt.
- Voor de boodschappen moeten/gaan bewoners naar Julianadorp. De parkeervoorzieningen voor auto's zijn hier goed.
- De fiets- en kanoroute, ten oosten van de bungalowparken Zandloper en Strandslag naar Quelderduin en verder naar de Donkere Duinen (Den Helder), wordt erg gewaardeerd.
- De bunkers zijn niet zozeer mooi maar wel van historische waarde en worden daarom gewaardeerd.
- Camping Noordzand is een goed voorbeeld voor de andere campings omdat het mooi omsloten wordt door groen.

Te verbeteren plekken/ routes

- In de duinen zijn weinig fiets- en wandelroutes
- Er is geen bus naar het winkelcentrum in Julianadorp.
- Bij Strandslag heeft men last van zwervers, insluipers en graffiti.
- Het (honden)ommetje ten oosten van Strandslag is overdag een prettige route maar wordt s' avonds als onveilig ervaren.
- De fietsroute naar het zuiden is een onprettige route.
- De campings Oase en De Zwaluw zijn rommelig, vol en hebben weinig begroeiing. Hierdoor vinden de (vakantiehuisjes)bewoners de campings lelijke plekken.
- De plek waar vroeger de Dancing was (tussen Duinzicht en Zandloper in) is afgebrand; een lelijke plek met zwerfvuil. Juist omdat dit zo'n centrale plek is, is dit een doorn in het oog van de (vakantiehuisjes)bewoners. Ook maken de bewoners zich zorgen om de plannen die er nu voor die plek liggen.
- Voetgangers en fietsers zitten elkaar in de weg op de route langs de duinen, richting het noorden.

Verskil zomer en winter

Er is weinig verschil. Alleen is er in de zomer een bus langs de duinen en wordt er meer gebruik gemaakt van de kano- en fietsroutes.

Opvallende citaten over de identiteit

- "Gelukkig geen Zandvoort!" en "Geen boulevards en ander vertier" en "ruimte, rust, veilig" en "rust" en "Gemütlich". Men komt hier echt voor de rust en de natuur en vindt het geen bezwaar dat er weinig voorzieningen zijn. Dit onderscheidt Julianadorp aan Zee van veel andere kustplaatsen.
- "Enkel vakantiewoningen" Julianadorp aan Zee bestaat uit bungalowparken en campings.
- "Veel Duitsers". Ongeveer drie kwart van de eigenaren is Duits. Er zijn zelfs Duitse bewoners, die hier in de Tweede Wereldoorlog gevochten hebben en 'terug' zijn gekeerd om ze toen al de omgeving zo mooi vonden.
- "Rust, natuur, zuivere lucht" en "Altijd zicht op de duinen!!" en "Duinen erg mooi!" Er wordt aangegeven dat het in Julianadorp aan Zee een gezonde omgeving is, zowel geestelijk als fysiek.
- "Helikopter vluchten zijn vervelend". De bewoners ervaren overlast door helikopters die overvliegen.
- "Goed zo! Maar niet nog meer bungalowparken" Men is bang dat de bungalowparken blijven groeien en daardoor de rust weg gaat. Ook de bollenvelden, typisch voor dit gebied, mogen niet verder opgeofferd worden aan bungalowparken.
- " Parken zijn onderling niet verbonden". Dat wordt als gemis gezien.
- " Lekkere koffie" Voor patat gaat men naar Callantsoog, voor lekker koffie gaat men naar Julianadorp aan Zee.

3.3 Toelichting op de kaart Callantsoog

Identiteit van Callantsoog

- Tante Jaantje is een museum, met als hoofdthema het leven en werken in het oude Callantsoog, dat van oorsprong een boerderij was. Het is kenmerkend voor Callantsoog, door de historische, architectonische identiteit (duinstolp) en de museale functie.
- Het oude kerkje heeft een bijzonder architectuur en is van veraf al te zien.
- De seinpost is typisch voor Callantsoog als herkenningspunt.

Goede plekken/ routes

De identiteitsplekken zijn ook de plekken die goed gewaardeerd worden.

Andere benoemde plekken zijn:

- Het dorpsplein wordt erg gewaardeerd. Het gras, groen en de 'bulten' vinden de bewoners erg fijn. Het dorpsplein wordt veel gebruikt, om te verblijven en te spelen. De bulten op het plein vinden de bewoners geweldig; kinderen kunnen hier lekker vanaf rollen.
- Er zijn veel speelplaatsen en groen voor kinderen.
- Er is een hangplek voor jongeren en voor ouderen tegenover het tennisveld, dit gaat opvallend goed samen.
- De bewoners zijn erg blij met het openbaar vervoer.
- De parkeerplaats vinden de bewoners prima; het ligt mooi ingebed en je ziet het niet vanaf de weg. Alleen de indeling kan wel beter.

Te verbeteren plekken/ routes

- De bewoners kunnen nu niet in de duinen wandelen, wat ze erg jammer vinden. Ze hebben hun hoop op de kustverbreding gevestigd. De bewoners hopen dat er dan toeristische fiets- en wandelroutes door de duinen komen.

- De seinpost staat nu op de 'verkeerde' plaats; dit vinden de bewoners geschiedenisvervuiling.
- Er is overlast van jongeren en brandstichting in het dorp. De kroeg is tot 04:00 open waar jongeren veel drinken en vervolgens voor overlast zorgen.
- Nu kunnen bewoners op weinig plekken rustig wandelen, alleen langs de weg. De bewoners wensen dat de omliggende natuur toegankelijker wordt gemaakt voor voetgangers.
- Conflict voetganger en fietser: fietsers gaan vaak met een vaart over het kerkplein en kruisen hierbij een voetpad.
- De openbare ruimte in Callantsoog mag groener.
- De bewoners willen geen hoogbouw meer, zoals de "Callantsoger Staete". Dit gaat namelijk ten koste van de identiteit van het dorp. In Callantsoog is het gevoel van een kustplaats goed aanwezig omdat de duinen zichtbaar zijn.
- Er zijn geen sanitaire voorzieningen (toilet en douche) op het strand.
- De homo-ontmoetingsplek ligt op de fietsroute voor schoolgaande jongeren (voortgezet onderwijs). Deze plek wordt als onprettig beschouwd voor de leerlingen.

Vershil zomer en winter

Er is nauwelijks verschil: ook in de winter, bij zonnig weer, is het gelijk druk en levendig.

Opvallende citaten over de identiteit

- "Kleinschaligheid" en "Prettig dorp, voor alle leeftijden". Het dorps karakter wordt door de bewoners erg gewaardeerd. Ondanks de vele badgasten blijft het dorpskarakter behouden. Dit komt mede door de kleinschaligheid, het verenigingsleven en alle voorzieningen. De binding met het dorp is sterk en de kwaliteit van het wonen is goed. Uiteindelijk komt de jeugd weer in het dorp wonen. De bewoners noemen het een compleet dorp. Alle voorzieningen die de bewoners nodig hebben, zijn aanwezig: school, clubs, dorpshuis, bibliotheek, slager, bakker, supermarkt en een veelheid aan verenigingen.
- De "weide blik" is typisch Callantsoog en daarom moet er niet te hoog gebouwd worden. Belangrijk is om de duinen te kunnen blijven zien.
- In Callantsoog ben je zo op het strand, na een trap: "drie stappen omhoog, drie stappen omlaag (en je bent op het strand)".
- "Toegankelijk voor mindervalide" en "bewegwijzering mensen met een fysieke beperking ontbreekt". Het strand is met een rolstoel goed te bereiken. Het probleem is alleen dat de bewegwijzering naar de op/afrit ontbreekt.
- Er wordt aan veel verschillende strandporten gedaan in Callantsoog.
- "Mensen komen van ver om hier patat te eten (in de Wipin)" en "gezellige terrassen". Callantsoog staat bekend als een gezellig en levendig dorp. De patat van snackbar Wipin geniet ook faam.

3.4 Toelichting op de kaart Wijk aan Zee

3.4.1 Kaart van volwassenen

Identiteit

- De bewoners zien de zee, het strand met de dorpsduinen als belangrijk onderdeel van de identiteit van hun woonplaats: "je woont aan het strand". De dorpsduinen vormen een belangrijke speel-, wandelplek.
- De karakteristieke dorpsweide midden in Wijk aan Zee, met de witte huisjes, maakt uiteraard onderdeel uit van de identiteit. Al verandert de dorpsweide in de zomer van karakter: dan wordt het gebruikt voor festivals en parkeerplaatsen.
- Julianaplein is nog niet zo lang geleden heringericht en ten goede veranderd volgens de bewoners. Het is met name in de zomer een ontmoetingsplaats met terrassen, ook voor de jongeren. In de winter is het saai.

Goede plekken/ routes

De identiteitsplekken zijn ook de plekken die goed gewaardeerd worden.

Andere benoemde plekken zijn:

- de Zwaanstraat, het eetstraatje, bevat tegenwoordig leuke horeca. Een enorme verbetering ten opzichte van het bierstraatje voor jongeren dat het voorheen was.
- Het beeldenpark Zee van staal waarlangs gefietst wordt richting (de pont van) IJmuiden.
- De Spar, de enige buurtsuper voor de dagelijkse boodschappen, tevens stomerij en postkantoor. Veel winkels zijn in de loop der tijd uit het dorp verdwenen. Hoewel in Beverwijk meer supermarkten zijn, doen bewoners hier graag hun boodschappen, ook om de Spar te behouden.
- Het revalidatiecentrum Heliomare wordt door bewoners zelf gebruikt voor fitness en om te zwemmen. Ook belangrijk als werkgever.
- De Hoogovens horen bij het dorp.

Te verbeteren plekken/ routes

- Onderhoud van het openbaar groen is voor verbetering vatbaar. Het straatje naar de Dorpsduinen maakt onderdeel uit van de wandelroute met de hond en wordt als 'poepstraat' geduid.
- De paden in het natuurgebied zijn te nauw.
- Fietsroutes naar Beverwijk worden met name 's avonds als onveilig ervaren.
- De parkeerplaats bij het strand, in de dorpsduinen: hier wordt gedeald. Ook vragen bewoners zich af of een parkeergebied op zo'n mooie plek nodig is.

Verskil zomer en winter

Er is in gebruik wel een verschil tussen zomer en winter. In de zomer is Wijk aan Zee door badgasten een stuk drukker. De strandhuisjes zijn er dan en de dorpsweide wordt deels als parkeerplaats gebruikt. Maar in het algemeen verandert het niet veel aan de waardering. Julianaplein is daarin een uitzondering: in de zomer gezellig, in de winter verlaten en daardoor een beetje saai.

Opvallende citaten over de identiteit

- "Dorps" en "Het is geen Beverwijk aan Zee". Het dorpse karakter wordt geroemd van jong tot oud. Het dorpse wordt behouden door de geïsoleerde ligging. Beverwijk is een belangrijke stad voor het dorp maar Wijk aan Zee is duidelijk geen onderdeel van Beverwijk.
- "Actieve doecultuur". Er zit veel kracht in de bewoners zelf: er worden allerlei activiteiten door en voor bewoners georganiseerd. Kleinschalige festivals (Jutterspad) passen beter bij Wijk aan Zee dan grootschalige (Juttersfestival), die net zo goed elders georganiseerd hadden kunnen zijn.
- "Oriëntatie op Europa". De bewoners vinden hun dorp ook open naar de buitenwereld, tot en met Europa. Dit laatste is in verband met de culturele samenwerkingsverbanden in Europa.
- De jongeren vinden Wijk aan Zee prima zo: gezellig dorps. Punt van kritiek is het aantal vakantiehuisjes; dat mag minder.

3.4.2 Kaart van kinderen

Identiteit van Wijk aan Zee

- De duinen zijn voor de kinderen een belangrijke speelplek. Vooral in de zomer is ook het brede strand in trek.
- Een andere belangrijke speelplek zijn de voetbalvelden.
- Ook de karakteristieke dorpsweide is voor de kinderen belangrijk. Hier laten ze de hond uit of rijden ze paard.
- Het Julianaplein is voor de kinderen een belangrijke plek, vooral in de zomer is het gezellig. In de winter is er een schaatsbaan. Maar het plein is ook wat saai.

Goede plekken/ routes

- Goede plekken zijn de identiteitsverlenende plekken: de duinen en het strand.
- De routes zijn eenvoudig in Wijk aan Zee. Over het algemeen zijn de kinderen daar heel tevreden over.
- De kinderen fietsen van en naar school, van en naar sportvoorzieningen.
- De oude begraafplaats.
- Het schaakbord bij het buurtcentrum de Moriaan.

Te verbeteren plekken/ routes

- Vlakbij de duinen is een braakliggend veld. Hier wordt niet gebouwd en het is ook niet toegankelijk om bijvoorbeeld te spelen. Dit zou beter kunnen.
- Op de route vanaf het strand langs de bunkers ligt veel hondenpoep.
- Op plekken waar wegen elkaar kruisen in Wijk aan Zee, bijvoorbeeld vlakbij de sportvelden, vinden de kinderen uit groep 5, 6 het wel eens gevaarlijk op de fiets.
- Op de weide zou een afdakje voor de paarden moeten zijn, nu staan ze in de zomer in de volle zon.

Verskil zomer en winter

In de winter spelen de kinderen vaker in de duinen dan op het strand. In de zomer zijn ze vaker op het strand te vinden. Zij laten zich niet hinderen door toeristen.

Opvallende citaten over de identiteit

De kinderen zijn erg positief over hun dorp.

- "Ons-kent-ons", wat heel gezellig is volgens de kinderen.
- "Leuke speelplekken voor kinderen". Ze spelen veel in de duinen en op de sportvelden. Als er vriendjes van buiten Wijk aan Zee komen, gaan ze in de duinen spelen.
- "Corus is niet mooi maar heeft er wel voor gezorgd dat we een dorp kunnen blijven". De geïsoleerde ligging versterkt het dorpsgevoel.

3.5 Toelichting op de kaart IJmuiden

Identiteit van IJmuiden

- De bewoners zien de zee, het strand als belangrijk onderdeel van de identiteit van hun woonplaats. Met name IJmuiderslag geeft door haar ruimte een gevoel van vrijheid. Maar IJmuiden zien zij niet in eerste plaats als kustplaats. Voor bezoekers lijkt de zee en het strand verborgen; ze moeten moeite doen om het te vinden.
- Ook de omringende natuur (duinen, Heerenduinen) en de Binnenmeer wordt als kenmerkend gezien waar het fijn wandelen, fietsen, verblijven is. Ook vanwege de schone lucht.
- Sluizencomplex: een unieke en stoere plek. Vissers komen er graag.
- Forteiland: speciale plek voor bewoners ook vanwege festivals, je kunt er alleen per boot komen.
- Lange Nieuwstraat: de straat om boodschappen te doen (shoppen doen bewoners liever buiten IJmuiden). Opvallend: het is weliswaar een lelijke straat maar typisch voor IJmuiden.

Goede plekken/ routes

De identiteitsplekken zijn ook de plekken die goed gewaardeerd worden.

Andere benoemde plekken zijn:

- Uitwaaien op de pier, met mooi uitzicht.
- Havengebied: een leuk en levendig gebied door de boten en het uitzicht op het water. Juist omdat dit gebied door de gemeente met 'rust' wordt gelaten, heeft het iets eigens. Bovendien zit er aardige horeca.
- Corusgebied: biedt mooi uitzicht in de avonduren.

Te verbeteren plekken/ routes

- De boulevard bij het strand: daar komen bewoners niet graag en vaak. Behalve voor het Chinese restaurant. Er is teveel wind en schaduw om lekker op een terras te zitten.
- De zeejachthaven Marina is niet toegankelijk voor bewoners, wat betreurd wordt.
- Het strand is voor mensen met een fysieke beperking slecht bereikbaar.
- Kritiek op de service van de strandpaviljoens: als het mooi weer is, worden deze druk bezocht en "dan is alles op".
- De vakantiehuisjes zijn voor IJmuidenaren zelf te duur.
- Het sluizencomplex kan veel meer een aantrekkelijke plek voor IJmuiden worden als de bereikbaarheid verbeterd wordt.
- In de Heerenduinen zitten fietsers en wandelaars elkaar in de weg op drukke dagen.
- Er zijn weinig voorzieningen voor jongeren. De uitgaansgelegenheden zijn gesloten wegens overlast. Er is nog wel een jongerencentrum, dat vooral gewaardeerd wordt bij gebrek aan alternatief. Sportvelden worden ook door jongeren veel gebruikt.

- Het fietspad langs het kanaal (vanaf het pontje naar/ van Amsterdam) loopt niet door maar stopt abrupt: gemiste kans.

Verskil zomer en winter

In de zomer wordt er meer gefietst en gewandeld in de duinen en de Heerenduinen maar verder is er weinig verschil.

Opvallende citaten over de identiteit

De citaten hebben vaak een rode draad. Het gaat om de verborgen kwaliteiten die veel meer ingezet kunnen worden om IJmuiden beter bekend te maken bij het grotere publiek.

- "Trots op onze (haven)industrie". Volgens de bewoners is het beter om de kenmerkende locaties zoals het havengebied en de industrie te benutten voor het toerisme. In plaats van te investeren in de boulevard of de Lange Nieuwstraat ("geen koopgoot aub").
- " Variatie van activiteiten met Hoogovens en haven". IJmuiden is ook aantrekkelijk vanwege de veelheid van activiteiten: de Hoogovens gaan zijn altijd in werking, de havens beginnen vroeg en daarnaast het ritme van het gewone leven.

3.6 Toelichting op de kaart Zandvoort

3.6.1 Kaart van volwassenen, inclusief bewoners vakantiehuisjes

Identiteit van Zandvoort

- De bewoners zien de zee, het strand als belangrijk onderdeel van de identiteit van hun woonplaats. Ze wandelen er graag, komen graag bij de strandpaviljoens. In de zomer wordt het strand als te druk ervaren.
- De duinen worden gebruikt voor wandelingen (met de hond). Prachtig uitzicht over zee en je ziet vossen, konijnen ed.
- Raadhuisplein: daar kom je altijd op uit, lijkt wel. Het is het winkelhart voor de dagelijkse boodschappen en ook voor de winkels als de Hema. Bewoners komen er met de fiets. Met de auto is het duur vanwege de parkeerplaatsen. 's Avonds voelen sommige bewoners zich minder veilig door het uitgaanspubliek.
- Het race circuit hoort bij Zandvoort, inclusief de geluidsoverlast. "Als je hier komt wonen, dan weet je dat er een race circuit in de buurt is".
- Het Kostverlorenpark met de bunkers.

Goede plekken/ routes

De identiteitsplekken zijn ook de plekken die goed gewaardeerd worden.

Andere benoemde plekken zijn:

- Het wandelrondje langs de boulevard, Kerstraat, Kerkplein Raadhuisplein, Haltestraat, Kostverlorenstraat. Vanwege de leuke winkels (Kerkstraat), terrasjes, café's (Kerkplein) en restaurants. Dat doen zowel bewoners als vakantiehuisjesbewoners graag in de zomer. De boulevard is in de zomer gezellig druk.
- De vakantiehuisjesbewoners wandelen graag op het strand bij de vakantiehuisjes: voor een praatje met andere 'bewoners'.

Te verbeteren plekken/ routes

- Het Fennemaplein: een groot leeg plein waar je niets te zoeken hebt.
- Het braakliggende deel van het Badhuisplein tegen het casino aan: dat blijft rommelig, ondanks alle plannen die zijn gemaakt en nooit zijn uitgevoerd.
- Minpuntje in de favoriete wandelroute in de zomer: de staat van de Kostverlorenstraat, deze is rommelig.
- De flats langs de boulevard: een groot tochtgat.
- De bereikbaarheid per auto van Zandvoort is in de zomer slecht op de piekmomenten. Maar over het algemeen is de bereikbaarheid goed.
- De vakantiehuisjesbewoners hebben veel last van de strandtenten bij Bloemendaal. Geen fatsoenlijk publiek (teveel bling, bling) en veel geluidsoverlast. Er is te weinig politie om goed te handhaven.

Vershil zomer en winter

Een duidelijk verschil is het strand: dat wordt in de zomer meer gemedan door de drukte van badgasten.

De vakantiehuisjesbewoners gedragen zich, in de zomer, als bewoner: de boodschappen bij Raadhuisplein, wandelen op het strand en ook zij maken hetzelfde 'rondje' langs Kerkplein, boulevard ed. Ze gebruiken sneller de auto voor boodschappen ed. en zijn net zo makkelijk op Bloemendaal als op Zandvoort gericht.

Opvallende citaten over de identiteit

De woordwolk met citaten is hier plenair besproken. Het ging onder andere over het strand, het race circuit: plekken die ook terugkomen op de kaart. Een aanvullend citaat was dat de bewoners zich zelf als eigenzinnig (vooral eigenwijs) zien en ook behoudend.

3.6.2 Kaart van jongeren

Identiteit van Zandvoort

- Het Raadhuisplein is voor de jongeren de ontmoetingsplek. Al zijn ze daar niet altijd welkom. Winkeliers zien hen als vervelende hangjongeren.
- Verder komen ze veel in de winkelstraat bij het Raadhuisplein.

Goede plekken/ routes

- Het strand, vooral in winter.
- Raadhuisplein is een gezellig plek om te hangen.
- Het Verzetsplein is een leuke speelplek.

Te verbeteren plekken/ routes

- Het braakliggende deel, vlakbij het Badhuisplein, aan het eind van de boulevard is verwaarloosd en er gebeurt niets.
- De hoogbouw, als je met de trein Zandvoort in rijdt, is lelijk.
- De jongeren worden weggestuurd van het bankje op het Raadhuisplein; ze zouden daar graag een eigen plek hebben.
- Opvallend is dat de perrons soms gebruikt worden als doorsteekroute van noord naar zuid.
- De Tollenstraat wordt 's avonds als minder prettig en veilig ervaren.

Verschil zomer en winter

In de zomer is het strand minder aantrekkelijk voor de jongeren dan in de winter. Al met al lijkt het strand helemaal niet zo erg belangrijk voor hen om hun tijd door te brengen. Liever zitten ze met een aantal vrienden op het bankje op het Raadhuisplein bij de winkelstraat. Dat vinden ze in de herfst extra gezellig; dan is de straat zo mooi verlicht en staat er een oliebollenkraam.

Citaten over de identiteit

De jongeren hebben niet meegedaan aan de plenaire bespreking van de woordwolken.

Bijlagen

Bijlage 1 Contactpersonen onderzoek

Contactpersonen provincie Noord-Holland

- Gerda Dinkelman
- Rieneke Kanne
- Martijn Vos
- Gerke Veenboer

Contactpersonen gemeenten

- Marjan Nicolay (gemeente Texel)
- Willem Stam (gemeente Den Helder)
- Menno Boermans (gemeente Zijpe)
- Josselin Bakker (gemeente Beverwijk)
- Willem Taal (gemeente Bergen)
- Thea Olivier (gemeente Velsen)
- Hans van de Weerdhof (gemeente Zandvoort)