

Balans tussen sightseeing, erfgoed en leefbaarheid

Gebiedsperpectief

Kinderdijk 2030



SVP



Gebiedsperspectief Kinderdijk 2030

TEAMS



SVP

REDACTIE

Merlijn Pietersma
Erwin Stoffer
Andrea Fernández Ramírez

TEKSTEN

ZKA Leisure Strategy

BEELDEN

SVP architectuur en stedenbouw

MET MEDEWERKING VAN

Gemeente Alblasserdam
Gemeente Molenlanden
Provincie Zuid-Holland

IN SAMENWERKING MET

Waterschap Rivierenland
Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed
Stichting Werelderfgoed Kinderdijk

VOORBEHOUD

Aan deze brochure kunnen geen worden rechten verleend.

VERSIE 5.0

4 oktober 2019

Voor het geheel of gedeeltelijk overnemen of bewerken van artikelen dient men toestemming van de redactie te vragen. In de meeste gevallen zal die graag worden gegeven.



Balans tussen sightseeing, erfgoed en leefbaarheid

Gebiedsperpectief

Kinderdijk 2030



Voorwoord

‘Balans tussen sightseeing, erfgoed en leefbaarheid’. Een paar woorden die de titel vormen van dit gebiedsperspectief Kinderdijk 2030. Maar achter deze woorden gaat een hele wereld schuil. Een wereld van toeristen die van ons prachtige Werelderfgoed willen genieten, een wereld van professionals en vrijwilligers die werken aan het behoud en bescherming van UNESCO-waarden en natuur. En zeker niet in de laatste plaats een wereld van inwoners, molenaars en ondernemers die zich afvragen of zij in de toekomst nog prettig kunnen wonen en werken in het gebied.

De gemeenten Molenlanden en Alblasserdam, Waterschap Rivierenland, provincie Zuid-Holland, Rijksdienst Cultureel Erfgoed (RCE) en Stichting Werelderfgoed Kinderdijk (SWEK) willen ervoor zorgen dat het molengebied bij Kinderdijk hét icoon in de wereld wordt waar toerisme hand in hand gaat met leefbaarheid, authenticiteit en natuur. Om meer zicht te krijgen op wat daarvoor nodig is, heeft het bureau ZKA Strategy (i.s.m. bureau SVP Architectuur en Stedenbouw) dit gebiedsperspectief opgesteld. Als basis voor beleid en maatregelen om grip te krijgen en te houden op de toekomst van het Werelderfgoed en de directe omgeving daarvan.

Het gebiedsperspectief is, in mijn ogen, een voorbeeld van de manier waarop meerdere partijen kunnen komen tot een breed gedragen ambitie. Ondanks de verschillende achtergronden en opgaven. Ik wil daarom iedereen die in de afgelopen periode een bijdrage heeft geleverd hartelijk danken. En laten we er met elkaar voor zorgen dat Kinderdijk daadwerkelijk hét voorbeeld wordt van ‘balans tussen sightseeing, erfgoed en leefbaarheid’.

Dirk van der Borg

voorzitter stuurgroep Kinderdijk

burgemeester gemeente Molenlanden



Inhoudsopgave

Inleiding

1.1 Van verkenning naar definitief gebiedsperspectief Kinderdijk	8
1.2 Conceptueel kader	9
1.3 Conclusie van de analyse	9

Strategisch kader

2.1 Ambitie 2030	13
2.2 Basismaatregelen	14

Perspectief Kinderdijk 2030

3.1 Variabelen voor het gebiedsperspectief	19
3.2 Drie toekomstschetsen	19

Analyse

4.1 Historisch perspectief en DNA van Kinderdijk	30
4.2 Toeristische ontwikkeling molengebied Kinderdijk	34
4.4 Trends en ontwikkelingen	37
4.5 Ruimtelijk-economische structuur Alblasserwaard	38
4.6 Bewoners ervaren last	40
4.7 Bezoekontwikkeling en economische impact Kinderdijk	40

Synthese: waar liggen we wakker van?

5.1 SWOT-analyse	44
5.2 Strategische opgaven Kinderdijk 2030	47

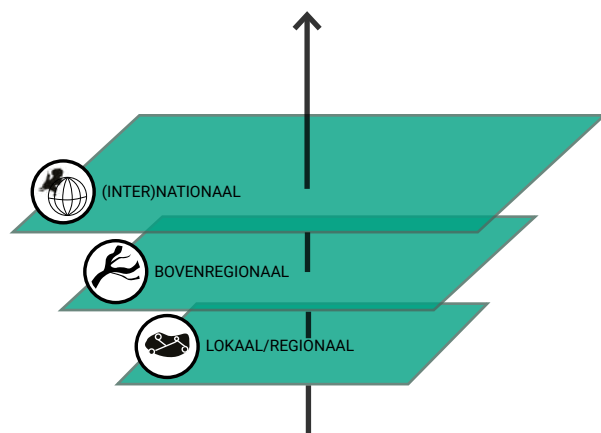
Intermezzo voorbeelden uit het buitenland

6.1 Inleiding	52
6.2 Conclusies best practices	52
6.3 Hoe het niet moet	54
6.4 Lessen voor Kinderdijk	54



1 Inleiding





Figuur 1. Gebiedsperspectief doorsnijdt drie schaalniveaus

1.1 Van verkenning naar definitief gebiedsperspectief Kinderdijk

Het molengebied Kinderdijk staat symbool voor het ontstaan en de unieke cultuur van Nederland. Het past in het overzicht van elementen die typerend zijn voor de strijd tegen het water en de maakbaarheid van Westelijk Nederland. Daarvan afgeleid is het cultuur-historisch belang voor ons land, maar ook voor andere wereldburgers, moeilijk te overschatten. Dankzij het fotogenieke karakter en de benoeming tot UNESCO Werelderfgoed zijn de Molens van Kinderdijk ook (inter)nationaal al sinds lange tijd een populaire attractie. In 2018 waren er 309.000 betalende bezoekers en ca. 400.000 niet betalende bezoekers (schatting). Het totaal aantal bezoekers bedroeg circa 700.000 in 2018 (bron: SWEK).

Tegen de achtergrond van de verwachte groei van minimaal 50% (bron: NBTC) van het inkomend toerisme naar Nederland tot 2030 is het de verwachting dat het bezoek aan Kinderdijk spectaculair zal groeien. Dat heeft (zonder ingrijpen) grote effecten voor het molengebied en de directe omgeving. Om die reden ligt er de wens om plannen te vormen die het gebied toekomstbestendig maken en in gepaste balans met de omgeving brengen en door ontwikkelen.

De afgelopen tijd hebben de gemeenten Alblasserdam en Molenlanden en de provincie Zuid-Holland samen met een breed projectteam (o.a. Waterschap Rivierenland, Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed en Stichting Werelderfgoed Kinderdijk) gewerkt aan

een 'Verkenning Gebiedsperspectief Kinderdijk'. Deze verkenning is de voorloper van het definitieve gebiedsperspectief. In deze verkenning wordt duidelijk welke korte termijn maatregelen noodzakelijk zijn om een inhaalslag te maken in visitor management en logistieke bezoekaafhandeling. Daardoor komt de 'basis op orde' en wordt bijvoorbeeld het parkeerprobleem opgelost.

ZKA Strategy is gevraagd het definitieve gebiedsperspectief 2030 op te stellen samen met SVP architectuur en stedenbouw. Dit gebiedsperspectief Kinderdijk wordt integraal opgesteld en vanuit drie schaalniveaus beschouwd omdat het molengebied onder de invloedssfeer staat van deze drie niveaus:

1. De (inter)nationale waarde en aantrekkingskracht van Kinderdijk met haar UNESCO-Werelderfgoed-status en natuurlijke ligging;
2. De bovenregionale functie van Kinderdijk;
3. De lokale en regionale gebiedsbelangen zoals leefbaarheid, bereikbaarheid, natuur en economie.

Door deze schaalniveaus in de analyse in samenhang met elkaar te brengen ontstaat de basis van het gebiedsperspectief Kinderdijk 2030.

1.2 Conceptueel kader

Het conceptuele kader van het gebiedsperspectief (figuur 2) bestaat uit analysebouwstenen (hoofdstuk 4) die input opleveren voor de synthese: van welke urgente opgaven liggen we wakker (hoofdstuk 5)? Gerelateerd aan de urgente opgaven worden lessen uit buitenlandse cases getrokken (hoofdstuk 6). De gezamenlijke ambitie Kinderdijk 2030, het strategisch kader en het perspectief Kinderdijk volgt in hoofdstuk 2 en 3.

1.3 Conclusie van de analyse

De conclusie van de analyse van hoofdstuk 4, 5 en 6 is dat de bezoekers van Kinderdijk een middel zijn om het erfgoed te behouden en beleefbaar te maken. UNESCO werelderfgoed Kinderdijk staat voor drie samenhangende opgaven. Deze hebben betrekking op de verschillende schaalniveaus waarop Kinderdijk proactief zou moeten acteren:

1. (Inter)nationaal: Hoe kan het wereldwonder een nieuwe positionering krijgen gericht op kwaliteitstoeristen zodat het de (inter)nationale betekenis krijgt die het verdient?
2. Bovenregionaal: Hoe kan nog beter inhoud worden gegeven aan de verhaallijn van Kinderdijk zodat het zich meer verbindt met de bovenregionale context?
3. Regionaal/Lokaal: Hoe kunnen we bezoekers op gastvrije wijze beleving en educatie bieden en tegelijkertijd een gezonde exploitatie voeren die in balans is met de leefbaarheid en de omgeving?

Lessen vanuit de analyse van buitenlandse werelderfgoederen zijn dat de storytelling van Kinderdijk op internationaal hoog niveau moet plaatsvinden en gericht moet zijn op een internationaal kwaliteitspubliek. Verder zal er grip moeten komen op het gebied. Daarom moet een keuze gemaakt worden vóór betaalbare toegang van het molengebied ten koste van de openbaarheid. Ook moet een keuze gemaakt worden vóór een gastvrije parkeervoorziening aan de rand van

het gebied. Zo komen de woonkernen in de luwte van het toerisme en worden de smalle dijklinten ontzien. Kies voor een heldere bestuursstructuur met een ondernemende site holder die is geworteld in lokaal dna. Vanuit deze conclusies volgt hierna het strategisch kader in hoofdstuk 2 en het perspectief Kinderdijk 2030 in hoofdstuk 3.





2 Strategisch kader



UNESCO Werelderfgoed Kinderdijk kan hét Toeristische Icoon in de wereld worden waar het duurzaam ontwikkelen van een toeristische hotspot samengaat met verbeteren van de leefbaarheid en behoud van de natuur.

Door te kiezen voor leefbare dorpen wordt voorkomen dat het toerisme dorp Kinderdijk, Nieuw-Lekkerland en Alblasterdam overwoekert

met verkeer, commercie en plat vermaak. Uitgangspunt moet zijn dat de kernen van en voor de eigen inwoners zijn en niet van vastgoedspeculanten. Sta daarom voor een bewoond werelderfgoed met een ziel.

Aanvaard het groeiend aantal bezoekers niet als natuurverschijnsel, maar ga de bezoekersstroom geleiden en bied bezoekers een hoogwaardiger beleving. Leg hiermee de basis onder een nóg gastvrijer dagje uit voor kwaliteitstoeristen uit binnen- en buitenland.

2.1 Ambitie 2030

Deze ambitie is leidend bij de keuze voor het toekomstige gebiedsconcept, investeringsbeslissingen en beleid. De ambitie is vertaald in het strategische kader van Kinderdijk, zoals afgebeeld in figuur 3.

Leefbare dorpen

- Bewoners ervaren zo min mogelijk overlast van de bezoekersstromen. De woonkernen rondom het molengebied zijn voor eigen inwoners. Het is prettig wonen in Kinderdijk, Nieuw-Lekkerland en Alblasserdam, in de luwte van het toerisme.
- Voor de molenaars en hun families is het prettig wonen in de molens. Ze weten dat ze in een Toeristisch Icoon wonen en onderdeel zijn van het rijke cultureel-historische verhaal.
- Logistieke afwikkeling van bezoeksstromen vindt buiten de woonkernen plaats, aan de rand van het gebied.
- Voorzieningen worden verbeterd, nieuwe woonlocaties worden ontwikkeld.
- De gemeenten krijgen grip op ontwikkelingen, zoals Airbnb, vastgoedontwikkelingen, reclame en toeristische detailhandel.
- Het molengebied biedt zingeving voor bewoners vanwege vrijwilligerswerk en werkgelegenheid.

Rentmeesterschap

- De UNESCO-waarden toegankelijkheid, beschermen, behouden, versterken en educatie zijn in goede handen bij de site holder.
- De natuurbegrenzing en de natuurwaarden zijn

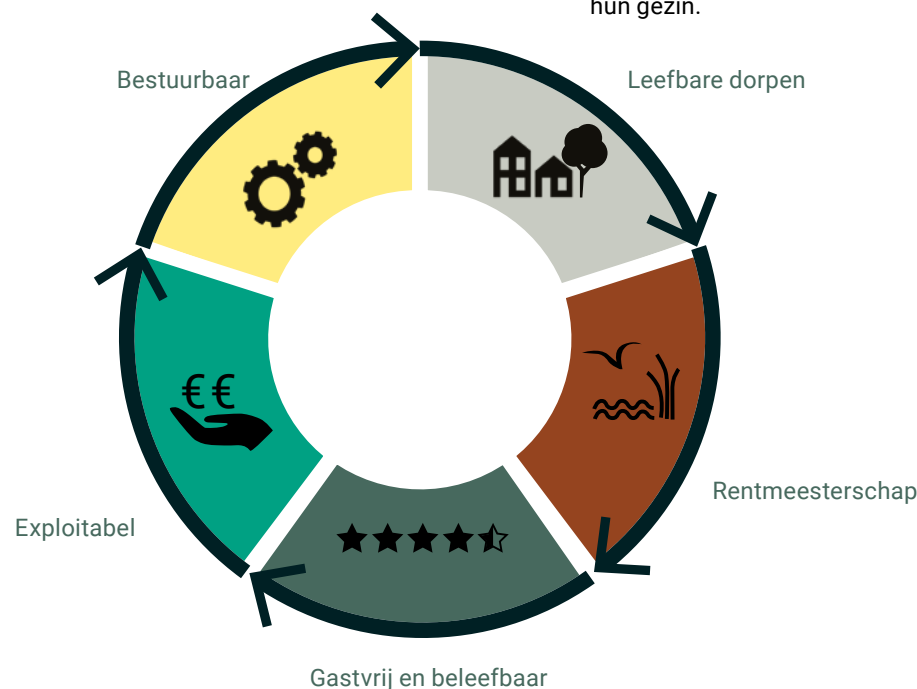
geborgd door beheerplannen.

- Logistieke afwikkeling en toeristische exploitatie vindt plaats met oog voor duurzaamheid: people, planet en profit.

Gastvrij en beleefbaar

- Het molengebied beschikt over een (inter)nationaal bewust gekozen hoogwaardige reputatie en bijpassende belevingswaarde. Deze belevingswaarde bouwt voort op de historie en authenticiteit van het gebied: geloof, hard werken, strijd om bestaan. Bezoekers die alleen voor een selfie komen worden ontmoedigd.

- Zondagsrust is onderdeel van het dna van de regio en kan met eenvoudige etiketteregels vooraf overgebracht worden aan bezoekers.
- We werken toe naar de situatie waarin er optimale grip is op de bezoekersstromen.
- Een bezoek aan het molengebied betekent voor toeristen een gastvrije ervaring tijdens alle fasen van de gast-reis: van voorbeleving, ticketing, parkeren aan de randen van het gebied, informatievoorzieningen, shuttle-service, het feitelijke bezoek aan het werelderfgoed en de na-beleving.
- Tijdens het bezoek wordt rekening gehouden met molens die bewoond worden door molenaars en hun gezin.



Figuur 3 Het strategische kader van Kinderdijk 2030



Exploitable

- De Kinderdijk site holder genereert voldoende bezoekers en middelen waarmee de site holder zijn doelen kan realiseren:
 - Het beheren en ontwikkelen van de molens en het molengebied;
 - Educatie naar een hoger plan tillen vanuit de waarden authenticiteit en kwaliteitsbeleving;
 - De leefbaarheid in de kernen verbeteren;
 - (Een deel van de) de investeringen in en de operationele kosten van de logistieke afwikkeling terugverdienen;
 - Een werelderfgoed-waardige bezoekerservaring bieden aan kwaliteitstoeristen tijdens alle fasen van de gast-reis; van voorbeleving tot bezoek en na-beleving.
- De site holder werkt langjarig aan het realiseren van deze overeengekomen en nader te kwantificeren visitor-management doelen. Hij is flexibel, wendbaar en slagvaardig om mee te bewegen met de markt en om proactief te acteren op alle schaalniveaus.
- Vanuit drukteperceptie wordt de hoeveelheid bezoekers minder relevant omdat de bezoekersstromen gereguleerd en geleid worden. Vanuit exploitatie-oogpunt is het aantal bezoekers wel degelijk relevant om de maatschappelijke lusten en lasten in balans te houden.
- De molens van Kinderdijk dragen bij aan bovenregionale vitaliteit en werkgelegenheid.

Bestuurbaar

- De bestuursvorm van het molengebied, de logistieke afwikkeling en het visitor management is

slagvaardig, flexibel en beschikt over voldoende instrumenten en bevoegdheden om grip te hebben op de site holder.

- Toezicht op de site holder vindt plaats door een bestuursvorm met actoren die (financieel, qua eigendom en maatschappelijk) geworteld zijn in het molengebied. Zo hebben de eigenaren van het molengebied grip op de doelmatigheid van de site holder. De toezichthouders bestaan daarnaast uit invloedrijke deskundigen op alle schaalniveaus: nationaal, bovenregionaal en regionaal/lokaal. Bewoners zijn vertegenwoordigd in de bestuursstructuur. Daardoor ontstaat gedeeld eigenaarschap.
- Het advies is om de meest passende bestuurs- en toezichtvorm na een evaluatie en confrontatie met de opgaven uit dit gebiedsperspectief uit te werken.

2.2 Basismaatregelen

Vanuit de analyse (hoofdstuk 5 en 6) en het strategische kader (paragraaf 2.1) zijn op hoofdlijnen de volgende twee maatregelen aan de orde waarmee de basis op orde wordt gebracht:

Verkeers- en parkeerproblemen oplossen

Dorpen komen in de in de luwte van het toerisme door de beleving van het molengebied en logistieke afwikkeling van bezoeksstromen te ontkoppelen. Streefbeeld is een transferium in Alblasserdam met complete informatievoorzieningen en een optimale shuttle-service over water/weg. Deze maatregel verhoogt de bezoekerservaring aan Kinderdijk.

Maatregelen:

- Afvangen en geleiden van Kinderdijk-autoverkeer vanaf A15 en provinciale wegen;
- Stimuleren van (online) ticketing vooraf;
- Vergunning parkeren in Kinderdijk en Alblasterdam-noord;
- Het logistieke systeem is in beheer bij de site holder van het molengebied omdat het onderdeel vormt van de bezoekbeleving aan en exploitatie van het werelderfgoed;
- Toegangspreis heffen voor bezoekers van het molengebied én tegelijkertijd het molengebied toegankelijk houden voor de bewoners;



Parkeeroverlast -Bron: Het Kontakt



Drukke dagen -Bron: Ad.nl

Grip op openbare ruimte versterken.

Streefbeeld is een Kinderdijk dat een gebalanceerd voorzieningenpakket biedt voor toeristen en eigen inwoners. De woonkernen zijn van en voor eigen inwoners en niet voor vastgoedspeculanten en free riders.

Maatregelen:

- Een toegangspreis heffen voor alle molengebied-bezoekers ter dekking van onderhoud, educatie en logistiek. Kinderen en eigen inwoners zijn gratis. Free riders (rondvaarten en touroperators) zullen hierdoor verdwijnen. Flexibele beprijzing is een effectief prijsinstrument om bezoekersstromen te reguleren en opbrengsten te vergroten.
- Aanbrengen van een beleidsmatige beschermingszone rondom het molengebied zodat Kinderdijk leefbaar blijft. Denkbaar is om meerdere beschermingszones aan te houden, waarbij de eerste het Werelderfgoed betreft en de tweede het aandachtsgebied direct om het Werelderfgoed heen.

Zo ontstaan gebiedsgerichte regimes: koesteren, upgraden, ontwikkelen, etc.

- Het Elshout-entreegebied als hoofdentree en de waterentree UNESCO-waardig inrichten. Hiervoor is het noodzakelijk om een beeldkwaliteitsplan op te stellen met elementen als: herinrichting van de Molenstraat, funtie(on)mogelijkheden, vormgeving materialen en gebouwen, reclameuitingen, routeaanduidingen en ontwikkelingen die invloed hebben op het molengebied.
- Met direct betrokkenen een brancheringsplan opstellen voor het gebied centrum-Kinderdijk tot gebiedsentree-Elshout. Dit brancheringsplan beschrijft de gewenste (detailhandels)voorzieningen voor bezoekers en bewoners met als uitgangspunt om de bedrijvigheid te clusteren en lokaal te verankeren. Verplaatsing en herstructurering van bedrijven kan een uitvoeringsinstrument zijn.
- Met direct betrokkenen een zoneringsplan

opstellen voor het gebied centrum-Kinderdijk tot gebiedsentree-Elshout. Dit zoneringsplan beschrijft de gewenste bezoekersgeleiding waarbij het uitgangspunt is om het entreegebied compact te houden.

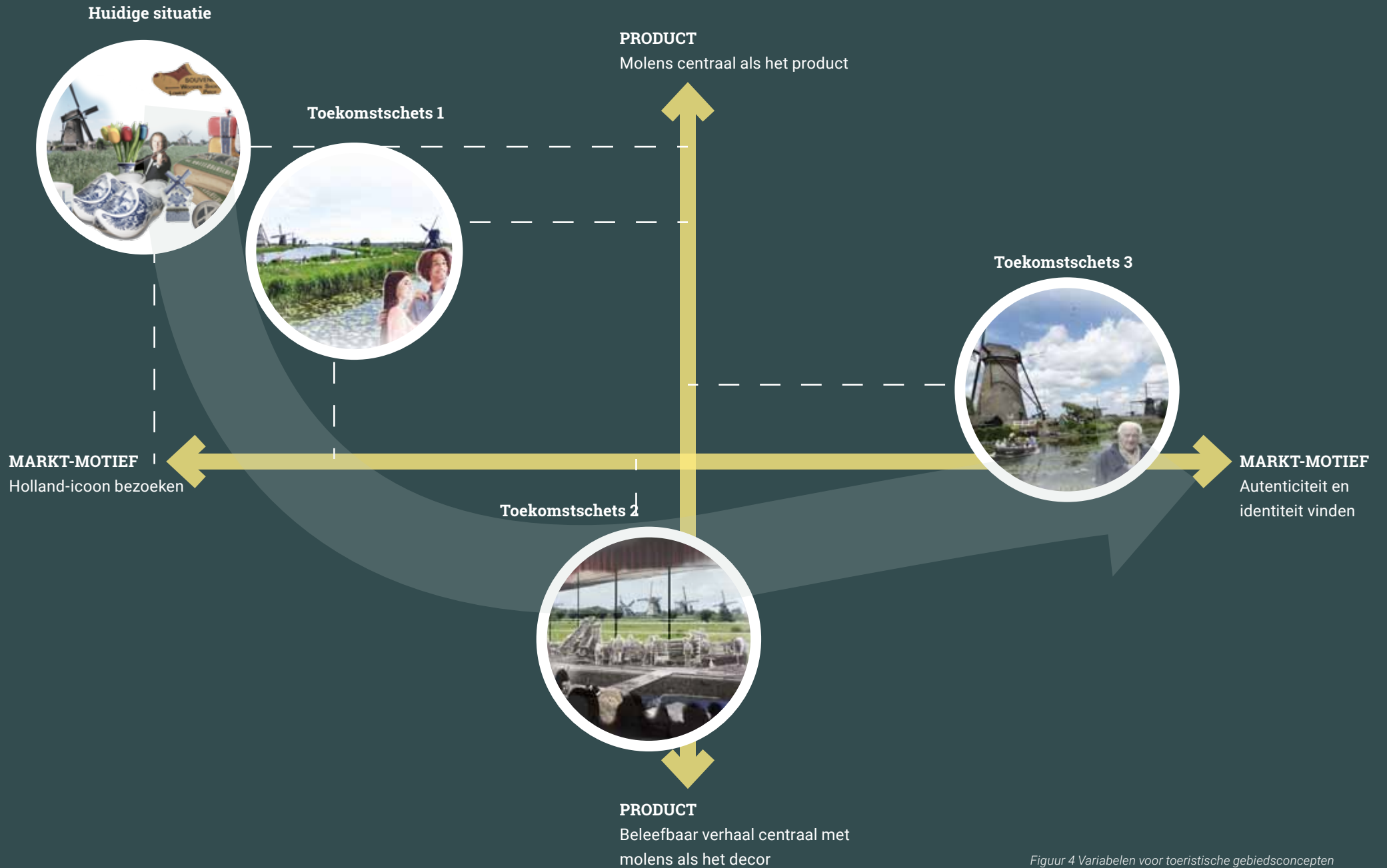
- Opstellen van proactief hotel- en Airbnb-beleid om toeristische overnachtingen gebalanceerd te geleiden en meer lokale bestedingen te realiseren. Een gast die overnacht in de regio besteedt veel meer dan een uur- of cruisetoeurist.
- Deze maatregelen worden uiteindelijk vertaald in een nieuw bestemmingsplan.

Door de verkeers- en parkeerproblematiek op te lossen wordt een inhaalslag gemaakt in het visitor management. Door de grip op de openbare ruimte te versterken treden de gemeenten proactief op en anticiperen ze op toekomstige ontwikkelingen.



3 Perspectief Kinderdijk 2030





Figuur 4 Variabelen voor toeristische gebiedsconcepten

3.1. Variabelen voor het gebiedsperspectief

De analyse (hoofdstuk 5 en 6) en het strategisch kader (paragraaf 2.1) reiken twee hoofdvariabelen aan waarbinnen het gebiedsperspectief Kinderdijk 2030 ontwikkeld wordt:

Product: wat is de kern van het toeristische product Kinderdijk?

Dit varieert van Kinderdijk waarbij de molens centraal staan als hét toeristische product, tot Kinderdijk waarbij de molens hét decor vormen van een verhaal dat op een hoogwaardige wijze beleefbaar gemaakt wordt.

Markt: wat is het motief van de beoogde bezoekers?

Dit varieert van het bezoeken van een instagrammable toeristisch Holland-icoon, tot het vinden van authenticiteit en verdieping in de identiteit van de regio en/of Holland-themalijnen.

De combinatie van deze twee variabelen leidt tot de scope (vier kwadranten) waarbinnen realistische gebiedsperspectieven voor Kinderdijk als een toeristisch totaalconcept ontwikkeld kunnen worden. Deze perspectieven passen binnen het strategisch kader van Kinderdijk. Zie figuur 4.

3.2 Drie toekomstschetsen

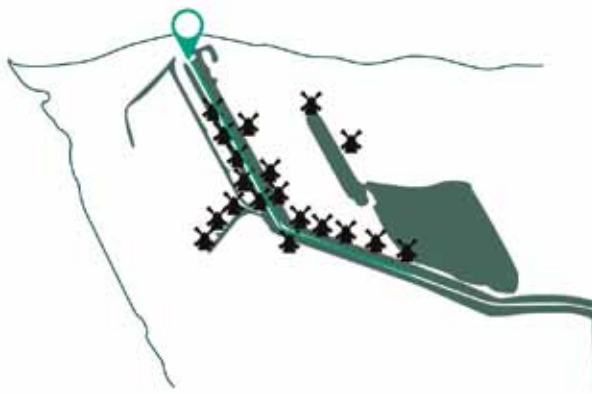
Verschillende keuzes voor het toeristische kernproduct en het bijbehorende dominante marktmotief van Kinderdijk, leidt tot drie onderscheidende toekomstschetsen:

1. Toeristisch icoon van 750 jaar watermanagement
2. De strijd tegen het water met geloof, hoop en liefde
3. Authentiek Kinderdijk middenin de Hollandse delta

De toekomstschetsen zijn geformuleerd aan de hand van de ZKA-methode van toeristische gebiedsconcepten. Gebiedsconcepten bestaan uit: hét verhaal van een gebied dat uitgedrukt wordt in: het kernproduct, de markt en de identiteit. Om tot een evenwichtige toekomstschets-afweging te komen zijn deze elementen per toekomstschets aangevuld met: toekomstig maximaal bezoek, indicatieve bezoekprognose, ruimtelijke strategie, ruimtelijke afbakening en uitgangspunten voor organisatie.

Voor alle toekomstschetsen geldt dat er in meer of mindere mate een beweging gemaakt wordt van sightseeing naar 'heritage-beleving'. Dit betreft een beweging van de huidige situatie naar rechtsonder in het toekomstschetsmodel van figuur 3. Deze beweging sluit aan bij internationale markttrends. Desondanks zal sightseeing altijd een aanzienlijk aandeel blijven houden.

De toekomstschetsen geven een beweging weer van sightseeing naar 'heritage-beleving'



Toekomstschets 1: Toeristisch icoon van 750 jaar watermanagement.

Ontdek hoe molens en gemalen Nederland beschermen tegen het water

- Product: molens centraal als hét toeristische kernproduct met ondersteunend een educatieve ervaring
- Markt: gericht op internationale Hollandtoeristen

Product.

Bezichtiging van enkele museummolens, het gemaal, molenlandschap en het bezoekerscentrum als ondersteunende educatieve ervaring staat centraal. Tijdens deze educatieve ondersteuning wordt het verhaal over 750 jaar watermanagement verteld en wordt op indringende wijze getoond wat er toen, nu en morgen met de vruchtbare polders gebeurt zonder het innovatieve watermanagement.

Markt.

Internationale Hollandtoeristen, voornamelijk bestaand uit: touringcars, riviercruises, fly-drive toeristen, campertoeristen en toeristen die via de waterbus arriveren. Het dominante bezoeks-motief vormt sightseeing met een gemiddelde verblijfsduur van circa 2 uren. Onderscheidende identiteit. Het molenlandschap, de fotogenieke en iconische molens die deels bezoekbaar zijn en het ondersteunende educatieve verhaal over 750 jaar watermanagement.

Toekomstig maximaal bezoek.

De capaciteit van Kinderdijk wordt voornamelijk bepaald door de capaciteit van de aan- en afvoer

van bezoekers. Met drie bezoekmolens en het Wisboomgemaal is er in 2020 capaciteit voor 400.000 molenbezoekers. Dat kan met een enkele molen erbij (totaal 4) in 2030 oplopen naar 500.000. Dit kan door de bezetting van de bezoekmolens te optimaliseren door seizoens-verlenging, flexibele beprijzing en avondprogrammering (bijvoorbeeld events passend in het gebied). Verdere groei van bezoekmolens zal problematisch worden omdat anders steeds minder molens bewoond worden en de ziel van het bewoonde UNESCO-werelderfgoed verdwijnt.

Indicatieve marktpotentie.

Prognose is dat het aantal geïnteresseerde bezoekers oploopt naar ca. 1.200.000 in 2030. Ongeveer de helft daarvan kan en wil niet deelnemen aan het huidige bezoekerssysteem met audiotour, film, molen- en gemaalbezoek, maar betaalt wel een toegangsprijs.

Ruimtelijke strategie.

Focus op efficiënte en gastvrije bezoekersgeleiding bij de Elshout-entree als dé UNESCO-waardige hoofdentree.

Ruimtelijke afbakening.

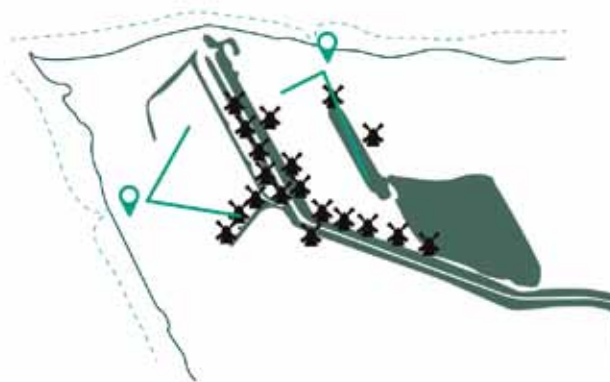
Lokaal gericht op het molengebied en Kinderdijk-dorp. Omliggende kernen zijn wel doorsneden maar hebben geen direct voordeel (crossed, but not served).

Organisatie.

Het bestaand beleid wordt aangescherpt door in de praktijk toe te werken naar een gesloten systeem en de site holder zet nog intensiever in op betaald kwaliteits-toerisme en ondersteunende educatieve ervaring.



Ontdek hoe molens en gemalen Nederland beschermen tegen het water



Toekomstschild 2: De strijd tegen het water met geloof, hoop en liefde

Beleef de heroïek van het ontstaan van Holland

- Product: een nieuw toe te voegen museale, educatieve en/of theatrale beleving vormt het toeristische kernproduct en de molens vormen het ondersteunende decor.
- Markt: gericht op de binnenlandse markt als grootste ambassadeur en (inter)nationale cultuurtoeristen.

Product.

Op een indringende manier wordt de heroïek van het waargebeurde verhaal van de polderjongen en zijn strijd tegen het water fysiek en/of virtueel verteld. Een universeel herkenbare storyline over rampspoed (Sint-Elisabethsvloed), geloof, hoop, liefde en uiteindelijk... de molens die gaan draaien. Van geploeter in ondoordringbare modder naar vruchtbare grond. Dit verhaal over het ontstaan van Holland wordt op hoog niveau ontwikkeld door een nieuw toe te voegen mu-

seale, educatieve en/of theatrale topbestemming waar bezoekers zelf onderdeel worden van de beleving. De molens spelen in de storyline een van de hoofdrollen. De nieuw toe te voegen (betaalde) beleving is hét toeristische kernproduct en de molens vormen het ondersteunende decor. De molens vormen niet meer hét kernproduct dat iedere bezoeker het liefst van binnen gezien moet hebben omdat dit vluchtige molen-toerisme datgene waardoor het wordt aangetrokken vernietigt: de kwetsbare onschuld van het gebied en de bewoonde molens.

Om deze toekomstschilden verder uit te werken moet opdracht gegeven worden aan een multidisciplinair team van o.a. landschappers, designers, ecologen en imagineers. Zij ontwerpen en ontwikkelen het concept tot een aantrekkelijke en verantwoorde beleving op niveau. Referenties die hierbij bruikbaar zijn:

- Museaal: Jorvik Viking Centre: heritage centre met museaal-educatieve beleving en grote verwerkingscapaciteit.
- Theatraal: Soldaat van Oranje: theaterbeleving dat een groots verhaal op een theatrale wijze dichtbij mensen brengt.
- Themaproductie: Puy du Fou: themapark met originele producties op hoog niveau.
- Geluid- en lichtshow: Piramides van Gizeh: avondshow waarbij de piramides uitgelicht worden en de bezoekers op ruime afstand van de piramides van een spectaculaire show genieten.

Markt.

De binnenlandse markt als grootste ambassadeur van

het heroïsche verhaal, (inter)nationale cultuurtoeristen met focus op zelfstandig reizende koppels en families, die geïnteresseerd zijn in boeiende erfgoedplekken en heroïsche verhalen.

Onderscheidende identiteit.

Hoogwaardig eerbetoon aan de mensheid die met geloof, hoop en liefde het water overwon. De bezoeker ervaart hier op een indringende manier hoe de mens in deze ontoegankelijke contreien 750 jaar geleden het water overwon en een vruchtbaar land drooglegde waaruit moderne middeleeuwse steden konden ontstaan. Afgeleid daarvan groeide de machtige republiek der zeven verenigde Nederlanden.

Toekomstig maximaal bezoek.

Capaciteit van de nieuwe museale, educatieve en/of theatrale beleving wordt bepaald door de capaciteit van het logistieke systeem en de oppervlakte/verwerkingscapaciteit van de nieuwe beleving. Die is veel sterker maakbaar dan de huidige kwetsbare situatie in het molengebied.

Indicatieve marktpotentie:

Afhankelijk van het ambitie- en het kwaliteitsniveau tussen de 300.000-800.000 betalende bezoekers (indicatieve prijs: €20,-).

Ruimtelijke strategie.

Afleiden van het molentoeerisme en het kwetsbare gebied ontzien, door het toevoegen van een nieuwe 'heritage -beleving' met topvermaak. Bezoekers gaan daardoor het kwetsbare gebied minder in. De molens

vormen op zijn minst binnen de zichtlijn het decor van de nieuw toe te voegen beleving. Deze museale, educatieve en/of theatrale beleving vormt het startpunt van Kinderdijk-bezoek. Het zoekgebied voor de locatie van de nieuw toe te voegen beleving bevindt zich binnen de zichtlijn van het molengebied en beschikt over efficiënte verbinding. Dit zoekgebied bevindt zich aan de rand van het molengebied en bij de keuze wordt rekening gehouden met verschillende beschermingswaarden (zoals Natura 2000).

Ruimtelijke afbakening.

Molengebied en het westelijk deel van de Alblasserwaard.

Organisatie.

De nieuw toe te voegen beleving vormt een nieuwe dienst van de site holder van het werelderfgoed. De professionele museale, educatieve en/of theatrale exploitatie vormt de nieuwe bezoektrekker en valt beter te managen als Toeristisch Icoon. Bezoekers worden afgeleid van het kwetsbare gebied door een verhaal dat op theatrale, educatieve, experience-achtige en/of



Beleef de heroïek van het ontstaan van Holland in een nieuwe museale en theatrale beleving



museale wijze op topniveau verteld wordt.

Toekomstschets 3: Authentiek Kinderdijk middenin de Hollandse delta

Ontmoet de persoon die Holland droge voeten bezorgt

- Product: het authentieke molengebied vormt onderdeel van een bredere thema-reis of dagje uit, waarin het persoonlijke contact met locals centraal staat.
- Markt: Euregionale markt die gericht is op zingeving, ontplooiing en het vinden van authenticiteit.

Product.

De molens van het authentieke Kinderdijk zijn onderdeel van een bredere bovenregionale ervaring met bijvoorbeeld Dordrecht en NP De Biesbosch. Ook zijn de molens proactief onderdeel van de landelijke themalijn 'Land of Water'. In en rondom het molengebied wordt een aantrekkelijke productmix aangeboden. Denk aan:

- Rondleidingen door locals;
- Molenbezoek;
- Natuursafari;
- Ontdek de Alblasserwaard;
- Sloepvaren in de stilte;
- Ontmoeting met een molenaar (bijzonder schaars).

Alle producten zijn schaars verkrijgbaar en bieden een bijbehorende exclusieve ervaring en prijs, waarbij

bezoekers persoonlijk aandacht krijgen van locals.

Markt.

Focus op Euregionale en binnenlandse markt en in mindere mate internationaal Holland Toerisme. Een dominant bezoeks-motief is zingeving, ontplooiing, het vinden van authenticiteit en persoonlijk contact. Bezoekers zijn bereid voor echtheid te betalen.

Onderscheidende identiteit.

Kinderdijk als hoogwaardig onderdeel van een breder verhaal over de Hollandse delta en als onderdeel van dagtochten met authentieke hoogtepunten. Er wordt in/nabij Kinderdijk geen nieuwe ervaring gecreëerd maar de oorspronkelijke mensen in het gebied en de ondernemers in de Alblasserwaard, bieden een persoonlijke beleving.

Toekomstig maximaal bezoek.

De capaciteit van Kinderdijk wordt voornamelijk bepaald door de begrensde verwerkingscapaciteit van de authentieke belevenissen in het molengebied.

Indicatieve marktpotentie.

Tussen de 300.000 en 400.000 betalende bezoekers die gebruik maken van de schaarse productmix. Daarnaast bezoekt ongeveer een gelijk aantal bezoekers het molengebied zonder deel te nemen aan de productmix. Deze bezoekers betalen wel een toegangsprijs.

Ruimtelijke strategie.

Schaarste creëren door een aantrekkelijke productmix

met begrensde verwerkingscapaciteit. Daardoor wordt de authenticiteit en relaxte sfeer geborgd.

Ruimtelijke afbakening.

De (boven)regionale regio omdat het werelderfgoed van Kinderdijk een proactief onderdeel vormt van een dagtrip of tour door Nederland.

Organisatie.

De site holder zet met een uitgekiende productmix in op authenticiteit en beleving van identiteit, waarbij bezoekers persoonlijke aandacht krijgen van locals en in uitzonderlijke gevallen van een molenbewoner. Een bijpassend horeca-concept met streekproducten (Kinderdijk-kaas) hoort vanzelfsprekend bij de totaalbeleving.



Ontmoet de persoon die Holland droge voeten bezorgt



4 Analyse



Fiere molens als symbool van een fascinerend watersysteem

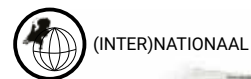
De drassige veengronden aan de Noordzee vormden in de 11e eeuw een niemandsland, een natuurlijke barrière voor vreemde heersers en vijanden. Hier kon een autonoom graafschap Holland ontstaan.

In die ondoordringbare grond hebben mensen met hulp van het vernuftige ontginning-systeem van Kinderdijk vanaf 1369 gezorgd voor vruchtbare landbouwgrond. Dat gaf zoveel opbrengst dat er florerende steden konden ontstaan.

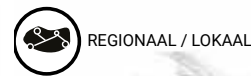
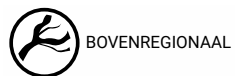
Tijdens de rampzalige Sint-Elisabethsvloed van 1421 raakte een deel van Zeeland en Zuid-Holland onder water. Duizenden mensen kwamen tijdens de overstroming om het leven...

Maar langs de dijk dreef een wiegje met daarin een huilende baby. De baby werd gered en zo is de naam Kinderdijk geboren. Na deze ramp kregen de bewoners van de Alblasserwaard het met hun geloof, hoop en innovatieve vermogen voor elkaar om het water blijvend terug te dringen.

Het ingenieuze watermanagementsysteem van Kinderdijk, met de molens als cruciaal en herkenbaar onderdeel ervan, staat symbool voor de mensheid die het water overwint, die woeste grond verandert in vruchtbare grond en die daardoor veilig en autonoom kan leven. Het fenomeen Kinderdijk vormt de oorsprong van Nederland als een rijk, welvarend en zelfstandig land. Een in de wereld uniek deltaland. Daarom is Kinderdijk onderdeel van Hollandse glorie.



Op elk schaalniveau wordt Kinderdijk op een andere manier beleefd en geïnterpreteerd. Hoe brengen we die verschillende attitudes bij elkaar?



4.1 Historisch perspectief en DNA van Kinderdijk

(Inter)nationaal is Kinderdijk een krachtig beeldmerk ...

In (inter)nationaal opzicht heeft Kinderdijk twee gezichten. Enerzijds is het (inter)nationaal gezien een Holland-beeldmerk. De molens zijn, samen met o.a. grachten, kaas, tulpen en klompen, het icoon van Nederland. Een bezoek aan Nederland is voor de buitenlandse gast niet compleet zonder een aanzicht en foto van de molens. De molens worden dankbaar gebruikt door artiesten, kunstenaars en marketeers die de Holland-beleving uitdragen.



...en cultuurhistorisch monument

Anderzijds is Kinderdijk een icoon in het Nederlandse landschap met een grote cultuurhistorische waarde. Achter de 19 molens gaat een technisch wonder schuil van ontginning van een ruig en ondoordringbaar landschap naar een vruchtbaar cultuurlandschap. Het molengebied staat symbool voor de Hollandse wijze van leven, die gaat over wonen en werken met en aan het water.

Veel Nederlandse en buitenlandse bezoekers zijn zich niet bewust van deze cultureel-historische waarde en beleven tijdens een bezoek niet veel meer dan het kijken naar een molenlandschap en hooguit het bezoeken van een museale molen. Doordat het molengebied is verengd tot een uur-attractie wordt de kern van het verhaal gemist. Voor velen is het op dit moment nauwelijks meer dan een Holland-attractie, gevormd door de resterende 19 molens van Kinderdijk. De molens zijn fotogenieke mastodonten in het landschap en worden dankbaar gebruikt als (inter)nationaal icoon. De ware betekenis in de strijd met het (wassende) water en de Hollandse manier van leven wordt hierdoor voor het grootste deel gemist. Het kapitaal van dit unieke gebied kan dan ook nog beter worden benut, cultureel en economisch.



(INTER)NATIONAAL



Bovenregionaal is Kinderdijk onderdeel van de Hollandse delta

Kinderdijk is een cultuurhistorisch monument in de waterdriehoek (Dordrecht, Biesbosch, Kinderdijk) van de Hollandse delta, met rivieren en droogmakerijen naast noeste havenarbeid, handelssteden en deltanatuur. Kinderdijk sluit aan bij geschiedkundige verhaallijnen van de Hollandse delta en bij iconen als de Maeslantkering en het Watersnoodmuseum.

De verbindingen (fysiek en in toeristische arrangementen) met andere cultuurhistorische iconen en verhaallijnen liggen er echter niet. Hierdoor leren bezoekers niets over de rol van en de strijd tegen het water in breder bovenregionaal perspectief.



BOVENREGIONAAL



Regionaal en lokaal is Kinderdijk een plek om te wonen en waar toeristen op af komen

Voor de regio is Kinderdijk een molengebied waar toeristen op af komen met alle voor- en nadelen van dien. Toerisme staat van oorsprong wat verder af van de hardwerkende mensen met een hoog arbeidsmoraal in de Alblasserwaard. Voor inwoners van de regio is de Alblasserwaard een fijne leefomgeving omsloten door rivieren in het groene hart van Nederland. Men is niet persé tegen toerisme, maar wil door toerisme niet de eigen identiteit en Protestants-Christelijke waarden als eerbied, geborgenheid, saamhorigheid, authenticiteit, rust en stilte verliezen. Behoud van een fijne leefomgeving in de luwte van het toerisme is van cruciaal belang.

De ontwikkeling van Kinderdijk wordt door de politiek afgewogen tegen andere sociaaleconomische en sociaal-culturele belangen zoals landbouw, industrie, zorg en verkeer. Aandacht voor het toeristische fenomeen Kinderdijk wordt bij wijze van spreken afgewogen tegen de concurrentiepositie van de lokale scheepswerf van IHC en de gebiedsontwikkeling van het Mercon-Kloos terrein.



REGIONAAL / LOKAAL





1960

1960:

Start van het molentoerisme door aanleg van fietspad en wandelpad op de Middelkade.

1970

60's:

Sloop van nostalgische ijsclubgebouw Molenhoek uit 1928 en bouw van horeca en detailhandelspunt (75m²)

1980

1986:

Start molenbezoek als verdienmodel: Molenaar staat met leren geldtasje te wachten op bezoekers die de molen willen bezoeken. In het laagseizoen is de molenaar molenmaker.

1990

1990:

Er wordt een keet gebouwd van 1,5 m² bij de brug van waaruit kaartjes voor molenbezoek worden verkocht.

1997:

UNESCO-status met focus op educatie. In deze periode bezoeken er jaarlijks 60.000-70.000 betalende bezoekers (f 1,00) de molens. Hiervan kan een aantal molens worden onderhouden.

2000

2010:

Opkomende bezoekersgroei.

2012:

(voorloper van) SWEK nagenoeg failliet vanwege hoge onderhoudskosten en een kostbare restauratie van veertien van de negentien molens.

2010

2014:

SWEK wordt een professioneel geleide beheer- en onderhoudsorganisatie met steeds meer focus op educatie.

2014-heden:

Kinderdijk ontwikkelt zich tot een toeristische Holland-icoon: DNB slaat de 5 euromunt van de molens van Kinderdijk (het molenvijfje), NBTC zet Kinderdijk als classic en onderdeel van de Waterlijn in de etalage, het internationale toerisme naar Nederland groeit hard en social media zorgen voor een enorm bereik. Het fenomeen Kinderdijk ontstijgt de Alblasserwaard en de provincie. Kinderdijk is een symbool van Holland voor internationale toeristen.

2016:

Gegidste riviercruises en Waterbus geven een impuls aan het aantal betalende bezoekers. De aanlegcapaciteit van riviercruises begrenst het aantal bezoekers. Het aantal bezoekers kan verdubbeld worden, maar de bezoekerscapaciteit van de bezoekmolens is hier niet op berekend.

2016-heden:

De leefbaarheid van de molenaars en dorpsbewoners van Kinderdijk komt steeds meer onder druk te staan als gevolg van bezoekersdruk, parkeeroverlast en gebrek aan privacy.

2020

2019:

Nieuw bezoekerscentrum van 1.040m² en 5 andere gebouwen waaronder het hulpgemeal, educatieschuur en gebouwen om boot bezoekers op te vangen.



4.2 Toeristische ontwikkeling molengebied Kinderdijk

De ontwikkeling van het molengebied tot een toeristische Holland-attractie is de afgelopen decennia gestaag verlopen. De UNESCO-status (1997) gaf een sterke impuls aan de iconische waarde en bezoekersaantallen van Kinderdijk.



Oude ansichtkaart van Alblasserwaard

4.3 Een toeristisch icoon managen

De wetmatigheden van een succesvol Toeristisch Icoon

In het toeristisch bestemmingsmanagement worden vier archetype toeristische ecosystemen (bestemmingen) onderscheiden:

1. Toppers van Toen, oorspronkelijke toeristische bestemmingen;
2. Massa-Hotspots, waar toeristische overdruk leidt tot uitholling van de identiteit en ongewenste vastgoeddruk;
3. Potentials, waar het onderscheidend vermogen (nog) niet sterk is
4. Toeristische Iconen, waar grote groepen bezoekers als magneet op afkomen en waarin ze zich in een 'bubbel' geven.

Kinderdijk heeft sterke kenmerken van dit laatste archetype: Toeristisch Icoon. Dit zijn toeristische trekkers die als magneet door honderdduizenden of zelfs miljoenen toeristen per jaar vaak als dag(deel)trip worden bezocht. Voorbeelden zijn: attractieparken, die-rentuinen, Factory Outlet Centers, full-service vakantieparken en 'cultuurhistorische attracties'. Doorgaans functioneren ze relatief naar binnen-gekeerd en los van de omgeving.

In het toeristisch management van Iconen is het de opgave om toekomstbestendig te profiteren van het toerisme en om het toeristische ecosysteem waar ze deel vanuit maken te vergroten en versterken. Op

die manier kan de hele regio profiteren en wordt de eenzijdige focus op het Icoon in balans gebracht met de omgeving. Voor het succesvol functioneren van Toeristische Iconen is er een aantal wetmatigheden:

Logistiek, beleving en wonen ontkoppelen.

De logistieke afwikkeling van bezoekers, de attractie-beleving en wonen moeten van elkaar worden losgekoppeld. Gevolg is: betere grip op bezoekersstromen, hogere belevingswaarde voor bezoekers en minder (verkeer- en parkeer)overlast voor bewoners;

Grip op de openbare ruimte versterken.

Massatoerisme vormt een bedreiging op het moment dat het Icoon een uur-bestemming / selfie plek is. Om de uitverkoop te stuiten moet het democratisch gekozen bestuur de zeggenschap over de openbare ruimte versterken. Visievorming, het prijsinstrument, bestuursstructuur en het bestemmingsplan zijn daarbij uiterst nuttige middelen.

Storytelling.

Het Icoon moet toekomstbestendig kunnen doorontwikkelen omdat anders de basis onder een gezonde exploitatie verdwijnt. Conceptontwikkeling met storytelling zijn onontbeerlijk om te voorkomen dat het Icoon enkel een eenzijdige en platte attractie wordt: van het Icoon als hét kernproduct naar een decor voor een intensere en bredere beleving.

Kinderdijk is een Toeristisch Icoon; een magneet voor honderdduizenden toeristen per jaar.

Kwetsbaarheid verminderen door meerdere Iconen te verbinden.

Het ontwikkelen van en onderling verbinden van extra iconische bezoeken zorgt voor grotere toekomstbestendigheid van de bestemming en minder afhankelijkheid van één kwetsbaar Icoon.

Lusten en lasten in balans brengen door iedereen te laten profiteren.

De toeristische aantrekkingskracht van de regio moet worden vergroot om meer lokale partijen te laten profiteren van het Icoon, om bezoekers te spreiden in tijd en ruimte en om de economische impact van toerisme in de regio te vergroten. Zo raken de lusten en lasten beter in balans.

Gediversifieerde regionale economie.

Ook de andere economische sectoren moeten worden gestimuleerd. Afhankelijkheid van één sector is desastreus. Deze wetmatigheden worden tijdens de formulering van de toekomstschetsen (4.2) benut.

Cirkel van invloed

Ieder Toeristisch Icoon heeft op drie schaalniveaus met externe factoren te maken waarbij ze in meer of mindere mate betrokken is: (inter)nationaal, bovenregionaal en regionaal-lokaal. Een icoon probeert op ieder schaalniveau proactief invloed uit te oefenen. Hoe hoger het schaalniveau, hoe moeilijker het Icoon invloed kan uitoefenen op externe factoren. Per schaalniveau spelen andere actoren, factoren en (financiële) belangen een rol.

Regionaal-lokaal.

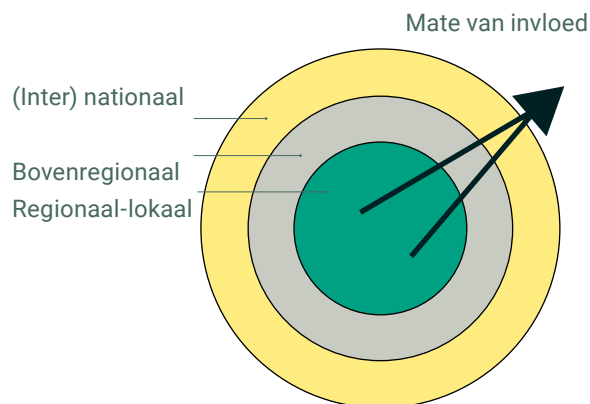
Doorgaans heeft een Toeristisch Icoon de meeste invloed op regionale-lokale schaal zoals op externe factoren als: leefbaarheid van bewoners, toeristische ondernemers(samenwerking), ruimtelijke ontwikkeling, logistieke oplossingen, storytelling, exploitatie en visitor-management. De lokaal-regionale partners van Kinderdijk, zoals de SWEK, gemeenten, bewonersbelangen en het Waterschap zijn vooral op dit schaalniveau actief.

Bovenregionaal.

De beïnvloeding van bovenregionale netwerkverbindingen is complex. Denk bijvoorbeeld aan leggen van succesvolle verbindingen met andere Toeristische Iconen in de provincie en de beïnvloeding van de dienstregeling van de waterbus. Ook is de maatschappelijke benutting van het Icoon complex. Denk bijvoorbeeld aan de organisatie van het structureel bezoeken van schoolkinderen aan het cultuurhistorische Icoon. (Potentiële) partners van Kinderdijk op dit schaalniveau zijn de Provincie Zuid-Holland, Metropoolregio Rotterdam-Den Haag, gemeente Rotterdam, regio Waterdriehoek, ed.

(Inter)nationaal.

Op (inter)nationaal niveau zijn externe factoren zoals reputatie, (sociale) media, evenementen, mediacam-pagnes van marktpartijen en internationale toeristische groei moeilijk en hooguit door een consequent uitgevoerde strategie te beïnvloeden samen met internationaal georiënteerde partners. De (potentiële) partners van Kinderdijk op dit schaalniveau zijn NBTC,



Figuur 5 Cirkel van invloed van een Toeristisch Icoon

het Rijk, UNESCO, Stichting Werelderfgoed Nederland, touroperators en andere Holland-iconen.

Exploitatie en besturing

Besturing van Toeristische Iconen.

Doorgaans wordt de exploitatie van een Toeristisch Icoon gevoerd door één entiteit; een stichting, bv of andere rechtsvorm met een directeur-bestuurders die wendbaar en daadkrachtig kan opereren in de markt en die op alle schaalniveaus actief is. Doorgaans houdt een Raad van Toezicht of corporate orgaan toezicht op de exploitatieorganisatie. Een Raad van Toezicht bestaat logischerwijs uit partijen waarin het Toeristische Icoon (financieel en qua eigendom) geworteld is, aangevuld met deskundigen of relevante terreinen en eventueel maatschappelijke vertegenwoordigers.

Besturing Kinderdijk.

Als beheer- en site holder acteert de SWEK als zelfstandige stichting op alle drie schaalniveaus en ze overziet het speelveld. Een Raad van Toezicht houdt toezicht op de SWEK. Gezien de geschiedenis is gekozen voor een Raad van Toezicht met enige afstand van de directe politiek. In deze Raad zijn gemeenten en waterschap als eigenaar van het molengebied niet vertegenwoordigd. Zij hebben geen directe grip op de voortgang van het realiseren van doelen van de beheerder-site holder. Omgekeerd heeft de SWEK alleen indirect invloed op gemeenteraden, provinciale staten en algemeen bestuur van het Waterschap.

In de stuurgroep van Kinderdijk zijn actoren van alle drie schaalniveaus (Rijk, provincie, gemeenten en

waterschap) vertegenwoordigd. De stuurgroep acteert reactief op deze schaalniveaus, omdat de formele rol en bevoegdheid van de stuurgroep niet scherp genoeg geformuleerd zijn. Mede daardoor is er bestuurlijk en maatschappelijk lang te weinig gedaan aan de door-ontwikkeling en maatschappelijke opgaven van Kinderdijk. De formele posities van de leden van de stuurgroep zijn divers:

- Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed voorziet in de afstemming met UNESCO;
- Provincie speelt een rol bij het geleiden van de bezoekersstromen en bij gebiedsontwikkeling en ze heeft een invloedrijke rol bij de koppeling aan landelijk/nationaal beleid;
- Gemeente Molenlanden en Alblasserdam zijn als bevoegd gezag (vergunningen, verordeningen, bestemmingsplannen etc.) onmisbaar en nemen een sleutelpositie in;
- Waterschap kan op haar terrein (waterveiligheid, waterkwaliteit) veel afdwingen.

4.4 Trends en ontwikkelingen

Kinderdijk wordt geconfronteerd met diverse toeristische trends en ontwikkelingen. De voor Kinderdijk meest relevante trends en ontwikkelingen, ook ten aanzien van de houding en wensen van bezoekers worden hierna kort besproken. Er is onderscheid gemaakt tussen megatrends die de komende 20 jaar de samenleving beïnvloeden en macro-trends die hun invloed laten gelden tot de komende 5-10 jaar.

Toerisme in Nederland groeit



Mega Trends: 2020-2040

- Belevingseconomie: In de 21e eeuw zijn goederen en diensten niet langer genoeg om de consument te trekken. Men is op zoek naar het totaalpakket en verlangt een beleving (Experience-economy, Pine & Gilmore, 2011). In steeds meer branches is deze omslag merkbaar. De Place to buy wordt Place to experience. Ook in de toeristische sector groeit de vraag naar unieke, immersieve belevingen. Belevissen worden daarom steeds vaker aangeboden als toeristisch totaalproduct.
- Duurzaam toerisme: Duurzaamheid wordt mondiaal steeds belangrijker. Ongeveer de helft van de consumenten is bereid om meer te betalen voor duurzame producten en diensten (GfK, 2018). Ook in toerisme en vrije tijd wordt duurzaamheid steeds belangrijker (UNWTO, 2018). Waar duurzaamheid nu vaak nog als onderscheidende factor wordt ingezet, zal het in de nabije toekomst als nieuwe basisvoorwaarde van toeristisch aanbod dienen.

Macro Trends: 2020-2030

- Groei toerisme: internationaal toerisme blijft groeien. Richting 2030 wordt een groei van circa 50% van het aantal internationale toeristen verwacht (NBTC & ZKA Strategy). Daarnaast zal het binnenlands toerisme en het dagtoerisme verder toenemen. Deze verwachte groei biedt kansen en opgaven.
- Aandacht voor identiteit en historie: De eigen unieke identiteit en historie staat centraal tijdens vrijetijd. Men is op zoek naar ervaringen die hierbij

aansluiten. Bijzondere en onderscheidende concepten gericht op specifieke leefstijlen en bijzondere (historische) verhalen zijn in trek in onder andere de vrijetijdssector. 'De strijd tegen het water' is een typisch kenmerk van de Nederlandse identiteit en historie (SCP, 2019).

- Verhalen vertellen: Als onderdeel van de belevingseconomie worden toeristische producten steeds vaker vermarkt via verhalen (storytelling). Verhalen zijn aantrekkelijk en vergroten via thematisering en de wijze waarop ze verteld worden de waarde van een toeristisch product en dienst (Lance Weiler, Colombia University, digital storytelling lab). Zowel digitaal als fysiek zijn er vele toepassingsmogelijkheden, afhankelijk van het doel van de vrijetijds-aanbieder.
- Aandacht voor management van bestemmingen: Het (inkomend) toerisme in Nederland neemt de komende jaren flink toe. Dit leidt, met name in grote steden en iconische locaties, tot druk op leefbaarheid (Perspectief bestemming Nederland 2030). Bezoekersstromen moeten in gepaste balans worden doorontwikkeld. Bestemmingspromotie verschuift naar bestemmingsmanagement. Hierdoor ontstaat een toenemende aandacht voor visie, gebiedsconcepten, bewonersbelangen, programmering en visitor-management.

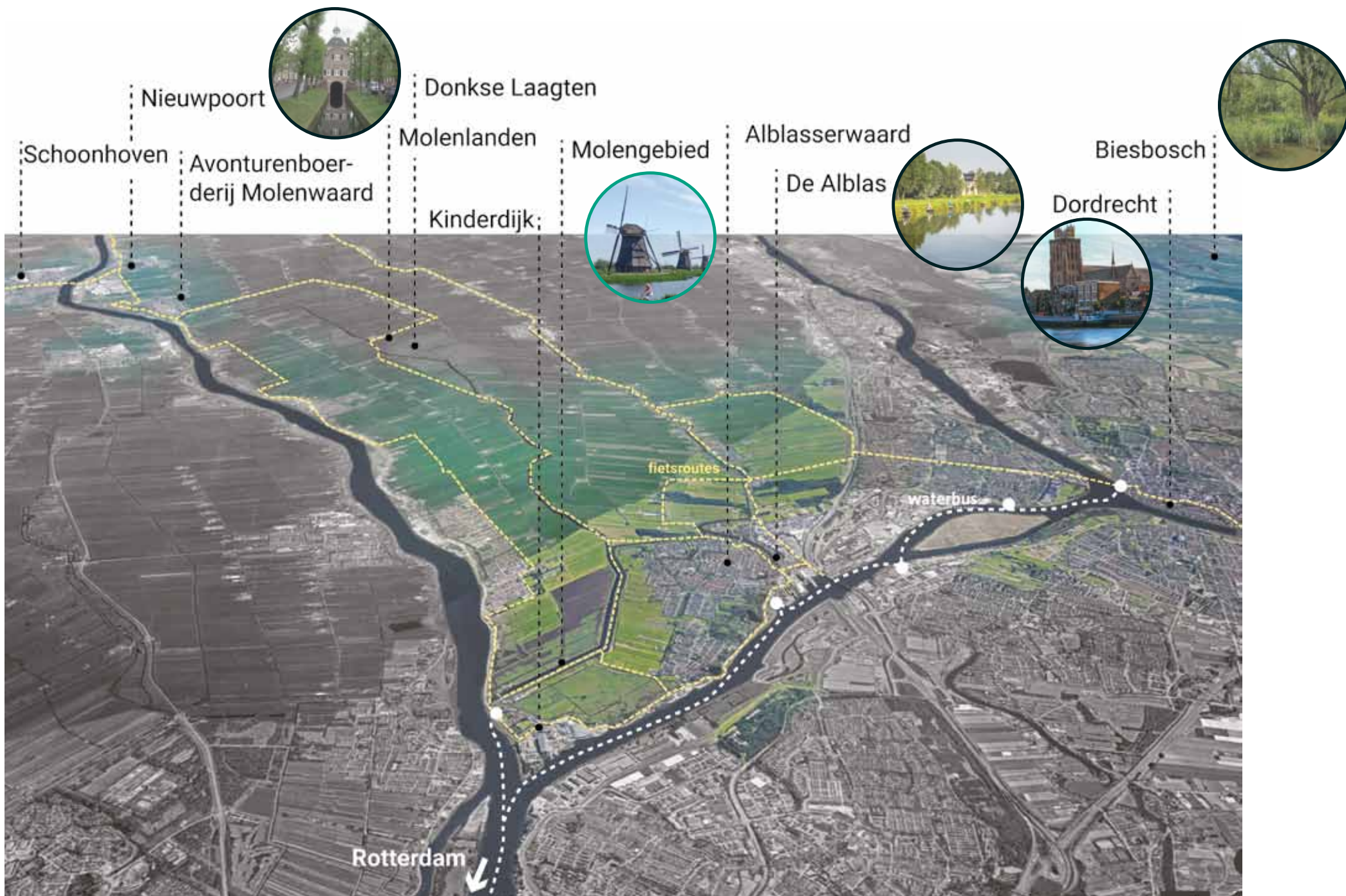
4.5 Ruimtelijk-economische structuur Alblasserwaard

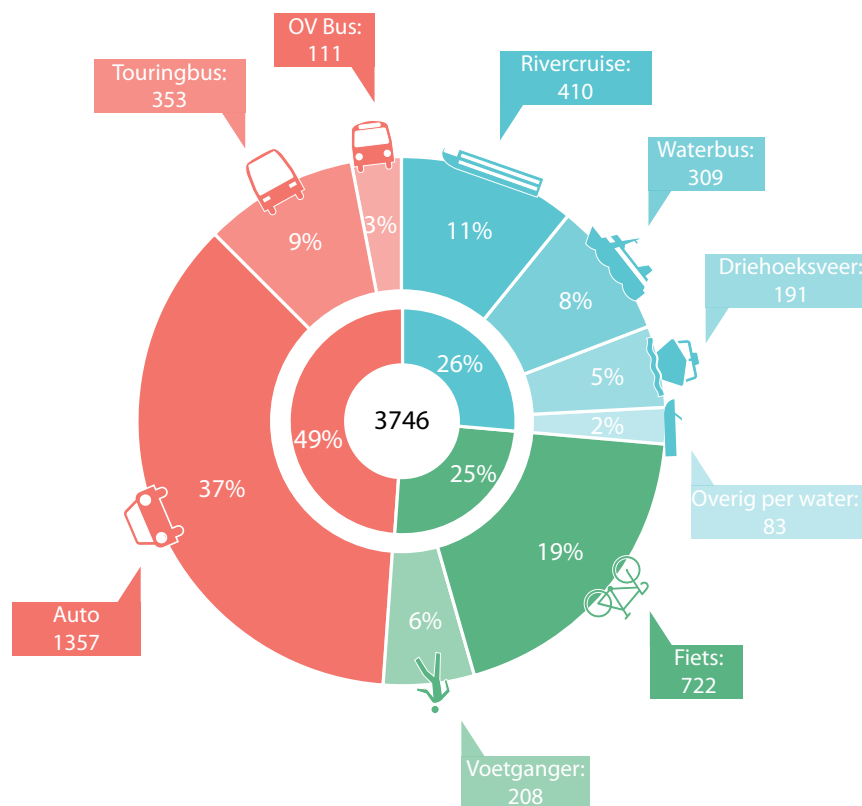
Het molengebied functioneert in een dynamisch ruimtelijk-economisch geheel en de belangen van andere dan toeristische sectoren in de Alblasserwaard zijn groot. Zo zorgt de watergebonden industriële sector voor veel werkgelegenheid en bestedingen. Bedrijven als Oceanco en IHC zijn wereldwijd vermaard en dragen bij aan een sterke reputatie van noeste havenarbeid, watermanagement en innovatie.

Maar liefst 70% van het grondgebied in de Alblasserwaard en Vijfheerenlanden bestaat uit landbouwgrond die bewerkt wordt door bijna 700 landbouwondernemers. Het accent in de regio ligt op een krachtige en innovatieve melkveehouderij.

Het molengebied ligt middenin Natura 2000 gebied Boezems Kinderdijk, een waterrijk moerasgebied met aangrenzend polderland. Samen met de werelderfgoed status en de functie van waterberging rust er logischerwijs een fors aantal ruimtelijke onmogelijkheden op het gebied. Dit houdt in dat voor nieuwe activiteiten in maar ook buiten het gebied een vergunning van de Wet natuurbescherming moeten worden aangevraagd. De reikwijdte hiervan kan (veel) verder gaan dan de begrenzing van het Natura 2000 gebied zelf. Met goed neergezette kaders en goede inpassingen blijft echter veel mogelijk.

De regio kent diverse toeristische trekpleisters: Dordrecht als oudste stad van Holland, Schoonhoven, vesting Nieuwpoort, Avonturenboerderij Molenwaard,





Figuur 6 Bezoekers naar modaliteit tijdens twee telmomenten in 2018
(bron DEFACTO)

molens en diverse (lange afstands)fiets- en wandelroutes. Er zijn sluimerende toeristische potenties in de regio met een opkomende multifunctionele landbouw (agritoeisme) en watergebonden industrie die zich open zou kunnen stellen voor bezoekers.

De bereikbaarheid van de Alblasserwaard en Kinderdijk is dankzij het Toeristische Icoon Kinderdijk relatief gunstig. De geïntroduceerde waterbus in 2016 verbindt het Molengebied met de opstapplaatsen Ridderkerk, Krimpen a/d Lek, Alblasserdam, Hendrik Ido Ambacht, Dordrecht en Rotterdam. Kinderdijk is over het water zo erg goed bereikbaar. Rond de afrit A15 Alblasserdam zijn P+R locaties, die het aantrekkelijk maken om de auto te parkeren en met de waterbus verder te gaan. Deze directe afslag op de A15 geeft een directe route richting Kinderdijk en het Molengebied, maar zorgt daarmee ook voor problemen.

4.6 Bewoners ervaren last

Bewoners in de woonkernen rondom het Molengebied ervaren last van het toerisme vanwege de verkeersdruk en -veiligheid, de parkeerproblematiek en afval. Tijdens diverse bewonersavonden, Raadsvergaderingen, keukentafelgesprekken en in de Verkenning Gebiedsperspectief Kinderdijk komt dit expliciet naar voren. De gemeenten zijn van goede wil maar konden tot nu toe niet anders dan hoofdzakelijk reactief reageren op deze problemen met tijdelijke- en noodoplossingen. Bewoners en gemeentebestuur zijn nu toe aan structurele oplossingen voor het parkeerproblematiek en verkeersdruk.

De molenaars van Kinderdijk en hun families realiseren zich dat toerisme belangrijk is voor het gebied. Ze vinden echter dat er teveel toeristen komen en dat het molengebied zijn karakter verliest wanneer er steeds meer bezoekersmolens worden geopend en rondvaartboten het gebied inkomen. Ze voorzien dat ongeremde toerismegroei ervoor zorgt dat zij figureren in een pretpark.

4.7 Bezoekontwikkeling en economische impact Kinderdijk

Veel bezoekers, weinig regionaal economische spin-off

Het aantal betalende bezoekers aan het molengebied in 2018 bedroeg 309.000. Daarnaast bezochten naar schatting 400.000 niet-betalende bezoekers het molengebied. Het totaal aantal bezoekers bedroeg circa 700.000 in 2018 (bron: SWEK).

De economische impact (bestedingen en werkgelegenheid) van deze bezoeken is relatief laag. Dit komt ten eerste vanwege het hoge aandeel bezoekers dat via georganiseerde groepsreizen (touroperators) het molengebied bezoekt. De inkoopafspraken in combinatie met korte bezoekduur leidt tot een laag bestedingspatroon dat enkel gericht is op het molengebied en niet op de directe omgeving (dorp Kinderdijk-Alblas-serwaard). Ten tweede komt dit omdat de molens ook voor de individuele bezoekers het primaire bezoekmotief betreffen. Qua toeristische productontwikkeling

is het molengebied nauwelijks verbonden met toeristische belevingen in de directe omgeving. Daardoor is de economische spin-off in de regio relatief laag. Het aandeel toeristische banen in de arbeidsmarktregio is met ca. 3% (bron: LISA) beduidend lager dan de landelijke 7,5% werkgelegenheid in toerisme (bron: CBS). En de toeristische bestedingen in bijvoorbeeld de gemeente Molenlanden zijn met €16 miljoen (bron: ZKA-rapportage, 2016) bescheiden.

Groeiverwachting internationaal toerisme minstens 50%

NBTC verwacht een autonome groei van het aantal internationale gasten aan ons land van minstens 50% in 2030 ten opzichte van 2017. Gezien het hoge aandeel internationale bezoekers aan het molengebied van Kinderdijk zal deze groeiverwachting flinke impact hebben: 3,7%-6% jaarlijkse groei van internationale toeristen en 1,5% jaarlijkse groei van binnenlandse bezoekers.

Hoe kunnen we de toename van toerisme inzetten voor een leefbaarder Kinderdijk en spin-off voor de regio.





5 Synthese:

waar liggen we wakker van?

Dit hoofdstuk benut de analyse van hoofdstuk 4 om tot de strategische opgaven voor Kinderdijk te komen. Daartoe is allereerst de SWOT-analyse opgesteld. Deze geeft inzicht in de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van Kinderdijk. Door deze sterktes en zwaktes te confronteren met de kansen en bedreigingen zijn drie strategische opgaven voor Kinderdijk geformuleerd.



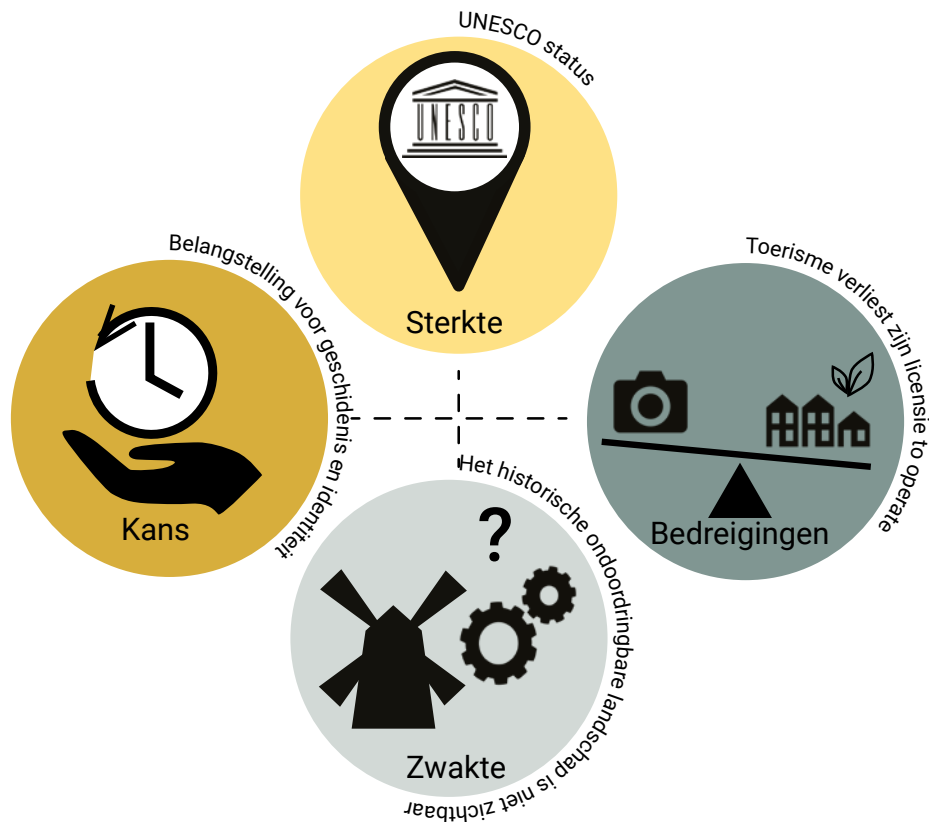


(INTER)NATIONAAL

5.1 SWOT-analyse

De analyse van hoofdstuk 4 is door middel van een synthese samengebracht tot de SWOT-analyse van Kinderdijk. Deze SWOT-analyse is opgesteld vanuit een toeristisch-cultureel marktperspectief. Op (inter)

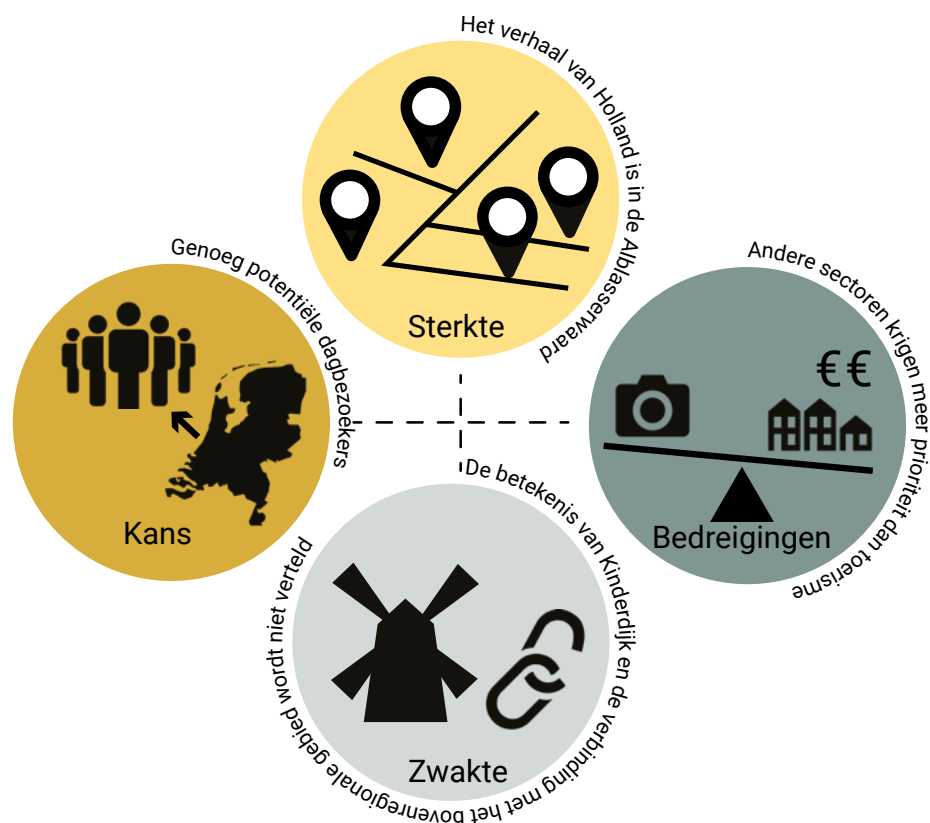
nationaal, bovenregionaal en regionaal-lokaal niveau zijn de meest typerende sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen weergegeven. De resultaten staan in onderstaande tabel.



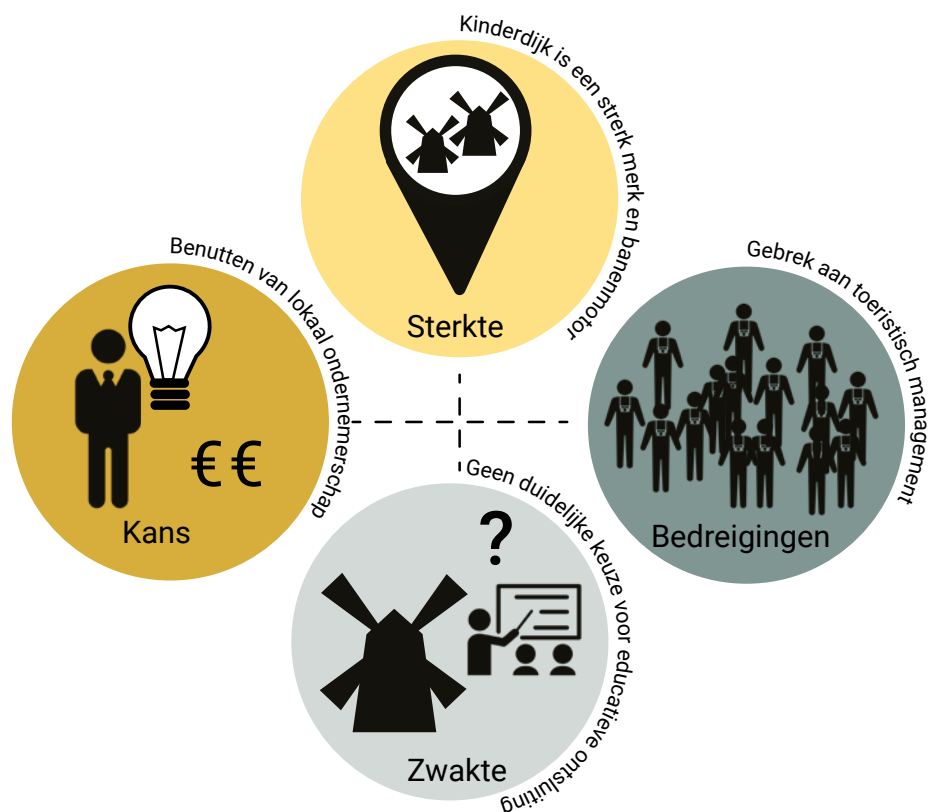
STERKTE	UNESCO-status. Kinderdijk is een internationaal Holland-icoon.
ZWAKTE	Het historische ondoordringbare landschap is niet zichtbaar. Niemand kan zich de heroïsche verhalen voorstellen dat dit vernuftige gebied en watersysteem sinds de 14e eeuw met mensenhanden gebouwd is.
KANSEN	In Nederland en Europa is er meer dan ooit belangstelling voor onze geschiedenis en identiteit.
BEDREIGINGEN	Internationaal toerisme is niet vanzelfsprekend meer. Klimaatpolitiek en leefbaarheid kunnen ertoe leiden dat toerisme zijn license to operate verliest.



BOVENREGIONAAL



STERKTE	Het verhaal van Holland is in de Alblasserwaard in al zijn schakeringen beleefbaar in een dagtocht (te maken): molens, gemalen, sluizen, boezems, pontjes, koeien in de wei, polders, sloten, vaarten dijkdorpjes, natuur, monumentale bebouwing (waaronder industrieel erfgoed) en omsloten door rivieren.
ZWAKTE	De betekenis van Kinderdijk voor en de verbinding met de rest van het bovenregionale gebied wordt niet verteld en is toeristisch niet ontsloten.
KANSEN	Er zijn in Europa en zelfs intercontinentaal meer dan genoeg potentiële dagbezoekers met interesse voor de beleving van de verhaallijn Kinderdijk in de Zuid-Hollandse context (50% autonome groei tot 2030).
BEDREIGINGEN	Ruimtelijk-economisch krijgen andere sectoren meer prioriteit dan toerisme: watergebonden industrie, landbouw, woningbouw en verkeer verdringen fysiek en politiek de belangstelling voor dit icoon.



STERKTE

De regio heeft met Kinderdijk een sterk merk in handen, dat de identiteit van de regio kan versterken. Daarvan afgeleid valt veel te bedenken. Organisatorisch en fysiek liggen er mogelijkheden. Kinderdijk is een banenmotor voor de regio en trekt de regio uit zijn isolement.

ZWAKTE

Er is geen duidelijke keuze gemaakt voor de educatieve en toeristische ontsluiting van dit internationaal interessante fenomeen.

KANSEN

Er is voldoende ondernemerschap in de regio om gebiedssterkten te benutten. Verzilpering van deze kans vraagt wel een gebalanceerd verdienmodel.

BEDREIGINGEN

Gebrek aan toeristisch management zorgt ervoor dat de druk op het gebied als te hoog wordt ervaren. Dit leidt tot free riders gedrag, verlies aan authenticiteit, leefbaarheid onder druk en verlies aan community.

5.2 Strategische opgaven Kinderdijk 2030

Ongewijzigd beleid

Bij ongewijzigd beleid blijft de toeristenstroom naar de molens van Kinderdijk met voornamelijk 'uurbezoek en selfietoerisme' aanzwellen als natuurverschijnsel, komt de leefbaarheid van molenaars en de woonkernen verder onder druk te staan, woekert het parkeerprobleem voort, ontstaan er door gebrek aan grip op de openbare ruimte ongewenste en ongeplande vastgoedontwikkelingen in dorp Kinderdijk zoals onderverhuur van woningen en verschraalde detailhandel/horeca. Diverse actoren zullen profiteren van het molengebied zonder dat ze een bijdrage leveren aan het erfgoed. Een doemscenario voor Kinderdijk, maar wel één die de urgentie onderstreept. Zonder inhaalslag met korte termijn maatregelen op gebied van visitor management en een langtermijnperspectief bezwijkt het kleine Kinderdijk onder de aanzwellende toeristenstroom.

Keuzes maken kan nu nog

Op dit moment staat Kinderdijk op een tweesprong. Worden de juiste keuzes gemaakt, dan wordt Kinderdijk in gepaste balans met de (leef)omgeving gebracht. Zonder heldere keuzes wordt dorp Kinderdijk onvermijdelijk een massa-hotpot waaruit bewoners wegtrekken. En waar Airbnb's, kaas- en Nutella-winkels verschijnen. Kinderdijk moet en wil een schaal- en systeemsprong maken: mentaal en fysiek. De internationale iconische magneetfunctie, de bovenregionale positie en lokaal-regionale belangen dwingen Kinderdijk hiertoe. Op dit moment kunnen nog bewuste

keuzes gemaakt worden. Kinderdijk staat nog aan de goede kant van de streep: de molens zijn in handen de gemeenten en het dorp is nog in handen van de bewoners.

Drie opgaven

Om de juiste keuzes te maken, is het van belang om de opgaven voor Kinderdijk helder te hebben. Daarom is de SWOT-analyse (Paragraaf 3.1) via een confrontatiematrix vertaald in drie strategische opgaven voor Kinderdijk 2030:

1. Herpositioneren en gepast groeien

Combinatie sterkte en kans



De UNESCO-status is randvoorwaardelijk en kan soms paradoxaal genoeg ook tegen Kinderdijk werken omdat er teveel 'uur- en selfietoeristen' op de molens afkomen. Dat is logisch want op dit moment staan de molens met hun geconserveerde jaren-50 molenverven centraal in de bezoekersbeleving en de molen is een belangrijk symbool van Nederland. Met deze eenzijdige (molen)focus wordt een deel van het verhaal gemist. Bezoekers ervaren niet hoe heroïsch het bouwen van het watersysteem was en hoe de mens als rentmeester vruchtbare grond ging bewerken. Bezoekers ervaren niet hoe bijzonder het is wat hier sinds de 13e eeuw is gemaakt.

Door een herpositionering wordt het mogelijk om in te zetten op (inter)nationale doelgroepen die authentieke verhalen waarderen en ervoor willen betalen. Het is van belang dat deze kwaliteitsdoelgroep actief wordt

De opgaven van Kinderdijk zijn herpositioneren, verbinden en grip houden op de situatie!

aangetrokken en dat tegelijkertijd minder passende en overlast-gevende doelgroepen worden ontmoedigd (bijv. plasbussen en uur-toeristen).

Gepaste groei betekent groeiende bestedingen binnen de juiste doelgroepen en werkgelegenheid in de regio. Dat houdt wel in dat de ruimtelijk-organisatorische structuur in balans moet raken met de betekenis en schaalgrootte van het gebied. Denk in dit verband aan vervoermodaliteiten die over voldoende kritische massa beschikken en die de bezoekersstroom veel beter en gastvrijer geleiden.

2. Verbinden

Combinatie zwakte en kans



Het verhaal van Kinderdijk staat niet op zichzelf. Er zijn meerdere iconen en locaties in de Hollandse delta die eenzelfde type verhaal vertellen en elkaar versterken. Het is van bovenregionaal belang dat in Kinderdijk een onmisbaar hoofdstuk ligt van het verhaal van de Hollandse delta en van de continue samenwerking met en gevecht tegen het water. Dit verhaal hoort bij de Waterdriehoek, Metropool Rotterdam, het Groene Hart en de deltawerken. De opgave is om deze verschillende hoofdstukken met elkaar te verbinden en verrijken zodat de capaciteit, diversiteit en verblijfsduur wordt vergroot en bezoekers zich meer gaan verdiepen in de verhalen van Kinderdijk en de regio over het verleden en heden en de toekomst. Dit alles rekening houdend met de logistieke vraagstukken en bijbehorende investeringen in een toekomstbestendig Kinderdijk.

3. Kinderdijk met grip

Combinatie bedreiging en zwakte



Internationaal toerisme blijft groeien en zo ook het aantal bezoekers aan Kinderdijk. De strategie om hier grip op te krijgen moet gericht zijn op het kiezen voor kwaliteitstoerisme: toeristen die bereid zijn zich te verdiepen in de plek. Dit brengt ruimtelijke en financiële consequenties met zich mee. Door te investeren in de ontkoppeling van logistieke afwikkeling van toeristenstromen met het molengebied en de woonomgeving, ontstaat grip op bezoekersstromen. De beleevingswaarde voor toeristen wordt verhoogd en de woonomgeving raakt meer in de luwte van het toerisme. Adequaat toeristisch visitor-management van Kinderdijk is hiervoor nodig. Tegelijk met de logistieke ontkoppeling is het een aandachtspunt dat het werelderfgoed verbonden blijft met de Alblasserwaard, zowel ruimtelijk, functioneel als maatschappelijk zodat het haar ziel behoudt. De regionaal-lokale opgave is om (via een wendbare site holder met bestuurlijke grip) het erfgoed te behouden en ontsluiten en de juiste toeristen in de juiste balans te faciliteren zodat de werkgelegenheid kan groeien, de leefbaarheid van molenbewoners en dorp Kinderdijk verbetert en free rider gedrag wordt tegengegaan. Hiervoor is een politieke keuze noodzakelijk waarbij het gebied gemanaged wordt en waarbij het toerisme een gelijk belang krijgt als bijvoorbeeld de watergebonden industrie en landbouw. Deze opgave betreft een inhaalslag die met grote prioriteit moet worden uitgevoerd.

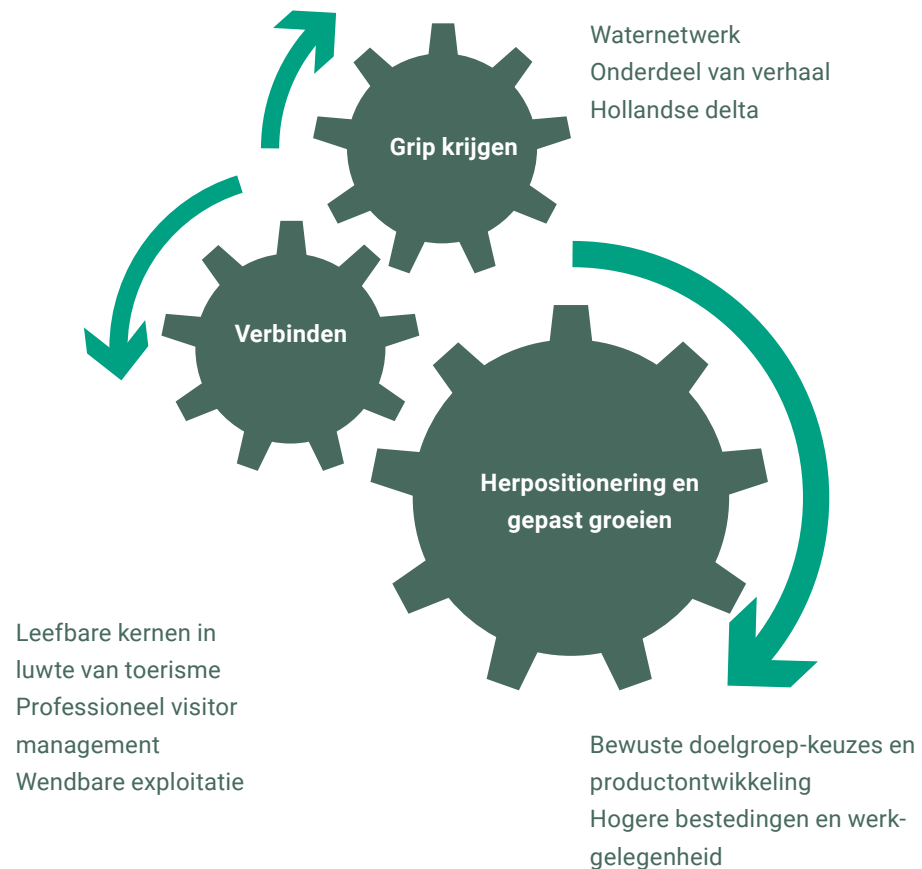
Samengevat staat Kinderdijk voor drie samenhangende opgaven, die betrekking hebben op de verschillende schaalniveaus waarop Kinderdijk proactief zou moeten acteren:

1.(Inter)nationaal: Hoe kunnen we dit wereldwonder herpositioneren voor kwaliteitstoeristen en daarmee (inter)nationaal de betekenis geven die het verdient?

2.Bovenregionaal: Hoe kunnen we de verhaallijn van Kinderdijk inhoud geven en verbinden met de bovenregionale context?

3.Regionaal/Lokaal: Hoe kunnen we toeristenstromen adequaat beleving en educatie bieden en tegelijkertijd op een maatschappelijk verantwoorde wijze met oog voor een leefbare omgeving een gezonde exploitatie voeren?

Hoe geven we Kinderdijk een nieuw perspectief op verschillende schaalniveau's?





6 Intermezzo

voorbeelden uit het buitenland



Lessen van wereldwijde Toeristische Iconen geven mooie aanknopingspunten.

6.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk zijn vanuit de SWOT-analyse de drie toekomstbeelden voor Kinderdijk benoemd. Wereldwijd hebben Toeristische Iconen veelal te maken met vergelijkbare opgaven. Daarom kunnen ze veel van elkaar leren. In dit intermezzo-hoofdstuk worden drie UNESCO Werelderfgoed locaties geanalyseerd die dienen als best practice voorbeeld voor Kinderdijk. Het gaat om de Masada (vesting op een berg in Israël), Pont du Gard (Romeins aquaduct en brug in Frankrijk) en Stonehenge (stenen monument in Verenigd Koninkrijk). Alle drie Toeristische Iconen zijn met mensenhanden gemaakt, liggen op een perifere of kwetsbare locatie, worden evenals Kinderdijk bezocht door vele honderdduizenden bezoekers per jaar en hebben daardoor met een logistiek knelpunt te maken (gehad). Deze Toeristische Iconen zijn geanalyseerd op de elementen:

1. Storytelling;
2. Toekomstbestendigheid;
3. Leefbaarheid;
4. Bestemmingsmanagement (waaronder logistiek).

In paragraaf 6.2 worden de conclusies van deze analyse gedeeld. Aanvullend op deze best practices wordt in paragraaf 6.3 een aantal voorbeelden gegeven van ongewenste situaties (worst practices). Tezamen leidt dit tot toegepaste lessen en aanbevelingen voor Kinderdijk (6.4).

6.2 Conclusies best practices

1. Storytelling

Vertel het (heroïsche) verhaal dat is verbonden aan het Icoon. Zorg dat mensen door het verhaal geboeid worden en dat ze een unieke ervaring beleven die hun kijk op de wereld, het land, zichzelf en/of anderen verrijkt. Zo weet de Masada bijvoorbeeld zijn bezoekers voordat ze boven op de berg zijn, via een museale ervaring en audiovisuele boodschap te raken met het verhaal over menselijke tragedie en nationale trots. Dit zorgt ervoor dat bezoekers anders en met meer ontzag naar het Icoon kijken dan enkel als selfie-spot.

2. Toekomstbestendig

Zorg dat iedere keuze wordt gemaakt vanuit een lange termijn perspectief. Zo wordt het gebied niet uitgeput maar wordt er als een rentmeester met het gebied omgegaan. Het Icoon(organisatie) is hierin zelf in de lead en toont ondernemerschap, bijvoorbeeld door entree te heffen. Masada, Pont du Gard en Stonehenge, maar ook vele andere toeristische Iconen zoals Mont Saint Michel hebben dit alle onder controle.

3. Leefbaarheid

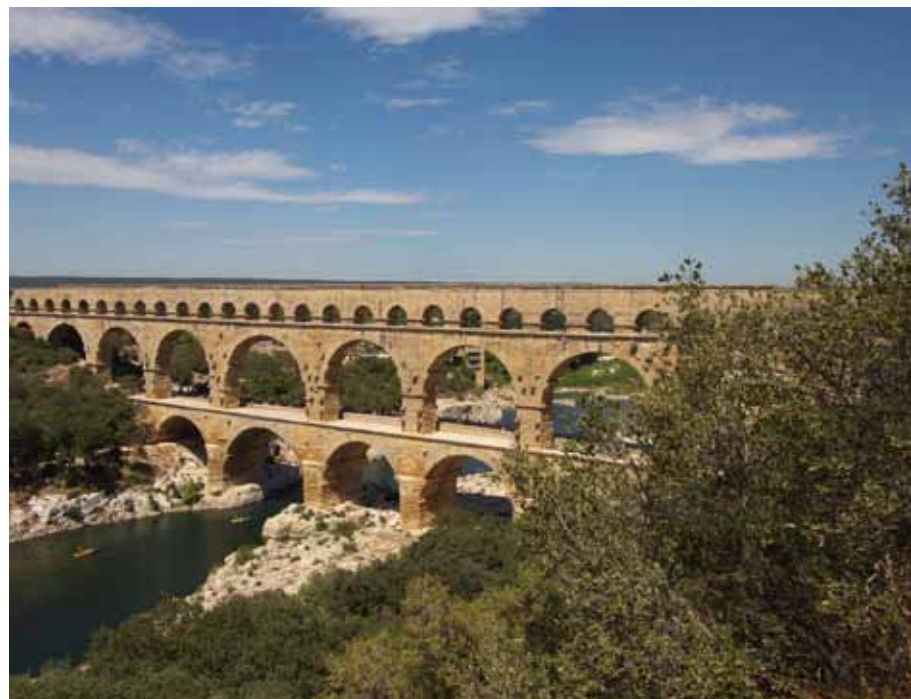
Best practice voorbeelden waarbij Toeristische Iconen en wonen succesvol samengaan zijn niet gevonden. Vanuit toeristisch bestemmingsmanagement is het dan ook de les dat het wonen in en nabij toeristische hotspots moeizaam samengaan. Deze conclusie betreft een grote uitdaging voor Kinderdijk.



Masada



Stonehenge



Pont du Gard

Beweeg van molens als hét kernproduct naar molens als decor voor een intensere bezoekersbeleving met verhaal.

4. Management van de bestemming

De doelgroepmix, toeristische organisatie en logistiek vallen onder de invloedssfeer van het Icoon:

- Bewuste doelgroepmix met pakketten: vooral bij Masada en Pont du Gard zijn zichtbare keuzes gemaakt voor hoge kwaliteit van dienstverlening (reputatie gericht op verdieping in plaats van uur- en selfietoerisme) en aanbodpakketten voor verschillende doelgroepen.
- Toeristische organisatie: bezoekspreiding in tijd, flexibele prijzen, programmering van activiteiten, evenementen, experience center, organisatie van combibezoek met andere Iconen. Deze vormen van ondernemerschap zien we bij Masada, Pont du Gard en Stonehenge.
- Logistiek: zelf in de lead zijn in alle poorten van het gebied, bezoekersstromen geleiden en logistiek loskoppelen van het Icoon zelf, is sterk terug te zien bij de Masada en Stonehenge door: kabelbaan, shuttle bussen, parkeren, ticketing met tijdsslots, ed.

6.3 Hoe het niet moet

Toeristische Iconen waar de leefbaarheid onder druk staat en/of waar bewoners zich hebben verplaatst naar een nieuw gebied:

- Mont Saint Michel (Frankrijk): ondanks de uitgekende logistieke afwikkeling wonen hier nog 43 mensen waaronder enkele broeders en zusters van de abdij en detaillisten;
- Venetië (Italië): hier wonen nog ca. 55.000 inwoners in een openluchtmuseum dat zijn ziel ver-

koopt aan de toerist (leestip: Grand Hotel Europa).

- Alberobello (Italië): de trulli-huisjes van Alberobello vormen vooral een daghotspot. 's Avonds is het er rustig. Diverse trulli-huisjes zijn geschikt gemaakt als overnachtingsaccommodatie voor toeristen. De Italiaanse bewoners wonen rondom het historische dorp;
- Aït Ben Haddou (Marokko): bewoners zijn verplaatst en de oude stad wordt als filmdecor en toeristenattractie gebruikt. Bewoners realiseren zich dat toerisme een belangrijke inkomstenbron voor ze is;
- Giethoorn (Nederland): dreigt zijn lokale inwoners te verliezen door opkomend toerisme en stijgende vastgoedprijzen.

6.4 Lessen voor Kinderdijk

Storytelling gericht op internationaal publiek.



Maak de mentale en fysieke beweging van molens als hét kernproduct naar molens als decor voor een intensere bezoekersbeleving met verhaal. Benadruk de tijdloosheid van het verhaal. Bijvoorbeeld door verbinding te leggen tussen het verleden (van woeste ondoordringbare grond naar vruchtbare grond, door ontginning en molens), heden (de gemalen ernaast) en de toekomst (waterberging en dijkverhoging). Maak het verhaal voor bezoekers op internationaal hoogwaardige wijze beleefbaar door nieuwe belevingsconcepten in/nabij het molengebied in te passen. Hierdoor ontstaat meer grip op bezoekersstromen, de focus



Mont Saint Michel - bron: Atlasobscura.com



Venice



Alberobello



Aït Ben Haddou



Giethoorn - Bron:Amsterdamian.com

Het creëren van nieuwe toeristische waarden met behoud van de lokale identiteit zijn de lessen voor Kinderdijk

op het vluchtige molentoerisme vermindert en het zal op de lange termijn ook meer omzet (hogere tarieven, breder seizoen) genereren.

Door de focus op de molens als hét kernproduct kan het basisbeheer worden geregeld, maar wanneer er focus komt op een volwaardig belevingsconcept dat het verhaal achter het werelderfgoed vertelt, ontstaat er meer lokale en regionale waarde.



Toekomstbestendig

- Maak de keuze voor bewoonde molens en woonkernen waar bewoners met hun eigen identiteit wonen in de luwte van het toerisme. Draag als overheid bij aan woningbouw, verenigingsleven en oplossingen voor parkeerproblemen. Dit geldt zowel voor het dorp Kinderdijk als voor het noordelijke deel van Alblasserdam en de westrand van Nieuw-Lekkerland;
- Betrek bewoners in de Alblasserwaard als producent van het toerisme;
- Maak een principiële keuze voor betalend toerisme vanwege: de logistieke investeringen, behoud, toegankelijkheid en waarde-perceptie van het culturele erfgoed. Hef een toegangsprijs voor Kinderdijk en wend de inkomsten aan voor onderhoud, infrastructuur, afvalinzameling, landschapsbeheer, educatie, verbetering van het molengebied en de woonkernen. Voor kinderen en bewoners uit Molenlanden en Alblasserdam zou het mogelijk moeten zijn om het gebied gratis te betreden.

Leefbaarheid: ontkoppel logistiek van het molengebied en de woonkernen



Toeristische Iconen en wonen gaan moeilijk samen vanwege verkeersdruk en parkeerproblematiek. De logistieke afhandeling van toerismestromen moet daarom worden losgekoppeld van het molengebied en de woonkernen. Zo kunnen bewoners in de woonkernen (molenbewoners, Kinderdijk, Alblasserdam en Nieuw-Lekkerland) in de luwte wonen en wordt de kans vergroot dat ze hun eigen identiteit kunnen behouden. Herzie het bestemmingsplan t.a.v. onderverhuur van woningen en brancheringskeuzes van retailfuncties in de kern Kinderdijk zodat druk op het vastgoed wordt voorkomen.

Management van Kinderdijk vanuit ondernemerschap



- Bewuste doelgroepenmix. Ontwikkel verleidelijke producten en verdienmodellen voor meerdere kwaliteitsdoelgroepen die meerwaarde zoeken en waarderen.
- Toeristische organisatie. Spreid toerisme in tijd door het hanteren van flexibele prijzen (yield-management, zie ook hotellerie, luchtvaart en veerdiensten naar Waddeneilanden) en programmering. Denk bij programmering bijvoorbeeld aan evenementen, science- en experience-centre, museumfunctie, theater en avondshow. Dit kan

ook voor inwoners in de Alblasserwaard verpozing bieden. Heb respect voor de Protestants-Christelijke waarden van bewoners en mijd grote evenementen op zondag.

- Logistiek. Zoneer toeristenstromen, cluster de voorzieningen en voer regie op de toeristische voorzieningen en services. Heb op zijn minst grip op de exploitatie indien diensten worden uitbesteed, bijvoorbeeld door service-level-agreements. Wees als exploitatie-organisatie in de lead in crowd management. Alle manieren waarop bezoekers het gebied in kunnen en kunnen beleven moet onder controle staan van de site holder van Kinderdijk.
- Ondernemerschap in de Molenstraat. Werk met vastgoedeigenaren, winkeliers en bewoners aan de Molenstraat aan een zonerings- en brancheringsplan zodat de ideale winkelmix ontstaat door bepaalde winkels te verwelkomen en andere juist niet.
- Besturing. Borg een ondernemende en wendbare exploitatieorganisatie die qua toezichtstructuur is geworteld in alle drie schaalniveaus: (inter)nationaal, bovenregionaal en regionaal/lokaal. Zorg er bovendien voor dat de eigenaren van het molengebied grip hebben op de voortgang van het realiseren van doelen van de exploitatieorganisatie.





SVP