

Regionaal Beeldverhaal Noord-Holland

Joris Pieter Neuteboom
EZ/Toerisme

Ambitie

- Gebiedsgericht werken
- Gemeenten/regio's ondersteunen bij het vaststellen van hun identiteit (IM)
- Behoud door ontwikkeling (Cultuur)
- Toeristische aantrekkingskracht vergroten (Toerisme)
- Stimuleren van samenwerking (Cultuur&Economie)
- Kwaliteitsverbetering

Twee sporen

1. Gebiedsontwikkeling (Noordzeekust)
2. Pragmatische aanpak (Westfriese Omringdijk)

Doelstelling C&E

Optimaal benutten van cultuur en cultuurhistorie in Noord Holland, om zo het vestigingsklimaat en de toeristische aantrekkingskracht van regio's te vergroten.

- Bijdragen aan behoud van cultuur en cultuurhistorie
- Kwaliteitsverbetering van het (toeristisch) product

Maar:

Wat is je legitimatie?

Waar ligt onze provinciale rol?

Leidraad Landschap en Cultuurhistorie

- *“De Leidraad Landschap en Cultuurhistorie geeft een uitvoerige omschrijving van landschapstypen en cultuurhistorische structuren en biedt richtlijnen voor het benutten van deze kwaliteiten bij toekomstige ontwikkelingen”.*
- Functie: kader bij de beoordeling van ruimtelijke plannen (vastgelegd in de Structuurvisie)
- Voorbeeld: Westfriese Omringdijk

Onderzoek Grontmij

Opdracht:

Benut de Leidraad als inspiratiebron voor het identificeren van nieuwe toeristische identiteiten en voor het versterken van bestaande (toeristische) identiteiten voor Noord-Holland.

Deze identiteiten vormen de kapstok voor te ontwikkelen regionale beeldverhalen.

Kansrijke beeldverhalen (bestaand)

- Stelling van Amsterdam
- Typisch Hollands landschap (*Laag Holland*)
- Je koike d'r je ouge uit! (*Westfrieze Omringdijk*)
- Nieuwe Hollandse Waterlinie: laat je (niet) verrassen
- Texel: Vier het Eilandleven
- Te kust en te keur (*Noordzeekust*)

Kansrijke beeldverhalen (nieuw)

- De (nieuwe) weg naar zee: een industriële en handelsgeschiedenis (*Noordzeekanaalgebied*)
- Haring en paling (*voormalige Zuiderzee*)
- Pionieren in de Zee (*Wieringen*)
- De eeuwige strijd (*Atlantikwall*)
- De Gouden Eeuw
- Hoog en Droog (*landgoederen/buitenplaatsen in 't Gooi*)

Potentiebepaling van de identiteit

Wat maakt een 'verzameling van structuren of cultureel aanbod' tot een kansrijk beeldverhaal?

- **Criteria**

- Gaafheid
- Uniciteit
- Herkenbaar en zichtbaar
- Icoon
- Toegankelijkheid (in potentie)
- Gebruikswaarde (in potentie)
- Belevingswaarde (verhaal)
- Potentiële markt

Uitwerking

- Score op de criteria
- Per (nieuwe) identiteit is in het kort het samenhangend verhaal beschreven (en is vermeld welke relatie deze heeft met de Leidraad).
- Voorbeelden van mogelijke product-markt combinaties binnen deze identiteit (koppeling met Leefstijlatlas).

Waarom de keuze voor Wieringen?

- Hoge score op de criteria
- Regionale opgave
- Diverse partijen actief
- Kansen vanuit het Waddenfonds

Pionieren in de zee

- De kern van de identiteit draait om de pioniersgeest van de Nederlanders en komt onder meer tot uiting in de duale relatie met het water.
- Enerzijds is er de invloed van het water op de ontwikkeling van de bewoners: eigen cultuur, voedsel uit de zee. Anderzijds, de (nieuwe) bewoners die “het water” naar hun hand zetten en in cultuur brengen: Zuiderzeewerken, voedsel van de zeebodem, nieuwe culturen en invloeden.
- Het contrast tussen het oude land (Wieringen) en het nieuwe land (Wieringermeer) geeft het verhaal van de identiteit kleur.

Pionieren in de zee

- Deze identiteit kent drie uitwerkingen of verhaallijnen: het Eilandleven, de Inpoldering en de Vooruitgang.
- De verhaallijnen geven elk een eigen invulling aan het overkoepelende begrip pionieren, vanuit een onderlinge verbondenheid.

Pionieren in de zee

Proces:

- Twee bijeenkomsten
- Veel lokale ondernemers en organisaties betrokken.
- In de eerste regionale bijeenkomst lag de nadruk op het completeren van het verhaal (toetsen).
- Bij de tweede bijeenkomst is men aan de slag gegaan met het benoemen van kansrijke pmc's.

- Was het een succes?

Lessons learned

- Een inspirerend verhaal maakt nog geen beeldverhaal.
- Men heeft het gevoel dat het verhaal al verteld wordt.
- Het verhaal kan aanwezig zijn maar is het ook echt beleefbaar?
- Wie zorgt dat alle initiatieven verbonden worden aan hetzelfde 'verhaal'? Een trekker noodzakelijk.
- De verwachting was dat de provincie weer een heel programma(team) zou financieren.
- Ondernemers vinden het lastig om een verhaal te vertalen naar PMC's.
- Het verhaal/proces werd nooit echt van hun.
- Waddenfonds wordt niet gezien als een grote kans.

Hoe nu verder?

- Samenwerking tussen
 - Gemeente
 - Ontwikkelingsbedrijf NHN
 - CultuurCompagnie NH
 - (VVV)
- Ondernemers
- Provincie