

Een vleugje vakantiegevoel: wat toerisme betekent voor Enkhuizen

Gasten van EuroParcs en cruiseschepen weten de winkelstraat te vinden. Duitse vakantiegangers vormen een belangrijke doelgroep en veel verblijfsgasten nemen hun hond mee. Tijdens de toeristische werksessie op vrijdag 2 oktober kregen raadsleden inzicht in de bezoekers van Enkhuizen en de kansen die zij bieden voor lokale ondernemers. Onder het thema ‘Een vleugje vakantiegevoel’ brachten de gemeente en Stichting Marketing Enkhuizen de raad en ondernemers bij elkaar.

Van vakantiepark naar winkelstraat

De middag begon met een rondleiding bij EuroParcs. Het park ontvangt veel Duitse gasten, gezinnen in het hoogseizoen en vakantiegangers met een hond. Die gasten verblijven in Enkhuizen en vormen daarmee ook een publiek voor winkels, horeca, musea en attracties.

Dennis van Lijnen Noomen van Menace Menswear herkent dat in de praktijk. Hij vertelde dat de winkelstraat profijt heeft van bezoekers van EuroParcs en de cruiseschepen. Om een bezoek aan de winkelstraat aantrekkelijker te maken, willen ondernemers de koopavonden nieuw leven inblazen en shopevents organiseren met meer beleving. Activiteiten die zowel bezoekers als inwoners een reden geven om de Westerstraat op te zoeken.

Cruisevaart brengt kansen én vragen over capaciteit

Ook de havens zijn een belangrijke toegang tot de stad. Ronald Ruitenburg van de havendienst omschreef 2026 voor de cruisevaart als het drukste jaar ooit. De toename van cruiseschepen biedt kansen voor Enkhuizen, maar vraagt ook aandacht voor de beschikbare capaciteit en de ontvangst van passagiers.

Niet iedere vorm van watertoerisme ontwikkelt zich hetzelfde. Bij de pleziervaart sprak Ronald van een stabiel jaar. In de chartervaart ziet hij onder meer kleinere groepen en veranderingen in de tochten.

Enkhuizen door Duitse ogen

Bij een vakantiewoning van Sonnenplätzchen vertelde Sascha Latzke over zijn gasten. In het gepresenteerde herkomstoverzicht was bijna 90 procent van de reserveringen afkomstig uit Duitsland. Noordrijn-Westfalen is de grootste herkomstregio, maar ook vanuit onder meer Hessen en Rheinland-Pfalz komen gasten naar Enkhuizen.

Daarnaast reist bij 70 procent van de boekingen voor 2025 en 2026 bij Sonnenplätzchen in Enkhuizen een hond mee, volgens de stand van 1 oktober. Deze cijfers hebben uitsluitend betrekking op het eigen aanbod van Sonnenplätzchen, dat sterk op hondenbezitters is gericht. Ze gelden dus niet voor alle bezoekers van de stad.

Voor lokale ondernemers levert dat wel een concreet aanknopingspunt op: laat duidelijk weten wat gasten met hun hond kunnen ondernemen. Is de hond welkom in een restaurant, op het terras of bij een activiteit? Goede, ook Duitstalige informatie helpt bezoekers om keuzes te maken en de stad te ontdekken.

Samen werken aan een gastvrije stad

De verschillende bijdragen lieten zien hoe verblijf, havens en binnenstad met elkaar verbonden zijn. Bezoekers naar Enkhuizen trekken is een eerste stap. Hen vervolgens informeren en uitnodigen om winkels, horeca, cultuur en attracties te ontdekken, vraagt om samenwerking.

“Toerisme begint al voordat iemand hier aankomt. We willen mensen enthousiast maken voor Enkhuizen, hen gastvrij ontvangen en helpen ontdekken wat de stad te bieden heeft. Daar hebben we elkaar voor nodig. Als een verblijfsgast ook de binnenstad bezoekt, een museum ontdekt of bij een lokale ondernemer iets koopt, krijgt die samenwerking heel concreet waarde”, aldus Annemieke Hageman, directeur van Stichting Marketing Enkhuizen.

De werksessie eindigde bij Bohemian Beach met een toeristische quiz en een gezamenlijk diner. Daar praatten de deelnemers verder over de inzichten van de middag: van praktische informatie voor Duitse gasten en hondenbezitters tot meer beleving in de winkelstraat.