



**Uitgangspunten- en discussienotitie  
Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS)  
*‘De toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland’***



## Inhoudsopgave:

### H1 Inleiding en doel

- Waarom een nieuwe visie?
- Doel van de uitgangspunten notitie
- Hoe is de uitgangspuntennotitie tot stand gekomen?
- Hoe gaan we verder na de uitgangspuntennotitie?
- Opbouw van de uitgangspuntennotitie

### H2 De analyse en vraagstukken

- Conclusies van de feiten en cijfers
- Conclusies vitaliteit van de verblijfsrecreatie
- Het profiel van de gast (van morgen)
- Trends en ontwikkelingen
- De vraagstukken en aandachtspunten voor het toerisme

### H3 Het Onderscheidend Vermogen: de THS

- Het DNA van het eiland
- Het Imago van het eiland
- Wat maakt ons eiland nou zo uniek en onderscheidend: de THS
- De verhaallijnen: basis voor arrangementen en productontwikkeling

### H4 Waar gaan we voor?

- Visie en missie
- Economische en operationele doelstellingen, incl. monitoring
- Transitiestrategie

### H5 De opgaven: wat gaan we doen?

- Financiering en uitvoering
- Toeristische doelstellingen: de 10 overkoepelende thema's

## Bijlagen:

Blz. 2	Bijlage: Beleidskader: randvoorwaarden en aanbevelingen uit overige
Blz. 2	(beleids-)stukken en evaluaties.
Blz. 2	
Blz. 2	Digitale bijlagen via <a href="http://www.toekomsttoerisme.nl">www.toekomsttoerisme.nl</a> :
Blz. 2	1. Verslag dialoog recreatieve denktank en politiek 7 juni 2017
Blz. 2	2. Leaflet Toerisme op Schouwen-Duiveland (2017)
	3. Maatwerkrapportage Kenniscentrum Kusttoerisme 2014-2015-2016 (2017)
Blz. 3	4. Integrale Samenvatting Toerisme Schouwen-Duiveland Kenniscentrum
Blz. 3	Kusttoerisme (2017)
Blz. 5	5. Leaflet Cijfers Zeeland Economische Impact (2017)
Blz. 6	6. Leaflet Cijfers Zeeland Marktomvang (2017)
Blz. 8	7. Leaflet De Customer Journey (2017)
Blz. 9	8. Plan van aanpak Visie THS (2017)
	9. Evaluatie Nota kamperen (2017)
Blz. 13	10. Air BnB rapport Kenniscentrum Kusttoerisme (2017)
Blz. 13	11. Zeeuwse Kustvisie (2017), met bijbehorende notities van onder andere ZKA.
Blz. 13	12. Imago-onderzoek van Right Marktonderzoek (2016)
Blz. 14	13. NBTC Marktscan België (2016)
Blz. 16	14. NBTC Marktscan Duitsland (2016)
	15. Evaluatie Actieprogramma Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme (2015).
Blz. 17	
Blz. 17	
Blz. 17	
Blz. 18	
Blz. 21	
Blz. 21	
Blz. 21	

## Hoofdstuk 1 Inleiding en doel

### Waarom een nieuwe visie?

In de toekomstvisie van de gemeente Schouwen-Duiveland 'Tij van de toekomst' staat dat we in 2040 een duidelijke 'Toeristische Hoofdstructuur' (THS) hebben. Met de Visie THS geven we hier vorm aan. De visie bouwt deels voort op het bestaande actieprogramma 'Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme', maar in de nieuwe visie herijken we onze visie, missie en strategie. Met een nieuwe visie voor de komende 25 jaar, bepalen we onze toeristische stip op de horizon en voeren we een vijfjaarlijks actieprogramma uit. Lopende projecten die goed bij de doelstellingen passen, maken we af of lopen door.

Uit de huidige werkwijze met een vijfjaarlijks actieprogramma blijkt dat we samen met de sector flexibel kunnen inzetten op ontwikkelingen en kansen. Met een nieuwe visie met uitvoeringsprojecten zetten we onze THS neer en versterken we ons onderscheidend vermogen.

### Wat is het doel van deze notitie?

Deze notitie is de eerste stap in het opstellen van de visie THS en bevat:

1. Een inventarisatie en analyse van feiten en cijfers. We bekijken het profiel van de gast en gaan in op relevante trends en ontwikkelingen. Ook komt de vitaliteit en de economische waarde van onze verblijfsrecreatie aan bod.
2. Een beschrijving van de vraagstukken die spelen en (voor zover mogelijk) eventuele oplossingen, gekoppeld aan bestaand gemeentelijk of provinciaal beleid en de daarmee samenhangende randvoorwaarden in een beleidskader.
3. Een beschrijving van het DNA en het huidige imago en een aanzet voor de discussie over 'wat vakantie-eiland Schouwen-Duiveland zou moeten worden' in een visie/missie en strategie, gekoppeld aan economische en operationele doelstellingen.
4. Een aanzet voor de toeristische doelstellingen (overkoepelende thema's) die we de komende jaren vanuit de vraagstukken en visie gaan oppakken.

### Hoe is de uitgangspuntennotitie tot stand gekomen?

We hebben startgesprekken gevoerd binnen de nieuwe 'recreatieve denktank Schouwen-Duiveland'<sup>1</sup>, met ondernemers en belangenorganisaties die betrokken zijn bij toerisme en met raadsleden. Ook zijn relevante onderdelen uit allerlei

(beleids-)stukken, evaluaties, rapporten en analyses, zowel regionaal als eilandelijk, zo goed mogelijk in de notitie verwerkt en in een bijlage 'beleidskader' in beeld gebracht. Tot slot heeft het Kenniscentrum Kusttoerisme alle relevante rapportages op het gebied van toerisme gebundeld in een integrale rapportage over toerisme op Schouwen-Duiveland, gekoppeld aan de eerste 'Maatwerkrapportage toerisme 2014-2016'.

### Hoe gaan we verder na de uitgangspuntennotitie?

Centraal in deze notitie staan de nieuwste feiten en cijfers, het onderscheidend vermogen van Schouwen-Duiveland, de trends en ontwikkelingen, het profiel van de gast en de vraagstukken die spelen. De notitie geeft een aanzet voor een mogelijke visie, missie en strategie, gekoppeld aan economische, operationele en toeristische doelstellingen.

Een volgende stap is om over al deze aspecten in gesprek te gaan met betrokken partijen, zoals de recreatieve denktank, de gemeenteraad, maar ook met dorpsraden/inwoners, ondernemers(verenigingen) en belangenorganisaties in brede zin. Samen met hen bekijken we hoe we het onderscheidend vermogen beter kunnen profileren en kunnen inspelen op trends en ontwikkelingen en het profiel van onze gast. Toerisme is immers van ons allemaal en samen bepalen we waar we naartoe willen en waar we de komende jaren aan werken om dat te bereiken. De resultaten van deze gesprekken verwerken we in een visie met beleidskeuzes en een flexibel uitvoeringsprogramma dat we om de 5 jaar kunnen herzien.

### Opbouw van deze notitie

In H2 leest u de analyses en conclusies van de belangrijkste feiten en cijfers en de vitaliteit van onze verblijfsrecreatie. Ook gaan we in op het profiel van de gast en de trends die spelen bij zowel de consument als in het aanbod van (verblijfs)recreatie. We gaan vervolgens in op de vraagstukken die spelen rondom recreatie en toerisme. In H3 gaan we in op het DNA, het imago en het onderscheidend vermogen van het eiland. Dit is de basis voor de koers van onze visie aan de hand van onze THS. In H4 komen de economische en operationele doelstellingen en de ambities voor de toekomst aan de orde in een visie, missie en strategie. In H5 gaan we in op wat we gaan doen om onze missie/ambities te bereiken. Dit brengt ons tot slot bij de toeristische doelstellingen, oftewel de overkoepelende thema's die we gaan oppakken.

---

<sup>1</sup> In deze denktank zitten, naast de gemeente, de Recron Schouwen-Duiveland, de Hiswa, de Vereniging Hotels en Pensions (VHP), de Vekabo Schouwen-Duiveland, de Vereniging Strandpaviljoenhouders Schouwse Kust (VSSK), de VVVZeeland, Economische Impuls Zeeland, het Kenniscentrum Kusttoerisme.

## Hoofdstuk 2 De analyse en vraagstukken

### Conclusies van de feiten en cijfers

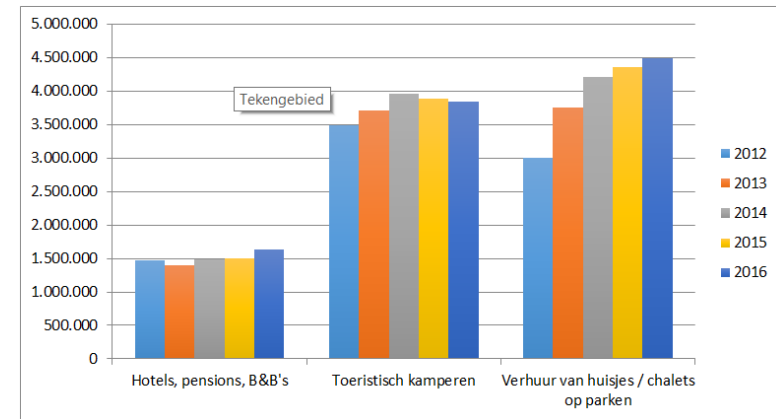
Verblijfsrecreatie: stijging van overnachtingen in hotels/pensions, toeristisch kamperen, recreatiewoningen/particuliere verhuur en daling van waterrecreatie  
 Voor het eerst is er een goed beeld van de ontwikkelingen per type verblijfsaccommodatie. Zie onderstaand overzicht. Over het algemeen kunnen we concluderen dat het goed gaat met de verblijfsrecreatie op Schouwen-Duiveland. In 2015 en 2016 groeit het aantal overnachtingen, na een daling tussen 2011 en 2014. Er is zijn echter wel degelijk belangrijke aandachtspunten.

Aantal overnachtingen	2014	2015	2016	Verandering % 2016 t.o.v. 2014
<b>Toeristisch verblijf</b>				
▪ Toeristisch kamperen op campings	992.600	1.050.800	1.087.600	10%
▪ Toeristisch kamperen op mini-campings	154.500	165.400	171.700	11%
▪ Hotels en pensions	478.000	534.900	585.900	23%
▪ Bungalowparken	747.300	781.200	805.000	8%
▪ Particuliere verhuur	226.100	255.400	303.700	34%
▪ Passanten in jachthavens	42.300	40.400	38.200	-10%
<b>Vaste gasten</b>				
▪ Vast kamperen op campings	1.384.300	1.382.200	1.371.800	-1%
▪ Vast kamperen op mini-campings	102.300	98.800	105.100	3%
▪ Vaste ligplaatsen in jachthavens	113.000	112.700	110.600	-2%
<b>Totaal gebaseerd op toeristenbelasting</b>	<b>4.240.400</b>	<b>4.421.800</b>	<b>4.579.600</b>	<b>8%</b>
▪ Tweede woningen	669.500	680.900	680.900	2%
<b>Totaal</b>	<b>4.909.900</b>	<b>5.102.800</b>	<b>5.260.400</b>	<b>7%</b>

Overnachtingen Schouwen-Duiveland per type accommodatie (Kenniscentrum Kusttoerisme 2017)

Het aantal overnachtingen van verblijfstoeristen op Schouwen-Duiveland schommelt de afgelopen jaren rond de 4,5 miljoen nachten. Ons eiland blijft daarmee iets achter bij de Zeeuwse trend; provinciaal was er de afgelopen jaren sprake van behoorlijke groei. Uit dit beeld kunnen we de volgende conclusies trekken:

- Onze verblijfsrecreatie is stabiel en stijgt licht. Dit is deels te verklaren doordat gasten tegenwoordig ook op zoek zijn naar veilige(re) bestemmingen.
- Hotels zijn een groeiemarkt, zowel landelijk, provinciaal als op Schouwen-Duiveland. Uit het Marktonderzoek horeca Schouwen-Duiveland (2017) blijkt dat het groeiperspectief voor de verblijfshoreca (hotels/pensions) op het eiland wel moeilijk te duiden is. De lage berekende kamerbezetting (circa 50% tegenover een landelijke 60%) geeft weinig reden tot uitbreiding. De cijfers en trends echter wel. Enkele nieuwe hotels blijken het in de exploitatie ook goed te doen, maar de vraag is of dit niet vooral te danken is aan goed ondernemerschap.



Aantal overnachtingen in Zeeland per type accommodatie (bron: CBS 2017)

- Het toeristisch kamperen groeit de laatste jaren op Schouwen-Duiveland (+10 tot 11%), waar elders in Zeeland en Nederland sprake is van stabilisatie. Hierbij speelt ook mee de vraag naar steeds meer (luke) camperplaatsen op ons eiland. Landelijk stijgt de verkoop van het aantal campers in 2017 zelfs met 16% ten opzichte van 2016 (BOVAG 2017). De gemiddelde bezettingsgraad van toeristische plaatsen, zowel op campings als minicampings, ligt volgens ZKA gemiddeld wel lager dan het Zeeuwse niveau.
- De ontwikkeling in de periode 2012-2016 laat zien dat het verblijf in huisjes populairder is geworden dan toeristisch kamperen. Dit komt o.a. door de forse uitbreiding van het aanbod, zowel in de vorm van woningen op bungalowparken als verhuurchalets (kampeerhuizen) op campings.
- Bij recreatiewoningen is het van belang onderscheid te maken tussen de verhuurmarkt en vastgoedmarkt. Kijkend naar een periode van 15 jaar is de verhuurmarkt vrijwel stabiel, ondanks de enorme uitbreiding van het aanbod. De bezettingsgraad staat daarom behoorlijk onder druk, er is sprake van een verdringsmarkt. Uitzondering hierop zijn écht onderscheidende concepten, die iets nieuws of anders toevoegen aan het reeds aanwezige aanbod. Verkoop van recreatievastgoed is echter zeer succesvol, vooral vanwege de behoefte aan investeringsmogelijkheden bij particulieren. Het ZKA rapport uit 2015 geeft aan dat Zeeuws breed op termijn 23% van de recreatiewoningen het contact met de markt gaat verliezen.
- Particuliere verhuur groeit fors op ons eiland, mede aangejaagd door succesvolle verhuurplatforms als Airbnb<sup>2</sup>. Deels gaat dit om nieuw aanbod van particulieren (inwoners of eigenaren van tweede woningen), deels gaat het om

<sup>2</sup> Verhuur via deze platformen is voor zover men toeristenbelasting afdraagt inbegrepen in de cijfers.



aanbod dat ook in het verleden al werd aangeboden via advertenties in kranten en tijdschriften, via de VVV of 'via via'. Aan de Nederlandse kust lijken verhuurplatforms als Airbnb vooral een extra verkoopkanaal, dat nieuwe gasten naar de regio weet te trekken. Nader onderzoek is nodig om de effecten voor de regio en voor bestaande bedrijven nauwkeurig in beeld te brengen.

- De dalende trend in de waterrecreatie zet ook op ons eiland verder door, vooral vermindering van het aantal passanten in jachthavens.

Belang dagtoerisme is fors

Schouwen-Duiveland trekt jaarlijks bijna 3,2 miljoen dagtoeristen. Dit is bijvoorbeeld meer dan de gemeente Veere, waar het aantal dagtoeristen op 2,3 miljoen is geraamd. Ook ondernemen de eigen inwoners van Schouwen-Duiveland ruim 1 miljoen recreatieve activiteiten per jaar. Het is belangrijk om dagtoerisme te blijven monitoren omdat dit mede bepalend kan zijn voor het gewenste voorzieningenniveau van recreatie op Schouwen-Duiveland.

Impact verblijfs- en dagtoerisme op eilandelijke werkgelegenheid is groot

De economische impact van verblijfs- én dagtoerisme voor onze gemeente is groot. De bestedingen ter waarde van € 242 miljoen in 2016 zorgden voor **2.468** banen in de gemeente, verspreid over alle economische sectoren. In 2016 telde onze gemeente in totaal 15.120 banen (LISA, 2016). Toerisme genereert dus ruim één op de zes banen op Schouwen-Duiveland (16,4%) en is daarmee verreweg de grootste banenmotor. Een vergelijking: de sector gezondheids- en welzijnszorg biedt werk aan 1.950 personen, detailhandel 1.900 banen, industrie 1.690 banen en 1.260 personen zijn werkzaam in de sector Landbouw & visserij.

Economische impact totale bestedingen recreatie is groot

Op basis van de gemiddelde bestedingen van de diverse gasten per nacht, dag/jaar en bezoek, heeft het Kenniscentrum Kusttoerisme de totale bestedingen door verblijfs- en dagtoerisme berekend.

Gemiddelde bestedingen per gast 2016 (Kenniscentrum Kusttoerisme):

- |                          |                                    |
|--------------------------|------------------------------------|
| • Hotelgast              | € 82,10 per nacht                  |
| • Gast in vakantiewoning | € 32,66 per nacht                  |
| • Kampeerder             | € 21,72 per nacht                  |
| • Vaste gast             | € 13,22 per dag + € 3.100 per jaar |
| • Dagtoerist             | € 18,09 per bezoek                 |

Totale bestedingen verblijfs- en dagtoerisme (excl. eigen inwoners) 2016:



Met het grote aandeel in de werkgelegenheid, de totale bestedingen en de toegevoegde waarde in de andere economische sectoren, is de bijdrage van het toerisme aan onze economie, groot. De totale bestedingen van toeristen op het eiland in 2016 is ruim € 242 miljoen. € 96 miljoen hiervan komt terecht bij accommodaties, de rest bij detailhandel, horeca, attracties, vervoer enz. En dan komen de indirecte effecten er nog eens bij. Ook op de horeca is het toerisme van grote invloed. Slechts een derde komt van inwoners van Zeeland zelf. Twee derde vanuit het toerisme (zo'n 50 miljoen).

Vraagpotentie horeca verdeeld over de doelgroepen:

Doelgroep	Horecabestedingen (inclusief BTW)
Inwoners+Zeeuwen	€ 25.807.275
Binnenlandse dagtoeristen	€ 16.218.000
Verblijfs-toeristen	€ 35.021.650
Totaal	€ 77.046.900

(Marktonderzoek Horecavisie Schouwen-Duiveland 2017)

Volgens het Kenniscentrum Kusttoerisme bedraagt de totale toegevoegde waarde door uitgaven van toeristen zo'n 87 miljoen in 2016. Op de totale werkgelegenheid (inclusief afgeleide werkgelegenheid in de andere sectoren) loopt dit op tot zo'n 25% (ruim 16% op basis van bestedingen toeristen, de rest door investeringen vanuit toeristische bedrijven). Het afgeleide effect van toerisme op de werkgelegenheid in andere sectoren op het eiland (bouw, groothandel etc.) is daarom groot. Uit eerdere cijfers van de Kamer van Koophandel bleek dat bedrijven buiten de toeristische sector zo'n 10% tot maar liefst 26% van hun omzet te danken hebben aan toerisme. Bovendien zorgt

toerisme ook voor een breed draagvlak voor maatschappelijke voorzieningen, waaronder het aanbod van zorg. Zo telt onze gemeente meer huisartsenposten dan op basis van sec het inwoneraantal mogelijk is. Recreatie en toerisme levert dus een meer dan grote bijdrage aan de leefbaarheid en bedrijvigheid op Schouwen-Duiveland.

Omdat op Schouwen-Duiveland het wonen vaak het werken volgt, heeft de werkgelegenheid die samenhangt met het toerisme, naar verwachting ook effect op het aantrekken van nieuwe inwoners. Dit effect is echter niet groter dan de vestigingsmotieven 'familie/vrienden' en 'band met het eiland' (door vakantie etc.). De door vakantie en dagbezoek opgebouwde band met het eiland is echter wel degelijk een belangrijk vestigingsmotief. Of recreatie daarmee krimp op het eiland kan terugdringen, is de vraag. Met ruim 5,2 miljoen overnachtingen in 2016, inclusief tweede woningen, het hoogste aantal in de Delta, is de benaming 'vakantie-eiland' als dragend begrip voor Schouwen-Duiveland, echter meer terecht dan ooit.

Onderzoeksvraag: daadwerkelijke gemiddelde bestedingen

Er is helaas geen betrouwbaar beeld van de exacte en daadwerkelijke gemiddelde bestedingen per persoon op Schouwen-Duiveland. Uit oudere rapporten (o.a. Schouwen-Duiveland in de peiling 2006) komt naar voren dat deze mogelijk lager liggen dan gemiddeld in Zeeland. Dit was vooral te verklaren door de accommodatiekeuze van gasten: verblijf op een camping is nu eenmaal goedkoper dan in een hotel. Gelet op het hoge aantal kampeernachtingen op ons eiland in vergelijking met andere Zeeuwse gemeenten, lijkt dit nog steeds logisch. Resterende onderzoeksvraag is echter wat de gemiddelde bestedingen per gast op ons eiland zijn en hoe deze zich verhouden tot overige kustgemeenten.

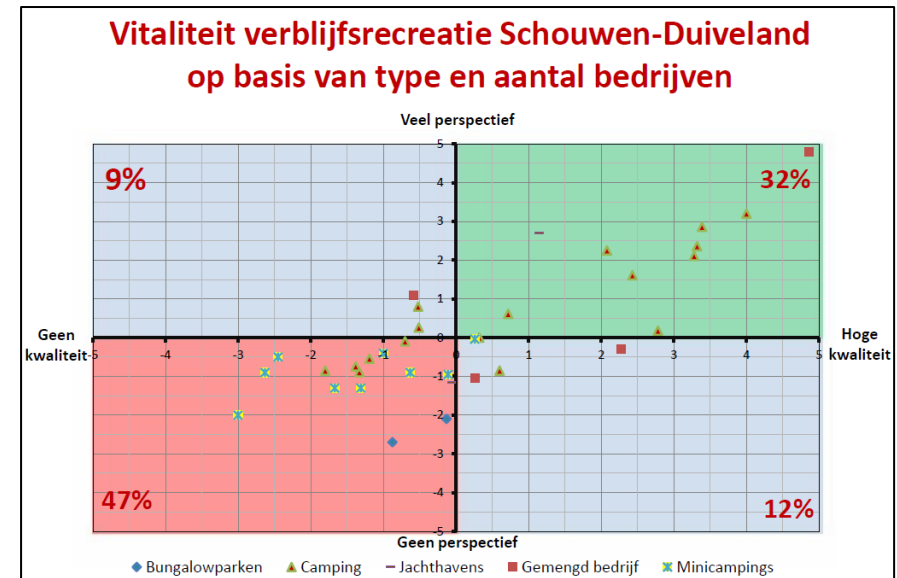
Database aanbod recreatie-eenheden

In juli van dit jaar heeft het Kenniscentrum Kusttoerisme de eerste resultaten opgeleverd van de 'Database aanbod recreatie-eenheden'. Hierin zijn de daadwerkelijke aantallen aanwezige accommodatievormen geïnterviewd. Deze database is inmiddels gecontroleerd. In overleg met het Kenniscentrum Kusttoerisme en de provincie bekijken we welke laatste stappen nog moeten worden gezet om de database compleet te maken zodat deze als 'nulmeting' kan worden benut. Naast de daadwerkelijke aantallen eenheden hebben we ook geïnterviewd hoeveel eenheden planologisch zijn toegestaan op recreatieterreinen. Zo weten we hoeveel eenheden er 'in de lucht hangen'. Vanaf 2018 zijn deze gegevens de basis voor de 'nulmeting' op het aantal recreatie-eenheden en voor de daaropvolgende acties zoals opgenomen in de

Zeeuwse Kustvisie tot het verkennen van de balans tussen vraag en aanbod in de recreatiesector (o.a. de actie 'eenhedenbank' tussen ondernemers ter bevordering van herstructurering en innovatie van verblijfsrecreatie). De resultaten uit deze database hebben vanaf 2018 een doorwerking in de economische effecten van onze recreatie. De aantallen verblijfseenheden zijn immers bepalend voor de totale bestedingen door verblijfstoeristen.

**Conclusies vitaliteit van de verblijfsrecreatie**

Ondanks de goede cijfers, zijn er zoals gezegd aandachtspunten. Het gaat goed en er is groei, maar er is wel gebrek aan differentiatie. Uit het ZKA rapport voor Schouwen-Duiveland uit 2015, blijkt dat de vitaliteit van het verblijfsrecreatieve aanbod op het eiland vergelijkbaar is met Zeeland. Vooral de kleinere bedrijven in het 'achterland', verdienen de aandacht. De productiviteit van deze bedrijven blijft achter vergeleken met de meer aan de kust gelegen bedrijven. Ongeveer 47% van de onderzochte bedrijven is niet vitaal. Dit noodzaakt tot nieuw denken: eindigheid, transformatie of exit.

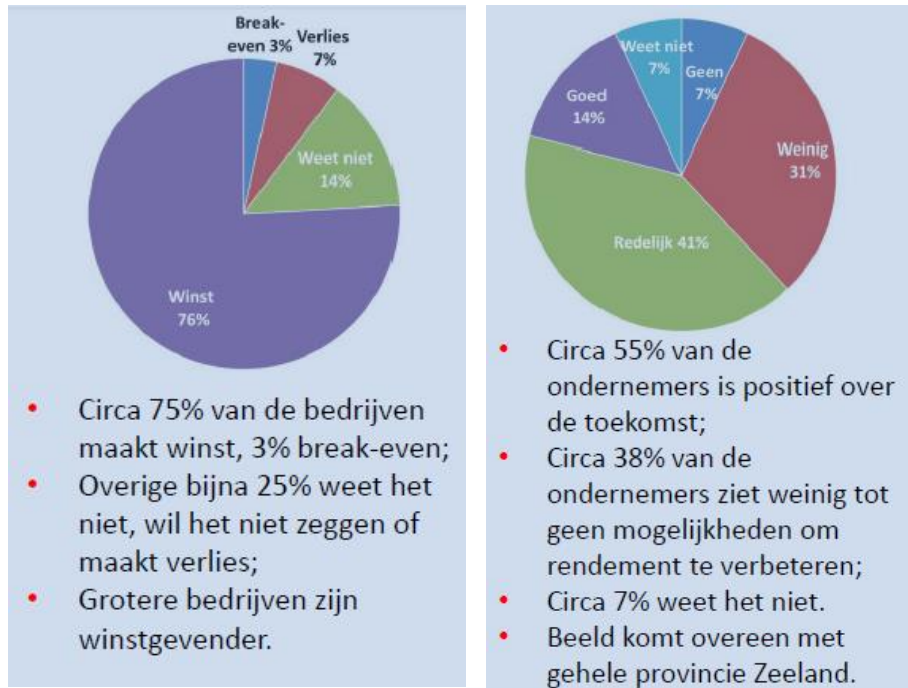


Van de onderzochte verblijfsrecreatiecapaciteit (aantal kampeerplaatsen/-bungalows) blijkt het merendeel veel kwaliteit en perspectief te hebben (77%). Zo'n 15% van de eenheden op het eiland, voornamelijk in het achterland, heeft echter te weinig kwaliteit en onvoldoende toekomstperspectief. De oorzaak

hiervan is dat grote bedrijven vaker vitaal zijn dan kleine bedrijven en dus meer kunnen investeren in kwaliteit. Op Schouwen-Duiveland doen de jaarplaatsen het over het algemeen goed, met een hoge productiviteit en bezettingsgraad, zelfs hoger dan de Zeeuwse norm. De bezetting van toeristische plaatsen en daarmee de productiviteit blijft achter, maar stijgt de laatste twee jaar wel. Een aantal goedlopende bedrijven met veel perspectief is ook verantwoordelijk voor een groot deel van de investeringen. Het investeringsniveau ligt iets hoger dan het Zeeuws niveau.

Er zijn volgens ZKA grote verschillen tussen de bedrijven op Schouwen-Duiveland. Dit komt vooral door het verschil in kwaliteit in ondernemerschap. Een aantal bedrijven zal de komende jaren moeten investeren om nog contact te houden met de markt. Kwaliteit en ondernemerschap moet bij alle ondernemers, ook diegenen die het nu nog goed doen, blijvend de aandacht hebben. Opvallend is dat onze ondernemers het meest bezorgd zijn over wet- en regelgeving. In de rest van Zeeland is er meer bezorgdheid over de markt. Positief is dat we op ons eiland volgens ZKA relatief veel jonge ondernemers hebben, meer dan in de rest van Zeeland.

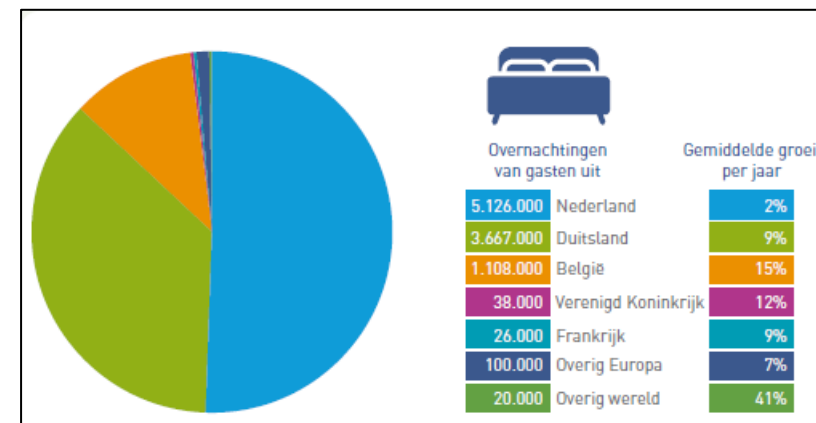
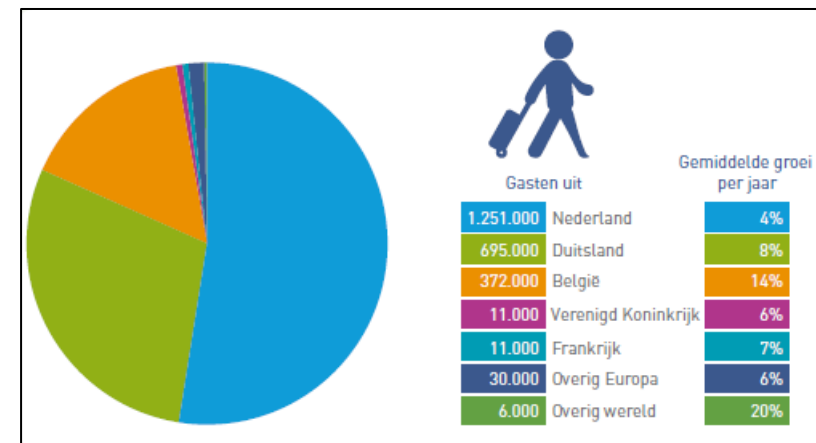
Bedrijfsresultaat en perspectief rendementsverbetering (ZKA):



### Het profiel van de gast (van morgen)

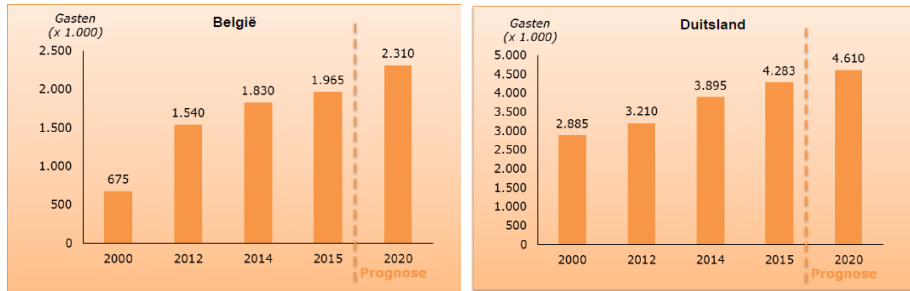
#### Nederlandse markt stabiel, Duitse en Belgische markt stijgt fors

Het Kenniscentrum Kusttoerisme bevestigt in haar rapportage de conclusie uit de evaluatie van ons actieprogramma uit 2015. De Nederlandse markt is stabiel, maar groeit niet (50,7%). Dit in tegenstelling tot de forse groei van zowel de Duitse (29%) als Belgische markt (16%). De Duitse gasten zien Zeeland als vertrouwde en veilige bestemming. Bezoekers uit andere landen zoals Engeland en Frankrijk zijn er wel, maar steken qua aantallen schraal af tegen de Duitsers (+34%) en Belgen (+68% in laatste 4 jaar). De Belgen verblijven gemiddeld korter (3 nachten) dan de Duitsers (5,3 nachten).



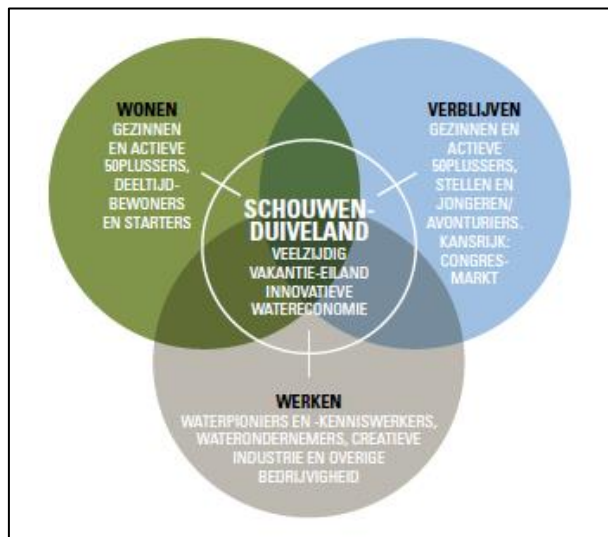
Verblijfstoerisme Zeeland per herkomstland (Bron: CBS 2017)

De prognoses voor de Belgische en Duitse markt zijn volgens het CBS goed en de aantallen gasten uit deze landen stijgen tot 2020 nog verder door, vooral de Belgische markt.



Bron: Marktscan België en Duitsland NBTC 2016

Interessant is om te melden dat in het kader van Profit we met behulp van Big Data gezamenlijk (provincie, impuls Zeeland, HZ) op zoek naar de motivatie en beleving van de gast. Waarom komen mensen naar onze regio en wat ondernemen ze? In PROFIT draait het om meer kennis van de gast, maar dat is meer dan big data analyse. Het helpt om gasten in doelgroepen te plaatsen, niet op basis van demografische factoren, maar op basis van wensen en voorkeuren. Leefstijlen zijn hierbij een zinvol hulpmiddel. Kenniscentrum Kusttoerisme gaat een handleiding voor Zeeuwse ondernemers ontwikkelen waarmee zij verschillende doelgroepen leren herkennen en hierop kunnen inspelen. Deze handleiding wordt eind 2017 gepresenteerd en zal bij het opstellen van de visie worden betrokken.



### Doelgroepen

Ons eiland kent een groot aantal vaste gasten. De vaste gasten zijn voornamelijk gezinnen met kinderen en 50 plussers. Deze groepen zijn in heel Zeeland in de meerderheid, zowel bij dagtoeristen als bij vaste gasten. Voor Schouwen-Duiveland zijn dit daarom nog steeds de belangrijkste doelgroepen.

Op Schouwen-Duiveland is het percentage gezinnen met kinderen iets hoger dan het Zeeuws gemiddelde (43%), zo blijkt uit het ContinuVakantieOnderzoek (2016). Dertig procent van de gasten in Zeeland zijn stellen zonder kinderen. Aangevuld met de nichegroepen (jongeren en avonturiers (vogelspotters, kitesurfers etc.) is de doelgroepenanalyse voor ons eiland uit het Eilandmarketingplan (2013) nog steeds relevant.

Hoewel de markt voor vaste gasten volgens het CELTH onderzoek (2016) onder druk staat, kunnen ondernemers hun vaste gasten behouden door goed in te spelen op (soms onuitgesproken) wensen, interesses en behoeften. Door meer aandacht en ontzorgen van de gast en het aanbieden van relevante diensten, wordt de binding met het bedrijf en de regio versterkt.

Zo kunnen we de vele bestedingen van de vaste gast behouden voor zowel het bedrijf als de regio. Deze bestedingen zijn voor ons MKB belangrijk, want de vaste gast geeft, naast de gemiddelde bestedingen per dag, ook jaarlijks een flink bedrag aan de standplaats zelf uit (klussen, groenvoorziening etc.).

### Activiteiten vakantiegangers en dagtoeristen

Gasten genieten van de omgeving: wandelen, toeren met de auto, fietsen en recreëren aan het water zijn de belangrijkste vakantie-activiteiten, gecombineerd met restaurant- en/of terrasbezoek. Belangrijk aandachtspunt is dat culturele activiteiten (vooralnog) een minder groot publiek kennen.

Top 5 activiteiten tijdens de vakantie en dagbezoek:

	Nederlandse vakantiegangers	Buitenlandse vakantiegangers	Dagtoeristen
1.	Bezoek aan het strand	Bezoek aan strand (voor strandwandeling/uitwaaien)	Wandeling voor plezier
2.	Wandeling maken	Fietsen	Uit eten in een restaurant
3.	Uit eten gaan	Bezoek aan bar / café	Toertochtjes met de auto
4.	Winkelen voor plezier	Bezoek aan strand (voor zonnebaden)	Recreëren aan water (strand)
5.	Bezoek aan bezienswaardige gebouwen	Wandelen	Fietstocht voor plezier

Ondanks dat de Nederlandse markt verzadigd is, is het belangrijk Schouwen-Duiveland ook in eigen land te blijven promoten als aantrekkelijke vakantie- en dagrecreatieve bestemming. Door intensieve online-marketing kunnen we marktaandeel van andere regio's afsnoepen. In online-marketing moeten we laten zien welke activiteiten er zijn, aansluitend op het profiel van de gast.



### Profiel van de waterrecreant

Ook op ons eiland neemt het aantal overnachtingen door passanten en op vaste ligplaatsen in jachthaven af. Dit is een landelijk beeld door vergrijzing onder bootbezitters. Nu al is 74% van de passanten en ligplaatshouders in de Nederlandse jachthavens ouder dan 50 jaar (Waterrecreatie Advies, 2015). Lichamelijke beperkingen zijn een belangrijke reden om te stoppen met varen. Jongeren zijn wel degelijk geïnteresseerd in watersport, maar er is relatief weinig aanwas. De waterrecreatie concurreert met verre reizen en andere avonturen. Jongeren willen niet ieder weekend of vakantie weg met de boot. Ook beschikken zij niet over de financiële middelen om een boot aan te schaffen (Waterrecreatie Advies, 2012). Dit is een grote uitdaging voor de watersportbranche.

### **Trends en ontwikkelingen**

#### Trends bij de consument: de wensen en behoeften van de gast

We zien dat de vrijetijdsconsument van vandaag andere eisen stelt dan pakweg 10 jaar geleden. De gast van vandaag wil vooral:

- Meer **beleving** en 'iets meemaken', vooral actief deelnemen. Kort, hevig, snel en intens zijn hierbij kernbegrippen. De gast zoekt actief informatie, uitleg, wil alles weten, volgen en de bestemming echt ervaren.
- De gast wil uniek zijn in zijn **identiteit** en het gevoel hebben dat iets speciaal voor hem/haar gemaakt is.
- **Gezondheid en natuur** zijn steeds belangrijker. Denk hierbij aan wellness, well-being en gezonde voeding, maar ook aan actief ontspannen in de natuur, zoals yoga of outdoor wellness. Ontwikkeling en gebruik van streekproducten in lokale producten, kan leiden tot groei in werkgelegenheid (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2016). Het maken van een '**groenstatement**' geeft de gast een extra impuls aan zijn eigen identiteit. Natuur wordt steeds waardevoller voor de gast, maar ongerepte natuur wordt steeds zeldzamer en dit is nou juist dé plek waar de gast het vaakst een geluksmoment beleeft. De gast wil zich ook steeds meer ontspannen door inspanning, dingen ondernemen en zichzelf ontwikkelen.
- Technologie wordt steeds vaker gebruikt om individuele behoeften in te vullen. **Gemak** en gebruiksvriendelijkheid zijn hierbij belangrijk, evenals privacy. De smartphone wordt steeds meer de 'smart virtual personal assistent'.
- De consument is tijd- en prijsbewust. Dat betekent optimaal genieten in de beschikbare **tijd** en **geld** bewust uitgeven.
- Steeds meer families gaan samen op vakantie. Hierdoor neemt de vraag aan grotere verblijfsaccommodaties toe. Ook is er een groep gasten waarbij het gevoel van eenzaamheid toeneemt. Deze gasten zijn op zoek naar verbinding en **interactie** met gelijkgestemden. Ook willen mensen steeds meer delen met elkaar. Niet alleen ervaringen, maar ook bezittingen. Denk aan GetYourGuide,

Airbnb, Snappcar. Mensen hebben ook steeds meer behoefte om even niet meer online te zijn maar offline te genieten van authentieke ervaringen. De gast wil meer dan ooit authenticiteit zien, leren kennen, ruiken, proeven en beleven. Voor de toekomst van ons toerisme is het belangrijk in te spelen op deze trends.

### Trends in de verblijfsrecreatie

Trends binnen de sector spelen in op wensen en behoeften van de gasten. De trends zijn landelijk, provinciaal en regionaal.

Er ontstaat steeds meer **diversificatie** in het accommodatie-aanbod (yurt- en safaritenten, luxe stacaravans, hotelkamers in chalets en vakantievilla's). Landelijk zien we dat het aantal korte vakanties in eigen land stabiel blijft, maar het aantal langere vakanties in eigen land sinds 2004 met 25% daalt (CVO, 2016). Ook op ons eiland zien we dat de gemiddelde verblijfsduur afneemt, maar dat de frequentie waarmee de toerist komt, toeneemt. Op piekmomenten (Hemelvaart, Pinksteren, hoogseizoen) is ons eiland goed vol, maar ook dan zijn er nog terreinen (vooral in het achterland) niet volledig bezet. Ook is er een toenemende bezetting in de schouderseizoenen.

Het aanbod van B&B's is landelijk in 10 jaar met ruim 50% toegenomen. **Social travelling** (Airbnb) breidt het aanbod nog verder uit. In het algemeen neemt de wens naar **luxe in de verblijfsrecreatie** nog steeds toe. Ook andere businessmodellen, zoals budgetconcepten van hotels, bieden op een aantal locaties kansen (ABN AMRO, 2017). Niet alle gasten hebben dezelfde wensen; er is een markt voor luxe en comfort, maar ook behoefte aan back to basic. Het is dus belangrijk om hierin te kiezen en kwalitatief invulling aan te geven. Wat wel bij alle gasten speelt is de verbondenheid met, en beleving van de regio. Om hieraan tegemoet te komen moeten we zorgen dat gasten zich welkom voelen op ons eiland en een hoog serviceniveau bieden met een directe en persoonlijke benadering. Een concreet voorbeeld is bijvoorbeeld het weghalen van slagbomen bij vakantieparken of verbodsbepalingen op (strand)borden (NRIT Media 2016). Met goed ondernemerschap spelen we in op de behoeften van onze gasten en laten daarbij goed gastheerschap zien.

De gast wil **een unieke vakantie(ervaring) met een unieke accommodatie, op een unieke plek**. Recreatieparken moeten meer aansluiten op de omgeving. De accommodatie moet onderscheidend zijn, bijvoorbeeld met een regionale en seizoensgebonden menukaart en activiteiten die verbonden zijn met de regio. Evenementen vervullen hierin een belangrijke rol, denk bijvoorbeeld aan Concert@Sea. Beleving van de regio zorgt voor binding met de regio (NRIT Media, 2015). Tot slot speelt de sector ook in op de behoefte aan meer aandacht voor elkaar met grotere huuraccommodaties voor families en generatie-

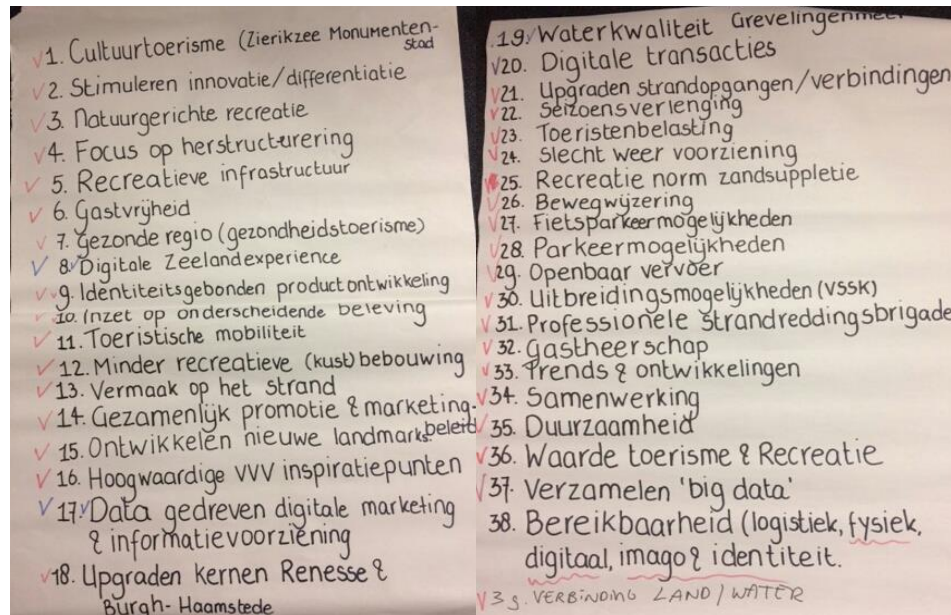
bungalows. Ouderen (65+) vormen ook een sterk groeiende doelgroep. Ze brengen relatief veel nachten door op campings, zorgen voor een bezetting in het naseizoen en besteden veel.

### Trends in dagtoerisme

De vrijetijdsindustrie profiteert van de economische opleving, maar blijft een vechtersmarkt. **Evenementen, vooral in muziek, stimuleren het dag- en verblijfstoerisme.** Hierbij is een groeiende trend van pop-up initiatieven, aansluitend bij de behoefte aan beleving en identiteit. Ook hier is het zaak een unieke bezoekerservaring te creëren.

### Trends in waterrecreatie: nieuwe vormen van beleving

Zeventien procent van de Nederlanders zou best aan watersport willen doen (tegen 3% daadwerkelijke beoefening). De HISWA voert hiervoor de campagne "Welkom op het water". Ook individuele jachthavens proberen de watersport een boost te geven. Op de Grevelingen hebben we hiervan goede voorbeelden. De meest in het oog springende trend is het delen van boten (Zeilpas, Flexyachts en barqo.nl). Andere trends zijn: 'Suppen' (stand up paddeling), windsurfen en laagdrempelig leren zeilen (jongeren, kinderen). Watersport moet een mix aan vormen bieden, een kans voor recreatie op en om het water. De waterrecreant wil ook meer doen rond het water en vraagt om activiteiten op de kade. De watersportbranche zal moeten investeren in collectieve marketing waarmee de zichtbaarheid en slagkracht van de branche als geheel vergroot wordt.



Bootverhuurders doen dat al met [www.vakantieveren.nl](http://www.vakantieveren.nl) en zeilscholen met [www.vaarschoolzeilschool.nl](http://www.vaarschoolzeilschool.nl). Nu zijn jachthavens en andere delen van de watersportbranche aan de beurt. (NRIT Media, 2016).

### **De vraagstukken en aandachtspunten voor het toerisme**

De recreatieve denktank heeft alle vraagstukken voor recreatie en toerisme geïnterviewd en gerangschikt. Op basis hiervan is een eerste dialoog met de gemeenteraad gevoerd. Dit heeft de vraagstukken verder aangescherpt. Van de tientallen vraagstukken zijn er ongeveer 40 samengebracht in overkoepelende thema's. Ook zijn een aantal vraagstukken omgezet in aandachtspunten, omdat we deze niet met een nieuwe visie toerisme kunnen oplossen.. De denktank en de gemeenteraad hebben de vraagstukken besproken aan de hand van een drietal stellingen:

- **Stelling 1 'Recreatie is de belangrijkste economische factor op het eiland'**
- **Stelling 2 'De toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland'**
- **Stelling 3 'Het merk Schouwen-Duiveland bestaat niet'**

Het verslag van de dialoog met de gemeenteraad is als digitale bijlage beschikbaar bij deze notitie. Uit de sessies met de denktank, de dialoog met de gemeenteraad en de trends en ontwikkelingen, komen de volgende vraagstukken naar voren waarmee we aan de slag moeten.

### Wat maakt ons onderscheidend en hoe gaan we dat gezamenlijk promoten en vermarkten?

- Promotie en marketing legt meer nadruk op onderscheidende beleving ten opzichte van andere eilanden en kustgemeenten. Schouwen-Duiveland is echter wel Zeeland.
- Meer gezamenlijke promotie en marketing met partners, waarbij we promotiegeld combineren met de VVVZeeland.
- Aandacht voor Gezonde regio/streekproducten.
- Digitalisering verder ontwikkelen (Digitale Zeeland Experience/Zeelandapp; Verzamelen van 'big data'; Data gedreven digitale marketing; Monitoring en informatievoorziening; Digitale transacties/Zeelandpas).
- De Zeelandpas is een middel (cijfers) en geen doel op zich.
- Digitale bereikbaarheid (aandachtspunt).
- Digitale middelen vergroten het gemak voor de gast.
- Belangrijk is dat we ons imago ombuigen naar de gewenste identiteit. Rol van het VVV hierin is belangrijk.

### Hoe kunnen we innoveren en aansluiten op de wensen en behoeften van de (toekomstige) gast?

- Identiteitsgebonden productontwikkeling (vanuit het DNA) en aansluiten op de trends en ontwikkelingen, verder ontwikkelen van niches in de markt en duidelijke keuzes (luxe, basic), zodat we bestedingen verhogen. Dit alles met behoud van kernkwaliteiten en natuur.

- Minder recreatieve (kust)bebouwing, ontwikkelingen recreatiewoningenmarkt (toename bebouwing).
- Stimuleren van innovatie en differentiatie, met focus op herstructurering van achterblijvende bedrijven. Ook goed ondernemerschap en behoud van personeel en (jonge) talenten op ons eiland.



Foto: De denktank in dialoog met de gemeenteraad

- Hoe gaan we om met Airbnb en andere vormen van particuliere verhuur?
- Meer focus op duurzaamheid/duurzaam toerisme en ondernemerschap.
- Kansen van kruisbestuiving benutten (bijvoorbeeld tussen recreatie en agrarisch) met meer beleving, streekproducten en gezondheid/welness.
- Meer aansluiting tussen recreatie en omgeving en doorvoeren van regionale sfeer in alle facetten.
- Hoe faciliteert en stimuleert de gemeente de sector? Bijvoorbeeld met 'revolving' fondsen of vergoeding van legeskosten? Belangrijk hoe we inzetten op de onderkant van de markt.
- Het gaat goed met onze recreatie, maar 25% van de bedrijven maakt geen winst zo blijkt uit de cijfers. Als we niets doen, worden dit er alleen maar meer.
- Zijn er samenwerkingsvormen tussen bedrijven mogelijk in relatie tot meer investeringen (bijvoorbeeld het idee van een eenhedenbank tussen recreatiebedrijven)?
- De Kustvisie gaat uit van innoveren en renoveren.
- De toeristische sector maakt voor de toekomst het verschil, maar dit maakt het eiland wel kwetsbaar. Anderzijds is de sector bewezen vitaal en sterk.
- Een succesvol toeristisch product vergt ook goede huisvesting van (tijdelijk) (horeca)personeel om aan de vraag van de consument tot meer service te

voldoen. En hoe gaan we om met overige tijdelijke huisvesting van arbeidsmigranten?

### Hoe komen we gezamenlijk tot meer gastheerschap en seizoenverlenging?

- De gast vraagt om meer gastvrijheid en een persoonlijke en unieke ervaring. Gastvrijheid en gastheerschap zijn zaken waar de ondernemers gezamenlijk en vooral goed georganiseerd mee aan de slag moeten. Ook de gemeente kan in gastheerschap nog stappen zetten, bijvoorbeeld in gastheerschap aan de kust, naar en op de stranden en in de kernen en op parkeerterreinen. De gemeente kan het bedrijfsleven faciliteren en stimuleren in het gastheerschap. Specifiek aandachtspunt vormt de zorg voor voldoende en goed gekwalificeerd personeel. Een belangrijk aspect van de bedrijfsvoering ook in de recreatiebranche. Een onderwerp dat centrale aandacht verdient omdat hier belangrijke knelpunten worden gesignaleerd (tekort, onvoldoende gekwalificeerd, verloop en tijdelijke huisvesting).
- Kiezen voor de schouderseizoenen. In de zomer is er geen/weinig groei in aantallen toeristen meer mogelijk. Het is nog wel mogelijk om de aanwezige toerist meer te laten besteden en meer toerisme te trekken in de schouderseizoenen.

### De gast van morgen vraagt om meer beleving en een unieke ervaring. Hoe zorgen we daarvoor?

- Natuur/agrarisch- en cultuurgerichte recreatie bevorderen, zodat natuur en cultuur/musea meer een beleving voor onze gasten gaan vormen. We ontsluiten de verhalen achter cultuur en natuur.
- De beleving van het water en de verbinding tussen land en water vraagt onze aandacht. Nieuwe vormen van water(sport)beleving stimuleren en meer aandacht voor verbinden waterrecreant met het land? Denk aan jachthaven Bruinisse, waar de watertoerist van de boot afgaat het eiland op of het dorp in en waar de samenwerking tussen jachthaven en het MKB goed is. Dit is een goed voorbeeld voor andere havens.
- Versterken promotie van onze watersport: 'Welkom op het water'.
- Versterken beleving van onze binnenwateren, Grevelingen, Oosterschelde.
- Het upgraden en kwalitatief goed houden van kernen zoals Renesse en Burgh-Haamstede is belangrijk voor de beleving van onze gasten.
- Onze gasten moeten zich het hele jaar door en ook bij slecht weer kunnen vermaken en iets beleven, hiervoor voorzieningen realiseren.
- Jaarrond evenementen zijn belangrijk voor jaarrond dagtoerisme. Stimuleren van evenementen, een jaarrond agenda en deze beter bekend maken is essentieel.



### Hoe versterken we de toeristisch-recreatie infrastructuur/bereikbaarheid en stimuleren we duurzame mobiliteit?

- Aandachtspunt van de N59.
- Verbeteren recreatieve (fysieke) infrastructuur en toeristische mobiliteit. Denk aan: wandel-, fiets- en ruiterspaden, vaarverbindingen.
- Verbeteren bewegwijzering op het eiland, naar de kust en zowel de fiets- als autoparkeermogelijkheden.
- Verbeteren bereikbaarheid van unieke plekken door goed toeristisch vervoer.
- Zijn interessante product-markt combinaties en arrangementen met het toeristische vervoer en infrastructuur te ontwikkelen, voorbeeld sightseeingbus?
- Knelpunten op het gebied van veiligheid, bereikbaarheid, doorstroming en ontsluiting in kaart brengen en oplossen (slagenstructuur Kustvisie/IVVP)?
- Duurzame toeristische mobiliteit verder ontwikkelen. Denk aan duurzaam en elektrisch (toeristisch) vervoer, over land en over water?

### Hoe zorgen we ervoor dat het Noordzeestrand onze belangrijkste toeristische pijler blijft?

- Versterken kernkwaliteiten van Noordzeestrand, waaronder ook de unieke natuur en natuurwaarden (natuurbeleving)?
- Upgraden van strandopgangen en verbindingen, inclusief fiets-, wandel- en parkeermogelijkheden.
- Recreatienorm zandsuppletie.
- Eventuele uitbreidingsmogelijkheden op het strand tegenover vraagstuk van minder kustbebouwing op het strand.
- Verbeteren veiligheid, strandreddingsbrigade en gastheerschap.

Voor het oplossen van alle vraagstukken is goede samenwerking tussen ondernemers, overheden, branche-, belangen- en inwonersorganisaties van belang. Op ondernemersniveau speelt de noodzaak voor recreatieterreinen om zich meer bij de omgeving aan te sluiten, zowel qua landschap als sociale bijdrage. Ook de samenwerking en de dialoog tussen de politiek en de recreatiesector moet beter, omdat voor goede politieke keuzes wederzijds begrip en kennis van de sector essentieel is. Dit helpt om vanuit de politiek tot een goed plan voor toerisme te komen waarmee we samen koers kunnen bepalen. De sector moet, gefaciliteerd door de ambtenarij, de gemeenteraad voeden met informatie en de politiek moet actief met de sector praten. Ook stevigere en goed georganiseerde samenwerkingsverbanden tussen de recreatie en de verschillende overige sectoren, zoals het MKB zijn belangrijk. De recreatieve denktank is een belangrijke basis voor structurele samenwerking op het gebied van visievorming, ontwikkeling en uitvoering met een gezamenlijke agenda. Deze

samenwerking sluit, ook gelet op de deelname van de Toeristische Uitvoeringsalliantie (TUA) goed aan op de regionale agenda.

### Aandachtspunten

Een aantal vraagstukken is door de denktank niet als vraagstuk, maar als aandachtspunt bestempeld omdat deze punten niet of niet direct door een visie toerisme zijn op te lossen. Deze aandachtspunten zijn:

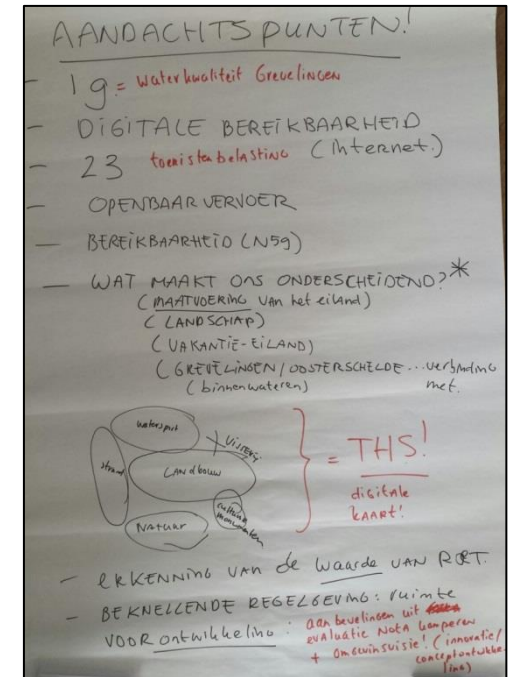
- Waterkwaliteit Grevelingen en bereikbaarheid N59: voor een betere (be)leefbaarheid op en rondom de Grevelingen belangrijk. Hiervoor loopt echter al een separaat traject vanuit het programma Zuidwestelijke Delta voor het terugbrengen van het getij in de Grevelingen en het regionale aanbod over de verbetering van de N59.

- Noodzaak digitale bereikbaarheid: voor de verbetering van de digitale bereikbaarheid in het buitengebied loopt inmiddels een apart subsidietraject voor inwoners en ondernemers Wifi overal).

- Openbaar vervoer is een apart traject gelet op de afspraken vanuit de concessie door de provincie met vervoerders. Toeristisch vervoer is wel van belang voor de visie toerisme, zoals het voorbeeld van de sightseeingbus en toeristentaxi.

- Erkenning van de waarde van recreatie: met verwijzing naar de steeds betere feiten en cijfers die het grote belang van de recreatie voor het eiland onderstrepen, is het belangrijk dat iedereen op Schouwen-Duiveland de waarde van ons toerisme erkent. Door deze cijfers is duidelijk dat onze recreatie een groot effect heeft op andere sectoren en voorzieningen voor inwoners op het hele eiland

- Toeristenbelasting: toeristenbelasting is de afgelopen jaren een onzekere en adhoc factor voor de recreatie geweest die vaak tot onnodige commotie, discussie en onduidelijkheden leidt. Als we gezamenlijk tot een betere dialoog tussen de sector en de politiek kunnen komen over de koers van ons toerisme, wordt duidelijk wat er nodig is om die koers te bereiken en wordt ook duidelijk





welke financiële middelen waarvoor nodig zijn. Ook moeten we blijven duidelijk maken aan onze gasten en inwoners wat er met de inkomsten uit toeristenbelasting wordt gedaan.

- Beknellende regelgeving: gelet op de vraagstukken voor innovatie en de zorg over wet- en regelgeving, moeten we ondernemers beter begeleiden bij herstructurerings- en innovatietrajecten. De faciliterende rol van de gemeente moet hierin helder zijn en onze (digitale) dienstverlening moet optimaal zijn.

### Hoofdstuk 3 Het Onderscheidend Vermogen: basis voor de THS (THS)

In 'Tij van de toekomst' is als randvoorwaarde voor de THS opgenomen dat we een gedegen marketing- en promotiebeleid verbinden aan de THS. We staan daarom stil bij de basis voor de THS: het onderscheidend vermogen. Op basis van het onderscheidend vermogen bepalen we welke statements we toeristisch willen maken en laten zien en hoe we deze met verhaallijnen aan elkaar verbinden (zowel fysiek als in promotionele uitingen), zodat we beter een onderscheidende profilering neerzetten ten opzichte van andere kustgemeenten.

#### Het DNA van het eiland: omgeven, gevormd en verbonden door water

Water is in het DNA van het eiland de vormende en verbindende factor.

Het eiland is omgeven door water, gevormd door water en de inwoners en ondernemers zijn onderling verbonden door het leven op een eiland, met het water altijd nabij. Ook onze gasten zoeken bewust het water op en genieten van onze stranden, duinen en dijken.

Volgens Tij van de toekomst is ons eiland een oase van rust tussen stedelijke netwerken, gevormd door grote steden als Rotterdam, Breda, Antwerpen en Gent. De toekomstvisie presenteert Schouwen-Duiveland in 2040 als vakantie-eiland veelzijdig in 'water, natuur en cultuur'.

#### DNA Schouwen-Duiveland: omgeven, gevormd en verbonden door water

Schouwen-Duiveland heeft aan alle kanten grote wateren. Deze wateren zijn internationale topnatuur. Met deze natuur is ons eiland een oase van rust tussen het stedelijke netwerk

De unieke natuur, duinen en het veelzijdige landschap zijn gevormd door het water en de stilte, donkerte en rust zorgen voor een uniek 'oergevoel'

De Deltawerken, de kreken, inlagen en dijken vertellen het verhaal van de strijd tegen het water

De inwoners en de gasten delen een eiland omgeven door grote wateren en zijn daarom met elkaar verbonden door het water dat altijd dichtbij is en waar ze samen van genieten (actief/ontspannen)

Het werken op een eiland zorgt voor een hoog ondernemerschap met innovatie ondernemers en bestendige familiebedrijven

Deze veelzijdigheid op meerdere vlakken is een belangrijke kernkwaliteit en maakt dat er op het eiland van alles is te beleven. Het maakt echter ook dat onze promotie en marketing tot op heden (te) versnipperd is. 'Veelzijdig(heid)' is als containerbegrip niet onderscheidend en het benoemen van zowel water, natuur als cultuur als onderscheidende kwaliteiten, maakt dat we tot nu toe teveel tegelijkertijd in de 'etalage' willen zetten. Met een volle etalage, zien onze gasten niet meer waarvoor ze nu echt moeten komen.

De benaming van Schouwen-Duiveland als vakantie-eiland is overigens, gelet op het hoogste aantal overnachtingen in de Delta en het belang van recreatie voor de eilandelijke economie, in de basis terecht. Wonen en werken op Schouwen-Duiveland, voelt ook echt als wonen en werken op een vakantie-eiland.

#### Het imago van het eiland

Het imago van Schouwen-Duiveland wordt vooral bepaald door het toeristische imago. Het doel van het imago-onderzoek (Right Marktonderzoek 2016) was om inzicht te bieden in hoeverre Schouwen-Duiveland zich onderscheidt van de andere kustgemeenten en in hoeverre de merkbelofte gerealiseerd wordt. De Merkbelofte voor 'Verblijven' is: 'Veelzijdig vakantie-eiland met water, natuur en cultuur. Van ontspannen tot bruisend. Een vakantie-eiland met evenementen en activiteiten aan, in, en op het water'.

Uit het imago-onderzoek komt dat het merk 'Schouwen-Duiveland' weinig tot geen merklading heeft. Van de Nederlanders weet 26% het eiland als 'Schouwen-Duiveland' te benoemen. Een groot deel van de toeristen weet de individuele eilanden niet te benoemen en benoemt de eigen vakantiebestemming vooral als 'Zeeland' of door middel van de plaats waar men daadwerkelijk verblijft. Ook kent men elementen van ons eiland, het strand, de Oosterscheldekering, Zierikzee, de Brouwersdam etc.

Water, natuur en ontspannen zijn zaken die wel herkend worden, maar kust, strand en rust zijn zaken die meer als typerend worden gezien. Het onderdeel 'bruisende activiteiten en evenementen' wordt nagenoeg niet herkend. Schouwen-Duiveland wordt nagenoeg niet gezien als een eiland waar je het gehele jaar kunt verblijven. Buiten de periodes in het hoogseizoen, wordt de rust veel meer gezien als 'niets te doen'. De afstand naar Zeeland is voor veel toeristen een drempel. Voor de Waddeneilanden geldt afstand ook als nadeel, maar deze hebben toch een sterkere positie.

Er wordt er ook regelmatig gekozen op accommodaties; bijna onafhankelijk van locatie. Toeristen zien ook wel achterblijvende kwaliteit: dorpen die te weinig te bieden hebben, achterstallig onderhoud en een groot verschil tussen accommodaties (ondernemers). Er is weinig te doen en ook bij de accommodatie is weinig bekend over wat er te doen is. Er zijn aanmerkingen over het aanbod, wat betreft kwaliteit van accommodaties / campings, ook wat betreft strandpaviljoens. De watersporten zijn lang niet altijd bekend genoeg. De echte watersporters weten het, kennen de wateren en komen speciaal daarvoor. Belgen vinden dat Schouwen-Duiveland vooral een verrassend mooie, rustige kust heeft. Veel minder 'industriëel' en druk dan de Belgische kust. Bovendien blijkt het dichterbij dan verwacht. Duitsers zijn 'fan' van de gehele Nederlandse kust, ook de Zeeuwse kust, vooral voor de korte vakantie. De naam 'Schouwen-Duiveland' is bij beide echter nagenoeg onbekend. Duitsers blijken de beste promotors van Zeeland.

Schouwen-Duiveland is geen bekend merk, maar wel een goed merk. Een groot gedeelte van zowel Belgen als Duitsers is reeds eerder geweest (circa twee derde). Van de Nederlanders is dit zelfs 75-80%. De waardering als men is geweest is ook erg groot, liefst 95% geeft aan ons eiland een hoge waardering. Redenen voor een lange of korte vakantie zijn:

Top 5 Motivatie / belangrijk bij lange en korte vakantie:

	Nederlandse vakantiegangers	Duitsers	Belgen
1.	Natuur	Kust / Strand	Natuur
2.	Cultuur / Historie	Natuur	Culinair
3.	(Actief) er-op-uit	Culinair	Wandelmogelijkheden
4.	Wandelmogelijkheden	(Actief) er-op-uit	Cultuur / Historie
5.	Kust / Strand	Cultuur / Historie	Kust / Strand

	Nederlandse vakantiegangers	Duitsers	Belgen
1.	Natuur	Culinair	Natuur
2.	Cultuur / Historie	Natuur	Culinair
3.	Culinair	(Actief) er-op-uit	Wandelmogelijkheden
4.	Wandelmogelijkheden	Kust / Strand	Cultuur / Historie
5.	(Actief) er-op-uit	Bezoeken attracties	(Actief) er-op-uit

### Wat maakt ons eiland nou zo uniek en onderscheidend: de THS

'Schouwen-Duiveland heeft aan alle kanten grote wateren. Deze wateren zijn internationale topnatuur. Hiermee onderscheidt Schouwen-Duiveland zich van diverse andere (toeristische) gebieden in Nederland zoals bijvoorbeeld het Groene Hart of de Veluwe' (uit de pilot Eilandmarketing (2011)).

Schouwen-Duiveland is in de eerste plaats een eiland, verbonden met de omgeving door de Deltawerken. Omgeven door water, heeft ons eiland in Zeeland de meeste en grootste Natura 2000 gebieden: de Voordelta met het ongerepte en brede Noordzeestrand aan het zeereservaat, de Grevelingen (het grootste zoutwater meer van Europa) en het Nationaal Park Oosterschelde, het grootste en natste Nationaal Park van Nederland, met een prachtige en kleurrijke onderwaterwereld. Ook is de Kop van Schouwen het grootste duingebied en bos van Zeeland en Natura 2000 gebied. Allemaal internationale topnatuur en onderdeel van het Natuurnetwerk Nederland. Met de 1500 ha nieuwe natuur aan de Zuidkust (vogelgebied) en de volkomen rust, donkerste, stilte oftewel het 'oergevoel', dat je op ons eiland kunt beleven, biedt ons eiland volop kansen om gasten de unieke omgevingskwaliteiten actief te laten beleven, op het land, op de grens van water en land (stranden, dijken, de dammen) en op het water. De Deltawerken en het verhaal van de strijd tegen het water vormen ook een unieke beleving voor onze gasten die nergens anders te vinden is. Het promoten van deze onderscheidende elementen versterkt de merkbeleving van ons eiland.



Vanuit het DNA van het eiland komen we tot de volgende beschrijving voor een meer onderscheidende en toeristische positionering.

### De GROEN BLAUWE OASE van Nederland

De diversiteit in natuur is dé Unique Selling Point (USP) van Schouwen-Duiveland. Water maakt als pijler onderdeel uit van deze natuur. Het pure robuuste karakter van de natuur is hét onderscheidend vermogen van Schouwen-Duiveland en uniek in Zeeland. De (onderscheidende) natuurelementen moeten we aan elkaar verbinden in een herkenbare etalage (THS). Het eiland heeft op cultureel gebied veel te bieden (Zierikzee, Brouwershaven, musea) maar hiermee onderscheidt Schouwen-Duiveland zich niet ten opzichte van andere steden en regio's. Schouwen-Duiveland is als merk niet voldoende bekend. De diverse elementen van het eiland zijn meer bekend. Die zetten we dan ook in de etalage. Dit doen we aan de hand van de volgende corporate story:

#### Corporate story Schouwen-Duiveland

Schouwen-Duiveland, de groen blauwe oase van Nederland. De brede ongerepte stranden en duinen aan de Voordelta, het Nationale Park Oosterschelde en het Grevelingenmeer, lopen hier natuurlijk in elkaar over. Het ongerepte karakter van deze natuur maakt Schouwen-Duiveland uniek. Schouwen-Duiveland is een plek met ruimte voor jezelf, om het eiland actief te beleven, samen te zijn met familie en vrienden of helemaal niets te doen. Het ideale vakantie-eiland dus voor gezinnen met jonge kinderen, actieve-50+ers en jonge avonturiers: je kunt hier genieten van culinaire hoogstandjes zoals de Oosterscheldekreeft, het spotten van zeehonden, het fietsen of wandelen langs het water en een divers aanbod aan watersportactiviteiten zoals aan de Brouwersdam, bekend van Concert at Sea. Een eiland dat vertrouwd aanvoelt, verrassend dichtbij is en waar je graag terugkomt om te verblijven op de kwalitatief hoogstaande hotels, campings en B&B's.

Door duidelijke keuzes te maken in de bestemmingsmarketing aan de hand van de indeling in statements, specialityproducten en basisproducten, versterken we onze onderscheidende positionering. Dat zorgt voor een geleidelijke versterking van het imago en de bekendheid. Gelet op onze omgevingskwaliteiten, het profiel van de gast (die natuur steeds belangrijker vindt) en de motieven om ons eiland te bezoeken uit het imago-onderzoek (waar natuurbeleving bovenaan staat) leggen we hier een belangrijke rol weg voor natuur en de natuurlijke omgeving. Het kiezen voor koers in de toeristische marketing en promotie betekent uiteraard niet dat we de speciality- en basisproducten niet promoten.

Dit doen we uiteraard wel, maar deze zetten we minder nadrukkelijk in de etalage als de statements.

#### 1. Statement Producten Pyramide onderscheidend vermogen Toeristische Hoofdstructuur (THS)

Het brede ongerepte strand in de Voordelta: Natura 2000 gebied met het unieke Zeeereservaat (zeehonden, vogels)

Het Watersnoodmuseum met het verhaal van de strijd tegen het water en de voorspoed die het water brengt

De Oosterscheldekering (Neeltje Jans) met het verhaal van de Deltawerken

Het Nationale Park Oosterschelde met het unieke (onder)waterleven (zeehonden, bruinvissen, sepia's/duiken, Oosterscheldekreeft en het buitendijks fietsen)

Superspot Brouwersdam bekend van Concert at Sea, unieke internationale spot voor surfen en extreme sporten

#### 2. Speciality Producten Pyramide onderscheidend vermogen Toeristische Hoofdstructuur (THS)

- Culinair/streekproducten: Oosterscheldekreeft, Grevelingenoeesters, mesheften etc.
- Het grootste zoutwatermeer van Europa en Natura 2000 gebied: de Grevelingen (natuur en watersport)
- Het Natura 2000 gebied Kop van Schouwen met de Vuurtoren (Westerlichttoren) van Nieuw Haamstede (bekend van 250 gulden biljet)
- Zierikzee monumentenstad (Top 10 cultuurhistorische steden) en omgeven door natuur aan het Nationaal Park Oosterschelde
- De Plompetoren in Burghsluis (verhaal verdronken dorpen)
- De waterthemagerelateerde evenementen zoals: Concert at Sea op de Brouwersdam, Havendagen, Visserijdagen, Strao's (regionaal), Kustmarathon, Fjoertoer
- Vogels spotten/natuurbeleving in Plan Tureluur, Prunjegebied, Dijkwater, Kreken van Ouwerkerk etc..
- Haven Brouwershaven (maritiem, inclusief verhaal Jacob Cats)
- 5 sterren fietsprovincie/fiets een rondje met een pontje
- Chartervaart/rievercruises (slapen in een mosselkotter)
- Congresmogelijkheden nabij het water: (Haven van Renesse/Zeeuwse Stroom, Ourseaside, Land en Zee, Grand Hotel Ter Duin
  - Atlantic Wall
- Culturele evenementen/Kunst: Kunstschaouw
  - Diverse overige (water)sportactiviteiten (strandjuten, paardrijden, zeevissen, zeilen, kanovaren, vliegeren, abseilen, brandingsurfen, mountainbiken, survivaltochten



### 3. Basis Producten Pyramide onderscheidend vermogen Toeristische Hoofdstructuur (THS)

- Renesse (Badplaats in de duinen/zeehondendorp)
  - De Schatkamers van het eiland: de 8 musea
  - Duurzame vakantiebestemming: koploper in keurmerken Quality Coast en ECO XXI, Blauwe Vlag, Greenkey, (steeds meer) duurzame ondernemers
    - Overnachten in stijlvolle en historische (jacht)havens (Scharendijke, Bru, Zierikzee, Den Osse)
  - Historische tram Brouwersdam (RTM) langs Grevelingenmeer
- Platbodems op de Grevelingen en de Oosterschelde
  - Goede en betaalbare verblijfsmogelijkheden: (boeren)-campings, bungalowparken, hotels, all-inn, comfortabele chalets, vakantiehuizen, B&B en groepsaccommodaties
  - Goede centrumvoorzieningen (zwembaden, speeltuinen, animatieteams etc.) op de campings
- Luxe en kwaliteit in strandpaviljoens (trendy, lounge) vooral Renesse/Brouwersdam
- Uitgestrekte landbouwgronden (inclusief zicht over het eiland 'platte van Schouwen')
  - Authentieke boerenerven
  - Goede wandel-, fietspaden en menroute/paardenroutestructuur (fietsen langs dorpjes etc. inclusief fietscafés)
- Renesse seizoenmarkt en Zierikzee weekmarkt
  - Kermis Renesse en Zierikzee
- Toeristendagen Zierikzee, snuffel- en themamarkten
- Overige dorpen: Bruinisse (maritiem/mosseldorp), Dreischor (het groenste dorp), Burgh-Haamstede etc.

#### De verhaallijnen voor de THS: basis voor arrangement- en productontwikkeling (nieuwe verdienmodellen), fysieke infrastructuur en digitale strategie

Gelet op de toeristische positionering en de corporate story bepalen we een aantal verhaallijnen aan de hand waarvan we onze statements, specialities en basisproducten (in volgorde van prioriteit) aan elkaar gaan verbinden. Per product bekijken we hoe we het product voor onze gasten beleefbaar(der) kunnen maken, het verhaal hiervan kunnen vertellen (via ambassadeurs etc.) en verbinden aan onze corporate story. Een mooi voorbeeld is de Westerlichtvuurtoren in Nieuw-Haamstede. Een prachtig statement, maar nu niet te bezoeken of beleven. We zoeken bij de verhaallijnen ambassadeurs die een band hebben met Schouwen-Duiveland en deze verhaal(lijnen) vertellen en authentiek ('Echt Waar') maken. De verhaallijnen zijn de basis voor de benodigde infrastructuur om onze THS optimaal te kunnen laten beleven. Aan de verhaallijnen koppelen we doelstellingen en budgetten om een zo goed mogelijke infrastructuur tot stand te brengen, zowel fysiek als voor productontwikkeling. De verhaallijnen moeten leiden tot nieuwe arrangementen en productontwikkeling, ook door ondernemers en dus zo mogelijk tot nieuwe verdienmodellen.

Het onderscheidend vermogen van onze groen blauwe oase en de daaraan verbonden verhaallijnen, vormen ook een belangrijke basis voor onze digitale strategie. Datagedreven en met content vanuit onze verhaallijnen, bepalen we doelstellingen met daaraan gekoppelde budgetten voor digitale marketing. De volgende verhaallijnen passen het beste bij de onderscheidende positionering in volgorde van prioritering:

- 1) 'Beleef onze internationale topnatuur!' (de vier Natura 2000 gebieden met grote diversiteit aan landschap en biodiversiteit).
- 2) 'Nederland Waterland: omgaan met water' (Watersnoodmuseum, Oosterscheldekering/Neeltje Jans zijn benoemd als landelijke iconen).
- 3) 'Welkom op het water!' (grote diversiteit in water(sport)beleving aan de Voordelta en de binnenwateren en waterbeleving voor jongeren).
- 4) 'Ervaar het pure leven op ons eiland!' (vanuit DNA' oergevoel): gezond eten met streekproducten, zilte zaligheden, gezond bewegen, gezond Zeeland, versterken well-being in onze natuur).

NBTC campagne 'Nederland Waterland'



## Hoofdstuk 4 Waar gaan we voor?

Aan de hand van de meest actuele cijfers hebben we laten zien dat de recreatie feitelijk dé belangrijkste economische factor op ons eiland is. De sector recreatie en toerisme is ook veerkrachtig, zoals bleek gedurende de economische crises. We weten nu hoe vitaal onze verblijfsrecreatie is, welk deel aandacht behoeft en met de 'Zeeuwse database aanbod verblijfsrecreatie', krijgen we een nog beter beeld van de hoeveelheid verblijfsrecreatie-eenheden op ons eiland.

Onze vrijetijdseconomie heeft ook een grote maatschappelijke betekenis, draagt bij aan onze leefbaarheid, ons voorzieningenniveau en aan de beleving van ons eiland, bijvoorbeeld door dagrecreatie en evenementen. Zo heeft onze recreatie niet alleen invloed op het recreëren zelf, maar ook op wonen en werken. Houden we onze recreatie vitaal, dan houden we dus ons eiland vitaal.

We leren het profiel van onze gast steeds beter kennen en weten wat de laatste trends en ontwikkelingen zijn. Ook hebben we de belangrijkste vraagstukken en opgaven op het gebied van toerisme en recreatie geïnventariseerd. Bovendien hebben we een goed beeld van ons imago en onze onderscheidende positionering als basis voor onze THS. Met deze uitgangspunten kunnen we tot een nieuwe visie komen en bepalen waar we naar toe willen.

### Visie en missie voor onze groen blauwe oase

In onze ogen heeft de groen/blauwe oase Schouwen-Duiveland zich over 25 jaar ontwikkeld tot dé toeristische bestemming in de Delta als het gaat om genieten van natuurbeleving, gekoppeld aan een hoge kwaliteit en duurzaamheid van het toeristisch recreatieve product. Hierdoor blijft de recreatiesector de belangrijkste economische motorfactor van het eiland, kan het de concurrentie met andere toeristische bestemmingen met vertrouwen aan en zijn we een voorbeeld voor andere kustgemeenten. De missie die bij deze visie hoort, luidt:

*'de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland'*

In deze missie vinden we een hoog ambitieniveau terug dat zich vertaalt in excellente ruimtelijke en landschappelijke kwaliteit, innovatieve bedrijfsconcepten, een duidelijk onderscheidend vermogen en een substantiële sociale bijdrage. Aan de hand van deze missie houden we continu nieuwe initiatieven en ontwikkelingen tegen het licht en bepalen we of deze bijdragen aan onze visie.

## Economische doelstellingen

Aan de hand van de maatwerkrapportages van het Kenniscentrum Kusttoerisme, kunnen we een aantal economische effecten monitoren en hier beleidsmatig doelstellingen aan verbinden. Dit is de toegevoegde waarde van ons toerisme dat bestaat uit de totale bestedingen van onze verblijfsrecreatie en dagrecreatie. Ook biedt het toerisme ten opzichte van de andere sectoren veel werkgelegenheid. We hebben voor ons eiland nog geen eenduidig beeld van de daadwerkelijke gemiddelde bestedingen per persoon om hier concrete economische doelstellingen aan te kunnen verbinden. Wel zijn er landelijke gemiddelden.

Sinds 2014 zit ons toerisme weer in de lift. Van 2014 naar 2015 groeiden de totale bestedingen van het verblijfstoerisme met zo'n 6%, van 2015 naar 2016 met zo'n 1,5%. Van het dagtoerisme hebben we pas cijfers vanaf 2015. De totale bestedingen van het dagtoerisme daalden van 2015 naar 2016 licht. De werkgelegenheid steeg van 2015 naar 2016 met 0,8% en de totale bestedingen (verblijfstoerisme en dagtoerisme samen) met ongeveer hetzelfde percentage.

Inzet is om in ieder geval de totale bestedingen voor zowel verblijfsrecreatie als dagrecreatie en de werkgelegenheid, minimaal op het niveau van 2016 te houden. Gelet op de schommelingen in deze turbulente markt, is het niet realistisch om uit te gaan van sterke groeiscenario's over meerdere jaren. Ons toerisme groeit immers nog maar licht en dit komt vooral door de buitenlandse markt. De groeiprognoses daarvan zijn echter goed, vooral de Duitse en Belgische markt. De komende jaren tot en met 2021 streven we daarom toch voorzichtig naar een toename van 1,0% per jaar van de totale bestedingen van recreatie en toerisme. Dit geldt ook voor het niveau van de werkgelegenheid. We beschikken nog over onvoldoende meerjarige gegevens over dagrecreatie om hier een stijgend scenario aan te kunnen verbinden, vandaar dat we dit in ieder geval ook op het bestaande niveau van 2016 willen houden.

### Operationele doelstellingen:

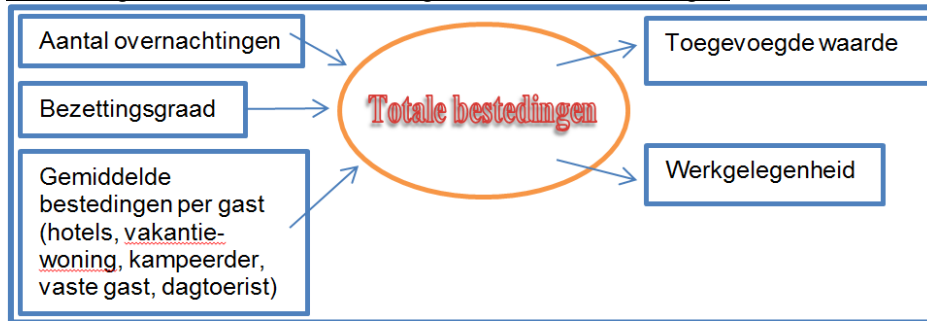
Verhoging van de totale bestedingen, de werkgelegenheid en het verblijfstoerisme en het behoud van het niveau van dagtoerisme, kunnen we bereiken door de volgende operationele doelstellingen:

- Verhoging van het aantal overnachtingen in de schouderseizoenen. Ons eiland zit in de piekperiodes vol (hoogseizoen, Hemelvaart, Pinksteren en Froleichnahm). De ruimte zit in de schouderseizoenen.
- Verhoging van de bezettingsgraad (ook in het hoogseizoen) en de gemiddelde bestedingen door meer ondernemerschap en kwaliteitsverbetering. Ook bij hotels en pensions gaat het vooral om het versterken/uitbreiden van de bestaande

hotels en het (versterken van) goede bedrijfsconcepten, zodat minder sprake is van seizoensafhankelijkheid.

- Verhoging van de gemiddelde bestedingen door het toeristisch kamperen te stimuleren. Dit biedt kansen in het verhogen van omzetten omdat toeristische plaatsen meer opbrengen dan vaste plaatsen. Bij toeristisch kamperen inspelen op de vraag naar luxe camperplaatsen en back to basic, maar wel met beleving.
- Verhoging van gemiddelde bestedingen door minicampings/platteland gericht op dagrecreatie en stimulering van (jaarrond) evenementen.

Monitoring economische doelstellingen en onderzoeksvragen:



Het is zaak te werken met concrete en meetbare economische doelstellingen. We stemmen de doelstellingen daarom af op de regionale cijfers die voor verblijfsrecreatie beschikbaar zijn. Van deze cijfers zijn tot op heden meetbaar: het aantal overnachtingen, de totale bestedingen, de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid. De gemiddelde bezettingsgraad is meetbaar, maar niet direct via de bestaande maatwerkrapportagemethodiek. Dit vergt daarom nader (periodiek) onderzoek. Ook de daadwerkelijke gemiddelde bestedingen per gast zijn een resterende en periodieke onderzoeksvraag. Om de 4 jaar laten we de economische ontwikkeling van onze recreatie en toerisme uitgebreid onderzoeken om te bezien of economische doelstellingen zijn behaald en om deze waar nodig bij te stellen.

Met deze visie, missie en economische doestellingen bepalen we onze strategie. Deze komt er op neer dat we door brede samenwerking met partijen binnen en buiten de recreatiesector, een transitie op ons eiland op gang willen brengen. Onder het motto meten is weten vraagt het goed in beeld brengen van – en contact houden met onze huidige en toekomstige gasten hierbij centrale aandacht.

**Transitiestrategie: behoud en versterking van onze natuur en natuurbeleving, innoveren van onze (verblijfs-)recreatie en vanuit onze THS inspelen op het profiel van onze gasten. Dit realiseren we door samenwerking.**

Verder versterken van onze 'groen-blaauwe oase'

Als 'groen-blaauwe' oase heeft Schouwen-Duiveland alles in zich om binnen de Delta een 'groen statement' te maken en een claim te leggen op natuur en natuurbeleving. Dit sluit aan bij onze kernkwaliteiten van ons dynamische water en veelzijdige natuurlandschap, maar ook bij het profiel van de gast van morgen. De groen-blaauwe oase is ook waar veel van onze gasten voor komen. Veel mensen beleven het vaakst een 'geluismoment' in de natuur. Natuur is ook het belangrijkste motief om ons eiland te bezoeken, zowel voor een lange als korte vakantie. Deze aantrekkingskracht en vooral (natuur)beleving, willen we behouden en nog verder versterken. Ons water is daarbij onderdeel van deze natuur en de verschillende vormen van waterbeleving zijn de manier om de natuurlijke elementen van het eiland te ervaren (zien, leren kennen, ruiken, proeven). Cultuurtoerisme aan de andere kant trekt over het algemeen weinig toeristen (rapportage Kenniscentrum Kusttoerisme 2017).

Schouwen-Duiveland voert al langere tijd een beleid tot het behoud en het versterken van onze natuur, natuurwaarden en veelzijdige landschap. Met ons open landschap en ongerepte strand onderscheiden we ons van andere kustgemeenten. We zien ook dat investeren in natuur loont. Niet alleen onze gasten vinden natuurbeleving steeds belangrijker, ook onze inwoners willen hun weidse Zeeuwse eiland behouden. Daarom gaan we de mogelijkheden om nieuwe natuur en landschap te ontwikkelen en te beleven onderzoeken, bijvoorbeeld langs de Deltawateren, de Oosterschelde, de Grevelingen en in de buurt van de kernen. Dit betekent minder belasting voor de bestaande natuur. Deze nieuwe natuur is toegankelijk en beleefbaar en samen met ondernemers en inwoners ontwikkeld. Langs deze wateren ontstaan kleinschalige en bijzondere gedifferentieerde vormen van verblijfsrecreatie die passen bij de natuurlijke omgeving. Hiermee bieden we onze gasten een unieke en natuurlijke beleving.

Innovatie van verblijfsrecreatie

De komende jaren is dus niet kwantiteit, maar kwaliteit leidend voor de verblijfsrecreatie op ons eiland. We faciliteren en stimuleren innovatie, aanboddifferentiatie en kruisbestuivingen en zorgen ervoor dat verouderde parken worden aangepast of verdwijnen. In dit proces brengen we ondernemers samen die willen herstructureren en ontwikkelen. Hiermee voorkomen we

nieuwe en dure grootschalige herstructureringsopgaven. Omdat er weinig tot geen mogelijkheden zijn voor nieuwvestiging, stimuleren we de gewenste herstructurering en innovatie van verouderde recreatieparken, ook in het landelijk gebied. Deze parken worden (weer) Zeeuwse topkwaliteit, passend bij hun omgeving, badplaats of kern. De terreinen vormen hierbij een integraal onderdeel van het landschap. Hierdoor komt het lokale DNA tot leven, wordt de leefbaarheid versterkt en ontstaan nieuwe initiatieven tot samenwerking tussen verblijfsrecreatie en het plaatselijke MKB.

De komende jaren willen we samen met ondernemers inzetten op diversiteit en innovatie en hen hierbij faciliteren om de aansluiting met de sterk ontwikkelende markt te houden en behoedzaam om te gaan met recreatie-eenheden en -bebouwing. We willen komen tot onderscheidende concepten die de kustbeleving versterken en inspelen op het profiel van de gast en de trends in verblijfsrecreatie. We koppelen dit aan het versterken van ondernemerschap. Niet alleen met meer gastvrijheid, kennis van de omgeving en jaarrondexploitatie, maar ook als duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen. We zoeken in deze innovatie bewust naar kruisbestuiving met andere sectoren als natuur, gezondheid/-streekproducten/culinair, waterbeleving en cultuur(historie). Samenhang in projecten en een goede ruimtelijke vertaling daarvan zodat er sprake is van integrale omgevingskwaliteit is de basis. Van gemeentezijde is het zaak ondernemers hierin goed te begeleiden (accounthouderschap) zodat we samen met ondernemers initiatieven verder brengen.

Eventuele nieuwvestiging van verblijfsrecreatie is uitsluitend mogelijk als hierbij andere knelpunten op het eiland worden opgelost of een bijdrage wordt geleverd aan gebiedsvisiegerichte ontwikkelingen. Doel is om hierdoor het aantal terreinen en/of eenheden te verminderen die het contact met de markt zijn verloren.

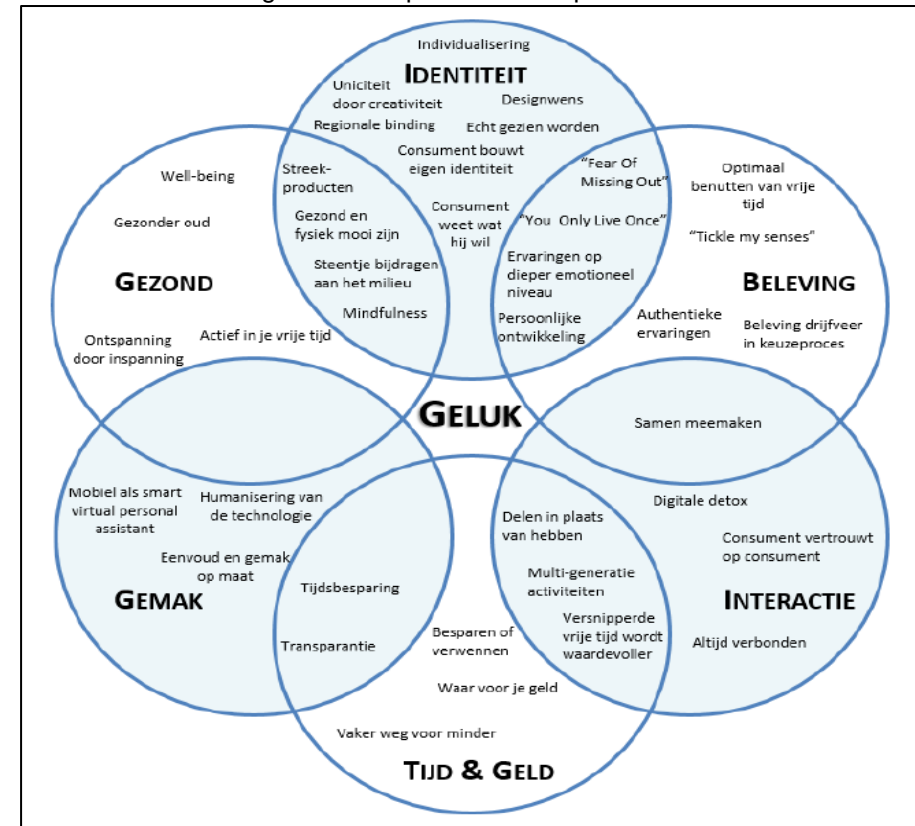
Innoveren in alle segmenten van de markt

Onze prioriteit ligt bij het innoveren van onze verblijfsrecreatie (waaronder ook hotels/pensions). Hiermee kunnen we als vakantie-eiland een belangrijke onderscheidende kwaliteit genereren, met ook een belangrijke maatschappelijke meerwaarde. Het creëren van een nieuwe onderscheidende waarde is echter niet alleen belangrijk voor onze verblijfsrecreatie, maar ook voor onze overige (dag)recreatie (strandpaviljoens, restaurants etc.). Ook hier moet de focus meer komen op onderscheidende en kwalitatief hoogwaardige producten, die passen bij het lokale DNA en de streek/omgeving, zowel in materiaalgebruik, food, als in activiteiten. Belangrijk is ook om meer aandacht te hebben voor de omgeving.

Daarom gaan we meer in gesprek met inwoners, om te zorgen voor toegevoegde waarde, niet alleen voor gasten en ondernemers maar ook voor de inwoners zelf.

Beter aansluiten op het profiel van de gast

Dit alles vergt een omslag naar nieuwe business- en verdienmodellen zodat we komen tot meer evenwicht in en een duurzamere ontwikkeling van onze (verblijfs-)recreatie. Alleen door te excelleren in kwaliteit en onderscheidend te zijn in ons toeristisch product, door samen te werken en te zorgen voor kruisbestuivingen, kunnen we de concurrentie met andere toeristische bestemmingen in de toekomst blijven aangaan. Vanuit ons onderscheidend vermogen en DNA bieden we onze gasten, het hele jaar door een goed bereikbare en unieke beleving. Gekoppeld aan gastvrijheid maken we deze ervaring persoonlijk; door het unieke ‘oergevoel’ heeft men hier ruimte voor zichzelf en kan men gezond ontspannen en inspennen.





De gast ervaart gemak op maat met service en optimale digitale middelen. Hierdoor heeft de gast tijd voor interactie met familie en vrienden in kwaliteitsaccommodaties en krijgt onze gast waar voor zijn geld.

Op termijn willen we het profiel van de gast en wat hij daadwerkelijk onderneemt op ons eiland goed inzichtelijk en meetbaar maken, zowel aan de hand van gebruik van de ZeelandPas als overige big data. Op die manier kunnen we monitoren of onze gasten de vanuit onze THS aangeboden producten daadwerkelijk benutten.

Onze gasten vertellen het verhaal van onze groen blauwe oase:

**Jan en Nel (55 en 52 jaar) zijn tijdens hun vakantie op zoek naar rust. Wandelen in de natuur en langs het vele water vinden ze hierbij heerlijk. Ze zijn geïnteresseerd in de omgeving waar ze op vakantie zijn en bezoeken daarom historische plekken als het Waterloodmuseum en Neeltje Jans op de Oosterscheldekering. Ze verblijven in een b&b in Zierikzee waar ze genieten van alle gemakken van deze monumentale stad.**

**Victor en Amanda komen naar Schouwen-Duiveland omdat ze van zeilen houden. Met hun boot leggen ze aan in één van de mooie jachthavens op het eiland. Als ze even niet op het water te vinden zijn gaan ze naar hun favoriete strandpaviljoen op het ongerepte natuurstrand, zelfs met zonnepanelen en gratis wifi! Ze genieten daar van al het heerlijks wat er uit het water wordt opgevist zoals mosselen, Oosterscheldekreeft en Grevelingenoesters.**

**Bart en Loes komen uit Amsterdam en hebben 2 kinderen van 10 en 12. Tijdens hun vakantie trekken ze er graag met de fiets op uit om van de natuur te genieten en waar kan dat beter dan op Schouwen-Duiveland met haar brede ongerepte stranden, mooie duinlandschappen en het Nationale Park Oosterschelde. Daar fietsen ze heerlijk buitendijks langs!. De camping op het eiland hebben ze speciaal uitgekozen omdat deze van alle gemakken is voorzien. De kinderen gaan lekker met de boswachter de natuur in.**

**“Voor ons markeert Schouwen-Duiveland het historische verhaal van Zeeland en haar strijd tegen het water”**

**“We hoorden van vrienden dat dit een mooi en rustig eiland is. Nooit gedacht dat Schouwen-Duiveland zoveel prachtige natuur te bieden heeft”**

**“Schouwen-Duiveland is voor ons een eiland waar je heerlijk kunt genieten, op het water en op het land”**

**“Schouwen-Duiveland is de coolste surfspot van Nederland”**

**Mik is 19 jaar en fanatiek surfer. In de zomermaanden verblijft hij, samen met zijn vrienden, 4 weken lang op een camping in Renesse vlakbij de Brouwersdam. Op dagen wanneer het minder waait gaat hij met een bootje het Grevelingenmeer op om te duiken.**

### Samenwerking tussen ondernemers, overheid en inwoners

We gaan met ondernemers, inwoners en onze regionale partners een gezamenlijk traject in om de toekomst van ons toerisme vorm te geven. De recreatieve denktank is de basis voor deze samenwerking. We hebben structureel overleg met de denktank met een gezamenlijke agenda en mediacommunicatie. We hebben ook (via de VZG) periodieke afstemming met de Toeristische UitvoeringsAlliantie (TUA) en de Delta kustgemeenten. Dit genereert mogelijk ook extra middelen in Europees verband.

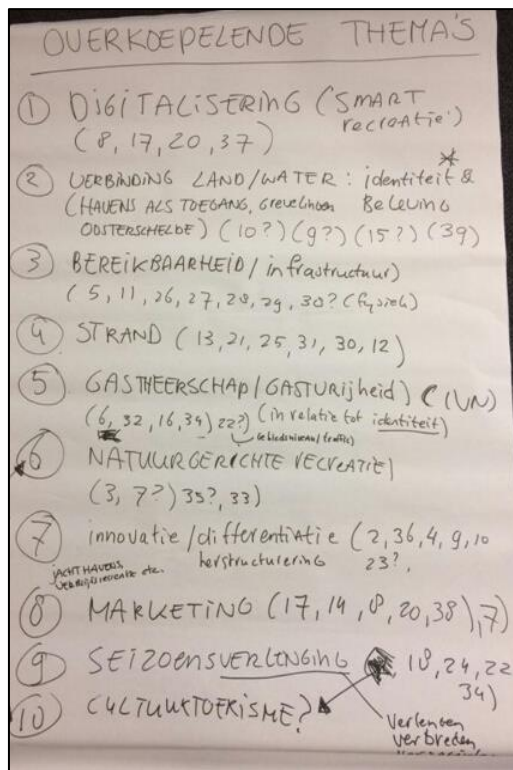
### Goede handhavingsafspraken

Tot slot zijn in onze strategie goede handhavingsafspraken nodig, ook gezien de 'AMvB inrichtingen brandveiligheid' voor kampeerterrainen. Met betere handhaving op onder andere brandveiligheid leveren we op de kortere termijn een oplossing voor problemen bij enkele kwalitatief mindere bedrijven. Aan onze strategie koppelen we een handhavingstraject op basis van regionale afspraken.

## Hoofdstuk 5 De opgaven: wat gaan we doen?

De feiten en cijfers, trends en ontwikkelingen en de daarbij behorende vraagstukken, zijn door de denktank tot een 10-tal overkoepelende thema's teruggebracht. Hier werken we de komende jaren aan om de vraagstukken op te lossen. De thema's vormen daarom onze toeristische doelstellingen. Gekoppeld aan deze doelstellingen is het in de nieuwe visie van belang om duidelijke beleidskeuzes te maken op de diverse vraagstukken. Per thema is benoemd aan welke prioriteit in het profiel van de gast het thema bijdraagt.

De uitwerking van deze thema's is door trekkers uit de denktank opgepakt. Aan de hand van de opgave per thema is een trekker, samen met diverse stakeholders van zowel het eiland als regionaal, aan de slag gegaan met de opgave van het thema. De thema's zijn dus gevoed vanuit het veld en de partijen die dagelijks aan onze recreatie werken.



### Financiering en uitvoering

De Voorziening toerisme, die gedekt wordt door een deel van de inkomsten toeristenbelasting, is een belangrijke basis voor het kunnen uitvoeren van de themaprojecten vanuit ons toeristische beleid. Ieder jaar stemmen we deze beleidsvoornemens af op de regionale agenda, zoals het uitvoeringsprogramma van de Toeristische Uitvoeringsalliantie (TUA) en bepalen we samen met de recreatiesector welke projecten we uitvoeren die bijdragen aan onze overkoepelende thema's. Samen met de recreatieve denktank en de politiek discussiëren we over deze uitvoeringswijze in relatie tot het aandachtspunt toeristenbelasting. We streven er naar dat we de komende jaren kunnen blijven werken met een voldoende flexibel en toereikend financieel programma waarmee we per jaar kunnen schakelen, kansen kunnen pakken en onze toeristische doelstellingen kunnen realiseren.

## Thema: 'Digitalisering dient de beleving'

De opgave: *We kunnen ons digitaal positief onderscheiden van andere toeristische bestemmingen.*

Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *gemak, tijd/geld en vanuit het 'oergevoel' aan gezond.*

Computers, smartphones en tablets zijn niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven. Maar liefst 75% van de Nederlanders boekt volgens het CBS via internet/email. We bewegen ons deels in een digitale wereld en de digitale middelen stellen ons in staat grote hoeveelheden informatie te verzamelen en te verwerken. Informatie die ons vooral behulpzaam is.



De werkelijke en digitale wereld zijn sterk met elkaar vervlochten. Vakanties boeken we thuis online en eenmaal op de bestemming is onze smartphone onze gids. Wat is er te doen, waar en wanneer. Tegenwoordig willen recreanten liever zelf hun tocht samenstellen op basis van eigen voorkeuren. De mogelijkheden op internet maken uitstapjes op maat mogelijk. Digitale bereikbaarheid is een must. Een locatie zonder Wifi is bijna ondenkbaar. Een beter geïnformeerde gast zal de bestemming beter waarderen en meer bezoeken (= besteden). Relevantie, inspiratie en gemak moeten centraal staan: op het juiste moment en op het juiste (online) communicatiekanaal, duidelijk en gebruiksvriendelijk. Ook maken we gebruik van voor de gast interessante en verrassende pop-up informatie.

De digitale snelweg stelt ondernemers in staat om ook op afstand effectief contact te hebben met oude en nieuwe gasten. Voor een online geboekte reis is ook minder inzet van personeel nodig. Dit bespaart weer kosten waardoor een boeking via internet meestal goedkoper is. Big data geven ons inzicht in het gedrag en de interesses van gasten en inwoners zodat toeristische ondernemers en organisaties hier beter op kunnen inspelen. Ze kennen immers het profiel van de gast. Technologische ontwikkelingen gaan snel en we moeten continu blijven. Onze concurrentie zit ook niet stil. De “slag” om de gunst van de gast wordt meer en meer met digitale middelen gestreden. Digitalisering en informatietechnologie zijn de komende jaren voor ons eiland belangrijke thema's.

### Thema: ‘Gedegen marketing en promotie’

De opgave: *samen, effectief onze trots uitdragen*  
 Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *identiteit, tijd/geld en vanuit het 'orgevoel' aan gezond.*

Marketing is geen sausje, maar het uitdragen van een vakantiebeleving die we in al zijn aspecten kunnen waarmaken. Het DNA van Schouwen-Duiveland is wat we zijn en wat je voelt wanneer je over ons eiland zwerft. Het DNA wat we met trots uitdragen. Onze mooie natuur, de landschappen, de steden en dorpen en de mensen van ons eiland. Alles zo verbonden met het leven met en de strijd tegen het water. Dit is onze identiteit, iets wat we niet alleen uitdragen en waar we reclame mee maken en bezoekers mee verleiden. Het is ook een identiteit waar ondernemers, overheid en inwoners consequent in moeten investeren. In onze bedrijven en onze omgeving. We onderscheiden ons daarmee op een positieve en aantrekkelijke manier van andere regio's wat onze gasten, eenmaal hier, ook zo zullen ervaren.

Belangrijk is de vraag hoe we Schouwen-Duiveland als toeristische bestemming in de spreekwoordelijke etalage zetten en promoten. Het is wenselijk om duidelijke doelmarkten te formuleren met de vraag wie gaan we benaderen en hoe. Ook hier is “meten is weten” weer een belangrijk thema. De ‘hoe’-vraag is vooral gekoppeld aan wat we gaan uitdragen en met welke middelen we dit doen. Kiezen we ervoor om al het moois op Schouwen Duiveland voor het voetlicht te brengen of zetten we juist zaken die ons echt onderscheiden van andere locaties in de schijnwerpers? Denk hierbij aan ‘tafelzilver’ als het Watersnoodmuseum, de Oosterscheldekering of een evenement als Concert@ Sea op de Brouwersdam. Moderne technieken maken het mogelijk om ons op een bij de tijd passende en pakkende wijze te presenteren. Beeld bepaalt veel

meer dan tekst. De financiële middelen voor marketing en promotie zijn beperkt. Dit maakt dat we ook hier keuzes moeten maken. Zetten we algemeen en breed in op allerlei verschillende marketingtools (website, webshop, vlaggen, posters, campagnes etc.) of focussen we ons meer diepgaand op een beperkt aantal instrumenten. De vraag is ook gerechtvaardigd of we niet meer over moeten hebben voor promotie en marketing. Inzet is samenwerking, ook binnen Zeeland, en een breed gedragen marketing en promotiestrategie. Wat we ons bij dit alles moeten realiseren is dat Schouwen-Duiveland als merk weinig bekendheid geniet.



### Thema: ‘De sterkste natuurbeleving’

De opgave: *meer met de natuur.....natuur beschermen en landschap produceren, maar ook (beter) beleven en benutten.*  
 Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *beleving, gezond, tijd/geld en identiteit.*

De Zeeuwse en Zuid-Hollandse Delta is door de unieke landschaps- en natuurwaarden een bijzonder en intrigerend gebied. Schouwen-Duiveland ligt daar als een parel middenin. Grote delen van ons eiland zijn bestempeld tot natuurgebieden van internationale betekenis. De Voordelta, de duinen, de Oosterschelde, de Grevelingen en ook de binnendijkse natuur van plan Tureluur huisvesten grote aantallen bijzondere dier- en plantensoorten. Niet alleen



bovenwater maar ook onderwater. Zeehonden of bruinvissen, je ziet ze vanaf de dijk of het strand. Duik naar sepia's bij de Zeelandbrug, ga voor een vogelsafari naar de Prunjie. Een ochtendwandeling door de duinen in het voorjaar is een belevenis. Onze gasten nemen deze jaarrond belevissen als een onvergetelijke ervaring mee naar huis.

Uit onderzoek blijkt duidelijk dat de natuur de belangrijkste reden is om te kiezen voor een vakantie op Schouwen-Duiveland. Het beleven en de toegankelijkheid daarvan kan volgens onze gasten echter beter. Dit vraagt om slim omgaan met het beschermen van onze natuur- en landschap zonder deze af te sluiten voor het publiek. Is dat echt nodig, dan vertellen we waarom en maken we ook dat een beleving op zich. Onze inzet is dat de natuur bij de mens komt en van dichtbij beleefd kan worden. Zonering is een bruikbaar instrument. De ene plek kan meer hebben dan de andere en door recreantenstromen beter te sturen investeren we in het overbrengen van kennis over de natuurwaarden. Dit is niet alleen een taak voor natuurorganisaties maar ook voor ondernemers. Ondernemers die als gastheer of als ambassadeur voor de natuur optreden. Dit onder het motto "kennen is zien" wat de beleving ten goede komt. Andersom draagt dit bij aan begrip voor de beschermende maatregelen. Natuur is niet alleen bos en duin maar ook water. Het beleven en ontsluiten van het water (op- en onderwater) is een speciale opgave. We maken hierbij gebruik van moderne communicatiemiddelen als twitter, facebook, vlogs en videoclips.



De sterkste natuurbeleving

## Thema: 'Verbinding land & water'

De opgave: *We beleven en gebruiken de verbinding land - water en water - land optimaal*

Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *beleving, gezond, tijd/geld en identiteit.*



Verbinding land & water

Schouwen-Duiveland is aan alle kanten omringd door unieke wateren. Elk water met haar eigen charme en belevingswaarde. De Noordzee, oneindig vergezicht soms ruig en woest, de Oosterschelde National Park en bijzonder getijdegebied en het rustige Grevelingenmeer, de zeil-, surf- en duiklocatie bij uitstek. Iedere gast en inwoner geniet van het uitzicht op het water. De verhalen van ons eiland zijn getekend door het omringende water. Deze verhalen gaan we vooral vertellen en uitdragen (zie ook thema cultuur en natuur). Eiland en water zijn één..... Schouwen-Duiveland is water en land.

Inzet is het unieke karakter van ons eiland omgeven door drie verschillende en unieke wateren beter te gebruiken en promoten. Kom als watersporter vooral aan land en geniet van al het moois wat ons eiland te bieden heeft. Strijk neer op een terras, fiets een keer langs het water en bezoek een museum. Als landrecreant ...stap ook eens op of over de dijk en geniet van de vergezichten en de pracht van de overgangen tussen land en water. Laat niet na om van wal te steken met rondvaartboot of veerpont. Ontdek als jongere de unieke beleving van het water door het surfen, varen of duiken. Plekken waar veel "beweging" is zoals sluizen, jachthavens, aanmeerplaatsen van rondvaartboten en veerponten kunnen we



veel meer als “VVV plekken” beschouwen. Deze ontmoetingsplekken moeten we beter laten zien, bekendmaken en laten ontdekken, bijvoorbeeld met een bord dat de verbinding tussen land-water markeert. De jachthavens hebben hierbij een bijzondere betekenis (poort naar water en land).



Voorbeeld markering ontmoetingsplek land & water

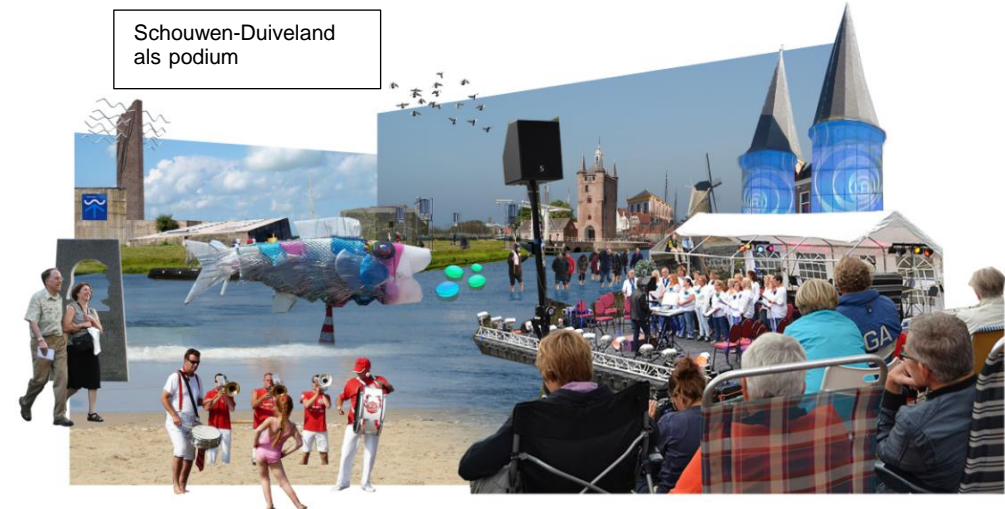
### Thema: ‘Schouwen-Duiveland als podium’

De opgave: *cultuurhistorie ... behouden, beleven en benutten.*  
Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *beleving, gezond, tijd/geld en identiteit.*

Schouwen-Duiveland heeft een rijke geschiedenis. Een geschiedenis van een eiland in

de Zeeuwse Delta die nauw verbonden is met het leven met en de strijd tegen het omringende water. Onze monumenten, het landschap, onze tradities en evenementen, alles herinnert ons aan een ver maar ook een nabij verleden verbonden door water. Veel daarvan is zichtbaar, ook in het landschap. Nog meer daarover is terug te vinden in boeken, archieven en verhalen. Ons erfgoed maakt Schouwen-Duiveland uniek en aantrekkelijk. Wij dragen deze kwaliteiten nog onvoldoende uit en benutten deze niet optimaal. Wij maken hier werk van door deze kwaliteiten meer consequent uit te dragen aan onze gasten op het eiland. Door het beleven en benutten van ons erfgoed komt onze geschiedenis tot leven, ook voor de toerist.

Musea moeten op een moderne wijze inzetten op beleving en activiteiten en minder op de collectie. Organiseer doe-activiteiten, vertel verhalen en maak gebruik van moderne communicatiemiddelen, ook digitaal en met gebruik van de Zeelandpas. Maak koppelingen tussen attracties en organiseer evenementen. Beleven en benutten is een meer actieve vorm van omgaan met onze monumenten, cultuurlandschappen en verhalen. Dit maakt dat inwoners en bezoekers onze groen-blauwe oase nog meer gaan waarderen.



### Thema: ‘Het hele eiland gastvrij’

De opgave: *logisch .... Schouwen-Duiveland is een gastvrij eiland!*  
Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *identiteit, tijd/geld en beleving.*

Vriendelijk, beleefd en behulpzaam zijn kost niks maar het belang ervan is juist voor een recreatiegemeente groot. Door een prettige ontvangst voelen gasten zich gewaardeerd en thuis. Het is een onderdeel van de vakantiebeleving. Goede of juist minder goede ervaringen, op de camping, in de winkels of gewoon op straat, zijn vaak onderdeel van de mond tot mond reclame al tijdens de vakantie maar zeker na thuiskomst. Daarmee kan de ervaren gastvrijheid ook bepalend zijn voor het wel of niet (her)bezoeken van ons eiland. Voor toeristische bedrijven of sectoren afhankelijk van het toerisme is gastheerschap een belangrijk thema. Gastheerschap en kwaliteit, houding en gedrag van ondernemer en personeel zijn nauw aan elkaar verbonden. Gastheerschap betekent ook uitleg kunnen geven over het aangeboden product en eilandgids zijn voor de gast.

Het hele eiland gastvrij



Gastvrijheid is onderdeel van een professionele bedrijfsvoering. Dit geldt ook voor handhavende of dienstverlenende takken van de gemeentelijke bedrijfsvoering waarmee de toerist in aanraking kan komen (parkeercontroleurs, baliemedewerkers).

Gastvrijheid moet voor ons allen, ook op straat, eigenlijk vanzelfsprekend zijn. Gewoon als waarde op zich maar ook gelet op wat het toerisme ons eiland en inwoners allemaal brengt (werkgelegenheid, winkelaanbod, welzijnsvoorzieningen). Iets waar we zeker stil bij mogen staan en wat we soms meer aandacht mogen geven. Dit plaatst de soms door toerisme ervaren overlast in een ander perspectief. We stralen uit dat we trots zijn op ons eiland en dragen deze trots graag over op onze gasten.

### Thema: ' Meer bezoekers in lente en herfst'

De opgave: *we trekken meer toeristen aan in voor- en naseizoen*  
Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *identiteit, tijd/geld en beleving*.

We werken al langer aan het verlengen van het toeristenseizoen. En niet zonder resultaat. Meer en meer weten toeristen Schouwen-Duiveland ook te vinden in het voor- en naseizoen. Waar in de zomermaanden de accommodaties zo goed als vol zitten is dit in de periode daarbuiten, los van de pieken met Hemelvaart en Pinksteren, nog zeker niet het geval. Er valt veel winst te halen uit het verhogen van de bezettingsgraad buiten het zomerseizoen. Dit is voor veel

bedrijven geen luxe of extra maar noodzaak voor een gezonde bedrijfsvoering. Meer overnachtingen betekent meer opbrengsten en daarmee meer investeringsruimte en compensatie voor de steeds stijgende kosten. Een betere jaarrond exploitatie maakt het ook mogelijk personeel jaarrond aan te nemen. Belangrijk voor de werkgelegenheid en de kwaliteit en continuïteit van de dienstverlening. Verlenging van het seizoen is vooral geen ding op zich. Seizoensverlenging draagt bij aan een positieve spiraal naar meer kwaliteit waar we jaarrond profijt van zullen hebben. Dit zal de aantrekkingskracht van ons eiland weer verhogen en zorgen voor meer bezoek.

We hebben de toerist ook buiten de zomer veel te bieden. Belangrijk is om dit aanbod goed te vermarkten en onder de aandacht te brengen van (potentiële) gasten. Denk daarbij bijvoorbeeld aan natuur, culinair, cultuur of sport en de buiten ons eiland wat minder bekende evenementen als de Fjoertoer, de jaarlijkse Straô's, het Festival Aan Zee en de Kunstschouw. We doen dit met speciaal seizoengerichte promotie met de daarbij passende beelden. Musea zijn er maar niet alle gasten weten ze te vinden. Nieuwe attracties (slechtweervoorzieningen) of nieuwe evenementen kunnen de aantrekkingskracht van ons eiland vergroten.



Samenwerking tussen ondernemers (recreatie, horeca, middenstand, attracties) is van groot belang. Er moet immers ook buiten het seizoen van alles te beleven en te doen zijn. Het kan dan niet zo zijn dat de gast voor (te veel) gesloten deuren komt te staan. Wat de samenwerking betreft moeten we niet schuwen om ook te kijken naar de dagattracties in de regio.



## Thema: ' Voortdurend vernieuwen'

De opgave: *meebewegen met de markt en permanent investeren in vernieuwing en kwaliteit*

Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *beleving, interactie en identiteit.*

In de recreatie is stilstand vandaag de dag achteruitgang. Dit geldt voor alle vormen van recreatie of het nu gaat om de dag- of verblijfsrecreatie of de watersport. De moderne recreant wil steeds sneller nieuwe dingen kunnen en beleven en de vraag naar luxe neemt toe. Het gemiddeld verblijf op het eiland wordt korter maar ook actiever, ook buiten het hoogseizoen. De ontwikkelingen vragen oog te hebben voor de toeristische markt (meten is weten) en het continue inzetten op vernieuwing en innovatie. Meten is weten maar lastiger dan ooit is echter het gedrag van de consument van morgen te voorspellen. Met dit gegeven moeten we slim en creatief omgaan wat zeker geen eenvoudige opgave is. Innovatie is niet alleen nieuwe ideeën naar voren brengen en denken in nieuwe product-markt combinaties maar ook bestaande zaken op een nieuwe wijze regelen. Denk daarbij bijvoorbeeld aan het meer benutten van de bij het personeel aanwezige kennis.

Voortdurend vernieuwen vraagt om een goed investeringsklimaat en creatieve ondernemers. Een investeringsklimaat waar vernieuwing wordt gefaciliteerd door passende niet knellende regels en ondersteunende subsidiemaatregelen. We focussen ons niet op de achterblijvers in de markt maar vooral op actieve en innovatieve ondernemers.



## Thema: ' Strand als blijvende trekker'

De opgave: *jaarrond, door weer en wind meer gebruik en beleving van ons ongerepte en open strand*

Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *beleving, tijd/geld, gezond en identiteit.*

Het mooie goud gele strand is zeker niet het enige wat Schouwen-Duiveland de vakantie gast te bieden heeft. Er is immers veel meer om te zien, te beleven en om van te genieten. Maar Schouwen-Duiveland zonder strand en strandbeleving is ondenkbaar. Strand en kust zijn van onschatbare emotionele en ook commerciële waarde voor Schouwen-Duiveland. Het strand is een plek om te spelen met emmer en schep, te luieren in de zon, uit te waaien en tot rust te komen, actief te genieten of feest te vieren in een van de strandpaviljoens. Voor ieder weer anders en het strand brengt ook in ieder seizoen wat anders. Ons strand is 21 km lang en verschilt van plek tot plek van karakter. In het verleden is al actief in gespeeld op deze diversiteit en zijn familie, sport en natuurstranden aangewezen. Inzet is om dit onderscheid uit te bouwen en beter te benutten, zodat de natuurbeleving op het strand sterker wordt (het 'groene'strand'), maar ook de beachfun.

Ondanks het feit dat strandbezoekers onze kuststrook en stranden loven vanwege de schoonheid en pure natuur is het nog steeds zo dat onze stranden beperkt worden benut. Slechts een paar dagen in het jaar is het strand echt goed gevuld met recreanten. Men strijkt dan vooral neer in de directe omgeving van strandovergangen. Even verderop is dan nog volop ruimte. De zaterdag is de dag in de week waarop het strand het meeste bezocht wordt. Het is zeker niet de bedoeling dat onze stranden overvol zouden moeten zijn. Inzet is echter om gedurende alle seizoenen van het jaar, over meerdere dagen van de week de recreatieve strandcapaciteit beter te benutten. Dit biedt een meerwaarde en een impuls aan het toeristisch product van Schouwen-Duiveland. De verbreding van de jaarrond exploitatie van voorzieningen op en buiten het strand is daarbij een belangrijk aandachtspunt. Er is ruimte voor nieuwe concepten en meer jaarrond evenementen.



Belangrijk is ook dat de stranden en parkeerplaatsen goed vind- en bereikbaar zijn. Het parkeren (auto, fiets) is goed geregeld en de mogelijkheden van bus of ander publiek transport worden optimaal benut (transferium, bus, paardentram). Eenmaal op het strand ontvangen we de strandbezoekers gastvrij en met al het gewenste comfort op de aanwezige en op duurzaamheid en streekbeleving gerichte strandpaviljoens. Hiervoor hebben de paviljoens voldoende ruimte waarbij oog is voor de inpassing in het strandlandschap. De veiligheid is door een op haar taak voorbereide strandreddingsbrigade gewaarborgd. De vraag is of in dit kader een professionaliseringsslag nodig is.

### Thema: 'Zorgeloos de unieke plekken op het eiland vinden'

De opgave: *toeristische voorzieningen en voor de toerist interessante plekken op ons eiland zijn goed ontsloten en met elkaar verbonden.*  
 Draagt bij aan de prioriteiten van de gast: *gemak, tijd/geld en gezond (vanuit duurzaamheid/elektrisch vervoer etc.).*

De bereikbaarheid van ons eiland vanaf de woonbestemming is één aspect. Vooral in de zomermaanden is dit een heikel punt. Mooi weer en een toestroom van grote aantallen dagrecreanten uit de Randstad en Brabant zorgen voor volle wegen en soms lange files. Het aanpakken en oplossen van knelpunten in deze trajecten vraagt blijvende aandacht maar valt grotendeels buiten onze invloedssfeer. Voor deze visie is dit onderwerp als randvoorwaarde "geparkeerd".

De gesignaleerde knelpunten brengen we blijvend onder de aandacht van de wegbeheerders.



Bereikbaarheid staat echter ook voor de belangrijke verbinding *tussen* de unieke plekken van onze THS. Hoe komen we eenmaal op het eiland goed en betaalbaar bij dat ongerepte strand? Wegen, parkeerplaatsen, fiets, wandel- en ruiterspaden moeten we aan elkaar 'knopen' zodat onze THS en de unieke plekken daarvan, goed bereikbaar is en mede daardoor goed beleefbaar. Soms is een verbinding in de vorm van een weg, fiets- of voetpad of het gebruikte vervoersmiddel (fiets, quad, paard, cabriobus) zelf ook een beleving.

In dit thema laten we ons vooral leiden door het motto "het geheel is meer dan de som der delen". De unieke verblijfsplekken, waardevolle natuurgebieden, wateren, attracties en bezienswaardigheden moeten met elkaar verbonden zijn door infrastructurele lijnen: de THS. Over deze lijnen beweegt de recreant zich over het eiland en stelt naar eigen behoefte de vakantie samen. Het thema bereikbaarheid op het eiland kent een vijftal centrale thema's: parkeren, transferia, nieuwe beleving in vervoer, bereikbaarheid en bewegwijzering.



## **Bijlage: Beleidskader: randvoorwaarden en aanbevelingen uit overige (beleids-)stukken en evaluaties**

Op recreatie en toerisme zijn vele beleidsnota's en visies van toepassing. We vatten in deze bijlage de belangrijkste randvoorwaarden en aanbevelingen uit enkele documenten samen die van belang zijn voor de Visie THS.

### **Omgevingsplan Zeeland 2012-2018 (1e herziening, 11 maart 2016)**

De kampeermarkt wordt al jaren gekenmerkt door een geleidelijke teruggang in de vraag. Dit terwijl het aanbod aan kampeerplaatsen, ook in Zeeland, nog steeds toeneemt. Het aanbod van kampeerplaatsen in Zeeland is groot, maar ook divers. Er zijn topbedrijven met een hoog kwaliteitsniveau, maar ook bedrijven aan de onderkant van de markt. Om minimaal het huidige kwaliteitsniveau te kunnen blijven bieden tegen de hiervoor noodzakelijke tarieven is het niet wenselijk dat het aanbod aan kampeerplaatsen in Zeeland verder toeneemt. Bij kwaliteitsverbetering en revitalisering van kampeerbedrijven neemt het aantal kampeerplaatsen geleidelijk af, omdat hoogwaardiger vormen van verblijfsrecreatie worden aangeboden. Kampeerplaatsen die als gevolg hiervan vrijkomen, kunnen opnieuw in de markt worden gezet. De provincie verwacht van gemeenten dat zij dit in hun beleid uitwerken, zodat het aantal kampeerplaatsen per saldo ongeveer gelijk blijft. Tevens is het noodzakelijk dat gemeenten hoge eisen stellen aan de verdere ontwikkelingsruimte voor de kampeersector.

In aanvulling op het regulier kamperen stelt de provincie dat er maximaal 25 standplaatsen per kleinschalig kampeerterrain mogen zijn, met maximaal 20 procent permanente eenheden (met een maximum van vijf). Permanente voorzieningen moeten een volwaardige landschappelijke inpassing krijgen. Het kleinschalige en unieke karakter moet behouden blijven. Binnen de kaders kunnen gemeente eigen beleid maken voor winterkamperen en permanente standplaatsen.

### **Ruimtelijke Verordening Provincie Zeeland (1e wijziging, 11 maart 2016)**

In deze verordening is een artikel over recreatie opgenomen:

1. In een bestemmingsplan waarin bestemmingen worden aangewezen dan wel regels worden gegeven voor een nieuw verblijfsrecreatieterrein of de uitbreiding van een verblijfsrecreatieterrein worden regels gesteld ter voorkoming van permanente bewoning.
2. In de toelichting bij een bestemmingsplan voor een nieuw verblijfsrecreatieterrein of de uitbreiding van een verblijfsrecreatieterrein wordt

aannemelijk gemaakt dat duurzaam beheer en onderhoud van het terrein is gewaarborgd.

3. In een bestemmingsplan waarin kleinschalige kampeerterrainen worden toegelaten of waarin voor deze terreinen regels worden gegeven worden zodanige regels gesteld dat op deze terreinen ten hoogste 25 kampeermiddelen zijn toegelaten, waarvan 20% met een maximum van 5 kampeermiddelen permanent zijn toegestaan.
4. In afwijking van het derde lid mag de op het tijdstip van inwerkingtreding van deze verordening bestaande situatie positief worden bestemd.

### **Randvoorwaarden en richtlijnen uit de Zeeuwse Kustvisie (te downloaden via [www.toekomsttoerisme.nl](http://www.toekomsttoerisme.nl))**

De Zeeuwse Kustvisie gaat uit van het samen versterken van de Zeeuwse Kwaliteitskust, met toepassing van ons DNA/Land in Zee! bij alle ontwikkelingen, inzetten op herstel van kwaliteit, zowel landschappelijk als verblijfsrecreatief en differentiatie van het recreatieve product (strand, natuur, cultuur en niches zoals wellness, eco, culinair, zeezeilen). De Kustvisie bevat hiervoor een tweezijdige ontwikkelingsstrategie:

- Beschermen, versterken en beleven van bestaande kwaliteiten (natuur en landschap, (verblijfs)recreatie, water/strand en infrastructuur);
- Gebiedsgericht ontwikkelen van nieuwe kwaliteiten. Voor deze gebieden zijn randvoorwaarden bepaald die we in onze visie toerisme moeten borgen. De belangrijkste zijn:

#### Gebied 'Strand en Waterkering'

Strand, duinen, dammen en dijken garanderen de waterveiligheid en bieden ruimte voor rust, beleving en vermaak voor inwoner en toerist. Deze kwaliteiten vragen om de volgende uitgangspunten:

- Functies in het kustfundament zijn ondergeschikt aan het waterveiligheidsbelang
- Extra recreatieve strandbebouwing is uitgesloten
- Strandpaviljoens mogen jaarrond aanwezig zijn, overige recreatieve strandbebouwing is alleen seizoengebonden toegestaan.
- Domeinvorming is uitgesloten; het strand is van iedereen
- Kwaliteitsverbetering van bestaande bebouwing is mogelijk onder voorwaarden, sluit aan bij de aanwezige omgevingskwaliteiten en lokaal DNA
- Verplaatsing van strandbebouwing van recreatiestrand naar natuurstrand is uitgesloten
- De kwaliteit, inrichting en het voorzieningenniveau van de strandovergangen sluit aan bij aanwezige omgevingskwaliteiten, lokaal DNA en typologie van de stranden

### Gebied 'Groene Zeeuwse topkwaliteit'

De natuur- en landschapswaarden van de groene Zeeuwse topkwaliteit vormen de groene ruggengraat van de Zeeuwse Kwaliteitskust. Hierbij geldt het volgende uitgangspunt:

- Nieuwe verblijfsrecreatieve ontwikkelingen worden uitgesloten

### Gebied 'Zeeuwse Badplaatsen'

*'Vanuit de Regiovisie Schouwen-West is nieuwvestiging van kampeeterreinen en recreatiewoningenterreinen in de badplaatsen Renesse en Burgh-Haamstede uitgesloten'.*

De Zeeuwse badplaatsen zijn de locaties waar het toerisme in Zeeland zich concentreert. Hierbij gelden de volgende uitgangspunten:

- Nieuwvestiging, kwaliteitsverbetering en herstructurering zijn mogelijk binnen de begrenzing bestaand bebouwd gebied;
- De aspecten ruimtelijke kwaliteit, waterveiligheid en leefbaarheid worden geborgd;
- Ontwikkelingen voldoen aan onderdeel B t/m D van het Ontwikkelkader in paragraaf "Verblijfsrecreatief gebied".

### Gebied 'Verblijfsrecreatieve gebieden'

*'De verblijfsrecreatieve sector richt zich op onderscheidende kwaliteit, differentiatie en versterking van de identiteit van Zeeland. De accommodaties zijn (meer) geïntegreerd met het (deels te creëren) kustlandschap, natuur en met de cultuur en economie van de Zeeuwse badplaatsen. De verblijfs-recreatieve gebieden bieden zowel accommodaties als dagrecreatieve mogelijkheden. Om de potentie van de Zeeuwse kust verder te benutten, wordt ingezet op het stimuleren van herstructurering, kwaliteitsverbetering en differentiatie in de recreatiesector. Door het benoemen van minimale kwaliteitseisen en het verbeteren van handhaving worden bedrijven aan de ondergrens gestimuleerd te investeren of hun bedrijf te beëindigen.'*

### Ontwikkelkader:

Een eenduidig Zeeuws kwaliteitsniveau verschaft helderheid over de gewenste kwaliteit van de verblijfsrecreatie voor ondernemers en biedt een gelijk speelveld. Om de potenties van het recreatieve product van de Zeeuwse Kwaliteitskust optimaal te benutten, moeten ontwikkelingen in Zeeland minimaal aan de volgende basiskwaliteit voldoen:

#### **A. Ruimtelijke kwaliteit:**

Kwaliteitsverbetering van bestaande bedrijven vindt plaats binnen de bestaande oppervlakte en eenheden van het bedrijf;

Een beperkte uitbreiding van oppervlakte is mogelijk indien het nieuw uit te breiden terrein:

- o integraal onderdeel uitmaakt van een (nieuw) landschap;
- o en de dichtheid en omvang van de bebouwing passend is in het betreffende landschap;
- o en het beheer en onderhoud van het landschap geborgd is;
- o en er sprake is van een maximale invulling ten behoeve van verblijfsrecreatie op het totale uitbreidingsoppervlakte van 13% (exclusief centrale voorzieningen);
- o en maximaal 20% van het totale terrein mag aan de openbaarheid worden onttrokken (deze maximale maat is vanwege het aspect veiligheid niet van toe passing bij kampeeterreinen);
- o en de openbaar toegankelijke paden en routestructuren integraal onderdeel uitmaken van het landschap.

Een beperkte uitbreiding van eenheden is mogelijk indien:

- o er sprake is van een integrale kwaliteitsimpuls van het bestaande en toekomstige accommodatie;
- o en er sprake is van een maximale invulling ten behoeve van verblijfsrecreatie op het totale terrein van 13% (exclusief centrale voorzieningen)<sup>6</sup>;
- o en er maximaal sprake is van 15% uitbreiding van eenheden.

Ruimte voor maatwerkoplossingen is mogelijk als een specifieke situatie daarom vraagt. Hierbij geldt als principe dat bovengenoemde uitgangspunten communicerende vaten zijn. Een hoger percentage landschapsonwikkeling kan bijvoorbeeld gepaard gaan met een hoger percentage uitbreidingsoppervlakte.

Voor bestaande recreatiebedrijven grenzend aan open agrarische gebieden (lichtgroen), geldt dat bij een eventuele uitbreiding van het bedrijf de openheid van de lichtgroene gebieden zoveel als mogelijk gewaarborgd dient te blijven.

#### **B. Economische haalbaarheid:**

Ontwikkelingen vinden plaats op basis van een businessplan en voorzien in een centrale bedrijfsmatige exploitatie.

#### **C. Markt en onderscheidend vermogen van het concept:**

Ontwikkelingen zetten qua verschijningsvorm en type accommodatie in op een innovatief en hoogwaardig concept. Hierdoor wordt bijgedragen aan een gedifferentieerd product in de Zeeuwse kust. Het lokale DNA en het principe van LAND IN ZEE! staan hier centraal. Met oog op de dynamiek en verdere vernieuwing in de sector, wordt ingezet op circulair bouwen.

#### **D. Sociaal maatschappelijke bijdrage:**

Ontwikkelingen leveren een bijdrage aan de werkgelegenheid, behoud van voorzieningen en zijn een toegevoegde waarde voor de (leef)omgeving.

Een belangrijk uitgangspunt van het Ontwikkelkader van de verblijfsrecreatieve sector is de maximale invulling (13%) van de terreinen ten behoeve van verblijfsrecreatie (exclusief centrale voorzieningen). Dit percentage is gebaseerd op gemiddelde oppervlakten van kampeereenheden die specifiek voor Schouwen-Duiveland zijn benoemd op basis van de bestaande kwaliteitscriteria. Het ontwikkelkader uit de Kustvisie vormt een belangrijk kader voor onze toekomstige planologische regelingen en toetsing van recreatie kwaliteitsplannen.

#### Gebied 'Open Agrarisch landschap'

Het kenmerkende open agrarische landschap van de kust staat centraal in de lichtgroene gebieden. Hierbij gelden de volgende uitgangspunten:

- De karakteristiekste openheid wordt gewaarborgd;
- Nieuwe verblijfsrecreatieve ontwikkelingen worden uitgesloten;
- Kleinschalige ontwikkelingen (aansluitend) op het (agrarisch) bouwvlak zijn mogelijk onder voorwaarden van een streekeigen landschappelijke inpassing;
- Kamperen bij de boer en benutten van NED's zijn mogelijk op basis van gemeentelijke quota en regelgeving;
- Nieuwe ontwikkelingen binnen de agrarische sector worden ondersteund.

#### Eilandprofiel Schouwen-Duiveland: een 'groenblauwe oase'

De Kustvisie benoemt de kust van Schouwen-Duiveland als *'bij uitstek de locatie waar het beleven van natuur en landschap centraal staat. (...)*

*Recreatieparken en dorpen zijn geïntegreerd in het lommerrijke landschap en zijn met elkaar in verbinding via 'de laan van Westerschouwen': de hoofdas voor recreatieve routes van de Hogeweg van Westerschouwen naar Renesse en Scharendijke. Aftakkingen in de vorm van lanen en linten zorgen voor beleving in het groen, leggen een natuurlijke verbinding naar het dichtbijgelegen uitgestrekte strand en vormen een directe relatie met de inwoners en voorzieningen. (Verblijfs)recreatieve ontwikkelingen maken hier integraal deel van uit'.*

De Kustvisie geeft ambitie-omschrijvingen van verschillende deelgebieden in onze kust: de badplaatsen Renesse en Burgh-Haamstede, inclusief de deelgebieden Nieuw-Haamstede en het gebied Oude Moolweg/Scholderlaan, het beschermingsgebied Burgh- en Westlandpolder (geen verblijfsrecreatieve bebouwing meer mogelijk), de Brouwersdam en het aandachtsgebied 'Renesse-Scharendijke'. De laatste twee lichten we eruit:

#### Aandachtsgebied 'Renesse-Scharendijke':

De aandachtsgebieden zijn gebieden waar de (oorspronkelijke) ruimtelijke kwaliteit onder druk staat. De inzet is om tot een integrale gebiedsontwikkeling te komen. Hierbij horen deze uitgangspunten:

- Gebiedsontwikkeling vindt plaats op basis van een integrale gebiedsvisie;
- De ontwikkeling in een aandachtsgebied moet bijdragen aan het oplossen van recreatieve knelpunten (elders) in de betreffende regio van de Zeeuwse kust.

#### De Brouwersdam

De Brouwersdam is breed en robuust. De weidsheid en openheid van het landschap zijn zowel aan de zeezijde als aan de kant van de Grevelingen goed beleefbaar. Recreatief medegebruik en het openbare karakter van de dam vormen naast het garanderen van de waterveiligheid een belangrijke basis voor de identiteit van de dam. Omdat beide zijden van de dam goed bereikbaar zijn, liggen er veel kansen om strandsport, watersport en evenementen zoals Concert at Sea nog meer te versterken. Hierbij is aandacht voor de typologie van de stranden. Zandsuppletie/afkalving strand Brouwersdam verdient de aandacht. Ook een strekdam gekoppeld aan de mogelijk te realiseren doorlaat/getijdencentrale in de Brouwersdam kan een oplossing bieden voor het verdwijnen van het strand.

De Zeeuwse Deltadammen benadrukken de strijd tegen het water en de weidsheid en openheid die Zeeland kenmerken. Hierbij horen de volgende uitgangspunten:

- Behouden van het unieke karakter en de kwaliteiten van robuustheid, openheid en ongereptheid
- Extra verblijfsrecreatieve ontwikkelingen (inclusief bebouwing) zijn uitgesloten

Bij de Kustvisie zitten tot slot diverse achtergrondstukken die ook voor de visie toerisme van belang zijn en tot uitgangspunten in de Zeeuwse Kustvisie hebben gelet. Dit zijn: het rapport Strootman met waarden van de Nederlandse kust en de ZKA bijlagen 'de Delta verdient meer', 'nieuw evenwicht tussen ontwikkelen en saneren' en het rapport 'Vitaliteit Verblijfsrecreatie Zeeland'.

#### **Randvoorwaarden/aanbevelingen uit de concept-Oosterscheldevisie**

In de concept-Oosterscheldevisie is onder 'verblijfsrecreatie' opgenomen: dat deze langs de Oosterscheldekust *'kleinschalig is en gericht op gasten die komen voor de natuur, cultuur, rust en weidsheid op en aan de Oosterschelde. De verblijfsrecreatieve complexen zijn up-to-date, ademen de sfeer van de Oosterschelde en zijn ermee 'verbonden'. Zij zijn bescheiden van maat en voegen zich naar het landschap.'*

Er zijn bedrijven die op korte termijn een kwaliteitsslag behoeven. Vaak zijn deze bedrijven verouderd, onvoldoende gebiedsspecifiek, te zeer op zich zelf en hebben nauwelijks contact met hun omgeving of het water. Daarmee missen zij de Oosterscheldebeleving. Uitgangspunt is 'niet meer, maar beter'.

De verblijfsrecreatie langs de Oosterschelde wordt verbonden met de bijzondere kwaliteiten die de Oosterschelde biedt (rust en ruimte, dynamiek, natuur, onderwaterbeleving, historie, visserij, culinair, deltawerken). Vooral in een versterkte verbinding met het water liggen kansen om tot een onderscheidend product te komen. Verblijfsrecreatieve terreinen moeten goed in het landschap zijn ingebed, met zorgvuldig uitgewerkte overgangen naar de omgeving. (...), Inzet is een kwalitatieve verbetering van de verblijfsrecreatie, met behoud van een gedifferentieerd aanbod in prijsklasse, waarbij de Oosterschelde voor alle inkomensgroepen bereikbaar blijft. In deze periode is geen ruimte voor de ontwikkeling van nieuwe verblijfsrecreatieve terreinen. Bestaande verblijfsrecreatieve terreinen (anders dan mini-campings) mogen uitbreiden wanneer dat is gekoppeld aan een significante kwaliteitsverbetering op het bestaande terrein en een versterkte landschappelijke inpassing van zowel het bestaande terrein als de uitbreiding. Voor de mini-campings wordt geen uitbreiding in aantal en vaste eenheden toegestaan. De overheden faciliteren de ondernemers om een kwaliteitsslag te maken waarbij zij een specifiek aanbod ontwikkelen en de typische Oosterschelde-niche-markten beter bedienen.

Er is geen ruimte voor uitbreiding van het aantal verblijfsrecreatieve terreinen, wel voor vernieuwing van bestaande terreinen. Waar dat aantoonbaar noodzakelijk is om een algehele kwaliteitsverbetering (accommodatie, interne structuur, landschappelijke inpassing) te komen is een beperkte uitbreiding denkbaar, onder voorwaarde dat het complex in maat en schaal passend blijft bij de omgeving.

'Innovatieve dijkconcepten' en dijkversterkingen bieden kansen voor combineren van veiligheid, behoud en versterking van natuur, recreatie, cultuurhistorie, visserij en aquacultuur. De visie streeft naar uitbreiding van zilte natuur binnendijks. Een mogelijkheid hierbij is het uitwisselen van verblijfsrecreatieve terreinen door het aanbieden van betere locaties.

Voor watersport is er volgens de visie ruimte voor de uitbreiding van bestemmingen, routes en afmeermogelijkheden, afgestemd op de ecologische draagkracht van de Oosterschelde. Idealiter ontwikkelen jachthavens een complementair aanbod naar soort, voorzieningen, ruimtelijke uitstraling, bootsoort en watertype. Er lijkt behoefte aan uitbreiding van aanlegplekken. Op verschillende plekken (o.a. Heerenkeet, Ouwkerk) lijken mogelijkheden voor de

ontwikkeling van kleinschalige horecavereen. Andere plekken (zoals de Schelphoek) lijken kansrijk voor de ontwikkeling tot 'natuurhaven', terwijl Zierikzee zich nadrukkelijker als stadshaven kan onderscheiden.

In samenspraak met de sector wordt een gedifferentieerde ontwikkeling van jachthavens gestimuleerd. De havens kunnen zich sterker tot ontmoetingspunten aan het water ontwikkelen, tot plekken waar niet alleen land en water samenkomen, maar waar ook de watersporter, de landrecreant en de lokale bewoners elkaar ontmoeten. De sector voorziet voor de periode 2018-2024 geen vraag naar uitbreiding van het aantal ligplaatsen en havens maar zet in op een kwalitatieve ontwikkeling van de bestaande jachthavens. Ook hier geldt 'niet meer maar beter'. De havenontwikkeling moet passen binnen de nagestreefde variatie in aanbod en aantoonbaar bijdragen aan de lokale ontwikkeldoelstellingen. De vernieuwde haven moet ook voor de niet watersporter interessant zijn en huisvest idealiter ook functies die bijdragen aan de leefbaarheid van de dorpskern (...). Hierin past het aantrekkelijker maken van vissershavens en realiseren van passantenplaatsen.

De visie biedt geen ruimte voor uitbreiding van speedboten, jet- en waterskiën en kitesurfen. Op de Oosterschelde lijkt ruimte voor uitbreiding van de chartervaart. Knelpunt hierbij is het gebrek aan aanlegplaatsen. Ontwikkeling van aanlegplaatsen (o.a. Neeltje Jans, Watersnoodmuseum) versterkt de aantrekkelijkheid voor chartervaart. Het afzinken van wrakken en benutten van verdronken dorpen kan de bestemming voor duiksport versterken. Recreatiestrandjes moeten toegankelijker en schoner worden.

## **Beleidskeuzes uit de Natuurvisie Zeeland 2016-2022**

### Extra (recreatieve) voorzieningen in natuurgebieden

In het natuurbeheer ligt volgens de nota 'de nadruk op het behoud en versterking van de aanwezige natuurwaarden. Naarmate het Natuurnetwerk Zeeland de laatste jaren verder is afgerond is ook de brede maatschappelijke betekenis van het Natuurnetwerk Zeeland, vooral voor toerisme, omwonenden en het vestigingsklimaat steeds duidelijker geworden en worden de recreatieve mogelijkheden van de bestaande natuurgebieden benut. De Provincie bekijkt alle natuurgebieden systematisch op mogelijkheden voor de verbetering van de toegankelijkheid. Via de beheersubsidies worden eisen gesteld aan de toegankelijkheid en wordt de aanleg van voorzieningen gestimuleerd. Begin 2016 was bijna 95% van alle bestaande natuur toegankelijk of beleefbaar. Ook voor nieuwe natuur wordt het uitgangspunt gehanteerd dat natuurgebieden toegankelijk zijn waar dat kan (minimale ondergrens 80%). Er zijn



natuurgebieden die vanwege kwetsbare natuurwaarden geen of niet meer recreatie aankunnen.'

'In de nota "Natuurlijk genieten in Zeeland, toegankelijkheid van de Zeeuwse natuurgebieden" is onderscheid gemaakt in "gewone" natuurgebieden en zogenaamde "Toppers". De Toppers zijn gebieden die in het weekend het drukst worden bezocht en toegankelijk zijn voor mensen met een functiebeperking. De Toppers worden gekenmerkt door de aanwezigheid van een hoger voorzieningenniveau dan de andere natuurgebieden. Nabijheid van horeca en parkeergelegenheid is een vereiste. Voorbeelden zijn de Zuidkust van Schouwen (...).

#### Activiteiten in de natuur en natuureducatie

Naast fysieke aanwezigheid van recreatieve voorzieningen dragen ook activiteiten in de natuur en kennis van de Zeeuwse natuur (natuureducatie en promotie) bij aan de beleving van natuur en het draagvlak voor natuur. Natuureducatie en kennis draagt bij aan de beleving van natuur en omgekeerd, evenals bekendheid van natuurgebieden.

Het aanwijzen van stimuleringsgebieden voor landschapsontwikkeling biedt naast mogelijkheden tot versterking van het Natuurnetwerk Zeeland en landschap ook kansen voor:

- (...)
- zonerings (bufferzones) van het recreatief gebruik van natuurgebieden (afleiden van recreatiedruk),
- natuurrecreatie, en andere functies als recreatie, wateropgaven, ruimtelijke adaptatie etc.

De nota geeft een aantal provinciale beleidskeuzes waar Schouwen-Duiveland met haar 'groenstatement' goed op zou kunnen inspelen:

- De voor de ontwikkelopgave beschikbare middelen inzetten conform het huidige beleid, waarbij minimaal 80% van de natuurgebieden toegankelijk/beleefbaar is (in de praktijk is dit bijna 95%). Overall basisvoorzieningen en op enkele toplocaties extra voorzieningen.
- Met terreinbeherende organisaties, de landbouwsector en gemeenten zoeken naar gebieden waar bufferstroken gewenst zijn en effectief kunnen worden ingezet. Ook pilot uitvoeren en middelen beschikbaar stellen.
- Enkele grote natuurgebieden (bijv. de Toppers) aan de hand van businesscases onderzoeken welke extra voorzieningen gewenst zijn en realiseert deze met een éénmalige financiële injectie (...).
- Opstellen provinciale beleidsnota Natuurbeleving.
- Samen met gemeenten en de landbouwsector de mogelijkheden onderzoeken tot aanwijzing van gebieden waarbinnen de realisatie van stimuleringsgebieden

voor landschapsontwikkeling kunnen worden gestimuleerd en gefaciliteerd, wanneer deze een bijdrage leveren aan de versterking van het Natuurnetwerk Zeeland, de biodiversiteit, het landschap en eventuele andere functies als wateropgaven, ruimtelijke adaptatie, extensieve vormen van recreatie, verbreding van de landbouw. En wanneer deze mogelijkheden er zijn hiervoor beschikbare middelen aanwenden (aanwijzing gebieden en inzet beschikbare middelen). Het afronden van het Natuurnetwerk Zeeland (trekker provincie) is ook een uitvoeringsactie vanuit de Zeeuwse Kustvisie.

Vanuit het programma 'Van Zierik tot Zee' voor de Zuidkust van Schouwen en de Structuurvisie Zierikzee (2017), zijn er wellicht kansen om tot nog verdere beleving van de zuidkust van het eiland en de Oosterschelde te komen (koppeling Oosterschelde/Zierikzee, monumentenstad omgeven door natuur). De gemeentelijke gebiedsvisie Schelphoek bevat ambities en doelen op het gebied van (dag)recreatie, natuur en visserij die bijdragen aan de kwaliteitsverbetering van de Schelphoek en omgeving. Er zijn concrete plannen van de twee horecaondernemers in het entreegebied die mede gericht zijn op het verbeteren van de kwaliteit van het havenplateau, de trailerhelling en de infrastructuur.

#### **Rapport commissie Balkenende**

Volgens het rapport 'Zeeland in Stroomversnelling' (commissie Balkenende) wordt 'de gast steeds veeleisender en zijn technologie en internet zijn toenemend belang voor de sector. Een groot deel van de sector is nog onvoldoende uitgerust voor deze steeds sneller veranderende markt en werkt nog erg aanbodgericht. De toeristische sector is vanwege zijn samengestelde product mede afhankelijk van andere sectoren. Een belangrijke uitdaging voor de sector is dan ook om het aanbod beter met elkaar te verbinden (zowel fysiek via cross-sectorale coalities als digitaal). Er zijn diverse verouderde (verblijfsrecreatieve) bedrijven die niet meer mee kunnen met de hedendaagse vraag vanuit de markt. De versnipperde eigendomsstructuur vergt gezamenlijkheid in de aanpak van gemeenschappelijke infrastructuren en kwaliteitsverbeteringen. De recreatie- en toerismesector staat voor een opgave ten aanzien van kwaliteitsverbetering en upgradation van accommodaties. De aantrekkelijkheid van Zeeland voor recreatief verblijf zal teruglopen wanneer het totale cluster niet van een upgrade wordt voorzien (verblijf, vermaak, voorzieningen).

Voor de vergrijzing in Nederland en de omliggende landen zal grotere stromen toeristen tot gevolg hebben. Zeeland kan deze trend benutten en een meer aantrekkelijk gebied worden voor (oudere) toeristen. Daarbij zullen eventuele voorzieningen (festivals, musea) een belangrijk aantrekkingskracht vormen. De

combinatie tussen recreatie en zorg biedt kansen voor de regio. Dit biedt niet alleen kansen om een betere positie te verwerven op de drukke markt voor oudere toeristen en mantelzorgers. Ook voor veertigers kan het heel aantrekkelijk zijn om bepaalde (dag)behandelingen (zoals bepaalde chirurgische en/of cosmetische ingrepen) te combineren met een korte vakantie ('bijkomen in Zeeland'). Bovendien kan het ook een bijdrage leveren aan het in stand houden van voorzieningen in krimpgebieden. Er zal een trekkende partij uit de regio op moeten staan (en waarschijnlijk georganiseerd moeten worden) om het initiatief te nemen voor het opstellen van een cross-sectoraal strategisch plan voor de verbinding van de toerisme met de initiatieven rond Zeeland als gezonde regio.'

Voor de visie toerisme en vanuit ons onderscheidend vermogen (oergevoel/gezond leven etc.) liggen er aanknopingspunten om aan te sluiten op de regionale initiatieven door de provincie en de toeristische uitvoeringsalliantie om te komen tot 'Gezond Zeeland'.

#### **Aanbeveling uit het rapport AirBnB (Kenniscentrum Kusttoerisme 2017):**

Voor gemeenten is het volgens dit rapport zaak 'de regelgeving ten aanzien van recreatieve verhuur helder te formuleren, om zo een duidelijk en gelijk speelveld te creëren voor particuliere verhuurders en bedrijven en om belastingontwijking te voorkomen'. Er zijn voor een gemeente diverse manieren om dergelijke regels te stellen, variërend van verbieden tot gedeeltelijk toestaan (bijvoorbeeld maximaal aantal dagen per jaar) of volledig toestaan. Het is raadzaam dergelijk beleid te ontwikkelen in samenwerking met overige kustgemeenten binnen VZG verband en met de toeristische uitvoeringsalliantie (TUA).

#### **Regiovisie Schouwen-West gemeente Schouwen-Duiveland**

De uitgangspunten en ons bestaande beleid vanuit onze Regiovisie Schouwen-West voor herstructurering en kwaliteitsverbetering in de Kop van Schouwen, sluiten goed aan bij de uitgangspunten van de definitieve Zeeuwse Kustvisie en vormen daarmee ook belangrijke uitgangspunten voor de nieuwe visie toerisme.

#### **Omgevingsvisie buitengebied gemeente Schouwen-Duiveland**

In 2017 werken we aan een Omgevingsvisie buitengebied. In dit proces werken we nauw samen om tot integrale afstemming te komen tussen de Omgevingsvisie en de nieuwe visie toerisme. Een van de opgaven vanuit de Omgevingsvisie en de visie toerisme is de recreatie in het buitengebied (plattelandstoerisme). Uit het vitaliteitsonderzoek van ZKA en de cijfers van het kenniscentrum kusttoerisme, kunnen we opmaken dat er ook voor het buitengebied kansen zijn gezien de groei in de afgelopen jaren, maar dat er ook

problemen zijn. Een deel van de toeristische bedrijven in het buitengebied is economisch klein en daardoor op zichzelf niet toekomstbestendig. De uitdaging voor de recreatiesector ligt in het ondernemerschap, nieuwe bedrijfsconcepten en diversiteit (combinaties met andere sectoren zoals zorg, culinair/streekproducten en wellness/sport). Dit verhoogt de bezettingsgraad, verhoogt de bestedingen en bevordert jaarrondexploitatie. De Omgevingsvisie en de visie toerisme zullen in moeten gaan op de vraag welke rol het buitengebied kan spelen in het oppakken van uitdagingen in de recreatiesector en wat we moeten doen om de recreatie in het buitengebied klaar te maken voor de toekomst.

De Omgevingsvisie Buitengebied is inclusief de wateren Oosterschelde en de Grevelingen, bedrijvigheid en wonen en gaat dan ook over de waterrecreatie en alle daaraan verbonden opgaven en ambities. De exacte begrenzing van de omgevingsvisie is september 2017 nog niet exact bekend. De omgevingsvisie is een visie op de fysieke leefomgeving met de plannen en ambities voor de inrichting van het buitengebied. Vragen als wat moet behouden blijven en waar en voor wat is nog ontwikkelruimte aanwezig worden beantwoord. Opgaven vanuit de recreatie en het toerisme worden gezet naast de opgaven vanuit de landbouw, wonen, bedrijvigheid, energie en klimaat, natuur en uiteindelijk integraal en breed afgewogen. De visie Toerisme is een belangrijke bouwsteen evenals vele andere sectorale visies. Onderdeel van de omgevingsvisie is een integrale gebiedsbeschrijving waarin de samenhangende omgevingskwaliteiten worden aangegeven.

#### **Aanbevelingen en aandachtspunten Evaluatie Nota Kamperen:**

De nota Kamperen bevat aandachtspunten en tekstvoorstellen voor beleidskeuzes/toekomstig beleid:

- (Zeeuws breed) duidelijkheid over het onderdeel centrale bedrijfsmatige exploitatie en regels over uitponding. Er is een 'Aanzet kwaliteitseisen bij uitmondning op kampeerterreinen' opgesteld die we inbrengen in het Zeeuws brede overleg tussen gemeenten, provincie en ondernemers om te kijken of tot een Zeeuws brede regeling gekomen kan worden.
- Integrale kwaliteitsverbetering/herstructurering van het gehele recreatieterrein: de evaluatie bevat een tekstvoorstel voor gefaseerde doorvoering (afhankelijk van aantal standplaatsen) van kwaliteitsverbetering bij het vergroten van de oppervlakte van het terrein, voor het omzetten van niet-permanente naar permanente standplaatsen of voor de plaatsing van kampeerhuisjes.
- Er is behoefte aan handhaving, in het bijzonder van de brandveiligheidseisen en de randbeplanting. De evaluatie bevat een tekstvoorstel voor intensievere handhaving op niet-permanente standplaatsen na het zomerseizoen, overstanden (nadruk op minicampings) en brandveiligheid.

- Maatwerk moet mogelijk zijn in de vorm van goede integrale ondernemersplannen en vanuit de overheid meedenken in mogelijkheden in de procedures.
- Mogelijkheden voor meer eenheden (bijvoorbeeld minicampings) leidt tot kwaliteitsverbetering en differentiatie (andere kampeervormen) vanwege beterde middeleninzet. De Vekabo wenst meer standplaatsen op minicampings (40) met max. 50% permanente standplaatsen, met ook mogelijkheid voor kampeerhuisjes. De evaluatie beveelt aan om deze wensen voor mini-campings te betrekken in de opstelling Visie THS.
- Seizoensverlenging is mogelijk, maar lang niet alle ondernemers maken hier (volledig) gebruik van. Aanbevolen wordt om in te zetten op seizoensverlenging. Minicampings willen ook mogelijkheid voor jaarrond openstelling.
- Randbeplanting: verleggen focus van kwantiteit (breedte) naar kwaliteit (integraal met de omgeving) en belang van handhaving. De evaluatie bevat hiervoor een tekstvoorstel, de kwaliteit (soort) en kwantiteit (breedte) wordt op zijn merites beoordeeld, aan de hand van de ligging van het terrein en de exacte inrichting van het terrein aan de binnenzijde (*NB: Randbeplanting of landschapsontwikkeling moet wel op eigen terrein worden gerealiseerd*).
- Vergroting van bijgebouwen van 9 naar 12 m2 (geen recreatief nachtverblijf en voldoen eisen brandveiligheid). De evaluatie bevat hiervoor een tekstvoorstel.
- Behoud begrip 'stacaravan (niet gefundeerd) om verstening tegen te gaan. De vierkante meters, vorm en hoogte kunnen het onderscheid tussen stacaravans en kampeerhuisjes aangeven. De evaluatie beveelt aan om het verschil tussen stacaravan en kampeerhuisje zuiver te houden. De evaluatie stelt voor het begrip stacaravan in stand te laten en de maximale maat slechts aan te passen naar 67 vierkante meter, als de oppervlakte van een bijgebouw naar 12 m2 wordt vergroot.
- Standplaatsen: er moet worden nagedacht over de behoefte aan grotere standplaatsen en daarmee de verhouding tussen stacaravan/standplaats. De evaluatie beveelt aan om de regeling voor oppervlakte standplaatsen en verhouding permanente en niet-permanente standplaatsen op niet-reguliere terreinen in stand te laten, vooral omdat er stijgende behoefte is aan toeristische plaatsen.
- Kampeervormen: de evaluatie beveelt aan om de huidige regeling voor kampeerhuisjes (voorlopig) in stand te laten.
- Hoe omgaan met privé sanitair per standplaats ten opzichte van de maximale oppervlakte aan bijgebouwen (sanitair gebouw en bijgebouw op een perceel). De evaluatie beveelt aan de huidige regeling in stand te laten. Een tweede toilet kan eventueel in het bijgebouw.
- Belang van meer dienstwoningen voor controle en toezicht. De evaluatie beveelt aan hiervoor een regeling in de Nota kamperen op te nemen en een

- tweede dienstwoning afhankelijk te stellen van het aantal standplaatsen en onderbouwing van de behoefte, maar hier wel terughoudend mee om te gaan. Ook moet een tweede dienstwoning passen in gemeentelijk woonbeleid.
- Nadenken over invoering eenhedenbank (verhandelbaar/inzetten eigen bedrijfsvoering).
- Hoe gaan we de komende jaren om met verouderde terreinen c.q. kampeermiddelen.
- Norm voor parkeren is krap. De evaluatie beveelt aan de bestaande norm te verhogen.
- Beleidsregels verblijfsrecreatie samenvoegen in een nota?
- Betere afstemming tussen Zeeuwse gemeenten.

De nota onderschrijft verder de behoefte aan niet-permanente standplaatsen en extensievere opzet van kampeerterreinen (moeten we dit belonen en zo ja hoe?). Er is volgens de evaluatie een groeiende behoefte aan camperplaatsen op minicampings, bij gasten naar accommodaties voor meer generaties en bij ondernemers om alternatieve vormen van accommodaties (yurt tenten) ook in de winter te kunnen laten staan. Voor deze alternatieve vormen van kamperen beveelt de evaluatie aan om eenheden, die in beginsel alleen in het zomerseizoen worden gebruikt voor recreatief nachtverblijf, in de winterperiode te laten staan met het verbod deze te verhuren voor recreatief nachtverblijf.

Tot slot beveelt de evaluatie aan om uitbreiding van het aantal standplaatsen slechts onder bijzondere omstandigheden toe te staan, gelet op het beschikbare aanbod aan standplaatsen op Schouwen-Duiveland en met in acht name van het ontwikkelkader voor de Zeeuwse Kustvisie (bijzonder en totaal vernieuwend concept op een unieke locatie en/of sprake van het oplossen van een ruimtelijk/milieutechnisch knelpunt).

- De evaluatie raadt aan een aantal aanbevelingen in ieder geval te betrekken in de opstelling Visie THS:
- Is het mogelijk een 'eenhendendatabank' op te zetten, waarbij een ondernemer die een 'knelpunt' oplost de gesaneerde eenheden kan inzetten voor zijn eigen bedrijfsvoering? Zo ja, hoe gaan we dat organiseren?
  - Hoe gaan we de komende jaren om met verouderde terreinen c.q. kampeermiddelen, ofwel hoe gaan we recreatiebedrijven die niet meer voldoen aan de eisen van de markt sturen op het upgraden van (een deel van) hun bedrijf?
  - Moeten we ondernemers die streven naar meer ruimte op hun recreatieterrein (door minder eenheden per hectare te plaatsen) belonen? En zo ja, in welke vorm?

- Willen we op kleinschalige kampeerterrains meer dan 25 eenheden toestaan en mag een groter deel van de eenheden als permanente standplaats worden gebruikt?

### Evaluatie horecavisie

Eind 2017 wordt een geëvalueerde en bijgestelde Ontwikkelingsvisie Horeca opgeleverd. Uitgangspunt is dat we de aanbevelingen uit deze evaluatie (zo mogelijk) meenemen in de Visie THS.

### Randvoorwaarden uit de Nota Recreatiewoningen (2011)

De Nota Recreatiewoningen is, mede gelet op het onderzoek van ZKA uit 2015 en de conclusies daaruit die zijn betrokken in de Zeeuwse Kustvisie, niet geëvalueerd. Duidelijk is immers dat het aanbod aan recreatiewoningen veel sterker stijgt dan de vraag naar recreatiewoningen (23% van de recreatiewoningen verliest volgens het ZKA rapport op termijn het contact met de markt) en er feitelijk geen behoefte is aan nog meer recreatiewoningen.

De bestaande Nota Recreatiewoningen bevat echter diverse randvoorwaarden die van belang zijn voor recreatieterrains buiten de Noordzeekust. Er zijn een aantal criteria in deze nota opgenomen die mogelijk een toevoeging of basis kunnen zijn voor een gewijzigd herstructureringskader voor recreatiewoningenterreinen vanuit de nieuwe visie toerisme voor het gehele eiland. Herstructurering door middel van sanering of verplaatsing of eventueel uitbreiden van een recreatiewoningenterrein, waarbij we mogelijk rekening moeten blijven houden met de volgende uitgangspunten in de huidige Nota recreatiewoningen:

1. Op een bijzondere locatie
2. Met een voor Zeeland uniek concept
3. Omvorming van bestaande reguliere recreatieterrains met enkel permanente standplaatsen.

Het creëren van landschap zal hierbij, in relatie tot de Zeeuwse Kustvisie, belangrijk worden, zodat sprake is van kwalitatieve meerwaarde. De nota noemt enkele richtinggevende elementen voor de locatie en uniek concept die in de discussie voor de visie toerisme betrokken moeten worden:

#### Locatie

- Is gelegen aan, op of onder het water
- In of direct bij (beschermde) natuur
- Binnen de Kop van Schouwen is uitbreiding van het areaal aan verblijfsaccommodaties niet toegestaan, uitgezonderd de compensatiegronden in

de Regiovisie Schouwen-West. Verder is alleen herstructurering en omvorming van bestaande terreinen binnen de parkgrenzen mogelijk. Verblifsrecreatie op het strand is ook niet toegestaan.

#### Uniek concept

- Maakt een verbinding met de omgeving
- Heeft een bijzondere, onderscheidende architectuur; of een architectuur aansluitend op de typische architectuur van de streek;
- Heeft een duidelijke thematisering;
- Bewerkt een duidelijk afgebakende markt waar in de omgeving nog niet of beperkt verblijfsaanbod voor is (*aanvullen met kaders B, C en D Kustvisie?*).

Voor het type recreatiewoningenterrein geldt bij nieuwvestiging over de uniciteit van het concept:

- Op Schouwen-Duiveland is geen vergelijkbaar recreatiewoningenterrein aanwezig
- Het initiatief richt zich op een specifieke en/of eigen doelgroep
- Door het unieke karakter concurreert het niet direct met het aanwezige aanbod van recreatiewoningen op Schouwen-Duiveland.

Landschap en landschappelijke inpassing, voor zover gelet op de locatie van het onderhavige initiatief van toepassing:

- Voor de inrichting geldt dat de aanwezige landschappelijke kenmerken de basis vormen voor de landschappelijke inbedding.
- Aanwezige landschappelijke waarden (zoals dijken, reliëf, waterstructuren en waardevol groen) moeten behouden blijven.
- Recreatiewoningen in de randzone tasten het landschapsbeeld niet aan. Doordachte architectuur, kleurstelling, kapvorm e.d. spelen daarbij een belangrijke rol.
- Ontwikkelingen in de directe nabijheid van kwetsbare natuur leiden tot een verrijking en/of uitbreiding van deze natuurgebieden en het realiseren van verbindingzones.
- Voor terreinen groter dan 2 hectare gelden bepaalde eisen ten aanzien van de landschappelijke inpassing:
  - De bebouwingsvrije zone heeft een breedte van minimaal 20 meter, waarbij de beplantingsstrook een minimale breedte heeft van 10 meter;
  - De bebouwingsvrije zone heeft een breedte van minimaal 30 meter, indien voor een meer open vorm van landschappelijke inpassing wordt gekozen.
  - De beplanting bestaat uit een gevarieerd assortiment van inheemse beplanting (zowel bomen als struiken).



### Interactie

Het recreatiewoningenterrein is zowel ruimtelijk als functioneel naar buiten gekeerd, bijvoorbeeld doordat:

- De initiatiefnemer zoekt buiten de plangrenzen naar een meerwaarde voor het terrein, door bijvoorbeeld samenwerking te zoeken met lokale ondernemers.
- Bestaande en/of nieuwe recreatieve routes niet rond, maar juist door het park gelegd worden en/of een directe aansluiting bieden aan de routes.
- Het park heeft visuele relaties met zijn omgeving.

Het initiatief heeft zowel ruimtelijk als functioneel een meerwaarde voor de omgeving, waarbij minimaal één (centrum)voorziening wordt toegevoegd die in de directe omgeving nog niet voor handen is.

### Perceelseisen, parkeren, ontwerpeisen

- Perceel minimaal 4 keer groter dan de oppervlakte van de recreatiewoning.
- Per 4 personen minimaal 1 parkeerplaats bij de recreatiewoning.
- Per 4 woningen minimaal 1 centrale parkeerplaats.
- Oppervlakte van de recreatiewoning is in beginsel 75 m<sup>2</sup>.
- Een grotere oppervlakte van de recreatiewoning is toegestaan onder de voorwaarde dat sprake is van een inpandige berging, waarbij een vrijstaande berging zal worden uitgesloten. Bij keuze voor een inpandige berging is de oppervlakte van de recreatiewoning in beginsel maximaal 88 m<sup>2</sup>.
- Een grotere oppervlakte van de recreatiewoning is toegestaan om deze geschikt te maken voor minder validen.
- Maximaal 15% groepswoningen/drie generatiewoningen realiseren. Indien in het ontwerp keuze wordt gemaakt dat deze woningen zijn op te splitsen in kleinere eenheden, dan mag dat niet leiden tot extra recreatiewoningen ten opzichte van het totaal aantal dat in deze randvoorwaarden is opgenomen.

### Architectuur

- De architectuur van de recreatiewoningen is gethematiseerd naar de aard van het recreatiewoningenterrein.
- Het kleurgebruik is weinig opvallend.
- Binnen 1 park zijn meerdere architectuurstijlen toegestaan.
- Binnen ieder straatbeeld ontstaat een aantrekkelijk en gevarieerd beeld door variatie in architectuur en situering van het object op de kavel.
- Er mogen maximaal 5 identieke recreatiewoningen naast elkaar staan.

### Voorzieningen

- Voorzieningen zijn seizoen verlengend.
- Voorzieningen zijn onderscheidend ten opzichte van het bestaande aanbod aan voorzieningen.

- Voorzieningen vormen een verbreding van het voorzieningenaanbod buiten de parken (in de kernen), zonder de voorzieningen in de kernen zelf te schaden en hebben een meerwaarde voor de bewoners van Schouwen-Duiveland (openbaar nut).

### Exploitatie

- Op het recreatiewoningenterrein is sprake van een (centrale) bedrijfsmatige exploitatie door een ondernemer/ontwikkelaar of een landelijke opererende organisatie.
- De recreatiewoningen kunnen verkocht worden, maar de grond onder de woningen blijft in eigendom bij een ondernemer/ontwikkelaar.
- Een initiatiefnemer beschikt over een (intentie)overeenkomst of een andersoortig document, waaruit blijkt dat de grond zijn eigendom is/wordt of op een andere wijze langdurig tot zijn beschikking staat/ zal staan (bijvoorbeeld erfpacht).
- Objecten binnen vakantieparken worden minimaal 9 maanden per jaar verhuurd om leegstand te voorkomen.

Centraal bedrijfsmatige exploitatie is een onderwerp dat we samen met de sector en de overige kustgemeenten in Zeeuws verband willen bespreken. Vanuit de Evaluatie Nota kamperen hebben we een aanzet voor een mogelijke regeling opgesteld.

Aspecten die we in relatie tot deze kaders in de visie toerisme nog moeten betrekken zijn milieu/duurzaamheid (energiezuinigheid en duurzame energie, duurzame materialen, circulair bouwen). Verder is de energietransitie en hoe daarmee om te gaan met herstructureringsplannen voor recreatiewoningenterreinen, mogelijk een vraagstuk voor de visie toerisme. Ook de wijze waarop een park kan of moet worden ontsloten is onderwerp van nadere discussie (hoofdontsluiting/calamiteiten ontsluiting/ontsluiting geclusterde recreatiewoningen/ontsluiting dienstwoning).

### **Nota ecolodges (2014)**

De Nota ecolodges is een nadere uitwerking van de Nota recreatiewoningen voor een bijzondere vorm van recreatiebebouwing, namelijk ecolodges. In de nota zijn zoeklocaties voor ecolodges en kwaliteitscriteria benoemd. Hierbij streven we een hoge mate van duurzaamheid na. In relatie tot de Zeeuwse Kustvisie en de verzaadiging van de markt van recreatiewoningen is het van belang de nota ecolodges nader tegen het licht te houden.

### **Notitie Deeltijd (flexibel) wonen (2012)**

Het vraagstuk van de steeds verdere vervaging tussen wonen en recreëren bezien we in regionaal Zeeuws verband gelet op het feit dat ook andere kustgemeenten met dit vraagstuk worden geconfronteerd. Een voorbeeld hiervan is de pilot in Zeeuws Vlaanderen.

### **Evaluatie Actieprogramma Schouwen-Duiveland Kiest voor Toerisme 2015**

In deze evaluatie hebben we diverse aandachtspunten en 'leerpunten' benoemd die mee moeten in de nieuwe visie toerisme. Deze opgaven hebben we in de aandachtspunten en vraagstukken van Hoofdstuk 2 verwerkt.

### **Aanbevelingen/Beleidsnota en uitvoeringsprogramma strand 2018-2021**

Op 2 mei 2017 is de concept 'Beleidsnota & Uitvoeringsprogramma Strand 2018-2021' vastgesteld. Naar aanleiding van reacties is besloten dit strandbeleid nu niet te herzien, maar te wachten tot na vaststelling van de Visie THS. Reden is dat de Visie THS kan leiden tot nieuwe beleidskeuzes. Enkele mogelijk keuzes zijn benoemd zoals strandzoning, voorzieningen op en bij het strand, gastheerschap, informatievoorziening, bereikbaarheid strand, beleid kleine stranden en regelgeving en vergunningen. Wel is een uitvoeringsprogramma voor 2018 vastgesteld met acties op het gebied van strandveiligheid, onderhoud gericht op het recreatief gebruik van het strand (strand Ouwerkerk en vervangen fietspaden) en fietsvoorzieningen. De overige resultaten van de inspraakprocedure voor het concept strandbeleid worden verwerkt in een antwoordnotitie die samen met de evaluaties 'Strandvisie 2011-2014', 'Beleidsnota Zoning en Ontwikkelingskader strand 2012', '1ste Wijziging beleidsnota Cafetariamodel strandpaviljoens 2012' en beleidsmatige aanbevelingen vanuit deze evaluaties worden betrokken in de opstelling van de Visie THS. Ten tijde van dit uitgangspuntendocument zijn deze aanbevelingen dus nog niet bekend.

### **Notitie recreatief nachtverblijf Noordzeestrand (2016)**

Op grond van de notitie recreatief nachtverblijf Noordzeestrand uit mei 2006 is recreatief nachtverblijf op ons Noordzeestrand in slaaphuisjes, dan wel in de bestaande strandpaviljoens niet toegestaan.

### **Watersportvisie (2009)**

Vanuit de Watersportvisie uit 2009 lag er vooral nog een opgave tot optimalisatie en promotie van ons eiland als 'smaakmaker in de watersport'. We nemen deze opgave mee vanuit het onderscheidend vermogen en de verhaallijn 'welkom op het water', de opgave om te komen tot nieuwe vormen van waterbeleving en de uitdaging om te komen tot betere verbinding tussen water en land en visa versa.

Dit geldt ook voor onze jachthavens die in relatie tot de onder andere de Oosterscheldevisie nog betere ontmoetingsplekken zouden moeten worden.

### **Integraal Verkeers- en vervoersplan (IVVP)**

In 2017 wordt een nieuw IVVP vastgesteld. Mede gelet op de Zeeuwse Kustvisie liggen er opgaven om te komen tot optimalisering van de slagenstructuur, vooral in de ontsluiting van de recreatiewoningenterreinen langs de kust (Rampweg). Ook de kansen in 'zachte mobiliteit' (de toerist uit de auto) zijn in relatie tot de visie toerisme en het thema mobiliteit 2.0 een vraagstuk. Gekoppeld aan de THS (THS) is het belangrijk om te komen tot een recreatief netwerk (fietspaden etc.) waarmee we de THS optimaal beleefbaar kunnen maken (bereik van de unieke plekken etc.), waarbij het belangrijk is de beleving van natuur en water als uitgangspunt te nemen. Uiteraard moet een en ander ook veilig plaatsvinden zoals splitsing van regulier verkeer en recreatief verkeer (fietsers, paarden etc.) en moeten gebruikers duidelijk aan de hand van verkeersinformatie ((digitale) bebording) gemakkelijk hun weg kunnen vinden over het eiland. We koppelen dit aan de acties uit de Zeeuwse Kustvisie tot optimaliseren van de slagenstructuur (trekker Waterschap) en de aanpak van specifieke knelpunten bij kruisende verkeersstromen en bij medegebruik van verschillende modaliteiten op dezelfde infrastructuur (trekker Waterschap).