



ACTIEPROGRAMMA
“SCHOUWEN-DUIVELAND KIEST VOOR TOERISME”

Evaluatie 2011-2015



Inhoud

1. Evaluatie uitvoering projecten, uitgavenpatroon en leerpunten	5
1.1 Inleiding	5
1.2 Evaluatie van de projecten en acties	5
1.3 Evaluatie van de middelen met uitgavenpatroon	6
1.4 Doorwerking huidige strategische keuzes	6
2. Evaluatie van de doelstellingen	9
2.1 Gebruikte cijfers	9
2.2. Toeristische doelstellingen	9
2.3 Economische doelstellingen	11
3. Algemene conclusies en leerpunten / aandachtspunten	15
Algemene conclusies	15
3.1 Leerpunten en aandachtspunten voor nieuw beleid	15
Bijlage 1 Conclusies bestaand programma per project en kosten op hoofdlijnen 2011-2015	19



Evaluatie uitvoering projecten, uitgavenpatroon en leerpunten

1

1.1 Inleiding

Op 28 oktober 2004 is het actieprogramma "Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme" vastgesteld. In 2008 en 2011 hebben tussentijdse evaluaties van het programma plaatsgevonden, waarbij is bepaald hoelang het actieprogramma nog doorloopt en wat daarbij keuzes en projecten zijn. Het huidige actieprogramma loopt tot en met 2015.

Deze evaluatie bevat vijf stappen:

1. **Evaluatie van de projecten en acties (paragraaf 1.2):** We geven aan welke projecten en acties zijn afgerond. Van de projecten die nog niet zijn afgerond geven we de stand van zaken aan.
2. **Evaluatie van de middelen met uitgavenpatroon (paragraaf 1.3):** We geven van alle projecten een bestedingenoverzicht (uitgavenpatroon), met totalen voor de Voorziening toerisme over de periode 2011 tot en met 2014.
3. **Evaluatie van de strategische keuzes (paragraaf 1.4):** We evalueren de doorwerking van de strategische keuzes.
4. **Evaluatie van de doelstellingen (hoofdstuk 2):** We evalueren de toeristische en economische doelstellingen. Bij de economische doelstellingen analyseren we de toeristische cijfers over 2011, 2012, 2013 en 2014.
5. **Algemene conclusies en leerpunten uit de afgelopen 4 jaar en de aandachtspunten die we meenemen richting het nieuwe beleid (hoofdstuk 3):** Welke conclusies kunnen we trekken uit de evaluatie en welke leerpunten en aandachtspunten voor het nieuwe beleid blijken hieruit? Deze aandachtspunten nemen we mee richting het nieuwe toeristische beleid vanaf 2016 in de vorm van een 'Visie Toeristische Hoofdstructuur' (THS). In deze nieuwe visie zal tevens een ruimtelijke vertaling van het toeristische beleid worden gemaakt.

1.2 Evaluatie van de projecten en acties

Ongeveer driekwart van het aantal projecten is afgerond, gedeeltelijk afgerond of opgestart. Enkele projecten schuiven door naar de Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS), met name de Visie natuurgerichte recreatie en cultuurtoerisme. In bijlage 1 is per project een gedetailleerd totaaloverzicht weergegeven van alle uitgevoerde acties met het uitgavenpatroon.

Kort samengevat zijn de conclusies per project:

1. Eiland Marketing: het strategisch Eilandmarketingplan is opgeleverd, operationele eilandmarketingacties lopen nog tot en met 2018.
2. (Digitale) SchouwenDuivelandPas: Gemeentelijke input bij toeristische deel is afgerond. Wel betrokken blijven en ontwikkelingen volgen bij toeristische deel gelet op inning toeristenbelasting. (Digitale) inwonerspas ontwikkelingen volgen en nog afweging maken over invoering.
3. (Ontwikkeling) VVV: Subsidiering van ZIDS vanuit Voorziening toerisme. In 2015 nadere besluitvorming over subsidiering VVV vanaf 2016 en verder op basis van daadwerkelijke doorberekening van lasten en productafname.
4. Recreatieve infrastructuur: investeringen in afronding Schouwen-Oost, duinovergangevn/strand (o.a. Euregioproject 120 Kilometer Kustkwaliteit), (route)netwerken voor fietsen/mountainbiken, paarden en menroutes, start met verbetering bewegwijzering in eerste instantie Zierikzee.
5. Versterken cultuurtoerisme: nog niet afgerond, meenemen in Visie THS.
6. Natuurgerichte recreatie: inclusief aquacultuur: nog niet afgerond, meenemen in Visie THS.
7. Watersport(actieplan): afgerond, aandacht voor promotie en marketing ('Smaakmaker in de Watersport') in relatie tot Eilandmarketingplan.
8. Zicht op de Grevelingen/Economische Visie Brouwersdam: ZOG I afgerond in 2014 met enkele projecten die nog doorlopen, o.a. Brouwerseiland. In 2015 vaststelling van ZOG II.
9. (Uitvoering) Strandvisie: Afgerond.
10. Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS): volgt 2015/2016.
11. Deeltijd (flexibel) wonen: afgerond.

12. BI-Zones Renesse en Zierikzee: afgerond. In 2015 en verder opnieuw mogelijkheden BIZ-zones onderzoeken.
13. Masterplan Renesse: opgestart en opstelling verloopt volgens planning.
14. Evenementenvisie: afgerond.

1.3 Evaluatie van de middelen met uitgavenpatroon

Er is sprake van een gemiddeld incidenteel uitgavenpatroon van rond de € 250.000 per jaar en een exploitatie uitgavenpatroon (vaste lasten) van gemiddeld € 332.000 per jaar. Duidelijk is dat de vaste uitgaven jaarlijks hoger zijn dan de incidentele uitgaven. In de periode 2004 tot en met 2013 zijn regelmatig structurele uitgaven in de voorziening opgenomen. Hierdoor is minder ruimte voor incidentele uitgaven, zoals stimuleringsubsidies. Voor sommige structurele uitgaven is de toeristenbelasting specifiek verhoogd, zoals voor de kapitaallasten van het museum. Om de functie van de voorziening als 'aanjaagpot' te versterken is in 2013 besloten om in principe geen nieuwe structurele lasten meer uit de voorziening te betalen, maar deze vanuit de reguliere begroting te dekken. De Recron is hier voorstander van en adviseert om de mogelijkheden te onderzoeken of ook de bestaande structurele lasten, zoals voor het museum, vanuit de reguliere begroting gedekt kunnen worden.

Gelet op hoge kosten van veel infrastructurele toeristisch/recreatieve projecten is de afgelopen jaren eenmalig ook vanuit de reguliere begroting en de procesgelden Maasvlakte 2 bijgedragen aan diverse projecten. Voorbeelden zijn de projecten voor de Visie Brouwersdam en de 'Onthaalkamers'. Projecten die met gelden uit de Voorziening toerisme worden betaald, zijn over het algemeen kleinere (particuliere) projecten en/of initiatieven. Enkele uitzonderingen daarop zijn het Euregioproject 120 kilometer kustkwaliteit (bijna € 300.000) en de afronding van Schouwen-Oost (ruim € 116.000).

Uitgavenpatroon:

Er is sprake van een constant gemiddeld uitgavenpatroon over 2011-2014 van € 575.000 per jaar.	2013: Exploitatie: € 319.308 Incidenteel: € 221.447 Totaal € 540.755
2011: Exploitatie: € 430.855 Incidenteel: € 308.560 Totaal: € 739.416,-	2014: Exploitatie: € 279.492 Incidenteel: € 228.073 Totaal: € 507.565
2012: Exploitatie: € 297.308 Incidenteel: € 216.049 Totaal: € 513.357,-	

1.4 Doorwerking huidige strategische keuzes

De in het actieprogramma opgenomen strategische keuzes zijn leidend in de keuze van uitvoering van projecten en/of stimulering van (externe) initiatieven. We evalueren wat hiervan terecht is gekomen en of er nog verbeterpunten of lessen te trekken zijn.

- *Kiezen voor recreatie en toerisme*

De afgelopen jaren maken duidelijk dat het belang van recreatie en toerisme voor Schouwen-Duiveland nog steeds evident is. In de afgelopen periode is er, in het licht van de bezuinigingstaakstelling van de gemeente, discussie geweest over het voortbestaan van de Voorziening toerisme. Hierbij is uiteindelijk geconcludeerd dat de keuze om een deel van de toeristenbelasting te reserveren voor de stimulering van het toeristische product door middel van een Voorziening toerisme, nog steeds van groot belang is om veel initiatieven van de grond te krijgen, zowel van de gemeente, particulieren, ondernemers als overige externe partijen zoals de VVV. De constructie van een voorziening maakt dat snel op kansen en initiatieven kan worden ingespeeld, waardoor de voorziening als 'aanjaagpot' kan fungeren. Inbedding in de reguliere begroting zou dit minder goed mogelijk maken.

- *Kiezen voor behoud van eigenheid*

(Beleving van) regionale en lokale authenticiteit zijn in de afgelopen jaren een belangrijk criterium geweest in de beoordeling van initiatieven. Het DNA van Schouwen-Duiveland en van de verschillende

kernen (Renesse, Bruinisse, Zierikzee) is steeds meer de basis van (innovatieve) productontwikkeling. Veel van deze initiatieven zijn vanuit de Voorziening toerisme financieel ondersteund. Enkele voorbeelden zijn: Heerlijk Schouwen-Duiveland, Natuurlijk Zeeland, Schouws Bord en Veelzijdig landschap.

- *Kiezen voor samenhang*

Tussen de diverse uitgevoerde projecten bezien we continu de samenhang. Voorbeelden daarvan zijn de Evenementenvisie 2014, die als onderdeel van het Eilandmarketingplan aan het marketingconcept is gekoppeld, de samenwerking in de ontwikkeling van de SchouwenDuivelandPas en Zeelandpas en het benutten van ZIDS in de digitale informatieverstrekking en recreatieve infrastructuur, bijvoorbeeld in het project bewegwijzering Zierikzee.

- *Kiezen voor kwaliteit (en verbreding)*

We hebben de afgelopen jaren bij alle projecten ingezet op verbetering van het product 'Schouwen-Duiveland' (kwalitatief), met behoud van kernkwaliteiten (water, natuur, cultuur en de veelzijdigheid van het eiland). In herstructureringsprojecten, beoordeling van recreatieve uitbreidings- en bouwplannen en toetsing van subsidieaanvragen, is de keuze voor kwaliteit en verbreding steeds prioriteit. Dit criterium is daartoe bijvoorbeeld opgenomen in de Nota kamperen en in de Nota recreatiewoningen. Handhaving op kwaliteit verdient waar mogelijk (brandveiligheid) nog wel de aandacht.

- *Kiezen voor samenwerking*

Waar mogelijk hebben we de afgelopen vier jaar vanuit het actieprogramma de samenwerking tussen eilandelijke partijen gestimuleerd. De samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, maar ook het onderwijs, krijgt op het eiland steeds verder vorm. Voorbeelden daarvan zijn de goede samenwerking tussen o.a. de OSD, de Recron, TUA (Kenniscentrum Kusttoerisme, Impuls, VVV Zeeland) en de gemeente op het gebied van Eilandmarketing, de SchouwenDuivelandPas/Zeelandpas, de samenwerking voor de Brouwersdam tussen ondernemers en overheden en het aanboren van (Europese) subsidiestromen (MPRrenesse, Euregioproject 120 kilometer kustkwaliteit). Ook bij toetsing van subsidieaanvragen beoordelen we altijd of initiatiefnemers samenwerken met andere eilandelijke of regionale partners.

- *Kiezen voor water*

waar mogelijk voeren we de koppeling met water door in de beoordeling van initiatieven en opstelling van beleid. Een goed voorbeeld hiervan is de Evenementenvisie 2014, waarin een waterthema gerelateerd evenement in de criteria hoger scoort dan andere evenementen. Onder andere op deze wijze stimuleren we watergerelateerde activiteiten op, aan en onder water. Voorbeelden van waterthema gerelateerde evenementen die we hebben ondersteund zijn Rondje Watersport, Dam7, de Grevelingenweek en het WKOnderwaterfotografie.

- *Kiezen voor digitaal*

De Recron heeft onlangs nog het belang van digitalisering onderstreept en geadviseerd alle mogelijkheden voor uitrol van ZIDS aan te grijpen. We blijven daarom verder investeren in de uitrol van ZIDS en digitale informatieverstrekking voor Schouwen-Duiveland in samenwerking met de VVVZeeland en de sector. In onze eilandmarketing en mediacampagne(s) hebben we ook gekozen voor focus op online-marketing. Daarnaast hebben we initiatieven van digitale informatievoorzieningen via outdoorschermen (Renesse, Zierikzee) ondersteund.

Wij concluderen dat de toepassing van bovengenoemde strategische keuzes nog steeds actueel en bruikbaar is in de samenwerkingen met alle toeristische partners en in de keuzes voor het wel of niet honoreren van subsidies voor de diverse (externe) initiatieven. De keuzes geven voldoende richting voor de benodigde besluitvormingen vanuit het actieprogramma.



Evaluatie van de doelstellingen

2

2.1 Gebruikte cijfers

Vanaf 2011 is het Kenniscentrum toerisme, vanwege de beëindiging van de bijdrage vanuit de provincie, gestopt met de jaarlijkse uitgaven van het Toeristische Trendrapport. Hierdoor zijn vanuit het kenniscentrum minder gedetailleerde cijfers beschikbaar, vooral op gemeenteniveau. Het laatste trendrapport is verschenen voor 2011/2012. Voor 2012, 2013 en 2014 zijn kerncijfers in de vorm van een beperkte Leaflet 'Kerncijfers toerisme Zeeland' beschikbaar. Dit maakt inzicht in de economische doelstellingen lastig te monitoren. Naast de cijfers van het Kenniscentrum toerisme zijn op gemeenteniveau de cijfers van de Kamer van Koophandel (RIBIZ) beschikbaar. Deze cijfers geven een beeld van het aantal vestigingen en banen in recreatie en toerisme. Specifiek zijn hieruit gegevens te halen voor logiesverstrekking (hotels, verhuur van vakantiehuisjes en appartementen, kampeerterreinen en overige logiesverstrekking). Recentelijk zijn er rapporten verschenen over de vitaliteit van de recreatie in Zeeland (rapporten Van der Reest in opdracht van de Recron en rapport ZKA in opdracht van de provincie). Tot slot zijn de cijfers toeristenbelasting over de periode 2011-2014 een indicatie voor de vitaliteit van de logiessector op het eiland. Waar mogelijk zijn uit deze gegevens conclusies voor Schouwen-Duiveland getrokken.

2.2. Toeristische doelstellingen

In 2011 zijn de toeristische doelstellingen voor 2012-2015 verdeeld in 3 verschillende doelstellingen, namelijk: Marketing, Product en Proces en wel in de volgende prioritering:

Prioriteit 1: Marketingdoelstellingen: seizoensverlenging, goede marketing en promotie, bereikbaarheid via internet, goed functionerende SchouwenDuivelandPas, Renesse profileren als toeristisch centrum. Projecten: Eilandmarketing, SchouwenDuivelandPas en ontwikkeling VVV.

- In de promotie en marketing van het eiland zijn flinke stappen gezet met de vaststelling en uitvoering van de eerste projecten van het Eilandmarketingplan 2013-2018. Door onder andere stimulering en sponsoring van evenementen zoals Zzee (september), Foodfestival Brouwersdam (oktober), Fjoertoer Renesse (september) en uitvoering van het plan van aanpak 'culinaire kansen voor Schouwen-Duiveland', streven we naar verdere seizoensverlenging. Aan de hand van het marketingconcept 'Ik heb een band met Schouwen-Duiveland' en het voeren van een mediacampagne voor Verblijven vanaf 2015 tot en met 2018, zijn we gestart met het promoten van het eiland als 'veelzijdig vakantie-eiland'. Met de focus op online-marketing en landingspagina's voor bezoekers, gekoppeld aan de VVVZeelandsite en Renesse aan Zee (boekings-)site, zijn we als toeristische bestemming beter online zichtbaar. We zijn aangehaakt bij de promotie van Zeeland door de VVVZeeland, bijvoorbeeld door deelname aan tv-reclamespots op NPO, regionale zenders en in Vlaanderen, online (koppeling 'band met Schouwen-Duiveland en Land in Zee op de VVVZeeland website), deelname persreizen (vooral culinair) en deelname aan de VVV-publicaties zoals de Deltagids, Zeelandbrochure en Vakantiewoningengids. In 2013/2014 hebben we de ontwikkeling van het Zeeuws Informatie Distributie Systeem (ZIDS) financieel en inhoudelijk ondersteund en op enkele locaties ZIDS-schermen en narrowcastingschermen (informatie en inspiratiefilmpjes). De koppeling met ZIDS en het gebruik van digitale schermen (zowel in- als outdoor) maakt dat de digitale informatieverstrekking innovatief en actueel is. De SchouwenDuivelandPas heeft van alle passen in Zeeland de meeste acceptanten.

De OVRenese heeft veel gerealiseerd om Renesse als toeristisch centrum verder te promoten, met name ook online, met digitale infoborden en met goede evenementen. De fusie tot de VVVZeeland zorgt voor een professionaliseringslag bij de VVV.

Prioriteit 2: Productdoelstellingen: kwaliteitsverbetering, seizoensverbreding, routestructuren, bereikbaarheid. Projecten: recreatieve infrastructuur, versterken cultuurtoerisme, natuurgerichte recreatie, watersportactieplan, Zicht op de Grevelingen/Brouwersdam, strandvisie, THS, deeltijd (flexibel)wonen, BIZ-zones, Masterplan Renesse en Evenementenvisie.

- Kwaliteitsverbetering van recreatie(terreinen): uit het rapport 'Vitaliteit Verblifsrecreatie in Zeeland' van ZKA in opdracht van de provincie, blijkt duidelijk dat kwaliteitsverbetering (en waar nodig herstructurering) belangrijk is. In het huidige actieprogramma zijn hiervoor geen specifieke projecten opgezet, maar de afgelopen jaren zijn we wel doorgegaan met de afronding van het al lopende traject van de Regiovisie Schouwen-West. Het OP-Zuid project 'Revitalisering verblifsrecreatie' hebben we gekoppeld aan de opgave vanuit de Regiovisie Schouwen-West.

Andere specifieke projecten gedurende de looptijd van dit actieprogramma zijn: sanering camping Elzenhof en uitbreiding van camping Strandpark De Zeeuwse Kust met o.a. een Kinderhotel. Overige kwaliteitsverbetering vanuit de Regiovisie vond (en vindt) plaats op de campings De Oase, Groenewoud en De Duinhoeve en op diverse fruitgaardbedrijven zoals De Fruitgaard, De Haayman, In de Boogerd en Groenoord.

- Naar seizoensverbreding is de afgelopen periode gestreefd door stimulering van vooral dagtoerisme in de vorm van evenementen. De kansen op dit gebied worden aan de hand van de Evenementenvisie goed benut. Op het gebied van routestructuren zijn flinke stappen gezet, zowel voor de doelgroepen wandelaars, fietsers/mountainbikers, als voor ruiters/menners. Het buitendijks fietsen en de afronding van Van Zierik tot Zee/Schouwen-Oost zijn belangrijke mijlpalen die bereikt zijn. Door het niet opleveren van een kwalitatief goede Nota Natuurgerichte recreatie en Cultuurtoerisme, zijn nog geen stappen gezet in het maken van goede koppelingen met natuur en cultuur en het vergroten van de bereikbaarheid en toegankelijkheid van natuurgebieden. We nemen de noodzaak voor een dergelijke visie alsnog mee richting de Visie THS. In de realisering van Zicht op de Grevelingen I en de Visie Brouwersdam heeft onze gemeente de afgelopen jaren een belangrijke rol gespeeld, zowel in de begeleiding en het leveren van input op projecten als op promotie en samenwerking met ondernemers (bijvoorbeeld Platform Pioniers Brouwersdam). Als het gaat om seizoensverlenging hebben bedrijven de afgelopen jaren geïnvesteerd in andere accommodaties (permanente standplaatsen in plaats van toeristisch en kampeerhuizen in plaats van permanente standplaatsen), met het doel om het seizoen te verlengen en op de vraag van de consument in te spelen. Met de Nota kamperen uit 2011 en gewijzigd in 2013, is dit beleidsmatig mede mogelijk gemaakt en planologisch verankerd in de het bestemmingsplan Kop van Schouwen en het bestemmingsplan Recreatieterreinen. Tot slot is de mogelijkheid voor minicampings om een aantal permanente standplaatsen te kunnen realiseren noemenswaardig.
- In het voorzieningenniveau en het beheer van het strand is verder geïnvesteerd, o.a. door de realisering van stranddouches en verbetering van overgangen, intensivering strandschoonmaak en investering reddingsbrigade (nieuwe reddingspost en materiaal). Wat betreft veiligheid op het strand is nog geen verbreding van de bezetting op de posten tot stand gekomen. Dit heeft wel de aandacht. Hetzelfde geldt voor schoonmaak/afvalpreventie van het duingebied. Als toeristisch topelement is het belangrijk te blijven investeren in een innovatief en kwalitatief hoogwaardig strandproduct. In het topelement watersport hebben we de afgelopen periode nog te weinig geïnvesteerd op het gebied van promotie en marketing. Dit is nu als actie opgenomen in het Eilandmarketingplan (project 'Smaakmaker in de watersport'). Met het opstellen van het Masterplan Renesse en de eerste quickwins, is ook in de openbare ruimte een aanzet gemaakt in de verdere profilering van Renesse als toeristisch centrum. Tot slot is het niet gelukt om BIZ-zones op het eiland te realiseren. Voor de komende periode blijven BIZ-zones belangrijk om kansen te pakken in de samenwerking tussen ondernemers en gemeente en budgetvorming voor de realisering van een gezamenlijke agenda. Het initiatief hiertoe hangt echter af van de bereidwilligheid van de ondernemers(verenigingen).

Voor alle overige gerealiseerde projecten verwijzen wij u voor de volledigheid naar bijlage 1.

Prioriteit 3 Procesdoelstellingen: gezamenlijke agenda. Ondersteunen van samenwerkingsstructuren, betrekken van andere overheden en dorpsraden/inwoners, product-markt combinaties en arrangementen.

- In de afgelopen periode hebben we het overleg met o.a. strandpaviljoenhouders, recreatieoverleg Westhoek/Renesse, Recron/VHP/Pomona/Vekabo en de diverse ondernemersverenigingen als OSD/OVO/OVR etc. periodiek uitgevoerd. We houden aandacht voor dergelijke samenwerkingen. De samenwerking met de Recron en een gezamenlijke agenda voor de recreatie op het eiland kan nog worden versterkt. Ook het stimuleren van onderlinge samenwerking tussen eilandelijke (toeristische) organisaties en partijen verdient de aandacht. Dit vooral omdat product-marktcombinaties en arrangementen nog steeds lastig van de grond te krijgen zijn, bijvoorbeeld op het gebied van

watersport en cultuur. Op het gebied van culinair Schouwen-Duiveland (Schouws Bord etc.) en natuur (veelzijdig landschap) zien we hierin wel interessante ontwikkelingen.

De samenwerking met dorpsraden kan wellicht nog verder worden versterkt, maar is in de programma's voor Renesse en Bruinisse al goed opgepakt. Specifieke convenanten zoals Van Zierik tot Zee of Zicht op de Grevelingen I, blijken in de praktijk meerwaarde te hebben om gezamenlijke agenda's gerealiseerd te krijgen en middelen te bundelen. Op het gebied van gezamenlijke agenda's kunnen hierin nog slagen worden gemaakt. Dat geldt niet alleen eilandelijk, maar ook regionaal.

2.3 Economische doelstellingen

In 2011 zijn de economische doelstellingen voor 2015, afgezet tegen 2011, als volgt gesteld:

1. Behoud van het huidige niveau van werkgelegenheid
2. Streven naar behoud en zo mogelijk het verder verhogen van de (totale) bestedingen
3. Meer seizoensspreiding van de toeristenstroom en meer bereik van gezinnen met (jonge) kinderen en senioren (vitale 50+'er).

Gelet op de evaluatie zijn de volgende economische doelstellingen gemonitord:

Behoud van het huidige niveau van werkgelegenheid:

Deze doelstelling is in de periode 2011-2014 behaald. Zeeuws breed constateren we dat de toeristische werkgelegenheid in de afgelopen periode is gestegen (Rapport Van Der Reest februari 2015/Kerncijfers toerisme Zeeland Kenniscentrum toerisme). De toeristische sector levert in Zeeland circa 1,7-1,8 miljard aan bestedingen. Dit komt neer op circa 15% van de Zeeuwse economie. Na Friesland staat Zeeland hiermee in Nederland op de tweede plaats wat betreft het belang van het toeristische product (Rapport adviesbureau ZKA april 2015). In Zeeland zijn er circa 16.000 banen dankzij het toerisme.

Het Kenniscentrum toerisme geeft vanaf 2011 helaas geen cijfers meer omtrent toeristisch-recreatieve werkgelegenheid op gemeenteniveau. De oorzaak hiervoor is dat op gemeentelijk niveau (Zeeuws breed) de cijfers te onbetrouwbaar zijn geworden de afgelopen jaren. Daardoor waren grote fluctuaties mogelijk terwijl het feitelijk maar over een beperkt aantal respondenten ging.

Over de periode 2008-2010 gaf het Kenniscentrum toerisme destijds nog aan dat er gemiddeld 2262 banen in toerisme en recreatie waren en dat dit maar weinig fluctueerde. Gemiddeld lag de directe werkgelegenheid in 2010/2011 rond de 13-14% van de totale werkgelegenheid op Schouwen-Duiveland. De indirecte werkgelegenheid ligt nog hoger (21% Buck Consultancy 2011). Volgens de gegevens van de Kamer van Koophandel over de periode 2011-2014 (RIBIZ) is het aantal vestigingen en de werkgelegenheid in de sector 'logiesverstrekking' licht gestegen. Hieronder vallen hotels e.d., verhuur van vakantiehuisjes en appartementen, groepsaccommodaties en kampeerterrainen/overige logiesverstrekking. Het aantal werkbare personen in de logiesverstrekking op Schouwen-Duiveland is de afgelopen jaren volgens de KvK gegevens, licht gestegen met circa 60 personen. Het aantal vestigingen met circa 10. Het aantal hotels stijgt licht met enkele vestigingen. Verhuur van vakantiehuisjes en appartementen stijgt licht met enkele terreinen. Het aantal kampeerterrainen blijft nagenoeg gelijk. Overige logiesverstrekking (bed en breakfast e.d.) stijgt licht. De verblijfsrecreatie doet het daarmee beter dan de horeca op ons eiland. Het aantal restaurants daalt licht (-6), het aantal cafés daalt het meest (-14). We concluderen hieruit dat de werkgelegenheid in de verblijfsrecreatie op Schouwen-Duiveland over de periode 2011-2014 stabiel is gebleven en, afhankelijk van de soort accommodatie, in lichte mate is gestegen (hotels, vakantiehuisjes, bed en breakfast). De horecasector daalt daarentegen.

Behoud en zo mogelijk verder verhogen van de (totale) bestedingen op Schouwen-Duiveland:

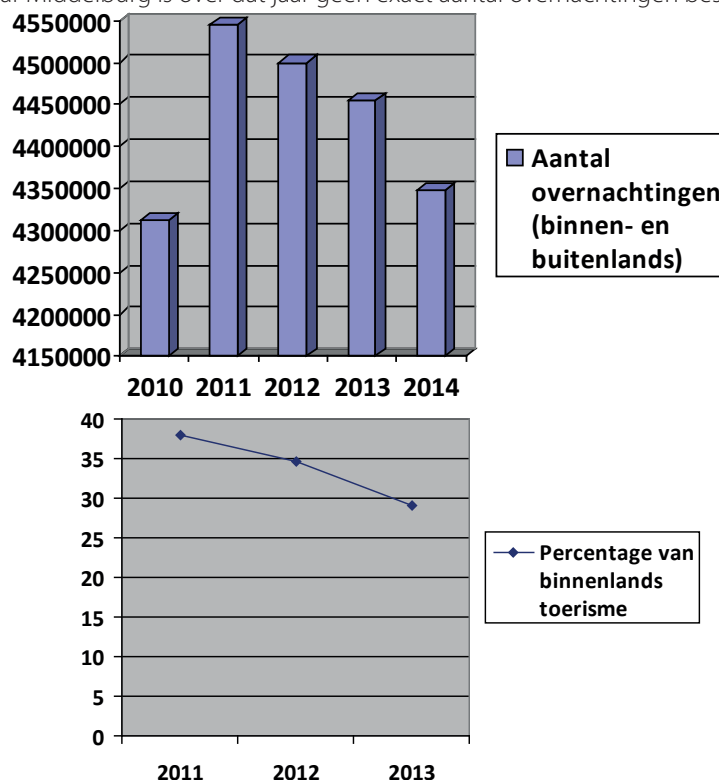
De toeristische bestedingen (excl. vaste gast) van Nederlandse vakantiegangers, lagen op Schouwen-Duiveland in 2010 hoger dan de gemiddelde dagbestedingen in Zeeland (€ 28 voor Zeeland tegen maar liefst € 33 op Schouwen-Duiveland). In 2011 was de gemiddelde besteding volgens het Kenniscentrum toerisme op Schouwen-Duiveland gedaald van € 33,- naar € 28,-. Na 2011 heeft het Kenniscentrum helaas geen onderzoek meer gedaan naar het gemiddelde bestedingsniveau van de toerist op gemeentenniveau. Het is dus niet te achterhalen of deze doelstelling geheel of gedeeltelijk is behaald. Zeeuws breed zijn de totale bestedingen van toeristen in de vrijetijdseconomie gestegen (cijfers Kenniscentrum toerisme 2014 in vergelijking met 2012 en 2013), vooral door de stijging van het aantal buitenlandse toeristen. Gelet op de lichte stijging in het aantal overnachtingen op Schouwen-Duiveland in de periode 2011-2014 (zie verderop) en de genoemde daling in het gemiddelde bestedingsniveau vanaf 2011, is onze verwachting dat de totale bestedingen op Schouwen-Duiveland in de afgelopen periode ongeveer gelijk zullen zijn gebleven dan wel licht gedaald, maar dit is niet met goed cijfermateriaal te onderbouwen. Hierbij nemen we in ogenschouw de daling van het aantal Nederlandse toeristen naar Zeeland en ook naar Schouwen-Duiveland, welke aantallen niet (geheel) zijn op te vangen door de toename van de Duitse en Belgische gasten. Na het hoge bestedingsniveau in 2010, is dit niet zo vreemd, zeker niet gelet op de (lange) doorwerking van de effecten van de economische crisis.

Meer seizoenspreiding van de toeristenstroom en meer bereik van gezinnen met (jonge) kinderen en senioren (vitale 50+'er).

Ook hiervan heeft het Kenniscentrum vanaf 2011 geen kerncijfers meer beschikbaar. In 2010 was Schouwen-Duiveland vooral aantrekkelijk voor de doelgroepen 30-39 jaar en 40-49 jaar. 50+ers en 65+ers vonden vooral andere delen van Zeeland aantrekkelijk. Deze doelgroep was in 2011 ten opzichte van 2010, gedaald van 32% naar circa 30%. Over hoe de ontwikkeling daarna is gegaan zijn geen gegevens beschikbaar.

Aantal overnachtingen in de periode van 2011-2014

Hoewel niet meer als operationele doelstelling benoemd, is toe- of afname van het aantal overnachtingen wel een belangrijke indicator van de gezondheid van de verblijfsrecreatiesector op Schouwen-Duiveland. Was het gemiddelde aantal overnachtingen over de periode 2008-2010 nog 4.307.177, over de periode 2011-2014 is het gemiddelde aantal overnachtingen circa 4.461.876. Voor 2012 is een inschatting van het aantal overnachtingen gemaakt. In verband met de conversie van de toeristenbelastinggegevens naar Middelburg is over dat jaar geen exact aantal overnachtingen beschikbaar.



Uit de cijfers van het Kenniscentrum Kusttoerisme tot en met 2014, blijkt dat het aandeel van Schouwen-Duiveland in het binnenlands toerisme in Zeeland schommelt. De afgelopen jaren is afgenomen van 38% in 2011 tot 29% in 2013. In 2014 is er weer een stijging tot 34%. We kunnen daardoor concluderen dat de afname van het aantal toeristische overnachtingen op Schouwen-Duiveland sinds 2011 voor het grootste deel is te wijden aan de afname van het aantal binnenlandse gasten. Dit is namelijk een substitutie markt, een toename elders, leidt tot afname in andere delen van Nederland. Volgens de cijfers van het CBS van maart 2015 is de groei van het aantal buitenlandse gasten het grootst in Zeeland (+17%). De tendens van minder binnenlands toerisme en meer buitenlands toerisme, doet zich ook in de andere Zeeuwse gemeenten voor, maar kennelijk op Schouwen-Duiveland sterker dan in de rest van Zeeland. In 2014 lijkt hier echter een kentering in te komen. Uiteraard is hierbij de vraag of dit een meer structurele ontwikkeling is. Volgens het CBS groeide in Zeeland ook het aantal Nederlandse gasten. De toename van Duitse en Belgische gasten (landelijk en Zeeuws breed), is op Schouwen-Duiveland kennelijk onvoldoende om de afname in het binnenlandse toerisme naar Schouwen-Duiveland te compenseren. Het aantal overnachtingen is in 2014 weer gedaald naar bijna het niveau van 2010 (cijfers toeristenbelasting 2014).

Gelet op het aflopend aantal overnachtingen in de afgelopen drie jaar, is de vraag wat hiervan oorzaken zijn. In overleg met de Recron zijn dit volgens ons:

1. Verdoezeling door goede zomers afgelopen seizoenen: de goede zomers in de afgelopen jaren (2011-2014) hebben wellicht de werkelijke cijfers wat 'verdoezeld'. Als gevolg van slechtere zomers kan het zijn dat het aandeel in binnenlands toerisme nog verder afneemt.
2. Mede gelet op het rapport van ZKA (Vitaliteit verblijfsrecreatie in Zeeland) lijkt het er op dat het verschil in kwaliteit tussen bedrijven ook op Schouwen-Duiveland verder toeneemt. Het verschil tussen (enkele) oude terreinen (geen vermogen, geen entrepreneurs) en nieuwe generatie bedrijven (nieuwe caravans/familiegebruik/verhuurchalet) wordt groter. Dit heeft tot gevolg dat sommige bedrijven (noodgedwongen) moeten sluiten en/of een substantieel lagere bezetting hebben.
3. Daling in overnachtingen kan daarnaast ook een gevolg zijn van kwaliteitsverbeteringen (minder eenheden door kwaliteitsverbeteringen en de gewijzigde vraag van de consument, zoals grotere plaatsen). De Nota kamperen speelt hierop in. Het effect hiervan is aanzienlijk, zo heeft Camping Julianahoeve de afgelopen jaren door kwaliteitsverbetering bijna 600 plaatsen 'opgegeven'. Zoals blijkt uit het ZKA rapport verliest gemiddeld in Zeeland 23% van de recreatiewoningen en 3% van de campings op termijn het contact met de markt en is 47% van de bedrijven niet vitaal. Hier ligt een belangrijk aandachtspunt voor nieuw provinciaal en gemeentelijk beleid.
4. Vooral het 'achterland' (kleinere kernen/kleinere bedrijven) staat onder druk wat betreft recreatie. Dit wordt bevestigd door het rapport van ZKA van april 2015. Hierin wordt geconcludeerd dat de productiviteit van deze bedrijven achterblijft vergeleken met de meer direct aan de kust gelegen bedrijven.
5. Op Schouwen-Duiveland zien we minder overnachtingen door een lagere bezetting op jeugdcampings. Vooral het sluiten van camping Bona Fide en de jeugdcamping in Renesse leidt tot minder overnachtingen.

Adviesbureau ZKA heeft op ons verzoek het vitaliteitsonderzoek ook doorberekend voor de 34 onderzochte bedrijven op Schouwen-Duiveland. Het aantal respondenten is laag, maar volgens ZKA wel een gangbare respons om enkele conclusies aan te verbinden, vooral gelet op de grote respons onder de grote bedrijven. Het beeld voor Schouwen-Duiveland uit dit onderzoek komt in z'n algemeenheid overeen met de Zeeuwse conclusies. Ongeveer 47% van de onderzochte bedrijven is niet vitaal.

Dit zijn aan binnenwater en vooral in het binnenland gelegen (kleinere) bedrijven. Van de onderzochte verblijfsrecreatiecapaciteit (aantal kampeerplaatsen/bungalows) blijkt het merendeel veel kwaliteit en perspectief te hebben (groene vitale kwadrant). De oorzaak is volgens ZKA dat grote bedrijven vaker vitaal zijn dan kleine bedrijven. Op Schouwen-Duiveland doen de jaarplaatsen het over het algemeen goed. De bezetting van toeristische plaatsen blijft echter achter. Dit komt overeen met de conclusies van Recron Schouwen-Duiveland zoals hierboven genoemd en blijkt ook uit de toeristische cijfers, vooral gelet op de daling van het binnenlands toerisme. Het blijft dus zaak om hier aandacht voor te houden, willen we het eiland wat betreft de korte(re) verblijfsrecreatie ook aantrekkelijk houden. Het valt op dat enkele (grote) campings aan de kust het heel goed doen. Zouden er meer respondenten op het onderzoek zijn geweest (de overige driekwart bedrijven) dan zou het beeld voor Schouwen-Duiveland er naar verwachting minder rooskleurig uit zien. Duidelijk is namelijk volgens ZKA dat er grote verschillen zijn tussen de bedrijven op Schouwen-Duiveland. Dat heeft volgens ZKA vooral met de kwaliteit van het ondernemerschap te maken. Conclusie van het ZKA onderzoek is daarom dat een aantal bedrijven in de komende periode zal moeten investeren om nog contact te houden met de markt, dan wel zullen gesaneerd moeten worden wanneer investeringen niet (meer) mogelijk zijn. Daarnaast merkt de Recron terecht op dat ook aandacht moet blijven voor de kwaliteit van recreatiebedrijven die (nu nog) een goede bezetting hebben. Goede bezetting van jaarplaatsen komt immers deels door de sluiting van één of meerdere campings op het eiland. Kwaliteit en ondernemerschap moet daarom op alle terreinen, ook de terreinen met thans nog een goede bezetting, blijvend de aandacht hebben. Prijstechnisch ligt Schouwen-Duiveland op hetzelfde niveau als het Zeeuwse.



Algemene conclusies en leerpunten/aandachtspunten

3

Algemene conclusies

Toeristische doelstellingen: er is in de periode 2011-2014 goed ingezet op de door de sector geprioriteerde doelstelling op marketing en promotie. De productontwikkeling is op enkele gebieden goed doorgevoerd (infrastructuur, strand, Brouwersdam/Grevelingen), maar blijft op enkele vlakken ook nog achter (watersport, natuur en cultuur). Wat betreft de procesdoelstelling is er een goede basisoverlegstructuur, maar worden de kansen van samenwerking en gezamenlijke agenda nog onvoldoende benut.

Economische doelstellingen: Evenals in 2011 is de algemene conclusie dat de toeristische sector op Schouwen-Duiveland tot op heden stabiel is, zowel in banen en vestigingen, als in overnachtingen. Het aantal overnachtingen lag in de periode 2011-2014 gemiddeld hoger dan in 2008-2010. We hebben een stevige toeristische basis op het eiland, die ook in tijden van lange doorwerking van de effecten van de economische crises opvallend veerkrachtig is. Het aantal overnachtingen is wel na 2011 verder afgenomen, maar ligt in 2014 nog steeds iets boven het niveau van 2010 (met circa 30.000 overnachtingen). Over een langere termijn bezien blijft het aantal overnachtingen op het eiland daarmee op een stabiel niveau van boven de 4.3 mln overnachtingen.

De werkgelegenheid en het aantal vestigingen blijven stabiel. Van de bestedingen bestaat onvoldoende beeld (zie voorgaand). Duidelijk is dat het aandeel van Schouwen-Duiveland in het binnenlands toerisme afneemt en het aantal buitenlandse gasten stijgt, vooral Duitsers en Belgen.

De afname van de Nederlandse gasten wordt deels goedgemaakt door de toename van de Duitse en (in mindere mate) Belgische gasten. Wij verwachten dat deze trend zich doorzet. Het is zaak de aantrekkelijkheid van Schouwen-Duiveland onder deze buitenlandse gasten verder te versterken.

Verder zijn in overleg met de Recron nog enkele conclusies:

1. Het toeristisch kamperen op Schouwen-Duiveland stijgt. Ook vaste standplaatsen zijn goed verhuurbaar en worden steeds meer (afwisselend) bezet door families.
2. De vraag naar camperplaatsen groeit nog steeds. Er worden steeds meer recreatiewoningen verkocht. Eén van de belangrijkste redenen hiervoor is het te behalen rendement in relatie tot de huidige financiële markt (lage rentepercentages). In algemene zin kan het zijn dat het rendement op recreatiewoningen (in de toekomst) meer onder druk komt te staan.
3. De markt van recreatiewoningen trekt aan, veel oudere woningen op het eiland zijn in 2014 verkocht en worden door de nieuwe eigenaren opgeknapt.
4. Het hoogseizoen is niet meer (over)vol. Door een toenemende bezetting in de schouderseizoenen wordt dit (meer dan) goedgemaakt.
5. De gemiddelde verblijfsduur neemt volgens de Recron nog steeds af, maar de toerist komt dan wel vaker.
6. In Zeeland en ook op Schouwen-Duiveland zijn er relatief veel jonge ondernemers in de verblijfsrecreatie. Op Schouwen-Duiveland zijn dit er meer dan in de rest van Zeeland.

De provincie Zeeland heeft in april 2015 een onderzoek door ZKA laten opleveren over de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in Zeeland. Algemene conclusie van dit rapport voor Zeeland is dat het goed gaat met de verblijfsrecreatie in Zeeland en dat deze markt nog licht stijgende is. De verwachting is wel dat een deel van de recreatiewoningenmarkt (23%) op termijn het contact met de markt gaat verliezen. Voor campings is dit 3%. Van het aantal bedrijven in de verblijfsrecreatie is gemiddeld 47% (op termijn) niet vitaal. Dit betreft vooral de wat kleinere bedrijven.

3.1 Leerpunten en aandachtspunten voor nieuw beleid

Uit de realisatie van de diverse projecten kunnen we enkele leerpunten en aandachtspunten halen die van belang zijn voor het nieuwe toeristische beleid vanaf 2016 in de vorm van een Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS) en voor het overleg met de sector. Met de Recron is van gedachten gewisseld over

de recreatie op Schouwen-Duiveland anno 2015 en de uitdagingen voor de toekomst. Verder bieden de onderzoeken van Van der Reest (in opdracht van de Recron) en ZKA (in opdracht van de provincie) enkele aandachtspunten voor ons nieuwe toeristische beleid.

De leerpunten die we vanuit de evaluatie meenemen voor proces- en bedrijfsvoering voor het toeristische beleid zijn:

1. **Strategische keuzes:** De gehanteerde strategische keuzes zijn nog steeds actueel en relevant voor de prioritering en beoordeling van acties.
2. **Structureel overleg en gezamenlijke agenda:** het is belangrijk om tot een meer gezamenlijke agenda met de sector te komen en deze agenda in een periodiek overleg met de sector continu tegen het licht te houden en af te stemmen. Dit kan door middel van een structureel Beleidsoverleg Recreatie. Het is daarbij van belang dat er in volledige openheid met elkaar wordt gecommuniceerd. Ook is het belangrijk in te schatten wat voor effecten mediacommunicatie heeft voor de verblijfsrecreatiesector.
3. **Monitoring:** concrete en meetbare doelstellingen op gemeenteniveau: het is zaak te werken met concreet te behalen en meetbare (beleids-)doelstellingen. Hoe meet je bijvoorbeeld seizoensverlenging? Daarnaast is het van belang de meetbare doelstellingen verder af te stemmen op de gemeentelijke en regionale cijfers die op het gebied van verblijfsrecreatie beschikbaar zijn. Het is lastig conclusies trekken nu het Kenniscentrum Kusttoerisme minder cijfermateriaal op vooral gemeenteniveau analyseert. In overleg met het Kenniscentrum Kusttoerisme en de overige kustgemeenten, moeten we zoeken naar voldoende en meetbare gegevens om de ontwikkeling van onze verblijfsrecreatie te kunnen blijven volgen. Vooralsnog lijkt een samenstel van nieuwe bronnen de basis voor inzicht op gemeentelijk niveau, gekoppeld aan onder andere Zeelandpas en de toeristenbelasting. We onderzoeken of we uit onze eigen cijfers toeristenbelasting een beter inzicht kunnen krijgen over het verblijfspatroon van onze gasten (wie, waar en wanneer?).
4. **Visievorming en procesbegeleiding:** bij aanvang van processen en/of projecten moet er duidelijkheid zijn over de opdracht en rol en taak van projectmedewerkers / begeleiders.
5. **Samenhang in projecten en ruimtelijke vertaling:** Er dient meer samenhang in toeristische projecten te worden gebracht en een ruimtelijke vertaling daarvan.
6. **Voorziening toerisme als 'aanjaagpot':** Het is belangrijk de Voorziening toerisme als 'aanjaagpot' te blijven benutten. Hierbij is het belangrijk dat er zo weinig mogelijk structurele lasten uit deze voorziening worden gedekt.
7. **Afstemming met kustgemeenten:** het recentelijk gestarte overleg met de kustgemeenten en de toeristische uitvoeringsalliantie (TUA: Kenniscentrum toerisme, VVVZeeland en Impuls) dient verder vorm te krijgen en geïntensiveerd. Eén van de onderwerpen die in dit overleg meegenomen moet worden is behoud van de kwaliteit van het Zeeuwse kustgebied. Deze samenwerking kan mogelijk ook extra middelen in Europees verband genereren.

(Inhoudelijke) aandachtspunten voor de Visie Toeristische Hoofd Structuur (THS) zijn:

Promotie en Marketing

1. **Zeelandpas:** De businesscase voor de Zeelandpas en varianten (inwonerspas/minimapas) verdienen aandacht, inclusief doorontwikkeling richting een Digitale Zeeland Experience. Dit is ook belangrijk voor monitoring. VVVZeeland is hiervan trekker.
2. **Digitale bereikbaarheid en digitale strategie VVV:** optimale digitale bereikbaarheid is een randvoorwaarde (zie Tij van de Toekomst). Niet alleen wat betreft de snelheid van internet, maar ook de aanwezigheid van Wifi-punten en de koppeling met de digitale strategie van de VVV.
3. **Benutten authenticiteit en de 'band met Schouwen-Duiveland':** het blijft belangrijk om regionale producten (niet alleen het hoge segment) en kleinschaligheid/authenticiteit te benutten in het toeristische product teneinde 'de band met Schouwen-Duiveland' te benadrukken.
4. **Verdere promotie en marketing van het eiland gekoppeld aan de promotie van Zeeland:** het blijft belangrijk om de promotie van ons eiland aan de hand van eilandmarketing door te zetten en onze gasten (meer) te binden aan ons eiland. Een band met ons eiland leidt tot meer herhaalbezoek en kan in de toekomst mogelijk zorgen dat (voormalige) gasten zich deeltijd of permanent op het eiland vestigen. Promotie van het eiland binnen het merk Zeeland in samenwerking met VVV en NBTC, is hierbij essentieel.
5. **Daling binnenlands toerisme:** Het is belangrijk om in Nederland vooral in onze 'trouwste' provincies (Zuid-Holland, Brabant en Gelderland), Schouwen-Duiveland te blijven promoten als aantrekkelijke vakantie- en dagrecreatieve bestemming. De Nederlandse markt is verzadigd dus aandachtspunt is dat intensieve marketing marktaandeel van andere regio's af kan gaan snoepen. We gaan daarom uit

van een gerichte en kortdurende online marketingcampagne aan de start van het seizoen, gericht op onze belangrijkste doelgroepen (gezinnen met kinderen en actieve 50plussers). Kansen blijven vooral in de Belgische en Duitse markt zitten en het is daarom belangrijk hier in de promotie op in te spelen.

6. **Doelgroepen:** gelet op het hogere bestedingsniveau en het belang van seizoensspreiding, blijft het belangrijk om het eiland te promoten als aantrekkelijke vakantie- en dagrecreatiebestemming voor 50+ers. Gelet op (toekomstig) herhaalbezoek en mogelijke vestigingsmotieven, blijft het daarnaast van belang om de markt van gezinnen met (jonge) kinderen te bereiken.

Verblifsrecreatie

7. **Toeristisch kamperen:** Het is belangrijk alert te blijven op de landelijk neergang in het toeristisch kamperen en voor Schouwen-Duiveland te blijven zoeken naar nieuwe niches in de markt.
8. **Campers:** Het is belangrijk in te spelen op de vraag naar steeds meer luxe camperplaatsen.
9. **Kwaliteitsverbetering en herstructurering:** herstructurering/-kwaliteitsverbetering van in bezetting teruglopende recreatieterreinen, is een belangrijke opgave. Volgens de Recron is dit op Schouwen-Duiveland minder urgent dan in andere Zeeuwse regio's, maar het verdient zeker de aandacht. Een en ander wordt gestaafd door het rapport van ZKA.
10. **Handhaving brandveiligheid kampeertreinen:** dit traject levert voor Schouwen-Duiveland op de kortere termijn een oplossing voor problemen bij enkele kwalitatief slechtere bedrijven. Aangezien het een van de weinige mogelijkheden is om kwaliteitsverbetering af te dwingen, dient mede in overleg met de Recron en de Veiligheidsregio, een goed handhavingstraject te worden opgezet.
11. **Recreatiewoningenmarkt:** mede gelet op het rapport van ZKA waarin wordt gesteld dat 23% van de recreatiewoningen in Zeeland het contact met de markt gaat verliezen, is het belangrijk deze ontwikkeling goed te volgen en kwaliteitsverbetering waar mogelijk te blijven stimuleren, in afstemming met provincie en andere kustgemeenten.
12. **Nieuwe ontwikkelingen met aanpak van knelpunten:** waar mogelijk is het belangrijk om nieuwe ontwikkelingen realiseerbaar te maken met oplossing van (oude) kwalitatief mindere locaties en/of terreinen. Op deze wijze kan aan de ene zijde productinnovatie en kwaliteitsverbetering worden gerealiseerd, terwijl anderzijds oplossingen worden gevonden voor producten die het contact met de markt zijn verloren ('van onderaf vegen').
13. **Vitaal ondernemerschap:** in het algemeen is het belangrijk om klimmers verder te stimuleren en dalers te begeleiden. Jonge ondernemers bieden goede kansen voor innoverend ondernemerschap. Differentiatie van bedrijven ten opzichte van andere bedrijven is belangrijk om vitaal te blijven. Samenwerking tussen bedrijven biedt wellicht kansen voor het verkrijgen van meer risicodragend vermogen.
14. **Accounthouderschap:** het in overleg treden met klimmers en dalers kan worden opgepakt door toepassing van accounthouderschap. Of deze taak volledig bij de gemeente ligt en door de gemeente moet en kan worden opgepakt, moet nader worden onderzocht.

Overige verblifs- en (dag)recreatie

15. **Watersport:** De verdere promotie van watersport(activiteiten) verdient nog beter de aandacht. Dit is in ieder geval een deelproject vanuit het Eilandmarketingplan.
16. **Seizoensverlenging:** Het is belangrijk om te blijven streven naar seizoensspreiding. Groei is nog mogelijk in het voor- en naseizoen. Dit betekent onder andere dat meer evenementen organiseren buiten het hoogseizoen een must is.
17. **Verbreding/innovatie van de markt:** voor toerisme liggen er kansen in verbreding van de markt; koppeling met zorgtoerisme, natuur, cultuur, watersport en dergelijke. Niche doelgroepen aanboren en gebruikmaken van de USP's die het eiland biedt in natuur, cultuur en water is daarbij belangrijk.
18. **Koppeling met cultuur:** De koppeling met musea/cultuur kan beter. Er liggen kansen in verbreding van het toerisme (cultuurtoerisme). De gelden uit de Voorziening toerisme die hieraan worden besteed dienen daadwerkelijk aan stimulering van cultuurtoerisme te worden besteed en door de musea inzichtelijk te worden gemaakt voor de sector op resultaat.
19. **Vraaggericht ontwikkelen toeristisch product:** naast het vanuit de eigen kernkwaliteiten ontwikkelen van het toeristische product (identiteitsgebonden productinnovatie), is het zaak niet te vergeten te kijken naar de vraag van de consument. De vraag van de doelgroepen waarop Schouwen-Duiveland zich richt (bijvoorbeeld campergroep, ouderen, gezinnen, watersporters etc.), dient te worden meegenomen in de ontwikkeling van het toeristisch product. Uiteraard dienen door te voeren innovaties niet in strijd te zijn met de eigen identiteit/DNA, maar deze aan te vullen. Er moet dus sprake zijn van een integrale omgevingskwaliteit, in combinatie met een vraaggerichte productaanpak. Een voorbeeld is het upgraden van parkeren met toegang tot het strand (overgangen), gekoppeld aan de lokale situatie en met behoud van bestaande kwaliteiten.



Bijlage 1 Conclusies bestaand programma per project en kosten op hoofdlijnen 2011-2015

Doel	Beoogd resultaat	Wat is uitgevoerd met daarbij behorende uitgaven	Niet uitgevoerd/-Nog uit te voeren
1. Eiland-marketing			
We positioneren Schouwen-Duiveland als toonaangevend in water en veelzijdig vakantie-eiland	We willen verschillende doelgroepen van bezoekers, maar ook ondernemers en bewoners trekken en herhalingsbezoek en binding met ons vakantie-eiland stimuleren.	<p>Marketingacties 2011-2014:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deelname Jaar van het Water (2012/2013) (€ 10.000 VT) • Zeeland TV-campagne Land in Zee (2012-2014) (3x) (€ 16.500 VT) • Jaarlijkse subsidiering diverse promotie-initiatieven (Heerlijk S-D, S-D Doen!, Vloedlijn S-D, Recreatiekrant, Familie in bedrijf, Oral History Watersnoodmuseum, Trots van Zeeland, Persreizen Oosterscheldekreft etc. (Jaarlijkse kosten uit VT circa € 25.000) • Subsidiering ZIDS: inspiratie-schermen en narrowcasting (€ 48.000 VT) • Dag van het veelzijdig landschap (€ 2.000 VT) • Bandbanieren bij 5 kernen (€ 5.000 VT, excl. masten) • Recreatiebijlage Wereldregio zomer 2014 (€ 3.000 VT) • Stickeractie Ride for the roses(20.000 stickers) (€ 2.000 VT) <p>Top 10 Projecten Eilandmarketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project 1) Verinnerlijking DNA/merk en Tij van de toekomst: DNA boek en Merkpaspoort (€ 10.000) • Project 2) Creatief concept (reguliere begroting: € 15.000), Bandpublicaties (VVVproducten, Kust en Zeegids, Badkoerier): (2015: € 15.000 VT) • Project 3) Digitale borden in Renesse (€ 15.000 VT) en Zierikzee (€ 15.000 VT), reguliere begroting € 20.000) • Project 7) Promotie Omgeven door water: <ul style="list-style-type: none"> - Evenementenvisie 2014:(€ 25.000 p/j 4jr reguliere begroting). Overige subsidiering nieuwe evenementen (Bijdrage VT € 30.000 per jaar). - Plan van aanpak Culinaire S-D: (€ 55.500 reguliere begroting waarvan € 5.000 structureel opening oesterseizoen. Reguliere begroting: € 5.000 opening kreeftseizoen. Overig pva culinair (€ 37.500 VT). • Project 10: Promotie trekkers: Creatief promotieconcept Brouwersdam. 	<p>Acties 2015-2018:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project 2) Creatief concept: <ul style="list-style-type: none"> - DNA beeldenbank - media-analyse en online media campagne Wonen (jaarlijks vanaf 2015). • Project 3) Eilandaddressing: <ul style="list-style-type: none"> - onthaal en welkom naar het eiland (welkomstborden) - mogelijkheden onderzoeken 2 extra touchscreens in Zierikzee - nieuwe banieren bij 5 kernen • Project 4) Promotie bereikbaarheid (Tij van de toekomst) • Project 5) Gerichte acquisitie en dienstverlening • Project 6) Campagne Wonen aan het water: koppelen aan Woonvisie • Project 7) Promotie Omgeven door water: <ul style="list-style-type: none"> - Plan van aanpak Smaakwater Watersport - Plan van aanpak congres/zorg • Project 8) Promotie Veelzijdig landschap, natuur en bijzondere status • Project 9) Promotie Cultuur/Erfgoed. Koppeling Erfgoednota • Project 10) Promotie trekkers (Zierikzee, Renesse, Bruinisse: aansluiten bij creatief concept/DNA kernen)

Doel	Beoogd resultaat	Wat is uitgevoerd met daarbij behorende uitgaven	Niet uitgevoerd/-Nog uit te voeren
2. Schouwen-DuivelandPas			
Goed functionerende Schouwen-DuivelandPas, businesscase Bewonerspas en integratie in ZeelandPas.	Vergroten servicegraad, realiseren kostenbesparing, creëren synergievoordelen en vergroten Schouwen-Duiveland gevoel.	<p>Svz 2014:</p> <ul style="list-style-type: none"> 45 pasuitgevers Op SD 37 acceptanten, 16 in de rest van Zeeland Regelmatige nieuwsbrief 80.000 digitale passen uitgegeven VVV Zeeland verzorgt backoffice Gemeente faciliteert op afstand <p>Budget Maasvlakte 2: € 400.000 Uitgegeven € 325.000 VVVmedeweker 2015: € 35.000 Beschikbaar € 40.000 Jaarlijkse bijdrage uit VT circa € 9.000)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Verrekening toeristenbelasting Inwonerspas voor SD met: <ul style="list-style-type: none"> Betaalfunctie (oa parkeren) WMO verrekening Loyaliteitsprogramma Identificatie Doorontwikkelen Zeelandpas: kennis en monitoring (dashboards) en personalisatie (app):
3. Ontwikkeling VVV			
We ondersteunen de VVV om de gewenste professionali-seringslag door te voeren en de dienstverlening op een zodanig niveau te brengen dat sprake raakt van een volwaardige VVV die past bij Schouwen-Duiveland en de ambities op het gebied van de gewenste positionering.	Story-line identiteit (DNA/Land in Zee), VVV-producten (ZIDS), evenementenplanning.	<ul style="list-style-type: none"> ZIDS: we hebben ZIDS mede gesubsidieerd. Uitgaven: zie Project Eilandmarketing. Aanschaf ZIDS inspiratieschermen en narrowcastingschermen in VVV-locatie Renesse en gemeentehuis VVVsubsidie met deel uit de Voorziening (jaarlijks circa € 211.000 uit reguliere begroting en eenmalig € 22.000 uit de Voorziening toerisme voor project Hotspots) 	<ul style="list-style-type: none"> Extra ZIDS- inspiratie- en narrowcastingschermen in musea en op enkele publieke locaties Ontwikkelen app 'Ontdek jouw band met Schouwen-Duiveland' gekoppeld aan ZIDS Ontwikkeling VVV Inspiratiepunten 2.0 Besluitvorming subsidie VVV vanaf 2016 op basis van werkelijke lasten en inkoop van (beleids-)producten.
4. Recreatieve infrastructuur			
Een aantrekkelijk routenetwerk van wandel-, mountainbike-, fiets- en ruiterspaden. De informatievoorzieningen zijn actueel, goed onderhouden en digitaal ontsloten	Afronding Schouwen-Oost, inventarisatie knelpunten wandel- en fietspaden en ruiters- en menroutes en aanpak van deze knelpunten, aanpak informatievoorzieningen bewegwijzering.	<p>Infrastructuurprojecten Regiovisie Schouwen-West:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wandelpad in Delta Klimaatnatuurpark Duinzoom en een pad voor menners. Wandelpad Natuurgebied De Helle <p>Geen bijdrage vanuit VT</p> <p>Afronding Schouwen-Oost o.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> Uitzichtpunt voormalige stortplaats (Prunjehil) met vernieuwde parkeerplaats Schelphoek. Uitkijktoren De Baak Vogelkijkpunt Slikweg Verbetering punt Heerenkeet (parkeerplaats en ontsluiting fietspad) Weeghuisje Heerenkeet informatie-ruimte over NPO. Uitkijkpunt Poortambacht Uitkijkpunt voormalige stortplaats langs Havenkanaal Aanpak Havenhoofd Havenkanaal Fietspad Brasweg/Verseputseweg. Fietspad vanaf Brasweg met "Raam" en "Terp" Uitkijkpunt voormalige boerderij Gasthuisdreef Fietspad Havenkanaal tot aan Heerenkeet/Schelphoek met attentiepunten. Voetpad langs fietspad tussen jachthaven en het Luitje Zierikzee. Aanpassing parkeerplaats Hoofdpoortstraat met entree 	Toeristische bewegwijzering tweede fase: overige kernen en buitengebied.

Doel	Beoogd resultaat	Wat is uitgevoerd met daarbij behorende uitgaven	Niet uitgevoerd/-Nog uit te voeren
		<p>Totale uitgaven uit VT: (€ 116.000).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realisatie 9 WIFI-punten. (Bijdrage uit VT jaarlijks € 4.500). • Eenmalige extra bijdrage Ecoscope in 2011. (Bijdrage uit VT € 12.500) • Jaarlijkse subsidie Rondje Pontje. (Bijdrage uit VT € 8.000). • Project vissteigers (Bijdrage uit VT € 12.000). • Jaarlijkse kosten knooppuntensysteem (Bijdrage uit VT € 2.500 per jaar). • In 2013 is het wandelnetwerk op Schouwen-Duiveland afgerond met een totaal netwerk van 340 km. (Bijdrage uit VT € 10.000). • In 2015 is gestart met de aanleg van een ruiter- en mennetwerk en ATB netwerk (Bijdrage voor onderzoek uit VT € 7.500). • Toeristische bewegwijzering /musea-informatievoorziening: is in 2014 opgepakt, met als eerste fase Zierikzee. (VT € 53.700) • Herziening en verbetering fietsknooppuntensysteem voorjaar 2015 door routebureau. 	
5. Versterken cultuurtoerisme			
We maken de unieke cultuurhistorie beleefbaar. De identiteit op het gebied van kunst, cultuur en historie bundelen we tot toeristisch product van nationale faam.	Visie cultuurtoerisme met uitvoerings-programma	<p>Voor het opstellen van een 'Nota natuurgerichte recreatie en cultuurtoerisme' is opdracht verleend aan een communicatiebureau in samenwerking met Stichting Landschapsbeheer Zeeland en VVV Zeeland. De opgeleverde concept nota voldeed niet aan de doelstelling. We hebben daarom besloten de nota niet vast te stellen. Wel worden enkele acties opgepakt in relatie tot het Eilandmarketingplan en als uitwerking van de recreatieve infrastructuur.</p> <p>Jaarlijkse bijdrage museumhaven. (Bijdrage uit VT € 6.930).</p>	Cultuurtoerisme meenemen in op te stellen Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS)
6. Natuurgerichte recreatie			
Natuurbeleving van gasten laten toenemen en bijzondere status op het gebied van duurzaamheid uitnutten.	Visie Natuurgerichte recreatie met uitvoerings-programma	<p>Zie het hierboven gestelde over de Nota natuurgerichte recreatie en cultuurtoerisme.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Project Natuurlijk Zeeland. (Bijdrage uit VT € 60.000). • Educatieve voorzieningen in het Delta Klimaatnatuurpark Duinzoom. Geen bijdrage vanuit VT. • Realisatie Klimbos Boswachterij. Geen bijdrage vanuit VT. 	Natuurgerichte recreatie meenemen in op te stellen Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS)

Doel	Beoogd resultaat	Wat is uitgevoerd met daarbij behorende uitgaven	Niet uitgevoerd/-Nog uit te voeren
7. Watersportactieplan			
Verhogen van aantrekkingskracht van Schouwen-Duiveland als watersport-gebied.	We voeren de in het uitvoerings-programma bij het actieplan geprioriteerde projecten uit, dan wel verlenen medewerking en faciliteren bij initiatieven van derden.	<ul style="list-style-type: none"> Rondje Watersport. (Bijdrage uit VT € 3.200). De drijvende steiger/ponton voor chartervaart haven 't Luitje Zierikzee is gerealiseerd (€ 155.000). Geen bijdrage vanuit VT. Parkeerterrein Langendijk Den Osse uitgebreid en heringericht, inclusief toegang naar de duikstek (oversteekplaats en trappen). (€ 212.547, waarvan de helft voor rekening van onze gemeente en de andere helft vanuit de 'Procesafspraken gelden Maasvlakte 2'). Geen bijdrage vanuit VT. Parkeerterrein Zeelandbrug: uitvoering herinrichting parkeerterrein en duikstek (onder andere een tweede duiktrap) tweede helft van 2015. Persluchtstation vanuit particulier initiatief. Geen bijdrage vanuit VT. 'Onthaal naar het Deltawater' Haven Bruinisse, privatisering havens Scharendijke en Brouwershaven. Geen bijdrage vanuit VT. Riviercruises: aangesloten bij Zeeuws overleg riviercruises en realisering website riviercruises door VVVZeeland. Project is gedekt door een subsidie van de provincie. Duurzame Jachthaven van de Toekomst/Brouwerseiland: zie Visie Brouwersdam. 	Plan van aanpak 'Smaakmaker in de watersport' ter promotie watersport. Zie acties 'Eilandmarketingplan'.
8. Zicht op de Grevelingen/-visie Brouwersdam			
Verhogen van aantrekkingskracht van Schouwen-Duiveland als watersport-gebied.	Uitvoering projecten Zicht op de Grevelingen I	<ul style="list-style-type: none"> Verlenging RTM lijn. (Bijdrage uit VT € 27.000) Jaarlijkse bijdrage projectorganisatie ZOGL (tot 2014). (Bijdrage uit VT € 21.000) Raamplan Brouwersdam Zuid, met Structuur- en Gebiedsvisie. (Bijdrage uit VT € 75.000) Project elektrische scooters. (Bijdrage uit VT € 16.000) <p>Brouwersdam Hotspot for Active Leisure:</p> <ul style="list-style-type: none"> Herinrichting parkeerterrein Wijde Wereld. Geen bijdrage vanuit VT. Opknappen fiets- en voetgangerstunnel N57. Geen bijdrage vanuit VT. Diverse ingrepen openbare ruimte nabij Haven West Repart (inclusief speelvoorziening voor kinderen). Geen bijdrage vanuit VT. 	Uitvoering van projecten in Zicht op de Grevelingen II (nog vast te stellen) en project Getijdencentrale.

Doel	Beoogd resultaat	Wat is uitgevoerd met daarbij behorende uitgaven	Niet uitgevoerd/-Nog uit te voeren
		<ul style="list-style-type: none"> Upgrading strandopgangen Ellemeet, Scharendijke en Brouwersdam 1. Geen bijdrage vanuit VT. Onderzoek naar dagrecreatieve voorziening West-Repert. Geen bijdrage vanuit VT. In 2015 is het haalbaarheidsonderzoek naar de getijdencentrale Brouwersdam afgerond, onder leiding van het projectbureau Getijdencentrale Brouwersdam.. In 2015 start de tender om een marktpartij te selecteren, met wie vervolgens in 2016-2017 de plannen verder uitgewerkt worden. Een go-no go besluit moet in 2018 vallen, realisatie in 2020. Bijdrage vanuit de gemeente € 100.000. Geen bijdrage vanuit de VT. Jaarlijkse kosten toiletten, vlaggenmasten etc. (Bijdrage uit VT € 33.500). 	
9. Hoofdpijnen strand / Strandvisie 2010-2014			
De kwaliteit van de voorzieningen op het strand aan te passen aan de wensen van de gast en bewoner.	Uitvoering Strandvisie 2011-2014 met bijbehorend actieprogramma.	<ul style="list-style-type: none"> Investering in stranddouches bij 10 duinovergangen. Bijdrage vanuit VT € 15.000 niet nodig i.v.m. voordelige aanbesteding Er zijn verduaalpalen geplaatst (€ 10.000 VT) Jaarlijkse diverse kosten strandovergangen. (Bijdrage uit VT € 5.000). Herijking Cafetariamodel strandpaviljoens incl. tarievenstructuur strandpaviljoens en overige voorzieningen strand Herijking strandzoning In 2011 is het "Euregioproject 120 kilometer kustkwaliteit" afgerond met: realisering nieuwe reddingspost (extra Blauwe Vlag strand), aanschaf nieuw reddingmateriaal, aanpassing drie duinovergangen en nieuwe strandbeoording. Totale co-financiering uit VT: € 281.291 (2008-2011). Strandbewaking door SRB buiten het seizoen is geïntensiveerd. In 2011 zijn bestemmingsplanprocedures doorlopen ter realisering van (extra) jaarrond paviljoens en reddingsposten. In 2014 is de laatste planologische procedure doorlopen voor een jaarrond paviljoen. De strandschoonmaak is verder geïntensiveerd met schoonmaak buiten het zomerseizoen indien nodig. 	Herijking Strandvisie en uitvoeringsprogramma in 2016.

Doel	Beoogd resultaat	Wat is uitgevoerd met daarbij behorende uitgaven	Niet uitgevoerd/-Nog uit te voeren
		<ul style="list-style-type: none"> • Realisering ondergrondse containers met mogelijkheid tot gescheiden afvalinzameling. Aantal ondergrondse containers in 2015 verder uitbreiden. • Er is ingezet op afvalpreventie met bewustwordingscampagnes, peukenbakken/bakjes, informatieborden met gratis afvalzakjes en diverse opruimacties gericht op educatie. • Met inzet van de Zuidhoek is handmatig schoongemaakt (ecologisch strandonderhoud) • Afgelopen 4 jaar waardering van 4,5 (zeer schoon) behaald in Schoonste Strand. Met een top 10 notering in 2014. • Verhoogde scores in Quality Coast en EcoXXI keurmerken • Aanschaf van extra strandrolstoelen en het plaatsen van bankjes. • Ontwikkeling nieuwe strandfolder ontwikkeld, o.a. gericht op mensen met een beperking (€ 10.000 VT) • Er is toestemming verkregen van de Provincie om verlichting op de overgangen te realiseren (zonder aantasting van de natuur). Op een aantal duinovergangen is deze verlichting door ondernemers gerealiseerd. • Er zijn extra fietsen-stallingen geplaatst. In 2015 extra fietsenstalling bij de overgang Wilhelminahoeve • Er is campagne gevoerd om fietsparkeren buiten de fietsenstalling te voorkomen • Project Greenkey. (Bijdrage uit VT € 6.000) • Naast uitvoering van deze werkzaamheden zijn er nog jaarlijks kosten voor strandbeheer (schoonmaak/gastheerschap De Zuidhoek, nachtbewaking, mobiele toiletten etc.). (Bijdrage uit VT jaarlijks € 35.000) 	
10, THS			
<p>Het eiland Schouwen-Duiveland heeft een krachtige en duidelijk herkenbare Toeristische Hoofdstructuur (THS). We benutten de daaraan verbonden potenties</p>	<p>Visie Toeristische Hoofdstructuur</p>	<p>Begin 2015 leveren we een evaluatie op van het Actieprogramma Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme over de periode 2011-2015. In het tweede kwartaal van 2015 leveren we een bestuursopdracht op voor een Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS)</p>	<p>Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS) in 2015/2016.</p>

Doel	Beoogd resultaat	Wat is uitgevoerd met daarbij behorende uitgaven	Niet uitgevoerd/-Nog uit te voeren
11. Flexibele wonen			
Het eiland Schouwen-Duiveland heeft een krachtige en duidelijk herkenbare Toeristische Hoofdstructuur (THS). We benutten de daaraan verbonden potenties	Visie flexibel wonen	In het kader van 'LeefTij2039' heeft Midavaine een rapportage opgesteld over deeltijdwonen op Schouwen-Duiveland. Het doel van dit onderzoek was het verkennen van mogelijkheden voor deeltijdbewoning in een (toekomstig) teruglopende verblijfsmarkt met seizoensfluctuatie, teneinde de woon- en leefsituatie te verbeteren. Hiervoor is de volgende probleemstelling opgesteld: Welke mogelijkheden zijn er voor deeltijdwonen op Schouwen-Duiveland in een (toekomstig) teruglopende verblijfsmarkt met seizoensfluctuatie? De rapportage is eind 2011 opgeleverd. Waar mogelijk is de rapportage input geweest voor de nieuwe gemeentelijke Woonvisie. (Bijdrage uit VT € 10.000).	Geen.
12. BIZ			
Geconcentreerd vermaak aanbieden gedurende het gehele jaar voor grote aantallen gasten en bewoners.	Realisering van 4 BIZ-zones	Na een representatieve peiling was er te weinig draagvlak om tot een BIZ zone te komen in Renesse, Zierikzee en de 2 bedrijven-terreinen in deze kernen. Kosten zijn gedekt uit de Post Onvoorzien. Geen bijdrage uit de VT.	Geen concrete acties.
13. Masterplan Renesse			
Renesse als toeristisch centrum en badplaats profileren.	Masterplan met uitvoeringsprogramma en inzicht in ruimtelijke effecten.	In het tweede kwartaal van 2014 is gestart met het opstellen van het Masterplan Renesse. In het vierde kwartaal van 2014 is een nota van uitgangspunten opgesteld. Dit is vertaald in een integrale ruimtelijke visie op Renesse (toekomstperspectief). In het 2e en 3e kwartaal van 2015 voegen we een projectenlijst toe en is het Masterplan Renesse compleet. Totaal budget voor 2014-2015 is 175.000 euro. Geen bijdrage uit VT. In 2015 voeren we een aantal quick wins uit, die zien op verbetering van de (uitstraling van de) entrees van Renesse: de Roelandsweg en Stoofweg.	Geen concrete acties, zie projecten in het kader van Brouwersdamprogramma.
14. Evenementenvisie			
	Evenementenvisie	<ul style="list-style-type: none"> Evenementenvisie is in 2014 vastgesteld met criteria voor subsidiering nieuwe evenementen (Bijdrage uit VT circa € 30.000 per jaar). Aanvragen subsidie evenementen zijn vanaf medio 2014 getoetst aan de nieuwe criteria. Er is vanuit reguliere begroting structureel geld beschikbaar gesteld voor 2015-2018 voor sponsoring van enkele bestaande evenementen (€ 25.000 per jaar. Geen bijdrage vanuit VT). 	Vervolg sponsoring enkele bestaande evenementen en evaluatie daarvan.



Laan van St. Hilaire 2
4301 SH Zierikzee

Postadres:
Postbus 5555
4300 JA Zierikzee

T (0111) 452 000
F (0111) 452 452

gemeente@schouwen-duiveland.nl
www.schouwen-duiveland.nl