

CONCEPT AGENDA TOERISME 2018-2026

*“DE TOEKOMST VAN HET TOERISME IS SCHOUWEN-
DUIVELAND”*



Aangeboden door het platform Toerisme Schouwen-Duiveland

Datum:

Inhoudsopgave

Voorwoord	Blz. 3
1, Inleiding en doelstelling	Blz. 4
2. De belangrijkste feiten en het vertrekpunt van de agenda toerisme	Blz. 6
3. Toekomstvisie....de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland	Blz. 9
4. Onze agenda, de 6 centrale thema's nader uitgewerkt in keuzes	Blz. 16
5. Uitvoeringsparagraaf	Blz. 28

Bijlage: Uitvoeringsprogramma en regelgeving Agenda Toerisme 2018-2026

Naslag: Uitgangspuntennotitie en discussienota 12 oktober 2017

Voorwoord

WETHOUDER

.....

RECRON

.....

Het platform Toerisme Schouwen-Duiveland bestaat uit de volgende deelnemers:

- Gemeente Schouwen-Duiveland
- Recron Schouwen-Duiveland
- Vereniging Strandpaviljoenhouders Schouwse Kust (VSSK)
- Hiswa
- Vekabo
- Vereniging Hotels en Pensions (VHP)
- Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
- Toeristische UitvoeringsAlliantie (TUA) (VVVZeeland, Economische Impuls Zeeland, Kenniscentrum Kusttoerisme)

1. Inleiding en doelstelling

Het programma Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme heeft duidelijk gemaakt dat samen doelen stellen en uitvoeren werkt. Of het nu gaat om verbetering van de kwaliteit, seizoensverlenging, infrastructuur of andere zaken. Veel van de thema's uit Schouwen-Duiveland kiest voor Toerisme zijn nog steeds actueel en zijn dan ook blijvers op de agenda. Het werk is daarmee nog niet af en ook nieuwe thema's hebben zich aangediend.

Kijken we naar de toekomst dan is duidelijk dat Schouwen Duiveland ook weer kiest voor Toerisme. Dit zonder enige discussie. Het belang van het toerisme voor ons eiland is in vele opzichten groot. Het is een belangrijke economische motor en zorgt voor veel werkgelegenheid. Het toerisme zorgt ook voor het benodigde draagvlak voor veel voorzieningen. Voorzieningen die niet alleen van waarde zijn voor de toerist. Schouwen-Duiveland en toerisme zijn een. Dat het werk nog niet af is en ook de wereld van het toerisme volop in ontwikkeling blijft is de reden voor een vervolg op het programma Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme. Dit doen we in de vorm van een agenda toerisme die de veelzeggende titel **de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland !** heeft meegekregen.

Er is voor de periode 2018-2026 bewust gekozen voor een **agenda** toerisme. Een agenda geeft meer dan een programma aan waar het de komende jaren in essentie om moet gaan willen wij ons toeristisch product op top niveau houden. Met de agenda stellen we doelen en vertalen we deze in concrete acties. Wat verder weg focussen we op de toekomst, maar we komen al snel weer terug bij vandaag en morgen. We wegen en maken keuzes waar we onze energie, tijd en middelen in willen of moeten steken. De zaken die voor de komende jaren het belangrijkste zijn komen terug in de agenda. Met de agenda in de hand verliezen we actuele ontwikkelingen ook niet uit het oog en opereren we flexibel. Niets is tegenwoordig zo lastig als in de toekomst kijken. Ontwikkelingen gaan met grote vaart en het gedrag van de moderne consument verandert snel. We kijken daarom vooral naar onze doelen en in goed overleg stellen we de agenda zo nodig bij.

De agenda is bovenal een gezamenlijke agenda. Dit is van grote waarde en past bij de huidige tijd. Vooral samen staan we immers sterk. Het motto het geheel is meer dan de som der delen gaat zeker op voor de toeristische bestemming Schouwen-Duiveland. Een thema dat we uitwerken als basisgedachte. Voor de periode 2018-2026 heeft een breed samengesteld platform in goed overleg met de samenleving de agenda's getrokken en gevuld. De spreekwoordelijke klokken staan gelijk. Met dezelfde agenda in de hand gaan we ook vol positieve energie samen aan de slag en maken we werk van onze ambities!

De agenda Toerisme 2018-2026 heeft de volgende doelstellingen:

- In de agenda toerisme leggen we onze ambities voor de toekomst van het toerisme op Schouwen-Duiveland vast.
- De agenda brengt focus in waar we in 2018 tot 2026 tijd, geld, middelen en energie in steken.
- Abstracte ambities vertalen we concreet in beleidskeuzes, doelen en acties voor de korte en middellange termijn. We leggen vast wat we gaan doen, wanneer, met welk doel en wie wat gaat doen.
- De agenda Toerisme inspireert en verbindt en vormt de basis om gezamenlijk (nog meer) werk te maken van onze ambities.

Opzet en leeswijzer

De agenda toerisme is als volgt opgebouwd. Na de inleiding presenteren we in hoofdstuk 2 de belangrijkste bevindingen uit de uitgebreide analyse. Deze analyse is zeker belangrijk en vormt de basis voor de agenda. Dit gebeurt kort en beknopt in de vorm van een factsheet. We willen immers niet onnodig energie verliezen en het vooral hebben over waar het uiteindelijk om draait in de agenda, namelijk: waar gaan we voor en wat gaan we concreet doen. Voor een uitgebreid verslag van de analyse verwijzen we dan ook naar de 'Uitgangspunten en discussienotitie Visie Toeristische Hoofdstructuur' dat als aparte bijlage beschikbaar is bij de agenda. Als opstap naar de agenda brengen we aan het eind van hoofdstuk 2 het vertrekpunt van de agenda (*vertrouwen in de toekomst maar er valt nog genoeg te doen*) in beeld.

In hoofdstuk 3 ... **de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland !** staan we stil bij de centrale doelstelling van de agenda Toerisme. De vragen waar willen we met het Toerisme op Schouwen-Duiveland naar toe en hoe gaan we dit bereiken staan centraal. Om ons doel vorm en inhoud te geven gaat de agenda uit van 6 leidende basisgedachten die we in 6 zorgvuldig geselecteerde thema's concreet uitwerken. De basisgedachten lichten we nader toe in hoofdstuk 3.

In hoofdstuk 4 werken we de 6 thema's uit in een toekomstbeeld vanuit ons onderscheidend vermogen, de opgaven, (beleids-)keuzes en randvoorwaarden per thema. Deze keuzes werken we in het uitvoeringsprogramma uit in concrete doelen, acties en activiteiten. Ook vindt u in het uitvoeringsprogramma de regelgeving die behoort bij de keuzes. De eerste financiële vertaling van het uitvoeringsprogramma vindt plaats in de jaarlijkse 'Beleidsvoornemens Voorziening Toerisme', voor de periode 2018-2020. Hoofdstuk 4 gekoppeld aan het uitvoeringsprogramma, vormt daarmee de basis voor de uitvoeringsagenda voor de komende 8 jaar. Met het kiezen van de 6 thema's en acties geven we aan waar we op gaan inzetten.

Tot slot gaan we in hoofdstuk 5 in op meer organisatorische zaken en hoe we samen aan de slag gaan met de agenda Toerisme. Zaken als wie doet wat, beoogde samenwerking, de rol van de denktank en monitoring van de agenda komen hier aan bod.

Hoe is de agenda toerisme 2018-2026 tot stand gekomen

De agenda toerisme is het resultaat van een bijzonder proces. Zo is het initiatief om te komen tot een agenda toerisme genomen door de Recron Schouwen-Duiveland en de gemeente samen. Dit met het nadrukkelijke doel om van start af aan samen van visie naar uitvoering op te trekken. In een zeer vroegtijdig stadium van het proces is vervolgens overleg gezocht met de voor de toekomst van het toerisme belangrijkste partijen. Samen met deze partijen is een platform gevormd. Land- en waterrecreatie, horeca, kust en buitengebied, kennis en promotie hebben zitting in het platform. Daarmee heeft de agenda een bijzondere en stevige basis. De uitgangspuntennotitie als naslagwerk en de agenda toerisme zijn niet alleen opgesteld onder de verantwoordelijkheid van het platform. Vooral is bijzonder dat de leden van het platform zelf actief hebben bijgedragen aan het vullen van de inhoud van de uitgangspuntennotitie, de thema's en daarmee de agenda toerisme en dat zij dit hebben gedaan door input te vragen van bij de thema's betrokken partijen, zowel ondernemers, inwoners als belangenorganisaties.

De uitgangspuntennotitie heeft als basis gediend voor een eerste en breed maatschappelijk debat over de toekomst van het toerisme op Schouwen-Duiveland. Op 18 september 2017 is een druk bezocht symposium georganiseerd en via de website www.toekomsttoerisme.nl is input geleverd. De resultaten van het eerste debat zijn verwerkt in een concept agenda die wederom breed is besproken. Dit proces heeft geleid tot een collectief gedragen uitgangspunt van de agenda namelijk de **toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland !** Op basis van het proces en de constructieve samenwerking in het platform zijn 6 leidende basisgedachten uit de agenda geformuleerd en de 6 belangrijkste thema's geselecteerd waar het in de agenda toerisme om moet gaan. De platformleden hebben actief bijgedragen om deze thema's te vullen met de relevante beleidskeuzes en acties.

2. De belangrijkste feiten en het vertrekpunt agenda toerisme

2.1. De belangrijkste feiten

Factsheet: omzet en werkgelegenheid

- Totale bestedingen in toerisme van ruim 242 miljoen in 2016
- Ruim 185 miljoen bestedingen verblijfstoerisme en 57 miljoen bestedingen dagtoerisme
- 3,2 miljoen dagtoeristen
- Circa 50 miljoen aan bestedingen in horeca door toeristen
- Totale toegevoegde waarde door uitgaven van toeristen in andere sectoren zo'n 87 miljoen in 2016
- Toerisme genereert ruim 1 op de 6 banen op Schouwen-Duiveland en is daarmee grootste banenmotor
- Ruim 5,2 miljoen overnachtingen in 2016, inclusief tweede woningen, hoogste aantal in de Delta

Enkele trends en ontwikkelingen:

- Vraag naar meer beleving
- De gast wil uniek zijn in zijn identiteit, product speciaal voor haar/hem gemaakt
- Vraag naar gezondheid en natuur
- Gemak en gebruiksvriendelijkheid zijn belangrijk. Smartphone als 'personal assistent'
- Tijd en geld optimaal besteden
- Interactie met familie, vrienden en gelijkgestemden
- Behoeftte aan diversificatie en onderscheidenheid in accommodaties (meer omgevingsgebonden)
- Toename B&B's en Social traveling (Airbnb)
- Vraag naar luxe in verblijfsrecreatie, maar ook budgetconcepten (back to basic)
- Toename verbondenheid met en beleving van de regio
- Gast wil een unieke vakantie(ervaring) met een unieke accommodatie, op een unieke plek
- Evenementen, vooral in muziek, stimuleren het dag- en verblijfstoerisme
- Groeiende trend van pop-up initiatieven
- Waterrecreant wil delen en niet bezitten
- Vraag naar mix van watersportactiviteiten en meer te doen op grens land/water

De opgaven: sterktes en zwaktes, kansen en bedreigingen

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none">- Recreatiesector is aanjager lokale economie- Recreatiesector is stabiele pijler gebleken- Strand is grote trekker- Grote variatie in natuur- Goede fiets- en wandelinfrastructuur- Gezonde streekproducten- Groot aanbod cultuur en historie- Veilige bestemming- Zeeland is als bestemming een merknaam- Een krachtige Zeeuwse VVV organisatie	<ul style="list-style-type: none">- Schouwen-Duiveland als bestemming geen merknaam- Imago Zeeland en Schouwen-Duiveland (met name bij Nederlanders) minder goed- Geen herkenning Schouwen-Duiveland als jaarrond bestemming- Geen/te weinig herkenning Schouwen-Duiveland als watersportgebied- Kennis nog beter delen en krachten bundelen- Imago Renesse als jongeren vakantiebestemming is hardnekkig- Zierikzee als monumenten en maritieme stad onvoldoende geprofileerd- Beperkte investeringsbereidheid in promotie door bedrijfsleven- Toeristische dienstverlening niet op internationaal niveau- Gebrek aan differentiatie in de recreatiesector

Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> - Verlenging seizoen (winterperiode) en benutten schouderseizoenen (voorjaar/najaar) - Groeimarkten buitenland (Duitsland en België) en 50+ - Toenemende belangstelling in thema gezondheid, eerlijke producten, wellness en well-being - Gezamenlijke strategische marktwerking en regiopromotie - Natuur is het belangrijkste motief om Schouwen-Duiveland te bezoeken - Natuur en water beter beleefbaar maken - Excelleren in gastvrije ontvangst, persoonlijk contact en keuzevrijheid voor de gast - Explosieve groei internet met digitale boekingen op steeds kortere termijn - Er is vraag naar kleinschalige, gedifferentieerde vormen van verblijfsrecreatie langs het water - Investeren in kwaliteit leidt tot meer economisch rendement - Afstemming politiek en sector leidt tot gezamenlijke agenda en meer constructieve en eenduidige besluitvorming 	<ul style="list-style-type: none"> - Mondiale concurrentie (Nederland vechtmarkt) - Door het ontbreken van jongeren is er een minder organische aanwas jonge gezinnen - Personeelstekort in recreatie en horeca - Groot aanbod nieuwe, luxe accommodaties in omliggend gebied - Spanningsveld tussen digitalisering versus persoonlijk contact - Bereikbaarheid N59 / N57

2.2. Vertrekpunt agenda: trots, vertrouwen in de toekomst maar er valt nog genoeg te doen

Trots en vertrouwen. Schouwen-Duiveland is een prachtig eiland gelegen midden in de Zeeuwse en Zuid-Hollandse Delta. Land en water maken het eiland tot een bijzondere en voor velen ook een bijzonder aantrekkelijke plek om te wonen en te recreëren. Door de bijzondere kwaliteiten is het eiland reeds lange tijd geleden ontdekt door de inwoners van de Delta omringende gebieden en vormde voor hen een oase van rust, ruimte en ontspanning. Sinds het prille begin van de recreatie is er veel veranderd. Grote aantallen toeristen en recreanten weten Schouwen-Duiveland inmiddels te vinden. Dit niet voor een keer. Eenmaal kennismemaakt met het eiland heeft men een band met Schouwen-Duiveland en komt men ook graag terug. Het reguleren van de recreatiestromen en recreatiedruk vraagt alweer heel wat jaren, vooral in het hoogseizoen, onze aandacht. De recreatie, of het nu gaat om de campings of zomerhuisterreinen, de horeca of de attracties, heeft zich ontwikkeld tot een serieuze, professionele en volwaardige bedrijfstak. Een bedrijfstak die van groot belang is voor de economie van Schouwen-Duiveland. Een bedrijfstak die ook door kwaliteit van het aanbod de recreant weet te verleiden en op veel fronten fors investeert in de toekomst. Onveranderd bij dit alles blijft de aantrekkingskracht van onze stranden, de duinen, de dijken, de dorpen en het ons omringende water. (Noordzee, de Oosterschelde en de Grevelingen). Dit is de duurzame kern van wat ons zo aantrekkelijk maakt. Ons DNA. We zijn vol zelfvertrouwen over de toekomst van het toerisme op Schouwen-Duiveland. We weten dat we ons kunnen meten met veel zo niet elke top vakantiebestemming in binnen en buitenland. Bescheiden maar trots durven wij dit inmiddels ook uit te dragen.

Maar... we moeten flexibel meebewegen. Het kan en moet soms immers beter. We moeten flexibel meebewegen met de ontwikkelingen in de markt en beter inspelen op de wensen van onze gasten. Dit vraagt om voortdurende vernieuwing van ons product. Schouwen-Duiveland als eiland geniet daarnaast weinig naamsbekendheid en het branden van ons eiland is geen eenvoudige zaak. We kunnen ons daarmee slecht onderscheiden van andere kustgebieden binnen en buiten Zeeland. Het aantrekken van nieuwe bezoekers blijkt daarmee lastig.

Wanneer we uitdragen dat het waard is om naar Schouwen-Duiveland te komen voor een dag, een korte of lange vakantie dan moeten wij dit wel waar kunnen maken. We willen teleurstellingen voorkomen maar we moeten ons afvragen of ons dit wel op alle fronten lukt. Niet alle bedrijven investeren immers in de toekomst en blijven achter bij wat de markt verlangt. En zijn we wel

voldoende in staat om buiten het zomerseizoen een compleet en aantrekkelijk aanbod voor de toerist neer te zetten? Veelal draait het ook om veel beter bekend maken wat het eiland allemaal te bieden heeft. Dit vraagt veel van de onderlinge samenwerking en het gezamenlijk aanbieden van interessante evenementen en arrangementen. Een altijd lastig onderwerp wat continue vraagt om creativiteit en oog voor de actualiteit. Seizoensverlenging en het beter benutten van de schouderseizoenen is geen luxe maar noodzakelijk voor een gezonde bedrijfsvoering.

Het gedrag van de recreant verandert snel en de recreant bestaat al lang niet meer. Markten verschuiven. We doen al veel om goed in beeld te brengen wie onze (potentiele) gasten zijn en wat zij wensen. Dit onder het motto meten is weten. We stemmen zo goed als mogelijk ons aanbod en ook onze marketing hierop af. De technische mogelijkheden, ontwikkelingen en innovaties op dit gebied zijn groot. Het gebruik hiervan is meer dan ooit mede bepalend voor het succes van ons eilandelijke recreatieproduct. Monitoring zullen we dan ook periodiek, zelfs jaarlijks, moeten gaan doen. De toekomst van de recreatie gaat over het verzamelen en gebruiken van Big Data. Dit moeten we koppelen aan slimme marketing technieken en gebruiken voor innovatie en productontwikkeling. We kunnen het ons niet permitteren om deze ontwikkeling aan ons voorbij te laten gaan. Daarmee verliezen we de concurrentie met andere, anders mooie vakantiebestemmingen. Kortom, we hebben vertrouwen in de toekomst maar er blijft voldoende te doen!

3. Toekomstvisie...de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland !

Wat we willen bereiken: *Schouwen-Duiveland blijft ook in de toekomst een bijzonder aantrekkelijke toeristische bestemming in de Zeeuwse- en Zuid-Hollandse Delta.* Onze gasten ontvangen we *gastvrij* en voelen zich hier thuis. Ze komen ook graag weer terug en geven dit ook aan anderen door. Wil je het *hele jaar door genieten aan de kust*, dan denk je automatisch ook aan Schouwen-Duiveland. Seizoenen vervagen op het eiland en de beleving is jaarrond. Het eiland met het *ongerepte strand als grootste en blijvende trekker en het omringende water*, heeft alles in zich om dit waar te maken. Verleden en heden hebben dit bewezen maar ook **de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland !** Door deze uitdagende missie werken we aan Schouwen-Duiveland als een toeristisch eiland van de toekomst.

De kern van dit product is ons onderscheidend vermogen en imago als 'Groen Blauwe Oase'. Schouwen-Duiveland heeft alles 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, die zijn geluismomenten vooral beleefd in de natuur, zowel actief als ontspannend.

Inzet is om deze gegeven *kwaliteiten van ons eiland nog meer en zo optimaal mogelijk te benutten*. Er valt op Schouwen-Duiveland veel te beleven en de gast zal dit ook zo ervaren. We hebben kans gezien om ons flexibel aan te passen aan het *profiel van onze gasten* en in te spelen op hun wensen. We maken hierbij vanuit onze Groen Blauwe Oase en de daarbij passende verhaallijnen, duidelijke keuzes in wat we wel en wat we niet kunnen bieden en wat we vooral willen bieden en willen zijn.

In de toekomst zijn we in staat gebleken en kunnen we ook *blijvend investeren in de kwaliteit en vernieuwing van ons jaarrond toeristische product*. Tot slot zijn we een blijvend *voorbeeld voor andere kustgemeenten*.

Om onze doelen voor de toekomst vorm te geven zetten we in op de volgende zes strategische en leidende basisgedachten:

1. Schouwen-Duiveland: *de 'Groen Blauwe Oase' in de Delta*
2. Het geheel is meer dan de som der delen: de Toeristische Hoofdstructuur (THS)
3. Gast en een gastvrije ontvangst centraal
4. Blijvende aandacht voor jaarrond toeristisch product en toename bestedingen
5. Ruimte voor kwaliteit, innovatie en goed ondernemerschap
6. Samenwerking is de sleutel tot succes

Ad.1 Schouwen-Duiveland : 'Groen Blauwe Oase' in de Zeeuwse- en Zuid-Hollandse Delta.

De toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland! Onze omgevingskwaliteiten en ons DNA (natuur, landschap, rust en ruimte) vormen de kern van ons succes als recreatie- en vakantiebestemming. Deze kwaliteiten zijn nu maar ook in de toekomst het belangrijkste motief om ons eiland te bezoeken. Ons water is daarbij integraal onderdeel van deze natuur. De natuur en ons (water)landschap zijn er vooral om te ervaren en te beleven. Ze vormen daarnaast ook het decor voor een grote hoeveelheid van sportieve en culturele activiteiten. We investeren daarom in een robuuste natuur die tegen een stootje kan.



Ad. 2 Het geheel is meer dan de som der delen: de Toeristische Hoofdstructuur (THS)

Niet een specifieke attractie, activiteit, voorziening, camping, hotel of restaurant maakt Schouwen-Duiveland tot een succesvolle recreatie- of vakantiebestemming. Vooral het totale aanbod maakt ons aantrekkelijk. Wij kunnen dit totale aanbod goed onder de aandacht brengen zodat onze gast uit dit aanbod zijn of haar verblijf naar eigen behoefte kan samenstellen. In dit kader introduceren we de toeristische hoofdstructuur... de THS.

De THS biedt de gasten van ons eiland een totaalbeleving. Om deze totaalbeleving te bereiken bevat de THS voor Schouwen-Duiveland 5 verhaallijnen ('storytelling'). Deze komen voort uit het onderscheidend vermogen van onze Groen Blauwe oase. Dit betekent dat we deze totaalbeleving ook (echt) waar kunnen maken.

De THS maakt op hoofdlijnen duidelijk wat Schouwen-Duiveland onze (potentiele) gasten allemaal te bieden heeft. We zorgen er voor dat er optimale verbindingen zijn tussen de verschillende voorzieningen en unieke plekken. De 5 verhaallijnen maken hierbij duidelijk waar de eventuele hiaten in ons toeristisch product zitten. Uitgangspunt is dat ondernemers met hun producten en arrangementen moeten inspelen op de verhaallijnen. De verbindingen in de THS zijn daarmee niet alleen fysiek en ruimtelijk. De THS vormt ook de basis voor het leggen van verbindingen in product marktcombinaties, het vermarkten van het (totaal) aanbod en het vertellen van de (overkoepelende) verhalen van Schouwen-Duiveland. Het is een mindset van waaruit we denken en handelen. De THS gaat ons helpen overzicht te creëren in het totaal aanbod en dit te vermarkten, tekortkomingen in het aanbod te signaleren en creatief te zijn in het neerzetten van nieuwe attractieve product/marktcombinaties. Zo zorgen we er voor dat de gast meer beleeft en na zijn of haar verblijf terug kan kijken op unieke ervaringen. We maken de verhaallijnen hiertoe beleefbaar voor onze doelgroepen. De verhaallijnen koppelen we tot slot ook aan de 4 seizoenen, zodat sprake is van een jaarrond beleving.

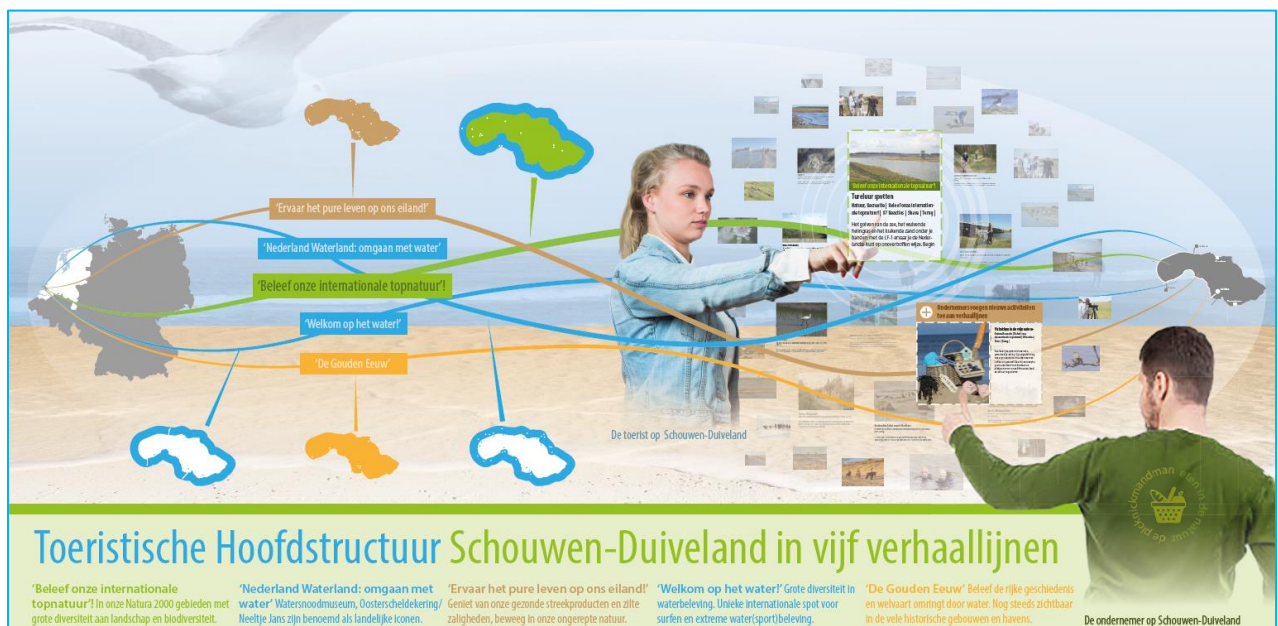
De verhaallijnen ('story-telling') die we met de THS neerzetten voor onze 'Groen Blauwe Oase' zijn:

- 1) *'Beleef onze internationale topnatuur!'* (In onze Natura 2000 gebieden met grote diversiteit aan water, landschap en biodiversiteit).
- 2) *'Nederland Waterland: omgaan met water'* (Onze geschiedenis en bijzondere band met water, herkenbaar door de Deltawerken (Oosterscheldekering/Neeltje Jans), het Watersnoodmuseum, Plompe Toren als landmark, de cultuurhistorie van de Verdrongen en Gekrompen dorpen).
- 3) *'Welkom op het water!'* (Grote diversiteit in waterbeleving in de Voordelta en de binnenwateren. Unieke internationale spot voor jongeren voor surfen en extreme water(sport)beleving).
- 4) *'Ervaar het pure leven op ons eiland!'* (vanuit DNA'oergevoel'): Geniet van onze gezonde streekproducten en zilte zaligheden. Gezond bewegen (Gezond Zeeland), versterken well-being en kom tot jezelf in onze ongerepte natuur).

Als onze gasten op het eiland zijn (de 'beleeffase') willen we dat ze alle kwaliteiten van ons eiland beleven, dus ook onze bijzondere cultuur(historie). Om de beleving voor onze gasten compleet te maken, zetten we naast de 4 verhaallijnen vanuit de 'Groen Blauwe Oase', ook de volgende verhaallijn neer:

- 5) *'De Gouden Eeuw'*: beleef de rijke geschiedenis en welvaart omringt door water, nog steeds zichtbaar in de vele herenhuizen, musea, kerken, stadsmuren en havens (Zierikzee, Brouwershaven etc.)

Naast deze 5 verhaallijnen onderzoeken we bij een succesvolle uitrol van de THS in een latere fase of er nog meer verhaallijnen aan de THS moeten worden toegevoegd. Te denken valt bijvoorbeeld aan een verhaallijn over kunst op het eiland.



Ad. 3 Gast en gastvrije ontvangst centraal

De gast centraal is vanuit professionele en commerciële overwegingen een noodzaak. Ons recreatieproduct is dan ook nadrukkelijk vanuit ons DNA afgestemd op de wensen van de (potentiele) gast. We doen hier voortdurend, gedegen en ook gezamenlijk onderzoek naar zodat we weten wat onze gasten daadwerkelijk doen en welke producten ze benutten. Uitgangspunt hierbij is de doelgroepbenadering leisure-leefstijlen voor Zeeland.

We maken waar wat we via marketing en promotie uitdragen en stellen de gast dan ook niet teleur. We ontvangen onze gasten van nature gastvrij en vinden dit niet alleen vanuit commerciële overwegingen belangrijk. Onze gasten zullen dit ervaren en komen ook daarom graag weer terug.

Om dit te bereiken maken we een uitvoerige analyse van de producten die we vanuit ons onderscheidend vermogen van de Groen Blauwe Oase en de daaraan verbonden verhaallijnen, kunnen bieden aan onze doelgroepen. Deze producten maken we aan onze gasten bekend,

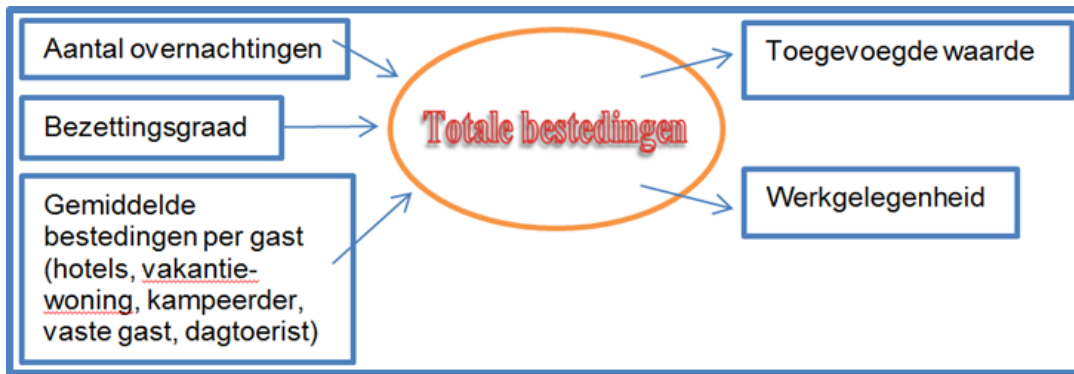
toegankelijk en beleefbaar. Waar voor sommige doelgroepen nog weinig of geen toeristische producten vanuit ons onderscheidend vermogen en verhaallijnen beschikbaar zijn, stimuleren en faciliteren we de ontwikkeling en het bekendmaken van deze nieuwe producten in samenwerking met onze partners.



Ad. 4 Economische groei is noodzaak: blijvende aandacht voor jaarrond toeristisch product en toename bestedingen

Economische groei is geen luxe of extra, maar pure noodzaak voor een gezonde bedrijfsvoering en investeringsvermogen. Uit de cijfers en onderzoeken blijkt immers dat weliswaar sprake is van (lichte) groei in de totale bestedingen in het toerisme (gemiddeld circa 1-1,5% per jaar), maar ook dat er een duidelijk verschil is in kwaliteit en ondernemerschap. Er zijn koplopers die (soms ver-)bovengemiddeld presteren, maar ook bedrijven die gemiddeld presteren en zelfs bedrijven die achterblijven en geen winst maken. Deze bedrijven kunnen daarom niet verder investeren in de benodigde kwaliteit van het toeristisch product en zijn (op termijn) niet vitaal. Conclusie is daarom dat onze toeristische sector (nog) niet vitaal en toekomstbestendig genoeg is.

Vanuit het streven naar meer vitaliteit, gaan we met deze agenda voor meer economische groei en toename van toegevoegde waarde en jaarrond werkgelegenheid. In de zomer en de piekperiodes in voor en naseizoen zijn daarom het behoud van onze marktpositie en het verhogen van de bestedingen belangrijke doelstellingen. De ruimte voor toename van het aantal overnachtingen zit in de schouderseizoenen. Seizoensverlenging van het toeristische product (benutten periode 1 november - 1 april) draagt daarnaast bij aan een positieve spiraal naar meer kwaliteit waar we jaarrond profijt van zullen hebben. Meer overnachtingen betekent meer investeringsruimte en compensatie voor de steeds stijgende kosten. Een toename in overnachtingen moet (meer) verspreid over het jaar plaatsvinden. Een betere jaarrond exploitatie maakt het immers ook mogelijk personeel jaarrond aan te nemen. Belangrijk voor de werkgelegenheid en de kwaliteit en continuïteit van de dienstverlening. Samenwerking van de recreatie met andere sectoren zoals MKB, agrarisch, visserij etc. versterkt het jaarrond product. We moeten echter ook aandacht hebben voor de balans in de samenstelling van ons toerisme. De toename van buitenlandse gasten in verhouding tot het binnenlands toerisme, kan wellicht juist leiden tot afname van deelname aan lokale jaarrond activiteiten en andere bestedingspatronen. Tot slot is voor het behoud van de kwaliteit van onze Groen Blauwe Oase nadrukkelijk van belang dat er balans moet zijn tussen de omgevingskwaliteit en economische mogelijkheden.



We hanteren de volgende economische, tactische en operationele doelstellingen.

Economische doelstellingen (lange termijn (15 jr))

1. Verhogen bruto toegevoegde waarde van recreatie en toerisme door toename totale bestedingen
2. Meer jaarrond werkgelegenheid in de recreatiesector door toename totale bestedingen en jaarrond bestemming, gekoppeld aan goede huisvesting en afstemming opleidingen aan wensen bedrijfsleven
3. Toename totale bestedingen verblijfs- en dagrecreatie door:
 - a. Verhogen van de gemiddelde bestedingen door de gast (hoogte gemiddelde bestedingen is onderzoeksvraag)
 - b. Hogere bezettingsgraad (meer omzet en overnachtingen) in daarvoor relevante sectoren
 - c. Meer gasten en herhaalbezoek (meer overnachtingen) (aantal overnachtingen in de schouderseizoenen is onderzoeksvraag)
4. Gezonde en vitale financiële toeristische bedrijfstak met investeringsvermogen (genereert vervolgens weer kwaliteit)
5. Verbetert imago toeristische bedrijfsleven
6. Verbeteren imago en herkenning van het onderscheidend vermogen van Schouwen-Duiveland als 'Groen Blauwe Oase' en daarmee verhoging van de waardering door de gast
7. Versterken van de merken en het imago van de badplaats Renesse en Monumentenstad/Maritiem Zierikzee omgeven door natuur.

Tactische doelstellingen (middellange termijn (4-5 jr))

1. Versterken kruisbestuiving en samenwerking recreatiesector onderling en met overige sectoren (MKB, agrarisch, visserij etc.) en meer uitdragen economisch belang en sociale bijdrage recreatiesector
2. Versterken van de onderlinge loyaliteit, inclusief koppeling met MKB (o.a. door Zeelandpas)
3. Innovatie van het toeristisch product en verbeteren ondernemerschap in brede zin (verblijfsrecreatie, horeca, dagrecreatie, watersport inclusief duurzaamheid, energie, circulair bouwen). We zijn hierin een voorbeeld voor andere kustgemeenten.
4. Stimuleren toeristisch kamperen, dagrecreatie en jaarrond evenementen
5. Stimuleren jaarrondexploitatie (openstelling)
6. Verhogen aantal gasten in de schouderseizoenen en meer jaarrond bestemming (1 november tot 1 april)

7. Versterken (natuur)beleving Schouwen-Duiveland als Groen Blauwe Oase doorstorytelling (gebaseerd op de verhaallijnen), DNA productontwikkeling en verbinden van het recreatief aanbod door middel van de Toeristische Hoofdstructuur
8. Verhogen marketing- en promotieactiviteiten op bekendheid Groen Blauwe Oase en jaarrond activiteiten en gericht inspelen op 'customer journey'
9. Renesse versterken in positionering als familiebadplaats omgeven door natuur (koppeling Inspiratiepunt 2.0)
10. Zierikzee versterken in positionering als monumentenstad omgeven door natuur (koppeling Nationaal Park Oosterschelde)

Operationele doelstellingen (korte termijn (jaarlijks)) (na investeringen uitvoeringsthema's)

1. Groei totale bestedingen rond 5% per jaar (exclusief inflatiecorrectie) (meetbaar)
2. Groei werkgelegenheid en toegevoegde waarde rond 5% (exact percentage is afhankelijk van toename totale bestedingen verblijfs- en dagrecreatie) (meetbaar)
3. Groei aantal overnachtingen in schouderseizoenen (nu niet meetbaar en is onderzoeksvraag)
4. Groei gemiddelde bestedingen gasten (nu niet meetbaar en is onderzoeksvraag)
5. Groei aantal evenementen in schouderseizoenen met 2,5% (meetbaar)
6. Groei bezoekersaantallen in het Inspiratiepunt Renesse met 5% (meetbaar)
7. Groei bezoekersaantallen op pagina's van Schouwen-Duiveland op website vvvzeeland.nl met 5% (meetbaar)

Ad. 5 Ruimte voor kwaliteit, innovatie en goed ondernemerschap

Niet kwantiteit maar kwaliteit en innovatie zijn leidend voor de (verblijfs-)recreatie op ons eiland. Daarom kiezen we bewust voor de koplopers in de sector en ondernemers die willen innoveren. Zij zorgen immers voor de benodigde daadkracht en vernieuwing. Goed ondernemerschap en het voortdurend vernieuwen stelt ons in staat onze koppositie als recreatiebestemming te verstevigen. Beleid is belangrijk als gezamenlijk richtinggevend kader maar zeker geen doel op zich. Voor goed ondernemerschap en maatwerk maken we ruimte. Kwaliteit en innovatie en goed ondernemerschap is belangrijk in alle geledingen: verblijfsrecreatie, horeca, dagrecreatie en waterrecreatie. Dit geldt ook voor investeringen in duurzaamheid, energie en circulair bouwen in deze sectoren.

Ad 6. Samen sterk

We, ondernemers, inwoners, gemeente en organisaties die direct of indirect belang hebben bij het toerisme hebben elkaar hard nodig. Goede en constructieve samenwerking tussen partijen en sectoren, stelt ons in staat om de uitdagingen waar het toerisme op Schouwen-Duiveland voor staat succesvol aan te gaan. Of het nu gaat om marketing, verlenging van het seizoen, het gastvrij onthalen van onze gasten, de zorg voor ons landschap of de zoektocht naar innovatie en creatieve product marktcombinaties. Nieuwe samenwerkingsverbanden tussen sectoren en ketenbenaderingen kunnen tot meer gezamenlijk resultaat en succes leiden. Hierdoor kunnen we er samen voor zorgen dat ons Schouwen-Duiveland ook in de toekomst een bijzonder aantrekkelijke en succesvolle toeristische bestemming in de Zeeuwse- en Zuid-Hollandse Delta blijft. Succes dat in alle lagen en sectoren van het eiland voelbaar zal zijn.

Transitie aan de hand van 6 overkoepelende thema's voor onze (beleids-)keuzes en acties

Met deze visie, missie, strategische basisgedachten en (economische) doestellingen bepalen we onze strategie. Deze komt er kortweg op neer dat we vooral door brede samenwerking met partijen binnen en buiten de recreatiesector, een transitie op ons eiland op gang willen brengen. Een transitie naar meer beleving van onze natuur en water, meer kwaliteit en vernieuwing van ons toeristisch product, met meer balans in vraag en aanbod, en vooral ook een meer jaarrond toeristische bestemming.

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.

Deze transitie en de daarbij behorende leidende basisgedachten van deze agenda geven we vorm en inhoud door de uitwerking in 6 zorgvuldig geselecteerde en overkoepelende thema's:

1. UITGEKIENDE MARKETING EN PROMOTIE VAN ONZE 'GROEN BLAUWE OASE' (inclusief digitalisering en Big Data)
2. MEER BELEVING (de sterkste natuurbeleving / verbinding land & water / Schouwen-Duiveland als podium)
3. HET HELE EILAND GASTVRIJ EN MEER JAARROND BEZOEKERS (inclusief opleiding en huisvesting van recreatiepersoneel)
4. VOORTDUREND VERNIEUWEN
5. HET ONGEREPT STRAND ALS BLIJVENDE TREKKER
6. ZORGELOOS DE UNIEKE PLEKKEN OP HET EILAND VINDEN

Aandachtspunten buiten de visie om

Een aantal zaken die van belang zijn voor de toekomst van het toerisme vragen aandacht. Deze zaken zijn niet of niet direct door deze visie toerisme op te lossen en werken we dan ook via separate sporen uit. Deze aandachtspunten zijn:

Waterkwaliteit Grevelingen en bereikbaarheid N59: voor een betere (be)leefbaarheid op en rondom de Grevelingen is de waterkwaliteit van 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

Beknellende wet en 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.

4. Onze agenda: de 6 centrale thema's nader uitgewerkt in keuzes

Thema 1: UITGEKIENDE MARKETING EN PROMOTIE VAN ONZE 'GROEN BLAUWE OASE' (inclusief digitalisering en big data)



Marketing en promotie van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

Met betere (digitale) promotie brengen we de **Groen Blauwe Oase** Schouwen-Duiveland onder de aandacht van potentiële bezoekers. Met betere (digitale) promotie bedoelen we goed **vindbare** en **toegankelijke** informatie die aansluit op de **behoeften** van onze bezoekers. We maken hierbij gebruik van aansprekende **verhalen** en sluiten aan op bestaande **Zeeuwse campagnes**. We verzamelen en gebruiken **big data** om onze communicatie nog beter af te stemmen op onze **doelgroepen**. Onze gasten zijn daardoor **bekend** met wat er **jaarrond** te beleven valt op het eiland. Met toepassing van het **DNA** verbeteren we ons toeristisch product verder.

Wat is de opgave?

We willen **samen, effectief onze trots op onze Groen Blauwe Oase willen uitdragen**. We willen ons **digitaal positief onderscheiden van andere toeristische gebieden**. Digitalisering en Big Data dienen de beleving.

Wat zijn onze keuzes?

- We brengen focus in de toeristische profilering door de statements van onze 'Groen Blauwe Oase' consequent te promoten buiten het eiland. We richten ons daarbij op de Nederlandse, Duitse en Belgische gast.
- We zetten in op 'storytelling' tijdens de beleeffase van de 'customer journey'
- We zetten in op DNA gebonden productontwikkeling en koppelen dit aan 'Land in Zee' en de verhaallijnen van onze 'Groen Blauwe Oase'
- We zetten in op het beleven van 'Gezond Zeeland', inclusief 'Gezond Eten Schouwen-Duiveland' (culinair)
- We ontwikkelen kennis van de gast in brede zin (ook strand- en watergast) om zo goed mogelijk in te spelen op het profiel van onze gasten
- We blijven structureel inzetten op de Digitale Zeeland Experience (DZE), inclusief deelname Zeeland ID.



Wat bereiken we daarmee?

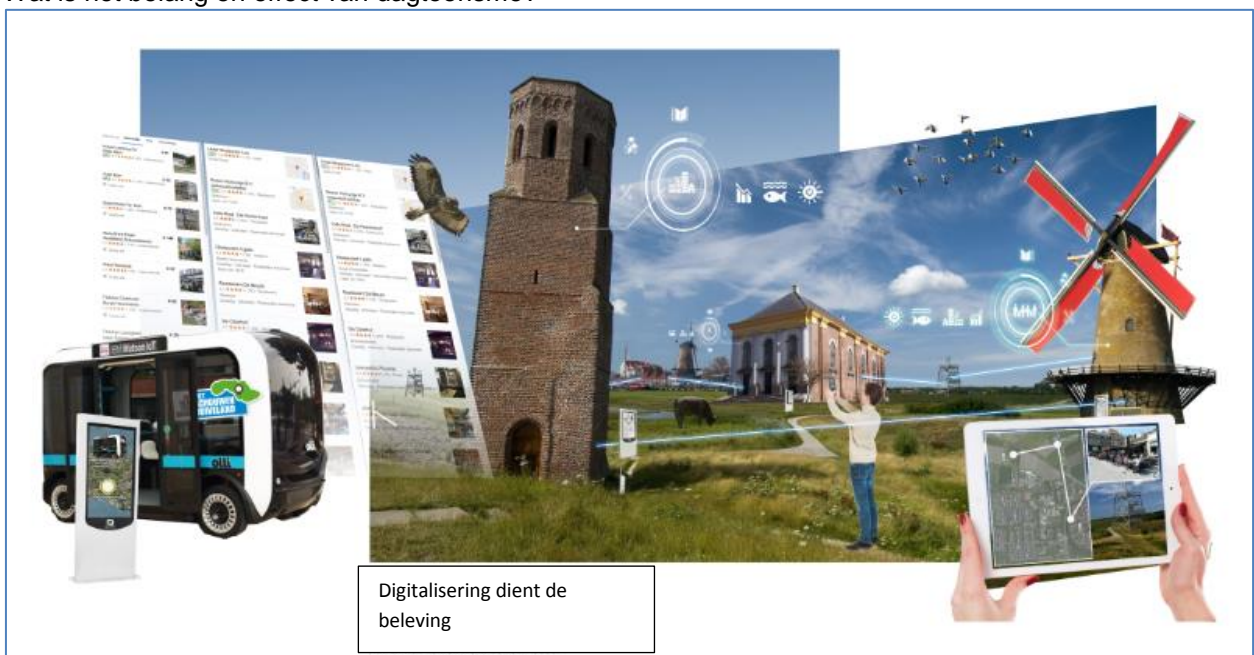
- Meer gasten en herhaalbezoek, vooral gericht op schouderseizoenen en jaarrond bestemming
- Verbeteren imago en herkenning van het onderscheidend vermogen als 'Groen Blauwe Oase' en daarmee verhogen van de waardering door de gast (ook van de gezonde en culinaire kwaliteiten)
- Verhogen marketing- en promotieactiviteiten op bekendheid Groen Blauwe Oase en jaarrond activiteiten en gericht inspelen op 'customer journey' (droom-, boekings- en beleeffase)
- Versterken van de merken en het imago van de badplaats Renesse en Monumentenstad Zierikzee omgeven door natuur.
- Versterken (natuur)beleving als Groen Blauwe Oase door 'storytelling', DNA productontwikkeling en verbinden recreatief aanbod door de vijf verhaallijnen van de Toeristische Hoofdstructuur (THS)
- Versterken kruisbestuiving en samenwerking recreatiesector onderling en met overige sectoren (MKB etc.) (productontwikkeling, culinair, opleiding, agrarisch bedrijfsleven, evenementen-organisatoren)
- Beter inspelen op wensen en profiel van de gast gekoppeld aan storytelling en daardoor meer persoonlijk ervaren van onze Groen Blauwe Oase
- Kennis van economische effecten gedrag verschillende soorten gasten (verblijfs- en dagrecreant, strand- en watergast) voor beleidsvorming, evaluatie en afstemming gezamenlijke agenda
- Versterken loyaliteit gasten en inwoners (ingeval van inwonerspas)

Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Aansluiten bij Land in Zee en DNA Groen Blauwe Oase
- Beschikbaarheid marketingmiddelen door overheid en bedrijfsleven
- Stevige samenwerking tussen VVVZeeland, ondernemers en overheid
- Gezamenlijke focus op en prioritering in doelgroepen in de promotie en marketing
- Samen met het Platform Toerisme vergroten van kennis bij ondernemers over het optimaal bereiken en informeren van gasten via digitale middelen
- Terughoudendheid in delen data wegnemen en ondersteunen ondernemers in interpretatie/gebruik data
- Kennis gemeente en betrokkenen over mogelijkheden om kennis te vergaren, benutten en bewaken
- Continu benutten van data voor beleidsvorming en –evaluatie

Wat zijn belangrijke onderzoeksvragen in relatie tot Big Data?

- Wat zijn de gemiddelde bestedingen?
- Hoe is de verdeling van overnachtingen over de seizoenen (incl. groei)?
- Wat is het belang en effect van dagtoerisme?



Thema 2: MEER BELEVING (De sterkste natuurbeleving / verbinding land & water / Schouwen-Duiveland als podium)



De beleving van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

De **groen-blaue oase** Schouwen-Duiveland staat garant voor de meest **intense natuurbeleving** in de Delta in **alle seizoenen**. Het veelzijdige landschap is **toegankelijk** en **beleefbaar** voor onze gasten. Op sommige plekken is de natuur **beschermd** en niet toegankelijk, we **leggen uit** waarom dit belangrijk is en wat die natuur zo **bijzonder** maakt. Zo maken we **natuurbescherming en -educatie** een **beleving** op zich voor **jong en oud**. **Water** is een belangrijk onderdeel van onze natuur en gasten **belev**en het water op **verschillende manieren**. In en op het water, dat altijd in beweging is, kunnen onze gasten **zelf ervaren** wat onze **band met het water** betekent. De **verhalen** over onze **watergebonden geschiedenis** zijn aantrekkelijk en eigentijds gebracht, gekoppeld **doe-activiteiten**. Als **gastheer** in de recreatiesector op ons eiland ben je automatisch ook **ambassadeur** voor de natuur van de groen-blaue oase.



Wat is de opgave?

We willen de **sterkste natuurbeleving** neerzetten en meer met de natuur....**de natuur beschermen** en **landschap produceren**, maar ook **beter beleven en benutten**. De **verbinding land-water en water-land** willen we **optimaal laten beleven en gebruiken**. Onze **unieke cultuurhistorie** willen we **behouden, beleven en benutten**.

Wat zijn onze keuzes?

- We versterken de entree tot onze internationale topnatuur, ook onder water
- We produceren nieuwe natuur en behouden en versterken onze bestaande natuur, ook onder water
- De natuurbeleving is optimaal en natuurbescherming is een beleving op zich
- We versterken de land/waterbeleving en stimuleren gedifferentieerde en kwalitatieve ontwikkeling van jachthavens en overige waterplekken

- We stimuleren chartervaart en cruisevaarttoerisme en de ontwikkeling van aanlegplaatsen (o.a. Neeltje Jans, Watersnoodmuseum)
- Beleving en storytelling stellen we centraal in de ervaring van onze cultuurhistorie. Hieraan koppelen we pakkende jaarrond doe-activiteiten, vooral gericht op kinderen.

Wat bereiken we daarmee?

- Neerzetten sterkste natuurbeleving in de Delta, ook onderwater (water als onderdeel van de natuur)
- Verbeteren imago en herkenning van het onderscheidend vermogen als 'Groen Blauwe Oase' en daarmee verhogen van de waardering door de gast, herhaalbezoek en gemiddelde bestedingen. Rijke cultuurhistorie geeft invulling aan de Groen-Blauwe Oase
- Versterken van de merken en het imago van de badplaats Renesse en Monumentenstad Zierikzee omgeven door natuur
- Verhogen marketing- en promotieactiviteiten op bekendheid Groen Blauwe Oase, dagrecreatie en jaarrond activiteiten en gericht inspelen op 'customer journey' van de natuurbezoeker
- Stimuleren toeristisch kamperen (in de natuur), verhogen aantal gasten in de schouderseizoenen en meer jaarrond bestemming en openstelling
- Versterken kruisbestuiving en samenwerking recreatiesector met culturele organisaties
- Benutten kwaliteiten monumenten en erfgoed

Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Samenwerking tussen ondernemers, natuurorganisaties, terreinbeheerders en (semi-)overheden.
- Gezamenlijke financiering door (semi-)overheden en door middel van fondswerking
- Samenwerking watersport-, duik- en recreatiesector, overheden en gebiedsbeheerders
- Samenwerking Platform Toerisme, VVVZeeland met cultuurhistorische organisaties (musea, Platform Erfgoed etc.)
- Bij storytelling aansluiten bij bestaande initiatieven zoals de 'Zeeuwse Ankers'
- Bij storytelling ambassadeurschap toepassen bijvoorbeeld door iconen, bekende Nederlanders en gekoppeld aan ikhebeenbandmetSchouwen-Duiveland.nl.



Thema 3: HET HELE EILAND GASTVRIJ EN MEER JAARROND BEZOEKERS (inclusief opleiding en huisvesting van recreatiepersoneel)



De gastvrijheid van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

Gastheerschap en een **gastvrije ontvangst** zijn op onze groen-blauwe oase altijd **vanzelfsprekend**. Ondernemers, personeel en inwoners weten hoe **belangrijk** het toerisme is voor ons eiland. Onderdeel van goed gastheerschap is dat we onze gasten voorzien van alle **informatie** die zij nodig hebben om **alles** uit hun verblijf op ons eiland te halen. We zijn **trots** op ons eiland en dat **stralen** we uit. Gasten zijn het **hele jaar** door welkom en kunnen in alle **seizoenen genieten** van (toeristische) **voorzieningen** en **evenementen**. Voor de gasten is **duidelijk** wat er te **beleven** valt op het gebied van **natuur, sport, cultuur** en **culinair**. Ondernemers (**recreatie, horeca, middenstand, attracties**) op het eiland en in de regio **werken samen** om deze producten en activiteiten **gezamenlijk** aan de man te brengen. Door een **hogere bezettingsgraad** in de verblijfsaccommodaties en meer **jaarrond bestedingen**, zijn meer **investeringen** mogelijk in het **toeristisch product** en in **personeel**. De sector biedt kansen voor **opleiding** en **huisvesting** van personeel en **jongeren**.

Wat is de opgave?

Logisch.... Schouwen-Duiveland is een **gastvrij eiland!** We trekken **meer toeristen** aan in het **voor- en naseizoen** en **benutten** de **winterperiode**. We hebben aandacht voor **opleiding** en **huisvesting** van **recreatiepersoneel**.

Wat zijn onze keuzes?

- We versterken de bekendheid met de omgeving, het gastheerschap en eilandgids: iedereen ambassadeur!
- We stimuleren samenwerking, kennisdeling en kruisbestuivingen gericht op een jaarrond en gastvrije ontvangst in onze Groen Blauwe oase
- We stimuleren jaarrond evenementen en dagrecreatie, ook in het



- buitengebied en zorgen voor een goede ontsluiting en overzicht van activiteiten in alle seizoenen
- We stimuleren initiatieven voor goede jaarrond huisvesting en/of arbeidspool van recreatie-, watersport- en horecapersoneel
 - We koppelen (gekwalificeerde) opleiding en bedrijfsvoering meer aan elkaar en stimuleren initiatieven om jongeren voor het eiland te behouden, ook op het gebied van recreatie, horeca en watersport. We bezien op dit vlak de wensen van ondernemers.

Wat bereiken we daarmee?

- Kennis uitdragen, delen en uitwisselen van ervaringen en 'best practises'
- Creëren van eilandgidsen onder ondernemers, recreatiepersoneel, gemeentepersoneel, VVV-medewerkers en inwoners
- Verhogen marketing- en promotieactiviteiten op bekendheid Groen Blauwe Oase en jaarrond activiteiten en gericht inspelen op 'customer journey' (beleeffase van de gast)
- Verbeteren imago en herkenning van het onderscheidend vermogen als 'Groen Blauwe Oase' en daarmee verhogen van de waardering door de gast en herhaalbezoek en daardoor aantal gasten in de schouderseizoenen
- Versterken kruisbestuiving en samenwerking recreatiesector onderling en meer jaarrond bestemming, -exploitatie en –werkgelegenheid (ook voor jongeren)
- Verhogen van de gemiddelde bestedingen door de gast en hogere bezettingsgraad
- Betrokkenheid en trots op het eiland onder onze inwoners versterken en belang van recreatie benadrukken
- Verbetert imago toeristische bedrijfsleven en verhogen tolerantie naar onze gasten
- Verbeteren integrale omgevingskwaliteit van het product gekoppeld aan leefbaarheid.
- Aanpak problematiek tekort in recreatie- en horecapersoneel en goede huisvesting daarvan
- Gezonde en vitale financiële toeristische bedrijfstak

Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Betrokkenheid gemeente bij gastvrijheid in dienstverlening, controle en handhaving.
- Samenwerking recreatiesector, detailhandel en culturele organisaties
- Betrokkenheid en draagvlak dorpsraden en inwoners



Thema 4: VOORTDUREND VERNIEUWEN



Het voortdurend vernieuwen van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

In onze Groen Blauwe Oase **behouden** en **versterken** we de voor onze gasten belangrijke **omgevingskwaliteiten** en stimuleren we meer **bijzondere** en **gedifferentieerde** vormen van verblijfsrecreatie in een **natuurlijke** omgeving. We stemmen onze recreatie meer af op het **profiel van de gast**. **Kwaliteit** en niet kwantiteit is op ons eiland leidend en we zijn in brede zin **terughoudend met nieuwvestiging** van verblijfsrecreatie. **Maatwerk** is het sleutelwoord. We stimuleren meer en **voortdurende innovatie** en **kwaliteitsverbetering** in alle geledingen van de **dag- en verblijfsrecreatie** en ook **kruisbestuivingen** tussen **ondernemers** en **andere sectoren** (MKB, natuur, cultuur etc.). We passen het **Zeeuws en Schouws DNA** gekoppeld aan de eilandelijke **verhaallijnen** toe in **bedrijfsconcepten** en zijn hierdoor meer **onderscheidend**. **Energietransitie** en **circulair ontwikkelen** stimuleren we. We monitoren continu de **toeristische cijfers en trends** om **flexibel** op ontwikkelingen in te spelen. Om de kwaliteit van onze verblijfsrecreatieterreinen te behouden zijn we terughoudend met **tijdelijke arbeidsmigratie**.

Wat is de opgave?

We moeten **meebewegen** met de **markt** en **permanent investeren** in **vernieuwing** en **kwaliteit**.

Wat zijn onze keuzes?

- We stimuleren het delen van kennis, ervaringen en 'best practises' in brede zin.
- We stimuleren innovatie en onderscheidende bedrijfsconcepten door de toepassing van innovatievouchers voor zowel verblijfsrecreatie (inclusief minicampings), watersport als horeca
- We stellen een Kwaliteitsteam Toerisme in, gekoppeld aan gemeentelijke voorlichting en accounthouderschap
- We stimuleren herstructurering, kwaliteitsverbetering en productdifferentiatie en creëren 'schaarste' in brede zin door geen nieuwvestiging van



- verblijfsrecreatieve bedrijven, inclusief hotels en pensions, toe te staan. Ontwikkelingen gekoppeld aan het oplossen van een verblijfsrecreatief knelpunt en in samenhang met de omgeving zijn mogelijk in aangewezen aandachtsgebieden. Er blijft ruimte voor ondernemerschap en maatwerk.
- Kwaliteitsverbetering van bestaande bedrijven is mogelijk, gekoppeld aan minimale kwaliteitseisen. Ook voor bestaande bedrijven blijft ruimte voor maatwerk en ondernemerschap
 - We brengen meer eenduidigheid in de regelgeving voor verblijfsrecreatie. Uitgangspunt is sturen op kwaliteit en niet op kwantiteit
 - We hanteren algemene kwaliteitscriteria bij uitpoding op verblijfsrecreatieterreinen en streven naar een Zeeuws brede regeling
 - Op een verblijfsrecreatieterrein (kampeer- en recreatiewoningterrein) staan we geen permanente bewoning en geen tweede dienstwoning toe
 - We behouden het bestaande beleidskader kleinschalig kamperen en de NED-regeling met recreatief verblijf. We stimuleren hierbij ondernemerschap, dagrecreatie en jaarrond activiteiten in het buitengebied. De NED regeling evalueren we op effecten op het reguliere verblijfsrecreatieve aanbod
 - We handhaven op het niet naleven van brand-, milieu- en bouwregelgeving
 - We behouden de regelgeving voor Bed & Breakfast en stellen nieuwe beleidsregels op voor platformen voor particuliere verhuur, zoals Air BnB, om een gelijk speelveld te creëren
 - Tijdelijke huisvesting arbeidsmigranten staan we niet toe op recreatieterreinen.

Wat bereiken we daarmee?

- Bevorderen kruisbestuiving, loyaliteit en samenwerking tussen ondernemers
- Creëren begrip waarde economisch en sociaal belang toerisme en verbeteren imago bedrijfsleven
- Actuele Agenda Toerisme afgestemd op regionale agenda's, trends, ontwikkelingen en marktvraag
- Bevorderen versnelde en blijvende innovatie toeristisch product en verbeteren recreatief ondernemerschap in brede zin, gekoppeld aan minimale kwaliteitseisen
- Verhogen gemiddelde bestedingen, bezettingsgraden en bevorderen herhaalbezoek en jaarrond toeristisch product
- Voorbeeld voor andere kustgemeenten in innovatie, duurzaamheid en kwaliteit toeristisch product
- Bevorderen herstructurering, kwaliteitsverbetering en differentiatie van bestaand recreatief product in brede zin (ook op het platteland) gericht op Zeeuwse (kust)kwaliteit en integrale omgevingskwaliteit met ruimte voor ondernemerschap en maatwerk
- Voorkomen van verpaupering en overcapaciteit en meer balans in vraag en aanbod
- Een (op termijn) meer bedrijfseconomisch gezonde en vitale recreatieve bedrijfstak, met investeringsvermogen
- Eenduidigheid in regelgeving
- Bevorderen van toeristisch gebruik, wisselende verhuur en tegengaan van eigen gebruik
- Voorkomen van conflicterend gebruik verblijfsrecreatie en permanente bewoning (overlast omgeving) en overcapaciteit in de woningvoorraad niet verder vergroten
- Behoud ondergeschikte functie verblijfsrecreatie in buitengebied/(voormalige) agrarische bedrijven
- Meer gelijk speelveld voor aanbodfuncties in woonbestemmingen (veiligheid en toeristenbelasting)
- Tegengaan mengvormen recreatie en (vormen van) (tijdelijke) huisvesting (arbeidsmigratie).

Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Faciliterende en constructieve houding gemeente bij ontwikkeling en realisatie van plannen om innovatief ondernemerschap te ondersteunen (innovatiesubsidies, signaalfunctie, deelname expertteams, informeren en doorverwijzing EIZ)
- Samenwerking EIZ, belangenorganisaties (recreatie, horeca en watersport) en gemeente
- Gezamenlijke en Zeeuws brede aanpak handhaving kampeerterrinen.

Thema 5: HET MOOISTE STRAND ALS BLIJVENDE TREKKER

Het Voordelta strand van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

Het strand blijft onze **belangrijkste trekpleister**. In tegenstelling tot veel andere kustbestemmingen kent ons **ongerepte** strand **weinig bebouwing** en dus veel **openheid** en een **weids uitzicht**. Daar zijn we **trots** op. Ons strand is **schoon** en **aantrekkelijk** in **alle seizoenen**. Op het strand zijn er talloze **activiteiten** op het gebied van **natuur, kunst, theater, sport, muziek**, en soms zelfs **tijdelijk slapen** op het strand. De **natuur, duinen** en **overgangen** zijn **onderdeel** van de **totale strandbeleving**. Deze beleving begint voor de gast al op de **parkeerterreinen** en in de **duinovergangen**. Ons strand is een plek om **tot jezelf** te komen, maar ook om **actief** bezig te zijn.

Ons strand aan de **Voordelta** is niet alleen het **mooist**, maar ook **groen**, met een uniek **Zeerreservaat**. We benutten de **educatieve mogelijkheden** van dit reservaat en **natuurbeleving** is hier een belangrijk onderdeel van. Het strand is **duurzaam** en deze **transitie** naar duurzaamheid laten we zien door **keurmerken** en de **voordelen** van **duurzaam ondernemerschap**. **Kwaliteitsverbetering** rondom strandpaviljoens is hiervan een onderdeel. Op plekken die dat **aankunnen** kunnen onze gasten ook genieten van **beachfun**. Om aan te sluiten op de behoefte van strandgasten doen we **periodiek onderzoek** naar hun **wensen**. Zo weten we welke **service, activiteiten** en **voorzieningen** de gast verlangt. **Off- en online** informeren we gasten volop over alle **strandactiviteiten** en over het **actuele weer**. **Recreatieondernemers** en de **middenstand** in de omgeving werken samen om de gast **optimaal** te bedienen. Dit komt onder meer terug in het gebruik van **culinaire streekproducten** en **gezamenlijke openstelling** in alle seizoenen.



Wat is de opgave?

Jaarrond, door weer en wind meer **gebruik** en **beleving** van ons **ongerepte** en **open** strand

Wat zijn onze keuzes?

- Periodieke monitoring naar wensen van de gast is de basis voor strandbeleid en ontwikkeling
- We staan geen volledig nieuwe bebouwing op het strand toe en zetten in op kwaliteitsverbetering van bestaande strandpaviljoens. Recreatief nachtverblijf in paviljoens is uitgesloten.
- We versterken de jaarrond natuurbeleving voor onze strandgasten en geven in promotie en marketing een belangrijke plek aan strand en strandnatuur als onderdeel van 'de Groen Blauwe Oase'. Strand- en overige ondernemers doen dit gezamenlijk met natuur- en kustbeheerders.

- We versterken in alle 4 de seizoenen de beachfunbeleving voor onze strandgasten. Dit doen strandondernemers samen met overige ondernemers en sectoren.
- We stimuleren duurzame bedrijfsvoering op het strand en laten deze transitie zien aan onze (strand)gasten. We koppelen deze transitie aan de Agenda Energie(neutraal)
- We versterken het onthaal naar ons Voordelta strand en van het strand naar de Kop van Schouwen. Strand, duinen en overgangen vormen een meer totale strand- en natuurbeleving
- We zetten in op betere samenwerking rondom strand (ondernemers, overige sectoren (MKB, agrarisch, visserij etc.), gemeente, kustbeheerders, provincie, kustgemeenten en natuurorganisaties) en binnen de strandrecreatiesector zelf
- We onderzoeken de mogelijkheden tot verdere professionalisering van de strandreddingsbrigade en meer inzet gedurende voor- en naseizoen
- De regelgeving op het gebied van kust en strand moet duurzamer en eenduidiger. We streven naar een één-loket functie voor het strand.
- We zetten in op een veilig en breed droog strand aan de Noordzee
- De stranden langs de Deltawateren houden we op een goede basiskwaliteit op het gebied van schoon, heel en veilig.

Wat bereiken we daarmee?

- Gericht inspelen op profiel van de (strand)gast
- Beter benutten strandcapaciteit en daardoor verhogen jaarrond aantal gasten
- Innovatie van het toeristisch (strand)product en verbeteren ondernemerschap en verhoging van de gemiddelde bestedingen
- Ontwikkelen tot het 'Mooiste Strand' met natuurbeleving door 'storytelling', DNA productontwikkeling, meer 'Beachfun' en daardoor meer waardering door de gast en meer herhaalbezoek
- Verhogen marketing- en promotieactiviteiten op bekendheid Mooiste Strand als onderdeel van de Groen Blauwe Oase en gericht inspelen op 'customer journey' (beleeffase) van de gast
- Stimuleren dagrecreatie, jaarrond evenementen, -exploitatie (openstelling) en -bestemming
- Voorbeeld andere kustlijnen op gebied van duurzaamheid recreatie
- Versterken kruisbestuiving en samenwerking recreatieondernemers onderling, kustbeheerders en met overige sectoren
- Versterken van de onderlinge loyaliteit, inclusief koppeling met MKB
- Verhogen waardering door de gast over schoon en veilig strandproduct

Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Structurele samenwerking en verbinding strandondernemers binnen vereniging VSSK
- Goede samenwerking strandondernemers, recreatieondernemers en middenstand in omgeving.
- Structurele samenwerking gemeente, kustbeheerders, eigenaren strand, provincie en strandondernemers.
- Eén loketfunctie strand
- Bundeling regelgeving strand



Thema 6: ZORGELOOS DE UNIEKE PLEKKEN OP HET EILAND VINDEN

Het vinden van de unieke plekken van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

De **unieke plekken** van onze groen-blauwe oase zijn goed **bereikbaar** en **toegankelijk**, ook voor **mindervaliden**. Alle routes naar deze unieke verblijfsplekken, de **waardevolle natuurgebieden**, **wateren**, **attracties** en **bezienswaardigheden** zijn met elkaar **verbonden**. De **bewegwijzering** naar en (interactieve) **informatievoorzieningen** over deze plekken is **actueel** en van goede **kwaliteit**. Slimme parkeersystemen zorgen voor **parkeergemak** over het hele eiland.

Als de **gast** zich over ons eiland verplaatst maakt hij kennis met de **kwaliteiten** van het eiland en krijgt hierover **online** en **offline** de **informatie** die hij **wenst**. **Alternatieve vormen** van vervoer over **land** en **water** versterken de **beleving**. Er zijn op meerdere plekken **transferia en/of 'opstaphubs'**, waar de gast kan overstappen op deze **duurzame** vormen van vervoer. Samen met wegbeheerders zijn oplossingen gerealiseerd om ervoor te zorgen dat **toeristisch verkeer** en **landbouwverkeer** elkaar niet in de wielen rijden en **goede doorstroming** mogelijk is. Door **monitoring** weten we wat onze gast wil, doet en hoe hij zich beweegt over ons eiland en kunnen we ervoor zorgen dat hij zich **vrij**, **duurzaam** en **makkelijk** over het eiland kan blijven **bewegen**.



Unieke plekken bereikbaar

Wat is de opgave?

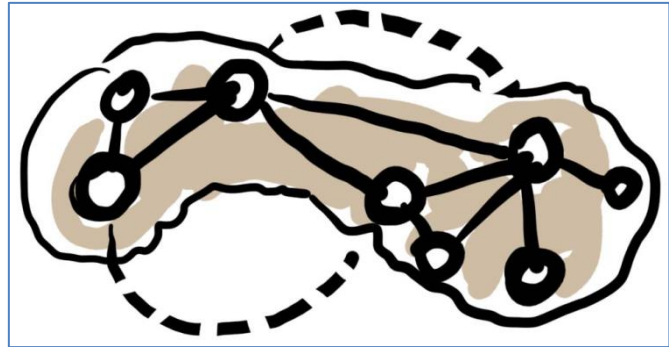
De toeristische **voorzieningen** en voor de toerist **interessante plekken** op ons eiland zijn goed **ontsloten** en met elkaar **verbonden**. Vervoer biedt **beleving** en **gemak** aan onze gasten.

Wat zijn onze keuzes?

- De unieke plekken van onze Groen Blauwe Oase verbinden we door een fysieke Toeristische Hoofdstructuur (THS) in brede zin (wegen, fiets-, wandel- en ruiterspaden). We streven hierbij naar een 5 sterren fietsbeleving, behoud van authenticiteit en charme en toeristisch vervoer naar behoefte
- We optimaliseren de herkenbaarheid en vindbaarheid van en bewegwijzering naar de unieke plekken van onze Groen Blauwe Oase
- We zorgen voor voldoende beschikbare parkeerruimte voor de gast en optimaliseren het gebruiksgemak, de voorzieningen en de beleving op de (parkeer-)onthaalplekken van onze Groen Blauwe Oase. We combineren dit met de inzet op 'Natuurpoorten'.
- We stimuleren de realisering van meer Transferia/'Overstaphubs' en overstap naar duurzaam en innovatief vervoer. De elektrische fiets is de basis voor het (toeristisch) vervoer anders dan de auto
- We maken van vervoer meer een beleving van onze Groen Blauwe Oase
- We optimaliseren de bereikbaarheid en veilige doorstroming voor de gasten van onze Groen Blauwe Oase.

Wat bereiken we daarmee?

- Gericht inspelen op profiel en behoefte van de gast (meer beleving en meer gemak)
- Optimale fysieke bereikbaarheid, beleving en gastvrijheid van onze Groen Blauwe Oase
- Optimaliseren verbetering doorstroming toeristisch vervoer
- Meer gasten, stimuleren dagrecreatie en jaarrond bestemming en verhogen van de gemiddelde bestedingen door de gast
- Verbeteren imago en herkenning van het onderscheidend vermogen van Schouwen-Duiveland als 'Groen Blauwe Oase' door storytelling, educatie- en informatieverstrekking en daarmee verhoging van de waardering door de gast en herhaalbezoek
- Versterken (natuur)beleving Schouwen-Duiveland als Groen Blauwe Oase en verbinden van het recreatief aanbod door middel van de Toeristische Hoofdstructuur (THS)
- Voorbeeldfunctie voor kustgemeenten op gebied van duurzaam recreatief product (incl. vervoer)
- Bevorderen leefbaarheid Groen Blauwe Oase
- Beter en veiliger reguleren van recreatie- en werkvervoersstromen (bijvoorbeeld landbouw)



Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Lobby bereikbaarheid naar het eiland over N57 en N59
- Signalering knelpunten naar en overleg met wegbeheerders



5. Uitvoeringsparagraaf

5.1 Samenwerking: de sleutel tot succes

Een agenda maken en vullen is één. We willen echter vooral de ambities en doelen waarmaken. Het succes van onze agenda staat of valt uiteindelijk met de uitvoering en het behaalde resultaat. Met deze agenda is op inhoud en betrokkenheid een goede basis gelegd om ook de uitvoering tot een succes te maken. Dit gaat echter niet vanzelf. We willen de verzamelde energie vooral ook vasthouden onder het motto: van visie naar uitvoering: samen aan de slag met de agenda toerisme! We versterken de onderlinge verbondenheid vanuit onze gezamenlijke band met het eiland.

Samen: verschillende culturen met een gedeeld doel

Centraal staat dat ondernemers, gemeente, organisaties die direct of indirect belang hebben bij het toerisme en ook inwoners, elkaar hard nodig hebben. Dit is geen vrijblijvende opgave! Door goede en constructieve samenwerking kunnen we de uitdagingen waar het toerisme op Schouwen-Duiveland voor staat succesvol aangaan. Alleen samen kunnen we er voor zorgen dat onze Groen Blauwe Oase ook in de toekomst een bijzonder aantrekkelijke en succesvolle toeristische bestemming in de Zeeuwse- en Zuid-Hollandse Delta blijft.

Dit heeft alles te maken met een cultuur waarin we zoeken naar verbinding tussen mensen, organisaties, ondernemingen en belangen. Daarmee verbinden we ook verschillende (bedrijfs-)culturen en werelden. Overheid, terreinbeheerders, organisaties, ondernemers en inwoners spreken vaak een andere taal, echter met deze agenda in de hand met een gezamenlijk doel. Dit lijkt lastig, maar laten we het gewoon samen (gaan) doen. Het samen maakt ook dat we een gedeelde verantwoordelijkheid voelen voor de uitvoering van de agenda. De agenda Toerisme is een agenda van de samenleving en niet primair een gemeentelijke notitie. Iedereen zal op eigen wijze een bijdrage kunnen en moeten leveren aan het succes ervan.

Samen: ontmoeten, informeren, kennis delen en inspireren

Samen vraagt niet alleen om het samenbrengen van verschillende culturen en goede intenties. Samenwerking vraagt ook een goede ondersteunende (overleg-)structuur en organisatie. We willen elkaar op een effectieve wijze kunnen ontmoeten, informeren, inspireren en aanspreken op en over de voortgang en gesignaleerde knelpunten. We werken vanuit een per jaar in te plannen agenda. Buiten de meer formele structuur om hebben we vooral ook korte lijnen en weten we elkaar makkelijk te vinden.

De samenwerking organiseren we met de volgende 5 bouwstenen:

1. Het Platform Toerisme

Wie: In het Platform Toerisme zitten de vertegenwoordigers van de belangenorganisaties uit de recreatie die samen deze Agenda Toerisme hebben bepaald. Op blz. 3 van deze agenda leest u welke partijen dit zijn. Daarnaast zitten in het platform de voorzitters van de 6 werkgroepen. Veelal overlappen deze samenstellingen, omdat de belangenvertegenwoordigers uit het platform logischerwijs



de voorzitters van de werkgroepen zullen zijn. De Recron en de gemeente zijn in ieder geval op bestuursniveau vertegenwoordigd. Het platform heeft een wisselend voorzitterschap. De gemeentelijk projectleider van de Agenda Toerisme zorgt voor de verbindingen en is secretaris van het platform. Ambtelijke ondersteuning komt van de gemeente.

Doel: Het platform bewaakt de voortgang van de uitvoering van de agenda toerisme. Daarnaast zorgt het platform voor het leggen van dwarsverbanden tussen de 6 werkgroepen en uitvoeringsthema's. Het platform signaleert kansen, knelpunten en relevante ontwikkelingen die aanleiding geven tot overleg of het gezamenlijk flexibel aanpassen van de agenda. Op deze wijze blijft de agenda actueel en goed afgestemd op de regionale opgaven en agenda's zoals van de Toeristische UitvoeringsAlliantie (TUA) en Toeristisch Ondernemend Zeeland (TOZ). Het platform inspireert en zorgt dat de energie in de uitvoering blijft zitten. De gemeentelijk projectleider stelt in overleg met het platform een jaarlijks evaluatieverslag op en koppelt dit verslag terug naar alle stakeholders, inclusief de gemeenteraad. Het platform kan gevraagd en ongevraagd advies geven op onderwerpen die samenhangen met de Agenda Toerisme. Het platform heeft de status van stuurgroep.

Bijeenkomsten: Het platform komt 2 maal per jaar bij elkaar. De tweede bijeenkomst is mede gericht op het opstellen van een jaarverslag. De bijeenkomsten zijn zo gepland dat deze plaatsvinden na de bijeenkomsten van de 6 werkgroepen zodat het platform de resultaten en voortgang van iedere werkgroep kan bespreken.

2. De werkgroepen:

Wie: In de werkgroepen zitten partijen die direct betrokken zijn bij het betreffende thema van de werkgroep. Naast de gemeente (vast deelnemer aan iedere werkgroep) kunnen dit ondernemers (verblijfs- en dagrecreatie, horeca, detailhandel), organisaties (bijvoorbeeld natuur en cultuur), maar ook inwoners/dorpsraden zijn. De samenstelling verschilt dan ook per werkgroep.

De werkgroep heeft een niet ambtelijke voorzitter. De voorzitter is samen met de ambtelijke ondersteuning trekker van het thema en de werkgroep. De gemeentelijk projectleider heeft zitting in alle 6 de werkgroepen. De projectleider heeft hierdoor het totaaloverzicht van wat gebeurt op meerdere fronten. Hiermee is de projectleider degene die dwarsverbanden aanlegt tussen de verschillende werkgroepen en tussen de werkgroepen en het platform.

Doel: De werkgroep bewaakt de voortgang van de uitvoering van het toegewezen thema uit de Agenda Toerisme. De werkgroep signaleert kansen, knelpunten en relevante ontwikkelingen die aanleiding geven tot overleg. De werkgroep inspireert en zorgt ervoor dat de energie in de uitvoering van het thema blijft. De gemeentelijk projectleider stelt in overleg met de werkgroep een jaarlijks evaluatieverslag van de werkgroep op en koppelt dit verslag terug naar het platform.

Bijeenkomsten: De werkgroepen beheren de eigen agenda maar komen in ieder geval tweemaal per jaar bijeen. De frequentie van de bijeenkomsten is mede afhankelijk van de aard en het aantal zaken dat om overleg vraagt. De bijeenkomsten zijn in ieder geval zo gepland dat de werkgroepen input geven aan de 2 geplande bijeenkomsten van het platform.

3. Het Agendateam:

Wie: In het agendateam hebben trekkers van het eerste uur van de agenda toerisme zitting: Recron en gemeente. De VVV neemt actief deel aan het team. Denkbaar is dat ook anderen deel (gaan) nemen aan het agendateam.

Doel: Het "dagelijks bestuur" van de agenda toerisme. Het agendateam signaleert knelpunten en kansen, verbindt, jaagt aan, inspireert en opereert als een spin in het (agenda)web. Het agendateam is verantwoordelijk voor het opstellen van het jaarverslag, organiseert het jaarlijkse symposium en beheert actief het digitale platform. Het agendateam onderhoud korte lijnen met de pers en communiceert over (de voortgang van) de agenda toerisme.

Bijeenkomsten: Het agendateam onderhoud korte lijnen, heeft een eigen en losse agenda en bespreekt met regelmaat in een informele setting de voortgang van de agenda maar ook andere relevante zaken.

4. Themadag Toekomst Toerisme:

Jaarlijks organiseren we een themadag of symposium. Deze dag heeft een centrale plek in de energie rondom de agenda en het thema samen(werken). Ook hier geldt dat we helder op het netvlies hebben dat het geheel meer is dan de som der delen. Het agendateam organiseert de themadag. Inzet is dat met een steeds actueel en aantrekkelijk programma ondernemers, inwoners, (eilandelijke) organisaties, politiek en ambtenaren samenkomen. Doel is informeren, inspiratie, samenwerkingsverbanden smeden en elkaar beter te leren kennen en begrijpen..

5. Digitaal platform

Ook digitaal hebben we een platform voor communicatie en uitwisseling over toerisme. Nieuws, actuele gegevens en ontwikkelingen delen we via het digitale platform. Belangrijke informatie (big data zoals actuele cijfers, trendrapporten, analyses en toekomstverkenningen) over zaken die het toerisme aangaan zijn hier verzameld en voor iedereen (inwoners, ondernemers, bestuur) toegankelijk. We kunnen daarmee beschikken over dezelfde actuele informatie. Het platform maakt het vooral ook voor inwoners mogelijk om permanent mee te doen, denken en debatteren over de toekomst van het toerisme op ons eiland en de eigen leefomgeving. Dit gevraagd en ongevraagd. Het digitale platform verlangt een actief beheer.

5.2 Samen: taken en verantwoordelijkheden

Samen gaat over het benoemen van taken en verantwoordelijkheden. Het samen doen is in ieder geval een taak en verantwoordelijkheid van alle betrokken partijen.

De ondernemer(s):

Ondernemers zijn de spil waar het gaat om de economische aspecten van de agenda. Primair ligt de focus daarbij uiteraard op een gezonde, eigen en toekomstgerichte bedrijfsvoering. Basisgedachte is dat het succes van de individuele bedrijven zorgt voor het succes van het totaal. Professionaliteit, oog voor het grotere geheel en een positieve insteek voor samenwerking met partijen binnen of buiten de sector is belangrijk. Professionaliteit is ook het constructief en goed onderbouwd aangaan van het overleg met overheden. Dit is een voorwaarde om samen, binnen en buiten de bestaande kaders, te zoeken naar ontwikkel- en innovatieruimte. We versterken de band tussen het toerisme en de eigen inwoners. Het is belangrijk om te (blijven) investeren in het verduidelijken van het belang van het toerisme voor Schouwen-Duiveland.

Met de agenda Toerisme zijn de ondernemers die zich collectief hebben georganiseerd binnen RECRON verband samen trekker van het eerste uur van de Agenda. De agenda Toerisme is immers een initiatief van de Recron en de gemeente samen. Met het platform toerisme is de energie achter de agenda verbreed door de nauwe betrokkenheid van- en samenwerking met andere brancheorganisaties.

De gemeente:

De gemeente heeft binnen de agenda meerdere rollen.

➤ **Oog voor het grotere geheel**

De gemeente is verantwoordelijk voor een integrale afweging van belangen. Het belang van de recreatie wegen we met andere sociale-economische (landbouw, verkeer, natuur etc.) en in het verlengde daarvan ruimtelijke belangen. Veel lijnen komen samen bij de gemeente. De gemeente stelt kaders en formuleert, in overleg met de sector, integraal en sectoraal beleid.

➤ **Uitvoerder en medevormgever recreatieproduct.**

De gemeente is in grote mate (mede) verantwoordelijk voor de kwaliteit en de uitstraling van het 'recreatieproduct' Schouwen-Duiveland. De verantwoordelijkheid voor het publieke domein is immers op veel terreinen in handen van de gemeente. Dit betreft niet alleen het opstellen van visies en beleid (met in het verlengde daarvan te bepalen wat is wenselijk en wat niet). Minstens zo belangrijk is dat de gemeente beheerder is van de openbare ruimte. Denk daarbij aan de kwaliteit van de infrastructuur en het groen binnen de kernen. Acties en activiteiten hiervoor zijn gericht op het realiseren van een aantrekkelijke omgeving voor inwoners en gasten.

➤ **Beheerder toeristenbelasting**

De gemeente int en besteedt toeristenbelasting. Deze gelden zetten we mede in voor het realiseren van de in de agenda benoemde doelen. Een belangrijk adviserende/consulterende rol is hierbij weggelegd voor het platform en de sector. We onderzoeken in hoeverre het platform en de werkgroepen een rol kunnen krijgen bij het beheer en de besteding van de middelen (eigen budget). Dit met het doel de betrokkenheid bij – en de mede verantwoordelijkheid voor de thema's van de agenda kracht bij te zetten.

➤ **Faciliteren**

Nog een belangrijke rol is ontwikkelingen en initiatiefnemers faciliteren. Dit betekent meedenken en denken in mogelijkheden, actief en open communiceren, een pro actieve houding en het volgen van nieuwe ontwikkelingen. Voor binnen en buiten heeft de gemeente een duidelijk en laagdrempelig aanspreekpunt.

➤ **Kijken naar het doel achter de regels**

Er is al veel wet- en regelgeving dat direct of indirect betrekking heeft op de toekomst van de recreatie en het toerisme op ons eiland. De regels zijn afkomstig van bijvoorbeeld Rijk, provincie, waterschap en ook onze eigen gemeente. Denk bijvoorbeeld aan de Zeeuwse Kustvisie of de Nota kamperen maar ook aan beleidsregels over het beheer van de kust. Deze regels zijn opgesteld met achterliggende en veelal heldere doelstellingen. We kunnen echter constateren dat de regeldruk groot is en soms op gespannen voet staat met de beoogde innovatie, een centraal thema in de agenda toerisme. Dit mag niet onbenoemd blijven.

De inzet van de gemeente is dat de regels er niet voor niets zijn. Zij heeft echter nadrukkelijk oog voor de geconstateerde spanning en richt zich vooral op de doelen achter de regels. Dit onder het motto "dient een initiatief het doel dan moet de regel wijken". Waar het de eigen regelgeving betreft en de regelgeving van andere overheden (Rijk, provincie, waterschap) staat de gemeente dan ook open voor nieuwe ontwikkelingen. Deze wegen we met een open vizier en in goed overleg met initiatiefnemers en andere overheden met andere belangen (zoals omwonenden, landbouw, natuur en landschap, waterveiligheid). Waar mogelijkheden zijn is de inzet om de regeldruk te verlagen.

➤ **Verbinden, aanjagen, enthousiasmeren en stimuleren:**

De gemeente is verbonden aan de agenda toerisme als deelnemer van het eerste uur. Om de agenda tot een succes te maken maakt zij samen met andere partijen werk van de ambities. De gemeente verbindt waar mogelijk en nodig, jaagt projecten aan en stimuleert ontwikkelingen.. Goede samenwerking met andere overheden (collega gemeenten, provincie en waterschap) vraagt aandacht. De gemeente is in deze een constructieve, betrouwbare en kundige partner voor initiatiefnemers die bezig zijn met de in de agenda toerisme benoemde doelen. De voorbeeldrol van Schouwen-Duiveland als kustgemeente komt terug in het voorzitterschap van de ambtelijke en bestuurlijke VZG overlegstructuur voor recreatie en toerisme en het overleg kustgemeenten met de provincie. Hierdoor is ons eiland direct betrokken bij de regionale agenda.

Organisaties en verenigingen:

Naast ondernemers en gemeente zijn een groot aantal organisaties direct of indirect actief op het gebied van het toerisme. Primair denken we aan de terreinen natuur, cultuur en zorg. Met hun activiteiten dragen zij in belangrijke mate bij aan de kwaliteit en aantrekkingskracht van Schouwen-Duiveland als toeristische bestemming. Uiteraard zijn de organisaties primair verantwoordelijk voor het aansturen op de eigen doelen en speerpunten. Ook hier geldt echter dat samen oog hebben voor het grotere geheel en samenwerking met partijen buiten de eigen organisatie, een belangrijke meerwaarde heeft. Inzet is dan ook het samen zoeken naar verbindingen of het bestendigen en zo nodig aanhalen daarvan. Collega overheden (Rijk, provincie, Waterschap) zijn belangrijke partners. We zetten in op het matchen van de agenda's en zoeken naar gezamenlijke meerwaarde.

Inwoners:

Vanuit het verleden misschien niet direct vanzelfsprekend maar onze inwoners zijn belangrijk bij het uitvoeren van de Agenda Toerisme. Gastvrijheid is een belangrijk thema van de agenda toerisme. Hoe we gasten op ons eiland ontvangen is niet alleen een thema van bedrijven en instellingen. Ook (en vooral) kunnen de inwoners van Schouwen-Duiveland een bijdrage leveren aan een gastvrij onthaal. Daarnaast zijn de inwoners een belangrijke partner voor ondernemers en overheid waar het gaat om het verbinden van het toerisme met de thema's die van belang zijn voor de vaste inwoners. Denk

daarbij aan bijvoorbeeld het opstellen van dorpsplannen waarbij het toerisme bijdraagt aan de leefbaarheid van de dorpen voor de vaste inwoners. Het toerisme op Schouwen-Duiveland zorgt voor een geheel eigen leef ritme en dynamiek. Druk in de zomer, een op- en aflopend voor en naseizoen en rust in de winter. Deze dynamiek vraagt zeker in de zomermaanden aandacht. De balans tussen de recreatiedruk en de kwaliteit van het (permanent) wonen op ons eiland vraagt aandacht. Hierbij is het belangrijk inwoners te betrekken zodat zij zich betrokken voelen bij het toerisme op ons eiland. Daarmee zijn ze een belangrijk klankbord voor overheid en ondernemers.

5.3 Monitoring Agenda Toerisme

Het monitoren van de agenda toerisme is een belangrijk thema. Jaarlijks leggen we verantwoording aan de gemeenteraad en de samenleving af over de voortgang van de uitvoering van de agenda. We stellen en beantwoorden vragen als: Hoe loopt de voortgang van de geagendeerde projecten? Welke interessante nieuwe projecten en ontwikkelingen dienen zich aan? Welke knelpunten ervaren we? Monitoring houdt ons scherp op de gestelde doelen en acties.

Bij de monitoring hebben we nadrukkelijk ook oog voor het thema samenwerking. Hoe verlopen de overleggen? Zijn er knelpunten in de samenwerking en waarom? Zien we verbeterpunten? In een open en constructieve sfeer spreken we elkaar aan op de geleverde (of ook niet geleverde) bijdragen en inzet. Dit altijd met de positieve insteek de samenwerking verder te versterken. Dit met een scherp oog voor de aanwezige belangen.

Voor de komende 5 jaar is de gemeente samen met het agendateam trekker en opsteller van het jaarverslag/de voortgangsrapportage. De gemeente koppelt dit aan de jaarlijkse monitoring van de toeristische cijfers vanuit de maatwerkrapportage en jaarlijkse themarapportages.

5.4 Middelen voor de Agenda Toerisme

Toeristenbelasting is de afgelopen jaren een onzekere en adhoc factor voor de recreatie geweest die vaak tot onnodige commotie, discussie en onduidelijkheden leidt. Een gezamenlijke en betere dialoog tussen de sector en de politiek over de koers van ons toerisme, maakt duidelijker wat er nodig is om die koers te bereiken en welke financiële middelen daarvoor nodig zijn. We voeren hierover een separate dialoog met de sector en de politiek. Op basis van deze dialoog werken we een voorstel uit over de wijze waarop we de toeristische uitvoeringsagenda het beste kunnen financieren vanuit de tarieven toeristenbelasting. Uitgangspunt is dat we mogelijke extra opbrengsten toeristenbelasting daadwerkelijk kunnen benutten voor het toeristische product vanuit de bestaande Voorziening toerisme. Op deze wijze versterken we de slagkracht, flexibiliteit en het stimulerend vermogen van deze voorziening zodat we de doelen van de agenda toerisme daadwerkelijk kunnen bereiken. Ook blijven we duidelijk maken aan onze gasten en inwoners wat we met de (extra) inkomsten uit toeristenbelasting doen voor het toerisme.

Tot slot onderzoeken we met de sector op welke wijze we de inning van gelden voor het toerisme zo mogelijk kunnen aanpassen, zodat ook de dagrecreant meer aan het toeristische product op ons eiland bijdraagt en niet alleen de verblijfsrecreant. Mogelijke constructies hierbij zijn inning op basis van (gedifferentieerde) parkeerbelasting en/of inning op basis van aanpassing tarieven OZB-belasting.