

# ***DE TOEKOMST VAN HET TOERISME IS SCHOUWEN-DUIVELAND***

**AGENDA TOERISME 2018-2026**



**Aangeboden door het platform Toerisme Schouwen-Duiveland**

**Vastgesteld gemeenteraad: 25 oktober 2018**

# Inhoudsopgave

Voorwoord	Blz. 3
Hoe is de Agenda Toerisme 2018-2026 tot stand gekomen?	Blz. 4
1. Wat is de agenda Toerisme? / Opzet en leeswijzer	Blz. 5
2. Toerisme op Schouwen-Duiveland	Blz. 6
3. De toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland!	Blz. 9
4. De Agenda Toerisme: de 6 centrale thema's nader uitgewerkt in keuzes	Blz. 15
5. Uitvoeringsparagraaf	Blz. 28

Bijlage:       Uitvoeringsprogramma Agenda Toerisme 2018-2026

Bijlage:       Regelgeving Agenda Toerisme 2018-2026

Naslag:        Uitgangspuntennotitie en discussienota 12 oktober 2017 en  
Maatwerkrapportage 2016-2017

# Voorwoord

## **Wethouder Recreatie, Daniël Joppe:**

'De toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland'. Wat een uitdagende missie voor onze nieuwe Agenda Toerisme 2018-2026. Maar zeker niet te uitdagend, want er is nog genoeg te doen. Het toerisme op Schouwen-Duiveland staat als een huis, met het hoogste aantal overnachtingen in de Zeeuwse en Zuid-Hollandse Delta. We hebben als vakantie-eiland een toppositie binnen Zeeland en ook Nederland. Dit willen we in de toekomst graag behouden. Hiermee levert ons toerisme ook een ontzettend belangrijke bijdrage aan onze lokale economie. Het vormt feitelijk de sterkste economische factor op ons eiland, is een echte banenmotor en zorgt voor een hoog voorzieningenniveau, ook voor onze inwoners. Onze inzet in de afgelopen jaren op het verkrijgen van nog betere toeristische cijfers loont. Het aantal slaapplekken en daarmee de impact van ons toerisme, blijkt nog groter dan we al dachten. Cijfers, big data, digitalisering en meer kennis van onze gast; belangrijke speerpunten in onze nieuwe agenda.

Een agenda waarmee we een transitie op ons eiland willen bereiken. Niet naar meer, maar naar beter. Een beweging naar innovatie en verduurzaming van ons toerisme en naar het nog beter beleven van onze unieke Groen Blauwe Oase. We doen dit vooral door samenwerking met onze eilandelijke en regionale partners in het toerisme verenigd in het Platform Toerisme. Samen met hen hebben we deze nieuwe agenda opgesteld. Ik ben trots op deze goede samenwerking en dank onze toeristische partners voor hun inzet hierin. Voor de toekomst hoop ik dat we met deze nieuwe agenda een nog beter toeristisch product kunnen gaan neerzetten. Innovatief, duurzaam, waarin vraag en aanbod goed in balans zijn en waarmee nog meer sprake is van een jaarrond bestemming. Hierdoor kan ons toerisme een nog sterkere bijdrage leveren aan onze lokale economie en jaarrond werkgelegenheid. Maar vooral ook een product, dat de unieke omgevingskwaliteiten van onze Groen Blauwe Oase behoudt en verder versterkt. Alleen op die wijze immers kunnen zowel onze gasten als onze inwoners ook in de toekomst van onze unieke Groen Blauwe oase Schouwen-Duiveland blijven genieten. Ik hoop dat u, samen met ons, aan deze toekomst wilt werken.

## **Recron Schouwen-Duiveland, Ed Troost:**

Na de zomer van 2016 hebben Marcel van den Berge, beleidsmedewerker Recreatie en Economie en ik gesproken over het opzetten van een plan om het toerisme op Schouwen Duiveland in de komende jaren niet alleen goed in beeld te brengen, maar ook een plan te vormen dat gedragen wordt door niet alleen de recreatieondernemers, ondernemersraden, maar ook door Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en niet te vergeten de bevolking van Schouwen Duiveland. Uiteindelijk hebben wij een groep mensen samengesteld en deze 47 (!) personen zijn bijeen gekomen op 7 november 2016 op de Brouwersdam. Alle partijen onderschreven de noodzaak voor een nieuwe visie toerisme.

Wij vonden en vinden het van het allergrootste belang dat alle partijen instemmen met de plannen om Schouwen Duiveland nog beter te positioneren ten behoeve van het ontvangen van toeristen zonder dat dit de lokale bevolking schade doet. Sterker nog, zodat zij hiervan kunnen profiteren doordat zij kunnen beschikken over voorzieningen die zij anders zouden ontberen.

In 2017 zijn wij vele malen bijeen geweest in kleinere dan wel grotere groepen en zijn uiteindelijk gekomen tot een agenda Toerisme voor de komende jaren. Alle onderwerpen die ter sprake zijn gekomen zijn gebundeld in zes hoofdstukken met keuzes en acties en deze moeten nu verder uitgewerkt worden. De uitvoering van ieder hoofdstuk wordt begeleid door een persoon die terzijde wordt gestaan door een aantal helpers samengesteld uit personen met totaal verschillende achtergronden en belangen en verdeeld over het eiland. Zo kunnen we uiteindelijk bereiken dat er een plan tot stand komt waar wij, als inwoners, belangenorganisaties en ondernemers van Schouwen-Duiveland allemaal achter kunnen staan.

Een vereiste is uiteraard dat er voldoende financiële middelen beschikbaar zullen zijn om de acties uit te voeren. Maar dat zal geen probleem hoeven te zijn wanneer wij in aanmerking nemen dat de recreatiesector via de toeristenbelasting een grote bijdrage levert, zodat er voldoende gelden beschikbaar zijn waardoor ook de bevolking van Schouwen-Duiveland kan profiteren van alle zaken die op deze wijze gerealiseerd kunnen en gaan worden. Wij rekenen dan ook op een ieder zijn instemming en medewerking.

## Hoe is de agenda toerisme 2018-2026 tot stand gekomen?

De agenda toerisme is het resultaat van een bijzonder proces. Het is een gezamenlijk initiatief van de Recron Schouwen-Duiveland en de gemeente waarbij vanaf het begin de wens voorop stond om samen op te trekken, van visievorming tot en met de uitvoering. Al in een vroeg stadium is contact gezocht met de partijen die voor de toekomst van het toerisme belangrijk zijn. Dit heeft geresulteerd in het oprichten van een Platform Toerisme. De deelnemende partijen hebben actief bijgedragen aan het concreet maken van de Agenda Toerisme, ook door in gesprek te gaan met vele ondernemers, inwoners en andere belanghebbenden. De agenda Toerisme kan hiermee rekenen op een stevig draagvlak.

Basis voor deze agenda is de 'Uitgangspunten- en discussienotitie Visie THS' van 12 oktober 2017. Deze is te raadplegen via [www.toekomsttoerisme.nl](http://www.toekomsttoerisme.nl).

Met de uitgangspuntennotitie als basis hebben we een eerste breed maatschappelijk debat gevoerd over de toekomst van het toerisme op Schouwen-Duiveland op 18 september 2017. Een tweede debat vond begin 2018 plaats, met daarna voor alle belanghebbenden nog een schriftelijke reactiemogelijkheid in april/mei 2018. Daarnaast kon iedereen die zich betrokken voelde input leveren via de website [www.toekomsttoerisme.nl](http://www.toekomsttoerisme.nl), onder andere via een digitale peiling.

Dit heeft geresulteerd in een agenda met zes centrale thema's met de veelzeggende titel, **de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland !**

Het Actieprogramma 'Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme', voor het laatst geactualiseerd in 2011, heeft duidelijk gemaakt dat samenwerken loont. Veel van de thema's uit het actieprogramma zijn nog steeds actueel en deze staan dan ook nog steeds op de agenda. Daarnaast hebben we nieuwe thema's toegevoegd.

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. Wat is de agenda Toerisme?

Voor de periode 2018-2026 hebben we bewust gekozen voor een **agenda** toerisme. Een agenda geeft concreet aan waar we de komende jaren aan moeten werken om ons toeristisch product op topniveau te houden. De agenda laat zien welke doelen we willen bereiken, welke keuzes we daarvoor maken en waarom we onze energie, tijd en middelen hierin willen of moeten steken. Vanzelfsprekend verliezen we actuele ontwikkelingen niet uit het oog en opereren we flexibel. Ontwikkelingen gaan immers razendsnel en ook de behoeften van de consument van vandaag veranderen snel. We houden daarom onze doelen scherp in de gaten en stellen, in goed overleg, de agenda zo nodig bij.

Dit is de gezamenlijke agenda van de gemeente Schouwen-Duiveland, de ondernemers en andere belanghebbenden in de toeristische sector. Het geheel is, zeker voor de toeristische bestemming Schouwen-Duiveland, meer dan de som der delen.

Samen gaan we vol positieve energie aan de slag en maken we werk van onze ambities!

De agenda Toerisme 2018-2026 heeft de volgende doelstellingen:

- We leggen onze ambities voor de toekomst van het toerisme op Schouwen-Duiveland vast.
- De agenda geeft duidelijk aan waar we de komende jaren 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 verantwoordelijk is.
- De agenda Toerisme inspireert en verbindt ons.

## Opzet en leeswijzer

De agenda toerisme is als volgt opgebouwd. Na de inleiding gaan we in hoofdstuk 2 in op het belang van het toerisme voor onze gemeente. Daarnaast presenteren we de belangrijkste bevindingen uit de analyse in de vorm van een beknopte factsheet. Deze analyse vormt de basis voor de keuzes die we in de agenda maken. Voor een uitgebreid verslag van de analyse verwijzen we naar de 'Uitgangspunten en discussienotitie Visie Toeristische Hoofdstructuur (THS)' dat als aparte bijlage beschikbaar is. Als opstap naar de agenda brengen we aan het eind van hoofdstuk 2 ons vertrekpunt in beeld: *vertrouwen in de toekomst maar er valt nog genoeg te doen*.

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. Dit doen we aan de hand van zes leidende basisgedachten, uitgewerkt in zes concrete thema's.

In hoofdstuk 4 werken we de 6 thema's uit in een toekomstbeeld vanuit ons onderscheidend vermogen, de opgave waar we voor staan, de (beleids-)keuzes en de randvoorwaarden per thema. Deze keuzes werken we in het uitvoeringsprogramma uit in concrete doelen en activiteiten, die we in tijd en prioriteit uitzetten over de periode 2018-2026. Ook benoemen we daarin de betrokken partijen en de beoogde trekker van een activiteit. Aan het uitvoeringsprogramma koppelen we een financiële paragraaf die we voor de periode 2019 en verder ter besluitvorming aan de gemeenteraad kunnen voorleggen voor de begroting. In een aparte bijlage is tenslotte de specifieke (gemeentelijke) regelgeving verwerkt die behoort bij diverse (beleids-)keuzes, vooral wat betreft de verblijfsrecreatie.

Hoofdstuk 4 is gekoppeld aan het uitvoeringsprogramma en vormt daarmee de basis voor de uitvoeringsagenda voor de komende 8 jaar. Met de keuze voor de zes uitvoeringsthema's en de daarbij behorende (beleids-)keuzes en activiteiten wordt duidelijk waar we op gaan inzetten.

Tot slot gaan we in hoofdstuk 5 in op de organisatorische kant en hoe we samen aan de slag gaan met de agenda Toerisme.



## 2. Toerisme op Schouwen-Duiveland

### 2.1. Het belang van toerisme voor Schouwen-Duiveland

Jaarlijks bezoeken vele toeristen uit binnen- en buitenland ons eiland. In 2017 zorgde dit voor ruim 5,1 miljoen overnachtingen (inclusief tweede woningen). Het hoogste aantal in de Delta. De totale bestedingen door verblijfs- en dagtoeristen bedroegen in 2017 ruim € 245 miljoen. Het toerisme zorgt voor één op de zes banen op Schouwen-Duiveland en is daarmee een belangrijke banenmotor.

Toerisme is de belangrijkste economische motor van het eiland en zorgt voor veel werkgelegenheid. Daarnaast zorgt het toerisme er voor dat veel voorzieningen ook voor de inwoners beschikbaar zijn en blijven. Toerisme is daarmee een belangrijke aanjager én een stabiele basis voor een goede leefbaarheid en een hoog voorzieningenniveau op ons eiland. Mede daardoor behoudt ons eiland een aantrekkelijk vestigingsklimaat. Het is daarom belangrijk om blijvend te investeren in ons toerisme.

#### De feiten op een rij: wat levert het toerisme ons op?

##### **Aantal bezoekers per jaar:**

- Ruim 5,1 miljoen overnachtingen in 2017, inclusief tweede woningen, hoogste aantal in de Delta en meer dan de Waddenzee
- Ruim 4 miljoen activiteiten door dagtoeristen en eigen inwoners in 2017

##### **Bestedingen:**

- Totale bestedingen in toerisme van ruim 245 miljoen in 2017
- Ruim 189 miljoen bestedingen verblijfstoerisme en 56 miljoen bestedingen dagtoerisme
- Bestedingen door eigen inwoners van bijna 19 miljoen in 2017
- Totale toegevoegde waarde door uitgaven van toeristen in andere sectoren zo'n 86 miljoen in 2017
- Circa 50 miljoen aan bestedingen in horeca door toeristen

##### **Werkgelegenheid:**

- Toerisme genereert ruim één op de zes banen op Schouwen-Duiveland en is daarmee de grootste banenmotor (1284 FTE in toerisme ten opzichte van 15.660 banen totaal op het eiland).

### 2.2 Belangrijke trends en ontwikkelingen in de toeristische sector

Schouwen-Duiveland en toerisme zijn één. Net als andere sectoren, is ook de toeristische sector volop in ontwikkeling. We moeten dan ook zorgen dat we bijblijven en kunnen blijven voldoen aan de verwachtingen en behoeften van onze gasten. Met welke trends moeten we rekening houden?

#### **1. Wat wil de gast van vandaag?**

Bezoekers zoeken meer beleving, het liefst verbonden met de regio waar vakantie wordt gevierd. De gast wil maatwerk en aanbod vinden dat past bij zijn identiteit. Gemak en gebruiksvriendelijkheid staan voorop. De smartphone wordt gebruikt als 'personal assistent'. Gasten willen hun tijd en geld optimaal besteden, ook willen ze interactie met familie, vrienden en gelijkgestemden.

#### **2. Accommodatie moet onderscheidend zijn**

Er is behoefte aan onderscheidende accommodaties die passen bij de omgeving. Gasten willen een unieke vakantie-ervaring, in een unieke accommodatie, op een unieke plek. We zien een toename aan B&B's en social traveling, zoals Airbnb. Naast een toenemende vraag naar luxe in verblijfsrecreatie, is er ook meer vraag naar budgetconcepten en back to basic.

#### **3. Natuur, gezondheid en evenementen**

Ook onder toeristen is er steeds meer vraag naar gezondheidsconcepten en natuurbeleving. Evenementen, vooral in muziek, stimuleren het dag- en verblijfstoerisme. Ook zien we steeds meer pop-up initiatieven, zoals tijdelijk en bijzonder verblijf in de natuur etc.

#### **4. Waterrecreatie**

In de recreatie op en rond het water zien we opvallende verschuivingen. De waterrecreant van vandaag hoeft niet meer zo nodig een boot te bezitten. Delen met anderen of huren is een duidelijke trend. Daarnaast zien we een toenemende vraag naar een mix van watersport- activiteiten en naar meer activiteiten op de grens van land en water.

## 2.3 Waar zijn we goed in, wat kan beter? Waar liggen kansen, waar moeten we op letten?

<p><b>Sterke punten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zeeland is als bestemming een merknaam</li> <li>- Toerisme is aanjager voor lokale economie én stabiele basis voor leefbaarheid en voorzieningenniveau</li> <li>- Strand is grote trekker</li> <li>- Grote variatie in natuur</li> <li>- Goede fiets- en wandelinfrastructuur</li> <li>- Gezonde streekproducten</li> <li>- Groot aanbod cultuur en historie</li> <li>- Veilige bestemming</li> <li>- Een krachtige Zeeuwse VVV organisatie</li> </ul>	<p><b>Zwakke punten</b></p> <p>Profilering is zwak:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schouwen-Duiveland als bestemming is geen merknaam</li> <li>- Imago Zeeland en Schouwen-Duiveland (met name bij Nederlanders) minder goed</li> <li>- Schouwen-Duiveland wordt niet gezien als jaarrond bestemming</li> <li>- Schouwen-Duiveland onvoldoende bekend als watersportgebied</li> <li>- Imago Renesse als vakantiebestemming voor jongeren is hardnekkig en strookt niet met realiteit badplaats voor families</li> <li>- Zierikzee als monumenten en maritieme stad onvoldoende geprofileerd</li> </ul> <p>Samenwerking en de sector:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bedrijfsleven investeert onvoldoende in promotie</li> <li>- Gebrek aan differentiatie in de recreatiesector</li> <li>- Gebrek aan kennisdeling en samenwerking</li> <li>- Toeristische dienstverlening niet op internationaal niveau</li> </ul>
<p><b>Kansen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verlenging seizoen (winterperiode) en benutten schouderseizoenen (voorjaar/najaar)</li> <li>- Groeimarkten buitenland (Duitsland en België) en 50+</li> <li>- Natuur is het belangrijkste motief om Schouwen-Duiveland te bezoeken: natuur en water Groen Blauwe Oase beter beleefbaar maken</li> <li>- Unieke cultuurhistorische band met het water vertelt het verhaal achter de Groen Blauwe Oase</li> <li>- Toenemende belangstelling gezondheid, eerlijke producten, wellness en well-being</li> </ul> <p>Bedrijfsleven:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investeren in kwaliteit leidt tot meer economisch rendement</li> <li>- Excelleren in gastvrije ontvangst, persoonlijk contact en keuzevrijheid voor de gast</li> <li>- Explosieve groei digitale boekingen op steeds kortere termijn</li> <li>- Meer vraag naar kleinschalige, gedifferentieerde vormen van verblijfsrecreatie langs het water</li> <li>- Gezamenlijke strategische marktwerking en regiopromotie</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beter afstemming politiek en sector leidt tot gezamenlijke agenda en meer constructieve en eenduidige besluitvorming</li> </ul>	<p><b>Bedreigingen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mondiale concurrentie (Nederland vechtmarkt)</li> <li>- Door het ontbreken van jongeren is er een minder organische aanwas jonge gezinnen op Schouwen-Duiveland</li> <li>- Personeelstekort in recreatie en horeca</li> <li>- Groot aanbod nieuwe, luxe accommodaties in omliggende regio's</li> <li>- Spanningsveld tussen digitalisering en persoonlijk contact</li> <li>- Bereikbaarheid N59 / N57</li> </ul>

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

De sterkte/zwakte analyse vormt het vertrekpunt voor onze agenda Toerisme.

### *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 aantrekkelijke plek om te wonen en te recreëren. Voor bezoekers en inwoners is ons eiland een oase van rust, ruimte en ontspanning. Grote aantallen toeristen en recreanten weten Schouwen-Duiveland te vinden. En als bezoekers eenmaal kennism gemaakt hebben gemaakt met het eiland, is er sprake van een band met Schouwen-Duiveland en komt men graag terug. We weten dat we ons kunnen meten met vele vakantiebestemmingen in binnen- en buitenland. We zijn dan ook vol zelfvertrouwen over de toekomst van het toerisme op Schouwen-Duiveland. Maar er liggen nog een paar uitdagingen.

### *Flexibel meebewegen*

De recreatiesector heeft zich ontwikkeld tot een professionele en volwaardige bedrijfstak. Een bedrijfstak die van groot belang is voor onze economie, die ziet dat kwaliteit een doorslaggevende factor is en die fors investeert in de toekomst. Ook de recreatiesector is volop in beweging. 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 bovendien weinig naamsbekendheid. We kunnen ons onvoldoende onderscheiden van andere kustgebieden binnen en buiten Zeeland. Daarom is het aantrekken van nieuwe bezoekers lastig.

### *Waarmaken wat we beloven*

Wanneer we zeggen dat Schouwen-Duiveland de moeite van een kort of langer bezoek waard is, moeten wij dit wel waar kunnen maken. Kwaliteitsverschillen zullen er altijd zijn. Niet alle bedrijven investeren in de toekomst en blijven achter bij wat de markt verlangt. Ook zijn we buiten het zomerseizoen onvoldoende in staat een compleet en aantrekkelijk aanbod voor de toerist neer te zetten. Daarnaast moeten we veel beter bekend maken wat het eiland allemaal te bieden heeft. Dit vraagt om meer samenwerking en het gezamenlijk ondersteunen en promoten van evenementen en arrangementen.

### *Ken uw gast!*

We doen al veel om goed in beeld te brengen wie onze (potentiele) gasten zijn en wat zij wensen. We stemmen ons aanbod en onze marketing hier zo goed mogelijk op af. Het gebruik van de vele technische mogelijkheden, ontwikkelingen en innovaties zijn meer dan ooit mede bepalend voor het succes van ons toeristisch product. Big data worden ook in de toeristische sector steeds belangrijker. Gegevens over onze gasten moeten we koppelen aan slimme marketing technieken en gebruiken voor innovatie en productontwikkeling.



### 3. De toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland !

*De Groen Blauwe Oase Schouwen-Duiveland blijft ook in de toekomst een bijzondere en aantrekkelijke toeristische bestemming in de Zeeuwse- en Zuid-Hollandse Delta, met een jaarrond gastvrije ontvangst, een intense natuurbeleving, gekoppeld aan een hoge kwaliteit en duurzaamheid van het toeristisch recreatieve product afgestemd op de gast. Hierdoor blijft de recreatiesector de belangrijkste economische factor van het eiland, kan het de concurrentie met andere toeristische bestemmingen met vertrouwen aan en zijn we een voorbeeld voor andere kustgemeenten. Dat is onze ambitie voor de komende jaren.*

Bij deze visie voor de toekomst past een uitdagende missie. Verleden en heden hebben de aantrekkelijkheid van ons eiland als toeristische bestemming 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. Een missie met een hoog ambitieniveau dat zich voor onze recreatie vertaalt in aspecten als landschappelijke kwaliteit, vernieuwende en duurzame bedrijfsconcepten, een duidelijk onderscheidend product en een sociale bijdrage aan de omgeving. Gebaseerd op deze missie houden we continu nieuwe initiatieven en ontwikkelingen tegen het licht en bepalen we of deze bijdragen aan onze visie.

Om dit voor elkaar te krijgen, gaan we uit van de volgende zes strategische keuzes:

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, verduurzaming en goed ondernemerschap
6. Samenwerking is de sleutel tot succes

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



Onze omgevingskwaliteiten en ons DNA (natuur, landschap, water, rust en ruimte) vormen de kern van ons succes als recreatie- en vakantiebestemming. Voor onze bezoekers zijn de kwaliteiten van onze 'Groen Blauwe Oase' ook in de toekomst het belangrijkste motief om ons eiland te bezoeken. Het ongerepte strand als grootste en blijvende trekker heeft in deze kwaliteiten een belangrijke plaats.

De kern van ons toeristische product blijft daarom in de toekomst 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. De natuur en ons (water)landschap zijn er vooral om te ervaren en te beleven. Ze vormen daarnaast ook het decor voor vele 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)

Het is het totale aanbod dat Schouwen-Duiveland tot een succesvolle recreatie- of vakantiebestemming maakt. Belangrijk is dat we dit totale aanbod goed onder de aandacht brengen zodat gasten zelf een keuze kunnen maken. Om dit makkelijker te maken introduceren we de toeristische hoofdstructuur: de THS.

De THS is aan de ene kant een fysieke structuur: we zorgen voor optimale verbindingen tussen de verschillende voorzieningen en de unieke plekken. De THS laat zien wat Schouwen-Duiveland onze gasten te bieden heeft en hoe het aanbod bereikbaar is. Daarnaast biedt de THS de rode draad om Schouwen-Duiveland echt te beleven. Hierbij maken we gebruik van vijf verhaallijnen (storytelling) die voortkomen uit het onderscheidend vermogen van onze Groen Blauwe Oase. Met de vijf verhaallijnen als basis kunnen ondernemers en organisaties nieuwe product-marktcombinaties ontwikkelen, het (totaal) aanbod vermarkten en de (overkoepelende) verhalen van Schouwen-Duiveland vertellen. De dorpen betrekken we in de verhaallijnen van de THS en we maken zogenaamde 'Parelroutes' om de beleving van unieke verhalen van de kernen te versterken. De verhaallijnen koppelen we tot slot ook aan de vier seizoenen, om te zorgen voor een jaarrond beleving. De verhaallijnen worden nog verder uitgewerkt. De THS helpt ons overzicht te creëren in het totaalaanbod aan natuur, water en cultuur(historie) en dit in de markt te zetten. Ook laat de THS zien waar hiaten in het aanbod zitten en welke nieuwe product/markt-combinaties er nodig zijn.

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 het water: de Deltawerken, het Watersnoodmuseum, de Plompe Toren, 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 surfen en extreme water(sport)beleving.
- 4) *'Ervaar het pure leven op ons eiland!'*:  
Geniet van onze gezonde streekproducten en zilte zaligheden. Beweeg en kom tot jezelf in onze ongerepte natuur.

De vijfde verhaallijn gaat over onze cultuurhistorische band met het water en maakt de beleving van onze gasten compleet.

- 5) *'De Gouden Eeuw'*:  
Beleef onze rijke geschiedenis en welvaart verbonden met het water, nog steeds tastbaar in de vele herenhuizen, musea, kerken, stadsmuren en havens op ons eiland.

Schouwen-Duiveland doet landelijk mee met de internationale campagnes van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC), specifiek de verhaallijn 'Nederland Waterland'. We benutten dit 'laaghangend fruit' door ook deel te nemen aan de verhaallijn 'Gouden Eeuw'. Mogelijk dat er in de toekomst nog verhaallijnen bijkomen, bijvoorbeeld over kunst op het eiland.



**Toeristische Hoofdstructuur Schouwen-Duiveland in vijf verhaallijnen**

- 'Beleef onze internationale topnatuur'** In onze Natura 2000 gebieden met grote diversiteit aan water, landschapen en biodiversiteit.
- 'Nederland Waterland: omgaan met water'** Onze geschiedenis en bijzondere band met water, herkenbaar in de kotten de Deltawerken en het Waterslootmuseum.
- 'Ervaar het pure leven op ons eiland!'** Geniet van onze gezonde streekproducten en zfte zaligheden, kom tot jezelf in onze ongegrpte natuur.
- 'Welkom op het water!'** Grote diversiteit in waterbeleving. Unieke internationale spot voor surfen en extreme watersport/beleving.
- 'De Gouden Eeuw'** Beleef de eijde geschiedenis en welvaart omringd door water. Nog steeds zichtbaar in de vele historische gebouwen en havens.

Opnememers beelden de verhaallijnen uit en spelen in op de wens van de toerist op Schouwen-Duiveland

### 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 onderzoek naar zodat we weten wat onze gasten daadwerkelijk ondernemen en van welk aanbod ze gebruik maken. Het aanbod vanuit onze THS maken we bekend, toegankelijk en beleefbaar voor onze gasten. Uitgangspunt hierbij zijn de vijf gastentypen vanuit de leisure-leefstijlen voor Zeeland.



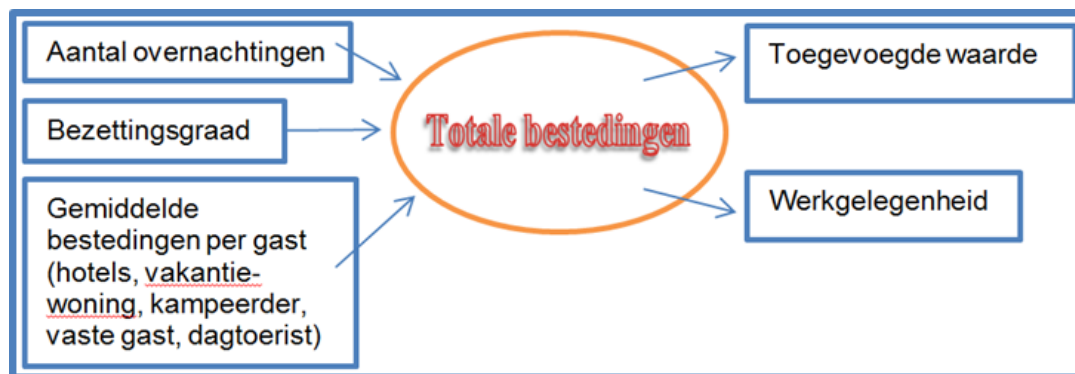
Wat we beloven in onze promotie maken we waar. Onze gastvrijheid zit in ons DNA. Onze gasten ervaren dit, komen daarom ook terug en geven hun bijzondere vakantie-ervaring aan anderen door.

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

Economische groei is pure noodzaak voor een gezonde bedrijfsvoering en investeringsvermogen. Uit cijfers en onderzoek blijkt dat er sprake is van (lichte) groei in de totale bestedingen in het toerisme; gemiddeld circa 1-1,5% per jaar. Daarnaast is duidelijk geworden dat er een significant verschil is in kwaliteit en ondernemerschap. Er zijn ondernemers die er met kop en schouders boven uit steken, maar ook bedrijven die gemiddeld presteren en zelfs bedrijven die geen winst maken. Deze bedrijven kunnen niet verder investeren in de kwaliteit die nodig is en zijn (op termijn) niet vitaal. Conclusie is helaas, dat als we niets doen, onze toeristische sector als geheel onvoldoende vitaal en toekomstbestendig is.

Voor een vitale sector is het noodzakelijk dat we inzetten op economische groei, op meer toegevoegde waarde en jaarrond werkgelegenheid. Dit zijn dan ook speerpunten van de agenda toerisme. Dit betekent concreet dat we onze marktpositie in de zomer en in de piekperiodes in voor- en naseizoen minimaal moeten behouden. Daarnaast moeten de bestedingen in deze periode omhoog. In de schouderseizoenen (april/mei, maar vooral september/oktober) zit nog de ruimte voor toename van het aantal overnachtingen. Verdere seizoensverlenging van het toeristische product naar de periode 1 november - 1 april draagt daarnaast bij aan een positieve spiraal naar meer kwaliteit waar we jaarrond profijt van zullen hebben. Meer overnachtingen betekenen meer omzet en dus investeringsruimte en compensatie voor de steeds stijgende kosten. Als we in staat zijn om de toename in overnachtingen meer verspreid over het jaar te laten plaatsvinden en er is meer sprake van jaarrondexploitatie, kunnen ondernemers ook jaarrond personeel aannemen. Dit is belangrijk voor de werkgelegenheid en voor de kwaliteit en de continuïteit van de dienstverlening. Samenwerking van de recreatiesector met andere sectoren zoals MKB, agrarisch en visserij kan het jaarrond toeristisch product versterken.

Een punt van aandacht is wel dat toename van buitenlandse gasten in verhouding tot het binnenlands toerisme, zou kunnen leiden tot minder deelname aan lokale jaarrond activiteiten en andere bestedingspatronen. Daarnaast moet er sprake zijn van een balans tussen de omgevingskwaliteit en economische mogelijkheden om de kwaliteit van onze Groen Blauwe Oase te waarborgen. Dit is belangrijk voor zowel gasten als inwoners.



#### Ad. 5 Ruimte voor kwaliteit, innovatie, verduurzaming en goed ondernemerschap

Innovatie en verduurzaming zijn leidend voor de (verblijfs-)recreatie op ons eiland. Daarom kiezen we bewust voor de koplopers in de sector en ondernemers die willen innoveren en verduurzamen. Zij zorgen immers voor de benodigde daadkracht en vernieuwing. Goed ondernemerschap en 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, innovatie en goed ondernemerschap zijn belangrijk in alle geledingen: verblijfsrecreatie, horeca, dagrecreatie en waterrecreatie. Dit geldt vooral voor investeringen in duurzaamheid, energie en circulair bouwen in deze sectoren. Recreatiebedrijven die hierin extra investeren, boven wettelijke duurzaamheidseisen, geven we mogelijkheden voor een beperkt aantal extra eenheden.

## Ad 6. Samen sterk

Ondernemers, inwoners, gemeente en organisaties die direct of indirect belang hebben bij het toerisme hebben elkaar hard nodig. Goede en constructieve samenwerking is essentieel om de uitdagingen op het gebied van toerisme aan te gaan. Of het nu gaat om marketing, verlenging van het seizoen, gastvrijheid, de zorg voor ons landschap of de zoektocht naar innovatie en creatieve productmarktcombinaties, nieuwe samenwerkingsverbanden kunnen leiden tot betere gezamenlijke resultaten en meer succes. Met elkaar zorgen we ervoor dat ons eiland ook in de toekomst een bijzonder aantrekkelijke en succesvolle toeristische bestemming in de Zeeuwse- en Zuid-Hollandse Delta blijft. En dat succes zal effect hebben op het bedrijfsleven en op de inwoners van ons eiland.

### Concreet: wat willen we bereiken?

Vanuit de zes strategische uitgangspunten komen we bij de volgende doelstellingen voor de lange, middellange en korte termijn.

#### 1. Economische doelstellingen (lange termijn (15 jr))

1. Hogere bruto toegevoegde waarde van recreatie en toerisme door toename totale bestedingen
2. Toename totale bestedingen verblijfs- en dagrecreatie door:
  - a. Hogere gemiddelde bestedingen door de gast. Hoogte gemiddelde bestedingen is onderzoeksvraag.
  - b. Hogere bezettingsgraad (meer overnachtingen, meer omzet) in relevante sectoren
  - c. Meer gasten en herhaalbezoek (meer overnachtingen). Aantal overnachtingen in de schouderseizoenen is onderzoeksvraag.
3. Meer jaarrond werkgelegenheid in de recreatiesector door toename totale bestedingen en jaarrond verblijf gasten, gekoppeld aan goede huisvesting voor personeel en afstemming opleidingen aan wensen bedrijfsleven
4. Financieel gezonde en vitale toeristische bedrijfstak met investeringsvermogen, waardoor meer kwaliteit kan worden gegenereerd.
5. Beter imago toeristische bedrijfsleven
6. Beter imago en herkenning van het onderscheidend vermogen van Schouwen-Duiveland als 'Groen Blauwe Oase' en daarmee hogere waardering door de gast
7. Sterker merk/imago van Renesse als familiebadplaats en Zierikzee als monumentenstad en maritieme landmark, omringd door natuur.

#### 2. Tactische doelstellingen (middellange termijn (4-5 jr))

1. Meer kruisbestuiving en samenwerking binnen de recreatiesector en met overige sectoren (MKB, agrarisch, visserij etc.) en meer uitdragen economisch belang en sociale bijdrage recreatiesector
2. Sterkere onderlinge loyaliteit, inclusief koppeling met MKB
3. Innovatie en kwaliteit van het toeristisch product en beter 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. Meer gasten in de schouderseizoenen en meer jaarrond bestemming (1 november tot 1 april)
7. Sterkere (natuur)beleving van Schouwen-Duiveland als Groen Blauwe Oase met behulp van storytelling, DNA productontwikkeling en het verbinden van recreatief aanbod door de Toeristische Hoofdstructuur
8. Meer marketing- en promotieactiviteiten gericht op bekendmaken Groen Blauwe Oase en jaarrond activiteiten. Gericht inspelen op 'customer journey'.
9. Renesse heeft sterke positie als familiebadplaats omgeven door natuur (koppeling Inspiratiepunt 2.0 / BIZ Groot Renesse)
10. Zierikzee heeft sterke positie als monumentenstad omgeven door natuur (koppeling Nationaal Park Oosterschelde / BIZ Binnenstad Zierikzee)

#### 3. 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)

### **Beweging aan de hand van zes overkoepelende thema's voor onze (beleids-)keuzes en acties**

Met deze ambities voor de toekomst, een uitdagende missie, strategische keuzes en (economische) doelstellingen hebben we een duidelijke strategie. Deze komt er kortweg op neer dat we vooral door brede samenwerking met partijen binnen en buiten de recreatiesector, een beweging in gang willen zetten. Een beweging op het hele eiland. Een beweging naar meer vernieuwing en verduurzaming van onze recreatie en naar meer beleving van onze natuur en water. Onze unieke cultuurhistorische band met het water maakt de beleving van onze gasten compleet. Zodanig dat vraag en aanbod in balans zijn, onze unieke omgevingskwaliteiten behouden blijven en versterkt worden, de bijdrage van recreatie aan de lokale economie verder versterkt wordt en dat ons eiland meer wordt gezien als een jaarrond toeristische bestemming. Op deze wijze kunnen gasten én inwoners ook in de toekomst volop blijven genieten van onze Groen Blauwe Oase. Om dit voor elkaar te krijgen is het essentieel dat we goed in beeld krijgen en houden wat onze gasten willen.

Vanuit de zes strategische uitgangspunten en de strategie komen we op zes overkoepelende thema's die we in deze agenda nader uitwerken:

1. UITGEKIENDE MARKETING VAN ONZE 'GROEN BLAUWE OASE'
2. MEER BELEVING: 'Schouwen-Duiveland als podium voor de beste natuurbeleving op de grens van land en water'
3. HET HELE EILAND GASTVRIJ EN MEER JAARROND BEZOEKERS
4. VOORTDUREND VERNIEUWEN
5. HET MOOISTE 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 kunnen we niet of niet geheel en direct met deze visie toerisme oplossen. We werken deze 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 al een separaat traject vanuit het programma Zuidwestelijke Delta, dat gericht is op het terugbrengen van het getij in de Grevelingen. Daarnaast wordt regionaal gekeken naar 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 sightseeing bus, toeristentaxi en het Transferium vervoer.

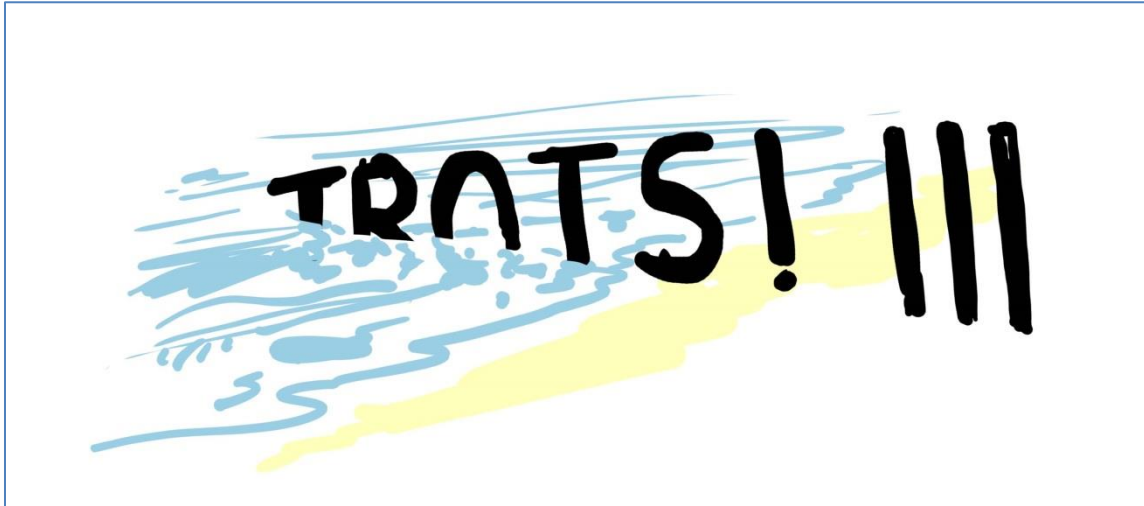
Erkenning van de waarde van recreatie: met verwijzing naar de steeds betere feiten en cijfers die het grote belang van de recreatie voor het eiland onderstrepen, is het belangrijk dat iedereen op Schouwen-Duiveland de waarde van ons toerisme erkent. Door deze cijfers is duidelijk dat onze recreatie een groot effect heeft op andere sectoren en voorzieningen voor inwoners op het hele eiland. Vanuit deze agenda en de resterende onderzoeksvragen, blijven we de volledigheid van de toeristische cijfers verbeteren en zo goed mogelijk bekendmaken.

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. Vanuit deze agenda zijn op dit punt belangrijke acties het opzetten van een kwaliteitsteam toerisme en het toepassen van het instrument van de innovatievouchers. Samen met onze regionale toeristische partners bekijken we de mogelijkheden om in de toekomst meer op kwaliteit te sturen dan op kwantiteit.



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

## Thema 1: UITGEKIENDE MARKETING VAN ONZE 'GROEN BLAUWE OASE'



### Marketing van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

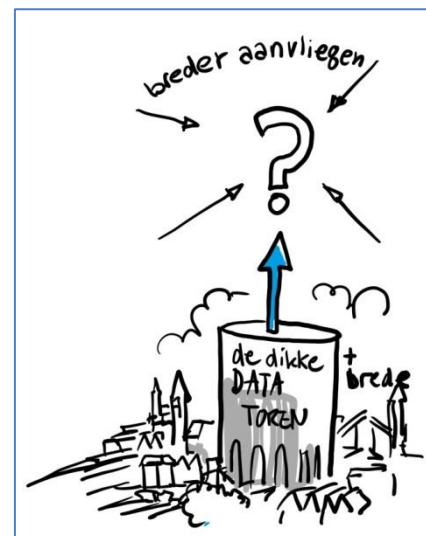
Met betere (digitale) promotie brengen we de Groen Blauwe Oase Schouwen-Duiveland onder de aandacht van potentiële bezoekers. Goede (digitale) promotie betekent dat informatie goed vindbaar en toegankelijk is en aansluit op de behoeften van onze bezoekers. We maken hierbij gebruik van aansprekende verhalen en sluiten aan op bestaande landelijke en Zeeuwse campagnes. We verzamelen en gebruiken big data om onze communicatie nog beter af te stemmen op onze doelgroepen. Onze gasten weten wat er jaarrond te beleven valt op het eiland. Met toepassing van het DNA verbeteren we ons toeristisch product.

### Wat is de opgave?

We willen samen, effectief onze trots op onze Groen Blauwe Oase uitdragen. We willen ons op digitaal gebied positief onderscheiden van andere toeristische gebieden. We gebruiken digitalisering en Big Data om onze gasten zo optimaal mogelijk te bedienen.

### Wat zijn onze keuzes?

1. We gaan onze Groen Blauwe Oase buiten het eiland beter promoten en richten ons daarbij op de Nederlandse, Duitse en Belgische gast.
2. Met behulp van verhalen (storytelling) versterken we de beleving van onze gasten.
3. We maken gebruik van ons DNA om nieuwe toeristische producten te ontwikkelen en koppelen dit aan 'Land in Zee' en de verhaallijnen van onze 'Groen Blauwe Oase'.
4. We werken het toeristisch aanbod rond 'Gezond Zeeland', inclusief 'Gezond Eten Schouwen-Duiveland', verder uit.
5. We vergaren zo veel mogelijk data over onze gasten (ook strand- en watergast) om beter te kunnen inspelen op het profiel van onze gasten.
6. We blijven structureel inzetten op de Digitale Zeeland Experience (DZE).



### Wat bereiken we daarmee?

- Meer gasten en herhaalbezoek, het hele jaar door.
- Gerichte marketing versterkt de bekendheid en het imago van de Groen Blauwe Oase. De gast waardeert het volledige toeristische aanbod en weet wat er jaarrond te beleven valt. De 'customer journey' begint al bij de voorbereiding van de vakantie.
- Sterk imago van de badplaats Renesse en Monumentenstad Zierikzee omgeven door natuur.
- Sterke (natuur)beleving Groen Blauwe Oase door storytelling en DNA productontwikkeling.
- De vijf verhaallijnen van de Toeristische Hoofdstructuur (THS) verbinden het recreatief aanbod op het eiland.
- Meer kruisbestuiving en betere samenwerking recreatiesector onderling en met overige sectoren op gebied van productontwikkeling, culinair, opleiding, agrarisch bedrijfsleven, evenementen, etc.
- Gasten ervaren de Groen Blauwe Oase persoonlijker omdat we beter kunnen inspelen op hun behoeften en omdat we gebruik maken van storytelling.
- Kennis van economische effecten van gedrag verschillende soorten gasten (verblijfs- en dagrecreant, strand- en watergast) voor beleidsvorming, evaluatie en afstemming gezamenlijke agenda.
- Meer loyaliteit bij gasten en inwoners.

### Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Aansluiten bij Land in Zee en DNA Groen Blauwe Oase.
- Beschikbaarheid marketingbudgetten door overheid en bedrijfsleven.
- Robuuste samenwerking tussen VVVZeeland, ondernemers en overheid.
- Gezamenlijk prioriteiten stellen in doelgroepen voor promotie en marketing.
- Samen met het Platform Toerisme vergroten van kennis bij ondernemers over het optimaal bereiken en informeren van gasten via digitale middelen.
- Ondersteuning ondernemers in interpretatie/gebruik data en wegnemen eventuele obstakels.
- Kennis bij 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

Schouwen-Duiveland als podium voor de beste natuurbeleving op de grens van land en water



### De beleving van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

De Groen Blauwe Oase staat garant voor een intense natuurbeleving 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 voor jong en oud. Water is een belangrijk onderdeel van onze natuur. Onze gasten beleven het water op verschillende manieren. In en op het water kunnen onze gasten zelf ervaren wat onze band met het water betekent. Ook onze geschiedenis met het water maken we beleefbaar met verhalen en doe-activiteiten. Als gastheer in de recreatiesector op ons eiland ben je automatisch ook ambassadeur voor de natuur van onze Groen Blauwe Oase.



### Wat is de opgave?

We willen een sterke natuurbeleving neerzetten en meer met de natuur.....de natuur beschermen en landschap produceren, maar ook beter beleven en benutten. Vooral de verbinding tussen land en water en onze unieke cultuurhistorische band met het water lenen zich voor beleving door jong en oud.

### Wat zijn onze keuzes?

1. We zorgen voor toegankelijke natuur, ook onder water.
2. We produceren nieuwe natuur en behouden en versterken onze bestaande natuur, ook onder water (onderwaterreservaten).
3. De natuurbeleving is optimaal en natuurbescherming is een beleving op zich.
4. We versterken de land/waterbeleving en stimuleren gedifferentieerde en kwalitatieve ontwikkeling van jachthavens en overige waterplekken.
5. We stimuleren chartervaart en cruisevaarttoerisme en de ontwikkeling van aanlegplaatsen (o.a. Neeltje Jans, Watersnoodmuseum) met oog voor duurzaamheid.



6. In de ervaring van onze cultuurhistorie staan beleving en storytelling centraal. Hieraan koppelen we pakkende jaarrond doe-activiteiten, vooral gericht op kinderen.

#### Wat bereiken we daarmee?

- Gerichte marketing versterkt de bekendheid en het imago van de Groen Blauwe Oase. De gast waardeert het volledige toeristische aanbod en weet wat er jaarrond te beleven valt. Dit leidt tot meer herhaalbezoek en hogere bestedingen.
- Meer gasten in de schouderseizoenen, meer jaarrond openstelling, meer toeristisch kamperen (in de natuur).
- Sterk imago van de badplaats Renesse en Monumentenstad Zierikzee omgeven door natuur.
- Sterke natuurbeleving in de Delta, ook onder water.
- Rijke cultuurhistorie geeft extra dimensie aan de Groen Blauwe Oase.
- Beter kruisbestuiving en samenwerking recreatiesector met culturele organisaties.
- Kwaliteiten van monumenten en erfgoed worden beter benut.

#### Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Samenwerking tussen ondernemers, natuurorganisaties, terreinbeheerders en (semi-)overheden gericht op natuurversterking en natuurbeleving.
- 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.).
- Met 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



### De gastvrijheid van onze Groen Blauwe Oase in de toekomst

We zijn trots op ons eiland en dat stralen we uit. Een gastvrije ontvangst voor iedereen is in onze Groen Blauwe Oase altijd vanzelfsprekend. Ondernemers, personeel en inwoners weten hoe belangrijk het toerisme is voor ons eiland. We zorgen er dan ook voor dat onze gasten de informatie krijgen die zij nodig hebben om alles uit hun verblijf op ons eiland te halen. Gasten zijn het hele jaar door welkom en kunnen in alle seizoenen genieten van (toeristische) voorzieningen en evenementen. Gasten weten wat er te beleven valt op het gebied van natuur, sport, cultuur en culinair. Lokale en regionale ondernemers werken om het toeristisch aanbod aan de man te brengen. Ondernemers kunnen meer investeren in hun product en in personeel omdat verblijfsaccommodaties beter en meer jaarrond bezet zijn. De sector biedt kansen voor opleiding en zorgt voor huisvesting van personeel.

### Wat is de opgave?

We willen Schouwen-Duiveland op de kaart zetten als een gastvrij eiland, waar het hele jaar door genoeg te beleven is. Toeristen weten ons het hele jaar door te vinden. We zorgen voor goed opgeleid personeel dat goed kan worden gehuisvest.

### Wat zijn onze keuzes?

1. Iedereen op Schouwen-Duiveland is ambassadeur voor het eiland. Zo versterken we de betrokkenheid bij de omgeving.
2. We stimuleren samenwerking, kennisdeling en kruisbestuiving gericht op gastvrije ontvangst in onze Groen Blauwe oase, het hele jaar door.
3. We stimuleren jaarrond evenementen en dagrecreatie, ook in het buitengebied. We zorgen hierbij voor voldoende en goede facilitaire ondersteuning en toegankelijke informatie over wat er jaarrond te beleven is.
4. We stimuleren initiatieven voor goede jaarrond huisvesting en/of tegengaan tekort recreatie-, watersport- en horecapersoneel (arbeidspool).



5. We koppelen (gekwalficeerde) opleiding en bedrijfsvoering meer aan elkaar en stimuleren initiatieven op het gebied van recreatie, horeca en watersport om jongeren voor het eiland te behouden. We sluiten aan bij de behoeften van ondernemers.

#### Wat bereiken we daarmee?

- Ondernemers, recreatiepersoneel, gemeentepersoneel, VVV-medewerkers en inwoners zijn onze eilandgidsen.
- Gerichte marketing versterkt de bekendheid en het imago van de Groen Blauwe Oase. De gast waardeert het volledige toeristische aanbod en weet wat er jaarrond te beleven valt. Dit leidt tot meer herhaalbezoek en hogere bestedingen, ook in de schouderseizoenen.
- Meer kruisbestuiving en samenwerking binnen de recreatiesector. Dit leidt tot jaarrond exploitatie en werkgelegenheid, ook voor jongeren.
- Hogere gemiddelde bestedingen door de gast en hogere bezettingsgraad.
- Meer betrokkenheid en trots op het eiland onder onze inwoners en oog voor belang van recreatie.
- Beter imago toeristische bedrijfsleven en begrip inwoners voor recreatiedrukke.
- Betere integrale omgevingskwaliteit zorgt voor behoud en versterking leefbaarheid.
- Aanpak problematiek tekort recreatie- en horecapersoneel en goede huisvesting van personeel.
- Financieel gezonde en vitale toeristische bedrijfstak.
- Beter kennisoverdracht en delen van ervaringen en 'best practises'.

#### 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 ons toeristisch product steeds beter af op het profiel van de gast. Kwaliteit is leidend op ons eiland. In brede zin zijn we terughoudend met nieuwvestiging van verblijfsrecreatie. Maatwerk is het sleutelwoord. We stimuleren innovatie en kwaliteitsverbetering in alle geledingen van de dag- en verblijfsrecreatie en ook kruisbestuiving tussen ondernemers en andere sectoren. We passen het Zeeuws en Schouws DNA toe in bedrijfsconcepten, benutten onze eilandelijke verhalen en zijn hierdoor meer onderscheidend. We stimuleren de energietransitie en circulaire ontwikkelingen. Ook houden we toeristische trends en cijfers steeds goed in de gaten om flexibel te kunnen inspelen op ontwikkelingen. Om de kwaliteit van onze verblijfsrecreatieterreinen te behouden zijn we terughoudend met tijdelijke huisvesting van arbeidsmigranten.

### Wat is de opgave?

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

### Wat zijn onze keuzes?

1. We stimuleren het delen van kennis, ervaringen en 'best practises' in brede zin.
2. We stimuleren innovatie en onderscheidende bedrijfsconcepten door innovatievouchers beschikbaar te stellen voor verblijfsrecreatie (inclusief minicampings en recreatieve NED's), watersport en horeca (incl. strandpaviljoens).
3. We stimuleren duurzaam en circulair ondernemerschap in het toerisme en laten dit samen met de ondernemers zien aan onze gasten. Gekoppeld aan de Energieagenda zetten we blijvend in op



een hoge ranking in kwaliteitskeurmerken, en onderzoeken we de mogelijkheden voor de koppeling met onderwijs.

4. We stellen een Adviesteam Toerisme in dat toeristisch-recreatieve plannen op kwaliteit beoordeelt gekoppeld aan het Ontwikkelkader Verblijfsrecreatief Gebied, we verbeteren de voorlichting door de gemeente en stellen accounthouderschap in.
  5. We stimuleren herstructurering, kwaliteitsverbetering en productdifferentiatie en creëren 'schaarste' door geen nieuwvestiging van verblijfsrecreatieve bedrijven, inclusief hotels en pensions, toe te staan. Ontwikkelingen gekoppeld aan het oplossen van een verblijfsrecreatief knelpunt (sanering) en in samenhang met de omgeving zijn mogelijk in aangewezen aandachtsgebieden en gekoppeld aan het Ontwikkelkader Verblijfsrecreatief Gebied. Er blijft ruimte voor duurzaam ondernemerschap en maatwerk gericht op het bereiken van Zeeuwse Kustkwaliteit.
  6. Bij herstructurering en kwaliteitsverbetering van bestaande recreatiebedrijven staan we een beperkt aantal eenheden extra toe, gekoppeld aan het Ontwikkelkader Verblijfsrecreatief Gebied. Deze mogelijkheid geldt niet voor kleinschalige kampeerterrinen en NED's. Deze moeten voldoen aan de (kwaliteits-)criteria in de Omgevingsvisie Buitengebied. Voor bestaande reguliere recreatiebedrijven blijft ruimte voor maatwerk en duurzaam ondernemerschap gericht op het bereiken van Zeeuwse Kustkwaliteit.
  7. We bestemmen planologisch uitsluitend de daadwerkelijke op recreatieterreinen aanwezige en in exploitatie zijnde verblijfsrecreatieve eenheden.
  8. We brengen meer eenduidigheid in de regelgeving voor verblijfsrecreatie. Uitgangspunt is sturen op kwaliteit en niet op kwantiteit.
  9. We hanteren algemene kwaliteitscriteria bij uitponing op verblijfsrecreatieterreinen en streven naar een Zeeuws brede regeling.
  10. Op een verblijfsrecreatieterrein (kampeer- en recreatiewoningterrein) staan we geen permanente bewoning en geen tweede dienstwoning toe.
  11. We behouden het bestaande beleidskader kleinschalig kamperen. Ook de NED-regeling met recreatief nachtverblijf behouden we, maar beperken we tot maximaal 25 slaappleaatsen. Beide vinden plaats in bestaande bebouwing. We stimuleren hierbij ondernemerschap, dagrecreatie en jaarrond activiteiten in het buitengebied. De NED regeling evalueren we op effecten op het reguliere verblijfsrecreatieve aanbod.
- Amendement gemeenteraad 25 oktober 2018  
Samenvoegen kampeerterrinen  
*Voor een minicamping die gekoppeld is aan een reguliere camping is planologische samenvoeging tot één reguliere camping mogelijk (eenmalig). In dit geval wordt planologisch vastgelegd dat na samenvoeging toevoeging van een minicamping niet meer mogelijk is. Er dient volledig voldaan te worden aan het ontwikkelkader.*
12. We handhaven op het niet naleven van brand-, milieu- en bouwwetgeving.
  13. 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.
  14. Tijdelijke huisvesting van arbeidsmigranten staan we niet toe op reguliere recreatieterreinen. We bieden in het buitengebied wel ruimte voor de huisvesting van tijdelijk personeel woonachtig buiten de regio op mini-campings en NED's. Waar mogelijk bezien we de kansen van de pilot 'Tiny houses'.

### **Wat bereiken we daarmee?**

- Meer kruisbestuiving, loyaliteit en samenwerking tussen ondernemers.
- Meer begrip voor economisch en sociaal belang van toerisme en beter imago bedrijfsleven.
- Actuele Agenda Toerisme afgestemd op regionale agenda's, trends, ontwikkelingen en markt vraag.
- Innovatief toeristisch product en beter recreatief ondernemerschap in brede zin, gekoppeld aan minimale kwaliteitseisen.
- Hogere gemiddelde bestedingen, bezettingsgraad en meer herhaalbezoek en jaarrond product.
- We zijn een voorbeeld voor andere kustgemeenten op het gebied van innovatie, duurzaamheid en kwaliteit van ons toeristisch product.
- Meer 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.
- Meer balans in vraag en aanbod en preventie van verpaupering en overcapaciteit.
- Financieel gezonde en vitale toeristische bedrijfstak.
- Eenduidigheid in regelgeving.

- Bevorderen van toeristisch gebruik, wisselende verhuur en tegengaan van eigen gebruik (accommodaties niet beschikbaar voor verhuur).
- 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. Denk hierbij aan innovatiesubsidies, signaalfunctie, deelname expertteams, informeren en doorverwijzing EIZ.
- Samenwerking EIZ, belangenorganisaties (recreatie, horeca en watersport) en gemeente
- Gezamenlijke en Zeeuws brede aanpak handhaving kampeertreinen.

## 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 strand weinig bebouwing en dus 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. Voor de gast begint de beleving al op de parkeerterreinen en 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 Zeereservaat. We benutten de educatieve mogelijkheden van dit reservaat en natuurbeleving is hier een belangrijk onderdeel van. Het strand is duurzaam en dat laat zich zien door keurmerken en de voordelen van duurzaam ondernemerschap, zoals kwaliteitsverbetering rondom de strandpaviljoens. Op aangewezen plekken kunnen gasten ook genieten van beachfun. We doen voortdurend onderzoek naar de wensen van onze strandgasten. Zo weten we welke service, activiteiten en voorzieningen de gast verlangt. We informeren onze gasten off- en online over alle strandactiviteiten en over het actuele weer. Strandondernemers en ondernemers 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?

1. Periodieke monitoring naar wensen van de gast is de basis voor strandbeleid en ontwikkeling.
2. We staan geen volledig nieuwe bebouwing op het strand toe en zetten in op kwaliteitsverbetering van bestaande strandpaviljoens binnen de normen van de Zeeuwse Kustvisie. Recreatief nachtverblijf in paviljoens is uitgesloten.
3. We versterken de jaarrond natuurbeleving voor onze strandgasten. Het strand en de strandnatuur nemen een belangrijke plaats in in de marketing van 'de Groen Blauwe Oase'. Strand- en overige ondernemers werken hierbij samen met natuur- en kustbeheerders.
4. We versterken in alle 4 de seizoenen de beachfunbeleving voor onze strandgasten. Dit doen strandondernemers samen met overige ondernemers en sectoren. Slapen op natuurstrand gekoppeld aan evenementen is uitgesloten.



5. We stimuleren duurzame bedrijfsvoering op het strand en laten deze transitie zien aan onze (strand)gasten.
6. We versterken het onthaal van het Voordelta strand en van het strand naar de Kop van Schouwen. Strand, duinen en overgangen vormen een meer totale strand- en natuurbeleving.
7. We zetten in op betere samenwerking rondom strand tussen ondernemers, gemeente, kustbeheerders, provincie, kustgemeenten en natuurorganisaties en binnen de strandrecreatiesector.
8. We streven naar een blijvende kwaliteit van de strandbewaking.
9. De regelgeving op het gebied van kust en strand moet duurzamer en eenduidiger. We streven naar een één-loket functie voor het strand.
10. We zetten in op een veilig en breed droog strand aan de Noordzee.
11. De stranden langs de Noordzee en de Deltawateren houden we op een goede basiskwaliteit op het gebied van schoon, heel en veilig. We blijven ons inzetten op een hoge ranking in de schoonste stranden van Nederland.

#### **Wat bereiken we daarmee?**

- We kunnen de strandgast zo optimaal mogelijk bedienen.
- We benutten de strandcapaciteit beter en verhogen daarmee jaarrond het aantal gasten.
- Innovatie van het toeristisch (strand)product, beter ondernemerschap en hogere gemiddelde bestedingen
- Het 'Mooiste Strand' met natuurbeleving door 'storytelling', DNA productontwikkeling, meer 'beachfun' en daardoor meer waardering door de gast en meer herhaalbezoek
- Met marketing- en promotieactiviteiten gericht op bekendheid Mooiste Strand als onderdeel van de Groen Blauwe Oase kunnen we gericht inspelen op 'customer journey' van de gast
- Meer dagrecreatie, jaarrond evenementen, -exploitatie (openstelling) en -bestemming
- We zijn een voorbeeld voor andere kustgemeenten op gebied van duurzaamheid recreatie
- Meer kruisbestuiving en samenwerking recreatieondernemers onderling, en met kustbeheerders en overige sectoren.
- Onderlinge loyaliteit, inclusief koppeling met MKB is versterkt.
- Hogere waardering door de gast voor schoon en veilig strand.

#### **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 interessante plekken op ons eiland zijn goed ontsloten en met elkaar verbonden. Vervoer biedt beleving en gemak aan onze gasten.

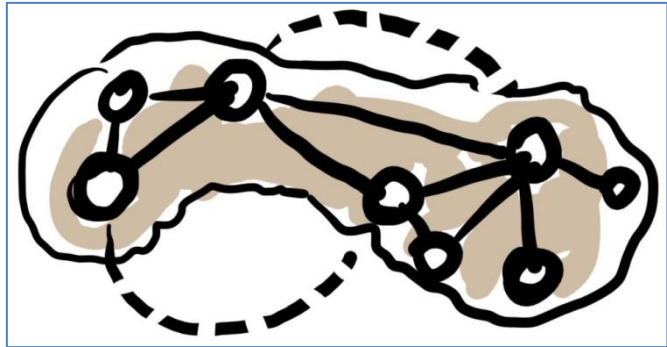
### Wat zijn onze keuzes?

1. De unieke plekken van onze Groen Blauwe Oase verbinden we door een fysieke Toeristische Hoofdstructuur (THS) bestaande uit wegen, fiets-, wandel- en ruiterspaden. We streven hierbij naar een 5 sterren fietsbeleving, behoud van authenticiteit en charme en toeristisch vervoer naar behoefte.
2. We optimaliseren de herkenbaarheid en vindbaarheid van en bewegwijzering naar de unieke plekken van onze Groen Blauwe Oase.
3. 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' (zie thema 2 'Meer Beleving', keuze 1: toegankelijke natuur).
4. We stimuleren de realisering van meer Transferia/'Overstaphubs' en de overstap naar duurzaam en innovatief vervoer. De elektrische fiets is de basis voor het toeristisch vervoer anders dan de auto.
5. Vervoer wordt onderdeel van de beleving van onze Groen Blauwe Oase.
6. We optimaliseren de bereikbaarheid en veilige doorstroming van onze Groen Blauwe Oase.



### Wat bereiken we daarmee?

- We kunnen gericht inspelen op het profiel en de behoefte van de gast en zo zorgen voor meer beleving en meer gemak.
- Optimale fysieke bereikbaarheid, beleving en gastvrijheid van onze Groen Blauwe Oase.
- Betere doorstroming toeristisch vervoer
- Meer gasten, meer dagrecreatie en jaarrond bestemming en hogere gemiddelde bestedingen door de gast.
- Schouwen-Duiveland staat bekend als 'Groen Blauwe Oase' door storytelling, educatie en informatieverstrekking en krijgt daarmee hogere waardering van de gast en meer herhaalbezoek.
- Sterke (natuur)beleving Groen Blauwe Oase en samenhangend recreatief aanbod door middel van de Toeristische Hoofdstructuur (THS).
- We zijn een voorbeeld voor kustgemeenten op gebied van duurzaam recreatief product, inclusief vervoer.
- Betere leefbaarheid Groen Blauwe Oase.
- Goede en veilige regulatie van recreatie- en werkvervoersstromen (bijvoorbeeld landbouw) .



### Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

- Betere bereikbaarheid naar het eiland over N57 en N59.
- Signalering knelpunten naar en overleg met wegbeheerders.
- Bundeling mobiliteit naar gebieden en vooraf met wegbeheerders afstemmen over het faciliteren van functies.



# 5. Uitvoeringsparagraaf

## 5.1 Samen aan de slag met de agenda Toerisme!

Een agenda Toerisme maken en vullen is één, waar het werkelijk om gaat is dat we onze ambities en doelen ook waarmaken. Ondernemers, organisaties die betrokken zijn bij het toerisme, inwoners en de gemeente hebben elkaar hard nodig. Ondanks verschillende culturen zijn we, op basis van een gemeenschappelijk doel, in staat verbinding te leggen tussen mensen, organisaties, ondernemingen en belangen.

De sleutel van ons succes ligt in de samenwerking, vanuit onze gezamenlijke band met dit prachtige eiland. Alleen samen kunnen we er voor zorgen dat onze Groen Blauwe Oase ook in de toekomst een aantrekkelijke en succesvolle toeristische bestemming in de Zeeuwse en Zuid-Hollandse Delta blijft.

Deze agenda is een goede basis om samen aan de slag te gaan en een gedeelde verantwoordelijkheid te nemen voor de uitvoering ervan. Alle partijen leveren hieraan op eigen wijze een bijdrage. Dit maakt dat deze agenda Toerisme een agenda is van de samenleving en niet primair een gemeentelijke notitie.

### Samen: ontmoeten, informeren, kennis delen en inspireren

Samen vraagt om een adequate 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. Hiervoor stellen we ieder jaar een uitvoeringsagenda op. Buiten de meer formele structuur om hebben we korte lijnen en weten we elkaar makkelijk te vinden.

De samenwerking krijgt vorm in vijf bouwstenen:

#### 1. Het Platform Toerisme

**Wie:** In het Platform Toerisme zitten de vertegenwoordigers van de belangenorganisaties die samen deze Agenda Toerisme hebben opgesteld. Daarnaast nemen de voorzitters van de zes werkgroepen deel aan het platform. Hierin zit de nodige overlap, omdat de belangenvertegenwoordigers uit het platform ook de voorzitters van de werkgroepen zijn. De Recron en de gemeente zijn 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. Daarnaast levert de gemeente ambtelijke ondersteuning.

**Taken:** Het platform houdt de vaart erin en bewaakt de voortgang van de uitvoering van de agenda toerisme. Daarnaast zorgt het platform voor het leggen van dwarsverbanden tussen de zes werkgroepen en uitvoeringsthema's. Het platform signaleert kansen, knelpunten en relevante ontwikkelingen die aanleiding geven tot overleg of het aanpassen van de agenda. Op deze manier 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). 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 geeft gevraagd en ongevraagd advies over onderwerpen die samenhangen met de Agenda Toerisme. Het platform heeft de status van stuurgroep.

**Bijeenkomsten:** Het platform komt twee maal per jaar bij elkaar. 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. De tweede bijeenkomst is mede gericht op het opstellen van een jaarverslag.

## 2. De werkgroepen:

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

De werkgroep heeft een niet-ambtelijke voorzitter. Deze is samen met de ambtelijke ondersteuning trekker van het thema en de werkgroep. De gemeentelijk projectleider neemt deel in alle zes de werkgroepen en heeft hiermee het totaaloverzicht. Zo kan de projectleider zorgen voor dwarsverbanden tussen de verschillende werkgroepen en tussen de werkgroepen en het platform.

**Taken:** 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 houdt de vaart erin. 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 twee geplande bijeenkomsten van het platform.

## 3. Het Agendateam:

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

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

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

## 4. Themadag Toekomst Toerisme:

Periodiek organiseren we een themadag of symposium. Het doel van deze bijeenkomst is om iedereen die bij toerisme betrokken is te informeren over ontwikkelingen en de samenwerking en onderlinge verbinding te versterken. Met een actueel en aantrekkelijk programma willen we ondernemers, inwoners, (eilandelijke) organisaties, politiek en ambtenaren informeren, inspireren en elkaar beter leren kennen en begrijpen. Het agendateam organiseert de themadag.

## 5. Digitaal platform

Er is een digitaal platform voor communicatie en kennisdeling over toerisme. Hier delen we nieuws, actuele gegevens en relevante ontwikkelingen. Belangrijke informatie (actuele cijfers, trendrapporten, analyses en toekomstverkenningen) over zaken die het toerisme aangaan is hier verzameld en voor iedereen toegankelijk. Op het platform kunnen ook inwoners meedenken en debatteren over de toekomst van het toerisme op ons eiland en wat dat betekent voor de eigen leefomgeving. Het digitale platform verlangt een actief beheer. Hierover maken we afspraken.

### 5.2 Samen: taken en verantwoordelijkheden

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

#### De ondernemer(s):

Ondernemers zijn de spil van de economische aspecten van de agenda. Hierbij ligt de focus natuurlijk primair op een gezonde en toekomstgerichte bedrijfsvoering voor de ondernemer zelf.

We gaan uit van de gedachte 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. Constructief en goed onderbouwd overleg met overheden is een voorwaarde om samen, binnen en buiten de bestaande kaders, te zoeken naar ontwikkel- en innovatieruimte. Daarnaast is het belangrijk om te (blijven) investeren in het benadrukken van het belang van het toerisme voor Schouwen-Duiveland. Zo kunnen we de band tussen het toerisme en de eigen inwoners versterken.

De ondernemers die zich hebben georganiseerd binnen de RECRON, zijn samen trekker van het eerste uur van de Agenda, een initiatief van de Recron en de gemeente samen. Met het platform Toerisme is het draagvlak voor de agenda vergroot door de betrokkenheid en samenwerking met andere brancheorganisaties.

#### De gemeente:

De gemeente heeft bij de uitvoering van 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 toeristisch product**

De gemeente is, als verantwoordelijke voor het publieke domein, in grote mate verantwoordelijk voor de kwaliteit en de uitstraling van het toeristisch product Schouwen-Duiveland. Niet alleen als opsteller van visies en beleid, maar ook als beheerder van de openbare ruimte met het realiseren en onderhouden van een aantrekkelijke omgeving voor inwoners en gasten.

##### ➤ **Beheerder toeristenbelasting**

De gemeente int en besteedt toeristenbelasting. Dit geld wordt onder andere gebruikt voor het realiseren van de doelen uit de agenda. Het platform en de sector spelen hierbij een belangrijke adviserende/consulterende rol. 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 de agenda te vergroten en de medeverantwoordelijkheid voor de thema's kracht bij te zetten.

##### ➤ **Faciliteren**

De gemeente faciliteert ontwikkelingen en initiatieven. Dit betekent meedenken en zoeken naar mogelijkheden, actief en open communiceren, een proactieve houding en het volgen van nieuwe ontwikkelingen. De gemeente heeft een duidelijk en laagdrempelig aanspreekpunt op het gebied van toerisme.



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

Er is al veel wet- en regelgeving die direct of indirect betrekking heeft op de toekomst van de recreatie en het toerisme op ons eiland. De regels zijn afkomstig van verschillende overheden. Hoewel de regelgeving is opgesteld vanuit heldere en legitieme doelstellingen, moeten we constateren dat de regeldruk groot is en soms op gespannen voet staat met de innovatie die ons in de agenda Toerisme voor ogen staat.

Uitgangspunt van de gemeente is dat regels er niet voor niets zijn. Maar we hebben nadrukkelijk oog voor de geconstateerde spanning en richten we ons op de doelen achter de regels, onder het motto 'dient een initiatief het doel dan moet de regel wijken'.

De gemeente staat open voor nieuwe ontwikkelingen op gebied van eigen regelgeving en die van andere overheden. Deze bekijken we objectief en in goed overleg met initiatiefnemers en andere overheden met andere belangen. Waar mogelijk willen we de regeldruk verlagen.

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

De gemeente is als deelnemer van het eerste uur verbonden aan de agenda Toerisme. Samen met andere partijen maakt zij werk van de ambities. De gemeente verbindt waar mogelijk en nodig, jaagt projecten aan en stimuleert ontwikkelingen. Goede samenwerking met andere overheden (andere gemeenten, provincie en waterschap) vraagt aandacht. De gemeente is 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 in 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. Denk hierbij aan organisaties op het gebied van natuur, cultuur en zorg. Deze organisaties dragen in belangrijke mate bij aan de kwaliteit en aantrekkingskracht van Schouwen-Duiveland als toeristische bestemming. In de eerste plaats zijn ze verantwoordelijk voor het sturen op de eigen doelen en speerpunten. Maar zoals gezegd is samenwerking van essentieel belang voor het slagen van de agenda. Het zoeken naar verbindingen en het versterken ervan is dan ook een belangrijke opgave voor alle deelnemende de partijen.

Dat geldt ook voor de andere overheden (Rijk, provincie, Waterschap). Dit zijn belangrijke partners. We zetten in op het matchen van de agenda's en zoeken naar gezamenlijke meerwaarde.

**Onze gasten:**

Onze gasten genieten van onze Groen Blauwe Oase en komen vaak terug. Het is daarom belangrijk hun wensen te (leren) kennen en te betrekken in de uitvoering van de agenda. Dit doen we in eerste instantie door voortdurend onderzoek naar de wensen en het gebruikspatroon van de gast. Op die wijze kunnen we onze ambities voor meer gastvrijheid, beleving, jaarrond gebruik, maar ook innovatie en verduurzaming, afstemmen op wat de gast daarin van ons verwacht. We werken hierin daarom nauw samen met het Kenniscentrum Kusttoerisme en de VVVZeeland. We onderzoeken hierbij de mogelijkheden van een eventueel toeristenpanel.

**Inwoners:**

Onze inwoners zijn zeker ook belangrijk bij het uitvoeren van de Agenda Toerisme. Gastvrijheid is immers een belangrijk thema van onze agenda. Hoe we gasten op ons eiland ontvangen is niet alleen een zaak van bedrijven en instellingen. Vooral onze inwoners kunnen een bijdrage leveren aan een gastvrij onthaal. Daarnaast zijn de inwoners een belangrijke schakel tussen ondernemers en overheid waar het gaat om het verbinden van het toerisme met de thema's die van belang zijn voor de inwoners. Denk bijvoorbeeld aan het opstellen van dorpsplannen waarbij het toerisme bijdraagt aan de leefbaarheid. Het toerisme op Schouwen-Duiveland kent een eigen dynamiek. Druk in de zomer, een wisselend voor- en naseizoen en rust in de winter. De balans tussen de druk van het toerisme en de kwaliteit van het wonen op ons eiland vraagt aandacht. Daarom is het belangrijk inwoners te betrekken bij het toerisme op ons eiland en hen te zien als onmisbaar klankbord voor overheid en ondernemers.

### 5.3 Monitoring Agenda Toerisme

Het monitoren van de agenda toerisme is een belangrijk onderdeel van de uitvoering. Ieder jaar leggen we verantwoording af aan de gemeenteraad en de samenleving 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 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 bijdragen en inzet. Dit altijd met de intentie de samenwerking verder te versterken, 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 en 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 betere dialoog tussen de sector en de politiek over de koers van ons toerisme, maakt meer duidelijk wat er nodig is om die koers te kunnen volgen en welke financiële middelen daarvoor nodig zijn. Vanaf 2019 vanuit de reguliere begroting van de gemeente en dus niet meer vanuit een aparte Voorziening Toerisme. Op basis van deze dialoog bevat de gemeentelijke begroting structureel een Agenda Toerisme, gekoppeld aan de THS, waarmee de toeristische uitvoeringsagenda gefinancierd wordt gedurende de looptijd van deze agenda. Belangrijk uitgangspunt is dat we extra opbrengsten toeristenbelasting kunnen benutten voor de verdere versterking van het toeristische product, 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. Om de dialoog tussen de politiek en de recreatiesector te verbeteren is het belangrijk dat er een raadscommissie 'Recreatie' wordt ingesteld.