



Bijlagenrapport

# 1 Hoofdpunten uit bestaand beleid

## Regionale visie Noordoost Fryslân 2020-2030

Deze vastgestelde visie spreekt de volgende **ambitie** uit, **in 2030**:

- Worden 50% meer overnachtingen in onze regio doorgebracht van ruim 600.000 overnachtingen nu naar ruim 900.000 in 2030;
- Ontvangen we 50% meer binnen- en buitenlandse vakantiegasten in regio Noordoost Fryslân, het gaat om een groei van bijna 175.000 nu tot ruim 260.000 in 2030;
- De werkgelegenheid neemt toe van een aandeel van 5,2% op de totale werkgelegenheid in 2017 naar 7% in 2030, dat betekent ca. 700 extra banen tussen nu en 2030.

Met behulp van een uitvoeringsprogramma met **5 speerpunten** (promotie, kennis & kwaliteit, profiel, productontwikkeling en samenwerking) werkt de regio aan de volgende **doelen**:

- Het instandhouden van lokale voorzieningen
- Het instandhouden van cultureel erfgoed
- Een prettige leefomgeving voor eigen inwoners
- Het welbevinden van inwoners

Met behulp van 5 streekmerken brengt de regio focus aan. Wouden (incl. Burgumermeer) en Alde Feanen zijn 2 van deze 5 merken.

## Provinciaal beleid

Recreatie en toerisme is een belangrijke sector voor de **leefbaarheid en werkgelegenheid** binnen de provincie en binnen de Friese gemeenten. Leefbaarheid is gedefinieerd in *Position Paper Gastvrij Fryslân 2030* als de mate waarin de leefomgeving aansluit bij de voorwaarden en behoeften die er door de mens aan worden gesteld. Recreatie en toerisme hebben een belangrijk aandeel in de leefbaarheid, omdat toeristen bijdragen aan het op peil houden van voorzieningen.

Deze uitgangspunten sluiten ook aan bij de beleidsnotitie Gastvrij Fryslân 2028, de *Ontwerp Omgevingsvisie Provincie Friesland (2018)* en het *Bestuursakkoord 2019- 2023* van de Provincie Friesland. De Provincie zet in op groei van de gastvrijheidseconomie. Door slimme groei kan toerisme in 2030 in Friesland een grote bijdrage leveren aan leefbaarheid, natuur- en cultuurerfgoed en werkgelegenheid.

Ook in andere regionale of provinciale stukken zien we de bovenstaande boodschap in grote lijnen terug. In stukken als *Nationaal Park De Alde Feanen Ontwikkelplan 2015-2022*, *Visie waterrecreatie Noordoost Fryslân* en *Provinciale visie waterrecreatie It blauwe goud fan*



*Fryslân* komen de ambities, doelen en plannen in hoofdlijnen neer op:

- Ambitie voor economische sector van betekenis, met nadrukkelijk aandacht voor balans en behoeften m.b.t. inwoners en natuur;
- Meer of sterkere verbinding tussen partijen en bestaand aanbod of initiatieven;
- Verbeteren van routestructuren;
- Uitbouwen van de watersportpositie;
- Gezamenlijke promotie.

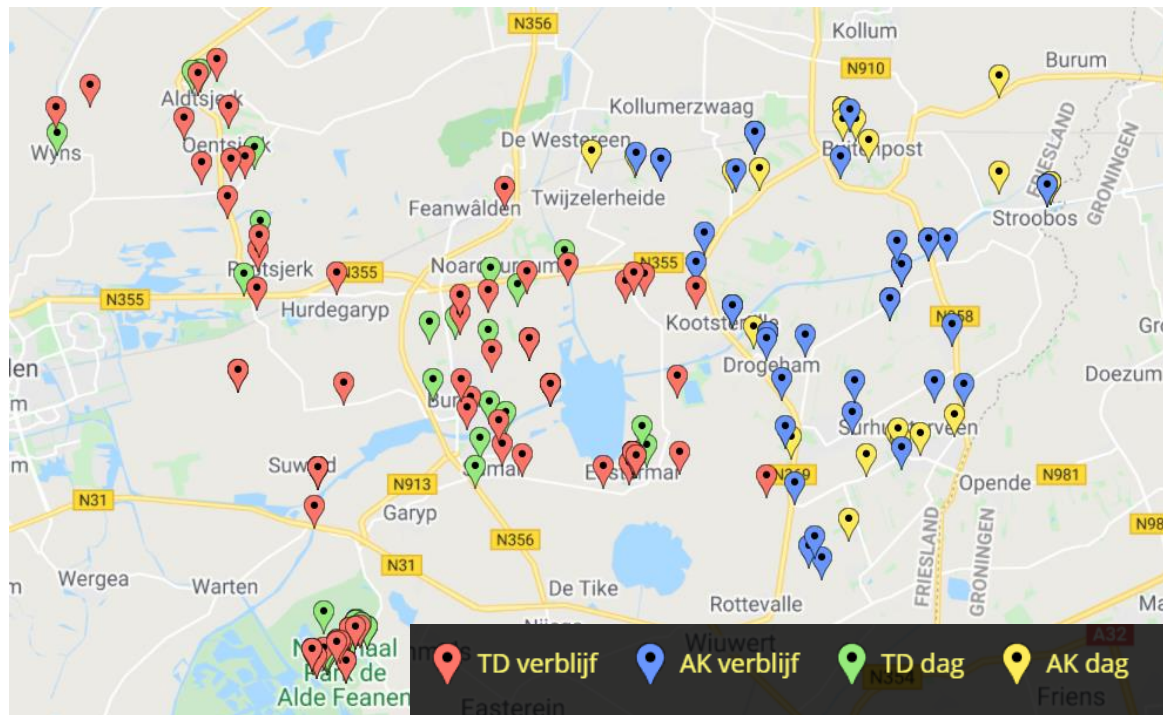


## 2 Opbouw toeristisch aanbod

Het in beeld brengen van de huidige opbouw van het dagrecreatief en verblijfsaanbod heeft twee doelen:

- Het vertrekpunt aangeven, zodat duidelijk is wat toegevoegd moet worden om de ambities en doelen te realiseren.
- Input geven voor het profiel van de gemeente, en de sterke en zwakke punten blootleggen. Dit komt later in de clusterprofielen en SWOT-analyse terug.

Het totale dag- en verblijfsaanbod is op onderstaande kaart weergegeven. De volgende pagina's geven hierop een toelichting.



*Het verblijfsaanbod dat is opgenomen bestaat uit:*

- Bungalowparken
- (mini-)campings
  - Hotels
  - Jachthavens
- B&B's en vakantiehuisjes
- Groepsaccommodaties

*Het dagrecreatieve aanbod bestaat uit:*

- Cultuur / museum
- Fietsverhuur
- Jachthavens en watersport
  - Kinderattracties
  - Kunst en galerieën
    - Molens
    - Natuur
  - Streekproducten
  - Uitgaan / Bowlen
    - Vissen
    - Wellness
    - Zwemmen



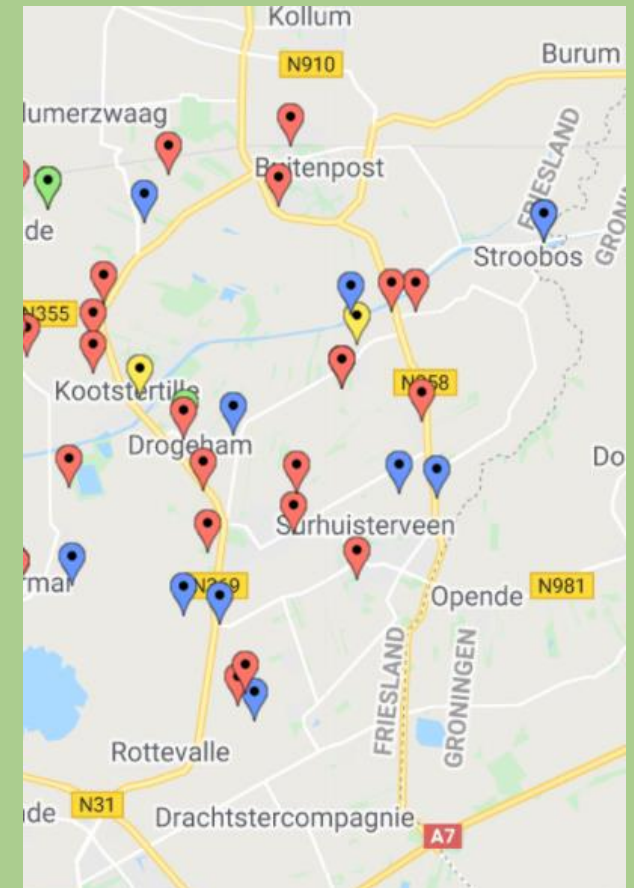
## 2.1 Verblijfsaanbod Achtkarspelen

Het verblijfsaanbod in Achtkarspelen is gering. In totaal zijn er 30 aanbieders waarvan 21 (dat is 70%) kleinschalig (minder dan 25 bedden).

In totaal zijn ze goed voor rond de 15.000 tot 20.000 overnachtingen per jaar. Dit is gebaseerd op het vitaliteitsonderzoek logiesaccommodaties Fryslân, 2019. Vanuit het onderzoek zijn overnachtingsniveaus doorgerekend conform het regionaal gemiddelde. Dit is per type accommodatie doorgerekend. Het geeft dus een indicatie van het aantal overnachtingen.

Het aandeel van mini-campings en B&B's is hierin groot. Jachthavens met overnachtingsmogelijkheden zijn er minder en een hotel ontbreekt. Het gaat hier echt veelal om kleinschalig aanbod. De vitaliteit van het aanbod is veelal gemiddeld te noemen: de kleinschaligheid brengt met zich mee dat het perspectief van de bedrijven lager is. In het gebied zijn geen duidelijke clusters te onderscheiden.

Vanuit de diverse gesprekken die zijn gevoerd, komt naar voren dat het met name de rustzoekers zijn die de gemeente bezoeken voor een verblijf. Rust, ruimte en natuur zijn belangrijke zaken die zij zoeken. Het gaat dan met name om oudere mensen. Ook noemen enkele ondernemers de groepsmarkt als een belangrijke doelgroep.

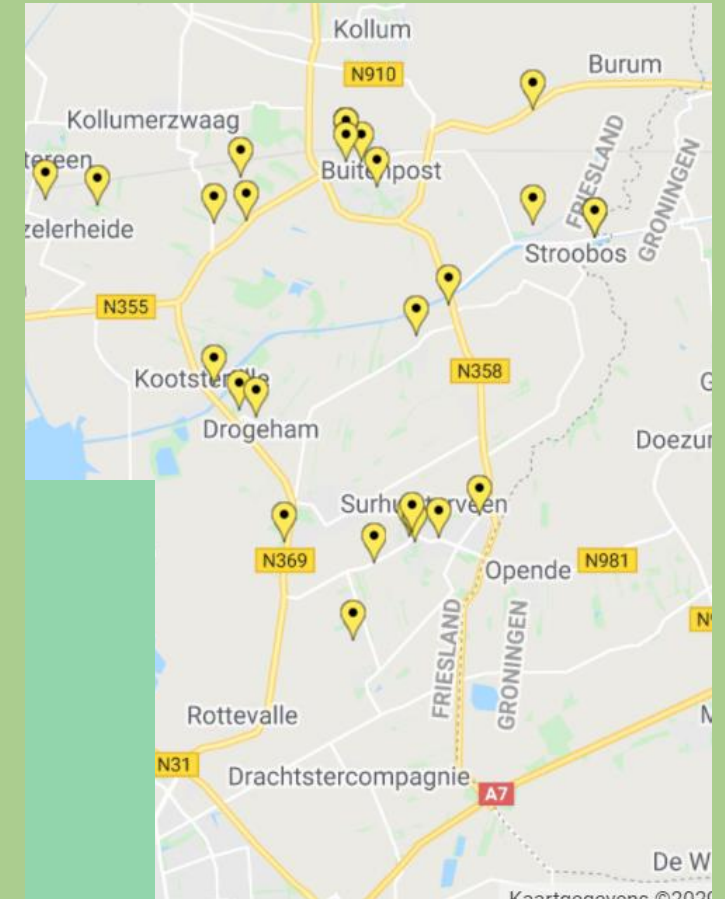


● B&B of vakantiehuisje
 ● Camping
 ● Groepsacco
 ● Jachthaven
 ● Bungalowpark
 ● Hotel

## 2.2 Dagrecreatief aanbod Achtkarspelen

Een kleine 30 aanbieders die zich bezig houden met dagrecreatie vinden we in Achtkarspelen. Een groot deel hiervan (ca. 37%) is een basisvoorziening: veelal lokale voorzieningen die er ook zijn voor de eigen inwoners. Denk aan kleinere voorzieningen in de natuur/bossen en zwembaden. Meer dan de helft van de aanbieders kunnen we 'vasthouders' noemen: voorzieningen die het verblijf van een gast kunnen verlengen en bezoekers uit een grotere regio trekken. In Achtkarspelen zijn dat met name kleinere musea en ateliers. Een tweetal aanbieders zijn niche-trekkers voor de gemeente: een voorziening die het doel an sich kan zijn voor een specifieke doelgroep. Die komt vanuit heel Nederland om het te bezoeken. Voor Achtkarspelen is dat De Kruidhof met het IJstijdenmuseum.

Wat betreft het dagrecreatief aanbod zien we dat dit zich met name clustert rondom Buitenpost en Surhuisterveen. Deze clustering valt niet samen met het verblijfsaanbod, ze staan meer los van elkaar.



## 3 Interviews, sessie ondernemers en inwoners

Er is met diverse partijen gesproken over recreatie en toerisme in de gemeente. Allereerst is er met de gemeenten gezamenlijk gesproken met medewerkers van de afdeling 'recreatie en toerisme' en van 'ruimtelijke ordening'. Met hen is gesproken over de huidige situatie, de knelpunten en de wensen naar de toekomst toe.

Verder is gesproken met ondernemers, bewoners en professionals uit de gemeente. Er is gesproken over knelpunten, streefbeeld en te ondernemen acties binnen de gemeente. We geven de belangrijkste punten uit die sessie weer. Dit alles, samen met de voorgaande analyses, is input voor het gebiedsprofiel dat wordt beschreven in het volgende hoofdstuk. Dit vat samen hoe het er nu voor staat in de sector in de gemeente.

# 3.1 Uitkomsten sessie Achtkarspelen

## Knelpunten

- Er is te weinig onderscheidende horeca, en er is te weinig horeca open
- Er zijn te weinig bedden, ook om daarmee de dagrecreatie te 'voeden'.
- De gemeente heeft weinig bekendheid. Terwijl er echt wel genoeg te doen is.
- Te weinig samenwerking onderling als ondernemers
- Leaver lytse baas as grutte knecht: veel kleine bedrijven die hun eigen gang gaan, weinig grote bedrijven en weinig samenwerking

## Streefbeeld

- Goede accommodaties, ingepast in het landschap en persoonlijk en streekeigen.
- Onderscheidende activiteiten en horeca met link naar de omgeving.
- Groei van de sector, en clustering van logies en activiteiten zodat het elkaar versterkt.
- Goede routes met mijmerplekken waar het landschap beleefd kan worden.

## Acties

- Promoten als goed wandel- en fietsgebied
- Goede rustpunten met horeca creëren
- Horeca langer open
- Routes met informatie/verhalen over het landschap, met mijmerplekken
- Arrangementen maken: via routes ondernemers aan elkaar verbinden



# 4 Het gebiedsprofiel van Achtkarspelen

## Omgeving

- Nationaal Landschap Noardlike Fryske Wâlden
- Lommerrijk, vriendelijk, beschut en afwisselend coulisselandschap
- De Mieden als belangrijkste natuurgebied

## Accommodaties

- Logiesaccommodaties gering in aantal en kleinschalig in omvang
- Activiteiten gericht op met name natuur en cultuur

## Organisatie

- Recreatievoorzieningen en programma gericht op eigen inwoners (en afgeleid) bezoekers: fiets- en wandelinfrastructuur (Streekpad)
- Evenementen: Concours hippique, Wielerronde, Survivalrun, Foodwalk, Brommels en de viswedstrijden
- Weinig samenwerkingsverbanden
- Bereikbaarheid per trein is gunstig



# 5 Toeristische levenscyclus

De onderstaande tekst en afbeelding zijn overgenomen uit de *Visie toerisme en recreatie Noordoost Fryslân 2020-2030*.

De toeristische levenscyclus bestaat uit vijf fases, namelijk<sup>1</sup>:

1. Ontdekking en opkomst;
2. Betrokkenheid
3. Ontwikkeling en groei;
4. Consolidatie en stagnatie;
5. Degradatie.

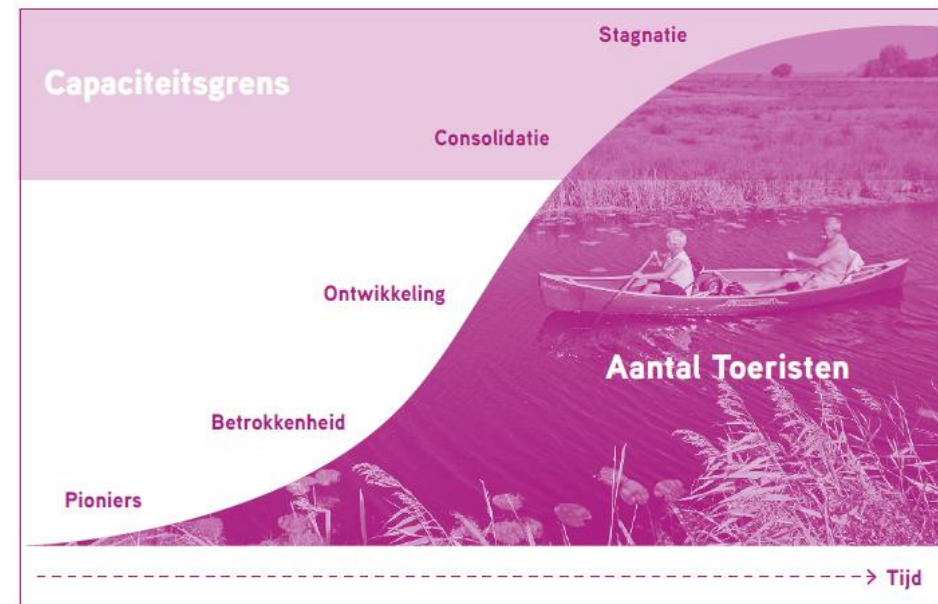
Hieronder staan de verschillende fases kort omschreven. Het is van belang te beseffen dat iedere fase enige tijd in beslag neemt en dat niet iedere bestemming alle fasen zal doorlopen of op dezelfde wijze zal doorlopen.

## Fase 1: Ontdekking en opkomst

In de eerste fase ontdekken 'pioniers' de bestemming. De toerist is op zoek naar het verhaal van de regio, een authentieke ervaring en contact met 'lokale bevolking'. In deze fase is het belangrijk dat de bestemming (flink) in het toeristisch aanbod (dagrecreatie, horeca, verblijf etc.) en de bekendheid van het gebied investeert.

<sup>1</sup> Gebaseerd op de toeristische levenscyclus van Richard Butler

Noordoost-Fryslân bevindt zich op dit moment in fase 1. De omvang van de vrijetijdssector in onze regio is nog niet heel groot en we zijn nog een relatief onontdekt gebied met een beperkte toeristische traditie. De volgende fasen zijn door Noordoost-Fryslân dus nog niet bereikt. Om dit te bereiken moet beleidsmatig langdurig worden ingezet op recreatie en toerisme.



**Figuur 1: Levenscyclus van een bestemming.**

Op de X-as staat de factor tijd, de Y-as staat voor het (toenemend) aantal bezoekers.

## **Fase 2: Betrokkenheid**

Tijdens de fase van betrokkenheid ontstaat er een positieve flow bij kleine ondernemers, productieve bewoners en de overheid. Gezamenlijk zien ze kansen en beginnen ze samen te werken. Zo komen de organisatorische basisvoorwaarden van een bestemming tot stand: recreatieve routes, gezamenlijk marketing en een ondernemersplatform. Ook wordt gewerkt aan gezamenlijke productontwikkeling tussen ondernemers.

## **Fase 3: Ontwikkeling en groei**

De derde fase wordt gekenmerkt door eerst een lichte en daarna explosieve groei van de toeristische vraag. Meer bezoekers en verschillende typen bezoekers. Er komen niet alleen pioniers, maar ook mensen die op zoek zijn naar meer generiek vermaak. De omzet en werkgelegenheid in de toeristische industrie groeien sterk, er is een positieve kostenbaten balans, waarvan de lokale gemeenschap en economie profiteert. Het product wordt diverser evenals de marketing.

## **Fase 4: Consolidatie en stagnatie**

Er is nog steeds sprake van groei en grote economische baten, maar omdat al zoveel toeristen komen neemt deze groei wel af. Met name het aantal verblijfstoeristen neemt af.

Dit wordt gecompenseerd door een toename van het aantal dagtoeristen. Door de toename van het aantal dagjesmensen is er sprake van massatoerisme. Het product en de marketing richten zich op een breed scala aan doelgroepen met een divers product. De ketens doen hier hun intrede. De baten hebben niet meer vooral een lokaal effect, zoals in fase 1 en 2, waar ca. 70% van de inkomsten naar de lokale gemeenschap gaan.

Het is doorgaans de uitdaging om in fase vier (dus ruim voor de neergang intreedt) te werken aan radicale innovaties gericht op nieuwe producten en markten. Urgentie is nodig en vaak helpt inspiratie van buiten. Problematisch is dat veel ondernemers niet kunnen innoveren omdat ze jarenlang volgens dezelfde succesformule hebben gewerkt.

## **Fase 5: Neergang**

Wanneer de vraag een piek bereikt lijkt te hebben, volgt er ten slotte, bij ongewijzigd beleid, een periode van neergang. Het massatoerisme krijgt de volgende kenmerken: de verhouding tussen bewoners en bezoekers is ingrijpend veranderd, de toerist leeft in een zogenaamde "toeristenbubbel", welke is afgesloten van de lokale gemeenschap. De negatieve impact van toerisme is sterk zichtbaar. Problematiek die op dit moment bijvoorbeeld in delen van Amsterdam en andere wereldsteden wordt ervaren.



# 6 Toeristische ecosystemen

De onderstaande tekst en afbeeldingen zijn een samenvatting van de position paper *Ecosystemen & Toerisme - Natuur als Inspiratiebron voor Toeristische Ontwikkeling* van ZKA Strategy.

## **Achtergrond: Behoeftte aan een nieuwe benadering van toerisme**

De toeristische sector sidderde tot voor kort van de groeiprognoses die aankondigden dat het aantal toeristen in Nederland de komende jaren fors zou gaan toenemen. Op sommige plekken was de leefbaarheid door toeristische drukte in het geding en de consument ervoer soms nog nauwelijks échte aandacht en kwaliteit. Tegelijk zagen we een onevenredige ontwikkeling. De ene locatie snakte naar de bezoekers die ze een paar kilometer verderop juist graag zagen verdwijnen. Er wordt dus al langer gesproken over het nut en de noodzaak van een nieuwe benadering en aanpak van het landelijke en regionale toerisme.

Wij zien dat principes en werkwijzen vanuit de ecologie een belangrijke inspiratiebron zijn voor het ontwikkelen en managen van een toeristisch-recreatieve bestemming als een "ecosysteem".

## **Natuurlijke ecosystemen**

Een ecosysteem is een deel van ons natuurlijk milieu. Levende onderdelen (dieren, planten en micro-organismen) en niet-levende onderdelen (lucht, water en bodem) zorgen ervoor dat kringlopen op gang worden gehouden. De Veluwe is een voorbeeld van een natuurlijk milieu, waarin heidevelden en bossen de ecosystemen zijn.

Ecosystemen zijn niet altijd goed af te bakenen doordat ze verschillende schaalniveaus hebben en ze hebben ook vaak onderlinge relaties met elkaar. Ze worden vaak gezien als dynamische en functionele eenheden, waarin een zeker evenwicht is ontstaan dat voortdurend aan verandering onderhevig is.

Hoe meer diversiteit, hoe veerkrachtiger een ecosysteem reageert op interne en externe veranderingen. verandering groot zijn, maar de gevolgen voor de kringlopen in een veerkrachtig ecosysteem als geheel hoeven daar niet parallel mee te lopen.

Drie basisprincipes zijn bepalend voor de veerkracht van een ecosysteem: diversiteit, verbondenheid en circulariteit. Wanneer deze factoren aanwezig en met elkaar in balans zijn dan wordt gesproken van een veerkrachtig optimum.

- 1. Diversiteit:** Niet één soort is dominant, maar er is sprake van een aantal soorten die met elkaar reageren, soms in afhankelijkheid en soms als concurrent, waardoor ze elkaar kunnen versterken of verzwakken. Door de diversiteit ontstaat risicospreiding en veerkracht, waardoor tegenslagen kunnen worden overleefd, omdat langdurig succes onder wisselende omstandigheden niet bepaald wordt door één soort.
- 2. Verbondenheid:** Soorten in een ecosysteem hebben een variatie aan meer of minder sterke interacties met elkaar. Soorten kunnen concurreren om zonlicht en voedsel, maar in bepaalde, soms extreme, omstandigheden kan de één de ander faciliteren. Daarnaast is de ene soort voedsel (een resource) voor het andere: eten en gegeten worden. Ook zijn er samenwerkers (symbionten), zoals bijen die planten bestuiven in ruil voor nectar.  
In de natuur dragen al deze interacties bij aan de biodiversiteit die we waarnemen en aan de kringlopen. Een speciaal geval vormen de soorten die zich tussen ecosystemen begeven (migreren). Sommige soorten doen dat regelmatig, zoals trekvogels, terwijl andere soorten het slechts een keer doen. Als een soort een keer migreert komt ze vrij van haar natuurlijke vijanden, waardoor een invasie ontstaat.

- 3. Draagkracht-circulariteit:** Geen enkel ecosysteem is volledig gesloten, maar sommige ecosystemen zijn meer draagkrachtig en circulair dan andere. Uiteindelijk is het de uitdaging dat de ecosystemen samen de benodigde voedingsstoffen efficiënt verdelen en aan elkaar doorgeven, waardoor het geheel voor volgende generaties in stand blijft.

### Het functioneren van een toeristisch ecosysteem

We denken dat problemen met toerisme en de mogelijke oplossingen in een nieuw daglicht komen te staan door vergelijkingen te trekken met natuurlijke processen. De drie basisprincipes zoals boven benoemd zijn eveneens toepasbaar op het functioneren van een toeristische bestemming. Zo zien we bijvoorbeeld dat succesvolle toeristische bestemmingen beschikken over een branchemix van divers dag- en verblijfsrecreatief aanbod. Ook bestaat diversiteit uit de aanwezigheid van voldoende inheemse ondernemers die door middel van lang ontwikkelde sociaal-economische interacties sterk geworteld zijn in de lokale omgeving. Ondernemers van buiten kunnen voor innovatie en nieuwe ideeën zorgen, te vergelijken met de binnenkomst van nieuwe genetische variatie, of nieuwe soorten, maar als de soorten (te) vreemd zijn, kunnen ze gaan woekeren als een invasieve exoot.

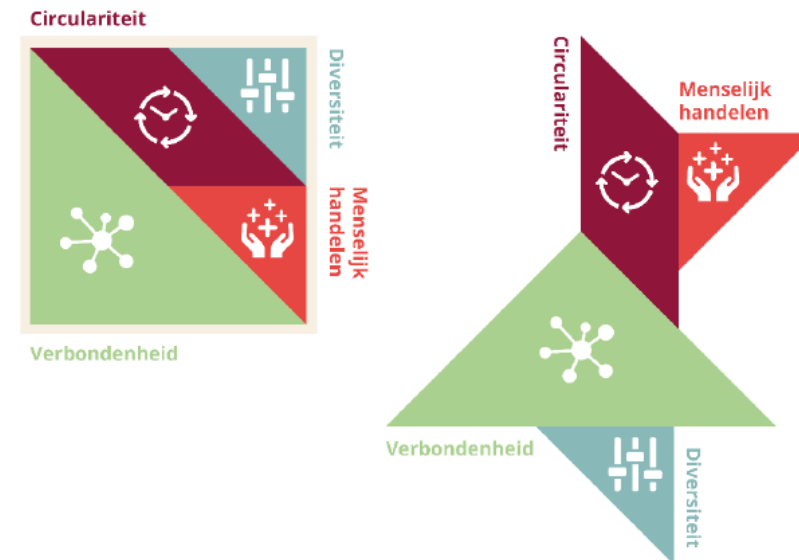
Het toeristische aanbod is bovendien verbonden met de omgevingskwaliteiten en bewoners. Tenslotte is een succesvolle toeristische bestemming draagkrachtig en circulair: bezoekers van een bestemming kunnen worden verwerkt. Daardoor vervuult de omgeving niet en worden bewoners niet verdrongen.

Desondanks loopt de analogie tussen een natuurlijk en een toeristisch ecosysteem niet helemaal synchroon. Er ontbreekt dan ook een belangrijk principe in een natuurlijk ecosysteem dat daarentegen wel aanwezig is in een toeristisch ecosysteem: menselijk handelen.

**4. Menselijk handelen** (antropogeniteit): De menselijke factor die rentmeesterschap inbrengt. Mensen kunnen denken en handelen vanuit lange termijn perspectief. Ze kunnen een ecosysteem ontwikkelen, hun soms onbegrensde begeertes reguleren en een ecosysteem beheren. Vanuit de menselijke rede en de door de mens ontwikkelde mogelijkheden, zoals geld dat kan worden belegd om op een ander moment te worden uitgegeven, zijn mensen in staat te investeren in ontwikkelingen die zich op de lange termijn terugbetalen. Dit kan bevorderd worden door menselijke vaardigheden als: debat, verleiding (marketing), regie, samenwerking, digitalisering, het vormen van (tijdelijke) coalities en

het stellen van beleidsmatige grenzen.

Deze vier basisprincipes moeten aanwezig zijn als een toeristisch ecosysteem een veerkrachtig optimum wil bereiken (Ecological Resilient Optimum). Dan zijn regio's op korte termijn concurrerend en op langere termijn adaptief genoeg om mee te bewegen met interne en externe veranderingen in de omgeving. Het tegenovergestelde is ook waar: een bestemming raakt uit balans wanneer de basisprincipes niet worden toegepast.





## Archetypen van toeristische ecosystemen

De aan- of afwezigheid van soorten en resources zegt nog niet zoveel over hoe een bestemming als toeristisch ecosysteem functioneert. Nagenoeg altijd zorgt de afwezigheid van een of meerdere van de eerder genoemde basisprincipes ervoor dat een bestemming niet floreert. Op basis van deze redenering en naar analogie van natuurlijke ecosystemen onderscheiden we vier archetypische toeristische ecosystemen die op meerdere plekken in Nederland voorkomen.

**1. Toppers van Toen.** Veel toeristische ecosystemen kenmerken zich door oorspronkelijke (inheemse) soorten. Het zijn gebieden waar van oudsher vennen, bossen, strand, duinen en zelfs een klif, kuuroorden, kastelen, landhuizen, (bad)hotels, speeltuinen en restaurants te vinden zijn. Voorbeelden hiervan zijn Valkenburg, Appelscha en Noordwijk. Anno nu is er een weinig divers aanbod, wat zich vooral vertaalt in weinig vernieuwend ondernemerschap. Een van de uitdagingen waar deze bestemmingen voor staan is dat ze zich weer moeten richten op de markt van morgen in plaats van gister. Het toeristisch-recreatieve product is eenzijdig en richt zich op een resource (een markt) die afneemt. Vergane glorie dreigt in de publieke ruimte en bij bedrijven. In deze regio's is dan ook sprake van onder-toerisme. De oplossing is dat

men zichzelf opnieuw uitvindt door vernieuwend ondernemerschap en kwaliteitsimpulsen in de publieke ruimte.

**2. Toeristische Iconen.** Veel toeristische bestemmingen bestaan vooral uit één dominante (vaak exotische) soort die soms op een vernieuwende en iconische wijze een bijdrage levert aan een gebied dat van oorsprong geen toeristisch ecosysteem is. Dit zijn vooral bestemmingen met een dominante entertainment-spot, zoals bijvoorbeeld Kaatsheuvel (Efteling), Emmen (WILDLANDS) en Zeewolde (CenterParcs). De toerismesector dankt haar bestaansrecht in deze regio's aan deze grote "bedrijven" met een sterke magneetfunctie. Er ontstaat in het ideale geval een cluster van bijvoorbeeld restaurants, supermarkten, reders, hotels en toeleveranciers rondom deze iconen.

**3. Massa-Hotspot.** Er zijn ook toeristische bestemmingen waar verdringende (invasieve) soorten woekeren. Hier is sprake van ongeremde vastgoedontwikkelingen, eenzijdige vormen van detailhandel (de 'Nutellashop') die niet aantrekkelijk zijn voor de eigen bewoners, eenzijdige horeca en ongewenste huisvestingsvormen in verblijfsrecreatie. De toeristische bestemmingen waar dit voorkomt, hebben vaak een rijke historie en toerisme is hier vaak al decennia

lang onlosmakelijk aan verbonden. Het zijn logische en krachtige ecosystemen met veel toeristische banen en bestedingen. Ze zijn geworteld in regionaal en vaak zelfs landelijk "DNA" en ze beschikken over een herkenbare (internationale) marktreputatie. Ze zijn in economisch opzicht uiterst succesvol en efficiënt. Vaak staat echter de economische toegevoegde waarde per bezoeker onder druk omdat na verloop van tijd (soms onbedoeld) de massamarkt wordt aangesproken waarin volumes hoog zijn, de concurrentie groot is en de marges klein.

**4. Potentials.** Veel gebieden zijn nauwelijks tot geen toeristisch ecosysteem omdat de toeristische biodiversiteit laag is, of de gebieden slecht ontsloten zijn. Vanuit toeristisch oogpunt is het samengestelde toeristische product zwak vanwege een combinatie aan factoren, waaronder een matige toeristisch-recreatieve omgevingskwaliteit, zwak accommodatie-aanbod, nauwelijks leisure- of cultureel aanbod, slechte bereikbaarheid en een beperkte organisatiegraad. Het gebied heeft geen sterke marktreputatie. Er wordt nauwelijks samengewerkt tussen soorten onderling en met de overheid. Toerisme heeft geen regionale prioriteit en de omzet per eenheid product is laag. Desondanks hebben gebieden als Noord-Fryslân, Land van Cuijk en (de randen van) Flevoland wel potentie als toeristisch-recreatieve (niche)markt. In deze

regio's is het echter belangrijk dat men reëel is over de potenties van het toerisme en dat men eventuele toeristische ambities goed onderbouwt. Andere gebieden waar nu nog weinig toerisme is, hebben wellicht meer aanleg voor een ander type gebruik, zoals landbouw, industrie, logistiek, wonen of bedrijventerreinen.

### Conclusie

Natuurlijke ecosystemen leren veel over hoe het toerisme toekomstbestendig kan functioneren. Het transformatieproces waarin de toeristische sector zich bevindt valt te sturen door toeristische bestemmingen door te ontwikkelen en managen als een "ecosysteem". Toepassing van de vier basisprincipes (diversiteit, verbondenheid, draagkracht-circulariteit en menselijk handelen gericht op de langere termijn) zorgen hierbij voor een veerkrachtige bestemming. Dit nieuwe denken reikt de sector nieuwe waarden aan, laat de sector succesvol schakelen op meerdere schaalniveaus en biedt houvast in tijden van crisis.

# 7 Doorrekening overnachtingsdoel: Minstens 50% meer overnachtingen in 2030

## **Doorrekening van het overnachtingsdoel**

In regionaal verband is de wens vastgesteld om het aantal verblijven met 50% te laten groeien.

De raad heeft uitgesproken te streven naar groei. Doordat ruimte wordt geboden aan nieuwe ontwikkelingen en daarbij ook de bestaande bedrijven uitbreiden wordt verwacht dat 50% groei zeker realistisch is.

In deze paragraaf wordt doorberekend hoe het uitvoeringsprogramma bijdraagt aan het doel om minstens 50% meer overnachtingen te genereren in Achtkarspelen. Concreet betekent dit een groei van ca. 7.500-10.000 overnachtingen.

Hierbij maken we gebruik van scenario's die aangeven welke groei in overnachtingen mogelijk is. Het is een indicatie, aangezien er vele factoren van invloed zijn op de uiteindelijke cijfers. Zo leert alleen de Corona-crisis ons al.

In de tabel op de volgende pagina wordt aangegeven hoeveel meer overnachtingen er gerealiseerd kunnen worden, en wat de randvoorwaarden zijn om deze beoogde groei te realiseren. Het is belangrijk in het achterhoofd te houden dat er een goede afweging gemaakt moet worden op welke wijze het aantal overnachtingen moet gaan groeien. De groei moet passen bij de schaal en de identiteit van de gemeente. Ook moet zoveel mogelijk worden ingezet op nieuwe vraag. Nieuwe initiatieven moeten niet leiden tot verplaatsing van de vraag binnen de regio, maar bovenal nieuwe bezoekers naar de gemeente trekken.



## Scenario's en randvoorwaarden bij doorrekening van het uitvoeringsprogramma

Actielijn	De basis op orde	Versterking dagrecreatie	Acquireren op nieuw aanbod
<b>Doel</b>	Een groei van ca. 50% van het aantal overnachtingen in de gemeente.	Een groei van ca. 100% van het aantal overnachtingen in de gemeente.	Een groei van ca. 150% van het aantal overnachtingen in de gemeente.
<b>Hoe</b>	Verbetering huidige kwaliteit van het toeristisch profiel van de gemeente.	Extra aanbod creëren op en bij bestaande bedrijven.	Nieuw (grootschalige) verblijfsrecreatieve speler op de markt toelaten.
<b>Randvoorwaarden</b>	De eerste stap in het realiseren van extra toeristische overnachtingen is het verbeteren van de basis. Deze moet op orde zijn. Hier kan nog een flinke slag in gemaakt worden. Door in te zetten op een betere samenwerking tussen actoren, nieuwe marketingkanalen aanboren en het professionaliseren van het B&B-aanbod. Dit is de kortste weg naar een sterker toeristisch profiel waar bestaande (kleinschalige) toeristische bedrijven van profiteren.	Als de basis op orde is kan overwogen worden het dagrecreatief aanbod in de gemeente te versterken, uit te breiden en te clusteren. Een sterke synergie met het Nationaal Landschap is aanbevolen. Daar aan gekoppeld kunnen dan enkele kleinschalige nieuwe verblijfsrecreatieve concepten worden toegevoegd. Te denken valt hierbij aan kleinschalig ambachtelijk overnachten, en bijzondere lodges verspreid over het landschap (vanuit een beheerder).	Er kan besloten worden een nieuwe speler aan de logiesmarkt toe te voegen. Van belang is dat deze speler eigen vraag met zich meebrengt, en iets toevoegt ten opzichte van het bestaande aanbod. Gedacht kan worden aan een bungalowpark met (deels) eigen voorzieningen. Regionale afstemming is hierbij belangrijk en het beoogde vakantiepark moet een smaak toevoegen aan het verblijfsrecreatieve landschap in de regio.
<b>Acties</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opstellen toeristisch platform voor bevordering samenwerking</li> <li>• Doorontwikkelen bestaande en nieuwe routes</li> <li>• Ruimte voor initiatieven en het benutten van landschappelijk en cultureel erfgoed</li> <li>• Stimuleren van professionalisering B&amp;B aanbod</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versterken clusteren van dagrecreatief aanbod</li> <li>• Kleinschalige accommodatie met eigen signatuur op uitgekende locatie</li> <li>• Toevoegen van een klein aantal vakantielodges verspreid over de gemeente op unieke locaties, wel in beheer/eigendom van een exploitant.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proactief verkennen van ontwikkellocaties voor een nieuw vakantiepark</li> </ul>

## 8 Toelichting brede welvaart

In de regionale Monitor Brede Welvaart van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) wordt de brede welvaart van gemeentes in kaart gebracht. Aan de hand van meer dan veertig indicatoren geeft de monitor een breed en divers beeld van de staat en ontwikkeling van de regionale samenleving. Brede welvaart betreft de kwaliteit van leven in het hier en nu en de mate waarin deze ten koste gaat van die van latere generaties.

De toeristische ontwikkeling van de regio heeft op meerdere indicatoren een positief effect:

- **Arbeid en vrije tijd:** Een goed functionerend toeristisch aanbod zorgt in de regel voor de nodige werkgelegenheid. Vooral voor praktisch opgeleide mensen creëert de sector veel banen, zowel in de sector zelf als bij aanverwante sectoren (retail, horeca). Dit leidt dus tot een hogere arbeidsparticipatie, minder werkloosheid en een kortere reistijd van en naar het werk. Een belangrijke nuance is hierbij wel dat het werk vaak een seizoensgebonden karakter heeft.
- **Wonen:** Mits het dag- en verblijfsrecreatief aanbod past bij het karakter en de schaal van een kern, dan heeft dit een positief effect op het voorzieningenaanbod. Vooral in kleine kernen betekent de aanwezigheid van toeristen vaak een flinke plus op de omzet. Het behoud van voorzieningen komt de leefbaarheid van de kern, en daarmee de tevredenheid met de eigen woning vaak ten goede.

- **Samenleving en sociaal kapitaal:** Door inwoners actief te betrekken bij nieuwe toeristische ontwikkelingen kan het sociaal kapitaal versterkt worden. De belangen van inwoners worden zo behartigd en ze kunnen mee praten (en profiteren) van gewenste toeristische ontwikkelingen. Dit versterkt het vertrouwen in instituties en in elkaar.

Desondanks is het wel zaak dat er integraal beleid komt om de toeristische ontwikkeling in goede banen te leiden. Meer toeristen kan namelijk ook leiden tot meer overlast, meer verkeer (en dus hogere CO2-uitstoot) en meer bebouwd terrein. Dit kan weer leiden tot een negatieve impact op de brede welvaart. Goede afstemming is daarom noodzakelijk om zoveel mogelijk de lusten, en zo min mogelijk de lasten van het toerisme te laten prevaleren in de gemeente.

**ZKA LEISURE CONSULTANTS**

Brugstraat 1A

5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 50

info@zka.nl

www.zka.nl

Merlijn Pietersma

Jikke van Haeften

Martine Mollema

Joost Gieling

