

# Toerismebeleid Ameland

## *Van meer naar beter*



Toerismebeleid Gemeente Ameland  
Oktober 2022



# Managementsamenvatting (1/7)

## 1. Aanleiding

De moderne wereld verandert exponentieel. En de huidige situatie is anders dan die van 10 jaar geleden. Daarom vraagt ook de toeristische ontwikkeling van Ameland om periodiek aangepast beleid voor de sector. Daarom is nieuw toeristisch beleid ontwikkeld. Met dit beleid wordt vooruitgekeken tot het jaar 2032, want een tijdspanne van 10 jaar is goed te overzien. Maar in veel gevallen zal het beleid ook toepasbaar zijn voor een veel langere scope. In de rest van dit document wordt dan ook gebruik gemaakt van de term 'visie'.

De vraagstelling van de visie luidt als volgt: *"Hoe moet het toerisme op Ameland zich duurzaam ontwikkelen, zodat het de cruciale bijdrage kan blijven leveren aan de Amelandse economie en leefbaarheid?"*. Daarbij geldt een aantal subdoelstellingen:

- Verminderen van de drukte(beleving);
- Stimuleren van vernieuwing;
- Verbeteren van de bereikbaarheid;
- Stimuleren van de verduurzaming;
- Behouden en verbeteren van de kwaliteit van de natuur;
- Aantrekken van bezoekers die passen bij Ameland;
- Amelands blijven;
- Aanpakken van de personeelsopgave;
- Grip op de ontwikkelingen van investeerders van buitenaf.

## 2. Aanpak

De visie is gebaseerd op een uitgebreide analyse van de situatie op het eiland. Hiertoe zijn vele (groeps-) gesprekken gevoerd met tal van betrokkenen op het eiland en uiteraard met een brede afspiegeling van de Amelandse bevolking. Ook zijn diverse analyses en data over toerisme op Ameland verwerkt. De visie is inhoudelijk begeleid door een klankbordgroep.

De visie bestaat uit een analyse deel waarin het toeristisch 'ecosysteem' van Ameland in beeld wordt gebracht. Daarbij is ook specifiek aandacht besteed aan de Amelandse cultuur; de 'sense of place'. Vervolgens is de daadwerkelijke visie uitgewerkt, gevolgd door het actieprogramma, de organisatie en de financiële middelen.

## 3. De Sense of Place; Wat maakt Ameland nu Amelands?

Een aantal aspecten is kenmerkend voor Ameland. Zo zijn Amelanders bevoorrecht door de rust, ruimte, natuur, authenticiteit, dorpen met eigen uitstraling en een ander tempo dan op de vastewal. Op Ameland geldt het ruige wadleven, het is er veilig opgroeien. Het eiland is min of meer een wat eigenzinnige 'zelfvoorzienende vrijstaat' vol verhalen, historie, bebouwing en gebruiken. Er heerst sterke onderlinge verbondenheid. En tenslotte geldt voor Amelanders: ze zijn nuchter, het hoeft allemaal niet te gek. Met twee benen op de grond, geen poeha en op z'n Amelands!

# Managementsamenvatting (2/7)

## 4. Analyse: het toeristisch ecosysteem van Ameland

Het toeristisch ecosysteem van Ameland kent vier basisprincipes: diversiteit, verbondenheid, draagkracht en menselijk handelen. Deze kenmerken dienen alle vier in de juiste mate aanwezig te zijn en zijn voorwaarden voor een volwaardig en goed functionerend toeristisch product. Ameland kenmerkt zich binnen deze principes als volgt:

**Diversiteit op Ameland - Gouden omgeving, zilveren aanbod.** De omgevingskracht van Ameland is uitzonderlijk hoog en het toeristisch product is door de diversiteit in aanbod voldoende veerkrachtig. Het wegvallen van een markt of failliet gaan van een belangrijke speler zal niet leiden tot ontwrichting. Er is een gezonde mix van oorspronkelijke Amelanders ondernemers en ondernemers van buiten het eiland. De oververtegenwoordiging van groepsaccommodaties leidt niet tot ontwrichting maar is wel aan verandering onderhevig. Een deel van de logiesector is 'stuck-in-the-middle' en kan in onderscheidend vermogen groeien. Tegelijk geldt dat jaarplaatsterreinen en toeristisch kamperen onder druk staan als gevolg van de investeerdersmarkt.

**Verbondenheid: Op z'n Amelands.** Er is een breed besef onder Amelanders dat ze samen het toeristisch product maken, met de omgeving als hét oorspronkelijke product en bezoekmotief van gasten. Er is sterke verbondenheid en interactie

tussen ondernemers onderling net als tussen ondernemers, belangen(groepen) en de gemeente. Wel is het van belang deze verbondenheid tot constructiviteit te laten leiden. De blik is primair op het eiland gericht, waardoor ontwikkelingen aan de vaste wal soms vervreemdend overkomen. De bootverbinding is de levensader van het eiland. De boot speelt een essentiële rol bij bijna alle ontwikkelingen op Ameland.

**Draagkracht en draagvlak - beiden onder druk.** De draagkracht van Ameland wordt in pieken overschreden. Daarbij speelt het toegenomen aantal auto's en druk op de natuur een bovenmatige rol. Gebrek aan medewerkers is een wezenlijk risico voor de draagkracht van Ameland. Mogelijk daalt de draagkracht op termijn door veranderingen in de bereikbaarheid per boot. Het draagvlak voor toerisme staat eveneens onder druk, al verschilt dit van persoon tot persoon. Wat voor de één drukte is, is voor de ander 'gezelligheid' en drukte is sterk plaats- en tijdgebonden. Evident is dat de druktebeleving is gestegen door intensiever gebruik van het eiland.

**Menselijk handelen: Men dreigt grip te verliezen.** Op Ameland is een lange traditie van een harmonisch samenspel tussen bewoners en natuur.

# Managementsamenvatting (3/7)

Toeristische ontwikkeling zet dit in toenemende mate onder druk. Bezoekers gedragen zich meer als consumenten in plaats van als gasten van het eiland. Ontwikkelingen en ondernemerschap vindt niet altijd plaats in de geest van dit rentmeesterschap. Er is een breed besef dat groei niet oneindig door kan gaan. Het vraagt leiderschap om te voorkomen dat het eiland 'tussen de vingers wegglijpt' aan partijen die met name economisch gedreven zijn'.

**Overall conclusies.** Toerisme op Ameland doet het simpelweg heel erg goed. Veel bestemmingen in Nederland dromen van zo'n sterk toeristisch product. Het succes heeft echter ook een keerzijde:

- Het is op bepaalde momenten en bepaalde plaatsen te druk. Daardoor staat de natuur onder druk, ervaren inwoners periodiek overlast en vormt de bereikbaarheid voor zowel bewoners als bezoekers een knelpunt. Het succes dreigt daardoor weg te vloeien. Daarnaast zijn er ook duidelijk effecten op andere domeinen zoals wonen, energie, veiligheid en natuur.
- Niet-Amelandse partijen die met name korte termijn en economisch gedreven zijn, kunnen de overhand krijgen. Hierdoor kan de authenticiteit van Ameland schade oplopen. Want eenmaal verkocht vastgoed komt bijna nooit terug in eilander handen.
- De ontwikkelingen in zowel de vraag als het aanbod leiden tot een gentrificatie van Ameland. Dit heeft positieve aspecten als het bedienen van een hoger

segment, meer kwaliteit en investeringsruimte en meer economische toegevoegde waarde voor Ameland. Maar het heeft ook negatieve gevolgen. Denk aan hogere prijzen, aanbod dat niet aansluit bij de behoeften en vervreemding van het toeristisch product.

Authenticiteit en 'kneuterigheid' zijn een kracht. Door 'aanhaking van Ameland' verliest het authentieke waarde en dreigt Ameland en het aanbod langzaam te veranderen in een gestandaardiseerd product dat ook elders in het land kan worden gevonden.

- De interne verbondenheid op het eiland biedt een grote kans om concrete dingen samen mogelijk te maken die elders onmogelijk zijn. De fysieke externe verbondenheid staat door het dichtslibben van het wad sterk onder druk. Er wordt gewerkt aan nieuwe oplossingen maar de precieze invulling van de nieuwe concessie is nog ongewis en kan grote gevolgen hebben.
- De sterke focus op toeristische economie brengt risico's met zich mee: succes wordt een automatisme. De A-locatie leidt tot het risico om te vervallen in de wet van de remmende voorsprong: niet vernieuwen en enkel beheren en benutten. Veel ondernemers hebben desondanks geïnvesteerd en zich ontwikkeld, maar innovatie blijft essentieel onderdeel van de economie op Ameland. Want ondanks de sterke hang naar zelfvoorzienend, kan het eiland niet zonder de vaste wal.

# Managementsamenvatting (4/7)

## 5. Visie: Toekomstperspectief toeristisch product Ameland

### Het hogere doel van toerisme op Ameland

Toerisme zorgt voor een stuwende economie die het mogelijk maakt dat Amelanders, Amelands kunnen blijven. Zo blijft de cultuur, leefbaarheid en eigenheid in stand. Toerisme garandeert immers welvaart op het eiland en zorgt voor draagvlak voor basisvoorzieningen als zorg, basisonderwijs, detailhandel en infrastructuur. Toerisme genereert veel praktische banen voor een (jongere) beroepsbevolking en nieuwe gezinnen. Ook brengt toerisme vernieuwing, vanwege de noodzaak om bij de tijd te blijven en te voldoen aan de wensen van de gast. Dus het hogere doel van toerisme op Ameland is dat *Ameland, Ameland blijft voor iedereen die zich Amelander voelt, zodat het eiland zichzelf blijft, vernieuwt en voorzieningen gegarandeerd blijven.*

### Uitwerking van de doelen voor toerisme op Ameland

Aan de hand van vier doelen voor de komende 10 jaar (en verder) zien we 13 kansen om toerisme op Ameland duurzaam te laten ontwikkelen, zodat het de cruciale bijdrage kan blijven leveren aan de Amelander economie en leefbaarheid.

### Doel 1 Diversiteit: Gevarieerd en karaktervol aanbod, passend bij Ameland

We streven naar een écht Amelander product om onze gasten te verrassen. Dat betekent dat er variatie is. Voor elk wat wils, zonder eenheidsworst die ook op elke willekeurige plek terug te vinden is. We staan vernieuwing toe, maar uitbreiding is slecht zeer beperkt mogelijk.

1. **Passie voor vernieuwende concepten:** We willen vernieuwers met creatieve ideeën stimuleren en ondersteunen. Want zo blijft Ameland bij de tijd en gaan we ook mee met ontwikkelingen die de gasten belangrijk vinden. Daarvoor continueren we ons (jaarlijkse) werkbezoek, gaan we initiatiefnemers koppelen aan deskundigen zodat de plannen nóg beter worden, betrekken we de Waddencampus en ondersteunen we bedrijven die minder vitaal zijn.
2. **Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen):** Als bedrijven willen vernieuwen en hier een bestemmingswijziging voor nodig is, hebben we hoge eisen. Want we willen graag een up-to-date aanbod, maar wel op een manier die past bij ons eiland, de omgeving en inspeelt op mogelijke drukte en overlast. En vernieuwing vindt plaats op de bestaande en bestemde ruimte, want er komt geen nieuw areaal aan verblijfsrecreatie bij. Dit doen we door de oude Nota Verblijfsrecreatie in te trekken en nieuwe beleidsregels voor verblijfsrecreatie op te stellen.

# Managementsamenvatting (5/7)

3. **Natuur voorop:** Natuur is het 'Gouden ei' van Ameland. Dat blijven we niet alleen koesteren, we zetten in op verdere verbetering ervan. Daarvoor maken we een recreatiezoneringsplan dat gevoelige plekken tegen overmatig bezoek beschermt. We eisen dat nieuwe verblijfsrecreatieve ontwikkelingen op de natuur inspelen en geven zélf ook ruim aandacht aan de ontwikkeling van de natuur bij plannen die we als gemeente zelf oppakken.
4. **Amelander service:** Natuurlijk zijn we ontzettend gastvrij op Ameland en willen we onze bezoekers een waardevol verblijf bieden. Maar we wonen er ook. Dat betekent dat onze service niet ongelimiteerd is. Soms doen we het anders op Ameland. Dat is geen probleem, als de gast het maar weet. We zoeken daarom met ondernemers naar gezamenlijke afspraken en communicatie. Maar we spelen ook in op de noodzakelijke toegankelijkheid van voorzieningen voor mensen die minder goed ter been zijn.
5. **Bezoekers met auto's worden zeldzaam:** mede om de drukte te dempen, streven we naar een reductie van het aantal bezoekers dat de auto meeneemt. Dat is een kans die niet van de ene op de andere dag is gerealiseerd. Het vergt een goede aanpak om ook gasten die met veel bagage, caravans en andere eisen naar het eiland komen een goede en comfortabele reis te bieden. We gaan gefaseerd te werk door te starten met de reductie. Vervolgens werken we verder op basis van de opgedane ervaringen.
6. **Bagagevervoer van achterbak tot accommodatie:** Om gasten een comfortabele reis te bieden, werken we een uitgekiend en goed functionerend vervoerssysteem voor bagage uit. Van de achterbak tot de accommodatie, zodat de gast geheel ontzorgd op het eiland aankomt en met een gerust hart van de overtocht kan genieten. We maken daarvoor een goede analyse van de huidige situatie en mogelijke partners, we werken vanuit een nieuwe werkgroep en gaan het op te stellen plan ook daadwerkelijk uitvoeren.
7. **Een lokaal Amelander vervoerssysteem:** Gasten die hun auto laten staan, bieden we een goed bruikbaar vervoersalternatief op het eiland. Of het nu

## **Doel 2 Verbondenheid: Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland en vice versa**

Verbondenheid heeft twee kanten; die van de mensen onderling en die van Ameland met de rest van de wereld (vaste wal). Wij zien dat de onderlinge verbondenheid tussen de Amelanders in de basis goed zit. Maar de verbondenheid met de vaste wal is een ander punt. Het is de levensader die ons eiland voorziet van alles wat we nodig hebben; gasten, goederen, zorg en welzijn. Daarom heeft de verbondenheid met Holwerd onze prioriteit.

# Managementsamenvatting (6/7)

gaat om een huurfiets zoals al vaak gebeurt, of andere (passende en gewenste) modaliteiten, wij zorgen dat de gasten op het eiland zich goed kunnen verplaatsen met een 'Amelanders eigen vervoersysteem'.

## **Doel 3 Draagkracht: Ameland beseft dat toerisme een middel is om 'Ameland' te blijven: trots op ons toerisme**

Door meer auto's, druk op de natuur en tekort aan arbeidsplaatsen neemt de draagkracht van Ameland voor toerisme af. Het eiland lijkt feitelijk langzaam minder goed in staat de gasten een waardevol verblijf te bieden. Daarbij begint ook het draagvlak onder bewoners scheuren te vertonen.

8. 'Dempen' van de drukte en druktebeleving. Als het om drukte gaat, betreft het vooral de drukte-beleving. Want het aantal mensen is niet exponentieel gestegen. De drukte speelt zich met name af op drie vlakken: auto's en verkeer, overlast in de kernen en overlast door evenementen. Om de drukte-beleving te verminderen gaan we de drukte 'dempen'. Dat houdt in dat we opzoek gaan naar de momenten en de plekken waar de drukte sterk verstorend is. Die plekken en momenten pakken we aan. Door het opstellen van collectieve ondernemers afspraken (b.v. noodnummer bij overlast), evenementenbeleid, monitoring van de drukte en de eerder genoemde stop op nieuwe verblijfsrecreatie.

9. **Werkers wonen op Ameland.** Personeel bepaalt voor een groot gedeelte de draagkracht van toerisme. Want zonder personeel is het lastig de bezoekers de gewenste gastvrijheid te bieden. Daarom zorgen we ervoor dat er plek is voor personeel dat op ons eiland wil werken. Door initiatieven voor huisvesting te bevorderen, het stimuleren van doorstroom, meedenken bij andere oplossingen en ondernemers te attenderen op de opties die er zijn.

## **Doel 4 Menselijk handelen: Van winst-maximalisatie naar eiland-optimalisatie**

Toerisme op Ameland is van de Amelanders. Om dat zo te houden willen we dat de positieve effecten ervan vooral bij de Amelanders terecht komen. Dus van winst-maximalisatie naar eiland-optimalisatie.

10. **Op weg naar het meest duurzaam toeristisch Waddeneiland.** Zonder duurzame ontwikkeling geen toekomst. Daarom streven we naar een duurzaam imago. Daarmee worden we uniek in Nederland en laten we zien dat wij zorgvuldig omgaan met de waardevolle omgeving waarin we leven. Dat doen we door het halen van top-scores bij Green Destinations/Quality Coast, Ameland open te stellen en te profileren als dé proeflocatie voor duurzame (toeristische) experimenten en samen met ondernemers de behoeften en mogelijkheden voor verduurzaming uit te werken.

# Managementsamenvatting (7/7)

11. Grip op investeringen van buitenaf: We willen voorkomen dat bedrijven onnodig in handen vallen van grote investeerders zonder band met het eiland. Daarom gaan we overwegen actief gemeentelijk grond/vastgoedbeleid te voeren, verkennen we de mogelijkheden van een Amelandse exploitatiemaatschappij en gaan we het gesprek aan met maatschappelijke stichtingen over de borging van ongewenste ontwikkelingen.

12. Ameland als dé plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap: Met 'lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap' zetten we toerisme in als middel om de leefbaarheid te vergroten en bij te dragen aan maatschappelijke of ecologische opgaven. Als eiland zitten we in een ideale uitgangspositie om (inter)nationaal koploper te zijn op het gebied van modern rentmeesterschap. Daarom starten we het project 'Versterken lokaal maatschappelijk toerisme Ameland' en ontwikkelen we een strategie om dit type ondernemerschap te versterken.

## Doelgroepen: van doelgroep naar volggroep (kans 13)

We zetten ons in om vooral onze 'fanbase' te vergroten. We hebben al veel fans en deze laten we ons verhaal vertellen. In de toekomst gaan we nog meer opzoek naar de bezoekers die zich bij ons thuisvoelt. Om wie we zijn, en om wat we te bieden hebben. Feitelijk gaan we opzoek naar onze 'volggroep' in plaats van naar specifieke doelgroepen. En de volggroep kenmerkt zich door elementen als stoer, puur, niet bang voor slecht weer, respectvol, duurzaam en betrokken.

## 6. Organisatie en financiën

De ambitie is hoog. Aan de ene kant vormt deze visie houvast bij de beoordeling van nieuwe initiatieven: wat willen we wel en wat willen we juist niet. Tegelijkertijd vormt deze toeristische visie een belangrijk startpunt om een beweging in gang te zetten. Deze visie en het actieprogramma bieden een scala aan kansen en onderliggende acties en maatregelen, voor de verschillende betrokkenen rondom de toeristische sector op Ameland.

Tegelijkertijd willen de uitvoering behapbaar houden. Daarom organiseren en stimuleren we de samenwerking langs de verschillende kansen. We willen en kunnen niet alles tegelijkertijd en we laten ons leiden, daar waar de energie zit. Deze visie is voor en door Amelanders opgesteld en zij spelen dan ook een belangrijke rol in de uitvoering van de verschillende kansen. Het bedrijfsleven en betrokkenen staan aan de lat om te ondernemen, investeren en samenwerking te versterken. Gemeente Ameland faciliteert, verbindt en neemt verantwoordelijkheid in de eigen acties.

Voor de uitvoering van deze visie en actieprogramma wordt uitgegaan van de huidige begrote capaciteit en middelen. Deze zijn bedoeld om initiatieven die aansluiten op de visie te faciliteren en uit te voeren. De beleidsmedewerker toerisme bewaakt het overzicht van de (lopende) acties binnen de verschillende kansen, waarvan evaluatie en monitoring een belangrijk onderdeel is.



# Inhoud

<b>Deel A: Analyse en visie</b>	<b>11</b>
<b>Hoofdstuk 1. Inleiding</b>	<b>12</b>
1.1 Aanleiding	13
1.2 Basis en uitgangspunten visie	14
<b>Hoofdstuk 2. Analyse: Het toeristisch ecosysteem Ameland</b>	<b>15</b>
2.1 Inleiding	16
2.2 Toeristisch ecosysteem Ameland in beeld	18
<b>Hoofdstuk 3. Visie: Toekomstperspectief toeristisch product Ameland</b>	<b>33</b>
3.1 Visie, ambitie en doelen: Toeristisch product Ameland	34
3.2 Wat is het doel van toerisme op Ameland?	35
3.3 Waar staan Amelanders voor?	36
3.4 Waarin blinkt toeristisch Ameland uit in 2032?	37
3.5 Uitwerking gewaagde doelen	38
3.6 Doelgroepen	59



# Inhoud

<b>Hoofdstuk 4. Actieprogramma</b>	<b>62</b>
4.1 Inleiding	63
4.2 Diversiteit	64
4.3 Verbondenheid	65
4.4 Draagkracht	66
4.5 Menselijk handelen	67
<b>Hoofdstuk 5. Organisatie &amp; middelen</b>	<b>68</b>
5.1 Organisatie en financiën	69
<b>Deel B: Bijlagen</b>	<b>71</b>
Bijlage 1: Toeristisch ecosysteem Ameland	72
Bijlage 2: Facts & Figures	75
Bijlage 3: Trends en ontwikkelingen	83
Bijlage 4: Procesverantwoording	89



A

Deel A

# Analyse en visie

# 01

## Inleiding



# 1.1 Aanleiding

## Aanleiding

Omdat toerisme en recreatie de primaire economische dragers van Ameland zijn, bestaat er behoefte aan een meer duurzame ontwikkeling die mede inspeelt op de leefbaarheidseisen van onze inwoners.

Want de wereld verandert continu en abrupt, denk bijvoorbeeld aan de huidige energiecrisis, de stikstofcrisis, et cetera. Maar ook de beleving en behoeften van de gast én de bewoner staan niet stil. Zo bezocht opeens een ander type toerist Ameland ten tijde van de coronapandemie. Verduurzaming moet. Natuur en arbeidsmarkt staan onder druk. Verder leeft het gevoel dat steeds meer niet-Amelanders profiteren van de financiële revenuen van het Ameland toerisme of dat de toeristische groei leidt tot woningtekort. Tegelijkertijd zijn er ook kansen: de stressvolle maatschappij zorgt voor een toenemende behoefte om te onthaasten en meer te bewegen (in de buitenlucht). Er is een maatschappelijke ontwikkeling gaande die sterker gericht is op brede toegevoegde waarde en welzijn, in plaats van op pure economische winst. Ameland wil verder kijken om ongewenste ontwikkelingen bij te sturen en gewenste kansen te versterken.

In deze toeristische visie is het toekomstperspectief met daarin de potentiële kansen, het streefbeeld en de gewaagde doelen voor toerisme op Ameland opgenomen. Aanvullend bevat deze visie ook een actieprogramma. De scope van deze visie richt zich primair op de ontwikkelingen tot 2032. Want ook in 10 jaar verandert de wereld exponentieel. Veel van de doelen en kansen hebben uiteraard een langere looptijd (dit vraagt monitoring en evaluatie) en zullen ook in latere visies worden meegenomen.

## Vraag- en doelstelling:

De te beantwoorden kernvraag voor het toeristisch beleid luidt:

*“Hoe moet het toerisme op Ameland zich duurzaam ontwikkelen, zodat het de cruciale bijdrage kan blijven leveren aan de Amelandse economie en leefbaarheid?”*

## Met daarbij als subdoelstellingen:

- Verminderen van drukte (beleving)
- Stimuleren vernieuwing
- Verbeteren bereikbaarheid
- Stimuleren verduurzaming
- Behouden en verbeteren kwaliteit natuur
- Aantrekken bezoekers die passen bij Ameland
- Amelands blijven
- Aanpakken personeelsopgave
- Grip op ontwikkelingen van investeerders van buitenaf

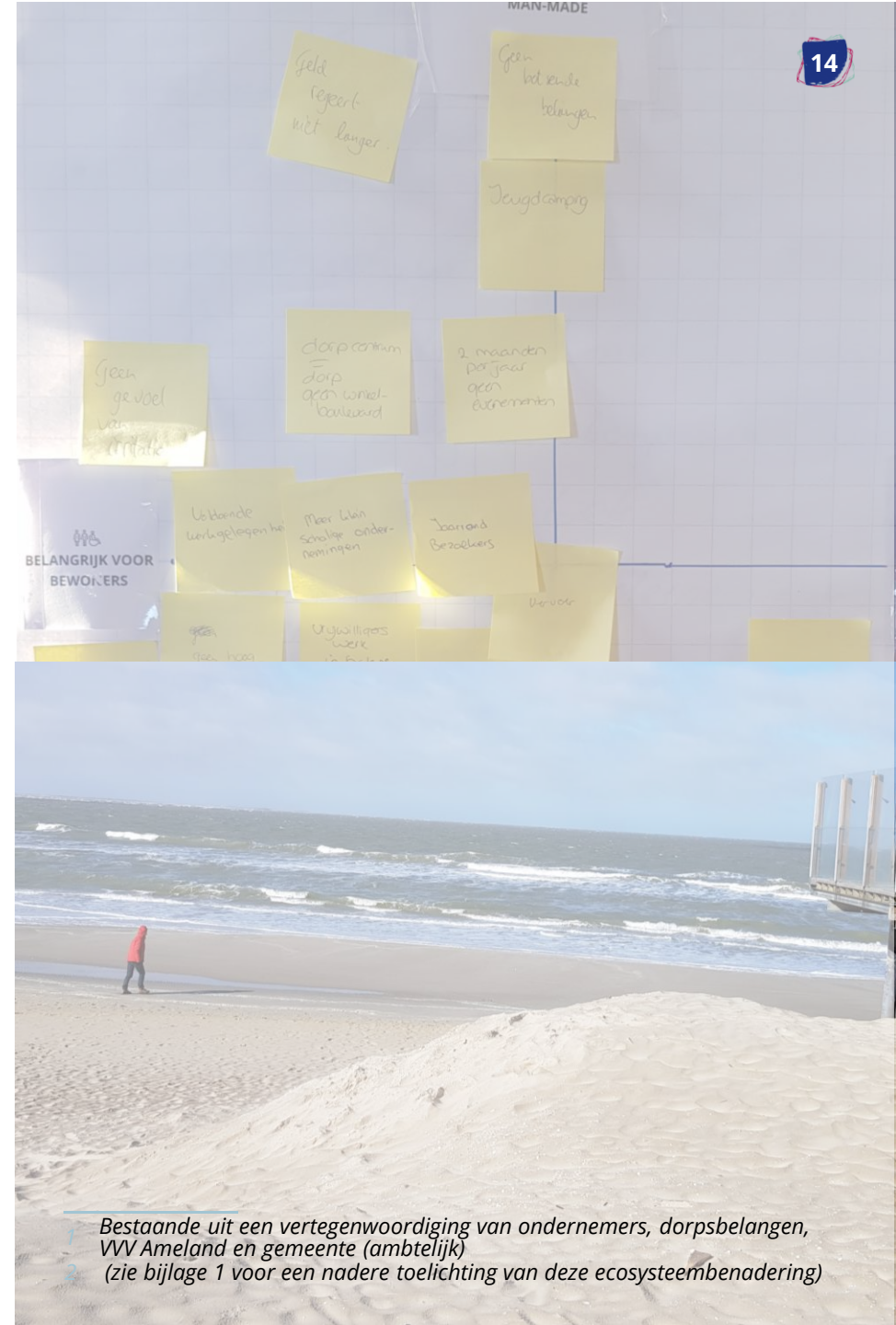
## 1.2 Basis en uitgangspunten visie

### Hoe is deze visie tot stand gekomen?

Deze visie is tot stand gekomen door een combinatie van deskresearch, locatiebezoeken, individuele interviews met ondernemers en betrokkenen, focusgroepen met bewoners, inspiratiebijeenkomsten, werksessies en bewonersbijeenkomsten (zie bijlage 4 voor een gevisualiseerde samenvatting van het proces). Daarnaast heeft een breed samengestelde klankbordgroep<sup>1</sup> de totstandkoming van deze toeristische visie begeleid. De input, wensen, behoeften en opgaven van betrokkenen vormen daarbij het belangrijkste onderdeel in de gemaakte keuzes.

### Welke uitgangspunten gelden voor deze visie?

1. **Toerisme op Ameland heeft kenmerken van een ecosysteem:** divers, verbonden, draagkrachtig en menselijk handelen dat dit beïnvloedt. Een gebalanceerd ecosysteem is veerkrachtig en evenwichtig<sup>2</sup>. Deze vier principes staan in deze visie (zowel analyse als toekomstperspectief) dan ook centraal. De economie van Ameland is daarnaast ook onderdeel van groter economisch ecosysteem en kan dus niet los worden gezien van landelijke en mondiale ontwikkelingen.
2. **Toerisme geen doel op zich, maar een middel voor een bewoonbaar Ameland** en is cruciaal voor beschikbaarheid werk, bereikbaarheid en (basis)voorzieningen. Ofwel, toerisme draagt bij aan de brede welvaart van Amelanders.
3. **Verduurzaming moet** en is geen wens meer, maar een basisvoorwaarde.
4. **Ondernemers, bewoners en overheid moeten het samen doen** met daarbij altijd oog voor elkaars belangen, behoeften en werkwijzen.

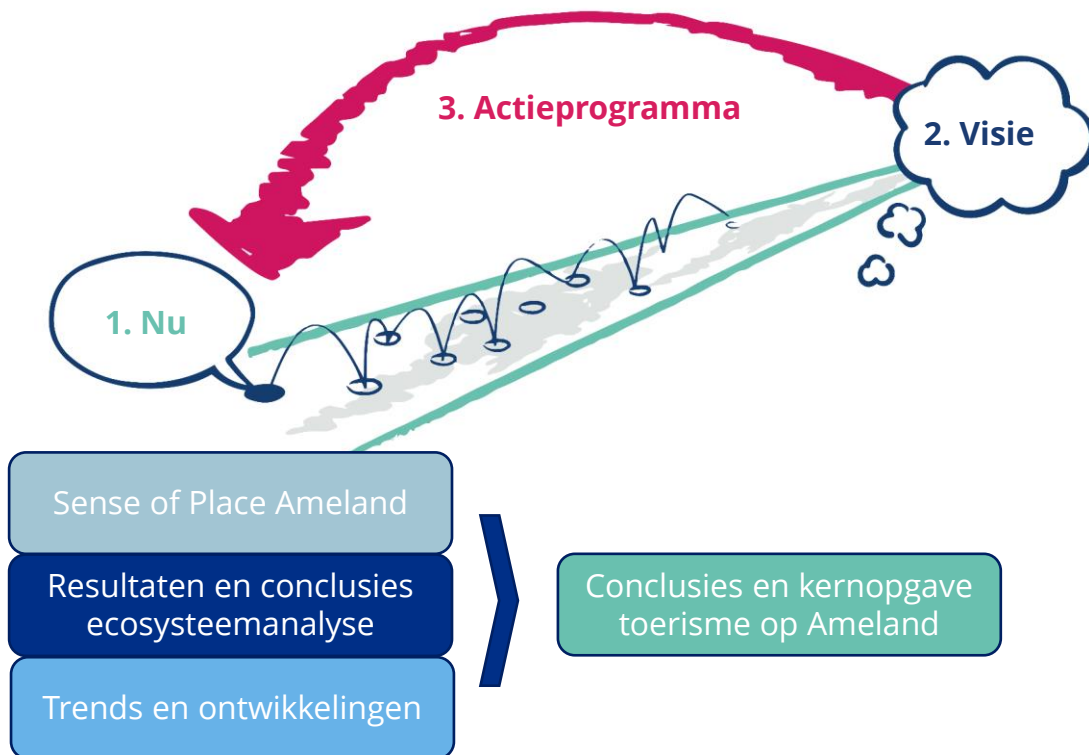


Bestaande uit een vertegenwoordiging van ondernemers, dorpsbelangen, VVV Ameland en gemeente (ambtelijk)  
(zie bijlage 1 voor een nadere toelichting van deze ecosysteembenadering)

## 02

Analyse: Het toeristisch  
ecosysteem Ameland





## 2.1 Inleiding

**Leeswijzer:** In drie stappen tot een heldere visie en uitvoering komen  
 Voor een goede visie zijn drie punten van belang:

1. **Uitgangssituatie 'nu'.** De 'Sense of Place' van Ameland (zie paragraaf 2.2), de resultaten en conclusies van de ecosysteemanalyse<sup>3</sup> (zie paragraaf 2.3 en 2.4) en de trends en ontwikkelingen (zie bijlage 3) brengen in beeld hoe Ameland er anno 2022 voor staat. En wat er op Ameland af komt de komende jaren. Samengevat leidt dit tot de belangrijkste conclusies en kernopgave waar Ameland de komende jaren gaat werken. Deze vormen de basis voor de visie.
2. **Visie.** Samen met betrokkenen zijn we gekomen we tot het gewenste toekomstperspectief voor Ameland. Dit is verder uitgewerkt in hoofdstuk 3.
3. **Actieprogramma.** Wat is nodig om het streefbeeld te bereiken? Vanuit het streefbeeld redeneren we terug naar de huidige situatie: welke acties of instrumenten moeten we nu inzetten om straks het gewenste resultaat te behalen? Deze maatregelen zijn in het actieprogramma uitgewerkt, hoofdstuk 4.

<sup>3</sup> Zie bijlage 2 voor de belangrijkste feiten en cijfers ter onderbouwing.



# Sense of Place: Wat maakt Ameland nu écht Ameland?

## In 6 kenmerken

### Een voorrecht

Een Amelander voelt zich bevoorrecht. De rust, ruimte, natuur, authenticiteit, dorpen met eigen uitstraling en een ander tempo dan op de wal. Ameland is open en sympathiek en dat wordt graag gedeeld! En eigenlijk gunt iedere Amelander Ameland aan iedereen.

### Het ruige wadleven

Natuurelementen en leven met de seizoenen. Een stevige noord-wester-wind, vogels die overvliegen, kokkels zoeken, stilte horen en donker zien. Leven op Ameland betekent leven met en genieten van de natuur.

### Veilig opgroeien

Ameland als veilige en plek om op te groeien. Er heerst geborgenheid. Weinig criminaliteit. Als kind kun je je onbezorgd over het eiland bewegen, geborgen voelen en begroet worden door iedereen.

### Zelfvoorzienende vrijstaat met een sterke eigen historie, bebouwing en veel tradities

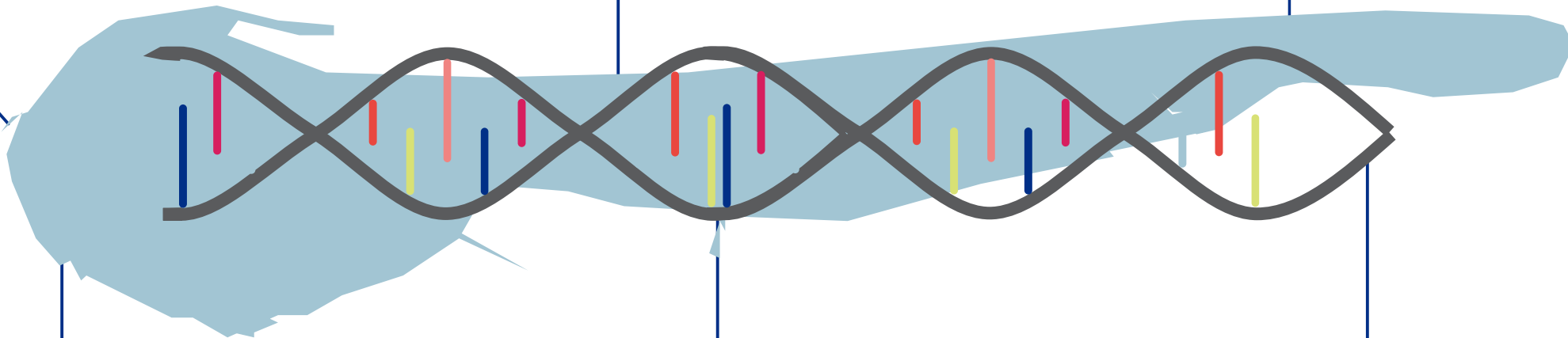
Amelands dialect, Ei-smieten Ritske Mooi, Sier en Oerd, de Cammingha's, Walvisvaart en neutraliteit in vroegere oorlogen. Ameland zit vol verhalen, legendes, historie, bebouwing en gebruiken en feesten die Ameland hebben gemaakt tot Ameland.

### Onderlinge verbondenheid: van écht naar elkaar omkijken tot elkaar in de gaten houden

Ameland is een hechte en sterk verbonden eiland-gemeenschap. Ondanks dat er onderling best wel eens wat discussie of dynamiek is, is er naar buiten toe een sterk gevoel van saamhorigheid: 'Kom niet aan Ameland, want dan kom je aan ons allemaal'.

### Vertrouwen moet je verdienen

Nuchter, niet te gek en op Ameland laat men zich zeker niet zomaar de les lezen. Met twee benen op de grond, geen poeha en op z'n Amelands!



## 2.2 Toeristisch ecosysteem Ameland in beeld

### Ecosysteemprincipes als basis voor analyse en visie: Ameland richting een veerkrachtig optimum

De vier basisprincipes (diversiteit, verbondenheid, draagkracht en menselijk handelen) moeten in de juiste mate en samenhangend aanwezig zijn als toeristisch ecosysteem Ameland een veerkrachtig optimum wil bereiken.

Bij een veerkrachtig optimum geldt:

- Ameland is op korte termijn concurrerend en op langere termijn adaptief genoeg om mee te bewegen met interne en externe veranderingen.
- Op Ameland heeft het failliet gaan van een verblijfsaanbieder of de introductie van een nieuw type ondernemer weinig invloed op het functioneren van het gebied als geheel.
- Invasieve uitwassen zijn nauwelijks meer mogelijk, omdat het systeem zichzelf corrigeert.

Per principe brengen we in beeld welke resultaten opvallen op Ameland. De hoofdconclusie per principe en enkele overkoepelende conclusies geven een scherp beeld van hoe het toeristisch ecosysteem op Ameland er anno 2022 voor staat.





## Diversiteit op Ameland: Gouden omgeving, zilveren aanbod



**Omgeving is hoogwaardig, maar het blijft een eiland.** Ameland biedt ruimtelijk gezien een hoogwaardige kwaliteit: Noordzeestrand, duinen, bos, polder en de UNESCO-Werelderfgoed Waddenzee. Bijzonder ten opzichte van de andere Waddeneilanden zijn de gave historische dorpskernen. Deze zijn schitterend geconserveerd gebleven de afgelopen eeuwen. Dit cultuurhistorisch erfgoed is langs de gehele Waddenkust (van Texel tot aan het Deense Fano) ongekend en uniek.

- Op *micro-niveau* is de omgeving divers: strand, duin, polder, historische kernen en het Waddenzee UNESCO-Werelderfgoed. De biodiversiteit is rijk. De Noordzeebeleving van Ameland is dan wel feitelijk gelijk aan die van de andere Waddeneilanden, maar nog steeds van zeldzaam hoge kwaliteit.
- Op *meso-niveau* (in vergelijking met andere Noordzeekust-bestemmingen) is de omgeving minder divers. Zo is er geen stedelijke achterland-omgeving met alle faciliteiten die daarbij horen (bioscoop, theater, attracties zoals family-entertainment en uitgebreide wellness). Dit gegeven maakt de omgeving minder aantrekkelijk voor doelgroepen met een grote behoefte aan snelle, wisselende, ervaringen en intense culturele en architectonische ervaringen, zoals die op de vaste wal te vinden zijn. Ameland biedt een echte eiland-ervaring.

**Zilveren totaalaanbod: divers maar aandacht voor kwaliteit blijft nodig.** In de basis is het (dag- en verblijfsaanbod) divers: er is voor elk wat wils, in verschillende prijsklassen en in diverse aanbiedersgroepen en accommodatiesoorten. Uit het Friese vitaliteitsonderzoek (2019) blijkt dat bijna 65% van de logiesaccommodaties vitaal is en aanbod biedt dat de huidige gast verwacht. Bijna 10% van de Amelanders aanbieders draait zelfs mee met de (inter)nationale top in zijn segment en dit percentage ligt



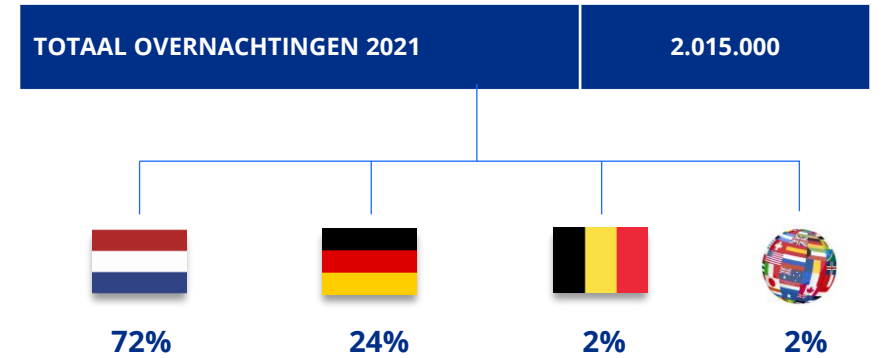
hoger dan in de rest van Fryslân. Tegelijk is een kwart van de logiesaanbieders getypeerd als ‘stuck-in-the-middle’<sup>4</sup>. Deze bedrijven hebben geen onderscheidend marktprofiel en vanwege de beperkte bedrijfsprestaties is er nauwelijks financiële ruimte in te investeren in herontwikkeling en innovatie. Om ook naar de toekomst toe aansluiting met de markt te blijven houden, is het zaak om te blijven vernieuwen.



**Het verblijfsaanbod: degelijk, divers en voor groepen.** Meer dan de helft van de verblijfsrecreatiebedrijven is een groepsaccommodatie. COVID-19 heeft de kwetsbaarheid hiervan op indringende wijze aangetoond. Het aantal groepsaccommodaties neemt af, mede doordat groepsbedrijven ‘stapelbedden’ omzetten in ‘toeristische appartementsbedden’. Opvallend is de concentratie aan groepsaccommodaties in Buren (10x in de Willibrodesstraat) wat het lokale evenwicht verstoort. Ameland beschikt over een aantrekkelijke mix van middelgrote keten-gebonden hotels en kleinere familie-gerunde hotels. Veelal 2 tot 4 sterrenniveau. Het hoogste segment (5 sterren) ontbreekt.



**Campings: kamperen in stacaravan.** Hoewel Ameland graag ‘voor elk wat wils’ wil bieden, is het aantal **campings** gering. Opvallend is het grote aandeel stacaravanplaatsen. Toeristisch kamperen is kleinschalig en mogelijk op diverse kampeerplekken en bij de boer. Maar het merendeel van het aanbod bestaat uit stacaravans in diverse segmenten (van basic tot luxe). Campingterreinen in het hele land en zeker op Ameland zijn aantrekkelijk voor investeerders (van buitenaf) die de bedrijven herstructureren tot luxe accommodaties en tweede woningen. Dit verhoogt de grond- en exploitatieopbrengst, maar leidt ook tot **gentrificatie** (zie kader) van het bestaande recreatief aanbod en zet de kampeercapaciteit onder druk.



Bron: VVV Ameland

#### Kader: Gentrificatie

Gentrificatie is het proces van vernieuwing en renovatie in een stad. Vaak startend vanuit het centrum in een spiraalbeweging richting buitenwijken toe. Hierbij worden vaak bewoners met een kleinere portemonnee verdreven uit het stadscentrum omdat de huurprijzen voor deze groep onbetaalbaar worden. Het aanbod verandert daarbij mee. Het bruine café maakt plaats voor een hippe smoothie-bar. Feitelijk vindt deze ontwikkeling ook plaats bij de herontwikkeling van recreatieverblijven en horeca in Nederland, op de Wadden en op Ameland. Vroeger was Ameland sterk gericht op sociaal toerisme, maar nu wordt dat stap voor stap verdrongen. Eerst de tent door de stacaravan en nu de stacaravan door luxe versies of grote bungalows.

<sup>4</sup> Zie vitaliteitsonderzoek logiesaccommodaties Provincie Fryslân. Let op: particuliere vakantiehuizen zijn geen onderdeel van de totale vitaliteitscores in het onderzoek.



**Divers aanbod bungalows/recreatiewoningen.** Een groot deel van de **bungalows / recreatiewoningen** is in particulier bezit van niet-Amelanders. Dit betekent dat een deel van de recreatiewoningen niet bedrijfsmatig wordt geëxploiteerd, wat tot periodieke leegstand leidt. Daarnaast is een fors aandeel van de recreatieverblijven in bezit van Amelanders, wat voor aanvullende inkomsten en draagvlak voor toerisme zorgt. Opvallend is het steeds luxueuzer aanbod. Tot nu toe versterkt deze ontwikkeling de diversiteit: van klassieke jaren 50-70 enkelsteens-vakantiewoningen tot de moderne en zeer luxueuze duinvilla's.



**Dagrecreatie en evenementen: buiten gebeurt het.** Ameland beschikt over 27 kilometer 'speeltuin' voor jong en oud: het Noordzeestrand. Het strand verschaft de vergezichten, frisse lucht, relaxte plek of sport- en speelgebied voor de vele doelgroepen die het eiland trekt. Buiten het strand en natuur is het dagrecreatief aanbod veelal gelieerd aan cultuurhistorie (musea, reddingboot) of de wad- en zeecultuur. Hier kent het eiland een forse diversiteit, variërend van wadlopen, huifkartochten, robbentochten, wandelingen, parachutespringen, rondvaarten en specifieke strandactiviteiten (golfsurfen, suppen). Kenmerkend voor Ameland is de hoge concentratie aan paarden, wat zich vertaalt in vele hippische activiteiten. De focus bij dit alles is actief, sportief, buiten en het beleven van de natuur. Dit trekt een specifieke doelgroep die zichzelf graag activeert onder het motto "er bestaat geen slecht weer, alleen slechte kleding". Grootschalige evenementen zijn vooral sport gerelateerd (volleybal, rugby, triatlon, hardlopen) of cultureel (MadNes, klassiekerweekend en Kunstmaand Ameland). Ook kent Ameland dorps specifiek aanbod als bootwateren, de ambachtelijke dag en het roggefestival. Aanbod specifiek voor jongeren en jongvolwassenen is er niet.





**Eigen horeca.** Op het gebied van horeca is het aanbod divers en het wordt gerund door lokale exploitanten. Er zijn geen landelijke ketens, waardoor een eigen Amelands horeca-aanbod is ontstaan. De verschillende strandpaviljoens en intieme restaurants in verschillende prijsklassen dragen bij aan de diversiteit en DNA van Ameland. Nes vormt het toeristisch hart van Ameland en heeft daardoor ook het grootste horeca aanbod van alle dorpen.

Vergeleken met de andere Waddeneilanden heeft Ameland een gemiddeld horeca aanbod met 2.406 m<sup>2</sup> beschikbaar vloeroppervlak per 1.000 inwoners. Dit is vergelijkbaar met Terschelling en een stuk hoger dan Texel. Met het op te stellen horeca- en detailhandelsbeleid zal duidelijkheid geboden moeten worden op de gewenste toekomstige ontwikkelingen op het eiland.



**De gast verandert.** Landelijke trends hebben ook hun weerslag op Ameland (zie bijlage 3). De immer stijgende behoefte aan onthaasting door de toenemende drukte op de vaste wal, de vergrijzing en de eis voor verduurzaming en circulariteit spelen een hoofdrol. Daarnaast is de gast meer opzoek naar verdieping en het echte verhaal. (betekeniseconomie). Maar de gast is ook verwend en zeer goed geïnformeerd. Dat vraagt hoge kwaliteit en vooruitstrevendheid op technologische vlak. De COVID-19 epidemie heeft ook voor een nieuw type gast gezorgd. Luxe-zoekers, extravertere mensen die ontzorgd willen worden. Dit type gast is na de openstelling van de Europese grenzen in aantal sterk gedaald, al zal zij niet geheel van het eiland verdwijnen.



### Hoofdconclusies diversiteit

De omgevingskracht van Ameland is uitzonderlijk groot en het toeristisch product Ameland is door de diversiteit in het aanbod voldoende veerkrachtig. Het wegvallen van een markt of failliet gaan van een belangrijke speler zal niet leiden tot ontwrichting van het toeristisch product. Er is een gezonde mix van oorspronkelijke Amelander ondernemers en ondernemers van buiten het eiland.

De oververtegenwoordiging van groepsaccommodaties leidt niet tot ontwrichting maar is wel aan verandering onderhevig. Een aanzienlijk deel (ruim 25%) van de logiesector is 'stuck-in-the-middle' en kan in onderscheidend vermogen groeien. Tegelijk geldt dat jaarplaatsterreinen en toeristisch kamperen onder druk staan als gevolg van de investeerdersmarkt in recreatief vastgoed. Ameland nodigt uit tot allerlei vormen van buitenleven, maar het aanbod aan slechtweervoorzieningen is beperkt.

## Verbondenheid: Op z'n Amelands

Elke Amelander (of je er nu geboren bent of er woont) heeft een groot, kloppend Amelands hart. Men hecht aan tradities, Amelandse geborgenheid, zorg voor elkaar en de sterke link met de zee en de natuur. De blik is primair gericht op het eiland en minder op de vaste wal. Op het eiland moet je het met elkaar regelen, je kent elkaar en helpt elkaar.

### Ameland is een eiland

De interne verbondenheid in het toeristisch ecosysteem Ameland is dan ook hoog. Door de eilandcultuur is er sprake is van een hoge dichtheid van onderlinge relaties met veelal meerdere petten per persoon. Vergeleken met bestemmingen aan de wal is de eilandcultuur sterk zichtbaar in de vele belangengroepen: er zijn allerlei ondernemers- en bewonersclubs die hun specifieke belang behartigen. Er vindt regelmatig overleg plaats tussen de ondernemers, maar ook tussen gemeente, terrein beherende organisaties en deze organisaties onderling (bijvoorbeeld via regulier overleg of via de klankbordgroep van de VVV).

### Ameland is geen eiland

Ameland een eiland, maar is ook sterk verbonden met de vaste wal op 10 kilometer afstand. Het eiland is dan ook sterk afhankelijk van de vaarverbinding met Holwerd. Feitelijk vormt 'De Boot' de *levensader* van het eiland. In bijna elke ontwikkeling en situatie speelt de boot een rol. Niet alleen als het om bereikbaarheid voor bezoekers<sup>4</sup> gaat. Ook goederenvervoer, ziekenhuisbezoek, begrafenissen, scholing, winkelbezoek, et cetera verloopt via de boot.

De bootverbinding vormt een kernopgave. Er is op diverse momenten capaciteitstekort, wat zich soms pijnlijk manifesteert in geval van onverwacht bezoek aan bijvoorbeeld gezondheidszorg (zijnde geen eerste hulp) of familie; voor de auto is plek niet altijd gegarandeerd. Verder is het perspectief van de huidige bootverbinding gecompliceerd. Er moet steeds meer gebaggerd worden. Rijkswaterstaat geeft aan dat het onderhoud van de vaargeul in de huidige intensiteit niet veel langer houdbaar is. Er worden scenario's uitgewerkt die rigoureuze veranderingen in het vervoer kunnen betekenen. Het gevolg kan zijn dat mobiliteitsmix van Amelanders en de gast verandert. Ook zal het gevolgen hebben voor de bedrijvigheid op het eiland.

<sup>5</sup> Met de term 'bezoeker' wordt in deze visie gerefereerd naar personen die Ameland bezoeken vanuit een toeristisch motief. Let op: in het geval van personenoverzettingen en/of auto-overzettingen van de boot kan er ook sprake zijn van ander type bezoek, zoals familiebezoek, werkbezoek of enige andere reden om naar Ameland te komen. Toeristen zijn dus niet specifiek uitgesplitst in deze cijfers.

## De kracht van een eiland-ecosysteem

De bij het toerisme betrokken actoren op Ameland werken samen in een ons-kent-ons cultuur die kansen biedt vergeleken met toeristische bestemmingen aan de wal waar de korte lijntjes ontbreken. Zo wordt er op Ameland in gezamenlijkheid van alles georganiseerd: diverse evenementen en coöperaties.

Juist omdat Ameland een eiland is zouden de actoren zich onderling nog strategischer kunnen bundelen in een overkoepelend eilandbelang en samen in de 'doe-stand' gaan (niet wijzen, maar doen). Inspirerende voorbeelden voor Ameland zijn clusters aan de wal (zoals Brainport, Greenport, Foodvalley) waar ketensamenwerking gekoppeld aan doe-kracht. Ameland heeft door haar verbondenheid extra potentie. Een georganiseerde ecosysteem-achtige werkwijze biedt kansen om doelen te realiseren, middelen in te zetten en krachtig te organiseren (doen).



### Hoofdconclusie verbondenheid:

Er is een breed besef onder Amelanders dat ze samen het toeristisch product maken, met de omgeving als hét oorspronkelijke product en bezoekmotief van gasten. Er is sterke verbondenheid en interactie tussen ondernemers en ook tussen ondernemers en belangen(groepen) en gemeente. Wel is het van belang deze verbondenheid tot constructiviteit te laten leiden. Ook is de blik primair op het eiland gericht, waardoor ontwikkelingen aan de vaste wal soms vervreemdend overkomen. Er ligt een kans om krachtiger eilandmanagement te voeren vanuit gezamenlijk Ameland-belang en -missie. Veranderingen in de bootverbinding kunnen aanzienlijke gevolgen hebben voor bewoners, ondernemers en bezoekers.



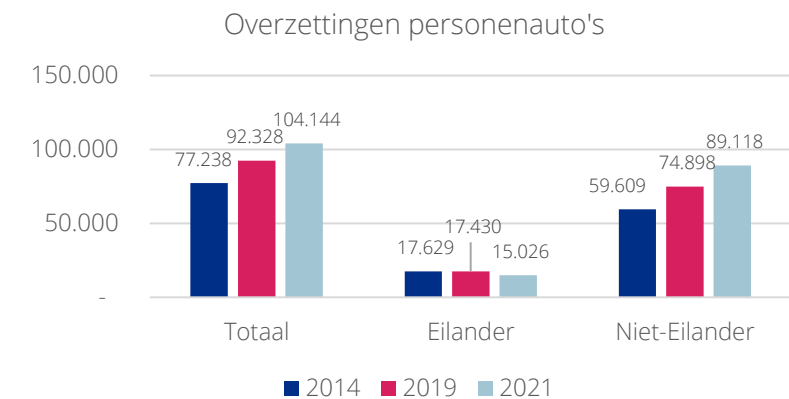
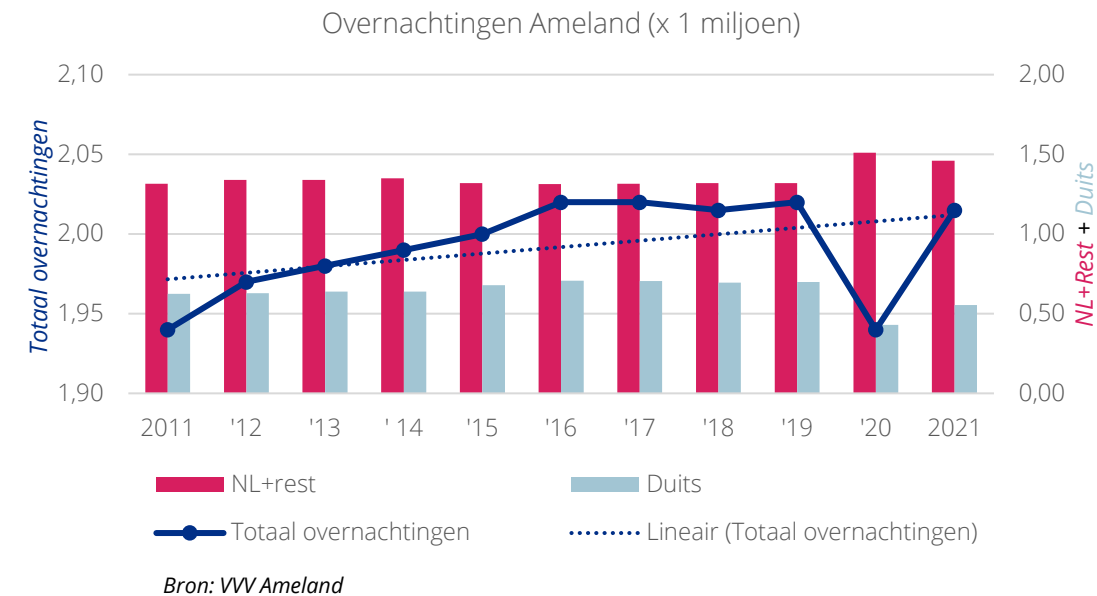
## ☹️ Draagkracht en Draagvlak: beiden onder druk

De draagkracht van toerisme op Ameland verdelen we in twee typen:

- **Draagkracht** hangt af van het maximum aantal bezoekers dat tegelijkertijd op een bestemming aanwezig kan zijn, zonder afbreuk te doen aan de fysieke of sociaal-culturele aspecten van de leefomgeving en zonder onacceptabele achteruitgang in de kwaliteit van de bezoekersbeleving. Draagkracht bevat fysieke elementen (mobiliteit, natuur, openbare ruimte) en sociale elementen (invloed in publieke ruimte en persoonlijke ruimte).
- **Draagvlak** vormt de gevoelsmatige kant van toerisme. Draagvlak verschilt per betrokkene. Een ondernemersvereniging kijkt immers anders naar drukte dan natuurbeheer. Draagvlak is dus een dynamisch begrip, maar wel belangrijk om een goede balans in te vinden.

### Draagkracht

De draagkracht van Ameland staat onder druk. Het aantal overnachtingen op Ameland is de afgelopen tien jaar licht (3,8%) gegroeid van circa 1,95 miljoen naar 2,01 miljoen. Het groeiend aantal auto's van niet-eilanders (maar inclusief woon-werk verkeer) is veel sterker gestegen. Voor corona met 26%, inclusief de corona periode met 50%. Hoewel veel gasten hun auto bij de accommodatie achterlaten, wordt deze toch met regelmaat gebruikt. En zo belasten auto's de draagkracht van de eilander infrastructuur – vooral in de dorpskernen- bovenmatig.



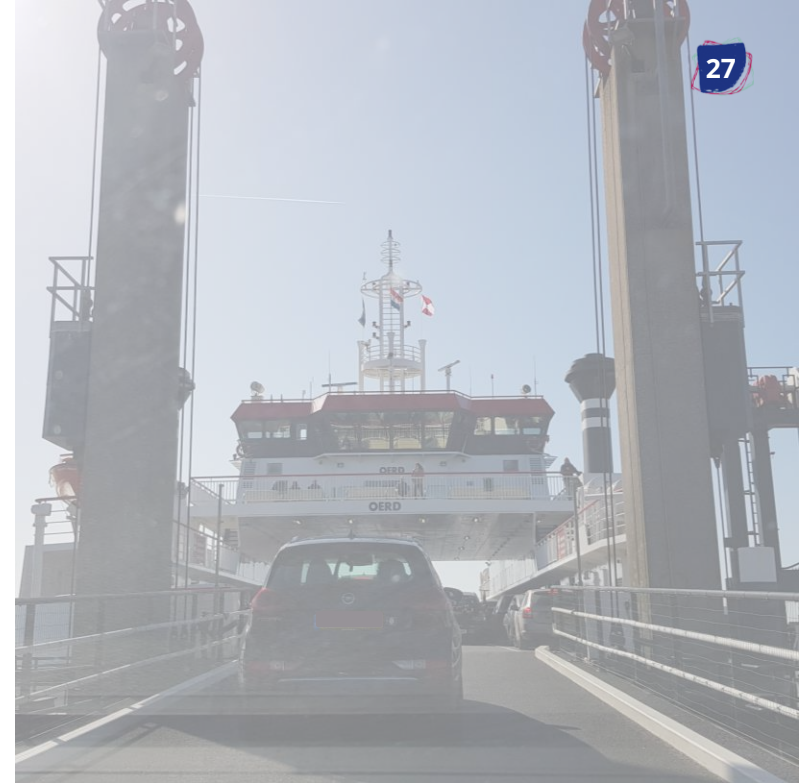
- **Fysieke draagkracht:** De toenemende belasting van het eiland door toerisme uit zich op een aantal manieren. Op de eerste plaats is er sprake van toenemende belasting op de **infrastructuur en openbare ruimte** op piekmomenten. Op de tweede plaats staat de **natuur** toenemend onder druk. Gasten beschikken in toenemende mate over elektrische vervoersmiddelen die sneller en groter zijn dan de traditionele fiets. Daarnaast is een aantal attributen als bijvoorbeeld drones en mobiele geluidsboxen van invloed op de natuur op het eiland. Het ontbreken van hekken is voor veel gasten een welkome situatie, die wel tot meer betreding van de natuurgebieden leidt. Ten derde zal de **toenemende vraag naar energie** (vanwege vervanging gas) in de toekomst het elektriciteitsnet onder druk zetten. Tenslotte uit de druk vanuit toerisme zich ook op de **woningmarkt**. In de toch al uiterst krappe woningmarkt worden woningen ingezet voor personeelshuisvesting. De gemeente heeft hier inmiddels actie op ondernomen, maar woningen voor personeel (vast of seizoen) blijft een zeer belangrijk item voor het eiland.
- **Capaciteit hangt samen met fysieke draagkracht.** De capaciteit van het eiland neemt op twee belangrijke gebieden af, wat dus ook tot afname van draagkracht leidt. Op de eerste plaats staat de dienstverlening aan bezoekers onder druk door een **gebrek aan medewerkers**. Landelijk kent de sector een groot tekort aan medewerkers. Op Ameland is de situatie nog vele malen nijpender door het beperkte achterland waar personeel geworven kan worden en de krapte aan woonvoorzieningen. Deze situatie maakt dat de sector zich lastig door ontwikkelt en dat het leveren van een hoogwaardige service onder druk staat.
- **Sociale draagkracht onder druk op piekmomenten.** Toerisme heeft in toenemende mate invloed op de publieke en persoonlijke ruimte. Inwoners geven aan soms het gevoel te krijgen dat ze niet meer thuis zijn in hun eigen omgeving. Soms is het gevoel zelfs dat de geborgenheid, die zo sterk in het DNA van Ameland zit, verloren gaat. Toerisme beïnvloedt dan de persoonlijke ruimte van inwoners, zoals verstoring van nachtrust of het minder prettig voelen in huis, tuin of op het werk.



## Draagvlak

Behalve de feitelijke situatie kent de draagkracht ook een gevoelsmatige kant: het gepercipieerde **draagvlak**. Net als in andere gebieden in Nederland, blijkt uit gesprekken op Ameland dat de roep om balans duidelijk hoorbaar is. In zijn algemeenheid is er sprake van een zekere polarisering op dit vlak. Er is een groep die aangeeft dat het toerisme nog gemakkelijk kan doorgroeien en er is een groep die te grote toerismedruk ervaart. Een aantal aspecten ligt aan de situatie ten grondslag:

- **Druk is locatie en tijdgebonden.** Druk en rust hebben beiden twee kanten. Druk is veelal ook gezelligheid en rust kan ook zomaar saaiheid impliceren. Het zijn dus geen absolute grootheden die zeer afhankelijk zijn van de locatie en het moment. Soms is het op een bepaalde plek heel druk, maar op een ander moment weer rustig. En er zijn op Ameland bijna altijd plekken waar je ondanks het hoogseizoen veel rust kunt ervaren. Bewoners kennen 'hun plekjes'. De ervaring van drukte wordt daarnaast bevestigd door persoonlijke waarneming die het gevoel bevestigt: 'zie je wel'.
- **Ameland is kleiner geworden.** Op toeristisch vlak is er sprake van een hogere omloopsnelheid van gasten op Ameland: kortere verblijfsduur per gast en dus meer wisselende gasten die per saldo meer besteden. Dit leidt dan ook tot een hogere bezoekersintensiteit: meer verplaatsingen door nieuwe vormen van recreatieve vervoersmiddelen en een gestegen aantal auto's op het eiland. Door dit intensievere gebruik van het eiland is het eiland gevoelsmatig kleiner geworden. Dit principe van 'tijd-ruimte compressie' zorgt ervoor dat er een hogere beleving van drukte is voor zowel bezoekers als bewoners.



- **Behoeftte aan rustige periode.** Niet alleen de natuur heeft behoefte aan een 'herstelperiode'. Ook veel Amelanders hebben behoefte aan een minder drukke tijd. Om anderen te spreken die het hele seizoen druk zijn. Om zelf even op adem te komen of op vakantie te gaan. En voor de eigen waardevolle tradities. Wel staat dit haaks op de vraag naar meer vaste contracten om de krappe arbeidsmarkt mee te lijf te gaan. Want vaste contracten impliceren een meer geleidelijk verlopen en langer toeristisch seizoen.
- **Toerisme is (te?) cruciaal voor de Amelander economie.** De groei van toerisme de afgelopen decennia op Ameland heeft geleid tot toenemende welvaart: hogere inkomens, meer vermogen, meer uitgaven en minder mensen in de bijstand. Naast de directe werkgelegenheid levert het ook indirecte werkgelegenheid op: installateurs, dienstverleners, vervoer, bijbaantjes et cetera. Een monocultuur op het gebied van economie brengt wel risico's met zich mee, zoals een (te) grote afhankelijkheid van de sector.



#### Hoofdconclusie draagkracht :

Van belang is onderscheid te maken tussen draagkracht en draagvlak.

De **draagkracht** van Ameland wordt in pieken overschreden en daarbij speelt het toegenomen aantal auto's en druk op de natuur een bovenmatige rol. Gebrek aan medewerkers is een wezenlijk risico voor de draagkracht van Ameland. Veranderingen in de bereikbaarheid per boot beïnvloeden de draagkracht van Ameland.

Het **draagvlak** voor toerisme staat onder druk, al verschilt dit van persoon tot persoon. Wat voor de één drukte is, is voor de ander 'gezelligheid' en drukte is sterk plaats en moment gebonden. Evident is dat de druktebeleving is gestegen door intensiever gebruik van het eiland.

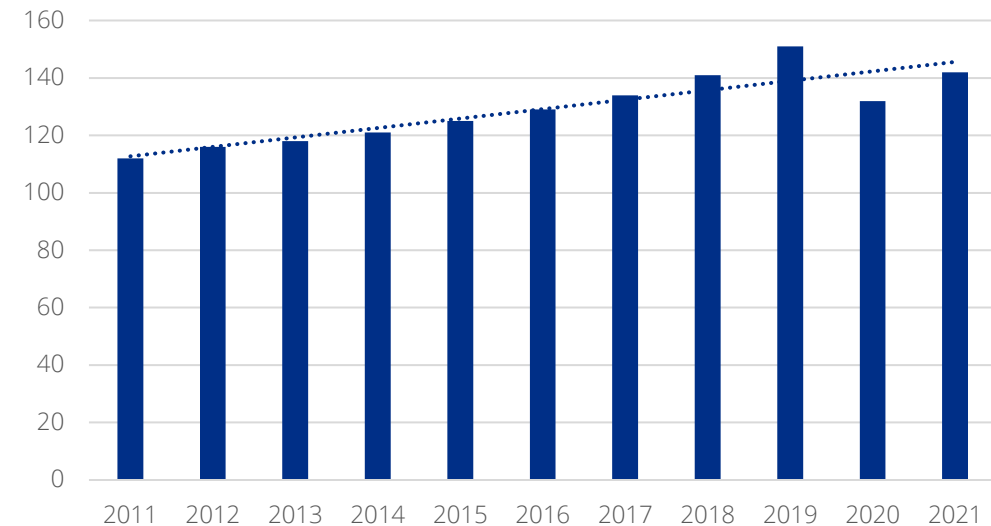


## Menselijk handelen: Men dreigt grip te verliezen

Amelanders zijn net als andere eilandbewoners gewend zelf de boel te regelen. De bevolking leefde eeuwenlang van de natuur en beheerde deze ook als ware rentmeester. Recreatie en het moderne badtoerisme is een relatief nieuw verschijnsel dat sterk is opgekomen na de Tweede Wereldoorlog. De Amelanders speelden op deze ontwikkeling in en daardoor is eigenlijk alles op Ameland veranderd. Een aantal zaken valt op:

- **Het is goed ondernemen op Ameland.** De A-locatie zorgt ervoor dat het aantrekkelijk is om te ondernemen in de toeristische branche op Ameland. Het zorgt er echter ook voor dat ondernemerschap in sommige sectoren meer beherend dan innoverend is, omdat gasten veelal al 'automatisch' komen. Ondanks de sterke onderlinge verbondenheid via verenigingen en brancheorganisaties is de sector relatief sterk naar binnen gericht. Samenwerken is leuk maar lijkt geen noodzaak te hebben. Samenwerking met partijen aan de wal of op andere eilanden komt sowieso beperkt voor.
- **Toeristen zijn welkom, vriendelijk gedoogd.** Toerisme is op Ameland (net als heel veel andere plekken) overkomen. Voor de Amelanders zijn zij een bron van inkomsten, soms ook een bron van overlast. Men is blij met toerisme en erkent de meerwaarde die het biedt. Maar de corona-periode heeft een zeker schokeffect gehad. Uit de gesprekken blijkt dat het extra type gast dat Ameland bezocht wellicht niet helemaal bij Ameland past. En heeft daarbij gezorgd voor een extra waardering van de echte Amelandse liefhebber. Al met al blijft toerisme primair een inkomstenbron, naast alle prettige contacten. Het lijkt erop dat toerisme vriendelijk wordt gedoogd en pragmatisch wordt benut.

Toeristische omzet in miljoenen euro's (excl bootkaartjes)



Bron: VVW Ameland

- **Gebrek aan medewerkers belemmert een excellente dienstverlening.** Vanuit bedrijfsmatig oogpunt leidt (de keuze voor) seizoensverbreding er bij kleinere bedrijven (waarbij de eigenaar volop in de operatie meedoet toe) dat de 'energie' om excellent gastheerschap te verzorgen snel wordt uitgeput. Het gebrek aan kwalitatief goede medewerkers remt de doorontwikkeling van bedrijven om optimaal gastvrij te opereren. Het tekort aan woonruimte voor medewerkers (seizoen en vast) speelt een belemmerende rol voor het aantrekken van personeel.
- **Nieuwe doelgroepen zorgen voor opschudding.** Mede door COVID-19 ontving Ameland in de periode 2020-2021 ook een ander type gast dan voorheen. Het bijbehorend gedrag van deze -soms verwende- gasten wordt niet door iedereen gewaardeerd. Ondanks dat deze nieuwe (tijdelijke) gasten veel omzet boden aan lokale ondernemers, fronsten veel Amelanders hun wenkbrauwen en diverse spraken schande van het zogenaamde 'all-inclusive gedrag'. Sommige ondernemers zagen kansen om slim in te spelen op deze nieuwe doelgroepen.
- **Ameland populair als investeringslocatie.** Er is een toename van vastgoedposities van internationaal private equity en er vindt een schaalvergroting plaats in vooral de logiesaccommodaties op Ameland. Het eiland blijkt een aantrekkelijke investeringslocatie voor solitaire en parkgebonden vakantiewoningen. Om de targets te halen worden de winsten per woning geoptimaliseerd. Het rendement op deze vastgoedposities komt zeer beperkt ten goede aan Ameland of de Amelander economie.



#### Hoofdconclusie menselijk handelen:

Op Ameland is een eeuwenlange traditie van een harmonisch samenspel tussen bewoners en natuur. Het menselijk handelen kenmerkt zich als rentmeesterschap. Toeristische ontwikkeling zet dit in toenemende mate onder druk. Bezoekers gedragen zich in soms als consumenten van het eiland in plaats van als gasten van het eiland. Ontwikkelingen en ondernemerschap vindt niet altijd plaats in de geest van dit rentmeesterschap. Er is een breed besef dat groei niet oneindig door kan gaan. Het vraagt leiderschap om te voorkomen dat het eiland 'tussen de vingers wegglipt aan partijen die met name economisch gedreven zijn'. Nieuwe vormen van rentmeesterschap lijken nodig.

# Conclusies en kernopgave

## Hoofdconclusies

Naast de vier deelconclusies per principe in het toeristisch ecosysteem, tekenen de volgende hoofdconclusies en opgaven zich af:

- **Toerisme op Ameland doet het simpelweg heel erg goed.** Veel bestemmingen in Nederland dromen ervan om het toeristisch product zo sterk te laten floreren.
- **Het succes heeft een keerzijde:** te veel lampjes in de controlekamer staan op rood en het eiland oogt op sommige momenten oververhit en uit balans. Zo is het op momenten te druk op bepaalde plaatsen, staat de natuur onder druk, ervaren inwoners periodiek overlast en vormt de bereikbaarheid voor zowel bewoners als bezoekers een knelpunt.
- Het succes dreigt weg te vloeien naar niet-Amelandse partijen die met name korte termijn en economisch gedreven zijn en verkocht vastgoed komt bijna nooit terug in eilander handen.
- De ontwikkelingen in zowel de vraag als het aanbod leiden tot een **gentrificatie van Ameland**. Dit heeft zowel positieve (bedienen hoger segment, meer kwaliteit en investeringsruimte, meer economische toegevoegde waarde voor Ameland) als negatieve gevolgen (hogere prijzen, aanbod dat niet aansluit bij behoeften inwoners en gasten, vervreemding toeristisch product) op toerisme an sich, als ook andere domeinen zoals wonen, energie, veiligheid en natuur.
- **Authenticiteit en 'kneuterigheid' is een kracht.** Door 'aanhanking van Ameland' verliest het authentieke waarde en dreigt Ameland en het aanbod langzaam te veranderen in een gestandaardiseerd product dat ook elders in het land of langs de kust kan worden gevonden.
- De interne verbondenheid op het eiland biedt een **grote kans om als moderne rentmeesters** van Ameland concrete dingen samen mogelijk te maken, die elders onmogelijk zijn.
- **De fysieke externe verbondenheid staat door het dichtslibben van het wad onder druk.** Er wordt gewerkt aan nieuwe oplossingen maar de precieze invulling van de nieuwe concessie is nog ongewis.
- De sterke focus op toeristische economie brengt risico's met zich mee: succes wordt een automatisme. De A-locatie leidt tot het risico om te vervallen in de **wet van de remmende voorsprong**: niet vernieuwen en enkel beheren en benutten. Veel ondernemers hebben desondanks geïnvesteerd en zich ontwikkeld, maar innovatie blijft een achilleshiel van de economie op Ameland.
- Ondanks de sterke hang naar zelfvoorzienend, **kan het eiland niet zonder de vaste wal.**

### Kernopgave: In het belang van Ameland een derde weg vinden

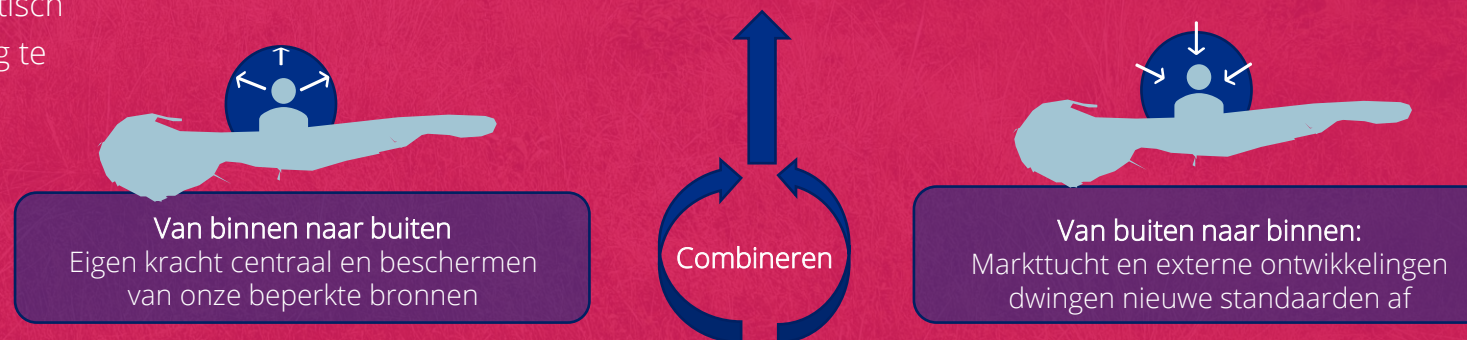
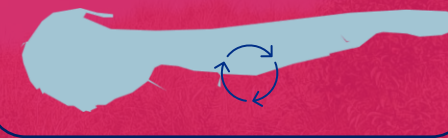
Er is een groep mensen die toerisme op Ameland vanuit de eigen kernwaarden en gelimiteerde bronnen beschouwt. Geen poeha, onafhankelijk zijn en 'gewoon blijven' zit heel sterk in bewoners, veel lokale ondernemers, oorspronkelijke bezoekers en beleidsmakers. Het beschermen van Ameland staat centraal in alles wat men denkt, zegt en doet. Je zou kunnen zeggen dat deze redentatie 'van binnen naar buiten' is.

Er is ook een groep mensen die toerisme op Ameland vanuit de behoefte en tucht van de markt beschouwt. De markt vraagt steeds meer om luxe concepten en comfort, intense belevenissen en service op deze schaarse plek. Daar kun je maar beter zo goed mogelijk op inspelen want dat leidt tot hoge opbrengsten. Het inspelen op de markt(veranderingen) staat centraal in alles wat men denkt, zegt en doet. Deze manier van redeneren is meer 'van buiten naar binnen'.

Deze tegenstelling leidt tot verwarring. Moeten we denken vanuit onszelf of vanuit de tucht van de markt? Om het toerisme op Ameland toekomstbestendig te maken is het wat ons betreft niet een kwestie van kiezen tussen één van beide perspectieven (of-of). Het is zaak om het beste van beide perspectieven in het toeristisch ecosysteem van Ameland te combineren en om een derde weg te vinden. Dit vereist lef, creativiteit en vertrouwen in elkaar. Deze derde weg wordt verder ingevuld in het volgende hoofdstuk: Toekomstperspectief toeristisch product Ameland.

#### Derde weg: modern rentmeesterschap

- Intern krachtig verbonden, zelfvoorzienend en bereikbaar
- Divers, karaktervol en vernieuwend aanbod door maatschappelijk betrokken ondernemers
- IJzersterke dienstverlening voor gasten die passen bij Ameland (mensen die Ameland waarderen)
- In eilandbelang knelpunten wegwerken in draagkracht en draagvlak





## 03

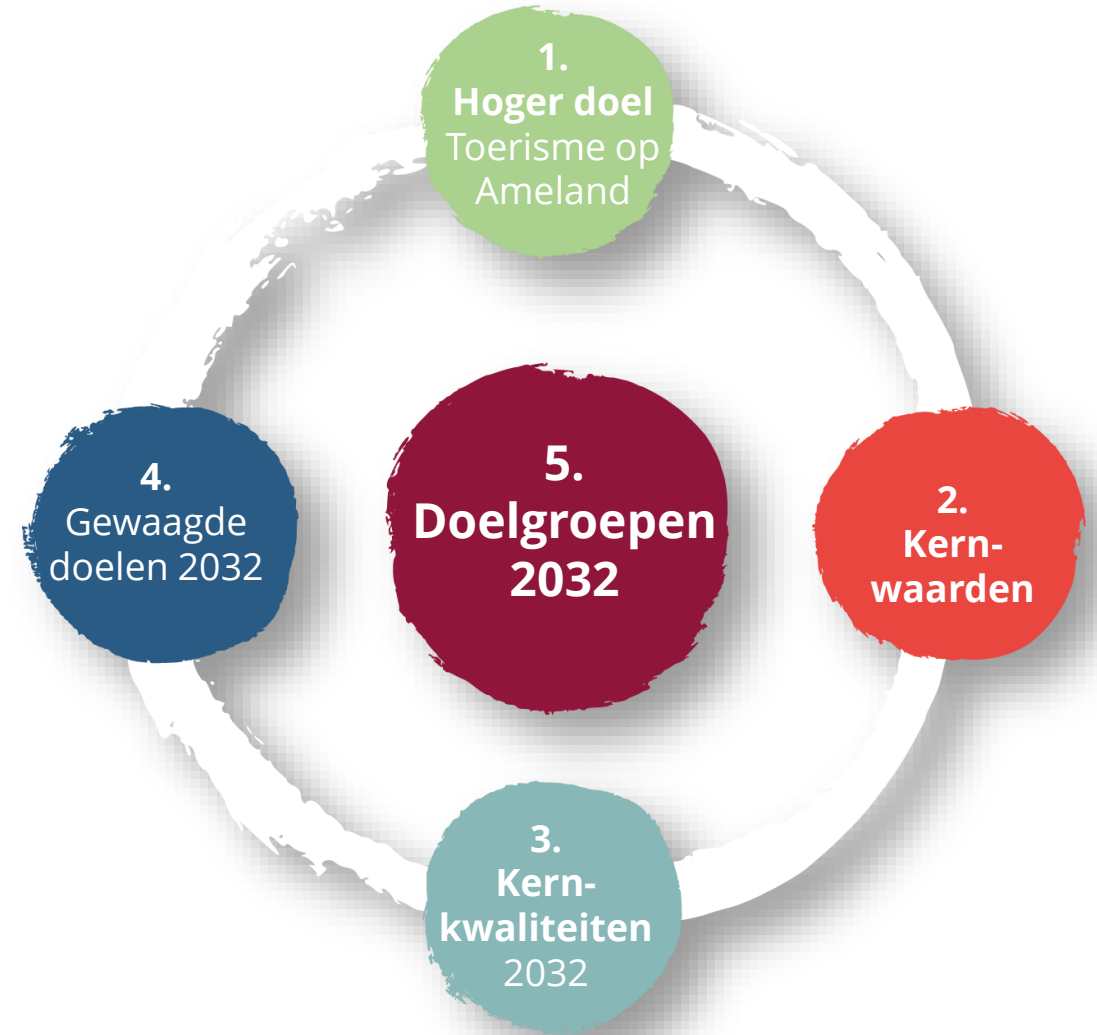
Visie: Toekomstperspectief  
toeristisch product  
Ameland



## 3.1 Visie, ambitie en doelen: Toeristisch product Ameland

Een goede visie bestaat uit vijf componenten, welke nooit los van elkaar mogen worden beschouwd. Het is dan ook cruciaal om in de visie niet zomaar een oplossing voor één van de losse elementen te zoeken, maar een samenhangend toekomstperspectief voor Ameland te schetsen. Perspectief dat de kern raakt, maar tegelijkertijd concreet en inspirerend is om actie te ondernemen. Samengevat bestaat de toeristische visie Ameland uit de volgende vijf componenten:

1. **Hoger doel:** waarom bestaat Toerisme op Ameland? Helder, inspirerend, dé idealen van Ameland. Geeft antwoord op de vraag: waarom is het erg als er geen toerisme meer op Ameland is? De kern van de zaak en het lange-termijn streefbeeld (par. 3.2)
2. Waarvoor staat Ameland? **Kernwaarden:** waarvoor staan wij? Diepgewortelde overtuigingen welke ook op lange termijn nog gelden. (par 3.3)
3. Waarin blinkt Ameland uit in 2032? **Kernkwaliteiten:** waarin blinken wij uit? Ze scheppen een band, leiden tot bezieling. Zowel huidige als gewenste kernkwaliteiten. (par 3.4)
4. Waar gaat Ameland naar toe? **Gewaagde doelen:** Een streefbeeld om de komende 10 jaar (en verder) aan te bouwen.
5. Voor wie is Ameland relevant? **Doelgroepen 2032:** wie zijn de gewenste kerndoelgroepen van Ameland? (par 3.6)



## 3.2 Wat is het doel van toerisme op Ameland?

Waarom bestaat toerisme op Ameland? Is het ons als Amelanders overkomen en hebben we er maar mee te dealen? Of leidt deze florerende sector tot een beter en prettiger eiland? Wat is eigenlijk het nut van toerisme en waarom zullen we het überhaupt verder ontwikkelen? Allemaal vragen die teruggaan naar de kern van zaak: het hogere doel van toerisme op Ameland. Want als we dat duidelijk voor ogen hebben, geeft het ook richting aan de keuzes voor de toekomst.

### Ameland zonder toerisme: wooneiland voor de happy few?

Een goede manier om het hogere doel te achterhalen is te bedenken wat er gebeurt als de sector zomaar verdwijnt. Zoals dat bijvoorbeeld in Zuid-Limburg met de mijnen is gebeurd of in Detroit met het inzakken van de auto-industrie. Ameland zonder toerisme keert dan mogelijk terug naar haar basiswaarde: de uitzonderlijke natuur. In het slechtste geval zou Ameland zich langzaam bewegen naar een wooneiland voor de happy few, vergelijkbaar met Martha's Vinyard in Amerika of Sylt in Duitsland. Zonder stuwende toeristisch economie blijft een verzorgende (tweede) wooneconomie over. De grondprijzen zullen sterk stijgen en de oorspronkelijke bewoners vertrekken grotendeels omdat er nauwelijks perspectief meer is of de basisvoorzieningen afnemen.

### De rol van toerisme: Een stuwende economie zorgt dat Amelanders op Ameland blijven

Toerisme garandeert brede welvaart op het eiland vanwege het financiële draagvlak onder basisvoorzieningen als zorg, basisonderwijs, detailhandel en infrastructuur. Toerisme genereert veel praktische banen voor een (jongere) beroepsbevolking en nieuwe gezinnen. Bovendien brengt toerisme vernieuwing, vanwege de noodzaak om bij de tijd te blijven om te voldoen aan de wensen van de gast.

**Hoger doel toerisme op  
Ameland:  
*Ameland blijft Ameland voor  
iedereen die zich Amelander  
voelt, zodat het eiland zichzelf  
blijft, vernieuwt en  
voorzieningen gegarandeerd  
blijven.***

### 3.3 Waar staan Amelanders voor?

Het 'hogere doel' van toerisme op Ameland geeft dus aan dat toerisme een manier is om Ameland ook echt Amelands te laten blijven. Het houdt het eiland juist in stand, met haar cultuur, krachtige natuur en bijzondere gemeenschap. Maar wat is dan dat 'Amelands' gevoel? Waar staat Ameland voor? Kortom, wat zijn onze kernwaarden?

- Wij Amelanders zijn onderlinge sterk verbonden: Ameland heeft het immers altijd zelf, samen met de Amelanders en met de gast moeten doen.
- We leven in harmonie met de natuur die we elke dag in al haar schoonheid en geweld meemaken.
- Wij Amelanders zijn fel in het beschermen van onze cultuur. Want Ameland is in sociaalgeografisch opzicht geen Friesland en ook geen Texel. We hebben eigen dialect, verhalen en tradities.
- We zijn geen 'vrijstaat' zoals vroeger, maar de gedachte van onafhankelijkheid en onze eigen koers varen, is zo gek nog niet.
- Bij ons op Ameland is iedereen welkom. Ongeacht afkomst, inkomen, leeftijd, toegankelijkheidsbehoefte, geaardheid of status. Zo was het, zo is het en zo blijft het.
- Wij geven ons eigen sausje aan ontwikkelingen vanaf de vaste wal. Dat heet 'op z'n Amelands'.
- Wij willen dat Ameland beschikbaar blijft voor komende generaties: voldoende werk, onderwijs, zorg, vrijetijdsbesteding, behoud van voldoende en betaalbare woonruimte op lange termijn en verbinding met de wal.



# 3.4 Waarin blinkt toeristisch Ameland uit in 2032?



Wat hebben we? (zie analyse)



Wat willen we?



Gewaagde doelen 2032

1	Diversiteit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omgevingskracht</li> <li>• Diversiteit van het logiesaanbod</li> <li>• Op Ameland kom je voor buiten (te spelen)</li> <li>• Gezonde mix van Amelandse ondernemers en ondernemers van buitenaf</li> </ul>	<p>Activiteiten en verblijven die passen bij de identiteit van Ameland</p>	<p>'Gevarieerd en sfeervol aanbod, passend bij Ameland</p>
2	Verbondenheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amelanders maken samen het toeristisch product voor de bezoeker</li> <li>• Een voor de leefbaarheid en toeristische sector essentiële duurzame, efficiënte en beleefbare verbinding met de vaste wal</li> </ul>	<p>Een gezamenlijke missie/belang rond toerisme en een duurzame fysieke verbinding met de vaste wal (is noodzaak).</p>	<p>Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland en vice versa</p>
3	Draagkracht	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Breed besef dat een eiland grenzen heeft (en hier tegenaan loopt) en draagvlak voor maatregelen die hierop sturen.</li> <li>• Toerisme als bewust fundament voor Amelandse economie</li> </ul>	<p>Een toeristische sector die ten goede komt aan de Amelanders en het eiland zelf</p>	<p>Ameland beseft dat toerisme een middel is om 'Ameland' te blijven: Trots op ons toerisme</p>
4	Menselijk handelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het is een tweede natuur van Amelanders om als rentmeester van het eiland te handelen (lokaal maatschappelijk ondernemerschap)</li> <li>• Het is nog steeds goed ondernemen op Ameland</li> <li>• Bewoners, ondernemers, onderwijs en overheid staan nog steeds dicht bij elkaar</li> </ul>	<p>Grip op ontwikkelingen van buitenaf zodat succes niet wegvloeit naar niet-Amelandse partijen die enkel economisch gedreven zijn.</p>	<p>Van winst-maximalisatie naar eiland-optimalisatie</p>



## Gewaagde doelen Ameland 2032

-  **Diversiteit: 'Gevarieerd en karaktervol aanbod, passend bij Ameland'**
-  **Verbondenheid: 'Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland en vice versa'**
-  **Draagkracht: 'Ameland beseft dat toerisme een middel is om 'Ameland' te blijven': Trots op ons toerisme**
-  **Menselijk handelen: 'Van winst-maximalisatie naar eiland-optimalisatie'**

## 3.5 Uitwerking gewaagde doelen

Van gewaagd doel...

Waar gaat Ameland naar toe? Hierbij durven we<sup>6</sup> als Ameland de lat hoog te leggen. Aan de hand van vier gewaagde doelen op basis van de ecosysteemprincipes (en de uitwerking daarvan in de vorm van verschillende kansen) willen we met elkaar de komende tien jaar werken aan een optimaal toeristisch-recreatief Ameland.

Voor ieder gewaagd doel beschrijven we kort wat we willen bereiken, maar vooral ook hoe we dit willen en kunnen bereiken. We zien in totaal 13 kansen voor een meer gebalanceerd toeristisch Ameland.

**...naar kans en actie!**

Per kans lichten we toe wat het precies betekent voor Ameland. Aanvullend wordt bulletgewijs aangegeven aan welke acties wordt gedacht om de kans te verzilveren en welke aandachtspunten gelden in de uitvoering. In hoofdstuk 4 'Actieprogramma' zijn alle acties schematisch weergegeven, voorzien van een nadere toelichting, initiator, fasering en rol van de gemeente.

<sup>6</sup> Met 'we' bedoelen we in deze visie niet alleen de gemeente. Met 'we' bedoelen we alle partijen die actief zijn binnen het (toeristisch) ecosysteem Ameland: ondernemers(platforms), natuurorganisaties, rederij, bewoners, gemeente en alle andere partijen die Ameland een warm hart toedragen en op de een of andere manier bijdragen aan deze visie. We = Ameland. Het staat benoemd als we specifiek 'de gemeente' bedoelen.

# Diversiteit: 'Gevarieerd en karaktervol aanbod, passend bij Ameland'

## Wat willen we?

Ook in 2032 heeft Ameland nog steeds een krachtig en divers dag- en verblijfsaanbod. Omgevingskracht, activiteiten en verblijven die passen bij de identiteit van Ameland. Dit betekent karaktervol en stoer, een tikje nostalgisch maar ook vernieuwend en het meest cruciaal: divers aanbod waarin het 'echte' ruige wadleven op verschillende manieren herkenbaar naar voren komt.

## Hoe gaan we dit bereiken?

De basis hiervoor is goed. Maar er is wel degelijk ruimte voor finetuning, primair voor ondernemers en secundair voor de gemeente. Samen gaan we werken aan een gevarieerder en sfeervoller Ameland. Wat je overdag ook gaat doen, waar je ook eet of waar je ook slaapt en welk weer het ook is.

Of de gast nu op zoek is naar rustig, bruisend, betaalbaar of juist hoger segment aanbod. Kwaliteit staat voorop en dit staat op Ameland los van prijsniveau. Dit vraagt ondernemerschap, een overheid die helder stuurt op (on)gewenste ontwikkelingen en een samenwerking tussen ondernemer en overheid om het aanbod vitaal te houden.

Om het doel van gevarieerd en sfeervol aanbod te realiseren, focussen we ons de komende jaren onder dit doel op vier kansen:

1. Passie voor vernieuwende concepten
2. Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)
3. Natuur voorop
4. Amelander service



## Diversiteit: 'Gevarieerd en sfeervol aanbod, passend bij Ameland'

### Kans 1: Passie voor vernieuwende concepten

#### Wat betekent dit voor Ameland?

We willen vernieuwers met creatieve ideeën stimuleren en waar nodig zo goed mogelijk ondersteunen. Om uit te blinken en te verrassen. Met nieuwe ideeën en Amelandse oplossingen. Het initiatief hiervoor ligt bij ondernemers. De gemeente denkt mee. Uitgangspunt is dat de vernieuwende concepten aanvullend/vervangend zijn op het bestaande aanbod en passen bij de Amelandse identiteit.

Dit geldt voor dagrecreatief aanbod, verblijfsaanbod en horeca- en detailhandelsaanbod. Meer specifiek geldt:

- **Dagrecreatief aanbod:** Het aanbod bij goed weer is ruim op orde. We blijven ons richten op actief, sportief, speels, buiten, het beleven van de bijzondere cultuur, natuur en meer in het bijzonder het wad. Homo Ludens (spelende mens) als uitgangspunt. Uiteindelijk komt iedereen om te spelen en die ruimte bieden we. We streven ernaar om het aanbod voor slecht weer te verbreden. Nieuwe aanvullingen zijn welkom, mits deze passen bij de waarden van Ameland (zie kader volgende pagina). Ook zoeken we naar mogelijkheden om rustpunten in te richten op het eiland (toiletvoorziening, fiets opladen, koffie-to-go of een lokaal product te kopen, uitleg over de omgeving).

**Verblijfsaanbod:** Bij nieuw verblijf streven we naar maximale kwaliteit. Niet (per sé) in de vorm van luxe, maar een goed en eigentijds doordacht concept, hoogwaardig vormgegeven, optimaal duurzaam en (landelijk) onderscheidend. Voor een nadere toelichting, zie 'Kans 2 'Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)'. Voor het bestaande verblijfsaanbod dient dat het 'zilveren verblijfsaanbod' op Ameland tenminste zilver dient te blijven. Het is aan ondernemers om nieuwe perspectieven te verkennen als ze aansluiting met de markt dreigen te verliezen.

- **Horeca- en detailhandel:** Hierbij is het toekomstig horeca- en detailhandelsbeleid leidend, maar ligt het fundament in deze toeristische visie. Er is aandacht voor kwaliteit en vernieuwing, kleinschalige toevoegingen ter versterking van bestaande waarden (b.v. museum, invulling van vrijkomend kerkgebouw, rustpunten, etc) en tenslotte de juiste horeca op de juiste plek en moment. Denk hierbij aan seizoensgebonden pop-up horeca (bijvoorbeeld rondom veerdam of op verrassende plekken op het eiland), 'Amelandse bezorgservice', specifieke aandacht voor lokale/regionale kwaliteitsproducten of initiatieven die bijdragen aan minder benodigd personeel. Initiatief ligt hiervoor bij ondernemers.

<sup>7</sup> Zoals uitbreiding slecht-weer-aanbod, verduurzaming, personeelstekort, woningbouwopgave, oplopende prijzen die betaalbaarheid onder druk zetten, toenemende druk op natuur en de ruimte



## Diversiteit: 'Gevarieerd en sfeervol aanbod, passend bij Ameland'

### Kans 1: Passie voor vernieuwende concepten (vervolg)

#### Acties:

- Continueren (jaarlijks) werkbezoek inspirerende locaties
- Verbinden van initiatiefnemers met deskundigen om van een goed plan naar uitstekend plan te blijven groeien
- Versterken concepten door ondernemers te verbinden met Waddencampus voortzetten
- Ondersteuning aanbieden door projecttafel voor: functieverandering niet-vitaal (verblijfs)aanbod tot passende nieuwe functie en concepten

#### Aandachtspunten uitvoering

- Schoenmaker blijf bij je leest. Dit betekent dat ondernemer-gerelateerde onderdelen primair getrokken moeten worden door ondernemers of ondernemersverenigingen. De gemeente trekt primair de overheidsgerelateerde items en stelt kaders. Uiteraard is er altijd overleg en ruimte voor nieuwe partnerschappen. Maar de gemeente wil niet op de stoel van de ondernemer gaan zitten en ondernemers moeten vooral doen waar ze goed in zijn: ondernemen.
- Kritische succesfactor voor eventuele succesvolle transformatie vraagt vertrouwen en goede dienstverlening, mogelijk via extern deskundige als bijvoorbeeld via YnBusiness / Actieplan Vitale Logies). Het verbeteren van de dienstverlening (klantgericht en heldere communicatie) is een continu proces waaraan de gemeente werkt.

- We zorgen dat successen en succesvolle samenwerkingen worden gedeeld en zichtbaar zijn. Zo creëren we inspiratie en positieve energie rondom vernieuwing.
- Voor een vitaliteitsslag verblijfsrecreatie gaan we niet zelf het wiel uitvinden, maar sluiten we aan op de Provinciale aanpak. In lijn met het Friese Actieplan Vitale Logies wordt gestreefd om 55% meer vitale bedrijven te hebben in 2028. Voor Ameland betekent dit dat het vitale aandeel verblijfsaanbod toeneemt van 65% naar 85%. De bal ligt nadrukkelijk bij ondernemers zelf om gebruik te maken van deze instrumenten.



#### Voorbeeld: Spelletjes zijn terug van weggeweest!

De kroeg in voor een spelletje. Dat gebeurt steeds vaker en het is niet voor niets dat spellencafé's in opkomst zijn. Van Jeu-de-boules-bar, schaak-bar tot arcade-walhalla's van de 90's tot de 20's, zowel voor jong-oud, tweetallen of voor hele families. Één specifieke activiteit, of juist een mix zodat je je eindeloos kunt vermaken. Jaarrond. Voor Ameland dan ook een mooie aanvulling of doorontwikkeling? Zeker. Niet te hip, vooral heel gezellig!

## Diversiteit: 'Gevarieerd en karaktervol aanbod, passend bij Ameland'

### Kans 2: Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)

#### Wat betekent dit voor Ameland?

Er zijn voldoende toeristische bedden op Ameland. Dit betekent dat we uiterst strikt omgaan met initiatieven voor nieuwe (of vernieuwing van) logiesaccommodaties. Deze visie leidt tot een inhoudelijke aanscherping van de huidige Nota Verblijfsrecreatie.

Het omgevingsplan (voorheen bestemmingsplan) vormt het belangrijkste sturingsmechanisme voor logiesaccommodaties op Ameland. Binnen de bestaande bestemmingen zijn dus nog ontwikkelingen te verwachten. Voor ontwikkelingen die wijziging in het bestemmingsplan vragen zijn de beleidsregels aangescherpt in de nieuwe 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie'. De hoofdlijn van deze wijzigingen is als volgt samen te vatten:

- I. Nieuwe bestemmingen verblijfsrecreatie: deze zijn uitgesloten
- II. Uitbreiding bij bestaande situaties: deze zijn uitgesloten
- III. Functiewijziging binnen bestaande plancapaciteit: mogelijk onder hoge eisen.

Echter betekent dit niet dat afwijken onmogelijk is. Enkele uitzonderingen zijn benoemd in de 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie'. Daarnaast kan een uitstekend plan met goede onderbouwing worden voorgelegd aan de gemeenteraad.

De nieuwe 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie' zijn gebaseerd op de volgende algemene criteria en uitgangspunten:

- Helder is hoe de kwaliteit van het verblijf vanuit ruimtelijk oogpunt verbetert;
- Gestreefd wordt naar een bescheiden beeldkwaliteit t.o.v. de omgeving en passend gebruik van materialen;
- Uitgewerkt is op welke wijze mogelijke overlast (geluid, parkeren, verkeersbewegingen, fietsvoorzieningen, et cetera) voor de omgeving wordt voorkomen;
- Het plan is voorzien van een natuurparagraaf;
- Het plan een bijdrage levert aan maatschappelijke kansen op Ameland;
- Het bouwplan moet passen binnen de bebouwingskarakteristiek van de directe omgeving. Dat betekent dat het plan passend is qua bouwvolume, materiaalgebruik, het ontwerp/design en inrichting;
- De nieuwe plannen zijn energieneutraal;
- Nieuwe initiatieven dienen met een inspanningsverplichting aan te tonen hoe personeelshuisvesting is geregeld.

De precieze uitwerking en exacte beleidsregels per type verblijfsaccommodatie zijn opgenomen en nader toegelicht in de 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie'.

## Diversiteit: 'Gevarieerd en karaktervol aanbod, passend bij Ameland'

### Kans 2: Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)

Naast de inhoudelijke criteria biedt de gemeente ook meer procesmatig houvast voor initiatiefnemers. Het moet voor initiatiefnemers duidelijk zijn waar ze terecht kunnen met hun initiatief, wie welke vragen kan beantwoorden en welke documenten per stap en fase moeten worden aangeleverd. De gemeente denkt nadrukkelijk mee in de planvorming, bij voorkeur in een vroeg stadium. Op die manier zorgt ze ervoor dat de planvormingsprocedure voor ondernemers beter verloopt en dat de inhoud zo goed mogelijk aansluit bij de gemeentelijke doelstellingen.

#### Acties

- Intrekken oude Nota Verblijfsrecreatie, opstellen nieuwe 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie' (voltooid);
- Verkenning registratieplicht kleinschalige logiesaccommodaties.

#### Aandachtspunten uitvoering

- De markt verandert continu. De praktijk moet uitwijzen op welke gebieden de nieuwe 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie' ook in de nabije toekomst gefinetuned kunnen worden.



## Diversiteit: 'Gevarieerd en karaktervol aanbod voor elk type gast'

### Kans 3: Natuur voorop

#### Wat betekent dit voor Ameland?

Gasten komen voor onze eilandnatuur. Dus zorgen we dat die zo puur en intens mogelijk te ervaren is. Dit betekent oog voor de natuurwaarden, landschappelijke inrichting, biodiversiteit en ecologische systemen. We kiezen ervoor om onze natuur te zoneren. Zo behouden en verbeteren we natuur waar nodig én beleven we de natuur waar en wanneer het kan.

Toerisme en natuurbehoud zitten geregeld in elkaars vaarwater. Beiden zijn cruciaal voor Ameland en dit vraagt om goed overleg en slimme afwegingen. Hiervoor zijn geen one-size-fits-all afspraken te maken. We werken samen aan het oplossen van knelpunten. Hierbij helpen gezamenlijke uitgangspunten en beelden:

- Natuur blijft open (zo weinig mogelijk hekken), ruig en dynamisch
- Natuur heeft hersteltijd nodig
- In elke ruimtelijke ingreep (gemeente, waterschap, ondernemers etc.) wordt waar mogelijk intensief uitgewerkt hoe de natuurwaarden optimaal tot hun recht komen. Dit is waar mogelijk dan ook onderdeel van de beoordeling.
- Ondernemingsplannen in dag- en verblijfsrecreatie en evenementen hebben een natuurparagraaf. We werken niet mee aan plannen waar dit ontbreekt.

- Een recreatiezoneringsplan helpt in het samen afspreken van kaders, zones, acties en maatregelen voor natuur. Aansluitend op Wadden zoneringsplannen en bestaande nota's wordt op Amelands niveau de zonering met betrokkenen uitgewerkt.

#### Acties

- Creëren goede balans 'natuur beschermen en beleven' door ontwikkeling recreatiezoneringsplan Ameland
- In 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie' een eis opnemen om aanvragen te voorzien van een natuurparagraaf
- Natuur en biodiversiteit prominente plek bij alle gemeentelijke beleidsplannen en fysieke ingrepen

#### Aandachtspunten uitvoering

Opstellen recreatiezoneringsplan nadrukkelijk in samenwerking met verschillende stakeholders, variërend van terrein beherende organisaties tot ondernemers en belangenorganisaties. Hierbij dient er oog te zijn voor cultuurhistorisch medegebruik van de natuur, recreatie en biodiversiteit. Ook kunnen maatregelen bijdragen aan 'educatie en gedragsverbetering' van bezoeker én bewoner.

## Diversiteit: 'Gevarieerd en karaktervol aanbod voor elk type gast'

### Kans 4: Amelander service

#### Wat betekent dit voor Ameland?

We zijn enorm gastvrij en blij met de bezoekers van ons mooie eiland. Maar we wonen er ook. Daardoor zitten er grenzen aan onze dienstverlening. Want soms willen we met Amelanders samen zijn, met de familie eten of ruimte hebben voor onze eigen hobby's en gebruiken.

We hebben dus onze eigen vorm van dienstverlening. Dit kenmerkt zich door: welkom op ons eiland, niet te gehaast en authentieke accenten. Dit vertellen we de gasten op een leuke en speelse manier (zoals een placemat of QR-codes met achterliggende informatie), zodat zij zich bewust worden van onze waarden en weten wat ze kunnen verwachten. We stellen deze waarden centraal in onze dienstverlening, maar tegelijkertijd verliezen we de behoeften van de gasten niet uit het oog. Dit vraagt afstemming tussen ondernemers onderling en duidelijke communicatie naar bezoekers, zoals ondernemers die naar elkaar verwijzen of duidelijke informatie voor bezoekers online (welke bijvoorbeeld te vinden is via een QR-code op de deur van ondernemingen).

#### Acties

- Opstellen collectieve ondernemersafspraken
- Verbeteren 'Toegankelijkheid', waarbij de stand van zaken 'Ameland voor iedereen' wordt geëvalueerd en eventueel hierop een collectief actieplan ontwikkelen (in samenspraak met relevante organisaties)

#### Aandachtspunten uitvoering

- Ondernemers(collectieven) vormen de sleutelpartij in de uitvoering, waarbij VVW<sup>8</sup> als initiator en kartrekker kan gelden. De gemeente kan een rol nemen als onafhankelijke gespreksleider en facilitator.
- Het is denkbaar om aan de hand van een professioneel uitgevoerde bewonersenquête input op te halen voor afspraken en campagnes. Bijvoorbeeld met daarin de vraag: 'wat wilt u dat iedere bezoeker van Ameland weet'? Dit draagt enerzijds bij aan de bekendheid van de nieuwe campagne onder bewoners. Anderzijds geeft het bewoners de mogelijkheid om mee invulling te geven aan de campagne, met daarbij toenemend draagvlak.



## Verbondenheid: 'Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland en vice versa'

### Wat willen we?

De verbondenheid van ons eiland met het vaste land is in het geding. Want de natuur is dynamisch; geulen slippen dicht waar soms ook weer andere ontstaan. Zonder fysieke verbinding verstikt ons eiland. Door gebrek aan medewerkers of doordat ziekenhuisbezoek een expeditie wordt. De veerverbinding is dusdanig cruciaal voor bewoner en bezoeker dat het de volledige aandacht verdient. Daarom gaan we voor de mooiste veerverbinding van de Wadden. Het wordt een geoliede machine die de gast van het parkeren tot de accommodatie in 'de Wadden legt'. Modern, duurzaam, comfortabel en passend bij Amelandse waarden en service.

Deze toeristische visie vormt daarbij ook een eerste impuls voor de verandering van het Amelanders personen-vervoerssysteem op langere termijn, waarbij we autobewegingen gaan reduceren en het op termijn denkbaar is dat autobewegingen (in ieder geval van gasten) zeldzaam worden. Dit willen we de tijd geven en laten we afhangen van de ontwikkelingen. Met nadrukkelijk oog voor behoeften van bezoeker én bewoner. Deze toeristische visie geeft een belangrijks startpunt om een beweging in gang te zetten rondom het vervoer van de gast (reductie auto's en sturen in tijd en ruimte). In de vervoersvisie worden de (verkeerstechnische) maatregelen op het eiland verder uitgewerkt.

Verbondenheid betekent ook onderlinge verbondenheid tussen mensen. Dit is op Ameland al sterk ontwikkeld. Daarom kiezen we ervoor om ons te focussen op de fysieke verbondenheid voor Ameland. Sterker nog: de hechte onderlinge verbondenheid biedt unieke kansen om de fysieke verbondenheid samen écht goed te regelen op Ameland. Hierbij omarmen we innovatieve ideeën en experimenten (zoals pop-up of pilots) die hieraan bijdragen.

### Hoe gaan we dit bereiken?

Hoge urgentie vraagt om hoge inzet. Van verschillende partners, waarbij iedereen z'n steentje bijdraagt in het belang van Ameland. Waarbij niet alleen wordt geredeneerd vanuit economisch rendement op korte termijn, maar ook vanuit economisch, maatschappelijk en ecologisch rendement voor de (midden-)lange termijn.

Om het doel van een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland en vice versa te realiseren, focussen we ons de komende jaren onder dit doel op drie kansen, die samen komen in een vervoersvisie volgens raadsagendapunt 5.1, waarbij de kansen aansluiten bij de doelen van het VBA2030:

1. Bezoekers met auto's worden zeldzaam
2. Bagagevervoer van achterbak tot accommodatie
3. Lokaal Amelanders vervoerssysteem

## Verbondenheid: 'Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland v.v.'

### Kans 5: Bezoekers met auto's worden zeldzaam

#### Wat betekent dit voor Ameland?

We stimuleren dat gasten hun auto niet meenemen naar Ameland. We willen bezoekers (ook van bijvoorbeeld evenementen) hier dan ook voor belonen. Zo wordt het eiland niet alleen rustiger, maar dit zal op termijn ook (positieve) gevolgen hebben voor de fysieke inrichting van Ameland (o.a. minder parkeerplaatsen) en minder beeldbepalende auto's op het eiland. Uitgangspunt is niet het 'ontmoedigen van', maar 'een aantrekkelijker alternatief dan' de auto meenemen.

Deze transitie in de reis van en naar Ameland vindt niet van de ene op de andere dag plaats. Dat kan niet en dat is ook niet gewenst. Niet voor bezoekers, maar ook niet voor ondernemers en bewoners. Denk alleen al aan het kamperend gezin met ruime bagage, campers en/of auto's met caravans. De vervoersvisie geeft de komende jaren invulling aan het scenario 'huidige situatie optimaliseren' en toewerken naar 'autoluw'. Het scenario 'autovrij voor niet-inwoners' is voor nu nog een brug te ver, maar wel denkbaar in de toekomst. Dit is uiterst ingewikkeld en ambitieus. En mag geen negatieve impact hebben voor vervoersmogelijkheden van Amelanders. Ook is het goed om in beeld te krijgen welke effecten dit heeft op de bezoekersaantallen en of dit wel/niet wenselijk is. De praktische uitwerking vraagt dan ook topkwaliteit service en infrastructuur, zodat ook gasten die veel spullen bij zich hebben optimaal worden bediend. Dit is het moment om hier eerste stappen in te zetten en verder te laten ontwikkelen,

waarbij de verwachting is dat bij reductie de markt ook deels zal inspelen op nieuwe behoeften.

Voor nu is de eerste stap om te sturen op reductie met finetuning in tijd en ruimte (bijvoorbeeld zomer/winter en dorp/buitengebied). Deze maatregelen zijn van invloed op de vervoersbewegingen naar en óp Ameland. Aan de hand van de ervaringen wordt het gesprek verder gevoerd over de rol van de auto op Ameland.

Dit vraagt een gezamenlijke aanpak en samenwerking tussen eiland, vaste wal en alle relevante partijen daar tussenin. Dit is een proces van de lange adem waarbij individuele belangen worden overstegen en gezamenlijke toegevoegde waarde wordt verkend en een win-winsituatie wordt gecreëerd. Waarbij de uiteindelijke afweging dus ook in de toekomst ligt op basis van deze waarden en belangen.

#### Acties

- Opstellen Vervoersvisie (volgens raadsagendapunt 5.1) met de volgende suggesties voor maatregelen:
  - Uitvoeren onderzoek benchmark vervoersmethodieken
  - Ontwikkelen publiek-private samenwerking 'Holwerd-Ameland-parkeren-boot'
  - Ontwikkelen wortel-stok-preek-aanpak voor bezoekers

## Kans 5: Bezoekers met auto's worden zeldzaam

### Aandachtspunten uitvoering

- Uitvoering is afhankelijk van de samenwerking tussen vele partners (rederij, VVV, Provincie en walgemeenten), de uitvoering/nieuwe veerconcessie en de samenwerking tussen partijen op eiland: dit moet publiek-privaat.
- Het is aan te raden om de publiek-private-samenwerking te laten begeleiden door een externe procesbegeleider gezien de complexiteit van de problematiek.



## Verbondenheid: 'Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland v.v.'

# Kans 6: Bagagevervoer van achterbak tot accommodatie

### Wat betekent dit voor Ameland?

We ontzorgen de bezoekers door het bestaande bagagesysteem te perfectioneren en uit te breiden. Met service van achterbak tot accommodatie, zodat de gast ongehinderd kan genieten van de overtocht. En het autogebruik op Ameland afneemt.

Er is niet één oplossing om dit te realiseren. En ook niet één partij die dit realiseert. Maar door een gezamenlijk streefbeeld neer te zetten, kunnen we wel toewerken naar topkwaliteit service en infrastructuur, waarbij het gemak een cruciale voorwaarde is voor bezoekers om de auto aan wal te laten en dus het autogebruik op het eiland terug te dringen.

In de huidige situatie is het vervoer van personen en bagage sterk versnipperd. We werken naar een oplossing toe waarin oog is voor de verschillende behoeften. Zo willen bezoekers een auto bij zich hebben voor gemak, zelfstandigheid en vaak ook noodzakelijk bagagevervoer op het eiland. Ondernemers willen een maximaal serviceniveau voor bezoekers. En niet te veel rompslomp voor hun bezoeker of voor hen als ondernemer zelf. Gemeente en bewoners willen een afname van vervoersbewegingen op het eiland.

Om dit streefbeeld te realiseren zijn verschillende maatregelen en (deel-)oplossingen denkbaar (bv. automatisch bagage-afgiftesysteem, crossloading, goed OV, deelmobiliteit etc.). Wat het meest passend en wenselijk is, moet worden verkend met betrokkenen. Waarbij de concessienemer veerdienst een sleutelpartij is.

### Acties

- Opstellen Vervoersvisie met de volgende suggesties voor maatregelen:
  - Analyse huidige situatie en belanghebbenden
  - Inrichten gelegenheidswerkgroep welwillenden en sleutelpartijen
  - Opstellen en uitvoeren aanpak bagagevervoer van achterbak tot accommodatie



### Zo kan het ook!

Elektrische last-mile voertuigen in opmars. Ook marktleider CenterParcs stimuleert gasten gebruik te maken van elektrisch vervoer (diverse type golfkarren) op het park. Is het denkbaar dat bezoekers, bewoners en bagage zich in de toekomst op deze emissievrije en geluidsarme manier verplaatsen?

# Verbondenheid: 'Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland v.v.'

## Kans 7: Een lokaal Amelander vervoerssysteem

### Wat betekent dit voor Ameland?

We zorgen ervoor dat de bezoeker zich gemakkelijk over het eiland kan bewegen, ondanks dat hij de auto niet mee heeft. Een fiets huren kan altijd. Maar we faciliteren ook met een goed functionerend (= makkelijk in gebruik) en duurzaam (= geen fossiele brandstof en bruikbaar voor lange termijn) vervoerssysteem op het eiland. Dit kan en mag ook best op een leuke, prikkelende manier. In de slipstream zijn het de Amelanders die meeprofiteren door minder auto's én meer mogelijkheden voor mobiliteit voor henzelf.

Voor de realisatie van een goed functionerend en duurzaam vervoerssysteem, gelden drie belangrijke uitgangspunten:

- I. Inzetbaar voor vervoersbehoefte van bezoeker én bewoner.
- II. Het is een lokaal Amelander vervoerssysteem. Dit betekent dat, waar mogelijk, voorkomen moet worden dat een externe deelmobiliteitspartij intrede doet op Ameland (en dus winsten wegvloeien). Tegelijkertijd staat een goed werkend en bruikbaar concept voorop.
- III. Er moeten duidelijke kaders worden opgesteld rondom deelmobiliteit: hoe veel, hoe lang, waar, welk type en welk systeem

De precieze uitwerking van het Amelander vervoerssysteem moet in de toekomst verder vorm krijgen. Dit kan variëren van een OV-strippenkaart tot specifieke type vervoersmiddelen. Ook kunnen op specifieke locaties of periodes pilots worden uitgevoerd. Maar is ook omgeven door vragen: betaalbaarheid, haalbaarheid of hoe om te gaan met vrachtverkeer, campers en caravans.

### Acties

- Opstellen Vervoersvisie met de volgende suggesties voor maatregelen:
  - Planten eerste zaadje voor Amelands Mobiliteitssysteem door organisatie kennisbijeenkomst
  - Opstellen visie deelmobiliteit dan wel verwerken in de vervoersvisie

### Aandachtspunten uitvoering

- De realisatie van deze kans is zonder meer een groeiproces. Van pilot tot systeemverandering vraagt visie, tijd en doorzettingsvermogen.
- Kritische succesfactor is samenwerking met huidige vervoerders, medewerking van ondernemers en adoptie door de markt. Klein beginnen (maar groot denken), goede contacten, mee durven te bewegen en écht samenwerken aan oplossingen zorgt hierbij voor positieve energie.



## Draagkracht: 'Ameland beseft dat toerisme een middel is om 'Ameland' te blijven': Trots op ons toerisme

### Wat willen we?

De draagkracht van Ameland voor toerisme staat onder druk (meer auto's, hoge druk op de natuur, tekort aan arbeidskrachten) en in het verlengde daarvan begint het draagvlak voor toerisme op Ameland scheuren te vertonen bij bewoners. In 2032 is iedere inwoner en ondernemer trots(er) op ons eigen toeristisch product Ameland. Dat kan alleen als samengewerkt wordt om de negatief beleefde effecten te dempen en de positieve effecten uit te lichten en te versterken. Toerisme is de stuwende kracht van de Amelandse economie.

We willen deze stuwende kracht toekomstbestendig maken: voldoende en gekwalificeerde medewerkers, gelukkige en gastvrije inwoners en daarmee blijde bezoekers die graag terugkomen. We zorgen ervoor dat

de stuwende economie kan blijven bijdragen aan datgene wat voor Ameland(ers) belangrijk is: brede welvaart, blijvend financieel draagvlak voor een veelheid aan basisvoorzieningen zoals zorg, onderwijs, detailhandel en infrastructuur. En bovenal een fijne plek om te wonen. Dus behoud en verdere verbetering van voldoende, gevarieerd en betaalbaar wonen. Waar je geniet van de rust en waar voldoende te doen is voor degenen die daar naar op zoek zijn. Zo blijven we echt Ameland.

### Hoe gaan we dit bereiken?

Drukke(ervaring) is locatie- en tijdsgebonden. In onze aanpak richten we ons op waar en wanneer het nu het meeste knelt en creëren daar oplossingen. Zo werken we beetje bij beetje aan een positiever sentiment en hogere tolerantie rondom toerisme. Voor ondernemers vormt het verkrijgen van voldoende (gekwalificeerde) medewerkers het grootste knelpunt. Een landelijk probleem, maar op Ameland versterkt door het gebrek aan mogelijkheden voor huisvesting. Er is geen heilige graal. Maar het is cruciaal om medewerkers te binden en daarmee als ondernemer de kwaliteit te leveren die de gast verdient. Om het doel van vergrootte trots op ons toerisme te bereiken, focussen we ons de komende jaren onder dit doel op twee speerpunten:

1. 'Dempen' van de drukte en druktebeleving
2. Werkers wonen op Ameland



## Draagkracht: 'Ameland beseft dat toerisme een middel is om 'Ameland' te blijven'

### Kans 8: 'Dempen' van de drukte en druktebeleving

Wat betekent dit voor Ameland?

Het eiland wordt intensiever gebruikt, mede door de vele bewegingen van de gasten. We gaan deze drukte 'dempen' door te focussen op knelpunten en drukke hotspots en momenten. Hierbij geldt als uitgangspunt: We (dus iedereen, gemeente, ondernemers, bewoners) hebben allemaal een stukje verantwoordelijkheid in het dempen van drukte en druktebeleving.

We (h)erkennen dat de toegenomen druk zich concentreert op drie gebieden:

- **Auto's en verkeer.** Een groot deel hiervan is verkeer-gerelateerd en heeft te maken met de kleinschalige fysieke ruimte. Snelheidsverschillen, kwetsbaarheid en verkeersdruk leiden tot een onprettig gevoel en irritaties bij bewoners en bezoekers. De komende jaren wordt aan de hand van de vervoersvisie (en bijbehorende knelpuntenkaart en maatregelen) de ervaren druktebeleving op het gebied van verkeer op Ameland gedempt. Hierin dient aandacht te zijn voor prettige en veilige verkeerssituaties in en rondom de centra, niet onnodig belasten van de natuur, keuze voor duurzame oplossingen en materialen. Tenslotte helpt het om duidelijke locaties voor maatregelen aan te wijzen, waarbij geldt: ruimte bieden en scheiden waar mogelijk en luw maken waar nodig. Met het streefbeeld van de comfortabele reis wordt daarbij ook gewerkt aan een autoluw eiland voor bezoekers.

- **Drukke en overlast in de kernen.** Een te groot aantal bezoekers kan leiden tot overlast in de kernen. Zowel overdag als 's avonds. Deze overlast willen we voorkomen. bewoners, ondernemers en gemeente gaan samen zoeken naar oplossingen hiervoor in de vorm van bijvoorbeeld pilots of gebiedsafspraken. Soms zijn oplossingen simpel, soms vraagt het meer inzet van verschillende partners.
- **Evenementen.** Evenementen leggen periodiek hoge druk op het eiland (zowel voor inwoners als natuur). Dit gaat gemeente met betrokkenen kritisch heroverwegen door het herijken van de evenementenbeleid. Uitgangspunt is dat dit beleid aansluit bij de kernwaarden en uitgangspunten in deze toeristische visie (en bijvoorbeeld het op te stellen recreatiezoneringsplan). Zie actieprogramma voor de belangrijkste uitgangspunten.

#### Acties

- Opstellen collectieve ondernemersafspraken (bijvoorbeeld introduceren en werken volgens gebiedsconvenant kernen, reductie (e-)voertuigen, mobiel nummer voor overlast, (vrijwillige) gebiedsmanager- en conciërge)
- Nader uitwerken evenementenbeleid en vertalen in beleidsregels
- Monitoring en inzicht drukte
- Duidelijke stop op nieuwe verblijfsrecreatie doorvertalen in beleid (reeds uitgewerkt in 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie')

## Draagkracht: 'Ameland beseft dat toerisme een middel is om 'Ameland' te blijven'

### Kans 9: 'Werkers wonen op Ameland'

Wat betekent dit voor Ameland?

We zijn niet alleen gastvrij naar bezoekers. We zijn wellicht nog meer gastvrij naar mensen die op ons eiland willen werken en vanzelfsprekend moeten die hier ook fatsoenlijk kunnen wonen. Dit draagt ook bij aan de levendigheid, vult de scholen, verrijkt het winkelbezoek in de winter en verbetert onze service naar gasten toe. Dus voor wie hier komt werken maken we gastvrij plaats. Of zoals in de woonvisie is opgenomen: "Het is van economisch belang om hen goede woonruimte te bieden en hen te binden voor continuïteit in de bedrijfsvoering". Bovendien: het is een kans om het eiland te laten 'verjongen'. Hierbij zoeken we naar een goede balans in belangen van werkgevers, werknemers, omgeving en gemeenschap.

De gemeente werkt aan een aparte notitie over de aanpak van huisvesting van personeel (vast en seizoen), waarin enerzijds wordt gestuurd op kortetermijnoplossingen, maar tegelijkertijd ook op een langetermijnaanpak. Daarin staat het permanent oplossen van het (tijdelijk) huisvesten van personeel centraal.

Primair ligt de verantwoordelijkheid voor realisatie van huisvesting bij de werkgevers en stelt de gemeente de ruimtelijke kaders. Om tot een duurzame langtermijn oplossing van het personeelshuisvestingsvraagstuk te komen, is commitment en inzet van alle betrokken partijen van groot belang. Het is aan te raden dat de gemeente hierin een duidelijke positie inneemt. Een vastgestelde notitie zal deze duidelijkheid moeten bieden.

Ook ligt er een kans in het omzetten van '(niet vitale) toeristische-bedden' naar 'medewerkers-bedden' van goede kwaliteit.

Acties

- Vaststellen duidelijke gemeentelijke rol in vraagstuk personeelshuisvesting (in ieder geval bevorderen particuliere/bedrijfsmatige initiatieven voor flexibele en tijdelijke huisvesting, stimuleren doorstroom, meedenken huisvestingsoplossingen voor werken/leren bij de Ameland Academy en een verkenning voor flexibele concepten).
- Attenderen ondernemers op huidige mogelijkheden

Aandachtspunten uitvoering

- Goed zicht op de personeelshuisvestingsopgave (kwalitatief en kwantitatief)
- Personeelsbedden moeten van goede kwaliteit zijn. Tegelijkertijd moet het ook betaalbaar blijven voor werkgevers.
- Naast het GWA kunnen met expertisecentra zoals Expertisecentrum Flexwonen passende en vernieuwende woonvormen worden verkend.
- Het is gewenst dat er ook gefaciliteerd wordt in woonruimte voor deelnemers van leer/werktrajecten zoals via de Ameland Academy.



## Menselijk handelen: Van winst-maximalisatie naar eiland-optimalisatie

### Wat willen we?

Er is een breed besef dat groei niet oneindig door kan gaan. In het samenspel van people-planet-profit is onze economie en toerisme op Ameland nu sterk op profit gericht. Het langetermijnperspectief is om toe te werken naar een systeemverandering. Van een model waar het resultaat van toerisme met name terecht komt onder profit (en daarbij deels ook nog eens wegvloeit naar niet-Amelandse partijen) naar een gebalanceerd model waar het resultaat van toerisme:

- Zoveel mogelijk ten goede komt aan de Amelander economie en bewoners (profit)
- Bijdraagt aan maatschappelijke opgaven op Ameland (people)
- Bijdraagt aan gezonde natuur op Ameland en omgeving (planet)

We kunnen echter maar beperkt sturen op externe ontwikkelingen zoals (vrije markt-) economie en trends en ontwikkelingen. Dit vraagt dat we constant kijken naar wat mogelijk is binnen deze ontwikkelingen en het juiste klimaat creëren om te werken aan dit langetermijnperspectief.

### Hoe gaan we dit bereiken?

Het vraagt leiderschap van iedereen die begaan is met Ameland om te voorkomen dat het eiland 'tussen de vingers wegglipt aan partijen die met name economisch gedreven zijn'. De interne verbondenheid op het eiland biedt een grote kans om samen op Ameland concrete maatregelen mogelijk te maken, die op andere plekken in Nederland en de wereld onmogelijk zijn. In feite gaat het om 'Modern Amelands Rentmeesterschap'.

Met andere woorden: toerisme is niet alleen een middel om geld te verdienen. Toerisme is een middel om ons mooie eiland, de leefbaarheid en natuur in stand te houden. En als dit betekent dat er iets minder wordt verdiend dan vinden we dat minder erg.

Maatschappelijk en ecologisch rendement gaat voor ons zwaarder wegen dan het nu doet. Om dit langetermijnperspectief te bereiken focussen we ons de komende jaren onder dit doel op drie speerpunten:

1. Op weg naar het meest duurzaam toeristisch Waddeneiland
2. Grip op investeringen van buitenaf
3. Ameland als dé plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap



## Menselijk handelen: 'Van winstmaximalisatie naar eiland-optimalisatie'

# Kans 10: Op weg naar het meest duurzaam toeristisch Waddeneiland

### Wat betekent dit voor Ameland?

Er zijn al veel goede voorbeelden rond duurzaamheid op Ameland en dit willen we versterken. Want duurzaamheid is een 'waarde' van de toekomst<sup>9</sup>. Deze ambitie uit zich in de hoogste score voor de Green Destinations - Quality Coast. Toekomstige gasten willen dat voorzichtig met de wereld wordt omgesprongen en wij laten zien hoe dat op Ameland gebeurt. Daarnaast leidt verduurzaming vaak ook tot lagere kosten op de langere termijn. En dus meer rendement, zowel economisch als ecologisch.

Duurzaamheid 'op z'n Amelands' betekent dat we onze eigen oplossingen bedenken. Met een eigen aanpak rond duurzame stroom, (evenementen)afval, Amelander producten en zelfvoorzienendheid. Hierbij durven we wel te leren van succesvoorbeelden elders. Sterker nog: we zetten de deur open voor experimenten op Ameland. Uitgangspunt is dat het experiment uiteindelijk ook toepasbaar en nuttig is voor Ameland.

Alles staat of valt met gedrag van ondernemer, bewoner, bezoeker en gemeente. Er is geen one-size-fits-all aanpak om deze ambitie in een klap waar te maken. Uitgangspunt is: goed voorbeeld doet volgen. Hiermee spreken we ook de jonge bewuste doel- of volggroep van morgen aan.

### Acties

- Continueren deelname green destinations / Quality Coast
- Ameland blijven openstellen en profileren als dé (inter)nationale proeflocatie voor duurzame (toeristische) experimenten. Met hierbij bijvoorbeeld de inrichting van een 'denktank'.
- Verkenning met ondernemers voor mogelijkheden (en behoefte) voor verduurzaming
- Versnellen verduurzamen gebouwen

### Aandachtspunten uitvoering

- De bal voor verduurzaming van het toeristisch product ligt voor een groot deel bij de ondernemer. Als gemeente willen en kunnen we niet op de stoel van de ondernemer gaan zitten.
- Als gemeente dragen we dit streefbeeld uit en staan positief tegenover initiatieven die bijdragen aan dit streefbeeld. Dit betekent dat we beleidsmatig de ruimte nemen om af te wijken van beleid als het initiatief bijdraagt aan dit streefbeeld.

<sup>9</sup> *Onder duurzaam verstaan we: Alle ontwikkelingen die op technologisch, economisch, ecologisch, politiek of sociaal vlak bijdragen aan een gezonde aarde met welvarende bewoners en goed functionerende ecosystemen, zijn duurzaam. (bron: CBS.nl)*

# Menselijk handelen: 'Van winstmaximalisatie naar eiland-optimalisatie'

## Kans 11: Grip op investeringen van buitenaf

### Wat betekent dit voor Ameland?

Als we willen voorkomen dat de bedrijven in handen vallen van grote investeerders (Capital investment), moeten we als Ameland zelf zorgen voor meer grip. Als we de markt ongeremd haar werk laten doen, dan gaat het soms mis. Dan loopt Ameland het risico om (nog meer) een aantrekkelijke investeringslocatie te worden voor vastgoedpartijen en grote investeerders.

Een indirecte manier van het verkrijgen en behouden van grip op ons eiland zijn het aanjagen van 'Amelandse' ondernemersvormen die kunnen en willen redeneren vanuit het eilandbelang, zoals coöperaties, verenigingen of stichtingen.

De gemeente heeft de afgelopen jaren op tal van terreinen het beleid aangescherpt. Te denken valt aan het uitpondingsverbod, de verplichting tot bedrijfsmatige exploitatie, het aanscherpen bestemmingsplannen de aanscherpingen van beleid (o.a. functiewijzigingen groepsverblijven), voorbereidingsbesluiten (o.a. kelderbesluit) en meer handhaving. De gemeente moet binnen de mogelijkheden blijvend kijken naar beleidsaanscherpingen die bijdragen aan eiland-optimalisatie en ongewenste ontwikkelingen tegen gaan of inperken. (publiekrecht)

Daarnaast zou de gemeente kunnen overwegen om net als bij de woningbouw een actieve rol in te nemen bij bepaalde kansen, bedreigingen of ontwikkelingen in de (recreatieve) markt (privaatrecht).

### Acties

- Overwegen actiever grond-/vastgoedbeleid binnen duidelijke kaders en met heldere doelen
- Verkennen Amelandse exploitatiemaatschappij of coöperatie.
- Mogelijke 'check gesprekken' met maatschappelijke stichtingen over borgingen tegen ongewenste ontwikkelingen.

### Aandachtspunten uitvoering

- We willen zorgvuldig omgaan met invloed op de markt. Dit vraagt een zorgvuldige keuze in publiekrechtelijke instrumenten en privaatrechtelijke instrumenten. En ook het inzetten van instrumenten waar ze daadwerkelijk voor bedoeld zijn.



## Menselijk handelen: 'Van winstmaximalisatie naar eiland-optimalisatie'

# 12: Ameland als dé plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

### Wat betekent dit voor Ameland?

Met 'maatschappelijk toeristisch ondernemerschap' zetten we toerisme in als middel om de leefbaarheid te vergroten en bij te dragen aan sociale en natuurlijke kwaliteit. De noodzaak en behoefte hiervoor is groot en kansrijk en willen het dan ook echt anders gaan doen op Ameland. Als eiland zitten we in een ideale uitgangspositie om (inter)nationaal koploper te zijn op het gebied van modern rentmeesterschap. Bewoners, ondernemers, overheid en onderwijs staan namelijk dicht bij elkaar. Ondernemers met een maatschappelijk doel centraal én een goed businessmodel zijn de winnaars van morgen. Op Ameland willen we uitblinken met dit type ondernemingen.

Maatschappelijk ondernemerschap is méér dan maatschappelijk verantwoord ondernemen: het is het centraal stellen van een maatschappelijk of ecologisch doel als kern van het bedrijf. Gericht op balans in plaats van consumeren.

Er is (nog) geen bestemming in Nederland die de focus heeft op 'maatschappelijk toeristisch ondernemerschap'. De basis is goed: Er zijn al goede voorbeelden van dit type ondernemingen op Ameland, maar we willen hier echt op excelleren. Goed voor eiland én portemonnee. We zien graag dat Amelandse toeristische ondernemers groeien en een maatschappelijke bijdrage leveren. Ondernemerschap van buitenaf, dat aansluit bij deze maatschappelijke missie is van harte welkom op ons eiland.

**Van 'consumptie' (van buiten naar binnen) naar 'bewust' (van binnen naar buiten)**  
*Hoe een camping met tennisbaan, amfitheater, minigolf, treintje, familierestaurant, snackbar en animatieteam omgetoverd wordt tot een natuurlijk verblijf en recreatiegebied. Dat is het verhaal van 'Ons Buiten' in Oostkapelle.*

De oplossing bij het plan om de levensvatbaarheid van Ons Buiten veilig te stellen, was een uitbreiding van de wellness en de sauna om zo ook in het voor- en naseizoen inkomsten te genereren. Deze consumptieve groei vroeg om veel investering en hoge druk voor de ondernemer. Geen fijn gevoel en het roer moest om. Ondersteund door IMPULS Zeeland en diep gravend naar de 'waarom' van de onderneming en het ondernemerschap, werd besloten het helemaal anders te doen: "Consumptie is van 'buiten naar binnen'. Wij inspireren mensen om 'van binnen naar buiten te gaan' " en zo bij te dragen aan duurzaam geluk.

Maatschappelijk verantwoorde keuzes staan nu in het hart van de onderneming. Regionale- en seizoensproducten, keuzes die bijdragen aan biodiversiteit en circulaire materialen. Geen focus op leeftijd of doelgroep, maar focus op balans en toekomstbestendigheid. Zo word je gekozen door bezoeker én werknemer. Inmiddels wordt de ondernemer uitgenodigd op trendcongressen, wordt er volop maar duurzaam geïnvesteerd en is zelfs de Koningin op bezoek geweest.

(bron: geïnspireerd op 'wantij', juli 2021)



## Menselijk handelen: 'Van winstmaximalisatie naar eiland-optimalisatie'

# 12: Ameland als dé plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

Maatschappelijk toeristisch ondernemerschap kan vanuit / op eigen onderneming of evenement (zie kader vorige pagina), maar natuurlijk ook in verbinding met de omgeving. Kansrijk voor Ameland zijn initiatieven die bijdragen aan bijvoorbeeld het tegengaan van eenzaamheid onder ouderen, zorgen voor levendigheid voor jongeren, werk bieden voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt (wat ook bijdraagt aan reduceren van kosten voor sociaal domein), bijdragen aan betaalbare bereikbaarheid, het aantrekken van doelgroepen die niet automatisch door een A-locatie als Ameland bediend worden en/of toerisme inzetten voor regeneratieve doeleinden zoals natuurconservering of -herstel.

Naast ondernemers kan ook de overheid hierin haar steentje bijdragen. Op de eerste plaats door zelf het goede voorbeeld te geven en ruimte te bieden voor goede initiatieven. Op de tweede plaats kan er op een frisse en positieve manier worden omgegaan met ongewenst/illegal gedrag van gasten. Zo maar een gedachte-experiment: handhavers op Ameland gaan mensen (gast en bewoner) die een overtreding begaan de keuze geven: boete/bekeuring ontvangen, of het boetebedrag te doneren aan een goed Amelands doel of initiatief.

Dit type ondernemingen trekt de nieuwe gast aan die we graag aan ons binden: groen, duurzaam, maatschappelijk betrokken, oog voor omgeving.

### Acties

- Project versterken lokaal maatschappelijk toerisme Ameland
- Ontwikkelen profileringsstrategie voor uitdragen profiel lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

### Aandachtspunten uitvoering

- De exacte uitwerking van dit streefbeeld is ingewikkeld en vraagt tijd. Afhankelijk van de wensen van ondernemers, gemeente en andere betrokken partners kijken we samen wat mogelijk is.
- De wens dat dit type ondernemerschap floreert op Ameland maakt echter niet dat ondernemerschap dat puur gericht is op economisch rendement buiten de deur kan worden gehouden.
- Lokaal maatschappelijk ondernemen krijgt steeds meer aandacht. Echter staat de beleidsmatige en financiële infrastructuur nog in de kinderschoenen. De gemeente denkt hierin vraaggericht mee en verbindt ondernemers met kennis en middelen van buitenaf. Financiering en regelgeving zijn de twee grootste barrières waar maatschappelijke ondernemers tegenaan lopen. We benutten faciliteiten die YnBusiness, de provincie en het Rijk hiertoe bieden. Het Rijk heeft in 2020 koers gezet om maatschappelijke ondernemers te versterken in de vorm van een landelijke strategie. Dit is een stroom waar we in mee willen, maar op z'n Amelands.

*Bestaande voorbeelden op Ameland: Jutbakken en het Landbouw-Juttermuseum, STAM die werk biedt aan mensen met afstand tot de arbeidsmarkt en diverse vrijwilligersprojecten*

## 3.6 Doelgroepen (kans 13)

Voor wie is Ameland relevant? Wie zijn de kerndoelgroepen van Ameland?

### **Uitgangspunt: van doelgroep naar volggroep**

Iedereen die zich aangesproken voelt door de identiteit van Ameland behoort tot de 'doelgroep'. Feitelijk gaat het niet om een 'doelgroep' maar om een 'volggroep'. Het is een schare fans die zich aangetrokken voelt door de cultuur, mentaliteit en natuur. Mensen die dit niet aanspreekt, hoeven niet naar Ameland te komen.

Fans van Ameland worden aangetrokken door datgene wat Ameland te bieden heeft. Kenmerken van volgers zijn: stoer, puur, niet bang voor slecht weer, respectvol, duurzaam en betrokken. Deze kernwaarden staan los van klassieke segmentering op leeftijd, afkomst, samenstelling. Nieuwe Ameland-fans ontstaan ook onder jonge(re) bezoekers die worden aangetrokken door het duurzame profiel en maatschappelijke ondernemingen en aanbod. Het zijn allemaal mensen die dit schitterende eiland in de Waddenzee in hun hart hebben gesloten of zullen sluiten.

### **Strategie: versterken fanbase**

De huidige en toekomstige (sociale) media zijn één op één bruikbaar voor strategie die zicht richt op volggroepen. Ameland kan zich daarmee vooral richten op het versterken van haar 'fan-base'. Deze is al groot en toegewijd. We laten vooral hen ons verhaal vertellen. Voor de nieuwe groene duurzame bezoeker gaan we gericht op zoek naar manieren om deze aan ons te binden. Bijvoorbeeld door het aanspreken van niches (extreem gerichte benadering van potentiële bezoekers), bij Ameland passende content-makers en verhalenvertellers of (kleinschalig en passend) evenementenaanbod. Hierbij is het zaak dat Amelands aanbod met echte verhalen het makkelijk maakt voor deze bezoekers om content te maken en deze verhalen te vertellen. Acties staan opgenomen in het actieprogramma onder 'kans 13: Integrale benadering van promotie, voorlichting, bewustwording, gastheerschap en toeristeninformatie'

### **Ameland is meer dan een merk**

Het is gebruikelijk binnen destiniatiemarketing om gebieden als een 'merk' te zien. Daarbij past een marketingstrategie, in essentie gebaseerd op 'de 4-p's' (Product, Prijs, Plaats en Promotie). Deze benadering is goed toepasbaar, maar loopt op een aantal zaken spaak voor Ameland.

Ameland is namelijk veel meer dan alleen product, prijs, plaats en promotie. Ameland is een gevoel, identiteit, veranderlijk en een stuk eigenzinnig Nederland, omringd door water, met een eigen cultuur en een kenmerkende tikkeltje onafhankelijke leefwijze. Met natuur die je raakt, vergezichten vol schone lucht en soms dreigende wolken. Ameland heeft een eigen vorm van gastvrijheid die voortkomt uit de lokale bevolking. Daarmee is het geen cliché 'fast moving consumer good'. Het is een bestemming waar gevoel, beleving, mentaliteit en sfeer de boventoon voert.

Om die reden is een uitgekiende selectie van passende mediapartners cruciaal. Partners die eveneens stoer, puur, duurzaam, onafhankelijk oprecht en betrokken zijn.

# Samengevat geldt voor toerisme op Ameland in 2032 dat:

Zoals in de hoofdstuk 1 toegelicht vormt centrale vraag voor deze visie:

*“Hoe moet het toerisme op Ameland zich duurzaam ontwikkelen, zodat het de cruciale bijdrage kan blijven leveren aan de Amelandse economie en leefbaarheid?”*

Met daarbij een set aan subdoelstellingen. Het benutten van de verschillende speerpunten rondom toerisme op Ameland draagt op diverse vlakken en manieren bij aan deze doelstellingen. Samengevat geldt:

**Drukke wordt verminderd door:**

- Kans 2. Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)
- Kans 5. Bezoekers met auto's worden zeldzaam
- Kans 6. Bagagevervoer van achterbak tot slaapkamer
- Kans 7. Een lokaal Amelandse vervoerssysteem
- Kans 8. 'Dempen' van de drukte en druktebeleving

**De bereikbaarheid wordt verbeterd door:**

- Kans 5. Bezoekers met auto's worden zeldzaam
- Kans 6. Bagagevervoer van achterbak tot slaapkamer
- Kans 7. Een lokaal Amelandse vervoerssysteem

**Vernieuwing wordt gestimuleerd door:**

- Kans 1. Passie voor vernieuwende concepten
- Kans 2. Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)
- Kans 3. Natuur voorop
- Kans 4. Amelandse Service
- Kans 5. Bezoekers met auto's worden zeldzaam
- Kans 6. Bagagevervoer van achterbak tot slaapkamer
- Kans 7. Een lokaal Amelandse vervoerssysteem
- Kans 10. Meest duurzame eiland van de Wadden
- Kans 12. Ameland als de plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

**Personeelsprobleem wordt aangepakt door**

- Kans 1. Passie voor vernieuwende concepten
- Kans 9. Werkers wonen op Ameland

**Grip op ontwikkelingen van investeerders en projectontwikkelaars door:**

- Kans 11. Grip op investeringen van buitenaf
- Kans 12. Ameland als de plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

# Samengevat geldt voor toerisme op Ameland in 2032 dat:

## Verduurzaming wordt gestimuleerd door:

- Kans 1. Passie voor vernieuwende concepten
- Kans 2. Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)
- Kans 3. Natuur voorop
- Kans 5. Bezoekers met auto's worden zeldzaam
- Kans 7. Een lokaal Amelanders vervoerssysteem
- Kans 10. Meest duurzame eiland van de Wadden
- Kans 12. Ameland als de plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

## Kwaliteit van natuur wordt behouden en verbeterd door:

- Kans 3. Natuur voorop
- Kans 5. Bezoekers met auto's worden zeldzaam
- Kans 8. 'Dempen' van de drukte en druktebeleving
- Kans 10. Meest duurzame eiland van de Wadden
- Kans 12. Ameland als de plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

## Aantrekken bezoekers die passen bij Ameland door:

- Kans 1. Passie voor vernieuwende concepten
- Kans 4. Amelanders Service
- Kans 10. Meest duurzame eiland van de Wadden
- Kans 13. Integrale benadering van promotie, voorlichting, Kans bewustwording, gastheerschap en toeristeninformatie

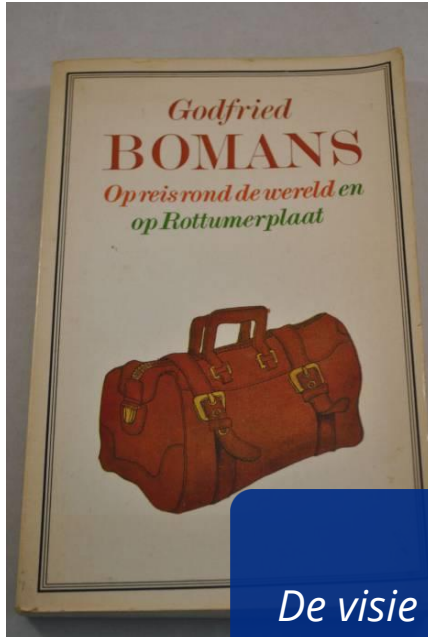
## We blijven Amelanders door:

- Kans 4. Amelanders Service
- Kans 3. Natuur voorop
- Kans 9. Werkers wonen op Ameland
- Kans 11. Grip op investeringen van buitenaf
- Kans 12. Ameland als de plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap

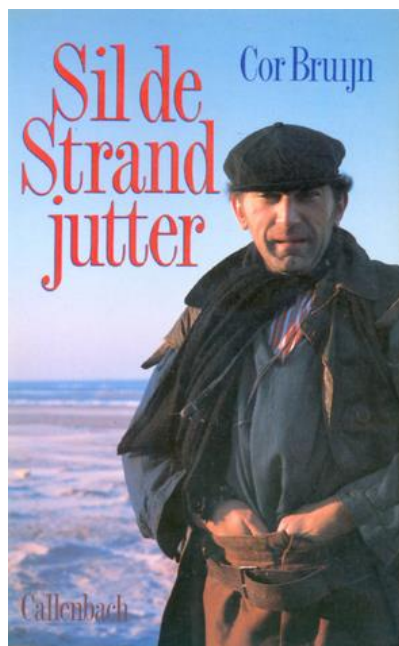


04

# Actieprogramma



*De visie en het actieprogramma vormen geen blauwdruk, maar kunnen meebewegen over tijd*



## 4.1 Inleiding

Het vorige hoofdstuk geeft per kans aan wat we willen bereiken en welke keuzes bij deze ambities aansluiten. Op basis van input van ondernemers, stakeholders en bewoners tijdens de diverse bijeenkomsten is bepaald welke acties nodig zijn voor het benutten van de verschillende kansen<sup>10</sup>. Centraal staat dat de verschillende acties er aan bijdragen om een beweging op gang te brengen binnen de kans. Deze visie en met name het actieprogramma vormt dan ook geen blauwdruk: over tijd kunnen benodigde acties worden aangescherpt, herijkt, verwijderd of toegevoegd worden. Op basis van waar energie bij partijen zit en we resultaten boeken.

Dit hoofdstuk vormt het actieprogramma. Per kans zijn verschillende acties geformuleerd, waarlangs we de komende jaren uitvoering gaan geven aan deze toeristische visie. Naast een korte toelichting, is per actie aangegeven wat het type actie is, wat de beoogde uitvoeringstermijn is, wie initiator/verantwoordelijke is en wat de rol van de gemeente is. De actiepunten zijn zo opgesteld dat ze naast de inhoud ook bijdragen aan het versterken van de onderlinge samenwerking tussen ondernemers, stakeholders en gemeente. Alleen samen kunnen we bouwen aan een toeristisch Ameland in balans.

Figuur: suggesties voor boeken bij karaktervolle logiesaccommodaties met bijv. boeken die het eilandgevoel vergroten. Soms een klassieker en soms een onverwachte parel

<sup>10</sup> De acties onder 'Doelgroepen' vallen onder het gewaagde doel 'Menselijk handelen' en zijn benoemd als '13. Integrale benadering van promotie, voorlichting, bewustwording, gastheerschap en toeristeninformatie'

## Diversiteit: 'Gevarieerd en karaktervol aanbod, passend bij Ameland'

KANS	ACTIE	TYPE ACTIE: VERKENNING; BELEIDSACTIE; UITVOERING; LOBBY	UITVOERING FASERING				VERANTWOORDELIJKE/ INITIATOR	ROL GEMEENTE (ADVISEREN, VERBINDEN, ORGANISEREN, ONDERZOEKEN, UITVOEREN)
			'22	'23	'24	>'25		
1. Passie voor vernieuwende concepten	Continueren (jaarlijks) werkbezoek inspirerende locaties met ondernemers en gemeente samen	uitvoering		doorlopend			VV en gemeente	mede organiseren
	<b>Verbinden van initiatiefnemers met deskundigen 'om van een goed plan naar uitstekend plan te groeien'</b> . Waarbij gemeente nadrukkelijk een informatie- en doorverwijsrol inneemt. Hierbij verbinden we ondernemers en initiatiefnemers waar nodig aan deskundigen (afhankelijk van het vraagstuk binnen het gemeentehuis of erbuiten zoals YnBusiness en andere deskundigen) om zo samen van een goed plan een uitstekend plan te maken. Ook passende vitaliteitsinstrumenten uit het Fries Actieplan Vitale Logiesaccommodaties kunnen hierbij door ondernemers worden benut, zoals het expert-team en turnaround door netwerklere	uitvoering		doorlopend			Ondernemers	verbinden (en adviseren)
	<b>Versterken concepten door verbinden ondernemers met Waddencampus</b> . Naast studenten mee te laten denken over opgaven waar gemeente en terrein behorende organisaties voor staan, kunnen studenten ook een verfrissende blik bieden op concepten of opgaven waar ondernemers voor staan. We dagen ondernemers uit om vraagstukken in te dienen.	uitvoering	x	x	x	x	Ondernemers	verbinden (en adviseren)
	<b>Ondersteuning aanbieden door projecttafel voor: functieverandering niet-vitaal (verblijfs)aanbod tot passende nieuwe functie en concepten</b> Dit kenmerkt zich door maatwerkondersteuning. Het accent ligt hierbij op niet-vitale accommodaties. Intern bij de gemeente wordt een integrale projecttafel transformatie ingericht, welke casusgericht transformaties begeleidt op het moment dat initiatieven zich aandienen.	uitvoering	x	x	x		Gemeente	actief adviseren, verbinden, uitvoeren
2. Hoge eisen aan verblijfsrecreatie(plannen)	<b>Intrekken oude Nota Verblijfsrecreatie, opstellen nieuwe 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie' op basis van de uitgangspunten van deze toeristische visie.</b>	beleidsactie	x				Gemeente	uitvoeren
	<b>Verkenning registratieplicht kleinschalige logiesaccommodaties</b> onder de Wet toeristische verhuur van woonruimte om zo zicht te krijgen op mate van verhuur en het tegengaan van illegale verhuur.	Uitvoering		x	x		Gemeente	uitvoeren
3. Natuur voorop	<b>Creëren goede balans voor natuur te beschermen en te beleven door ontwikkeling recreatiezoneringsplan Ameland</b> met hierin een recreatiezoneringskaart (waar meer nadruk op recreatie en waar meer nadruk op natuur) en eventueel recreatiezonerings-maatregelen (ten behoeve van recreatie en/of natuur). Zoals info voor bezoekers, van begeistering naar bescherming of gebiedsgewijze natuurontwikkelplannen.	beleidsactie		x	x		Gemeente	organiseren
	<b>Opnemen eis in 'Beleidsregels Verblijfsrecreatie'</b> en in andere relevante beleidsvelden om aanvragen te voorzien van een natuurparagraaf	beleidsactie	x	x			Gemeente	uitvoeren
	<b>Natuur en biodiversiteit prominente plek bij alle gemeentelijke beleidsplannen en fysieke ingrepen.</b> Gemeente geeft hierin goede voorbeeld en verwacht dit ook van alle andere partijen waaraan gemeente medewerking verleent.	beleidsactie		doorlopend			Gemeente	uitvoeren (en adviseren)
4. Amelander Service	<b>Opstellen collectieve ondernemersafspraken</b> waarbij Amelander ondernemers vanuit een gedeeld belang afspraken maken. Dit kan gaan over openingstijden, positief beïnvloeden bezoekersgedrag, lokale inkoop, ruimte voor experimenten, transport of gezamenlijke inkoop. Hierbij kan ook per dorp/gebied gedifferentieerd worden op serviceniveau.	uitvoering	x	x			Ondernemers- (collectieven)	adviseren
	<b>Verbeteren 'Toegankelijkheid'</b> , waarbij de stand van zaken 'Ameland voor iedereen' wordt geëvalueerd en eventueel hierop een collectief actieplan ontwikkelen (in samenspraak met relevante organisaties).	uitvoering		x	x		Gemeente	uitvoeren



**Verbondenheid: 'Een comfortabele reis van Holwerd naar Ameland en vice versa'**

KANS	ACTIE	TYPE ACTIE: VERKENNING; BELEIDSACTIE; UITVOERING; LOBBY	UITVOERING FASERING				VERANTWOORDELIJKE/ INITIATOR	ROL GEMEENTE (ADVISEREN, VERBINDEN, ORGANISEREN, ONDERZOEKEN, UITVOEREN)	
			'22	'23	'24	>'25			
5. Bezoekers met auto's worden zeldzaam	<b>Opstellen Vervoersvisie met de volgende suggesties als specifieke maatregelen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uitvoeren onderzoek benchmark vervoersmethodieken op andere Waddeneilanden of andere vergelijkbare plekken in de wereld. Vanaf hier worden best-practices voor Ameland gedefinieerd, welke als startpunt gelden voor de publiek-private samenwerking.</li> <li>Ontwikkelen publiek-private samenwerking 'Holwerd-Ameland-parkeren-boot'. Hoe realiseren we samen aantrekkelijke parkeervoorzieningen op het vaste land en comfortabel bagagevervoer naar en op Ameland (zie kans 6) zodat de bezoeker van Ameland alleen nog maar zonder auto de oversteek wil maken? Startpunt is dat we met elkaar om tafel en op zoek gaan naar hoe deze uitdagende vraag een win-winsituatie kan opleveren voor alle betrokken partijen.</li> <li>Ontwikkelen wortel-stok-preek-aanpak voor bezoekers. Naast aanpassingen op Ameland en samenwerking met betrokken partijen vormen bezoekers natuurlijk de kern van de oplossing. Hier ontwikkelen we een specifieke aanpak voor in de vorm van maatregelen rondom de wortel (verleiden, zoals financiële prikkels), de stok (verbieden en reguleren, zoals milieuzones voor dieselauto's) en de preek (communicatief, zoals campagnes en informatie). Waarbij de preek in lijn of aanvullend kan zijn met de maatregelen in de vervoersvisie. Het doel van deze aanpak is reductie van het aantal bezoekers dat de auto meeneemt.</li> </ul>								
				x	x	x	Gemeente	uitvoeren	
			uitvoering				Gemeente / concessienemer	organiseren en onderzoeken	
6. Bagagevervoer tot slaapkamer	<b>Opstellen Vervoersvisie met de volgende suggesties als specifieke maatregelen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analyse huidige situatie en belanghebbenden. Op deze manier komt de huidige versnipperde situatie in beeld. Wie doet wat, wanneer, waar is men tevreden over, wat knelt en wat levert het op?</li> <li>Inrichten gelegenheidswerkgroep welwillenden en sleutelpartijen welke wordt begeleidt door een onafhankelijke procesbegeleider. En verkennen de (on)mogelijkheden om tot aanpak en realisatie te komen. Startpunt is de analyse van de huidige situatie en het formuleren van gezamenlijke uitgangspunten.</li> <li>Opstellen en uitvoeren aanpak bagagevervoer van achterbak tot accommodatie</li> </ul>	Beleidsactie/lobby		x	x	x	Gemeente	uitvoeren	
7. Een lokaal Amelanders vervoerssysteem	<b>Opstellen Vervoersvisie met de volgende suggesties als specifieke maatregelen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planten eerste zaadje voor Amelands Mobiliteitssysteem door organisatie kennisbijeenkomst relevante vervoerders en externe experts.</li> <li>Opstellen visie deelmobiliteit dan wel verwerken in vervoersvisie waarmee wordt geanticipeerd op toename van deelconcepten. Kaderstellend en waarmee eventuele overlast (ongewenst parkeren, verschillende modaliteiten) wordt tegengegaan en wordt gestuurd op aantal, type, systeem en hubs.</li> </ul>	lobby	x	x	x	Gemeente	verbinden en organiseren		

## Draagkracht: 'Ameland beseft dat toerisme een middel is om 'Ameland' te blijven': Trots op ons toerisme

KANS	ACTIE	TYPE ACTIE: VERKENNING; BELEIDSACTIE; UITVOERING; LOBBY	UITVOERING FASERING				VERANTWOORDELIJKE/ INITIATOR	ROL GEMEENTE (ADVISEREN, VERBINDEN, ORGANISEREN, ONDERZOEKEN, UITVOEREN)
			'22	'23	'24	>'25		
8. 'Dempen' van de drukte en druktebeleving	<p><b>Opstellen collectieve ondernemersafspraken</b> waarbij gedacht kan worden aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduceren en werken volgens gebiedsconvenant. Geeft de mogelijkheid specifieke afspraken te maken met betrokken partijen in een gebied over specifieke vormen van overlast en ergernissen. Dit alles begint door met elkaar te spreken over knelpunten, maatregelen en successen waarbij afspraken kunnen worden gemaakt om de drukte- en overlastbeleving te dempen.</li> <li>• Inrichten van een mobiel nummer voor overlast en/of op toerbeurt centrum/gebiedsmanager- en conciërge (optioneel als onderdeel van gebiedsconvenant)</li> <li>• Gezamenlijk reduceren (e-)voertuigen fietsverhuurders</li> </ul>	uitvoering	doorlopend				Ondernemers / Bewoners-vertegenwoordiging	adviseren (waar nodig)
	<p><b>Nader uitwerken evenementenbeleid en vertalen in beleidsregels</b> waarbij de volgende kernwaarden gelden: ruimte voor vernieuwende concepten, actief, speels, buiten, beleven van bijzondere cultuur en natuur, passend bij de waarden van Ameland, kwaliteit, natuur voorop, Ameland service, duurzaam, maatschappelijke toegevoegde waarde, geen overlast leefomgeving, slimme oplossingen vervoer, goede spreiding over tijd en ruimte, inpasbaar in recreatiezoneringsplan, zo veel mogelijk rendement voor Amelandse partijen en inzet Amelandse diensten en personeel, aansluitend bij gewenste doelgroep Ameland of passende niches.</p>	beleidsactie		x			Gemeente	onderzoeken en uitvoeren
	<p><b>Monitoring en inzicht in drukte</b> door bijvoorbeeld inrichten online openbaar toerismedashboard met o.a. overzettingen voertuigen/passagiers veerdienst, verkeersbewegingen en zo mogelijk in de toekomst periodieke druktemonitor op hotspots op het eiland (bijvoorbeeld op basis van mobiele telefoon signalen)</p>	uitvoering		x	x		Gemeente i.s.m. concessienemer	organiseren (en onderzoeken)
	<p><b>Duidelijke stop op nieuwe verblijfsrecreatie doorvertalen in beleid</b>, maatregelen rondom 'overlast' (geluid, parkeren, fietsvoorzieningen etc.) en 'verdichting van bestaande recreatieve bestemmingen met nieuwe accommodaties wordt niet toegestaan'.</p>	beleidsactie	x				Gemeente	uitvoeren
	<p><b>Continueren adequate handhaving</b> en waar nodig uitbreiden op o.a. verkeer, alcohol en strijdige bewoning</p>	Uitvoering		doorlopend			Gemeente	uitvoeren
9. Werkers wonen op Ameland	<p><b>Vaststellen duidelijke gemeentelijke rol in vraagstuk huisvesting werkenden op Ameland</b>, uitwerken in project/beleid integrale aanpak personeelshuisvesting. Hierbij geldt in ieder geval het bevorderen van particuliere/bedrijfsmatige initiatieven voor flexibele en tijdelijke huisvesting, het behouden en waar nodig verder verbeteren van voldoende doorstroom van werkenden naar sociale huur, vrije huur en koopsector. Ook het overwegen om ruimte te bieden voor een flexibel concept (via vereniging of coöperatie) om pieken in personeelshuisvesting op te vangen, welke bijvoorbeeld in het dalseizoen als groepsaccommodatie kan fungeren. Tenslotte meedenken met huisvestingsoplossingen voor werken/leren bij Ameland Academy</p>	beleidsactie	x	x			Gemeente	onderzoeken (en uitvoeren)
	<p><b>Attenderen ondernemers op huidige mogelijkheden</b> en tijd die daarbij nodig is voor procedure voor tijdelijke vergunning seizoen 2023</p>	uitvoering	x				Gemeente i.s.m. ondernemers-collectieven	adviseren

## Menselijk handelen: 'Van winst-maximalisatie naar eiland-optimalisatie'

KANS	ACTIE	TYPE ACTIE: VERKENNING; BELEIDSACTIE; UITVOERING; LOBBY	UITVOERING FASERING				VERANTWOORDELIJKE/ INITIATOR	ROL GEMEENTE (ADVISEREN, VERBINDEN, ORGANISEREN, ONDERZOEKEN, UITVOEREN)
			'22	'23	'24	>'25		
10. Op weg naar het meest duurzaam toeristisch Waddeneiland	Continueren deelname Green destinations - Quality Coast als erkenning en onderscheiding duurzame bestemming	lobby	x			x	Gemeente	organiseren
	Ameland blijven openstellen en profileren als dé (inter)nationale proeflocatie voor duurzame (toeristische) experimenten. Gezien de gunstige schaal van Ameland, interne verbondenheid, koplopersrol en bestaande samenwerkingen (met bijvoorbeeld TNO, hogescholen en universiteiten) op het gebied van duurzaamheid (zowel op het gebied van energievoorziening, circulariteit als klimaatadaptatie) krijgen experimenten en proeven de ruimte op Ameland. Welke ook een positieve uitstraling hebben op bewoners en bezoekers. En toeristische denktank kan hierbij een eerste stap zijn.	lobby		doorlopend			Gemeente i.s.m. relevante partijen	adviseren en verbinden
	Verkenning mogelijkheden (en behoefte) voor verduurzaming met ondernemers met hierin zoeken naar maatregelen voor verduurzaming (bijv. bouwbesluit, terrasverwarmers, privé zwembaden, etc.). Hierin ook aandacht voor mogelijkheden van veilig en voldoende elektrisch laden bij logiesaccommodaties en duurzaamheidsmaatregelen bij logiesaccommodaties.	beleidsactie	x	x			Gemeente	onderzoeken (en uitvoeren)
	Versnellen verduurzamen gebouwen ook in de toeristische sector	uitvoering		doorlopend			Ondernemers	adviseren en verbinden
	Overwegen actiever grond-/vastgoedbeleid binnen duidelijke kaders en met heldere doelen waarin gemeente Ameland bijvoorbeeld niet-vitaal aanbod opkoopt en daarbij grip krijgt op de ontwikkeling en uitgifte van deze locaties, passend bij Ameland.	verkenning		x	x		Gemeente	onderzoeken
11. Grip op investeringen van buitenaf	Verkennen Amelandse exploitatiemaatschappij of coöperatie waar Amelanders en overheden een aandeel kunnen krijgen in de potentie die toerisme biedt. En rendement ook terecht komt bij inwoners van Ameland. Op Ameland zijn hier al goede voorbeelden van en dit kan verder worden uitgebouwd.	verkenning			x	x	Gemeente	organiseren en verbinden
	Mogelijke 'check gesprekken' met maatschappelijke stichtingen over borgingen tegen ongewenste ontwikkelingen.	uitvoering		x	x		Gemeente	Adviseren en uitvoeren
12. Ameland als de plek voor lokaal maatschappelijk toeristisch ondernemerschap	Project versterken lokaal maatschappelijk toerisme Ameland waarin ondernemers met maatschappelijke instanties op zoek gaan naar gezamenlijke kansen. Denkbare verbindingen zijn: zorg (zowel ouderen als mensen met beperking), jongerenwerk, scholen, sociaal domein, verenigingen, strandopruimacties, studentenvoorbeeld 'earn your coin' en natuurorganisaties. Ondersteuning voor ondernemers kan eventueel gevonden worden bij eerder genoemde projecttafel (speerpunt 1: passie voor vernieuwende concepten)	uitvoering		x	x	x	Ondernemers / maatschappelijke instanties	verbinden (en adviseren)
	Ontwikkelen profileringsstrategie voor uitdragen profiel maatschappelijk toeristisch ondernemerschap, richting bedrijven, kennisnetwerken- en instellingen. Zo gelden de goede voorbeelden die er al zijn op Ameland als mogelijke aanleiding voor het verwelkomen van bijvoorbeeld een expert-reis of mini-congres.	uitvoering	x	x			Gemeente / VVV	onderzoeken (en uitvoeren)
13. Integrale benadering van promotie, voorlichting, bewustwording, gastheerschap en toeristeninformatie	Actualisatie subsidierelatie gemeente-VVV op basis van 'Advies contractuele relatie gemeente Ameland – VVV – Samenwerking als basis'	uitvoering		x			Gemeente / VVV	uitvoeren
	Integreren campagne 'Liefde voor Ameland' met totale toeristische informatievoorziening, zowel VVV als andere toeristische bedrijven op basis van nieuwe waarden en uitgangspunten in toeristisch beleid	uitvoering		x		x	VVV	adviseren
	Marketingcampagne gericht op (jonge) groene duurzame toerist waarbij ondernemer en bezoeker de duurzame kracht van Ameland gaat uitdragen. Mond op mond en een zichzelf versterkend en inspirerend verhaal dat weer aanzet tot nieuwe initiatieven. Als onderdeel van de te actualiseren VVV-relatie.	uitvoering	x	x	x		VVV	adviseren



# 05

## Organisatie & middelen

### Organisatie & middelen

## 5.1 Organisatie en financiën

### Hoe gaan we de uitvoering samen realiseren?

We realiseren ons dat de ambitie hoog ligt. Aan de ene kant vormt deze visie houvast bij de beoordeling van nieuwe initiatieven: wat willen we wel en wat willen we juist niet. Tegelijkertijd vormt deze toeristische visie een belangrijk startpunt om een beweging in gang te zetten. Deze visie en het actieprogramma biedt een scala aan mogelijke acties en maatregelen, voor de verschillende betrokkenen rondom de toeristische sector op Ameland.

We willen de uitvoering behapbaar houden. Daarom organiseren en stimuleren we de samenwerking langs de verschillende kansen. We willen en kunnen niet alles tegelijkertijd en we laten ons leiden, daar waar de energie zit. Het benutten van de verschillende kansen hangt dan ook af van de mate waarin betrokkenen hun energie, kennis en contacten inzetten en benutten. Aanvullend durven we de tijd haar werk te laten doen.

Deze visie is voor en door Amelanders opgesteld en zij spelen dan ook een belangrijke rol in de uitvoering van de verschillende kansen. Het bedrijfsleven en betrokkenen staan aan de lat om te ondernemen, investeren en samenwerking te versterken. Gemeente Ameland faciliteert, verbindt en neemt verantwoordelijkheid in de eigen acties. In de samenwerking treden we op als partners, juist op een Amelandse manier: korte lijnen, niet te moeilijk maar wel doordacht. Hierbij vinden we het belangrijk om successen met elkaar te delen en te vieren.

**WAAROM  
MOEILIK DOEN  
ALS  
HET SAMEN KAN**

*Loesje*

## Financiën

Voor de uitvoering van deze visie en actieprogramma wordt uitgegaan van de huidige capaciteit en middelen zoals begroot in de kadernota. Deze zijn bedoeld om ondernemers-en-gemeente-initiatieven die aansluiten op de toeristische visie te faciliteren en uit te voeren. In de loop van 2023 zullen verschillende acties worden vertaald naar deelprojecten. Mocht daar capaciteit of financiën voor nodig zijn die niet beschikbaar is in de lopende begroting, dan zal hiervoor een separaat raadsvoorstel volgen. Daarnaast blijven we ook altijd op zoek naar kansen voor cofinanciering via Fryske of landelijke subsidies en regelingen.

De beleidsmedewerker toerisme bewaakt het overzicht van de (lopende) acties binnen de verschillende kansen. Er zal vierjaarlijks een evaluatie plaatsvinden van het beleid. Op dat moment wordt gekeken naar mogelijke herijking van acties en het budget voor de komende jaren.



# B

Deel B

## Bijlagen





Bijlage 1: Toeristisch  
ecosysteem Ameland



# Ameland als Toeristisch Ecosysteem

Misschien de belangrijkste reden om naar toeristisch Ameland te kijken met een ecosysteem in gedachte is dat het belangrijkste kenmerk van een ecosysteem is dat het streeft naar **veerkracht en evenwicht**. Altijd gaat een ecosysteem op zoek naar een optimale situatie waarin de actoren individueel bijdragen aan het functioneren van het gehele systeem. Dit in tegenstelling tot systemen die primair gericht zijn op lineaire groei en individualisme, zoals we dat de afgelopen decennia in de (vrijtijds)economieën hebben meegemaakt.

Er is in de vrijetijdssector op Ameland dan ook veel te leren van ecosystemen in de natuur. Een perfecte vakantiebestemming heeft namelijk de kwaliteiten van een 'ecosysteem' waarin de actoren (bewoners, ondernemers, organisaties als bijv. Fryske Gea en Staatsbosbeheer, VVV en musea) en factoren (logiesaccommodaties, evenementen, wandel- en fietspaden, zwembaden, parkeerplaatsen, musea, etc.) één geheel vormen.

Een gezond ecosysteem is veerkrachtig door de manier waarop het reageert op interne en externe veranderingen. Vier basisprincipes zijn bepalend voor de kracht van een toeristisch ecosysteem:

1. **Diversiteit** betekent een gezonde mix van dag- en verblijfsrecreatief aanbod. Hierdoor worden meerdere doelgroepen aangesproken en is men minder afhankelijk van een paar dominante spelers. Er zijn ook voldoende inheemse, sterk lokaal gewortelde ondernemers actief. Want ondernemers van buiten (exoten) zorgen voor nieuwe ideeën, maar kunnen ook invasief worden en het plaatselijke toeristisch product overwoekeren.



2. **Verbondenheid** zorgt voor aanbieders die beseffen dat ze in een gebied afhankelijk van elkaar zijn, omdat ze samen een toeristisch-recreatief cluster vormen. Want een hotelgast is op dezelfde dag bezoeker van een natuurgebied, museum en terras van de lunchroom. En op het eiland gebruikt de bezoeker niet alleen de fietsvoorzieningen, maar geniet ook van de lokale cultuur en sfeer die er heerst.
3. **Draagkracht.** Een gebalanceerde toeristische bestemming verwerkt aantallen bezoekers die voldoende kritische massa genereren voor een gezonde bedrijfsvoering én die passend zijn bij de draagkracht van het gebied. Er wordt geen afbreuk gedaan aan de fysieke en/of sociaal- culturele aspecten van de leefomgeving. Bewoners worden niet verdrongen en de bezoekersbeleving is optimaal.
4. **Menselijk handelen:** Mensen denken en handelen vanuit lange termijn perspectief. Ze ontwikkelen een bestemming vanuit waarden en met leiderschap en voldoende talenten. Mensen reguleren hun begeertes en laten een ecosysteem floreren. Vanuit de menselijke rede en de door de mens ontwikkelde mogelijkheden, zoals geld dat kan worden geïnvesteerd om op een ander moment rendement te krijgen. Mensen zijn in staat te investeren in ontwikkelingen die zich op de lange termijn terugbetalen.

Deze vier basisprincipes moeten allen aanwezig zijn als een toeristisch ecosysteem een optimum wil bereiken, zodat bestemmingen in staat zijn om mee te bewegen met interne en externe veranderingen in de omgeving. Voor Ameland zijn de vier principes van het toeristisch ecosysteem in kaart gebracht in de analyse.





Bijlage 2: Facts & Figures

# Aanbod dagrecreatie

DAGRECREATIE	
GOLFBAAN (INCL. PITCH EN PUTT)	1
MUSEUM	4
BEZOEKERSCENTRUM (NIET MUSEUM)	2
RONDVAARTBEDRIJF (TER LAND, TER ZEE, TER LUCHT)	11
ATTRACTIE/BEZIENSWAARDIGHEID (ATTRACTIEPARK, KASTEEL, WIJNGAARD, WELLNESS, ETC.)	17
THEATER/BIOSCOOP	0
SPORTIEF/OUTDOOR	32
<b>TOTAAL</b>	<b>67</b>



UITSPLITSING SPORTIEF / OUTDOOR	
WATERSPORT	4
BOWLEN/KEGELEN	1
ZWEMBAD	2
MANEGE	8
OUTDOOR/ SURVIVALPARK	2
OVERIG SPORTIEF/OUTDOOR (ZOALS FIETSVERRUUR, TENNIS ETC.)	15

- Relatief veel sportief / outdoor
- Relatief veel rondvaartbedrijven (ter land, ter zee, ter lucht)

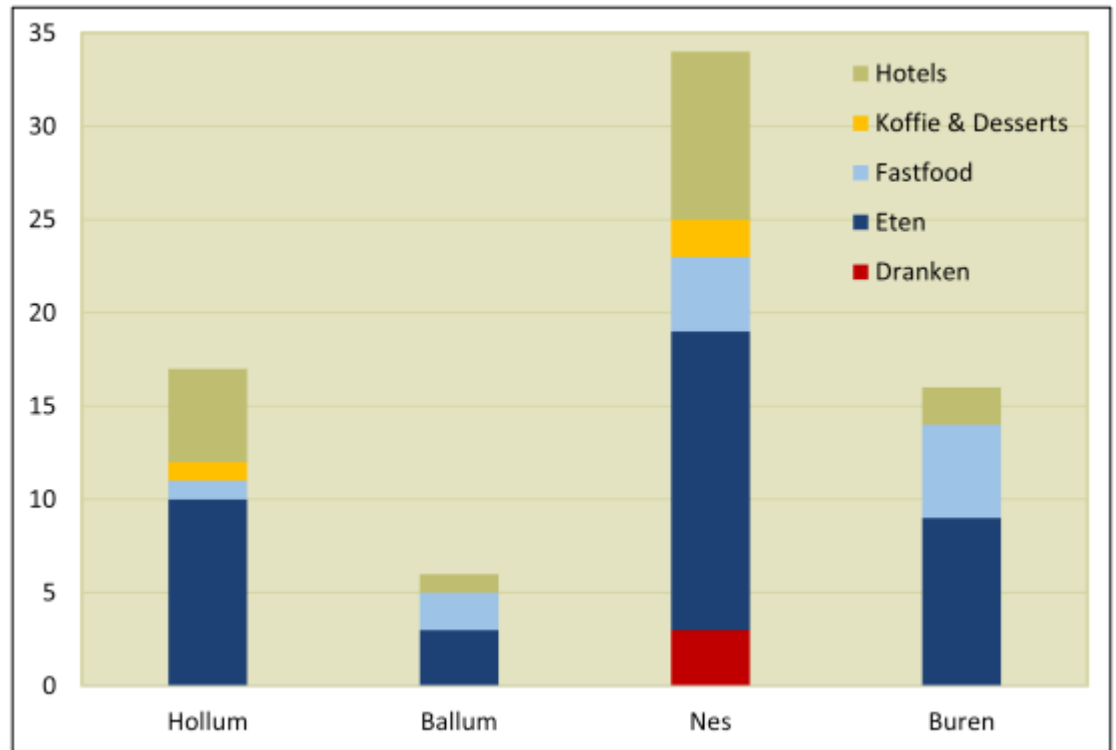
Bron: Deskresearch Ginder (op basis van inventarisatie aanbod 2022.

Let op, de exacte aantallen of categorisering kan verschillen en zich ontwikkelen over tijd)

# Horeca

- Nes vormt het toeristisch hart van Ameland en heeft daardoor ook het grootste horeca aanbod van alle plaatsen. Met name de restaurants en strandpaviljoens (onderdeel van de categorie eten) vormen hier een groot aandeel van het aanbod.
- Opvallend is dat Hollum en Buren hetzelfde aantal aanbieders hebben terwijl Hollum bijna twee keer zoveel inwoners heeft.
- Vergeleken met de andere Waddeneilanden heeft Ameland een gemiddeld horeca aanbod met 2406 m<sup>2</sup> beschikbaar vloeroppervlak per 1000 inwoners. Dit is vergelijkbaar met Terschelling en een stuk hoger dan Texel.

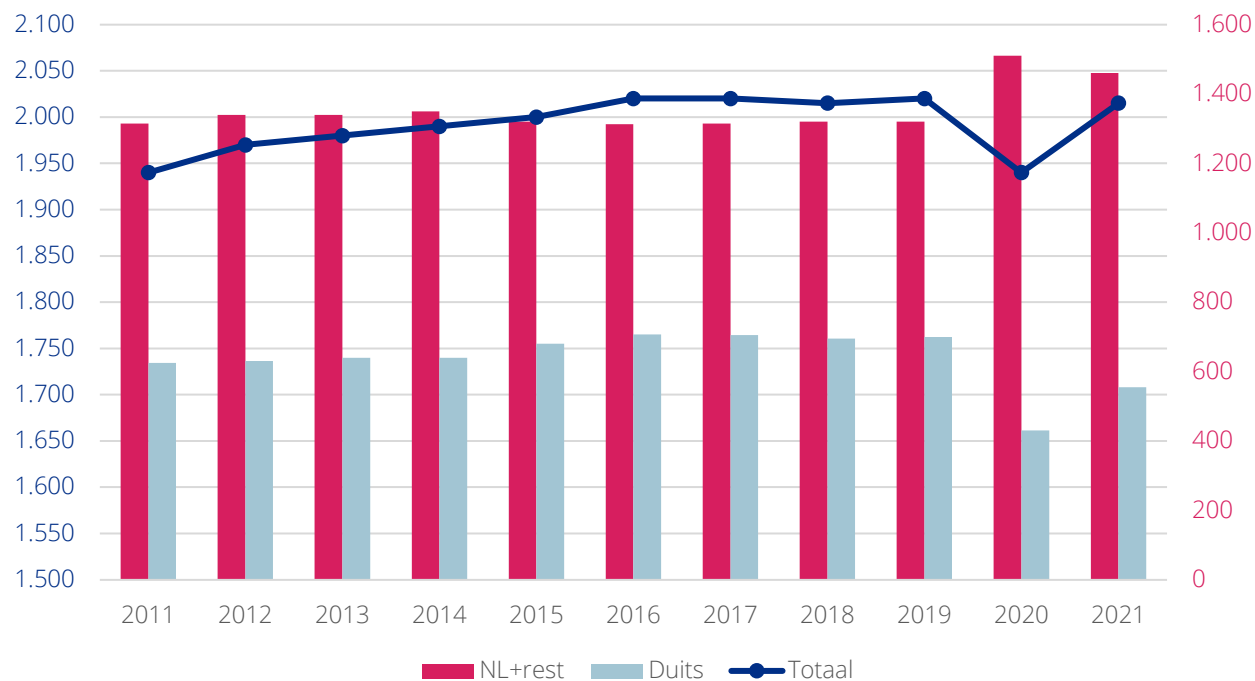
Figuur: Horeca aanbod Ameland per dorp per branche, in aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies. Uit horeca en detailhandel conceptrapport Ameland

# Overnachtingen

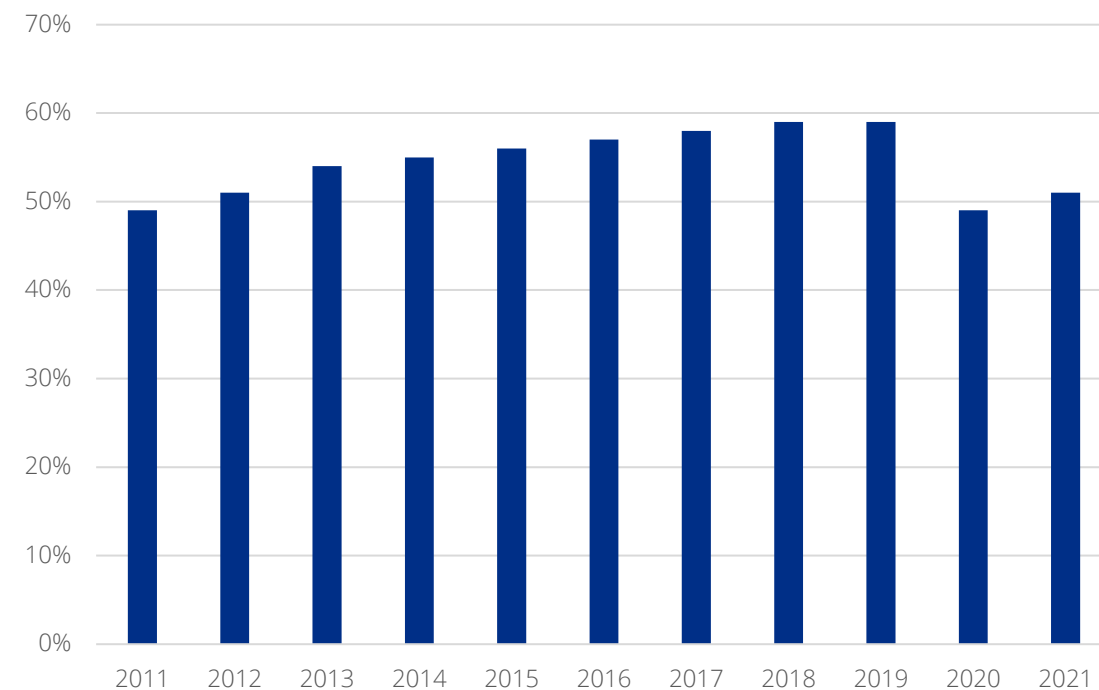
Overnachtingen Ameland (x1000)



Bron: WV Ameland

- Het aantal overnachtingen is de afgelopen 10 jaar gegroeid van circa 1,95 miljoen naar 2,01 miljoen. Toename: 75.000 (3,8%)
- Het aantal Duits nam licht toe, maar groei is mede door corona halt toegenomen.
- Het aantal Nederlands + rest is tot 2019 ongeveer gelijk gebleven (circa 1,3 miljoen). Coronajaren sterke toename

Overnachtingen buiten het zomerseizoen

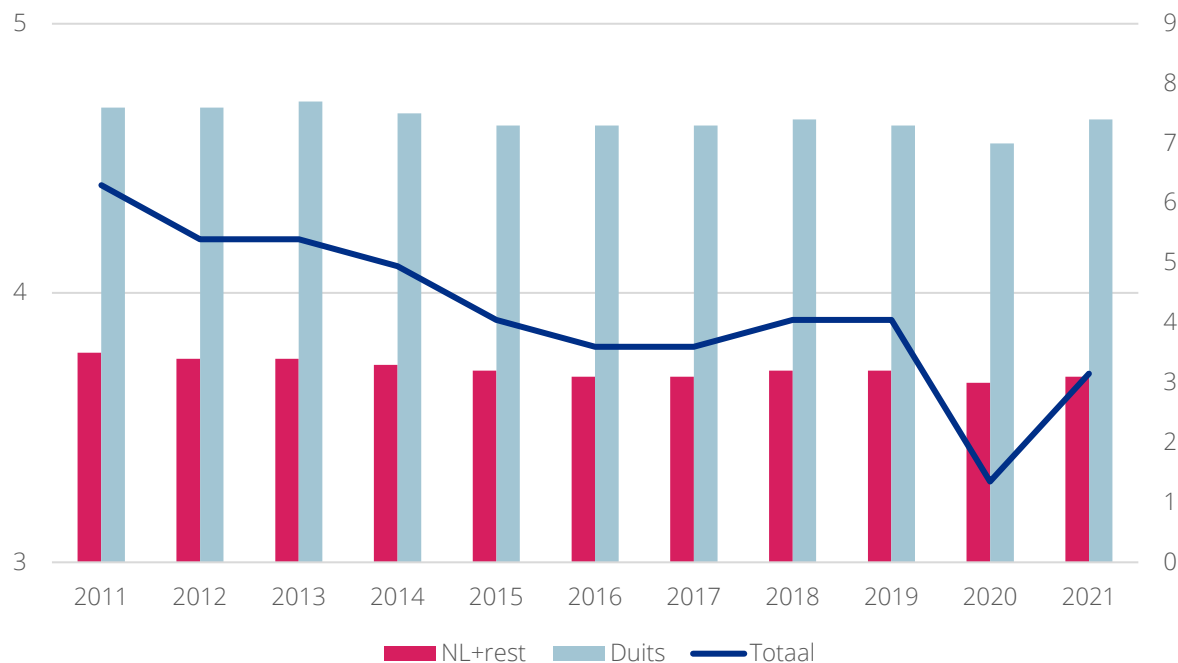


Bron: WV Ameland

- Aantal overnachtingen buiten het zomerseizoen in periode 2011-2019 toegenomen met circa 10%.
- Corona sterke dip

# Verblijfsduur en bestedingen

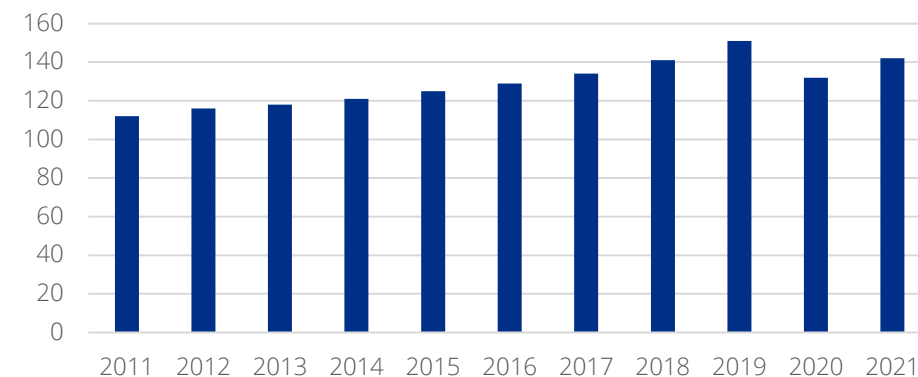
Gemiddelde verblijfsduur (aantal dagen)



Bron: WW Ameland

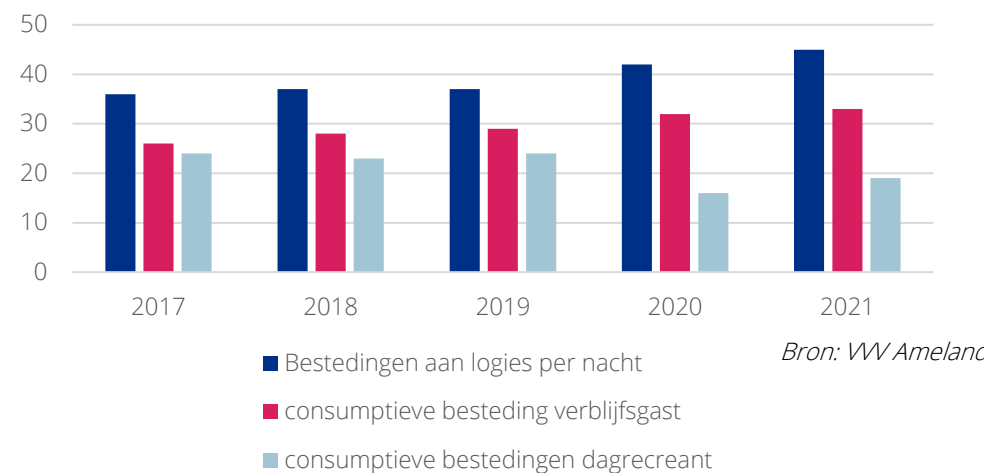
- Gemiddelde verblijfsduur afgelopen 10 jaar afgenomen van 4,4 dag naar 3,7 dag
- Gemiddelde verblijfsduur Nederlandse gast korter dan Duitse gast

Toeristische omzet in miljoenen euro's (excl bootkaartjes)



Bron: WW Ameland

Bestedingen in euro's



Bron: WW Ameland

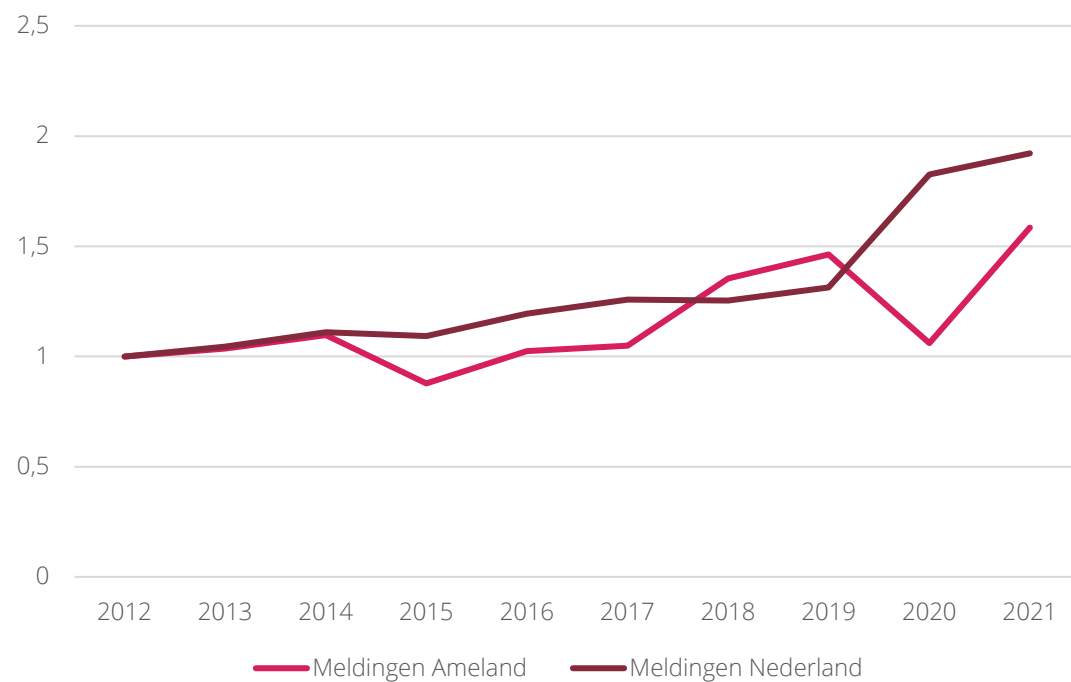
- Toeristische omzet afgelopen 10 jaar toegenomen. In 2011 circa 112 miljoen. 2021 circa 142 miljoen. Toename: 30 miljoen (26%)
- Bestedingen aan logies toegenomen (+25%)
- Consumptieve besteding verblijfsgast toegenomen (+27%)
- Consumptieve besteding dagrecreant afgenomen (-21%)

# Overlast

- Over het algemeen is er een lichte stijging van het aantal overlastmeldingen in Ameland. Wel is deze stijging lager dan de stijging in Nederland.

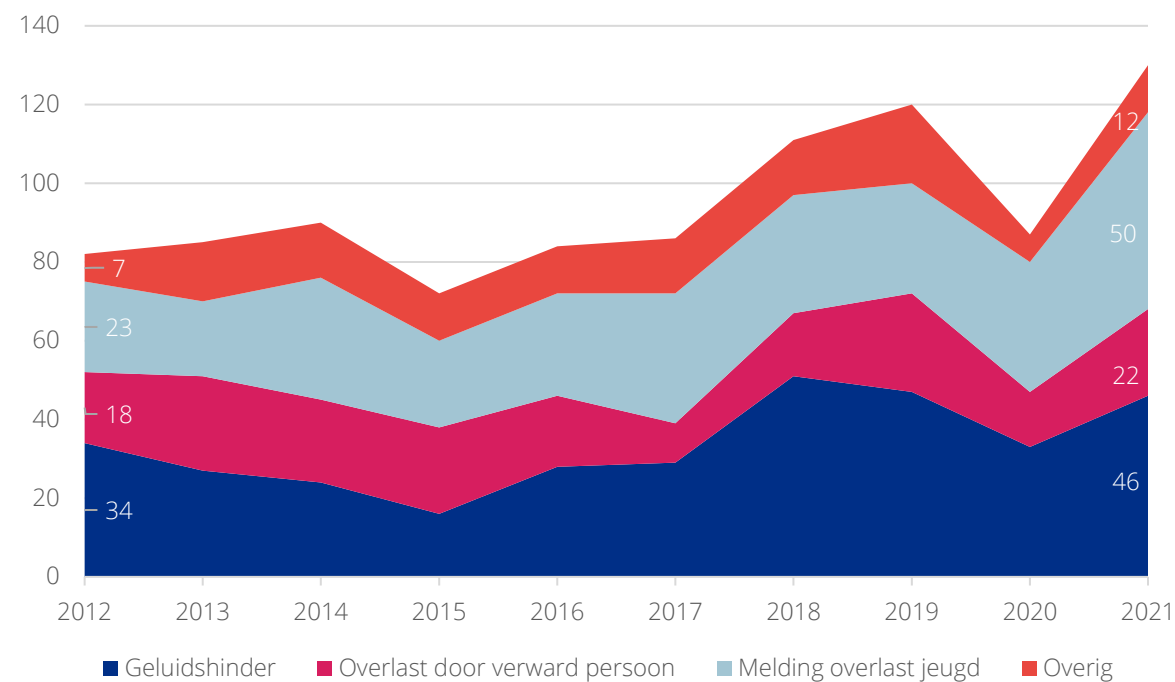
- De toename op Ameland zit met name in een groei van geluidshinder en een toename van melding van overlast veroorzaakt door jeugd.

## Vergelijking meldingen van overlast



Bron: Politie

## Ontwikkeling meldingen van overlast per type

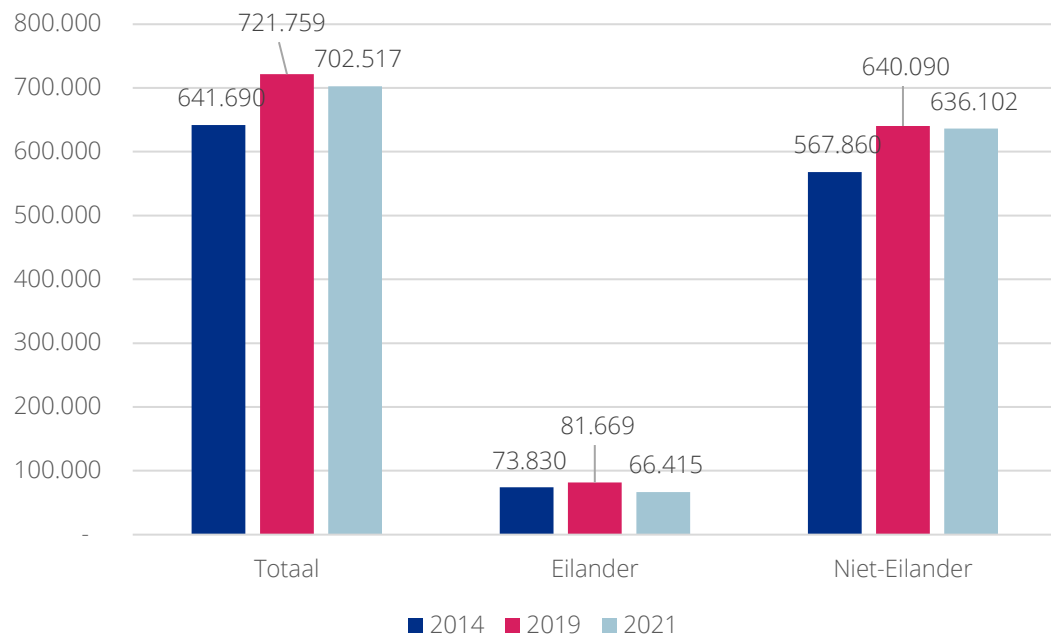


Bron: Politie



# Vervoer

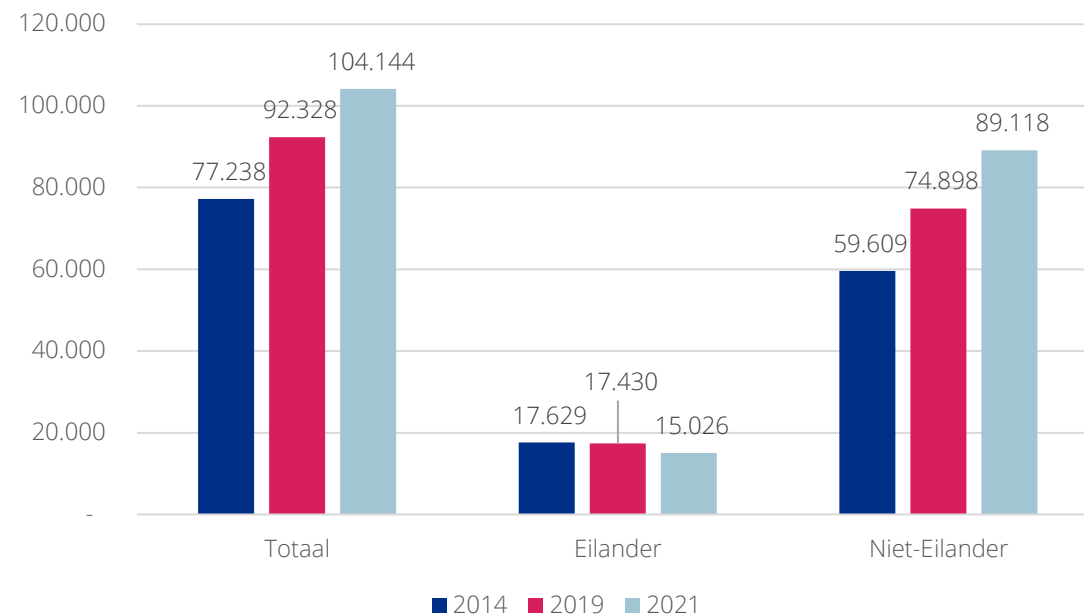
## Personenvervoer



Bron: Wagenborg passagiersdiensten

- Ontwikkeling personen totaal 2014-2021: +9%; +11% voor corona
- Ontwikkeling eilander: -10%; +11% voor corona
- Ontwikkeling niet-eilander: +12%; +11% voor corona
- Sterke toename aantal personen, met name door niet-eilanders
- Kanttekening: Niet-Eilanders zijn niet automatisch bezoekers/toeristen. Dit kan bijvoorbeeld ook werkverkeer vanuit de wal zijn.

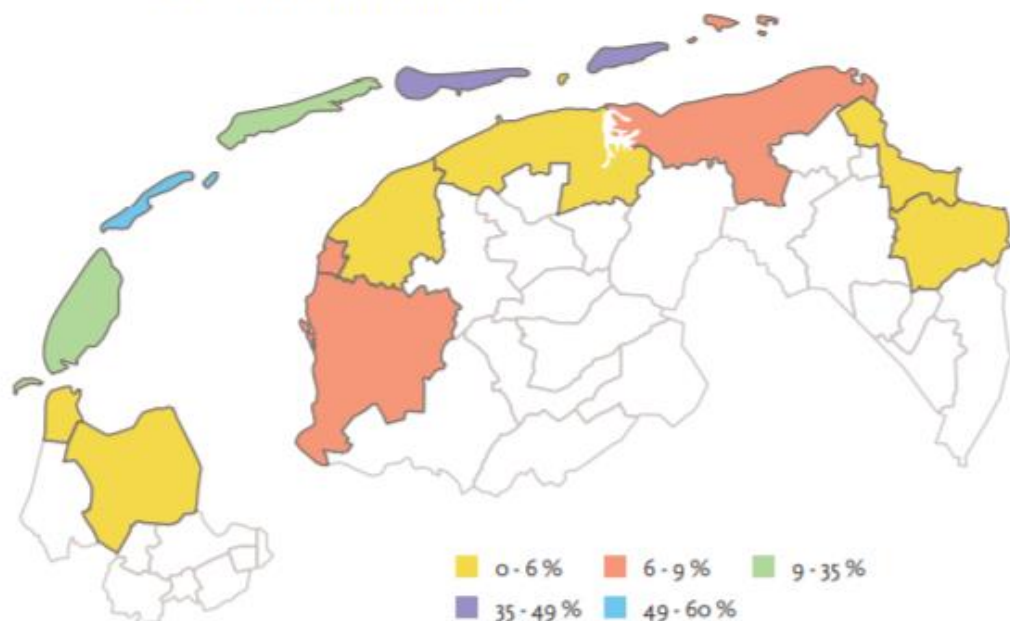
## Personenauto's



Bron: Wagenborg passagiersdiensten

- Ontwikkeling auto's totaal 2014-2021: +35%; +20% voor corona
- Ontwikkeling eilander: --15%; -1% voor corona
- Ontwikkeling niet-eilander: +50%; +26% voor corona
- Sterke toename aantal auto's, met name door niet-eilanders. Aantal auto's neemt sneller toe dan aantal personen.
- Kanttekening: Niet-Eilanders zijn niet automatisch bezoekers/toeristen. Dit kan bijvoorbeeld ook werkverkeer vanuit de wal zijn.

### AANDEEL TOERISTISCHE WERKGELEGENHEID IN TOTALE WERKGELEGENHEID IN 2019

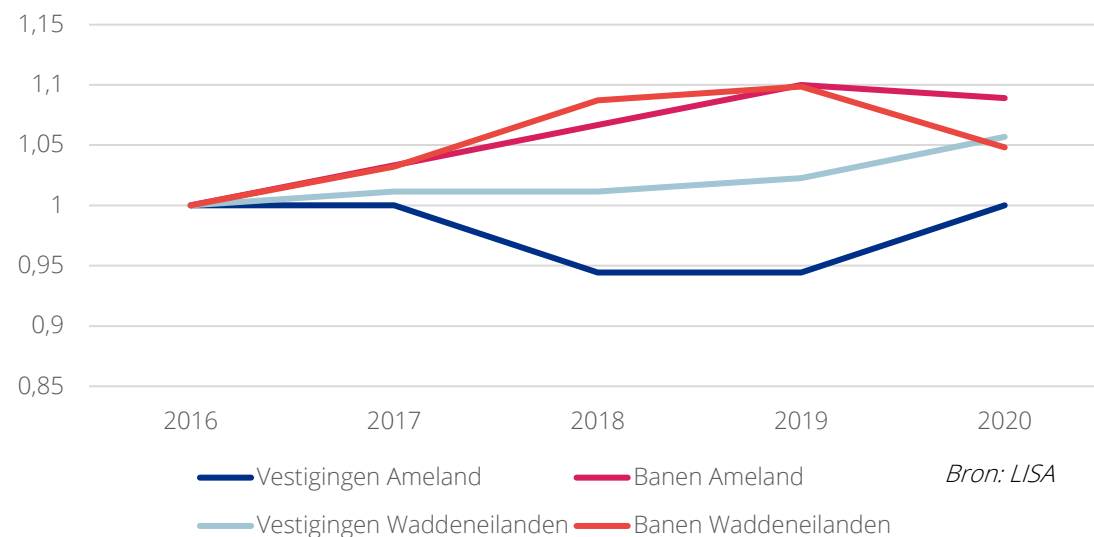


De werkgelegenheid op de Waddeneilanden is de afgelopen jaren sterk gegroeid, vooral door de opkomst van het toerisme. Mede daardoor is de gezeten eilander bevolking zeer sterk in welvaart toegenomen en is er geen tendens tot gentrificatie.


Bron: Waddenacademie, Migratiedynamiek op de Waddeneilanden, 2020

- Het aandeel toeristische werkgelegenheid t.o.v. totale werkgelegenheid is op Ameland relatief hoog: tussen de 35-49%.
- Daarnaast geldt in het algemeen dat er sprake is van veel indirecte werkgelegenheid via toerisme op Ameland.


### Ontwikkeling banen en vestigingen Ameland vs. Waddeneilanden (geïndexeerd 2016 = 1)



- Ontwikkeling aantal vestigingen blijft achter t.o.v. Waddeneilanden
- Ontwikkeling aantal banen op Ameland ontwikkelt zich ongeveer gelijk met de Waddeneilanden
- Toename personeel per vestiging / vestigingen met meer personeel
- Aantal banen Ameland: 980
- Aantal vestigingen Ameland: 180
- Bron LISA: Het aantal banen heeft betrekking op het totaal aantal fulltimers, parttimers en uitzendkrachten



Bijlage 3: Trends en  
ontwikkelingen



*Trends en ontwikkelingen  
bieden kansen en  
helpen te overwegen  
hoe toekomstbestendig  
Ameland is*

## Trends en ontwikkelingen

Het toeristische perspectief van Ameland wordt mede bepaald door trends in de externe omgeving (socio-demografisch, economisch, technologisch) en ontwikkelingen in de toeristische sector zelf.

Deze bijlage brengt de belangrijkste trends in beeld. Hierbij is het onderscheid te maken tussen grote, langzame maatschappelijke trends naar de daaruit voortvloeiende sectorale trends.

Stressvolle maatschappij –  
behoefte aan ontmoeten,  
delen en onthaasten



Vergrijzing

Maatschappelijk



Verduurzaming en circulariteit



Belevenis én  
betekeniseconomie



Maatschappelijk

Agrarische sector in transitie



Digitalisering -  
technologisering



Behoeftte aan hoge kwaliteit



Voortzetting groei verblijfstoerisme verwacht

Sectorspecifiek



Sterkere ketenvorming



Belangrijke rol toerisme in samenleving



Buiten spelen, sport en beweging fundament in dagrecreatie

Sectorspecifiek

**we WANT YOU**



Short-breaks





A photograph of a meeting with people sitting around a table, overlaid with a blue graphic containing text.

## Bijlage 4: Procesverantwoording

- coproduceren
- adviseren
- raadplegen
- informereren



Fase 1:  
Start-Up & Analyse

Fase 2:  
Sense of place

Fase 3:  
Stip op de horizon

Fase 4:  
Route en keuzes

Fase 5:  
Afronding en uitvoering

Klankbordgroep  
(vertegenwoordiging ondernemers en bewoners)



1<sup>e</sup> klankbord

2<sup>e</sup> klankbord

Inspiratiebijeenkomst

Werk sessie

3<sup>e</sup> klankbord

Ondernemers



Interviews

Interviews

Inspiratiebijeenkomst

Werk sessie

Bewoners



Focusgroepen

Werk sessie

Brede bijeenkomst

Overige betrokkenen



Interviews

Inspiratiebijeenkomst

Werk sessie

Gemeenteraad



1<sup>e</sup> consultatie

2<sup>e</sup> consultatie

Eindresultaat

Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

Ginder (voorheen ZKA Strategy)

Brugstraat 1A

5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 50

[info@wijzijnginder.nl](mailto:info@wijzijnginder.nl)

[www.wijzijnginder.nl](http://www.wijzijnginder.nl)

Wouter de Waal

Luc van den Boogaart

Merlijn Pietersma

