

KUSTVISIEZEELAND

DE DELTAKUST VERDIENT MEER

Conceptversie 1 juli 2016

ZKA LEISURE

VERHEIJDEN CONCEPTEN

VERLEDEN



DELTA IN EVENWICHT

Opkomst toerisme:
Toerist, landschap en bevolking
in balans

VERLEDEN



HEDEN



DELTA IN EVENWICHT

Opkomst toerisme:
Toerist, landschap en bevolking
in balans

DELTA BROKKELT AF

Opkomst massatoerisme:
Scheiding der functies leidt tot
monocultuur

VERLEDEN



HEDEN



TOEKOMST









DELTA IN EVENWICHT

Opkomst toerisme:
Toerist, landschap en bevolking
in balans

DELTA BROKKELT AF

Opkomst massatoerisme:
Scheiding der functies leidt tot
monocultuur

DELTAWAARDEN HERSTELD

Ontwikkeling kwaliteitstoerisme:
Door nieuwe synergie tussen toerist,
landschap en bevolking is
de Delta in een dynamisch evenwicht

PAYS-BAS LA COTE POLYVALENT ZÉLANDE

La cote Zélande: vacances vaut courte de la famille



De Zeeuwse kust biedt strand, duinen en een archipel van eilanden in rivieren en binnenzeeën. Op de brede en schone stranden kun je heerlijk zonnebaden, de golfslag maakt kitesurfen en zwemmen tot een avontuur. In de duinen en de landgoederen is er veel actieve recreatie en in het achterland zijn er diverse authentieke stadjes en dorpen.

Accomodaties

Verblijven doe je in eigentijdse hotels, resorts, B&B's of campings. Deze merendeels uitstekend gemanagede accommodaties vormen landschappelijk en architectonisch een natuurlijke eenheid met hun locaties. De kust wordt alom beleefd in tent of lodge op avontuurlijke eilanden, in warme duinlandschappen of indrukwekkende wetlands en majestueuze landgoederen of aan de bruisende boulevards.

Eilandidentiteiten

De Zeeuwse kust bestaat uit diverse eilanden, die elk een eigen identiteit hebben, maar met elkaar een rijk palet aan mogelijkheden bieden. De Zeeuwse kust: een korte familievakantie meer dan waard..

INSTANTESCAPES











Embrace Rome from left: smooching on Castel Sant'Angelo; the market hustle of Campo de' Fiori; concert hall at the Auditorium; Michelangelo's Sistine Chapel

variety: a star-patterned pavement, a giant bronze of dishy Marcus Aurelius and three peach-and-white palaces, one of them the town hall. Where better to get hitched?

If music be the food of love, Renzo Piano's Auditorium (00 39 06 80242, www.auditorium.com; (10)) is the best 'restaurant' in town. Come for classical, jazz, pop, dance and film in a trio of pod-like concert halls with soaring acoustics.

A bus ride through the Appian Way brings you to The Catacombs of Saint Calixtus (Via Appia Antica 78; www.catacombe roma.it; €3.50; (11)), the burial site for Rome's first Christians. Moving not morbid, the delicate tomb paintings – fish, birds, the sacraments – are poignant witness to the purest of all love.

Rose-gold streaks adorning the domed skyline – a Roman sunset could make anyone believe in Venus. To witness one, climb the Janiculum Hill (6) above Trastevere at teatime. Check out The Tempietto di Bramante (7), a circular jewel of Doric columns topped with a cupola built by the eponymous architect in 1508.

Love blossoms at Le Jardin de Russie (00 39 06 328870, www.hotelderussie.it; (8)), the town-air restaurant within the Hotel de Russie. As you tuck into lobster with artichokes, fountains cascade and butterflies flit across pine-clad terraces. By the time the chocolate fondant arrives, you'll be feeling magical.

A place of worship since the 7th century BC, the Capitoline Hill (9) was worked into a truly perfect piazza by Michelangelo in the 16th century. Beyond the blinding-white stairs awaits urban planning of the shock-and-awe



Inhoud Kustvisie Zeeland

1. De Zeeuwse kust: groeimodel uit evenwicht
    - 1.1 Toeristisch product is samengesteld
    - 1.2 Marktpositie: groot succes, maar gebrek aan synergie
    - 1.3 Vitaliteit sector: sterke bedrijven, maar monocultuur
    - 1.4 Huidige positie: te eendimensionale groei
2. Kruispunt: doorgaan op huidige succesroute of slimmer groeien
    - 2.1 Twee varianten: meer van hetzelfde of meer maatwerk
    - 2.2 Afweging: meer maatwerk gewenst
3. De kern van de visie: doorbreek de monocultuur
    - 3.1 Het belang van de Zeeuwse kust
    - 3.2 Kernwaarden Zeeuwse kust
    - 3.3 Kernkwaliteiten Zeeuwse kust
4. Randvoorwaarden voor toekomstig succes
    - 4.1 De Zeeuwse kust: een meer integraal product (omgeving, accommodatie en organisatie in balans
    - 4.2 Profiel eilanden en differentiatie naar gebruik: strandplezier, natuurrecreatie en cultuurtoerisme
5. Cases

Bijlagen



1

DE **ZEEUWSE** KUST

GROEIMODEL UIT EVENWICHT

Conceptversie 1 juli 2016



1.1 Toeristisch product is samengesteld

Het toeristisch product is samengesteld. Dat wil zeggen dat de beleving wordt gevormd door heel veel partijen: variërend van natuurbeheerders en strandwachten tot hoteliers en campingexploitanten of winkeliers en fietsverhuurders.

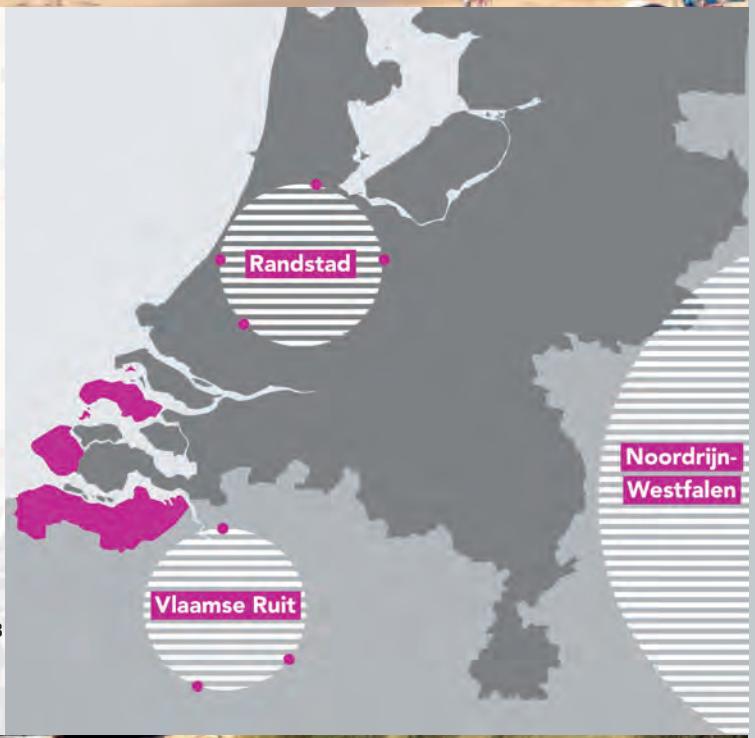
In een vitaal toeristisch product vormen de omgeving, accommodaties en management/organisatie een organische eenheid. Ze vormen gezamenlijk de (merk)waarde voor de toerist.

Zo kijken wij naar de Zeeuwse kust.



De Zeeuwse Kust heeft een uitstekende toeristische uitgangspositie...







... het toerisme groeit dan ook

1.2 Marktpositie: groot succes, maar gebrek aan synergie

Grote kansen en groei...
De Zeeuwse kust heeft grote potenties, door zijn ligging (t.o.v. de Randstad, NRW en Vlaamse Ruit) en landschap. De reputatie is heel positief (duurzaam, schoon). De kust biedt mogelijkheden voor verschillende vormen van kustrecreatie: strandplezier, natuurrecreatie en cultuurtoerisme;

De verblijfsrecreatieve vraag naar de Zeeuwse kust groeit dan ook. In 2014 met maar liefst 14%!;







1.2 Marktpositie: groot succes, maar gebrek aan synergie

...maar markt is te eenzijdig

Er zijn ook bedreigingen: De Zeeuwse kust is (te?) afhankelijk van de (krimpende) familiemarkt. Voor hogere omzetten (bezetting en bestedingen) zullen nieuwe marktsegmenten (bijv. entertainment, kuren, kustwatersport etc.) aangetrokken moeten worden;

Synergie dreigt verloren te gaan

- Verschraling van stranden door domeinvorming
- Accommodaties zijn te 'standaard' en dreigen gedateerd te raken
- Financiering van accommodaties is te afhankelijk van lage rentestand en daarmee is kwaliteit en commerciële slagvaardigheid op termijn niet geborgd
- Gebiedsorganisatie heeft onvoldoende focus en samenhang en 'eilanden' zijn onvoldoende herkenbaar



1.3 Vitaliteit sector: sterke bedrijven, maar monocultuur

- De meeste (verblijf)bedrijven aan de Zeeuwse kust (en zeker ook de grotere) zijn bedrijfseconomisch gezond
- Echter, 30% van het aanbod is niet vitaal en door de zichtbaarheid hiervan bedreigt dat de uitstraling van het hele product
- Bovendien hebben wij de indruk dat vele VvE-parken bedrijfsmatig ongezond functioneren



1.3 Vitaliteit sector: sterke bedrijven, maar monocultuur

- De belangrijkste redenen voor de achterblijvende vitaliteit zijn:
  - Zwak ondernemerschap (managementvaardigheden)
  - Eenzijdige inkomens-mix
  - Bedrijfsmatige monocultuur (veel 'me-too' concepten)
  - Beperkte schaalgrootte en dus hoge, algemene kosten per eenheid product
  - Een falende bungalowmarkt, vooral als gevolg van de niet slagvaardige VVE's
  - Beperkte belevingskwaliteit door gebrek aan synergie met de omgeving. De omgeving van het park wordt door de gast onvoldoende ervaren door de introverte structuur van parken







1.4 Huidige positie: te eendimensionale groei

- **Markttechnisch (vraag).** Er is stevige groei, vooral door inkomend toerisme. De reputatie is top ('De Zeeuwse kust is best gewaardeerde strandbestemming van Nederland volgens Zoover, 2015-2016). Maar de markt is relatief eenzijdig van opbouw: families uit de mainstream-markt-segmenten en weinig of geen high spenders of bewuste niches in bijvoorbeeld cultuur, zeezeilen, kuren (Domburg?) e.d... De thuismarkt is te klein om dit manco op te vangen;

- **Markttechnisch (aanbod).** De meeste hotels, verblijfsparken en campings hanteren traditionele (succes)formules met relatief veel uitponding en standaardoplossingen voor invulling en ontwerp;









1.4 Huidige positie: te eendimensionale groei

- **Bedrijfseconomisch.** De meeste bedrijven zijn wel gezond (zeker de grotere), maar 30% van de verblijfsrecreatiebedrijven is niet vitaal en dit beïnvloedt de beeldvorming van het samengestelde product;

- **Ruimtelijk.** Er is (te) weinig samenhang tussen landschap en ecologie enerzijds en de invulling van de accommodaties anderzijds. Daardoor wordt onderscheidende kwaliteit en identiteit gemist en dreigt er een ongewenste standaardisering;









1.4 De huidige positie

- **Sociaal-maatschappelijk.** Veel parken en campings zijn los komen te staan van de dorpen en de sociale omgeving. Er is veelal sprake van introverte concepten en daardoor dreigen de burgers (incl. MKB-ers) en de toeristische sector van elkaar te vervreemden. Gasten vinden winkelen of een terrasbezoek in het naburige dorp een recreatieve beleving.



KRUISPUNT 2

DOORGAAN OP HUIDIGE SUCCESROUTE OF SLIMMER GROEIEN

Conceptversie 1 juli 2016

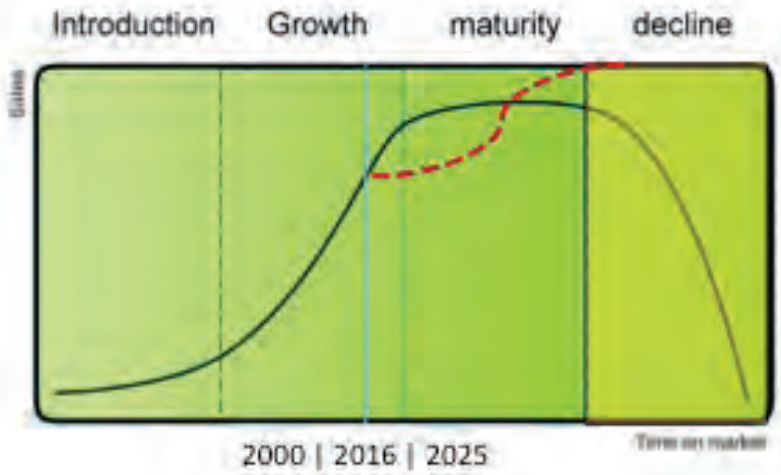


2.1 Twee varianten: meer van hetzelfde of meer maatwerk

- De Zeeuwse kust staat voor een strategische keuze:

- Variant 1: De huidige strategie **(marktpenetratie)** voortzetten, dus met de bestaande sterktes en de merendeels vitale ondernemers uitbouwen van succesformules, zoals grote campings, strandhotels met koopappartementen en bungalowparken (eigendom van VVE en exploitatie door bekende keten) op een beperkt aantal plekken;

- Variant 2: meer differentiatie creëren. Dit kan door een strategie van **marktontwikkeling** met behulp van nieuwe concepten welke meer aansluiten bij de wensen van marktniches (zoals kuren, ecotoerisme, zeezeilen, wooneconomie en culinair toerisme) in alle lagen. Daarvoor is focus op integratie van recreatie met natuur, landschap, ecologie en cultuur van de Zeeuwen (lokaal DNA) nodig. In dit kader wordt ingezet op landschap produceren in plaats van verbruiken.



2.2 Afweging: meer maatwerk gewenst

- Variant 1: Met de lage rente, de Europeanisering van de familie short breaks en de goede reputatie van Zeeland heeft Variant 1 voorlopig de wind in de rug en is groei te verwachten. Op lange termijn verschraalt de (onderscheidende) beleving van de Zeeuwse natuur en cultuur. Dit gaat op den duur knellen: markttechnisch (minder vraag), economisch (lagere bestedingen), landschappelijk (verschraling) en sociaal-maatschappelijk (vervreemding);
- Variant 2: Deze variant kost moeite en tijd en vergt risico's. De nieuwe markten zijn kritischer en eisen hogere/andere belevingswaardes van zowel de accommodaties ('maatwerk') als de omgeving (landschappelijk en cultureel hoogwaardig en onderscheidend). De bestedingen en de marktreikwijdte gaan echter fors omhoog.

Onze keuze is om te gaan voor Variant 2. Dus meer herkenbare synergie tussen omgeving en accommodatie en meer maatwerk en marktvergroting. De nieuwe, meer onderscheidende formules lokken innovaties bij de bestaande parken, campings en hotels uit.



3

KERN VAN DE VISIE

MEER SAMENHANG





Potenties

Het belang

Kernkwaliteiten

Kernwaarden













3.1 Het belang van de Zeeuwse kust

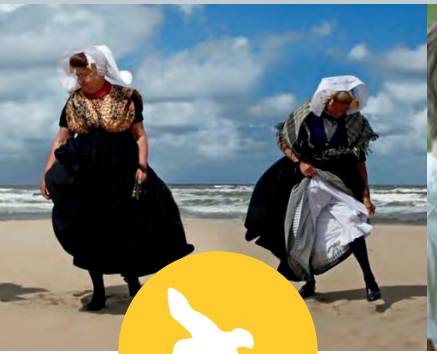
- Het is van groot belang dat alle partijen in Zeeland de voorgestelde visie in markvergroting en herstel van balans tussen inwoners, toeristen en landschap omarmen.

- Want de Zeeuwse kust is immers van groot belang voor Zeeland, Nederland en Europa vanwege:
  - Behoud en verrijking Deltanatuur en ecologische ketens;
  - De ontwikkeling van de Zeeuwse kust is deel van de oplossing van het klimaatprobleem.
  - Behoud en verdieping van de Zeeuwse eigenheid in landschap en erfgoed;
  - Economie en werkgelegenheid van Nederland en Zeeland en uiteindelijk zelfs het bestaansrecht van Zeeland.

In onze visie is de Zeeuwse kust (potentieel) zelfs één van de toeristische topregio's van Europa, vergelijkbaar met Tirol, Toscane, Cote d'Azur etc.

3.2 De kernwaarden van de Zeeuwse kust

De Zeeuwse kust is van de Zeeuwen



VRIJHEID
MET NORMEN

Gasten voelen zich er thuis en ontspant zowel fysiek als mentaal



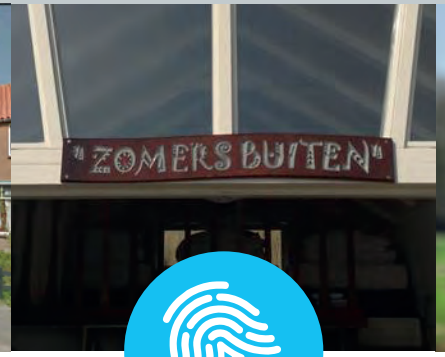
GELIJKWAARDIGHEID
EN NUCHTER

Een volwassen gastvrijheidscultuur met eigentijdse service en een tikkeltje eigenzinnig



RESPECT
VOOR ANDEREN

Verschillen worden gewaardeerd en men komt graag met anderen in contact, er is oprechte aandacht voor elkaar



INDIVIDUALISTISCH
EN STOER

Je haalt het uit jezelf en je maakt of zoekt een onderscheidende plek, weer of geen weer



DUURZAAM
EN PUUR

Oog voor de waarde van natuur en omgeving en voor de bijzondere waarden van de Zeeuwse kust in al zijn verscheidenheid (eilanden)



ZORGZAAM
EN SERVICEGERICHT

Je bent er veilig, de service is er goed en er wordt gewerkt aan maatschappelijk verantwoord recreëren







3.3 De kernkwaliteiten van de Zeeuwse kust

- Omgeving: de Delta
  - Brede stranden, natuur en duinlandschappen (Natura 2000)
  - Landgoederen in duinzoomgebied
  - Eilanden met eigen identiteit, variatie, stadjes en dorpen
  - Veelzijdig water: zeearmen en bekkens, rivieren, wetlands en slufters

- Accomodaties: veelzijdig en compleet aanbod
  - Vele kampeerterreinen, incl. minicampings met hoge kwaliteit
  - Talrijke recreatiewoningen, geschikt voor gezinnen, families en deels groepen
  - Een waaier van laagdrempelige restaurants, terrassen en kleine attracties

- Organisatie: de ondernemersgeest
  - Tientallen ambitieuze ondernemers in horeca, recreatie, gastvrijheid etc.
  - Zelf organiserend vermogen, netwerksamenleving, energie, zelfredzaamheid
  - Internationaal spraakmakende ondernemers en ook betrokken samenleving (vrijwilligers)



STRAND-PLEZIER



NATUUR-RECREATIE



CULTUUR-TOERISME

3.4 Potenties van het product

- De omgevingskenmerken maken diverse recreatie-vormen mogelijk
  - Stranden en boulevards: 'strandplezier'
  - Duinen, duinzoom, typisch Zeeuws agrarisch landschap en natuur: 'natuurrecreatie'
  - Eilanden, historie, identiteit: 'cultuurtoerisme'
- De accommodaties hebben grote capaciteit en diversiteit
  - (Strand)campings en -resorts, (strand)hotels: compact, in seizoen aantrekkelijk
  - Kustresorts, bungalowparken: ruim, voorzieningen, internationale standaard (Europese context)
  - Eilandse accommodaties: mini-campings, B&B's met authenticiteit op landgoederen en boerenerven
- De kenmerken van organisatie en ondernemerschap
  - Eilanden en dorpen/stadjes hebben eigen organisaties
  - Familiebedrijven kunnen diversiteit bevorderen, grote bedrijven de marketingkracht
  - Zeeland heeft sterke belangenclubs (TOZ, TUA e.a.)



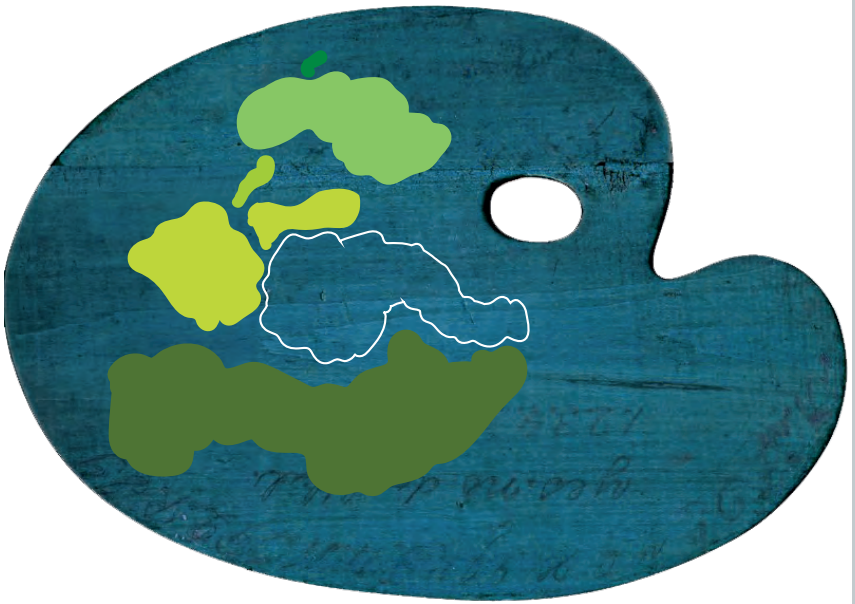
4

SUCCESVOORWAARDEN

VOOR TOEKOMSTIG SUCCES

Conceptversie 1 juli 2016





4.1 De Zeeuwse kust onderscheidt zich door het toeristisch inhoud geven aan het verhaal ‘land in zee’

- Met een op toegevoegde waarde gericht stimuleringskader meer synergie bevorderen tussen omgeving, accommodaties en organisatie
  - Strandplezier: stranden publiek houden (niet meer strandlodges!). Strandhuisjes beperken tot seizoen. Wel een sterke zonering naar doelgroep en dito voorzieningenniveau.
  - Natuurrecreatie: extensieve inrichting en private ruimte laten aansluiten bij de natuurlijke omgeving (duinlodges in nieuwe duinen en wetlandlodges in nieuwe slufters, dus met recreatie landschap en natuur produceren in plaats van verbruiken. Toegankelijkheid van natuurgebieden optimaliseren en koppelen aan pleisterplaatsen)
  - Cultuurtoerisme: vrijetijdslandschappen met beschutting en gebruiksmogelijkheden (landgoederen) met op strategische plekken kleinschalige gastvrijheid

- Ruimtelijke kwaliteit en eilandelijke identiteit prioriteit geven
  - Differentiatie door het bevorderen van concepten met eiland-identiteit (DNA)
  - Nieuwe concepten (ook van bedrijven!) koppelen aan eis tot bijdrage aan ruimtelijke kwaliteit, diversiteit en regionale identiteit

- De oorspronkelijke ruimtelijke kenmerken van de eilanden uitvergroten
  - Dit kan door het ontwikkelen en uitvoeren van integrale gebiedsvisies die oud en nieuw aanbod aan elkaar verbinden









4.2 Brouwersdam: durf vooruit te kijken

- Positionering: ondernemend, bruisend, nieuwe recreatie
- Strandplezier: verder inzetten op extreme- en watersport, entertainment en dynamiek (18-35 jarigen) en innovatieve verblijfs-vormen (een nieuw Port Zélande?);
- Natuurrecreatie: meer nadruk leggen op rijkdom van Grevelingen en de natuurlijke oevers met de slikken, bijvoorbeeld in de vorm van wildlife wandelingen of kleinschalige verblijfsrecreatie in de natuur (eiland?). Delta-fauna, zoals zeehonden, kreeften, haaien, bruinvis, beleefbaar maken.









4.3 Schouwen-Duiveland: Groen-Blauwe oase

- Positionering: eigenzinnig, betrokken, eiland met gevoel voor natuur
- Strandplezier: ontspannen familie-recreatie in het groen en toch heel dichtbij de stranden (‘natuur aan zee’), herstel verbinding tussen verblijfsparken met kernen Renesse en Burgh-Haamstede
- Natuurrecreatie: herstel van lommerrijke sfeer in het hele duin-zoomgebied en bij alle parken, bijvoorbeeld door de randen van kampeerterreinen te ontwikkelen tot aantrekkelijke lanen en linten;
- Cultuurtoerisme: toon het eiland met zijn oude glorie, zijn visserij, de nautische tradities en de alom aanwezige kustlijn, verbind dat organisatorisch (o.a. routes, excursies, bewegwijzering) sterker met de kust zelf.







4.4 Neeltje Jans: kustcultuur-toerisme 21e eeuw

- Positionering: hoogwaardige technologie in water, energie en natuurontwikkeling, pop-up innovaties, zonne-energie op zee e.d.;
- Natuurrecreatie: edutainment in de vorm van science-centers (zie rapport Balkenende), natuurbeleving in Voordelta en de Oosterschelde, aquacultuur met culinaire genoegens.
- Cultuurtoerisme: Neeltje Jans is een icoon van Hollands watermanagement





4.5 Noord-Beveland: veel en diverse watersporten

- Positionering: stoer, polder-bewoners, toegankelijk binnenwater;
- Strandplezier: accent op grote (3 km. lang), schone en natuurlijke stranden, ook aan Veerse Meer met extra waterplezier. Herstel verbinding verblijfsparken met Kamperland door ontwikkeling buitendijkse recreatieve bebouwing (‘dijk naar binnen’);
- Cultuurtoerisme: accent op polderleven, benut de ‘Polder-boulevard’ (N255) als entree met karakter.







4.6 Veere: duinen en landgoederen

- Positionering: Allure, totale kustbeleving, kleinschalig;
- Strandplezier: Leg nadruk op duindorpen door uitbreiding van duinlandschap bij o.a. Domburg en Zuidkust, verbreed stranden aan zuidkust en gebruik mooi/excellent, wit zand;
- Natuurrecreatie: Verbeter toegankelijkheid van landgoederen en natuurgebieden;
- Verbind dorpen en recreatieparken met elkaar door bijvoorbeeld duinvorming en recreatieve clusters tussen bijvoorbeeld Breezand en Vrouwenpolder.
  Verdeel zuidkust in dorpsinvloeden (met name tussengebied Zoutelande Westkapelle!);
- Cultuurtoerisme: Ontsluit de rijke cultuur, met behulp van bijv. agro-toerisme en benut cultuur-historie in Veere (stad).







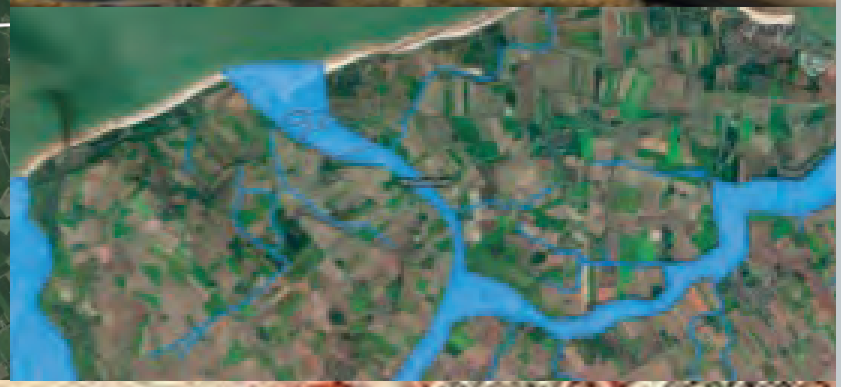
4.6 Vlissingen: cultuurpromenade in een spannende stad

- Positionering: echte dynamische stad, entertainment, podia, flaneren;
- Strandplezier: accentueer de directe relatie tussen boulevard en stadsstrand (promenade), verbreed horeca met entertainment en toegankelijke cultuur (vaak in combinatie met horeca);
- Cultuurtoerisme: bevorder creativiteit en design, creëer een echte spannende havenstad met een stadsstrand en nieuwe pier?

Visie Zeeuws-Vlaanderen









Zeeuws-Vlaanderen: boulevards tussen slufters

- Positionering: Comfortabel leven midden tussen slufters en kreken;
- Strandplezier: Maak toegankelijke plekken met vrij uitzicht over strand en zee en maak in kustdorpen brede 'Bourgondische' boulevards;
- Natuurrecreatie: verbind oude dorpen met duin en strand en ontwikkel nieuwe slufters als locatie voor verblijfsrecreatie;
- Cultuurtoerisme: Accentueer de havenstadjes met visserij, viscultuur (proeven, eten, vangen) en kustzeilvaart.

VERLEDEN



HEDEN



TOEKOMST









DELTA IN EVENWICHT

Opkomst toerisme:
Toerist, landschap en bevolking
in balans

DELTA BROKKELT AF

Opkomst massatoerisme:
Scheiding der functies leidt tot
monocultuur

DELTAWAARDEN HERSTELD

Ontwikkeling kwaliteitstoerisme:
Door nieuwe synergie tussen toerist,
landschap en bevolking is
de Delta in een dynamisch evenwicht


5
CASES

STRANDPLEZIER



Duinschilders uit Domburg nodigen u uit...

NATUURRECREATIE



Het Zwin van Zeeuws-Vlaanderen inspireert

CULTUURTOERISME



De Grote Kerk van Veere verdient (inter)nationale aandacht

5.1 Strandplezier in duindorp Domburg

Door openbreken van besloten parken, produceren van duinlandschap en een dorpse infrastructuur (fietspaden, doorgaande wegen) wordt Domburg weer een open duindorp waar bewoners en recreanten in harmonie samen wonen en recreëren.







5.2 Duindorp Cadzand wordt compleet

Cadzand-Bad is voor toerisme ontwikkeld en niet overal even fraai. Door de gevarieerde mix van voorzieningen en accommodaties en het openbare karakter van boulevard en aanliggende (woon)wijken ervaren inwoners en badgasten echter wel een organische eenheid.





5.3 Waterdunen en Verdronken Zwarte Polders

De kust van Zeeuws-Vlaanderen kenmerkt zich door slufters en kreken. Waterdunen is een project waarin de levende kust wordt hersteld en daarmee nieuwe natuur en krachtig kustlandschap wordt gecreëerd. In de Verdronken Zwarte Polders kan ditzelfde wetlands-landschap worden ontwikkeld en tevens een aantrekkelijke verbinding worden gelegd tussen Nieuwvliet-Bad en het oude Nieuwvliet.











5.3 Waterdunen en Verdronken Zwarte Polders



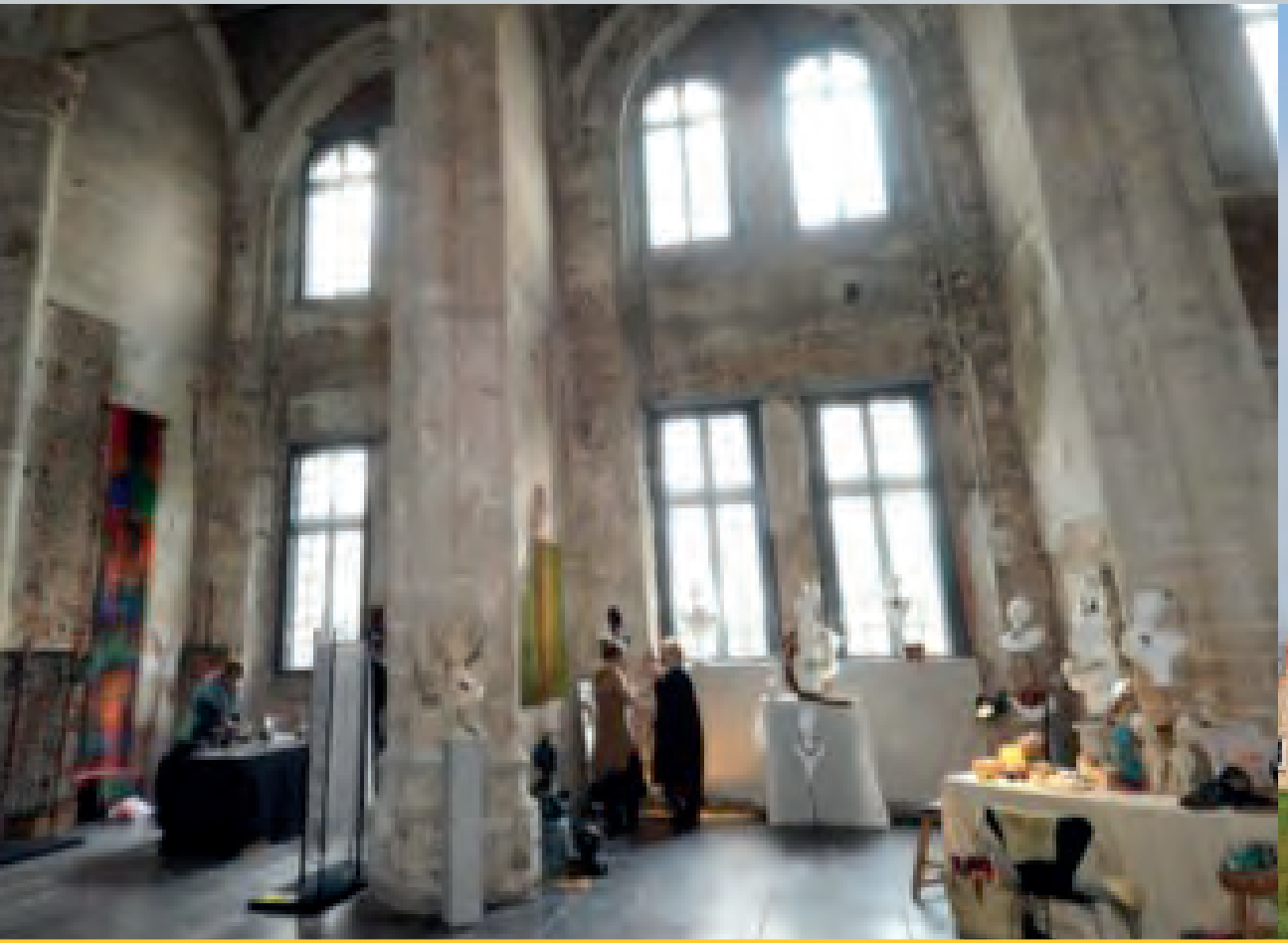






5.4 Cultuurtempel van Veere

Het cultuurtoerisme van Walcheren verdient een krachtige icoon die regelmatig bezocht kan worden door de kusttoeristen en voor sommigen zelfs aanleiding voor een bezoek kan vormen. Zeeland zou kunnen overwegen langs de kust een belangwekkend museum te realiseren. De Grote Kerk van Veere zou een aantrekkelijke en heel spectaculaire locatie kunnen zijn.





5.5 De laan van Westerschouwen

Burgh-Haamstede en Renesse kenmerken zich door linten en lanen. Deze vormen aantrekkelijke routes in het groen en verhogen de belevingswaarde van bewoner en recreant. Doorgaande routes en campings zouden kunnen worden ‘ingepakt’ door lommerrijke lanen met vrijstaande villa’s.







EN NU AAN HET WERK

AAN HET HERSTEL VAN DE DELTA

Conceptversie 1 juli 2016

ZKA LEISURE

VERHEIJDEN CONCEPTEN



BIJLAGEN

SWOT-ANALYSE

Conceptversie 1 juli 2016

Sterktes

- Achterland van kust biedt meer beleving en maakt het kustgebied geschikter voor meer doelgroepen (naast strandplezier ook natuurrecreatie en cultuurtoerisme)
- Kustlijn is heel divers: duinen, dijken, dammen, zee-armen
- De zee is fris en 'donker', de stranden zijn langgerekt, breed en schoon, de duinen zijn veelal breed en hoog
- De logiescapaciteit voor met name families (campings, bungalowparken, familiehotels) is relatief groot
- Overal zijn karakteristieke dorpskernen of stadjes met voldoende service, voorzieningen en attracties/activiteiten
- Kortom: De Zeeuwse kust heeft een sterk, compleet/gevarieerd en onderscheidend toeristisch product voor mainstream familietoerisme

Zwaktes

- De Zeeuwse kust ligt ver weg van de stedelijke agglomeraties, waardoor het dagtoerisme wordt beperkt. De provincie kent daarenboven weinig inwoners, waardoor de vraag naar stedelijke leisure, entertainment of cultuur relatief laag is
- De ligging in Noordwest Europa maakt het zomerweer onzeker en houdt het seizoen kort (dit wordt niet gecompenseerd door stedelijke vraag naar leisure)
- De logiesaccommodaties zijn merendeels eenzijdig van karakter en doelgroep, er is vaak geen of weinig synergie met de omgevingskwaliteiten (landschap en dorpskernen!)
- Veel accommodaties zijn in handen van VVE's, waardoor de kwaliteit van het management laag is en herinvesteren onzeker is (verschraling kwaliteit)
- In vergelijk met andere kustgebieden zijn er (te?) weinig zee jachthavens, flaneerboulevards of kuuroorden. Ook is het cultuuraanbod matig (geen Oerol)
- Kortom: De Zeeuwse kust is wat fantasieloos (monocultuur.) Er is geen synergie met de Zeeuwse natuur en cultuur. Is er synergie met onderscheidende omgevingskwaliteiten (anders gezegd: concurrerende locatie!) en wordt deze in het concept, met respect voor de omgeving, ook benut?

Kansen

- Inkomend toerisme uit Europa groeit relatief sterk, ook in Zeeland zien we meer Belgen, Duitsers en andere buitenlanders
- Er is meer belangstelling voor authenticiteit, gezonde lucht en gezondheidstoerisme.
- De vraag naar tweede woningen blijft groeien (Celth)
- Kustwatersporten (zeilen, kytesurfen) stimuleren een innovatief imago en kunnen groeien, ook in evenementen
- De belangstelling voor natuurbeleving (vogels, zeehonden etc.) neemt toe
- Er is nog steeds groei in inkomend toerisme en korte vakanties in steeds wisselende gezelschappen, waaronder veel groepen (jaarclubs, bedrijven, reünies etc.)
- De bevolking vergrijst en daardoor kan de vraag in het off-season toenemen
- Kortom: naast de traditionele familievakanties en vaste gasten zijn er nog andere groeimarkten potentieel interessant, vooral ook inkomende toeristen

Bedreigingen

- De vraag naar jaarplaatsen (belangrijke basis onder het Zeeuwse kusttoerisme) is op een verzadigingsniveau gekomen
- Bij korte vakanties trekken buitenlandse bestemmingen (vergelijk een weekeinde Barcelona)
- Domeinvorming dreigt door monocultuur. Gasten raken vervreemd van Zeeuwen en permanente strandslaaphuizen verdringen de passant
- De stranden verliezen duinzand en worden hersteld met minder fraai zeezand
- De vraag van families daalt door ontgroening
- In piekmomenten kunnen files op A58 en N57 de bereikbaarheid gaan hinderen
- Standaardisering van de accommodaties versterkt gevoel van monocultuur (eenheidsworsten) en bedreigt de eigen identiteit van Zeeland en de eilanden
- Kortom: De bestaande markt staat kwantitatief en kwalitatief onder druk en er is geen beleid (ook niet in de ‘branding’) om dat tij te keren
- In vergelijk met andere kustgebieden zijn er (te?) weinig zee jachthavens, flaneerboulevards of kuuroorden. Ook is het cultuuraanbod matig (geen Oerol)
- Kortom: De Zeeuwse kust is wat fantasieloos (monocultuur.) Er is geen synergie met de Zeeuwse natuur en cultuur.Is er synergie met onderscheidende omgevingskwaliteiten (anders gezegd: concurrerende locatie!) en wordt deze in het concept, met respect voor de omgeving, ook benut?