

Toerismebeleid gemeente Ameland “Van meer naar beter”

Managementsamenvatting

Vastgesteld 24 april 2023

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 Amelander 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 Amelander 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 Amelander 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 eigezinnige ‘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!

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 Amelander 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 bezoeks-motief van gasten. Er is sterke verbondenheid en interactie tussen ondernemers onderling net als tussen ondernemers, belang(en)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 vreemdend 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.

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 wegglipt' 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.

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.

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.

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.

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 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 'Amelander eigen vervoerssysteem'.

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 verstoring 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.

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 Ameland 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.