GASTVRIJ SCHIERMONNIKOOG

10 PIJLERS VOOR TOERISTISCH BELEID

Schiermonnikoog
Schiermonnikoger Ondernemers Verbond

Natuurmonumenten

gemeente SCHIERMONNIKOOG

VVV Schiermonnikoog

INLEIDING

Nationaal Park, UNESCO Werelderfgoed en al twee keer verkozen tot mooiste (natuur)gebied van Nederland: iedereen die Schiermonnikoog kent, begrijpt waarom het eiland deze eretitels waard is. Geen enkele plek in Nederland kent zo'n wijds en wild landschap. Tegelijk is Schiermonnikoog als Beschermd Dorpsgezicht misschien wel het fraaiste dorp van de Waddeneilanden, veilig verscholen tegen de duinen, intiem en kleinschalig.

Op het prachtige eiland Schiermonnikoog wonen en werken zo'n 940 mensen (aangevuld met onmisbare seizoenskrachten). Er komen jaarlijks rond de 300.000 bezoekers naar het eiland. Voor de eilanders, maar ook voor de gasten, is het belangrijk dat de waarden van het eiland behouden blijven. Tegelijk is Schiermonnikoog voor zijn leefbaarheid volledig afhankelijk van het toerisme. We kunnen dus niet het risico lopen dat Schiermonnikoog sluipenderwijs minder aantrekkelijk wordt voor de gast van de toekomst. Dit betekent niet dat Schiermonnikoog haar unieke waarden moet loslaten, maar juist dat het eiland deze waarden moet koesteren.

Als inwoners van het eiland willen we graag de rust op het eiland bewaren, maar stellen we anderzijds ook prijs op goede voorzieningen. Het toerisme is een belangrijke factor in het behoud van leefbaarheid en het in stand houden van alle voorzieiningen die Schiermonnikoog zo'n prettige plek maken om te wonen, werken en leven. We willen daarom door het jaar heen voldoende gasten op ons eiland verwelkomen om de lokale economie draaiende te houden maar tegelijkertijd de aantrekkelijkheid en 'eigenheid' van Schiermonnikoog beschermen. Ook de toerist, de gast, wil onbekommerd genieten van het natuurschoon, de rust en de authenticiteit van het eiland. Maar de gast wil ook voorzieningen, in de vorm van vervoer, onderdak, culinaire keuze en liefst ook een recreatief aanbod, die voldoen aan de eisen van vandaag de dag.

Behoud van het eigen karakter, van de specifieke Schiermonnikoger cultuur en van de rust lijken op het eerste gezicht op gespannen voet te staan met de komst van toeristen naar het eiland. Toch bewijzen de

eilanden al decennialang dat deze elementen op een goede manier samengaan. En daarbij zijn we ons er terdege van bewust dat onze kernwaarden ons belangrijkste kapitaal zijn. We willen de kip met de gouden eieren niet slachten. Sinds jaar en dag ligt het bezoekersaantal rond de 300.000 per jaar. Daar zijn we blij mee en daar leven we van. Tegelijkertijd reliseren we ons dat deze bezoekers vooral naar Schiermonnikoog komen om te genieten van het eiland zoals dat nu is. We zullen dus moeten meebewegen met de veranderende vraag in de markt, stilstand is immers achteruitgang, zonder dat we ten onder gaan aan een overdaad aan toerisme en bijbehorende activiteiten. Met de bootverbinding als toegangshek hebben we daarbij een perfect controlemiddel in handen.

Dus hoe kunnen we behoud van eigenheid en rust ook in tijden van veranderingen in toerisme en bezoekers met elkaar in harmonie brengen? Dat kan alleen als we daarin met elkaar de juiste keuzes maken: wat past bij het karakter van Schiermonnikoog en wat niet?

DE 10 PIJLERS WORDEN DOOR DEELNEMENDE PARTIJEN GEBRUIKT ALS KADER VOOR HUN BELEID & BESLUITEN

DOEL VAN DEZE NOTITIE

Deze notitie is voortgekomen uit nauw overleg tussen vier partijen, t.w. Gemeente Schiermonnikoog, VVV Schiermonnikoog, Schiermonnikoger Ondernemers Verbond en Natuurmonumenten. Een concept-versie is voorgelegd aan inwoners en gasten en de achterbannen van de vier partijen. De notitie geeft een denkrichting over hoe het toeristisch beleid zich volgens deze partijen zou moeten ontwikkelen om bovengenoemd evenwicht zo dicht mogelijk te benaderen. Hierbij zijn keuzes gemaakt en compromissen gesloten tussen de diverse belanghebbenden. Maar vooral hebben deze partners elkaar gevonden in de richting die ze als eiland willen inslaan met het toeristisch beleid. Deze notitie dient ter ondersteuning van het nemen van (beleids)beslissingen door gemeente, organisaties en ondernemers.

VISIE OP SCHIERMONNIKOOG

WAT MAAKT SCHIERMONNIKOOG UNIEK?

Schiermonnikoog is uniek, ook in het Waddengebied. Van alle Nederlandse Waddeneilanden heeft Schiermonnikoog het meest natuurlijke landschap, gevormd door wind en water. Het eiland is ieder seizoen en ieder jaar anders. De beleving van de weidsheid en de natuurkrachten is voor velen een onvergetelijke ervaring. Ook is er sprake van rust en van een lijn met het verleden, iets blijvends. Een ruim opgezet, vriendelijk, groen en historisch dorp, omringd door een afwisselend duinlandschap met open stuifkuilen, beschutte bospaden en historische plekken als Vredenhof, de in de duinen verscholen bunkers en de eendenkooi. In het dorp kun je genieten van een breed scala aan horecavoorzieningen. Er is ook regelmatig wat te doen: concerten, exposities, sportevenementen. En dan is er natuurlijk ook nog het brede strand van Schiermonnikoog, waar je zelfs op een drukke zomerdag alle ruimte hebt. Waar je kunt (leren) kitesurfen, vliegeren en strandzeilen. En waar je ’s winters kunt uitwaaien en lopen tot de horizon.

WAT WILLEN WE ZIJN?

Schiermonnikoog trekt diverse doelgroepen, waarbij er niet een specifiek uitspringt. Bovendien heeft het eiland een heel eigen identiteit, al blijft dat een goed bewaard geheim voor een kleine kring. Vaste bezoekers kennen dat geheim: velen voelen zich persoonlijk sterk verbonden met Schiermonnikoog. Voor de profilering van Schiermonnikoog kunnen we zeker gebruik maken van het feit dat de gast heel graag de eilander identiteit adopteert en zich op die manier even ‘eilander onder de eilanders’ waant.

Wij zien een eiland voor ons dat je ervaart als enig in zijn soort en waar

- de gast zich welkom voelt, centraal staat en “ontzorgd” wordt
- het leven gemakkelijk is: je hebt weinig nodig en alles is gemakkelijk te vinden
- je een natuurlandschap ervaart dat zich zelf vormt (‘oer-eiland’)
- je bij ieder bezoek verrast wordt, omdat het er steeds anders is
- je bijzondere evenementen kunt meemaken op soms onverwachte plekken
- de onbereikbare horizon altijd dichtbij is
- je lekker kunt eten en drinken van heerlijke eilander- en waddenproducten
- je vertrekt met het gevoel dat je nog niet alles hebt gezien
- je je thuisvoelt en terug wilt komen
- het goed ondernemen en goed wonen is
- een duurzame basis is voor behoud van voorzieningen

Maar wat betekent dit ideaalbeeld in de praktijk en hoe krijgt dit vorm in concreet toeristisch beleid?

PIJLERS

Om van een ideaalbeeld naar concreet beleid te komen, moeten we een aantal uitgangspunten vastleggen en keuzes maken. Hierbij zoeken we naar een goed evenwicht tussen de belangen van de diverse bewonersgroepen, organisaties en ondernemers op het eiland en de wensen van de gasten. We willen door het jaar heen voldoende gasten op ons eiland verwelkomen om de lokale economie draaiende te houden maar ook de aantrekkelijkheid en ‘eigenheid’ van Schiermonnikoog beschermen. Het toerisme is een belangrijke factor in het behoud van leefbaarheid en het in stand houden van alle voorzieiningen die Schiermonnikoog zo’n prettige plek maken om te wonen, werken en leven. De uitgangspunten hebben we verwoord in 10 pijlers die we hierna benoemen en kort toelichten. De pijlers worden vervolgens door gemeente, organisaties en ondernemers bij alle (beleids)beslissingen als uitgangspunt genomen.


PIJLER I
DNA
SCHIERMONNIKOOG
deplaatjesmaker

1

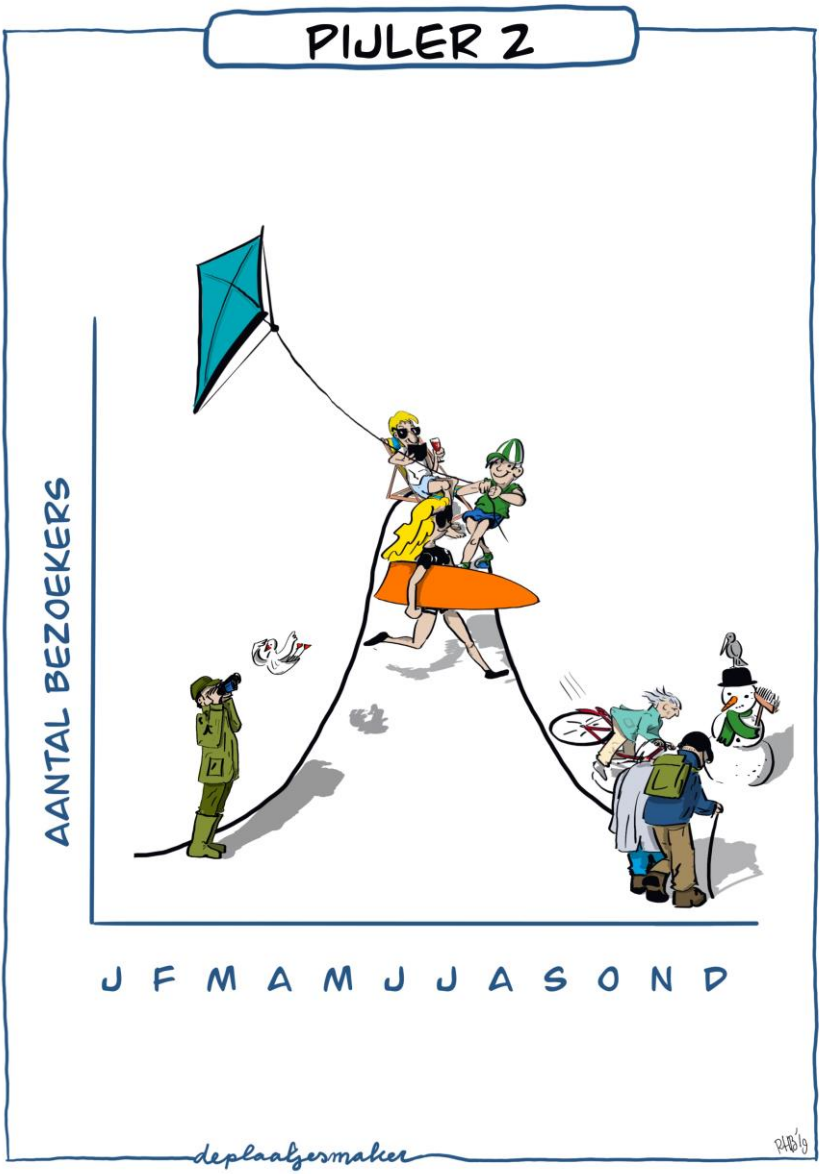
HET BESCHERMEN, BELEVEN EN BENUTTEN VAN ONZE KERNWAARDEN VORMT HET UITGANGSPUNT VAN ONS TOERISTISCH BELEID

RUST, RUIMTE, NATUUR EN AUTHENTICITEIT

Dit zijn de vier kernwaarden waarmee Schiermonnikoog zich onderscheidt. Nationaal Park, een dorp dat goed behouden is en een actief dorpsleven dat elders in Nederland grotendeels verdwenen is. Dat alles maakt ons authentiek en uniek. En alhoewel Schiermonnikoog op zichzelf al een sterk merk is, gaan we ons eiland hiermee nog scherper onderscheiden van andere waddeneilanden en alternatieve 'natuurbestemmingen'.

Bijzonder aanonze natuur is de ongeëvenaard rijke biodiversiteit dankzij de afwisseling aan landschappen. Natuur die meer dan waar ook in Nederland wordt gevormd door natuurlijke processen, niet in de eerste plaats door mensen. De getijden, water en wind vormen het eiland en veranderen het voortdurend. De uitgestrektheid, de ongereptheid en de nachtelijke duisternis op grote delen van het eiland bieden een onvergetelijke ervaring, net als de ligging aan de Waddenzee. De authenticiteit van Schiermonnikoog is gekoppeld aan het eilandkarakter: een plek waar mensen van oudsher op elkaar en op hun natuurlijke omgeving zijn aangewezen. Je moest het met elkaar rooien met wat het eiland te bieden had. De gemeenschap van eilanders houdt de cultuur van het eiland letterlijk levend.

Het mag een open deur lijken, maar het beschermen, benutten en beleven van deze waarden vormt ons DNA: dat wat we zijn. Wat ook in ons DNA zit, is gastvrijheid. We laten onze gasten onbekommerd over het eiland dwalen. We verwelkomen hen niet alleen in accommodaties, winkels en restaurants, maar ook in onze eigen huizen en in ons leven. We laten hen even 'eilander onder de eilanders' zijn. Deze gastvrijheid maakt dat gasten onze kernwaarden ten volle kunnen beleven. Het beschermen van deze kernwaarden is in het belang van ons allemaal. Immers: aantasting van de kernwaarden zou zowel natuur en cultuur als het toeristisch aanbod van Schiermonnikoog schaden.


PIJLER 2
AANTAL BEZOEKERS
J F M A M J J A S O N D
deplaatjesmaker

2

WE KIEZEN VOOR SLIMME GROEI

Als we mensen onthalen die komen voor onze kernwaarden en daarvan genieten zonder ze te schaden (dat kan), dan zijn we daar trots op. Volume en commercie op zichzelf hoeven daarbij geen bedreiging te zijn. Het gaat om de manier waarop, welk type groei en commercie. Het beschermen en benutten van onze kernwaarden betekent dus ook kiezen om sommige zaken niet te doen en op andere juist steviger in te zetten. Bij alles wat we doen en organiseren houden we rekening met de kernwaarden.

De voornaamste bedreigingen voor deze kernwaarden zijn een ongebreidelde groei in het volume aan gasten, te grote commercie en/of te grote of teveel activiteiten en evenementen (zeker in de drukke maanden). Gedurende het jaar zal er altijd een dal en piek blijven maar ons doel is spreiding van gasten en het beperken van piekbelasting in de vakantieperiodes. Uitgangspunt is wel om minimaal 300.000 bezoekers per jaar vast te houden. Die vormen de basis om onze voorzieningen, werkgelegenheid en economie op peil te houden en zijn daarmee de dragers van de leefbaarheid op ons eiland.

We streven dus niet naar een verdere algemene groei van bezoekersaantallen, maar zetten in op een beleid waarin we ons richten op bepaalde groepen gekoppeld aan de maanden van het jaar en op verlenging van het verblijf. Daarbij bepalen we nog veel meer dan nu op welke groepen we onze marketing richten en welke voorzieningen en activiteiten we aanbieden om die mensen te verleiden om te komen en tijd en geld te spenderen. Zo is groei goed mogelijk zonder het kind met het badwater weg te gooien.

Iedereen is en blijft welkom op Schiermonnikoog. De kunst is evenwel om het toeristisch aanbod te richten op de mensen die voor de essentie van het eiland komen. Zo kunnen we die mensen de beleving bieden die hen past en kunnen we mensen aan het eiland verbinden.


PIJLER 3
deplaatjesmaker

3

WE STIMULEREN ACTIVITEITEN DIE PASSEN BIJ DE KERNWAARDEN

We richten ons op meer kleinschalige, decentraal georganiseerde evenementen. We onderscheiden ons daarbij van de andere waddeneilanden door te kiezen voor activiteiten die passen bij onze kernwaarden en die qua aard aanvullend zijn op datgene wat we als eiland zo graag willen uitstralen (cultureel of qua natuur). Evenementen en permanente voorzieningen dus die onderscheidend zijn voor Schiermonnikoog en passen bij de kernwaarden van het eiland. Die mogen ook groot zijn, maar dan willen we graag dat de opbrengsten op het eiland blijven.

Voor dergelijke activiteiten is zelfs nog ruimte tijdens toeristische piekmomenten op het eiland. We stimuleren de realisatie van een aansprekende activiteitenkalender, met oog voor afwisseling en spreiding door het jaar.

We willen dat er voldoende 'te doen' is voor een breed scala aan doelgroepen en om het eiland aantrekkelijker te maken voor jonge mensen. Ook in drukke tijden willen we vertier voor onze gasten. Daarbij hoort ook een modern muziekaanbod dat zich in de openbare ruimte afspeelt. Horecaondernemers organiseren in dit kader met enige regelmaat individueel of gezamenlijk optredens. Een overkill aan muziek levert echter strijd op met de eerdergenoemde kernwaarden waarop we ons willen laten voorstaan. Ook hierbij is het dus zaak te zoeken naar balans.

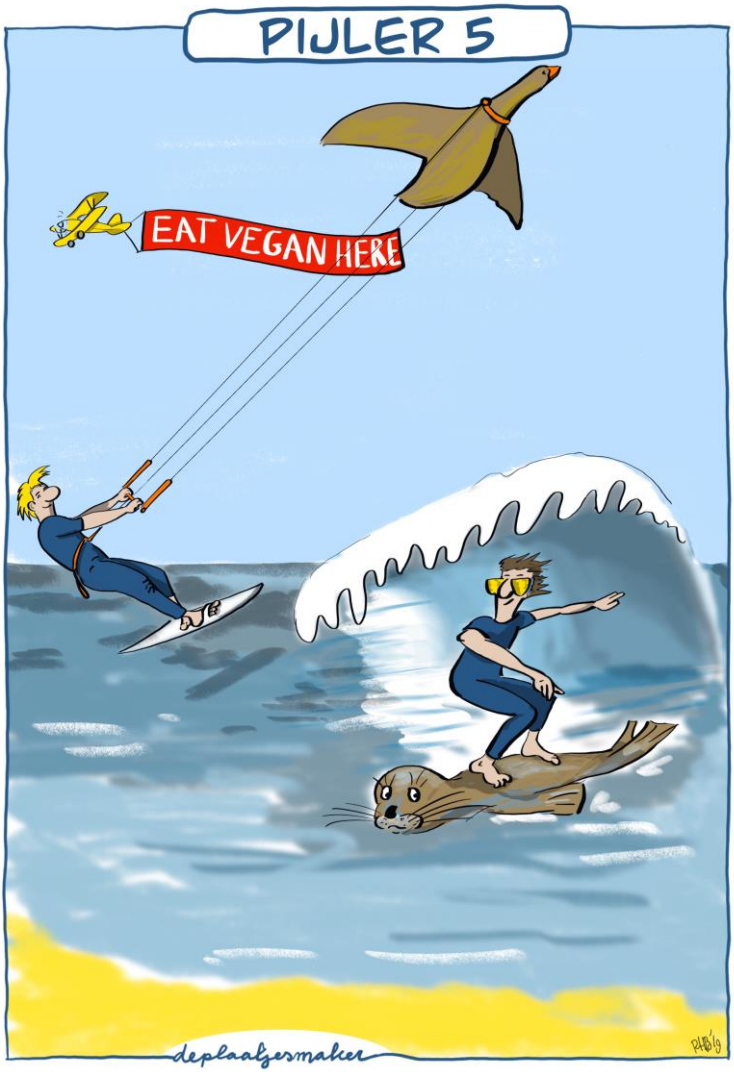
We versterken op deze manier activiteiten die bijdragen aan natuur, cultuur en beleven en dragen ze sterker uit: bijvoorbeeld Werelderfgoedprofilering, uitbreiden excursieprogramma en concertprogrammering. En we maken keuzes. Aan activiteiten die minder bij ons passen besteden we minder energie en (marketing)middelen.


PIJLER 4
PR
WADDENZEE
deplaatjesmaker

4

WE ZETTEN ONZE SCHAARSE MARKETINGMIDDELEN GERICHT IN

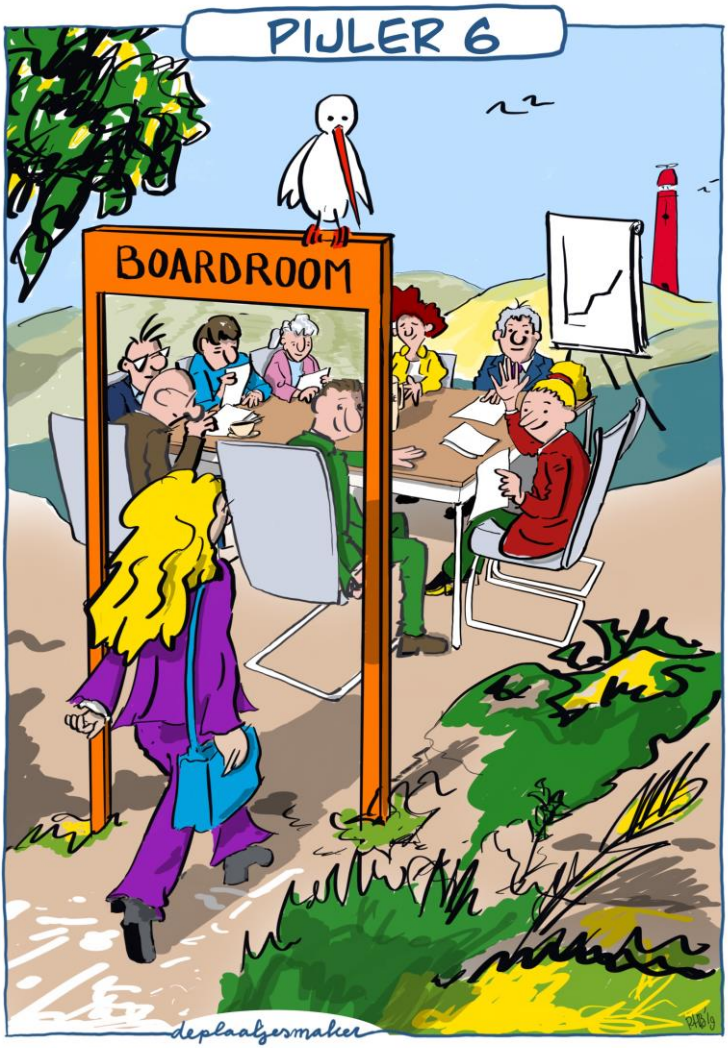
We kiezen voor stimulering van meerdaagse verblijfsduur, bijvoorbeeld door het breder aanbieden van (hotel)arrangementen. Het liefst in combinatie met een mooie excursie en daarbij elementen als een boot- & buskaart en een fiets. Vanuit Informatiecentrum het Baken gaan we inzetten op marketingactiviteiten plús een daarbij passend aanbod aan activiteiten die mensen eenvoudig kunnen boeken. Promotionele activiteiten voor het eiland (gebaseerd op het toeristische beleid) bouwen we verder uit. Voor de campagnes over de grens sluiten we aan bij de Noordelijke provinciale marketingorganisaties (en hun grotere budget daarvoor) en bij het 'merk' Waddenzee Werelderfgoed, maar dan wel met een eigen toon voor Schiermonnikoog. Natuurmonumenten ondersteunt door algemene begrippen 'natuur en cultuur' voor Schiermonnikoog nog meer eigen inkleuring te geven.


PIJLER 5
EAT VEGAN HERE
deplaatjesmaker

5

SCHIERMONNIKOOG IS VOOR JONG & OUD

Schiermonnikoog is voor iedereen, dus niet alleen voor gezinnen en pensionado's, maar ook voor jongeren. Cijfers uit de gastenenquête (2017-2018) laten zien dat een groot deel van de huidige gasten 45+ is en dat het percentage herhalingsbezoek hoog is. Gasten die als kind, scholier of student het eiland leerden kennen, blijven terugkomen. Het eiland moet daarom ook aantrekkelijk zijn voor jongeren (grofweg 18+ tot 25), want zij zijn niet alleen nu een belangrijke doelgroep, maar vormen ook onze gasten van de toekomst. Activiteiten als kitesurfen en strandzeilen helpen hierbij. De uitdaging is deze jongeren tegelijkertijd oog te laten krijgen voor de schoonheid en natuurlijke aantrekkelijkheid van het eiland: natuur is ook uitdagend! Dit kan door spannende excursies te organiseren op de kwelder of aan te sluiten bij thema's als duurzaamheid, gezond leven en circulaire economie.


PIJLER 6
BOARDROOM
deplaatjesmaker

6

WE ZETTEN IN OP ACTIEVE BENADERING VAN ZAKELIJKE GASTEN

Zakelijke gasten vormen een zeer interessante doelgroep (goede bestedingen buiten vakanties en weekenden) die een actieve benadering verdienen in de promotie. Dat kan vanuit Informatiecentrum het Baken. Schiermonnikoog is namelijk uitermate geschikt voor kleinere (10 tot circa 40 personen) zakelijke groepen die een goede locatie zoeken voor een offsite teambuildingevenement of vergadersessie met leuke omlijsting. Deze groepen willen het zakelijke element niet uit het oog verliezen, maar wel met elkaar communiceren in een andere omgeving dan het gebruikelijke kantoor of zakelijk conferentiecentrum. Dat kan heel goed op ons eiland. Het aantrekkelijke van deze doelgroep is dat dit soort bijeenkomsten altijd buiten de weekenden en vakanties plaatsvinden en er budget beschikbaar is voor accommodatie en ondersteunende activiteiten.

Ons eiland heeft hiervoor de goede infrastructuur, mits de groep niet te groot is: vergaderruimtes en horeca, natuur- en recreatieve programma's voor het niet-zakelijke deel van het zakelijk uitje. Daarbij is het eiland 'mentaal' wel op afstand maar logistiek dichtbij en goed te bereizen.

Op termijn willen we dergelijke arrangementen ook kunnen bieden voor grotere groepen en willen we een nog betere service bieden waardoor groepen met één telefoontje alles kunnen laten regelen wat ze nodig hebben voor hun zakelijk verblijf.


PIJLER 7
CURSUS GA
IHEID
CERTIFICAAT
GASTVRIJHEID
deplaatjesmaker

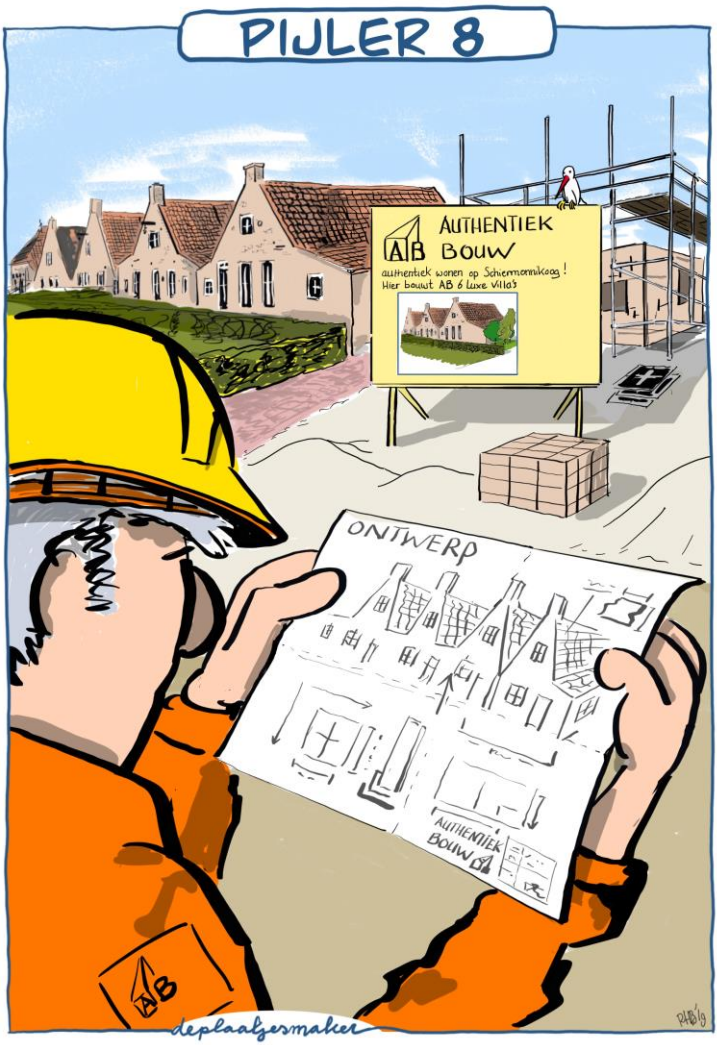
7

WE SPELEN IN OP TRENDS IN DE VERHUURMARKT

Het aantal bedden is voortdurend aan verandering onderhevig, zowel in kwaliteit als in kwantiteit. Ook worden niet alle woningen met een recreatieve bestemming nog verhuurd omdat eigenaren de woning vaker alleen voor eigen gebruik benutten. Om hierin een vinger aan de pols te houden is het van belang het beddenaantal te monitoren.

Daarnaast is het van belang te kijken naar waaraan behoefte is in de verhuurmarkt. Hierbij moeten we ook rekening houden met de vraag van gasten en trends die te onderscheiden zijn op het gebied van recreëren. Zo is er bijvoorbeeld een groeiende vraag naar meer kwaliteit, maar ook naar meer flexibiliteit (bijvoorbeeld af van het keurslijf van verhuur ma-vr/ma-ma). De ruimte voor nieuwbouw is gezien de benoemde kernwaarden echter beperkt. Slimme groei moeten we zoeken in meer kwaliteit en spreiding van gasten. Daarnaast zien we ruimte voor goeie, nieuwe initiatieven, zodat je ook in kwantitatieve zin nog kunt groeien mét behoud van diversiteit.

Daarnaast zetten we ons inom eigenaren van recreatiewoningen te informeren over het belang van verhuur van recreatiewoningen voor het eiland en daarmee voor de leefbaarheid.


PIJLER 8
AUTHENTIEK
AB BOUW
authentiek wonen op Schiermonnikoog!
Hier bouwt AB 6 luxe villa's
ONTWERP
AUTHENTIEK BOUW
deplaatjesmaker

8

WIJ ZIJN ONS TOERISTISCH PRODUCT

Het hele eiland, van duin tot polder, is ons toeristisch product. Een aantrekkelijk dorp vormt hiervan een belangrijk onderdeel. Wij richten ons op het benadrukken van het authentieke karakter van ons dorp, bijvoorbeeld door de autoluwheid van het centrum te versterken. Maar ook door alleen te kiezen voor nieuwbouw als die passend is bij de authenticiteit van het dorp. Bij een toeristisch aantrekkelijk centrum past bovendien ruimte voor meer kleinschalige bedrijvigheid, bijvoorbeeld door uitbreiding van het winkelbestand of uitbreiding bij bestaande bedrijven.

Wij als inwoners, ondernemers en werknemers maken deel uit van het toeristisch product. Heel belangrijk daarbij zijn zaken als klantvriendelijkheid, gastheerschap en servicegerichtheid. Op zich logisch, maar de praktijk is soms weerbarstig. We willen meer bewustwording genereren dat we allemaal ambassadeurs van het eiland zijn. Daartoe organiseren we bijvoorbeeld cursussen gastheerschap voor (horeca)medewerkers.

Hierbij hoort ook dat er voldoende en gekwalificeerde medewerkers kunnen worden aangetrokken. In tijden van krapte op de arbeidsmarkt blijkt dit voor bedrijven steeds lastiger te zijn. Een steeds terugkerende factor daarbij is het nijpend tekort aan voldoende en goede personeelswoningen. We spannen ons gezamenlijk in om randvoorwaarden als huisvesting en beloning zodanig te laten zijn dat er voldoende, gekwalificeerde medewerkers kiezen voor wonen en werken op het eiland.


PIJLER 9
Mooi hè?
Nou!
deplaatjesmaker

9

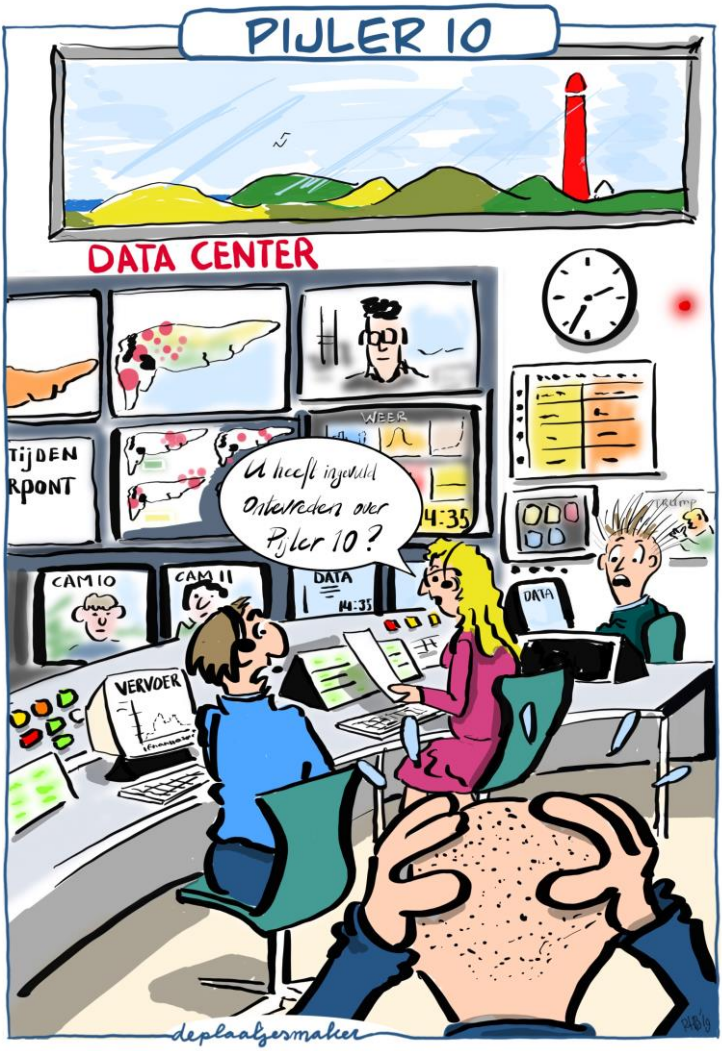
WE KOESTEREN & BENUTTEN ONZE PREDICATEN

We willen de predicaten die het eiland heeft, beter benutten, koesteren, uitdragen en laten beleven.

NATIONAAL PARK, BESCHERMD DORPSGEZICHT, WERELDERFGOED, 'DARK SKY', MOOISTE PLEK

De bijzondere status van ons eiland komt in verschillende predicaten tot uiting. Deze gaan we gerichter inzetten voor de profilering van ons eiland en om ons te onderscheiden van andere gebieden. Zo biedt de status van Werelderfgoed unieke kansen voor het aanboren van nieuwe doelgroepen. Andere elementen die bij ons passen en onze toeristische positionering kunnen versterken, zijn een zelfvoorzienend eiland en een meer circulaire, biodiverse benadering van productie en consumptie. Ook het thema Dark Sky is prima te verbinden met de thema's natuur en Waddenzee werelderfgoed, bijvoorbeeld door mensen de nacht te laten beleven.

Informatiecentrum het Baken gaat een belangrijke bijdrage leveren aan het vergroten van de bekendheid en het beter benutten van deze predicaten, zowel fysiek via onder meer excursies en exposities, als online. Daarnaast gaat het Baken een belangrijke rol spelen in het betrekken van de eilandbewoners als ambassadeurs en gastheren bij het verhaal over ons eiland.


PIJLER 10
DATA CENTER
WEER
U heeft ingevuld
Ontevreden over
Pijler 10 ?
4:35
CAM 10
CAM 11
DATA
VERVOER
deplaatjesmaker

10

WE VERGAREN DATA

Tot slot zetten we in op het vergaren van zo veel mogelijk betekenisvolle data om de effecten van onze keuzes te meten en te evalueren. Daarbij kijken we niet alleen naar cijfers en kwantiteit, maar gaan we mensen ook vragen stellen over waar ze voor komen en hoe tevreden ze zijn met wat ze hier hebben gedaan.