

Strategiedocument 2019-2025

TOERISTISCH ONDERNEMEND ZEELAND

Dit strategiedocument is tot stand gekomen onder de regie van:



Impuls Zeeland

Edisonweg 37 | 4392 NV Vlissingen | Nederland | T +31 118 72 49 00

info@impulszeeland.nl | www.impulszeeland.nl

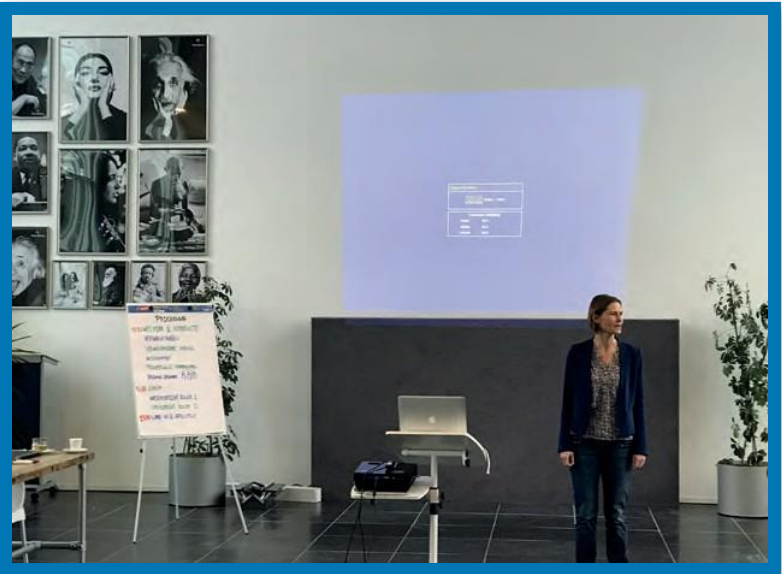
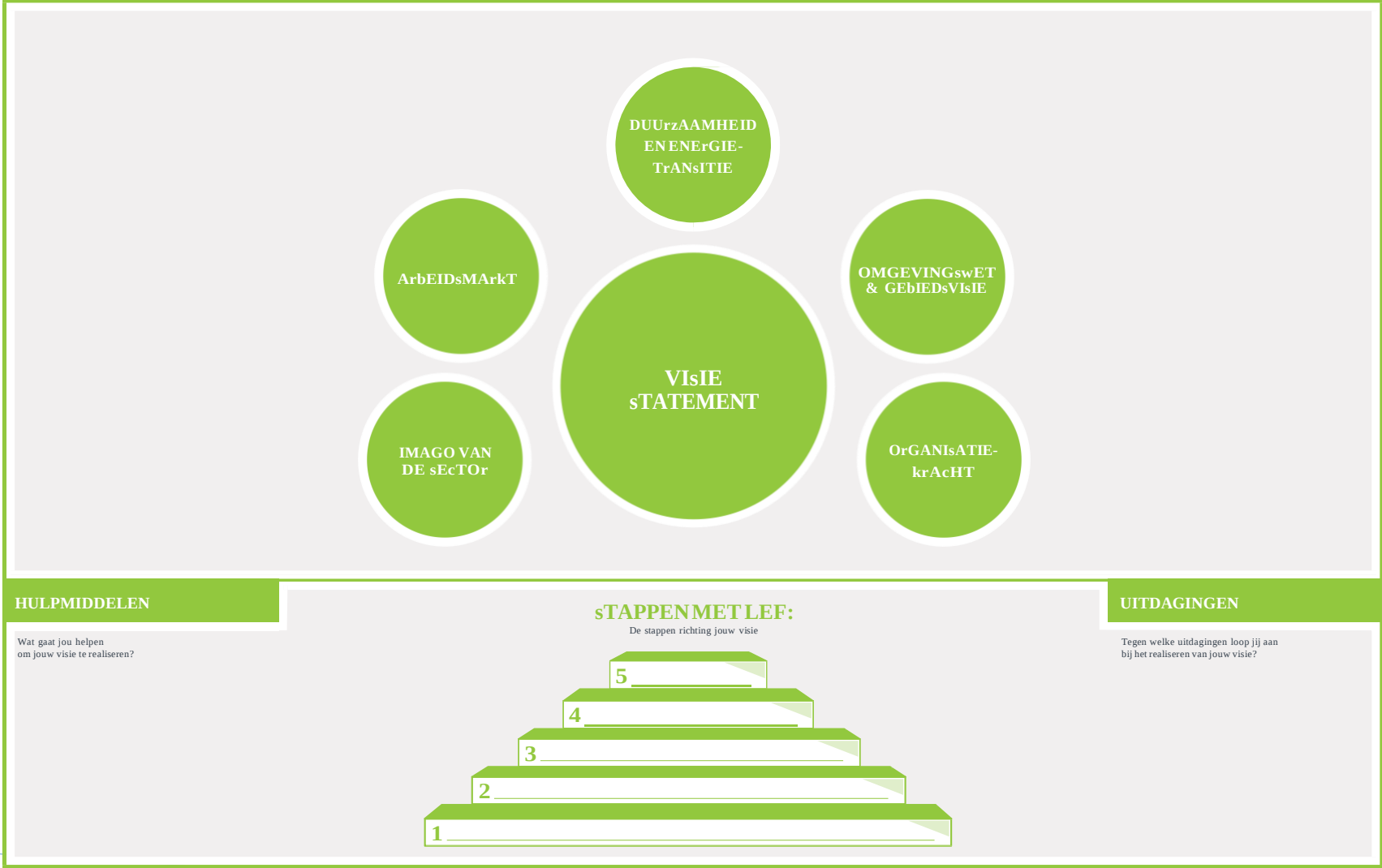
- 3 | Voorwoord
- 4 | Strategische thema's
- 6 | Interview met toerist uit de randstad
- 8 | Imago van de sector
- 10 | Arbeidsmarkt
- 12 | Duurzaamheid en energietransitie
- 14 | Omgevingswet & gebiedsvisie
- 16 | Organisatiekracht

In dit strategiedocument is een meerjarenstrategie voor de Zeeuwse vrijetijdseconomie opgenomen. Deze strategie is tot stand gekomen tijdens innovatiebijeenkomsten van Impuls Zeeland, Kenniscentrum Kusttoerisme en TOZ. De visie ligt in lijn met de uitdagingen en ambities van TOZ. Dit omdat het nodig is om de gezamenlijke organisatiekracht vanuit de sectoren te vergroten. We hebben er voor gekozen om niet een blauwdruk neer te leggen, maar een richting te formuleren waarbij voldoende ruimte is voor invulling vanuit TOZ en alle andere partners. Wij hebben zes strategische thema's benoemd waar wij gezamenlijk mee aan de slag willen. Het gaat om de volgende strategische thema's:

- Imago van de sector
- Arbeidsmarkt
- Duurzaamheid en energietransitie
- Omgevingswet & gebiedsvisie
- Organisatiekracht van de sector

Op de volgende pagina's hebben we steeds per thema op de rechterpagina onze dromen en doelstellingen voor 2025 geformuleerd en op de linkerpagina hebben wij concrete acties en activiteiten opgenomen die wij willen uitvoeren en inspirerend werken om de uiteindelijke ambitie te realiseren.

5 BOLD STEPS VISION® CANVAS



Een voorbeeld van hoe er tegen Zeeland aangekeken wordt

Je bent afgelopen jaren een aantal malen in Zeeland op vakantie geweest. Kun je aangeven wat jouw beeld van Zeeland is?

“Als ik aan Zeeland denk, dan denk ik aan schone stranden, rust, de natuur en lekker eten. Het eten in Zeeland is echt goed, de vele lokale producten vind ik aantrekkelijk, die vind je nergens anders. Wat mij wel opvalt is dat de voorzieningen in Zeeland erg gericht zijn op de toerist én op de zomermaanden.”

Kun je over dit laatste punt, de voorzieningen, iets meer vertellen?

“Tijdens mijn laatste vakantie in Zeeuws-Vlaanderen viel het mij weer op: er wordt met name in toeristische en commerciële voorzieningen geïnvesteerd. De reguliere publieke voorzieningen blijven hierbij achter. Met name in de kleinere dorpen die minder op het toerisme gericht zijn, zijn de dorpscentra erg beperkt. Winkels staan leeg en onderhoud aan panden vindt weinig plaats. Omdat ik het voorzieningenniveau van de randstad gewend ben, blijft het beeld hangen dat het totale voorzieningenniveau in de provincie Zeeland achter blijft. Ik kan mij voorstellen dat dit voor de Zeeuw zelf ook niet altijd prettig is.”

Heb je een tip? Hoe zou je dit kunnen verbeteren?

“Wellicht zou Zeeland zich wat meer met de natuur en de Zeeuwse specialiteiten kunnen profileren? En maak Zeeland ook aantrekkelijk buiten het zomerseizoen. Zorg daarbij wel dat de voorzieningen ook in deze maanden op orde zijn.”

“Vertel juist buiten het hoogseizoen de verhalen over de Zeeuwse natuur; de zee, vogels die broeden, etc. En laat ook de Zeeuwse specialiteiten nog veel meer zien: de oester, de aardappel, boter, graan, spek. Het zijn goede en karakteristieke producten waarmee Zeeland zich echt onderscheidt. En als je die verhalen dan vertelt, laat dan de trots van de Zeeuw spreken; want dat is wel duidelijk, de Zeeuw is trots op zijn/haar eigen provincie. Die authenticiteit spreekt mij erg aan en is in de randstad ver te zoeken.”

Interview met toerist uit de randstad



Acties 2019:

- De dialoog aangaan met de omgeving ten aanzien van alle aspecten van leefbaarheid, monitoren lusten en lasten balans (2030 perspectief NBTC.)
- Tools ontwikkelen zodat ondernemers met de omgeving aan de slag kunnen gaan
- Verbeteren of ontwikkelen van interne en externe communicatie zoals (televisie, radio, Facebook, YouTube), eventueel met inzet van bekende Zeeuwen
- Invulling geven aan initiatieven zoals het hospitality pact
- Toolkit met goede voorbeelden ontwikkelen
- Intensief betrekken van opinion leaders en lokale media

2019

2025

Doelstellingen 2025:

- De Zeeuwse horeca en recreatiesector staat onder de Zeeuwen bekend als motor achter: economische activiteiten, sociaal klimaat (leefbaarheid) en goed voorzieningenniveau
- De Zeeuw draagt de Zeeuwse vrijetijdseconomie een warm hart toe en werkt samen met de sector aan een leefbaar Zeeland voor iedereen
- De sector wordt gezien als een betrouwbare en interessante werkgever.

Urgentie: er is een groot en structureel personeelstekort in de Zeeuwse vrijetijdseconomie. Alleen door samenwerking is dit probleem nog op te lossen

Acties 2019:

- Ondernemers betrekken bij het onderwijs
- Starten met imago building vanaf de brugklas
- Initiëren cross-overs met andere sectoren
- Aanjaagprojecten om personeelstekorten op te vangen
- Experimenteren met de inzet van nieuwe technologie (robots, snelle betaalsystemen, etc.)
- Experimenteren met een meer flexibele inzet van mensen
- Creëren van een personeelspool van waaruit via een database de juiste mensen ingezet kunnen worden

2019

2025

Doelstellingen 2025:

- Het Zeeuwse hospitality pact heeft voor een vitale arbeidsmarkt gezorgd
- Er is een doorlopende leerlijn waarbij de student carrièreperspectief heeft
- Over de hele linie wordt het werk ingevuld door vakbekwaam personeel
- Ondernemers zien ook kansen om op een andere manier met hun personeelsvraagstukken om te gaan
- Voldoende personeel werkzaam in de Zeeuwse vrijetijdseconomie
- Ondernemen in de vrijetijdseconomie is leuk, minder belastend en staat hoger in aanzien

Acties 2019:

- Investeren in energie neutrale faciliteiten:
- Experimenteren met de diverse kansen in alternatieve energievormen
- Verder toepassen van circulaire concepten
- Kansen zoeken ten aanzien van anders omgaan met afval en zoeken naar alternatieven plastic
- Het houden van kennissessies voor ondernemers over de omgang met natuurlijk kapitaal
- Sector participeert sterk in relevante regionale energietafels

2019

2025

Doelstellingen 2025:

- De Zeeuwse ondernemers zijn intrinsiek gemotiveerd en in staat om de exploitatie op een duurzame circulaire wijze te laten plaatsvinden.
- 80% van alle Zeeuwse vrijetijdsondernemers opereert energieneutraal
- Er wordt gebruik gemaakt van het ‘natuurlijk’ kapitaal (landschap)
- Sustainable hapiness: De Zeeuwse toerist voelt de duurzaamheid in de kwaliteitsbeleving

Acties 2019:

- In 2019 is de sector sterk vertegenwoordigd en zichtbaar in alle participatiebijeenkomsten ten aanzien van dit onderwerp

2019

2025

Doelstellingen 2025:

- Een omgevingsvisie en regelgeving die voorziet in ontwikkelruimte voor ondernemers met respect voor landschap en natuur.

Urgentie: vergroten van organisatiekracht van de vrijetijdssector om samenwerking met overheden en ondernemers te kunnen intensiveren en als sector meer vanuit een gemeenschappelijke visie te kunnen opereren.

Acties 2019:

- Aanstellen van een verbinder
- Samenwerkingen versterken en vergroten
 - o Bekendheid van TOZ vergroten
 - o Zoeken naar en activeren van ambassadeurs
- Opstellen en start maken met de strategische agenda voor de vrijetijdseconomie
 - o Ondersteunen van lokale initiatieven
 - o Faciliteren van adhoc samenwerkingen
 - o Faciliteren van kennis, monitoring, innovatie en marktwerking

2019

2025

Doelstellingen 2025:

- TOZ heeft een 100% naamsbekendheid in de sector en is dé gesprekspartner voor ondernemers in de Zeeuwse vrijetijdseconomie
- Er is een gezamenlijke strategische agenda voor vrijetijdseconomie
- Er is een vrijetijdseconomie coördinator actief die de strategische agenda beheert en uitvoert. De coördinator is de smeerolie van de sector
- Er is een bruisend netwerk actief dat samenwerkt aan de Zeeuwse vrijetijd en recreatiesector
- Er is ruimte om per gebied tot maatwerkoplossingen te komen
- Ondernemers werken vanuit passie, urgentie en betekenis samen aan kleine projecten om de visie op de Zeeuwse vrijetijdseconomie te realiseren