



//GEMEENTE OPSTERLAND: BEETSTERZWAAG



//GEMEENTE WESTSTELLINGWERF: ROTTIGE MEENTE



//GEMEENTE SMALLINGERLAND: DE LEIJEN

REGIONALE TOERISTISCHE ONTWIKKELSTRATEGIE

ZUIDOOST FRIESLAND



//GEMEENTE SMALLINGERLAND: DRACHTEN



//GEMEENTE HEERENVEEN: MUSEUM BELVEDERE



//GEMEENTE OOSTSTELLINGWERF: BOSBERGTOREN

COLOFON

Opgesteld in het kader van de Regio Deal Zuidoost Friesland door:

- gemeente Heerenveen, Jildau Wiersma
- gemeente Ooststellingwerf, Geske Barendregt
- gemeente Opsterland, Kim Walstra
- gemeente Smallerland, Wietze Jans
- gemeente Weststellingwerf, Monique Annotee

Ontwerp & opmaak

- Joke Krist, Joke Communicatie

Beeldmateriaal

- Stichting Toerisme Regiomarketing Zuidoost Friesland



INHOUD

Samenvatting

1	Een regionale ontwikkelstrategie	1
1.1	Regio Deal als aanleiding	1
1.2	Totstandkoming en status	2
2	Zuidoost Friesland in beeld	5
2.1	De regio en de wereld om ons heen	5
2.2	Kenschets van 'het andere Friesland'	6
2.3	Analyse huidige situatie en ontwikkelkansen	6
2.4	SWOT-analyse en confrontatiematrix	9
3	Perspectief voor 2030	13
3.1	Ambitie: slimme ontwikkeling en groei voor vitale regio	13
3.2	Doelen voor een bestemming in balans	14
4	Strategie: drie ontwikkellijnen	17
4.1	Bestemmingsontwikkeling: aantrekkelijk en beleefbaar aanbod	19
4.2	Bestemmingsmarketing: positionering, profilering en promotie	20
4.3	Bestemmingsmanagement: Zuidoost Friesland in balans	21
4.4	Ontwikkelagenda	22

Bijlagen

Bijlage 1:	Geraadpleegde bronnen en stakeholders	28
Bijlage 2:	Omvang vrijetijdseconomie	30
Bijlage 3:	Overzicht trends en ontwikkelingen	43
Bijlage 4:	SWOT-analyse	45
Bijlage 5:	Analyse van toeristische druk en draagkracht	48
Bijlage 6:	Uitnodigingskader	54
Bijlage 7:	Integrale benadering Circulaire Economie in Friesland en Actieplan Circulaire Gastvrijheidssector	56



SAMENVATTING

TOERISTISCHE REGIONALE ONTWIKKELSTRATEGIE ZUIDOOST FRIESLAND

DE REGIO IN 2030:

Kenmerkt zich door een ontwikkeling van een relatief onontdekte regio naar een bestemming die zichtbaar en beleefbaar is voor inwoners, ondernemers en bezoekers, waar zij volop genieten van een aantrekkelijke, vitale leefomgeving en een vestigingsklimaat, in balans.

Bijdrage aan brede welvaart.

In 2030 heeft elke inwoner van Zuidoost Friesland profijt van de gastvrijheidseconomie en heeft de sector bijgedragen aan een prettige woon- en werkomgeving, het behoud van natuur- en cultuurerfgoed en toekomstbestendige banen voor de beroepsbevolking.

Ontwikkeling vanuit kernwaarden.

Ontwikkeling is vooral wenselijk vanuit de kernwaarden. Dat betekent dat bezoekers komen voor het verhaal van de regio en de versterkte kwaliteiten van natuur, cultuur(historie), landschappen en kernen.

Ontwikkeling in balans.

Ontwikkeling van toerisme is in balans en overschrijdt de draagkracht van de leefomgeving en natuurwaarden niet.

MAGISCHE DOELEN 2030

Kwaliteit gaat boven kwantiteit!

- De vrijetijdssector is verduurzaamd, sluit aan bij de wensen van bezoekers en is een inspiratiebron voor andere sectoren.
- Het bestaande logies aanbod is geïtaliseerd en er is ruimte geboden aan slimme (her)ontwikkelingen.
- De gemiddelde bestedingen van de gast zijn gestegen met 20% (inflatie buiten beschouwing gelaten)
- Werkgelegenheidsaandeel is gegroeid naar het Friese gemiddelde van 7% (toename van 1.650 banen).
- Het aantal overnachtingen is toegenomen met 20% naar 920.000.
- Het reeds fijnmazige wandel- en fietsnetwerk is versterkt en uitgebreid.
- De dagrecreatieve netwerken zijn goed vindbaar en beleefbaar.
- Voor waterrecreatie is de regio een aantrekkelijke vaarbestemming voor groeiende doelgroepen.
- Zuidoost Friesland heeft een zichtbaar en herkenbaar verhaal.
- De kwaliteit van de openbare ruimte is passend bij de kwaliteitsservaring van de gewenste doelgroep.
- Data en kennis zijn op orde en worden doelmatig ingezet.

STRATEGIE: ONTWIKKELLIJNEN 3 B'S

Ontwikkellijn: Bestemmingsontwikkeling Gebied en product op orde

Investeren in de ontwikkeling van toeristisch recreatief aanbod, passend bij de wensen van de doelgroep, het investeren in natuur- en landschapskwaliteiten en de routenetwerken met vitale logies, horeca en dagrecreatie

Het aanbod in de regio ontwikkelt zich tot een aantrekkelijk, kwalitatief hoogwaardig, beleefbaar en samenhangend product. De aanwezige kernwaarden van het gebied (natuur, landschap en cultuurhistorie) blijven behouden, worden versterkt en beleefbaar. De ontwikkeling is duurzaam en in balans. De ontwikkeling van (nieuwe) producten en voorzieningen gebeurt op basis van de kernwaarden van de regio, verhaallijnen en positionering. Ook op basis van een uitnodigend toetstingskader voor initiatieven.

Ontwikkellijn: Bestemmingsmarketing Positionering, profilering en promotie

Verbinden van ondernemers en vergoten van gastheerschap en de positionering en vindbaarheid van de regio, het informeren van bezoekers over de bestemming om hen te verleiden de regio of onderdelen (nogmaals) te bezoeken.

De regio onderscheidt zich met 'Het Andere Friesland' qua imago van de rest van Friesland. De regio is integraal onderdeel van de positionering van heel Friesland, dat blijkt uit de Provinciale verhaallijn Wouden. In 2030 is er een gemeenschappelijk gevoel omtrent de regio, bewoners/ondernemers zijn trots op hun regio (zijn ambassadeur). De regio is bekend als toeristische bestemming. De onderscheidende kenmerken worden duidelijker en sterker geprofileerd. Het optimaliseren van de samenwerking met de lokale marketingorganisaties is hierin een succesfactor. De regio en TRZF werken samen aan opgaven en acties.

Ontwikkellijn: Bestemmingsmanagement In balans, randvoorwaarden, samenwerken en sturen op data

Proces van sturen van de recreatieve druk in ruimte en tijd en een duurzame planning van inkomend toerisme waar de impact van toerisme op de omgeving bijdraagt aan slimme groei en brede welvaart.

Een bestemming in balans profiteert optimaal van de voordelen van toerisme, terwijl de negatieve gevolgen tot een minimum worden beperkt. Regionale samenwerking is cruciaal en gebeurt vanuit een gezamenlijke stip op de horizon. Dit gebeurt gelaagd: regionaal, provinciaal en lokaal. Er wordt aangesloten bij provinciale initiatieven omtrent uniforme dataverzameling. Instrumenten om recreanten te spreiden als zoning van gebieden wordt indien nodig en op basis van kennis ingezet.

ACTIEAGENDA MET PRIORITEITEN 2022-2023

Ontwikkellijn: Bestemmingsontwikkeling Gebied en product op orde

1. Vitaliteit verblijfsrecreatie stimuleren
2. Ontwikkelen van samengesteld recreatief product en cultuurhistorische verhalen en iconen zichtbaar en beleefbaar maken
3. Optimaliseren en beleefbaar maken routegebonden infrastructuur en kwaliteit voorzieningen openbare ruimte.
4. Benutten koppelkansen R&T bij gebiedsontwikkelingen
5. Nieuwe initiatieven stimuleren en tot wasdom laten komen (toetstingskader)
6. Verduurzaming vrijetijdssector

Ontwikkellijn: bestemmingsmarketing Positionering, profilering en promotie

7. Versterken van de TRZF en het waarborgen van de continuïteit
8. Versterken van netwerk van ondernemers
9. Versterken van mozaïek belevingsgebieden Zuid Oost Friesland
10. Zichtbaarheid en vindbaarheid van de verhaallijnen vergoten
11. Doelgroepkeuze (leefstijlen) en passende profilering
12. Gastheerschap stimuleren en professionaliseren (TIP's, online en offline info voorziening)

Ontwikkellijn: Bestemmingsmanagement In balans, randvoorwaarden samenwerken en sturen op data

13. Toekomstgericht ontwikkelen rekening houdend met grote maatschappelijke opgaven
14. Sturen op data en kennis en monitoring bezoekers en bezoekersstromen
15. Locatiemanagement in drukke gebieden
16. Randvoorwaarden toetsing slimme groei en behouden kernwaarden



1 EEN REGIONALE ONTWIKKELSTRATEGIE

1.1 Regio Deal als aanleiding

De gemeenten Heerenveen, Ooststellingwerf, Opsterland, Smallingerland en Weststellingwerf werken samen met de provincie Fryslân, het Wetterskip Fryslân, het Rijk en de Mienskip (inwoners en ondernemers) aan de uitvoering van de Regio Deal Zuidoost Fryslân. Deze Regio Deal zorgt voor investeringen in de vitaliteit van onze dorpen en versterkt de veerkracht van ons landschap. Daarmee geeft de regio Zuidoost Friesland een impuls aan de brede welvaart in het gebied.

Recreatie en toerisme zijn hierin een belangrijk onderdeel. Deze sector biedt niet alleen werkgelegenheid, maar draagt eveneens bij aan de leefbaarheid van de regio door een stevig fundament te leggen onder tal van voorzieningen die niet alleen voor toeristen, maar ook voor onze inwoners van belang zijn (zoals een goed routenetwerk, recreatieve voorzieningen, horeca et cetera). Zo kunnen we met de verdere ontwikkeling van recreatie en toerisme de welvaart en het welzijn van onze inwoners vergroten en ons ondernemerschap een impuls geven.

Begin 2020 was de verwachting dat op nationaal niveau het toerisme sterk zou groeien door een toename van zowel buitenlandse als binnenlandse toeristen. Het verdelen van de groei was een hot topic. En toen werd de wereld overvallen door het coronavirus, met onder meer de sluiting van de gehele vrijetijdsector in Nederland als gevolg.

Het besef daalde in dat vakanties en vrijetijdsactiviteiten bijzonder en waardevol zijn en zeker niet vanzelfsprekend zijn. Nu de pandemie al langere tijd duurt, is er ook de onderkenning dat elkaar ontmoeten, genieten van het leven, ontdekken, reizen en gewoon buiten kunnen zijn in je eigen nabije omgeving een essentieel onderdeel is van ons bestaan. De waardering van de buitenruimte, de herontdekking van Nederland en specifiek wandelen, fietsen en bewegen in de natuur zijn positieve gevolgen van de pandemie.

Vakanties, daguitstapjes, maar ook workations, verpozen in de eigen leefomgeving, zijn behoeften die juist door de pandemie versterkt lijken te worden en die kansen bieden voor onze regio. Het is niet de vraag of het toerisme in onze regio gaat groeien, maar hoe het gaat groeien.

Om deze en andere kansen te verzilveren is een gezamenlijke strategie nodig op het niveau van de regio Zuidoost Friesland. Een strategie met ambitie die aangeeft wat passende en duurzame ontwikkelingen zijn die de toeristische ontwikkeling en brede welvaart stimuleren, rekening houdend met het DNA, de leefbaarheid en draagkracht van ons landschap en onze dorpen. Een stip op de horizon die de samenwerking tussen de gemeenten en het toeristische veld (inclusief crossovers met agrarische en cultuursector) en inwoners organiseert. En tot slot ook een plan waarin concreet handen en voeten wordt gegeven aan die kansen, in de vorm van een ontwikkelagenda met acties. En dit alles op regionaal niveau, dus specifiek gericht op de bovenlokale

en gemeenschappelijke opgaven, in aansluiting op de al regionaal ingestoken ambtelijke samenwerking en marketingaanpak door de Stichting Toeristische Regiomarketing Zuid Oost Friesland.

Recreatie en Toerisme kenmerkt zich immers door het gemeentegrens overstijgende karakter. Bezoekers kennen geen gemeentegrenzen. Bovendien neemt de reikwijdte van de toerist toe, zijn er producten en worden er producten ontwikkeld die gemeentegrenzen overstijgen (Turfroute en beleefroutes) gebaseerd op de verhaallijnen van de regio en maken de vele parels aan hoogwaardige kleinschalige bedrijven een complete ketting wat uinodigt tot een meerdaags verblijf.

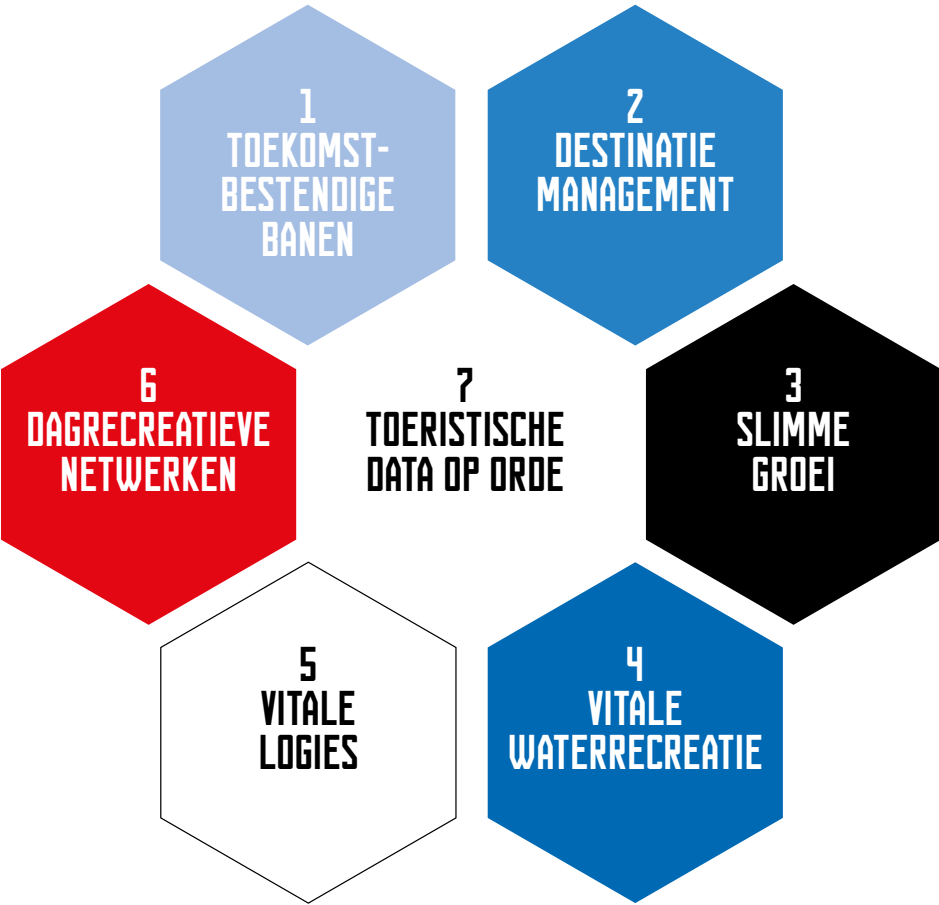
Onze gemeenschappelijke droom voor 2030 is dat Zuidoost Friesland zich de komende jaren kenmerkt door verdere ontwikkeling van een relatief onontdekte regio naar een bestemming die zichtbaar en beleefbaar is voor onze inwoners, ondernemers en bezoekers, waar zij genieten van een aantrekkelijke en vitale leefomgeving en vestigingsklimaat (wonen, werken, natuur & cultuur(historie) en recreëren) die in balans is en blijft. Met deze regionale toeristische ontwikkelstrategie Zuidoost Friesland geven we richting aan deze ontwikkeling en droom. Insteek van deze ontwikkelstrategie is dat kwaliteit boven kwantiteit gaat. Dit geldt ook voor ontwikkeling van werkgelegenheid. De ambitie is belangrijk, maar mag niet de overhand krijgen. Kwaliteit, kernwaarden en brede welvaart zijn leidend voor een vitale regio en een bestemming in balans.

1.2 Totstandkoming en status

Gastvrijheidseconomie

Friesland is in trek en de provincie Fryslân stimuleert deze ontwikkeling, ook vanuit de gedachte dat de gastvrijheidssector bijdraagt aan de brede welvaart in Fryslân. De provincie heeft zeven opgaven voor de gastvrijheidssector geformuleerd, samen met de Toerisme Alliantie Friesland, waarin ondernemers, onderwijsinstellingen, overheden en de brancheorganisaties zijn vertegenwoordigd.

In deze regionale ontwikkelstrategie wordt voortgebouwd op die ambitie en opgaven:



Opbouw van de regionale ontwikkelstrategie

De regionale toeristische ontwikkelstrategie bestaat uit de volgende elementen:

- **Zuidoost Friesland in beeld:**
De strategie is geschreven vanuit diverse bouwstenen. Daarvoor zijn verschillende cijfers en (beleids) documenten verzameld, diverse gesprekken gevoerd met de vertegenwoordigers uit het werkveld. Deze input is met een frisse blik geanalyseerd, onder andere met een SWOT-analyse, zie hoofdstuk 2.
- **Stip op de horizon:**
Deze komt voort uit de ambities uit de Regio Deal Zuidoost Friesland en uit gesprekken met de sector en gemeenten, zie hoofdstuk 3.
- **Richtinggevend beleid:**
De ontwikkelijnen en opgaven waar Zuidoost Friesland met prioriteit aan gaat werken staan beschreven in hoofdstuk 4.
- **Ontwikkelagenda:**
In deze agenda staan de acties voor de regio per ontwikkelijn uitgewerkt, zie hoofdstuk 4.
- **Samenvatting ontwikkelstrategie:**
De inhoud van deze regionale ontwikkelstrategie is weergegeven in een samenvatting zodat de strategie in één oogopslag duidelijk is.

Gedragen resultaat

Een toeristische ontwikkelstrategie is niet alleen richtinggevend voor overheden, maar voor alle belanghebbenden. Vooral in de uitvoering van deze ontwikkelstrategie is de regio gebaat bij een goede

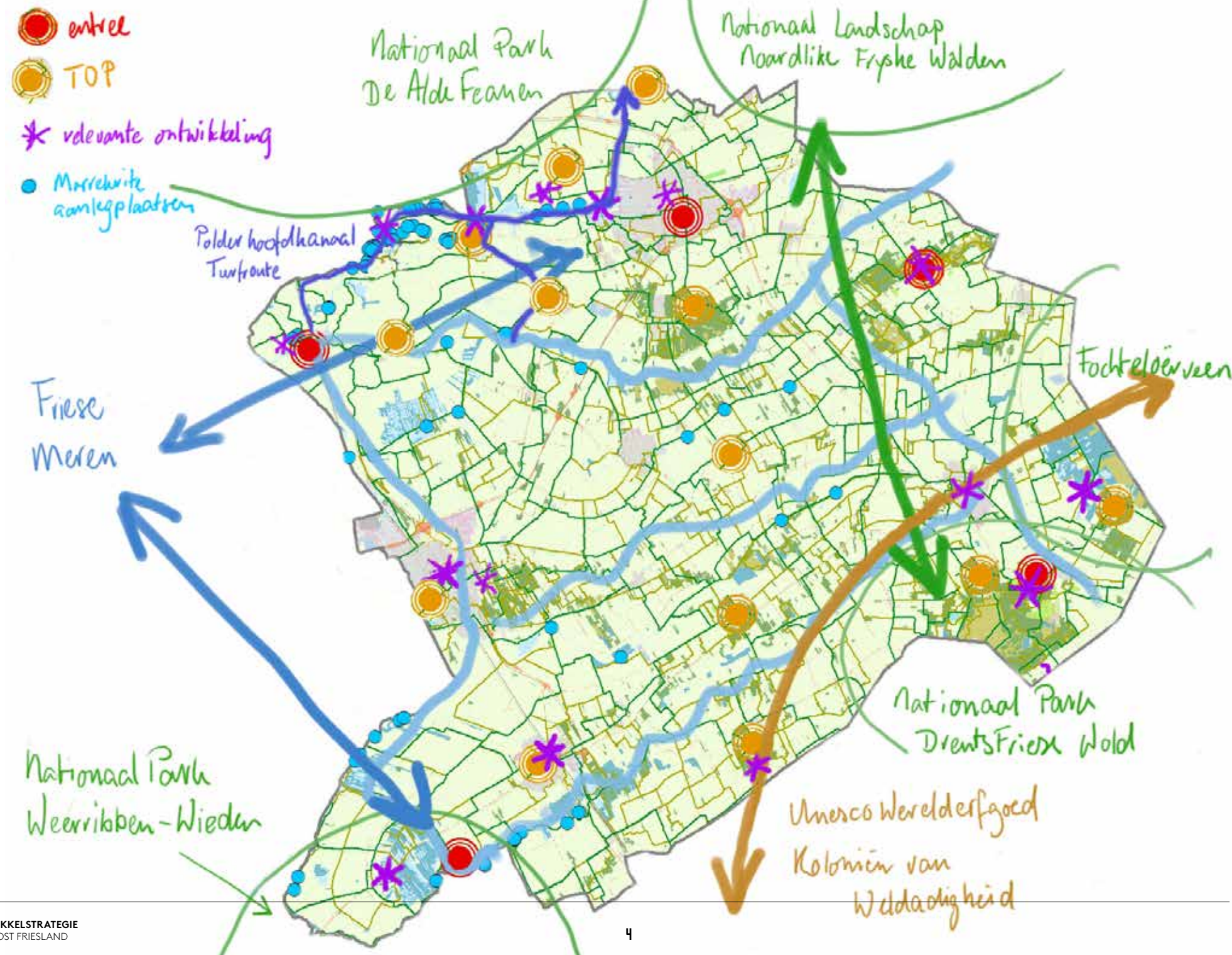
samenwerking van het toeristisch-recreatieve werkveld met overheden. De betrokkenheid bij de opstelling van dit plan is op onderstaande manieren vormgegeven:

- **Toeristisch recreatieve sector:**
Met 35 partners uit het toeristisch-recreatieve veld zijn verkennende gesprekken gevoerd (overzicht in bijlage 1) en in het voor- en najaar 2021 zijn sessies gehouden met het werkveld.
- **Terreinbeherende instanties:**
Om meer inzicht te krijgen in de ‘lusten en lasten’ zijn de terreinbeherende organisaties bevraagd of en hoe eventuele ongewenste neveneffecten van toerisme aanwezig zijn en waar.
- **Experts:**
Verdiepende werksessie met enkele experts uit het toeristische werkveld eind 2021 over de concept regionale ontwikkelstrategie.
- **Mienskip:**
De resultaten van het inwonersonderzoek naar ‘toerisme & leefbaarheid’ van het Fries Sociaal Planbureau vormen een basis voor deze ontwikkelstrategie. De Mienskip wordt verder in de uitvoering betrokken.
- **Bestuurders:**
Portefeuillehouders ‘recreatie & toerisme’ zijn op meerdere momenten in het proces betrokken, gemeenteraden zijn geïnformeerd tijdens themasessies vanuit de Regio Deal in het voorjaar (digitaal) en in het najaar 2021 (Biosintrum Oosterwolde).

Status

De regionale ontwikkelstrategie vormt de overkoepelende aanpak op toerisme en recreatie voor de vijf gemeenten in de regio Zuidoost Friesland. De strategie richt zich op regionale en gemeenschappelijke opgaven. Toerisme is veelal gemeentegrensoverschrijdend en bij uitstek een thema om in regionaal verband beleid op te voeren en uitwerking aan te geven.

Immers, de trends, ontwikkelingen, doelen en speerpunten uit deze ontwikkelstrategie gelden voor alle gemeenten. Waar nodig kunnen gemeenten - individueel of gezamenlijk - aanvullend op deze regionale ontwikkelstrategie op thematisch- of gebiedsniveau of als verdieping beleidsmatige of juist concrete uitwerkingen maken, om lokale accenten aan te brengen.



2 ZUIDOOST FRIESLAND IN BEELD

2.1 De regio en de wereld om ons heen

De wereld verandert in snel tempo en dat heeft invloed op de gastvrijheidssector in Zuidoost Friesland. Politieke instabiliteit, economische, klimatologische of pandemische dreigingen elders hebben invloed op waar en hoe men op vakantie gaat. Er zijn trends die zich al enige tijd doen gelden en steeds urgenter en prominenter worden, zoals op het gebied van klimaat, grondstoffen en de energietransitie. Ook neemt de druk op de ruimte toe. De vakantievoetafdruk is bovendien fors. Bezoekers hechten daarentegen steeds meer waarde aan bewuste en verantwoorde vormen van verblijven en 'vliegschaamte' is een algemeen bekende term geworden.

Dit geeft kansen voor de aanpak van maatschappelijke opgaven en ook voor ondernemers; meer aandacht voor het verwaarden in het eigen bedrijf, inspelen op veranderende wensen en behoefte van gasten en anticiperen op veranderende wet- en regelgeving. Friesland heeft als ambitie om één van de meest circulaire regio's van Europa te zijn in 2025. Om deze circulaire transitie te realiseren is de gastvrijheidssector van belang. Kortom: toekomstbestendig ondernemen!

Juist voor deze regio biedt dit kansen. Een regio gebaseerd op rust, ruimte en passend bij bewuste vormen van verblijven, mede door de aanwezige (kern)kwaliteiten in natuur en landschap.

De plots opgekomen corona-pandemie en de consequenties hiervan voor de sector, zijn in de inleiding al ter sprake gekomen. De verwachting is dat er blijvende impact zal zijn en dat dergelijke extremen zich mogelijk vaker voor zullen doen. Dit zorgt voor onzekerheid en vergt flexibiliteit en aanpassingsvermogen van de sector. Tegelijkertijd biedt dit ook nieuwe kansen, een herwaardering van de eigen omgeving en meer aandacht voor vakantie (en werkvakanties) in eigen land en in de schouderseizoenen. Ook is werken op afstand gewoon geworden, wat maakt dat mensen andere woonkeuzes maken. De aankondiging van de Lelylijn in het nieuwe regeerakkoord kan dit verder versterken, waardoor de regio Zuidoost Friesland (nog) meer aantrekkingskracht krijgt.

Ook op sociaal-economisch en demografisch gebied doen zich trends en ontwikkelingen voor, zowel op macro als mesoniveau, die gevolgen hebben. Er is sprake van ontgroening (minder kinderen) en vergrijzing (grotere groep ouderen). Vergrijzing in het ondernemerschap is een

aandachtspunt, evenals krapte op de arbeidsmarkt. De vergrijzende doelgroep aan bezoekers biedt perspectief (veelal een gevulde portemonnee). Het opkomende thuiswerken en de aanwezigheid van arbeidsmigranten maken dat bepaalde vakantieparken anders benut worden. Ook de krapte op de huizenmarkt heeft weerslag op het toeristische aanbod.

De sector zelf ontwikkelt en innoveert. Al gebeurt dat niet overal, een deel van de sector bouwt voort op concepten uit het verleden. Vernieuwing is nodig en wenselijk om op nieuwe behoeften in te spelen en de aantrekkingskracht voor gasten te behouden en versterken. Technologie speelt daarin steeds meer een rol en kan uitkomst bieden bij de eerder genoemde krappe arbeidsmarkt (digitaal boeken, inchecken e.d.) en in vernieuwing van het toeristisch product (reviews, verhaallijnen, vloggers e.d.). Persoonlijk gastheerschap blijft echter cruciaal.

Bezoekers hechten waarde aan authenticiteit en cultuurhistorie en zoeken daarbij meer en meer naar beleavingsaspecten. Niet alleen zien, maar vooral ook ervaren. Enerzijds heel actief (outdoor, sport en gezondheid), anderzijds juist op zoek naar rust en ruimte (donkerte, stilte en van wellness naar selfness, digital detox e.d.). Ook bij de eigen inwoners zien we een herwaardering van

de kwaliteiten die Zuidoost Friesland biedt, met uitgestrekte en ook kleinere natuurgebieden en sfeervolle dorpen. Ondernemers spelen hierop in, evenals musea en instellingen. Een goed voorbeeld is de recent verkregen Unesco status van de Koloniën van Weldadigheid, waar de sector op kan inspelen en die leidt tot nieuwe bezoekers in de regio.

2.2 Kenschets van ‘Het Andere Friesland’

Zuidoost Friesland is anders; het heeft geen van de Elfsteden en behoort niet tot het Friese merengebied en de Wadden. De regio ligt op de grens met de provincies Groningen, Drenthe en Overijssel. Het is een plattelandsregio met de grootste diversiteit aan landschappen van heel Nederland. Het heeft een rijk palet aan beekdalen, watergangen en vaarwegen, veenweidegebieden, zandverstuivingen, coulisselandschappen, heidegebieden, essenlandschappen, bossen en wouden.

Maar liefst drie Nationale Parken met elk hun eigen unieke flora en fauna omsluiten de regio: het Drents-Friese Wold, de Alde Feanen en de Rottige Meente als uitloper van de Weerribben-Wieden. Daarnaast is er één Nationaal Landschap, de Noardlike Fryske Walden, en zijn er natuurgebieden met bovenregionale aantrekkingskracht zoals het Fochteloërveen en Oranjewoud. De unieke (cultuur)historie is duidelijk leesbaar in het landschap. Drie beekdalen doorsnijden het gebied: het Koningsdiep/De Boarne, de Linde en de Tjonger. De vervening en turfwinning, de gevolgen

daarvan voor de samenleving en het landschap - het socialisme, maar ook de Friese adel, de strijd tegen en met het water - al deze elementen zijn af te lezen uit het landschap. Deze diversiteit aan natuur en cultuur, beide goed bewaard gebleven, vormt het decor voor de toeristische sector. Het biedt de bezoeker belangrijke waarden zoals rust en ruimte, stilte en donkerte, weidsheid en beslotenheid.

Beetsterzwaag vertelt het verhaal van de Friese adel, met de vele landgoederen en bospercelen. Bakkeveen is een toeristische trekker met unieke duinen een bosrijke omgeving, diverse verblijfsparken en (outdoor) voorzieningen. Appelscha heeft een duidelijke toeristische functie in de regio, gelegen aan de rand van het Nationaal Park het Drents-Friese Wold en biedt veel mogelijkheden tot (sportieve) outdoor recreatie (buitensport walhalla). De zandverstuivingen in het zuidoosten van de regio zijn uniek voor Europa. Heerenveen is met name bekend als sportstad, mede door de aanwezigheid van Thialf en SC Heerenveen. In Drachten wordt het nieuwe topsport zwembad gebouwd. Oranjewoud staat bekend om het vorstelijke woud met lanen en museum Belvédère, met een stevige aantrekkingskracht gericht op natuur en cultuur. Drachten en Heerenveen zijn de twee grote(re) kernen met de bijbehorende centrumvoorzieningen, waarbij Museum DR8888 de plek in Friesland is voor liefhebbers van Dutch Design. Noordwolde met het Vlechtmuseum zorgt voor de directe verbinding met de Koloniën van Weldadigheid.

De Turfroute is een bekende vaarroute die door

de regio loopt en als een blauw lint vele dorpen met elkaar verbindt. Akkrum, Drachten en Driewegsluis zijn de drie waterhotspots van de regio en de poorten van en naar het Friese Merengebied (Akkrum en Drachten), Overijssel (Driewegsluis) en Drenthe/Groningen (Drachten). De Koloniën van Weldadigheid en de Friese Waterlinie zijn beide toeristische parels met internationale bekendheid die deels binnen de grenzen van Zuidoost Friesland zijn gelegen.

2.3 Analyse huidige situatie en ontwikkelkansen

De ontwikkelstrategie bouwt voort op het vele werk dat de afgelopen jaren is verzet door de sector en betrokken overheden. Kijkend naar waar we nu staan en welke opgaven en kansen zich voordoen, ontstaat het volgende beeld.

Omvang van de gastvrijheidseconomie
Voor Zuidoost Friesland is de toeristische sector een belangrijke economische pijler. De omvang van de vrijetijdseconomie in deze regio is kleiner dan die van andere Friese regio's en het landelijk gemiddelde. Echter er is sprake van een (licht) positieve trend van groeiende werkgelegenheid, aantallen overnachtingen en bestedingen. Tegelijkertijd zien we dat die groei in Zuidoost Friesland in vergelijking met andere regio's en Nederland lager is. Kortom, groei van toerisme is geen vanzelfsprekendheid. Ook de vitaliteit van de verblijfsaccommodaties is in de regio lager dan in andere regio's in Friesland. Om de kansen die toerisme biedt te kunnen verzilveren, is extra inzet nodig. Vandaar ook de inzet vanuit de Regio Deal, waarin als opgave is benoemd om

het huidige aandeel¹ aan banen in toerisme en recreatie in de richting van het Friese gemiddelde van 7% te laten ontwikkelen. In absolute aantallen betekent dit een groei van 4.770 (2019) banen naar 6.421 banen.

Basis op orde: behouden en versterken
De basis is goed, maar vergt continue aandacht. Er zijn veel (ruimtelijke) ontwikkelingen op het gebied van toerisme en recreatie. Deze spelen zowel lokaal, regionaal als provinciaal en dragen uiteindelijk bij aan het geheel van Zuidoost Friesland als toeristische bestemming. Er is een fijnmazig routegebonden netwerk voor wandelen, fietsen en varen aanwezig. Maar het beheer en onderhoud hiervan heeft aandacht nodig om kwaliteit voor bewoners en bezoekers te kunnen blijven garanderen. Evenals het invullen van de ontbrekende schakels. Ook de kwaliteit van de openbare ruimte en bijbehorende voorzieningen (bijv. bankjes en bewegwijzering) verdient blijvende aandacht, niet alleen vanuit de onderhoud en beheerskant maar juist vanuit de gebruikersgroep. De gastbeleving in een toeristisch-recreatief gebied wordt immers door veel actoren en factoren gevormd. Sfeer en beleving van de omgeving en de openbare ruimte afgestemd op de gebruiker spelen hierin een belangrijke rol.

De regiomarketingorganisatie TRZF heeft een belangrijke verbindende rol tussen de verschillende schaalniveaus. Zo spelen op lokaal niveau organisaties als Stiekm Trots, Regio Heerenveen 'n Gouden Plak, Coöperatie Appelscha 3.0 en o.a. Stichting Beekdallandschap Koningsdiep/De Nije Boarn

een belangrijke rol in de lokale promotie.

De regio wil haar gastheerschap versterken en is daarom een verspreid aanbod van entree locaties (5 entrees) en toeristische overstappunten (12 TOPs) aan het realiseren, daar waar routenetwerken en andere voorzieningen bij elkaar komen. De entree locaties dienen als ontvangst voor bezoekers van buiten de regio waar ze kennis maken met de identiteit van de regio en vervolgens wegwijs worden gemaakt door het gebied. De eerste TOPs zijn inmiddels gerealiseerd. Omdat deze projecten al in uitvoering zijn, komen ze niet meer voor in het uitvoeringsprogramma van deze ontwikkelvisie.

Diverse gebiedsontwikkelingen beogen een toename van de ruimtelijke kwaliteit, zoals gebiedsontwikkeling in de beekdalen van de Linde en het Koningsdiep, in de Alde Feanen, gebiedsontwikkeling van het veenweidegebied Aldeboarn/De Deelen/Hegewarren, De Leyen, maar ook de centrumontwikkelingen van Akkrum, Aldeboarn, Drachten, Heerenveen, Oosterwolde, Wollega en verder ontwikkelingen in Oranjewoud, de gebiedsaanpak van de Oostelijke Poort Friese Meren en de ontwikkeling van Noordwolde/Spokeplas en Driewegsluis.

Meer vitaliteit in de verblijfsrecreatie
Vitale logiesaccommodaties - met voldoende, aantrekkelijk en passend aanbod - zijn cruciaal voor een florerende toeristische sector. Er zijn in de regio verschillende hotels en diverse grotere vakantieparken, al dan niet onderdeel van (inter) nationale ketens, een aantal kleinere vakantieparken en groepsaccommodaties en een

groot aantal B&B's. Overall gezien is het aanbod kleinschalig te noemen. Verblijfsrecreatie zorgt voor stuwende economische bestedingen, banen en voorzieningen en legt dus een bredere basis onder een duurzame sector en een bredere welvaart in de mienskip. Uit het Vitaliteitsonderzoek logiesaccommodaties Fryslan (ZKA, 2020) blijkt dat de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in deze regio lager is dan in de rest van Friesland. Een stevige impuls is nodig, gericht op het verder laten excelleren van de top-accommodaties, een impuls gevend aan logies die eerder tot de top behoorden en het vitaliseren van logies die behoren tot de groep "stuck in the middle". Het onderzoek is uitgewerkt in het Actieplan Vitale Logiesaccommodaties (ZKA, 2021).

Vervolgens wordt ook de potentiële groeiruimte inzichtelijk, zowel in het aantal overnachtingen (benutten van schouderseizoen) als in fysieke groei (toename aantal verblijfsaccommodaties en kansrijke concepten).

Het aanpakken van parken met meervoudige problematiek (o.m. permanente bewoning, veiligheid e.d.) en het transformeren van verouderde en niet levensvatbare parken naar een andere bestemming valt niet onder dit actieplan en ook niet onder de scope van deze regionale Ontwikkelstrategie. Er is voor ondersteuning van dit zogenoemde "rode spoor" een landelijk expertteam voor parken met een meervoudige problematiek.

¹ In de Regiodeal was een percentage van 4,8% opgenomen. Dit bleek onjuist en moet zijn 5,2%.

Toeristische druk en draagkracht

Op een aantal momenten en op een aantal plekken is het af en toe (te) druk. Voor de sector is dat mooi, door de omgeving en voor de natuurwaarden wordt dat soms anders ervaren. Er is hier een verdiepend onderzoek naar uitgevoerd (bijlage 5). Hieruit blijkt dat de toeristische druk (aantallen overnachtingen in relatie tot inwoners en oppervlakte) in Zuidoost Friesland laag is in vergelijking met andere regio's in Friesland en vergelijkbare regio's in Nederland. De draagkracht wordt niet structureel overschreden, op geen enkel domein van de leefomgeving en leefbaarheid. Er zijn enkele pieken (qua tijd en plekken) met vormen van overlast die (normaal en) acceptabel zijn, aangaande mobiliteit en openbare ruimte. Eén domein leidt echter tot een opgave voor meer balans, dat is op het onderdeel natuur. Daar zijn op sommige momenten en plekken aandachtspunten ten aanzien van druk en draagkracht en mogelijk een zoneringsbehoefte o.a. voor diverse doelgroepen.

Ontwikkelkansen: onontdekte bestemming, seizoenverlenging en doelgroepen

Kijkend naar de huidige situatie dan zijn er kansen voor verdere ontwikkeling van toerisme, met name in de schouderseizoenen. De vakantieperiodes lopen over het algemeen goed, al kan de bezettingsgraad bij sommige accommodaties geoptimaliseerd worden. Het beter benutten van de tussenliggende seizoenen biedt ruimte, inspelend op de trends en ontwikkelingen die hierboven is geschetst. Het streven is het langer vasthouden van de toerist, verleiden tot herhaalbezoek en laten genieten

van het moois dat we hier te bieden hebben. Het meer in de etalage (marketing en promotie) zetten van de regio is hiervoor essentieel. Samen met ondernemers, culturele instellingen en overige partners dient ook het aanbod uitgebreid te worden, o.a. met aantrekkelijke activiteiten en arrangementen.

De landschappelijke en cultuurhistorische rijkdom vormt daarvoor de basis, maar vereist een brede regionale blik, om zo aan te haken op de kansen in de weide, zoals de Koloniën van Weldadigheid, de Friese Meren e.d. Door beter te kijken naar de bezoekers van deze regio's komen nieuwe ontwikkelkansen in beeld.

De afgelopen jaren is 'Het Andere Friesland' als bestemming stevig neergezet door onze Toerisme Regiomarketing Zuidoost Friesland (TRZF) in combinatie met Merk Fryslân en ondersteund door de lokale toeristische verenigingen en coöperaties. De eerste stappen van een onontdekte regio naar meer bekendheid zijn gezet. Uit gesprekken en interviews met ondernemers uit de sector is wel gebleken dat er (nog) meer daadkracht van TRZF en gemeenten wordt verwacht. Data en kennis over de ontwikkeling van de toeristische sector is onontbeerlijk. Al jaren bestaat hier een leemte, daarom is dit één van de Provinciale opgaven waar we als regio op aanhaken.

INTERN

- **Verscheidenheid en kwaliteit aan landschapstypen**
- **Buitenruimte, mede door fijnmazig routegebonden netwerk, heel geschikt voor outdoor activiteiten en (water)sport**
- **Veel kleinschalige bedrijven waardoor aanbod authentiek en persoonlijk blijft**
- **Hoogwaardig en divers cultuuraanbod en aantal iconische trekkers: Thialf, Koloniën van Weldadigheid, Museum Dr88 en Museum Belvédère**

STERKTES

KANSEN

- **Onontdekte bestemming door onderscheidend toeristisch profiel 'Het Andere Friesland'**
- **Aanhaken bij Provinciale Actieplan Vitalie Logiesaccommodaties**
- **Toeristen hechten meer waarde aan duurzaamheid en aan authenticiteit, Slow-toerisme en Low-foot en foodprint**
- **Groei toerisme door o.a. seizoenverlenging**
- **Toenemende populariteit van buitenrecreatie en waterrecreatie**

EXTERN

2.4 SWOT-analyse en confrontatiematrix

Uit het voorgaande kan een overzicht van de sterke en zwakke punten en de kansen en bedreigingen worden opgesteld. In de bijlagen (bijlage 4) is een uitgebreide versie opgenomen, onderstaand een samenvatting.

- **De regio en het product nog onvoldoende bekend**
- **Verhalen en cultuur(historie) nog niet voldoende beleefbaar en vindbaar**
- **In de sector wordt een tekort aan daadkracht ervaren**
- **Groei toerisme en bestedingen in regio onder gemiddelde**
- **Vitaliteit verblijfsrecreatie is lager dan in overige regio's**
- **Innovatie in de toeristische sector blijft achter**
- **Onvoldoende zicht op doelgroepen, gebrek aan goede eenduidige data (op provinciaal niveau)**

ZWAKTES

BEDREIGINGEN

- **Druk op ruimte neemt toe door grote maatschappelijke vraagstukken**
- **Spanning behoud natuurwaarde en groei R&T: kernwaarden en draagkracht mogelijk in toekomst onder druk (op sommige drukke plekken en momenten nu al) door recreatiedruk en ontwikkelingen**
- **Marketing en profilering: Kenmerken van Zuidoost Friesland zijn afwijkend van beeld/imago dat mensen van de rest van Friesland hebben**
- **Marktaandeel: Concurrentie met andere gebieden in Nederland met een duidelijker toeristisch profiel**
- **Hoge vergrijzing en ontgroening, krappe arbeidsmarkt**
- **Aanbod en kwaliteit verblijfsaccommodaties**

De belangrijkste sterktes zijn geconfronteerd met de belangrijkste kansen en de belangrijkste zwakten met de belangrijkste bedreigingen. Hierdoor blijkt waar de regio zich moet versterken, verdedigen, verbeteren of veranderen en vloeien de onderdelen voort die het meest relevant zijn om onze ambitie waar te maken.

DNA en kernkwaliteiten versterken en sterker uitdragen en onder de aandacht brengen van kansrijke en wenselijke doelgroepen/ leefstijlen

VERSTERKEN

VERDEDIGEN

Bestaande kwaliteiten en doelgroepen koesteren. Spreiden in tijd en ruimte. De basis op orde brengen en kwaliteit toevoegen (voorzieningen, infrastructuur en openbare ruimte bijv)

Het verhaal van de regio beter vindbaar en beleefbaar maken (vermarkten) en het aanbod verbeteren en beleefbaar maken

VERBETEREN

VERANDEREN

Gaan sturen op data en kennis, ondernemers uitnodigen (kaders opstellen) en samenwerking in brede zin bestendigen.





3 PERSPECTIEF VOOR 2030

3.1 Ambitie: slimme ontwikkeling en groei voor vitale regio

Toerisme en recreatie biedt de regio Zuidoost Friesland kansen.
Ons perspectief voor 2030 is:

Zuidoost Friesland kenmerkt zich de komende jaren door verdere ontwikkeling van een relatief onontdekte regio naar een bestemming die zichtbaar en beleefbaar is voor onze inwoners, ondernemers en bezoekers, waar zij volop genieten van een aantrekkelijke en vitale leefomgeving en vestigingsklimaat, in balans.

In lijn met de Regio Deal, het Perspectief 2030, het advies “Waardevol toerisme” van de raad van de leefomgeving en het provinciale beleid “Gastvrij Friesland” zet Zuidoost Friesland in op slimme ontwikkeling en groei:

- **Toerisme zorgt voor brede welvaart.** Of in de woorden van de provincie (Position Paper Gastvrij Fryslân): in 2030 heeft elke inwoner van Zuidoost Friesland profijt van de gastvrijheidseconomie en heeft de sector bijgedragen aan een prettige woon- en

werkomgeving, het behoud van natuur- en cultuurerfgoed en toekomstbestendige banen voor de beroepsbevolking.

- **De regio ontwikkelt zich vanuit kernwaarden.** Dat betekent dat bezoekers komen voor het verhaal van de regio en de kwaliteiten die onze natuurgebieden, landschappen, cultuur(historie) en kernen te bieden hebben en dat deze worden behouden dan wel versterkt door verdere ontwikkeling.
- **Ontwikkeling is in balans.** Ontwikkeling van toerisme is in balans en overschrijdt de draagkracht van de leefomgeving en natuurwaarden niet.

In de aanvraag Regio Deal Zuidoost Friesland is de ambitie opgenomen om in de regio het huidige aandeel aan banen in toerisme en recreatie (2019: 5,2%) te laten groeien naar het Fries gemiddelde van 7,0% in 2030. Dit betekent een groei van 1.651 banen. Uitgangspunt van deze ontwikkelstrategie is dat kwaliteit boven kwantiteit gaat. Dit geldt ook voor ontwikkeling van werkgelegenheid. De gestelde ambitie is belangrijk, maar mag niet de overhand krijgen. Kwaliteit, kernwaarden en brede welvaart zijn leidend voor een vitale regio en een bestemming in balans.

3.2 Doelen voor een bestemming in balans

De analyse, relevante trends en ontwikkelingen en ambitie voor toerisme en recreatie in Zuidoost Friesland zijn duidelijk. De regio ontwikkelt zich naar een groeiende bestemming, maar doet dat in balans met de leefomgeving. De ambitie is vertaald naar concrete doelen waaraan gewerkt gaat worden. Dat doen we volgens de ‘magische meetlat’; doelen die Meetbaar, Acceptabel, Gecommuniceerd, Inspirerend en Engagerend zijn.

In 2030 willen we als regio het volgende bereikt hebben:

- **De vrijetijdsector is verduurzaamd.** Het aanbod sluit aan bij de wensen van de bezoekers en is een inspiratiebron voor andere sectoren
- **Het bestaande logies aanbod is geïnnoveerd en er is ruimte geboden aan slimme (her)ontwikkelingen.** Van het logiesaanbod is een groot deel geïnnoveerd, verduurzaamd of heeft een andere kwaliteitsontwikkeling gedaan. Mede hierdoor is de bezettingsgraad gestegen en is het aantal overnachtingen gegroeid. Ook worden

de schouderseizoenen (jaarrond) beter benut. Dit resulteert in ieder geval in een groei van het aantal overnachtingen van 720.000 (2019) naar ongeveer 920.000 overnachtingen in 2030. Deze groei is vergelijkbaar met de afgelopen jaren (gemiddeld 2,6% per jaar). Doorbreking van de 1 miljoen grens is in balans met de kernwaarden en de draagkracht van de regio.

- **De bestedingen van de gast zijn gestegen met 20%.** De trend van de licht stijgende groei van de bestedingen per persoon is in 2030 omgebogen naar een groei van 20% ten opzichte van 2019. Dit betekent een toename van € 31,- gemiddeld naar € 37,- p.p.p.d. voor de verblijfs gast. Bij deze ambitie is de jaarlijkse inflatie buiten beschouwing gelaten.
- **Het werkgelegenheidsaandeel R&T is ontwikkeld naar Friese gemiddelde van 7%.** De opgave is benoemd om het huidige aandeel aan banen in toerisme en recreatie in de richting van het Friese gemiddelde van 7% te laten ontwikkelen. In absolute aantallen betekent dit een groei van 4.770 (2019) naar 6.420 banen.
- **Het reeds fijnmazige wandel- en fietsnetwerk in de regio is fysiek versterkt en uitgebreid.** De ontbrekende schakels zijn ingevuld en ook voor andere modaliteiten als varen, ruiters, mensen en mountainbiken zijn netwerken gerealiseerd. Deze netwerken zijn onderling verbonden en er vinden dwarsverbanden plaats (blauwe en groene netwerken verbinden).

- **De dagrecreatieve netwerken (wandelen, fietsen, varen, ruiters etc.) zijn goed vindbaar en beleefbaar.** Naast de fysiek versterkte en uitgebreide netwerken is ook de beleefbaarheid en vindbaarheid van routes en etappes die het verhaal van de regio vertellen uitgebreid en verbeterd.
- **Op het gebied van waterrecreatie is de regio een aantrekkelijke vaarbestemming aanvullend op de Friese Meren en de Wadden met name voor die doelgroepen die groeiende zijn.** De campervaarder en de sloepvaarder hebben Het Andere Friesland ontdekt als aanvullend vaargebied voor (meerdaags) bezoek, rustig en beschut vaarwater en trekken vanaf het water de regio ook wandelend en fietsend in. Ook de kleine watersport (kano en SUP) heeft de regio ontdekt.
- **Zuidoost Friesland heeft een zichtbaar en herkenbaar verhaal.** Hierbij wordt recht gedaan aan de lokale eigenheid en streekverschillen: deze vormen samen het mozaïek van de regio. In lijn met de huidige inspanningen ontwikkelt de Stichting Regiomarketing Toerisme Zuidoost Friesland (TRZF) zich tot een sterke bestemmingmanagementorganisatie.
- **De kwaliteit van de openbare ruimte is passend voor kwaliteitservaring van de gewenste doelgroep.** De voorzieningen en faciliteiten van de basisinfrastructuur en de kwaliteit van de basisinfrastructuur en voorzieningen in de openbare ruimte zijn verbeterd.

- **Data en kennis zijn op orde en worden doelmatig ingezet**

Het verkrijgen, verwerken en beheren van toeristische data is op orde. Hiermee worden gemeenten, ondernemers en andere stakeholders uit de toeristische sector geholpen om inzichten te verkrijgen en deze te gebruiken om keuzes te maken, te volgen wat het effect van die keuzes is en indien nodig bij te sturen.

De regio heeft hiervoor geïnvesteerd in randvoorwaarden om slimme groei mogelijk te maken:

Regionale samenwerking is essentieel om de kansen die toerisme en recreatie biedt te verzilveren. De regionale schaal is de verbindende factor ofwel de spil tussen Provinciale inzet en gemeentelijk dan wel lokale inzet, acties en initiatieven. De samenwerking in Zuidoost Friesland kenmerkt zich door het structurele karakter en door daadkracht. Tevens is er een uitnodigende grondhouding naar initiatiefnemers, met focus op 'denken in mogelijkheden'.

De regio stuurt op balans door te kiezen voor bij de kernwaarden en ambitie passende ontwikkelingen. Daarvoor is het nodig om de data op orde te hebben. Zowel op gemeentelijk niveau als op deelgebied- en regionaal niveau is er sprake van eenduidige en transparante dataverzameling, waarmee het aanbod en de marketing nog beter kan worden afgestemd op de gast, gemeentelijk en regionaal beleid beter kan worden opgesteld en uitgevoerd.

Daarnaast is in deze ontwikkelstrategie een uitnodigingskader voor (ruimtelijke) initiatieven opgenomen met leidende principes voor de (uniforme) beoordeling van kansrijke en wenselijke initiatieven. Dit kader is bedoeld als vertrekpunt voor verdere uitwerking tot toetsingskader en om gewenste ontwikkelingen mogelijk te maken, te stimuleren en tot wasdom te laten komen.



4 STRATEGIE: DRIE ONTWIKKELLIJNEN

Om te bepalen aan welke opgaven wordt gewerkt richting 2030, is het van belang een duidelijke stip op de horizon te zetten. De ambities en doelen zijn te groeperen in drie categorieën. Dit zijn de ontwikkelijnen. Om de ambities en doelen uit deze ontwikkelstrategie te verwezenlijken wordt de komende jaren in de volgende ontwikkelijnen geïnvesteerd:

- 1. Bestemmingsontwikkeling:**
aantrekkelijk en beleefbaar aanbod
- 2. Bestemmingsmarketing:**
positionering, profilering en versterken promotie
- 3. Bestemmingsmanagement:**
Zuidoost Friesland in balans, randvoorwaarden samenwerken en sturen op data

Elke ontwikkelijn kent een aantal belangrijke instrumenten en acties. Deze staan hierna benoemd, waarbij de acties vervolgens zijn samengevat in de ontwikkelagenda.

BESTEMMINGS- ONTWIKKELING

Richt zich op het investeren in de ontwikkeling van toeristisch-recreatief aanbod passend bij de wensen van de doelgroep en het investeren in natuur- en landschapskwaliteiten en de routenetwerken. Gebied en product op orde, waaronder vitale logies, horeca en dagrecreatie.

BESTEMMINGS- PROMOTIE/MARKETING

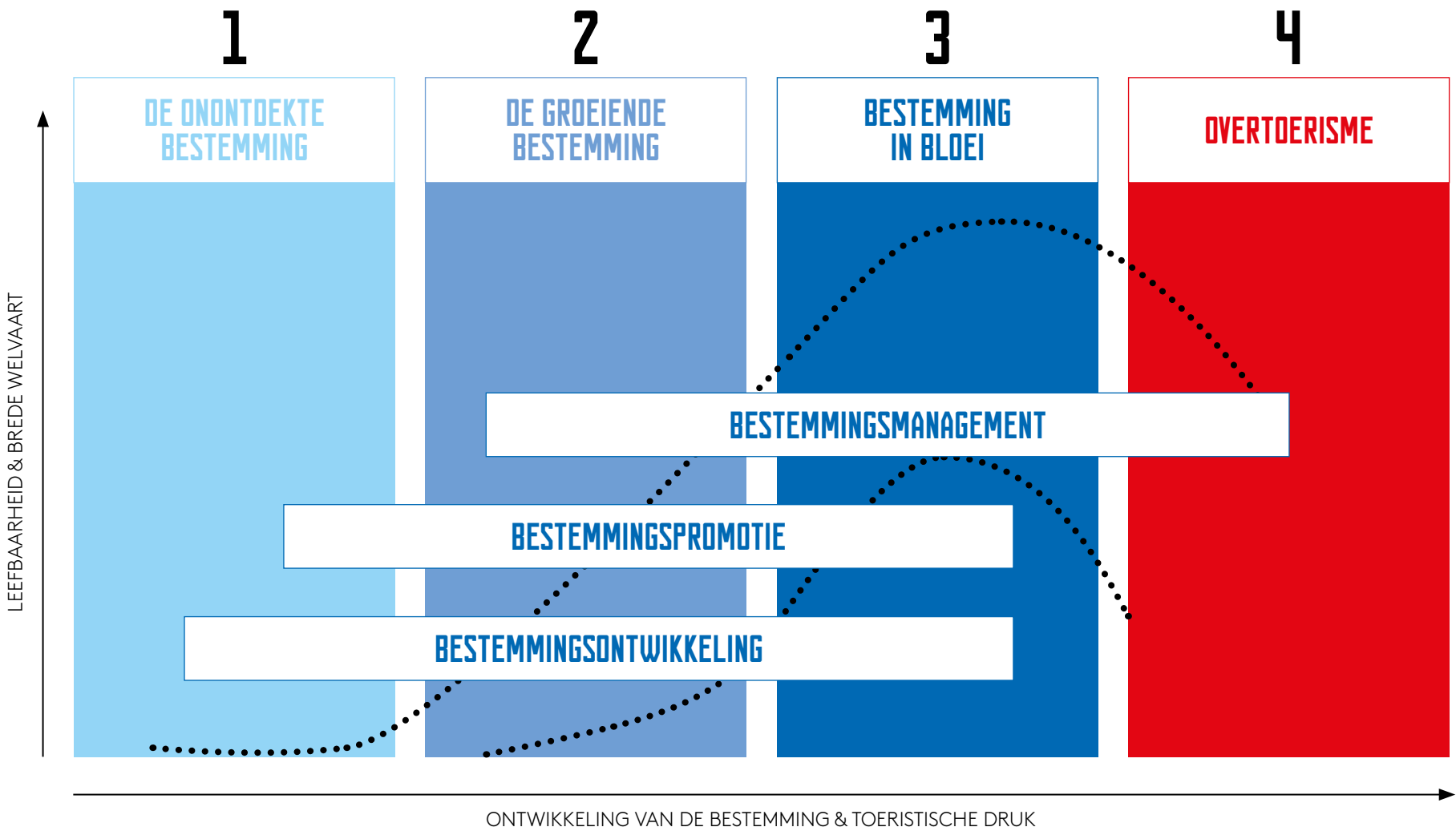
Richt zich op het verbinden van ondernemers en het vergroten van gastheerschap en de positionering en vindbaarheid van de regio en het informeren van potentiële en huidige recreanten en toeristen over de bestemming om hen te verleiden de regio of onderdelen ervan (nogmaals) te bezoeken.

BESTEMMINGS- MANAGEMENT

Is het proces van het sturen van de recreatieve druk in ruimte en tijd en een duurzame planning van het inkomend toerisme waardoor de impact van het toerisme op de omgeving bijdraagt aan slimme groei en brede welvaart.

SLIMME GROEI TOERISME ZUIDOOST FRIESLAND

Figuur 2.1
Slimme groei toerisme Zuidoost Friesland



4.1 Bestemmingsontwikkeling: gebied en product op orde

Het aanbod in de regio ontwikkelt zich tot een aantrekkelijk, kwalitatief hoogwaardig, beleefbaar en samenhangend product. De aanwezige kernwaarden van het gebied (natuur, landschap en cultuurhistorie) blijven behouden, worden versterkt en beleefbaar. De ontwikkeling is duurzaam en in balans. De regio werkt aan de volgende opgaven om die ambitie te verwezenlijken.

- 1. Stimuleren vitaliteit verblijfsrecreatie:** de vitaliteit van de verblijfsrecreatie wordt gestimuleerd. We zetten in op regionale deelname aan het provinciale actieplan 'vitale Logiesaccommodaties' en maken gebruik van de aangeboden faciliteiten en instrumenten: Er wordt gestart met het opstellen van een regionaal plan van aanpak, in feite een gezamenlijk 'lokaal uitvoeringsplan'. Uit dit plan moet blijken welke van de aangeboden instrumenten – ontwikkelkader, kansenskaart of gebiedsplan – nodig zijn en waar deze nodig zijn. De overkoepelende doelen van dit plan sluiten naadloos aan op voorliggende ontwikkelstrategie: brede welvaart wordt bevorderd, het reguliere logiesaanbod wordt vitaler gemaakt en (kleinschalig) logiesaanbod groeit slim. Dit betekent: vitaliseren van het bestaande aanbod, ruimte bieden voor slimme (her)ontwikkelingen en bestemmingsontwikkeling met logies als stuwende motor.

- 2. Ontwikkelen van samengesteld recreatief product en cultuurhistorische verhalen en iconen zichtbaar en beleefbaar maken:**

het ontwikkelen van samengestelde producten (door ondernemers) wordt gestimuleerd en gefaciliteerd. Combinaties in het aanbod leiden tot een aantrekkelijker aanbod voor de toerist en meer spreiding. De focus ligt op de betere beleefbaarheid van de verhaallijnen. Deze worden verder uitgebouwd. Er wordt een koppeling gezocht met de versterking van de dagrecreatieve netwerken (Provinciale opgave) en culturele trekkers. Specifieke aandacht gaat daarbij uit naar kansen en koppeling met Waterrecreatie (de Turfroute) en Cultuurhistorie (o.a. de Koloniën van Weldadigheid).

- 3. Optimaliseren en beleefbaar maken routegebonden infrastructuur en voorzieningen:**

Zuidoost Friesland biedt een aantrekkelijk en fijnmazig routenetwerk voor fietsen, wandelen, waterrecreatie en paardensport. Toch zijn ook hier verbeteringen mogelijk. Het is een belangrijke basis voor ons product dat op orde moet zijn. Dit kan door het verbinden van de routes (zodat er rondes gemaakt kunnen worden), het onderhoud van paden op peil brengen en met het verbinden van routes met toeristische bedrijven, natuur- en cultuurerfgoed, de lokale middenstand en dagattracties. Hierbij is ook aandacht voor de MTB- en rutterroutes en het behoud van oude (boeren/kerke) paden en het optimaliseren en beleefbaar maken voor waterrecreatie. Ook de kwaliteit en het belevingsniveau van

de openbare ruimte (met voorzieningen) vallen hieronder: voldoende oplaadpunten voor o.a. elektrische fietsen en varen, voldoende horecaaanbod en arrangementen (o.a. verblijf).

- 4. Benutten koppelkansen R&T bij gebiedsontwikkelingen:**

onze gasten genieten van zowel onze natuurgebieden, ons landschap als onze dorpen. Daar waar gebiedsontwikkelingen zich voordoen, zetten wij in op koppelkansen voor recreatie en toerisme, bijvoorbeeld bij centrumontwikkelingen, ontwikkelingen in de landbouwsector of het stikstofdossier. We zetten in op versterking van natuur- en landschapskwaliteiten. Enerzijds om zo ons toeristisch product en het beleefbaar maken van onze regio te versterken, anderzijds om de sector en de mienskip mee te laten profiteren van deze bestemmingsontwikkeling.

- 5. Nieuwe initiatieven stimuleren en tot wasdom laten komen (toetsingskader):**

de regio nodigt ondernemers nadrukkelijk uit om initiatieven te ontplooien in zowel dag- en verblijfsrecreatie, passend binnen de uitgangspunten van deze visie. Op dit moment bieden de ruimtelijke kaders niet altijd de gewenste mogelijkheden om (complexe) nieuwe initiatieven éénduidig te toetsen en tot wasdom te brengen. Daar willen we verandering in brengen, in regionaal verband. De regio wil vrijkomende agrarische grond en bebouwing (en erfgoed) gebruiken om recreatief aanbod te realiseren. Agrotourisme en functiewijzigingen kunnen,

o.a. met verblijven bij de (voormalige) boer, hier een invulling aan geven, met aandacht voor kwalitatief hoogwaardige accommodaties in combinatie met natuurontwikkeling en landschapsherstel. Het instrumentarium ‘kansenskaart’ bij Vitale logies kan hierbij ingezet worden.

6. Verduurzaming vrijetijdssector:

Bij het revitaliseren of ontwikkelen van producten of diensten zijn circulair en duurzaam uitgangspunten. Dat betekent dat overheden, bij inkoop, ontwikkeling en uitvoering van acties, hier aandacht voor hebben en initiatiefnemers wordt gestimuleerd en gevraagd te onderbouwen hoe het initiatief bijdraagt. De 7 pijlers van Circulair Economie dienen hierbij als leidraad. Zie ook bijlage 7. We stimuleren en faciliteren circulair en duurzaam ontwerpen en ontwikkelen. Daarvoor sluiten we aan bij de acties van het provinciaal Actieplan Circulaire Gastvrijheidssector. Aanvullend organiseren we workshops en themabijeenkomsten voor ondernemers (informerende en inspirerende) en verankeren we waar mogelijk duurzaam en circulair in eigen beleid en uitvoering (zoals duurzame en circulaire criteria in evenementen-vergunningen).

4.2 Bestemmingsmarketing: positionering, profilering en promotie

De regio Zuidoost Friesland onderscheidt zich met ‘Het Andere Friesland’ qua imago van de rest van Friesland. De regio is integraal onderdeel van de positionering van heel Friesland, dat blijkt uit de verhaallijn Weiden & Wouden. In 2030 is er een gemeenschappelijk gevoel omtrent de regio, bewoners/ondernemers zijn trots op hun regio (zijn ambassadeur). De regio is bekend als toeristische bestemming. De onderscheidende kenmerken mogen duidelijker en sterker worden geprofileerd. Het optimaliseren van de samenwerking met de lokale marketingorganisaties is hierin een succesfactor. De regio en de regiomarketingorganisatie TRZF werken aan de volgende opgaven:

7. Versterken van de TRZF en het waarborgen van de continuïteit:

actief inzetten op versterken slagkracht van de TRZF zodat deze kan doorgroeien tot een sterke en financieel slagvaardige destiniatiemanagementorganisatie. De toerist komt steeds meer voor het aanbod in de gehele regio en wil hierdoor geïnspireerd worden. Het belang van de TRZF neemt dus toe en dit vraagt structureel om extra middelen (financieel en in tijd) om aan deze ambitie te werken. Het vergroten van de slagkracht van de TRZF zal aanvullend plaatsvinden door ook toeristische ondernemers mogelijkheden te geven

financieel bij te dragen aan de regionale toeristische ontwikkeling. De TRZF vormt een belangrijke schakel in de samenwerking met Merk Fryslân en de diverse lokale organisaties als StiekM Trots, Regio Heerenveen ‘n GOuden PLak, Coöperatie Appelscha 3.0, DWJMM en o.a. Stichting Beedallandschap Koningsdiep. De Nije Boarn. MERK Fryslân haalt de toerist naar Fryslân en de TRZF onthaalt de gast in onze regio, een optimale samenwerking en efficiency van de inzet van middelen is daarom belangrijk.

8. Versterken van netwerk van ondernemers:

Wanneer ondernemers elkaar beter weten te vinden zullen ze ook naar elkaar doorverwijzen. Ook kunnen door het versterken van het netwerk samenwerkingen ontstaan, in de vorm van een samengesteld product (arrangementen). De TRZF speelt een belangrijke rol in het aanjagen van samenwerking tussen ondernemers in de sector. Een bijdrage vanuit de sector aan de TRZF is wenselijk.

9. Versterken mozaïek beleavingsgebieden Zuidoost Friesland:

‘Het Andere Friesland’ is een mozaïek van heel verschillende gebieden. De vijf gemeenten hebben elk hun eigen karakter, er is een breed palet aan landschapstypen en mogelijkheden: het mozaïek. De regio verkent welke beleavingsgebieden te onderscheiden zijn, op basis van het DNA en identiteitskenmerken. Elke beleavingsgebied krijgt een uitwerking in passende thema’s en doelgroepen, met specifieke acties voor aanbodontwikkeling en promotie.

10. Zichtbaarheid en vindbaarheid van de verhaallijnen vergroten:

Meer zichtbaar maken van verhaallijnen zorgt voor een duidelijk profiel van de regio en versterkt onze herkenbaarheid. Stimuleren van aansluitmogelijkheden op verhaallijnen door samenwerking tussen provinciale, regionale en lokale samenwerkingsverbanden en de TRZF.

11. Doelgroepkeuze en passende profilering:

De regio laat een onderzoek uitvoeren naar de aantrekkelijkheid van haar aanbod op leefstijlgroepen. Dit levert inzicht op in de huidige situatie en een advies over kansrijke prioritaire leefstijlen. Dit geeft invulling aan één van de criteria uit het uitnodigingskader dat initiatieven kansrijk maakt. Verder is het onderzoek een verdieping op het vitaliteitsonderzoek naar verblijfsrecreatie dat eerder is uitgevoerd. Ondernemers profiteren direct van het resultaat: ze krijgen inzicht in voor wie ze vooral aantrekkelijk zijn. Op basis van die keuze gaan we het aanbod versterken voor die doelgroep en hierop onze communicatie in marketing en informatievoorziening aanpassen.

12. Gastheerschap stimuleren en professionaliseren:

De regio wil voor gasten die al in het gebied zijn, (beter) zichtbaar maken wat er wanneer te doen is. Lokale partijen, zoals TIP’s en ondernemers, dienen ondersteund te worden in de professionalisering van dit gastheerschap. Denk aan het verbeteren van de centrumbeleving van de hotspots, het

verbeteren en professionaliseren van de TIP-structuur, maar ook de offline informatievoorziening (folders, routes, kaarten). Hier ligt een gezamenlijke opgave voor gemeenten en TRZF.

4.3 Bestemmingsmanagement: Zuidoost Friesland in balans

Een bestemming in balans profiteert optimaal van de voordelen van toerisme, terwijl de negatieve gevolgen tot een minimum worden beperkt. Regionale samenwerking is cruciaal en gebeurt vanuit een gezamenlijke stip op de horizon. Dit gebeurt gelaagd: regionaal, provinciaal en lokaal. Er wordt aangesloten bij Provinciale initiatieven omtrent uniforme dataverzameling. De regio werkt aan de volgende opgaven:

13. Toekomstgericht ontwikkelen rekening houdend met grote maatschappelijke opgaven:

De wereld verandert in snel tempo en dat heeft invloed op onze sector. Dit vraagt om toekomstgericht ontwikkelen, rekening houdend met grote maatschappelijke opgaven (zoals de klimaatopgave, energietransitie, woningmarkt, Lelylijn ed.). Onderlinge samenwerking, kennisdeling in de vorm van workshops, kruisbestuiving met andere sectoren biedt daarbij perspectief.

14. Sturen op data en kennis en monitoring bezoekers en bezoekersstromen:

de uitvoering van de strategie moet

onderbouwd worden door data en kennis. Hiervoor is uniformering van de dataverzameling nodig. Aansluiting wordt gezocht bij het Provinciale Programma Data op Orde. Om kennis te delen wordt deze data beschikbaar gemaakt voor alle stakeholders. De vijf gemeenten kiezen, in samenspraak met ondernemers dan wel TAF, een uniforme aanpak voor het verzamelen, ontsluiten en omzetten naar kennis van van data, zoals overnachtings gegevens. Daarnaast starten de vijf gemeenten met de inventarisatie (uniform) van het huidige toeristisch recreatieve aanbod. Ook analyseren we periodiek de data van het provinciale bezoekersonderzoek en detailleren we dit naar specifieke data voor de regio Zuidoost Friesland. Data wordt laagdrempelig en actief met stakeholders gedeeld, zodat zij ook sturingsinformatie hebben voor het verbeteren van de bedrijfsvoering. Gemeenten verkennen mogelijkheden met TAF (visitordata). Ontwikkeling en bijsturing wordt gedaan met de doorvertaling naar brede welvaart voor ogen.

15. Locatiemanagement in drukke gebieden:

De monitoring van bezoekers kan effectief worden ingezet om te sturen op het voorkomen van drukte en het spreiden van bezoekers specifiek in gebieden waar dit nodig is (druktemonitor, verbinden met ontwikkelingen t.a.v. centra door Provincie). Met behulp van dit instrument zetten we in op sturen en verspreiden, op het vasthouden (verlengen van bezoek) en op het doorgeleiden (van de ene ondernemer naar

de andere). Door het beter ontsluiten van alternatieve routes en parkeerplaatsen kan drukte worden gespreid. Daarnaast kunnen alternatieven geboden worden, zodat ook minder bekende gebieden hiervan profiteren. Op enkele (te) drukke plekken worden maatregelen verkend en toegepast om drukte te spreiden. Dit geschiedt in de vorm van enkele pilots waar diverse partijen ‘leren’ van het sturen op balans.

16. Randvoorwaarden toetsing slimme groei en behouden kernwaarden:

Met dit kader verschaffen we duidelijkheid over welke initiatieven wenselijk zijn en gestimuleerd worden voor zowel dag- als verblijfsrecreatie. Hiermee wordt vooraf duidelijk wat een initiatief kansrijk maakt en welke uitgangspunten hierbij gehanteerd worden. Door het gebruik van bijvoorbeeld referentiebeelden kan invullingen worden gegeven aan het gewenste toeristische concept. Dit biedt nog duidelijkere handvatten om regie te voeren op passende toeristische ontwikkeling en geeft tevens duidelijkheid aan initiatiefnemers.

4.4 Ontwikkelagenda en borging van de uitvoering

In deze paragraaf staan per ontwikkellijn de doelen en acties benoemd. Per actie is weergegeven wie bij de uitvoering betrokken wordt en welke middelen er beschikbaar zijn. De acties waar nu middelen voor beschikbaar zijn, hebben prioriteit.

Samenwerkingspartners

Toerisme en recreatie; daar wordt samen aan gewerkt. De uitvoering van deze regionale uitvoeringsstrategie vraagt om betrokkenheid van een brede coalitie van partijen. In de eerste plaats zijn dit de vijf gemeenten, die het initiatief hebben genomen om tot deze regionale ontwikkelstrategie te komen. Maar vooral de inzet van het toeristisch-recreatieve veld is nodig. De belangrijkste stakeholders zijn verder de TRZF, de provincie Fryslân, de natuurorganisaties (TBO's), Recreatieschap Marrekrite en diverse marketingorganisaties. Ook lokale toeristische platformen en ondernemersnetwerken en niet in de laatste plaats de ondernemers en andere (lokale) initiatiefnemers.

Middelen

De uitvoering van deze regionale ontwikkelstrategie vraagt om inzet van middelen op een aantal onderdelen. Er is budget nodig voor o.a.:

- Onderzoek, zoals de uitvoering van doelgroeponderzoek en de opzet van uitwerking van de beleavingsgebieden/het mozaïek.
- Ambtelijke capaciteit. Binnen de vijf gemeenten is te beperkte ambtelijke capaciteit beschikbaar om beleid te ontwikkelen, project en acties te coördineren en uit te voeren. Waar mogelijk wordt de huidige samenwerking verder versterkt. Goed voorbeeld hiervan is een gezamenlijke inzet op de aanpak vitale logiesaccommodaties. Aanvullend hierop is de capaciteit een aandachtspunt en dient te worden uitgebreid.

- Capaciteit TRZF: de TRZF is een essentiële partner in de uitvoering. Om de slagkracht van deze organisatie te vergroten ligt de vraag aan de gemeenteraden voor om aanvullend structureel budget. Dit wordt nu tijdelijk met de middelen van de Regio Deal opgevangen, maar vraagt per het begrotingsjaar 2024 om aanvullende middelen.

Ontwikkelagenda

Onderstaande tabel geeft de Ontwikkelagenda voor de komende jaren weer. Per ontwikkellijn zijn de acties opgenomen en de beoogde samenwerkingpartners. Ook is een inschatting gemaakt van de benodigde middelen en de dekking hiervan. De vetgedrukte bedragen geven aan welke acties als eerste worden opgepakt. Hier is ook dekking voor.

Verder na de Regiodeal

De ontwikkelagenda is voor een gedeelte uit te voeren omdat er middelen beschikbaar zijn door de Regiodeal. De Regiodeal is echter eindig. Eind 2023 moeten de middelen besteed zijn. Deze regionale ontwikkelstrategie heeft echter een doorlooptijd tot en met 2030. Dit betekent dat er voor de jaren daarna aanvullende budgetten nodig zijn. De 5 gemeenten zullen hiervoor in de gemeentelijke begrotingen rekening mee moeten houden, overleg met de Provincie is nodig om het belang van deze strategie te benadrukken en om als partner te zoeken naar aanvullende middelen. Wellicht komt er een vervolg op de Regiodeal, wellicht komen er andere (Europese) middelen beschikbaar. De regio Zuidoost Friesland, ‘Het Andere Friesland’ heeft de plannen hiervoor al klaar!

ONTWIKKELLIJN BESTEMMINGSONTWIKKELING: GEBIED EN PRODUCT OP ORDE

Actie	Wat	Betrokkenen	Middelen	Opmerking
Actie 1	Vitaliteit verblijfsrecreatie stimuleren: het aanstellen van een gezamenlijke coördinator en opstellen plan van Aanpak	Provincie, gemeenten, ondernemers	€ 125.000,-	Beschikbaar vanuit Regiodeal ZOF voor de eerste stappen
Actie 2	Ontwikkelen van samengesteld recreatief product en cultuurhistorische verhalen en iconen zichtbaar en beleefbaar maken	TRZF, gemeenten, ondernemers, Mienskip	Nader te bepalen	Productontwikkeling, starten vanuit regulier budget TRZF
Actie 3	Optimaliseren en beleefbaar maken routegebonden infrastructuur en kwaliteit voorzieningen openbare ruimte	Gemeenten, Recreatieschap Marrekrite, gebruikersgroepen en TBO's	€ 270.000,-	Uitvoering routes, Top's en entrees (Ervaren-Turf -> beschikbaar binnen Regiodeal). Bij openbare ruimte ook aandacht voor beheer- en onderhoudskosten
Actie 4	Benutten koppelkansen R&T bij gebiedsontwikkelingen	Provincie, Gemeenten, Ondernemers, TRZF, TBO's	Geen directe kosten	R&T integraal onderdeel bij gebiedsontwikkeling
Actie 5	Nieuwe initiatieven stimuleren en tot wasdom laten komen (toetsingskader)	Gemeenten en Provincie	€ 25.000,-	Beschikbaar vanuit Regiodeal ZOF. Uitnodigingskader verder uitwerken in toetsingskader, 7 pijlers als uitgangspunt
Actie 6	Verduurzaming vrijetijdssector	Circulair Friesland, Gemeenten en Ondernemers	€ 5.000,-	Meedoen in provinciale aanpak.

ONTWIKKELIJK BESTEMMINGSMARKETING: POSITIONERING, PROFILERING EN PROMOTIE

Actie	Wat	Betrokkenen	Middelen	Opmerking
Actie 7	Versterken van TRZF en waarborgen continuïteit: doorontwikkeling regiomarketing TRZF (conform Regiodeal)	Gemeenten, TRZF en ondernemers	€ 100.000,- incidenteel* € 100.000,- structureel**	* Bijdrage vanuit Regiodeal ZOF. ** Daarna vanaf 2024 structurele verhoging budget nodig
Actie 8	Versterken van netwerk van ondernemers: stimuleren innovatief en kwalitatief ondernemen (conform Regiodeal)	TRZF, ondernemers	€ 100.000,- incidenteel*	* Bijdrage vanuit Regiodeal ZOF. Daarna binnen reguliere taken TRZF oppakken.
Actie 9	Versterken mozaïek belevingsgebieden Zuid Oost Friesland	Gemeenten, TRZF, , MERK Fryslan, lokale marketingorganisaties	€ 25.000,-	Parallel met kansenskaart Vitale Logies
Actie 10	Zichtbaarheid en vindbaarheid van de verhaallijnen vergroten	TRZF, MERK Fryslan, lokale marketingorganisaties, gemeenten		Zie 7: Structurele budget TRZF verhogen
Actie 11	Doelgroeponderzoek en -keuze en passende profilering	Gemeenten, TRZF	€ 25.000,-	Bijdrage vanuit Regiodeal ZOF.
Actie 12	Gastheerschap stimuleren en professionaliseren (TIP's, online en offline info voorziening)	TRZF en gemeenten		Zie 7: Structurele budget TRZF verhogen

ONTWIKKELIJK BESTEMMINGSMANAGEMENT: ZUIDOOST FRIESLAND IN BALANS

Actie	Wat	Betrokkenen	Middelen	Opmerking
	Toekomstgericht ontwikkelen rekening houdend met maatschappelijke grote opgaven	Gemeenten, provincie en sector	€ 5.000,-	Beschikbaar vanuit Regiodeal ZOF
Actie 14	Sturen op data en kennis en monitoring bezoekers en bezoekersstromen	Gemeenten, Provincie, TAF en ETFI, mogelijkheid onderzoeken met visitor data	€ 10.000,-	Aanhaken Provinciale programmalijn. Nog onduidelijkheid over kosten
Actie 15	Locatiemanagement in drukke gebieden	Gemeenten en Provincie	€ 10.000,-	Aansluiten bij drukte monitor centra, instrumenten fysiek in openbare ruimte
Actie 16	Randvoorwaarden toetsing slimme groei en behouden kernwaarden	Gemeenten, Provincie en ondernemers	€ 10.000,-	Parallel met actieplan Vitale Logies

Verdere borging

Naast deze ontwikkelagenda is verdere uitwerking op gemeentelijk niveau nodig in onder meer omgevingsplannen, handhaving van permanente bewoning, visie en beleid op zonering van natuurwaarden. Waar nodig kunnen gemeenten - individueel of gezamenlijk - aanvullend op deze ontwikkelstrategie op thematisch niveau of als verdieping beleidsmatige of concrete uitwerkingen maken, om lokale accenten aan te brengen.



BIJLAGEN

BIJLAGE 1 GERAADPLEEGDE BRONNEN EN STAKEHOLDERS

Bronnen

Omvang vrijetijdseconomie

- Banen totaal sectoren en R&T sector 2015-2019 – LISA, 2021
- Bezoekersonderzoek natuurgebieden Drenthe 2015 – NBTC-NIPO Research 2015, in opdracht van Provincie Drenthe, Recreatieschap Drenthe en Staatsbosbeheer
- ezoekersonderzoek natuurgebieden Friesland 2017 – NBTC-NIPO Research 2018, in opdracht van Staatsbosbeheer
- Bezoekersmonitor Nationaal Park Alde Feanen 2018-2019 – Ecorys 2019
- Dashboard Toerisme Fryslân 2019 – DataFryslân, geraadpleegd op 12-2-2021 en 22-3-2021
- Database ondernemers ‘Het andere Friesland’
- Opbrengsten en overnachtingen uit toeristenbelasting, 2016-2019 – Gemeenten Opsterland, Heerenveen, Ooststellingwerf, Weststellingwerf, 2021
- Plan van Aanpak Regiomarketing Zuidoost Friesland 2020-2030 – Stichting Toeristisch Netwerk de Friese Wouden, 2019
- Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) 2013-2019 – Centraal Bureau voor de Statistiek, 2021

Deskstudie

- Uitvoeringsprogramma R&T De Friese Wouden 2015 – 2020, Hanneke Schmeink RECREATIE, juni 2015
- Toerisme in Fryslân, het perspectief van de inwoners, Fries Sociaal Planbureau, februari 2020.
- Regiodeal Zuidoost Friesland, Rijk, gemeenten Zuidoost Friesland, Provincie Fryslân, Wetterskip Fryslân, juni 2020
- Plan van Aanpak Regiomarketing Zuidoost Friesland 2020-2030, Stichting Toeristisch Netwerk de Friese Wouden, september 2019
- Stand van zaken Koepelproject ErVaren en Turf, 16 december 2020, gemeenten Heerenveen, Smallingerland, Ooststellingwerf, Weststellingwerf, Opsterland

- Beleidsnota Gastvrij Fryslân 2028, provincie Fryslân, april 2020
- Uitvoeringsprogramma Gastvrij Fryslân 2028, provincie Fryslân, april 2020
- Position Paper Gastvrij Fryslân 2030, januari 2019, provincie Fryslân
- Bestuursakkoord 2019-2023, Geluk op 1, provincie Fryslân
- Onderzoek vitaliteit logiesaccommodaties Fryslân, 13 maart 2020, ZKA
- Bijlagen bij rapportage vitaliteitsonderzoek logiesaccommodaties Fryslân, ZKA
- Visie Waterfront Drachten
- Masterplan Waterfront Oudega
- Gebiedsontwikkeling Hegewarren
- Visies ruimtelijke ontvangst Zuidoost Friesland – Akkrum, Appelscha, Bakkeveen, Drachten, Driewegsluis, Omgevingspsycholoog, november 2018
- <https://www.datafriesland.nl/dashboard-toerisme-fryslan/>
- Het Fries camper Kader, 2017, Recreatieschap Marrekrite
- Leven in Zuidoost Fryslân, feiten & cijfers, Fries Sociaal Planbureau, oktober 2019
- Inventarisatie watersportvoorzieningen Turfroute, Hanneke Schmeink RECREATIE, 2019
- Koersdocument Natuer mei de Mienksip, maart 2019,
- It blauwe goud fan Fryslân: visie waterrecreatie: <https://magazines.fryslan.frl/9683/cover>
- Expeditie NP De Alde Feanen, september 2020
- Landschapvisie Zuidoost Friesland 2018-2028, Gemeente Heerenveen, Gemeente Ooststellingwerf, Gemeente Opsterland, Gemeente Smallingerland, Gemeente Weststellingwerf, Provincie Fryslân, Wetterskip Fryslân, 2019.
- Recreatieplan Fochteloërveen, NLRNT, januari 2018
- Notitie recreatie en toerisme Vrijetijdseconomie in Gemeente Heerenveen 2015 – 2018
- Economisch beleid 2020 – 2030 gemeente Heerenveen
- Visie Waterrecreatie Gemeente Heerenveen, (concept), september 2021
- Regiodeal Zuidoost Friesland, Projectplan Glowing Nature, gemeente Heerenveen, augustus 2020
- Omgevingsvisie Heerenveen (ontwerp), versie 0.7, gemeente Heerenveen, januari 2021
- De economische betekenis van toerisme en recreatie in Drenthe (en Ooststellingwerf), november 2018, Ecorys

- Monitor Toerisme in Drenthe 2019 (en Ooststellingwerf), november 2020, Ecorys
- Appelscha Verbindt, Masterplan Appelscha, Beleidsvisie recreatie & toerisme, Gemeente Ooststellingwerf, december 2016
- Nota Kansen Benutten 2016 – 2020 Recreatie en toerisme Opsterland
- Dorpsspiegels Gemeente Opsterland, 2017-2018
- Toeristisch Recreatief ontwikkelingsplan gemeente Smallingerland, juni 2011, Grontmij
- Actieagenda Economie 2020 – 2022, deel A & deel B, gemeente Smallingerland
- Hoofdlijnenakkoord Bestuursperiode 2018 – 2022, juni 2018, gemeente Smallingerland
- Beleidsplan ‘Ferbine’ 2019 – 2022, oktober 2018, gemeente Smallingerland
- Strategische Koers Omgevingsvisie Gemeente Smallingerland (concept), januari 2020
- Nota Recreatie en Toerisme, Perspectief gemeente Weststellingwerf, April 2015

Gesprekspartners verkennende gesprekken

- Toerisme Regiomarketing Zuidoost Friesland, Elizabeth Pilat
- Provincie Fryslân, Age Kramer
- Recreatieschap Marrekrite, Lourens Touwen/Corrie de Groot
- Merk Fryslân, Martin Cnossen
- Staatsbosbeheer, Jean Paul de Rek
- It Fryske Gea/NP Alde Feanen, Fokke Jan de Jong, Anton Huitema en John Haitzma
- HISWA-RECRON, Jan Ybema
- Regio Heerenveen ‘n Gouden Plak, Siepie de Groot
- Werkgroep Vorstelijk Oranjewoud, Tjitte de Wolff
- Akkrumer Watersport Vereniging, Edze Posthuma
- Recreatiepark Tusken de Marren, Bert Rotteveel
- B&B Uitgerust voor Zaken, Bianca Veenstra
- Minicamping de Singel, Greet Musch - de Vries
- Thialf, Marc Winters
- TIP Bakkeveen, Jouke Bouius
- Museum It Damshûs, Jan Frieswijk
- Nieuw Allardsoog, conferentiecentrum en groepsaccommodatie/Stichting

- Beekdallandschap Koningsdiep en Recreatiecentrum De Wâldsang, Bert Zijlstra en Jan Willem Russchen
- Culturele Hoofdstraat Beetsterzwaag & Bourgondisch Beetsterzwaag, Lieuwe Krol
- Natuurmonumenten, Jan Willem Zwart
- Appelscha Outdoor, Jan de Roos
- Buitencentrum SBB, Harry Dekker
- Regio Appelscha 3.0, Arno Goettsch
- Boscamping Appelscha, Engbert Siderius
- Buitengoed op de Knolle, Jim de Boer
- Pizzeria Sondrio Da Luca/Lid TAF, Luca Arbouw
- Watersportverbond Regio Noord, Johan Woudstra en Anne van der Meer
- VVV-Drachten/Smallingerland en ROC, Janneke Epema/Klaas van der Meulen
- Van der Valk Drachten, de heer Langebeek
- Zeilschool de Veenhoop, de heer Zandstra
- Museum DR8888, Nieske Ketelaar
- Voorzitter ondernemersvereniging Drachten, Joan Boelens
- Platform Recreatie & Toerisme Weststellingwerf, Petra Kempkes
- Nationaal Vlechtmuseum, Iwan van Nieuwenhoven
- Stiekm Trots, Liesbeth Schievink
- Van der Valk Wolvega-Heerenveen, Henk Matser

Geraadpleegde experts voor analyse van draagkracht

- Dennis Worst, Landschapsbeheer Friesland
- Anton Huitema, Nationaal Park De Alde Feanen/It Fryske Gea
- Manon van Wesel en Jean-Paul de Rek, Staatsbosbeheer
- Corrie de Groot, Recreatieschap Marrekrite
- Age Kramer, provincie Fryslân
- Diverse experts van de verschillende domeinen van de 5 gemeenten

Experts verdiepende sessie concept Ontwikkelstrategie

- Bureau Kiemkr8, Bianca Grote Beverborg
- Regiomarketingorganisatie “Het Andere Friesland”, Ingrid Mascini
- Ynbusiness, Marjan Soepboer
- Vitale Logies Fryslan, Tonique Hollander
- Circulair Friesland, Hanneke Schmeink

BIJLAGE 2 OMVANG VRIJETIJDOSECONOMIE

In deze bijlage staan de achtergronden bij het hoofdstuk over de omvang van de vrijetijdseconomie in Zuidoost Friesland. Aan bod komen: de ontwikkeling van werkgelegenheid, overnachtingen, toeristenbelasting en verblijfsrecreatief aanbod. Ook schetsen we een typering (stand van zaken) van verblijfsrecreatief en dagrecreatief aanbod in de regio.

Ontwikkelingen beschrijven

In deze bijlage beschrijven we de ontwikkeling van de verschillende indicatoren aan de hand van indexcijfers. Een indexcijfer is een verhoudingsgetal waarmee de grootte van een verschijnsel wordt uitgedrukt ten opzichte van datzelfde verschijnsel in een andere periode. De periode waarmee we alle andere periodes vergelijken noemen we het

basisjaar. Dit basisjaar krijgt het indexcijfer 100 (wordt op 100% gesteld). Daardoor geldt dat: een indexcijfer boven de 100 duidelijk maakt dat er een procentuele stijging is ten opzichte van het basisjaar. Een indexcijfer onder de 100 duidelijk maakt dat er een procentuele daling is ten opzichte van het basisjaar. Het eerste jaar waarover we volledige data hebben voor Zuidoost Friesland, Friesland en Nederland, geldt als basisjaar.

1. Ontwikkeling werkgelegenheid

Zuidoost Friesland telde in 2019 4.770 banen in de toeristisch-recreatieve sector, 6% meer dan in 2015. In deze paragraaf beschrijven we de ontwikkeling van werkgelegenheid in de R&T sector in Zuidoost Friesland, afgezet tegen Friesland en Nederland.

Tabel 1.
Ontwikkeling R&T banen, absoluut, 2015-2019

	2015	2016	2017	2018	2019	2019 tov 2015
Zuidoost Friesland	4.510	4.650	4.630	4.730	4.770	106
Friesland	19.710	20.450	20.670	21.320	21.270	108
Nederland	542.760	563.470	582.240	599.560	618.390	114

Bron: LISA, 2021.
Indexontwikkeling: basisjaar 2015 = 100

Tabel 2.
Ontwikkeling aandeel R&T banen op het totaal aantal banen, 2015-2019

	2015	2016	2017	2018	2019	2019 tov 2015
Zuidoost Friesland	5,3%	5,4%	5,3%	5,2%	5,2%	98
Friesland	6,9%	7,1%	7,1%	7,1%	7,0%	101
Nederland	6,6%	6,8%	6,9%	6,9%	7,0%	105

Bron: LISA, bewerking BRVT.
Indexontwikkeling: basisjaar 2015 = 100

Toelichting

- Tabel 1 laat het aantal R&T banen in Zuidoost Friesland, Friesland en Nederland zien, in de periode 2015-2019. Hoe 2019 zich verhoudt tot 2015, laten we zien met een indexcijfer (2015 = 100).
- Zuidoost Friesland telde in 2019 4.770 banen in de toeristisch-recreatieve sector. Deze R&T-banen laten een positieve ontwikkeling zien sinds 2015, wat onder meer te zien is aan het indexcijfer 106 in 2019. Dat betekent dat het aantal R&T-banen in de regio in 2019 6% hoger ligt dan in 2015.
- De R&T-banen ontwikkelen zich positief in de regio. In heel Friesland is de toename iets sterker (index 108), landelijk is de groei sterker (index 114).
- In 2019 is 5,2% van alle banen in Zuidoost Friesland en R&T-baan. In Friesland en Nederland is dat 7,0%.
- Het aandeel R&T-banen op het totaal heeft in Zuidoost Friesland in 2019 een index van 98, dat betekent dat het aandeel iets lager ligt dan in 2015, zoals ook te zien is in tabel 2. In de tussenliggende jaren lag het indexcijfer rond of net boven de 100.
- Dat het aandeel R&T in de regio iets afneemt, komt doordat de groei van de totale werkgelegenheid (in alle sectoren) in Zuidoost Friesland, net iets sterker toeneemt (index 107) dan het aantal R&T-banen (index 106).
- In Friesland en Nederland zien we juist iets anders: de ontwikkeling van R&T-banen laat een hogere index zien dan de ontwikkeling van de totale werkgelegenheid in alle sectoren. Daar neemt het aandeel R&T op het totaal dus toe, terwijl dat in Zuidoost Friesland licht dalend is.

Over deze cijfers

De cijfers in deze paragraaf zijn afkomstig van LISA. Het aantal banen heeft betrekking op het totaal aantal fulltimers, parttimers en uitzendkrachten. De R&T data van LISA wordt samengesteld op basis van SBI-codes. Bedrijven komen in deze R&T data terecht, als ze ingeschreven zijn bij de KVK en voorzien zijn van toeristische SBI-codes. Indeling op hoofdactiviteit: het register registreert van iedere vestiging de hoofdactiviteit door middel van de Standaard BedrijfsIndeling (SBI) van het CBS. Indien een vestiging meerdere activiteiten heeft dan wordt de activiteit waarin het grootste deel van het personeel werkzaam is gebruikt voor de toekenning van de SBI code. Dat betekent bijvoorbeeld dat toeristische (neven)activiteiten van agrarische ondernemers, qua werkgelegenheid niet zichtbaar zijn bij de R&T sector.

2 Ontwikkeling overnachtingen

In 2019 werden er 720.000 overnachtingen doorgebracht in Zuidoost Friesland, door binnenlandse en buitenlandse gasten, met zowel een zakelijk als toeristisch motief. Dat is 18% minder dan in 2013. In deze paragraaf beschrijven we de ontwikkeling van overnachtingen bij logies-

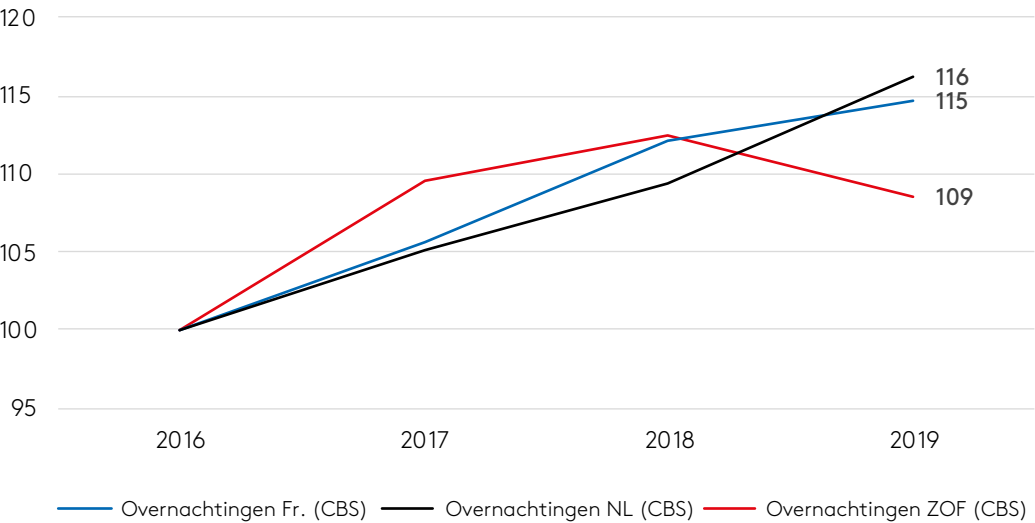
accommodaties Zuidoost Friesland, afgezet tegen Friesland en Nederland. Dit doen we zowel voor de periode tussen 2013 en 2019 en voor de periode tussen 2016 en 2019 om een onderscheid te maken tussen de ontwikkelingen over meerdere jaren en over de afgelopen jaren.

Tabel 3. Ontwikkeling overnachtingen, totaal (x1000), 2013-2019

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 t.o.v. 2013	2019 t.o.v. 2016
Zuidoost Friesland	882	724	763	663	726	746	720	82	109
Friesland	5.163	5.467	5.372	5.361	5.663	6.007	6.149	119	115
Nederland	96.074	99.752	103.534	106.213	111.698	116.082	123.443	128	116

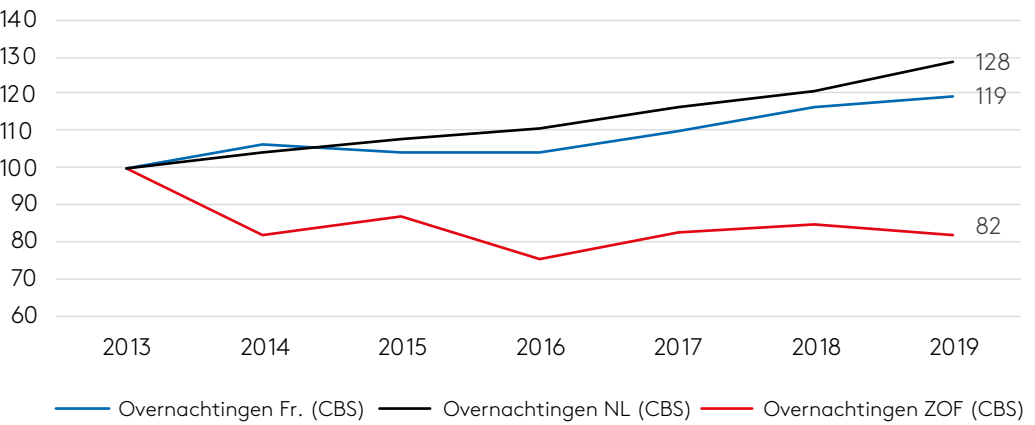
Bron: CBS SLA, 2021.
Indexontwikkeling: basisjaar 2013 = 100 en 2016 = 100

Figuur 1. Ontwikkeling overnachtingen, 2016-2019, t.o.v. basisjaar 2016



Bron: CBS SLA, 2021. Indexontwikkeling: basisjaar 2016 = 100

Figuur 2. Ontwikkeling overnachtingen, 2013-2019, t.o.v. basisjaar 2013



Bron: CBS SLA, 2021. Indexontwikkeling: basisjaar 2013 = 100

Toelichting

- Zuidoost Friesland telt volgens de CBS statistieken in 2019 720.000 overnachtingen van zowel binnenlandse als buitenlandse gasten, zakelijke en toeristische gasten. Dat is een stijging van 9% in vergelijking met 2019 (index 109). In vergelijking met 2013 is het aantal overnachtingen in 2019 gedaald met 18% ten opzichte van 2013 (index 82).
- In Friesland werden in 2019 6,1 miljoen overnachtingen doorgebracht, 15% meer dan in 2016 (index 115) en 19% meer dan in 2013 (index 119). In Nederland werden 123 miljoen overnachtingen doorgebracht, goed voor een stijging van 16% ten opzichte van 2016 (index 116) en een stijging 28% ten opzichte van 2013 (index 128).
- In figuur 1 laten we de ontwikkeling van het aantal overnachtingen zien in Zuidoost Friesland, Friesland en Nederland, met 2016 als indexjaar (basisjaar). In figuur 2 kijken we wat verder terug en geven we de ontwikkeling ten opzichte van 2013 weer (basisjaar = 2013). Wat hierbij met name opvalt: in vergelijking met 2016 laat Zuidoost Friesland stijgende lijn zien wat betreft het aantal overnachtingen (index 109). Wel blijft de ontwikkeling nog iets achter bij de ontwikkeling van Friesland (index 115) en Nederland (index 116).
- Kijken we verder terug naar de indexontwikkeling ten opzichte van 2013, dan laat Zuidoost Friesland dalende indexcijfers zien (index 82), terwijl in totaal Friesland (119) en Nederland (128) sprake is van groei. De ontwikkeling in Zuidoost Friesland wijkt over dat tijdsbestek duidelijk (negatief) af van het Fries' en landelijk gemiddelde.

Over deze cijfers

Deze cijfers zijn afkomstig van de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS. Deze paragraaf bevat cijfers over het aantal overnachtingen van toeristische en zakelijke gasten in Nederland in alle hotels, motels, pensions, appartementen met hoteldienstverlening, jeugdaccommodaties en bed&breakfasts met ten minste 5 slaapplaatsen, op alle kampeerterreinen met minimaal 4 toeristische standplaatsen en op huisjesterreinen en in groepsaccommodaties met ten minste 10 slaapplaatsen. Dit betekent dat overnachtingen bij 'kleine' toeristische aanbieders hier niet bij inbegrepen zijn.

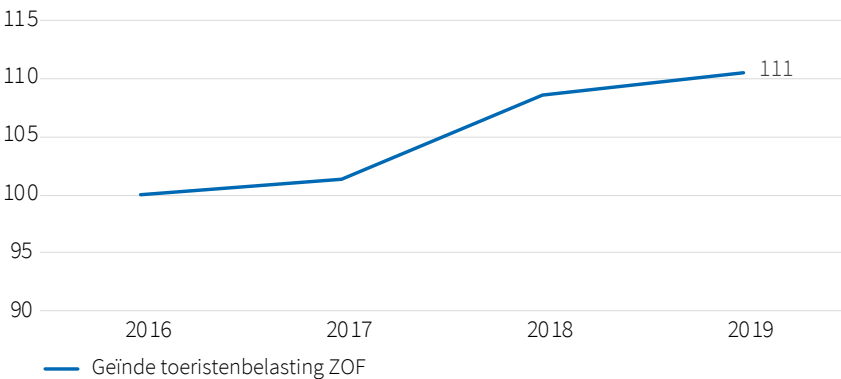
3 Ontwikkeling toeristenbelasting

De gegevens over de toeristenbelasting gebruiken we om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van toerisme in een gebied. In Zuidoost Friesland wordt toeristenbelasting geheven, behalve in Smallerland. De overige vier gemeenten heffen op verschillende manieren toeristenbelasting. Opsterland en Weststellingwerf vragen een percentage van de overnachtingsprijs van de ondernemer, Heerenveen en Ooststellingwerf hanteren een vast bedrag per overnachting. Daarnaast is het belangrijk om te beseffen dat in Ooststellingwerf het boekjaar van de geïnde toeristenbelasting verschilt van het kalenderjaar en dat er in Heerenveen geen toeristenbelasting wordt geheven over overnachtingen op boten.

In heel Friesland is de toeristenbelasting het hoogst in Weststellingwerf, stelde de Leeuwarder Courant in 2018. De gemeente hanteert een tarief van 4% van de overnachtingsprijs; omgerekend komt dat volgens de krant neer op meer dan 4 euro per nacht. Ook Opsterland hanteert een gedifferentieerd tarief (percentage van de overnachtingsprijs). Heerenveen en Ooststellingwerf heffen tot 2021 beiden 1 euro per nacht. Vanaf 2022 is het tarief in de gemeente Heerenveen € 2,35 per persoon per nacht voor overnachtingen in hotels, B&B's en vakantiehuisjes. Voor overnachtingen in groepsaccommodaties en op kampeerterreinen is het tarief € 1,- gebleven. Bij jachthavens wordt niet altijd toeristenbelasting geïnd. Ook betalen inwoners (die bij logiesaccommodaties overnachten) geen toeristenbelasting, en soms geldt vrijstelling van toeristenbelasting voor kinderen.

Vanwege deze kanttekeningen zijn de cijfers van geïnde toeristenbelasting in de gemeenten niet één op één vergelijkbaar. Wel kunnen we, op totaalniveau van de regio, de ontwikkeling analyseren van de omvang van de geïnde toeristenbelasting. In figuur 2 laten we de ontwikkeling van de geïnde toeristenbelasting zien, met 2015 als indexjaar (basisjaar).

Figuur 3.
Ontwikkeling geïnde toeristenbelasting Zuidoost Friesland,
t.o.v. basisjaar 2016



Bron: gemeenten Zuidoost Friesland. Indexontwikkeling: basisjaar 2016 = 100

Toelichting

- De ontwikkeling van de geïnde toeristenbelasting in de vier gemeenten in Zuidoost Friesland laat een positieve ontwikkeling zien sinds 2016. In 2019 lag de geïnde toeristenbelasting 11% hoger (index 111) dan in 2016.
- Omdat twee gemeenten een percentage van de overnachtingsprijs heffen als toeristenbelasting, is het niet zeker of deze positieve lijn ook daadwerkelijk betekent dat het aantal overnachtingen in de regio toeneemt. Het kan ook betekenen dat de omzet in de regio gestegen is, wat (naast de omvang van toerisme) uiteraard ook te maken heeft met de prijsstelling van ondernemers.

4a Typering verblijfsrecreatief aanbod

In deze paragraaf beschrijven we de stand van zaken van het verblijfsrecreatief aanbod in de regio Zuidoost Friesland, om aan te geven wat de regio typeert. Hiervoor maken we gebruik van het Dashboard Toerisme Fryslân (2019). Daarop is te zien dat de regio 150 logiesaccommodaties telt in de categorieën campings, groepsaccommodaties, hotels, jachthavens en recreatieparken en dat er 165 AirBNB-aanbieders bekend zijn.

Tabel 4.
Aantal verblijfsaccommodaties per gemeente, stand 2019

	Campings	Groeps- accommodaties	Hotels	Jachthavens	Recreatie- parken	Totaal accommodaties
Smallerland	9	2	2	8	1	19
Opsterland	20	8	3	1	3	32
Heerenveen	13	3	6	8	6	30
Ooststellingwerf	20	7	4	1	9	38
Weststellingwerf	21	3	1	5	6	31
Totaal Zuidoost Friesland	83	23	16	23	25	150
Totaal Friesland	336	175	153	257	202	g.g.
Aandeel ZOF op Friesland	25%	13%	10%	9%	12%	g.g.

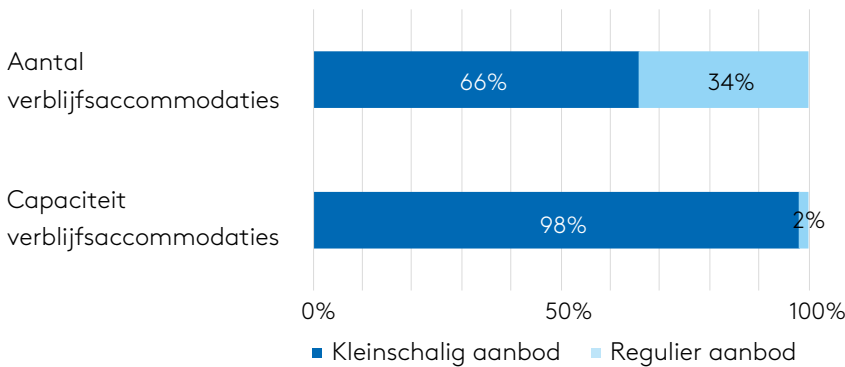
Bron: Dashboard Toerisme Fryslân. g.g. = geen gegevens. R
ecreatieparken zijn overwegend bungalowparken en aanbieders van bungalows op (mini)campings.
Vanwege combinatiefuncties, tellen de deelsectoren samen op tot méér dan het totaal aantal accommodaties.

Toelichting

- De gemeenten in Zuidoost Friesland tellen volgens het Dashboard Toerisme Fryslân samen 150 verblijfsaccommodaties bij campings, groepsaccommodaties, hotels, jachthavens en recreatieparken.
- Het grootste deel daarvan (25%) is gevestigd in Ooststellingwerf. Opsterland en Weststellingwerf tellen ieder 21% van de bedrijven in de regio, Heerenveen 20% en Smallingerland 13%.
- Bedrijven zijn ook weergegeven per logiestype dat ze aanbieden. Er zijn bedrijven die meerdere logiestypes aanbieden (combinatiebedrijven), daardoor tellen bijvoorbeeld de aangeboden logiestypes in Smallingerland hoger op (22) dan het totaal aantal bedrijven (19).
- Het dashboard geeft geen inzicht in het totaal aantal verblijfsaccommodaties in Friesland, wel geeft het inzicht in het totaal aantal bedrijven per logiestype. Zo kunnen we laten zien dat van alle 336 campings in Friesland, er 83 in Zuidoost Friesland gevestigd zijn (25%), en dat van alle 257 jachthavens in Friesland, er 23 in Zuidoost Friesland liggen (9%).
- Er kan, op basis van het Dashboard Toerisme Fryslân, geen inzicht worden gegeven in de ontwikkeling van verblijfsaccommodaties in Zuidoost Friesland door de jaren heen.
- Het Dashboard toont voor Zuidoost Friesland 150 bedrijven in 2019. Het CBS geeft aan dat Zuidoost Friesland in datzelfde jaar 108 verblijfsrecreatieve bedrijven telde. Het CBS hanteert ondergrenzen (zie Ontwikkeling aanbod), zodoende weten we dat bij de gegevens van het CBS waarschijnlijk vooral de ondernemers met geringe capaciteit ontbreken.
- Daarnaast ontbreekt het aantal B&B's in het Dashboard Toerisme Fryslân. Omdat Zuidoost Friesland zich kenmerkt door kleinschaligheid, hebben de gemeenten inzicht gegeven in het aantal B&B's, zie tabel 6.
- Ook uit het Vitaliteitsonderzoek verblijfsaccommodaties van ZKA (2019) kunnen we de gegevens nog wat verder duiden. Uit het onderzoek blijkt dat het aanbod aan verblijfsaccommodaties zich typeert door kleinschaligheid. ZKA telt in dit onderzoek 123 reguliere verblijfsaccommodaties en daarnaast nog eens 235 kleinschalige aanbieders (mini-campings, B&B's en solitaire huisjes). Deze kleinschalige aanbieders maken daarmee 67% van het totaal aantal vestigingen (aanbieders) uit. Echter, kleinschalige aanbieders hebben ook een kleine

capaciteit (aantal bedden). In het vitaliteitsonderzoek komt naar voren dat de totale capaciteit van de verblijfsrecreatie in Zuidoost Friesland 31.347 slaappleatsen zijn. Hiervan is slechts 2,2 procent van een kleinschalige aanbieder, zie onderstaande diagram voor de verhouding tussen regulier en kleinschalig aanbod.

Figuur 4.
Verhouding tussen kleinschalig aanbod en regulier aanbod aan verblijfsaccommodaties in Zuidoost Friesland, weergegeven voor het aantal verblijfsaccommodaties en de capaciteit.



Bron: Vitaliteitsonderzoek verblijfsaccommodaties van ZKA (2019), bewerking door Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Tabel 5.
Aantal AirBNB accommodaties per gemeente, stand 2019

Smallingerland	27	€ 86,25
Opsterland	41	€ 63,66
Heerenveen	20	€ 83,78
Ooststellingwerf	46	€ 69,48
Weststellingwerf	31	€ 64,36
Totaal Zuidoost Friesland	165	€ 71,55
Totaal Friesland	1421	€ 83,82
Aandeel ZOF op Friesland	12%	

Bron: Dashboard Toerisme Fryslân.
Gegevens kunnen overlappen met de gegevens uit tabel 4 en 6, en kunnen zodoende niet bij elkaar opgeteld worden.

Tabel 6.
Aantal B&B's per gemeente

	Aantal B&B's
Smallingerland	31
Opsterland	39
Heerenveen	49
Ooststellingwerf	47
Weststellingwerf	35

Bron: gemeenten Heerenveen, Ooststellingwerf, Opsterland, Smallingerland, Weststellingwerf. Gegevens kunnen overlappen met de gegevens uit tabel 4 en 5, en kunnen zodoende niet bij elkaar opgeteld worden.

Toelichting

- De gemeenten in Zuidoost Friesland tellen volgens het Dashboard Toerisme Fryslân samen 165 AirBNB-accommodaties. Het Dashboard vermeldt daarbij dat er mogelijk overlap bestaat tussen de gegevens uit tabel 4 en tabel 5, en dat de waarden daarom niet zomaar bij elkaar opgeteld kunnen worden.
- Daarnaast hebben de gemeenten aangegeven dat B&B's een belangrijk onderdeel van het aanbod aan logiesaccommodaties vormen. Deze zijn niet apart uitgesplitst in het Dashboard Toerisme Fryslân. Om die reden hebben de gemeenten nog apart inzicht gegeven in het aantal B&B's, zie tabel 6. Ook hier is niet bekend of er overlap is met het aantal AirBNB accommodaties, de mogelijkheid bestaat dat (een deel van de B&B's ook de accommodatie op verhuurplatforms verhuurd.
- In heel Friesland zijn 1.421 AirBNB-accommodaties bekend, 12% daarvan is in Zuidoost Friesland gevestigd.

- De gemiddelde prijs per nacht van een AirBNB in Zuidoost Friesland is € 71,55. Dat is zo’n twaalf euro onder het Fries’ gemiddelde van € 83,82 per nacht. De prijzen per nacht lopen in Zuidoost Friesland echter uiteen van € 63,66 per nacht in Opsterland (ruim onder het Fries’ gemiddelde) tot € 86,25 per nacht in Smallerland (boven het Fries’ gemiddelde).

Over deze cijfers

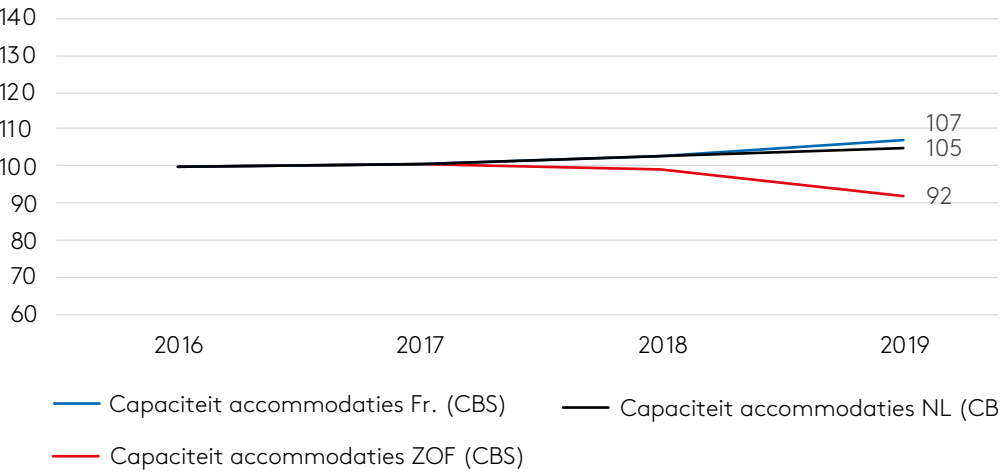
Deze cijfers zijn grotendeels afkomstig van het Dashboard Toerisme Fryslân (2019). Gegevens over meerdere jaren ontbreken in het dashboard. Om daar toch iets over te kunnen zeggen, maken we in de volgende paragraaf gebruik van gegevens van het CBS, in de wetenschap dat daar de jachthavens en ‘kleine’ ondernemers ontbreken.

4b Ontwikkeling verblijfsrecreatief aanbod

De bron uit de voorgaande paragraaf (Dashboard Toerisme Fryslân), geeft geen inzicht in de ontwikkeling van het aanbod in de regio Zuidoost Friesland. Daarom maken we hier (wederom) gebruik van de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS, zoals we ook bij 2. Ontwikkeling overnachtingen deden. Deze bron stelt ook vergelijkbare gegevens beschikbaar voor Friesland en Nederland.

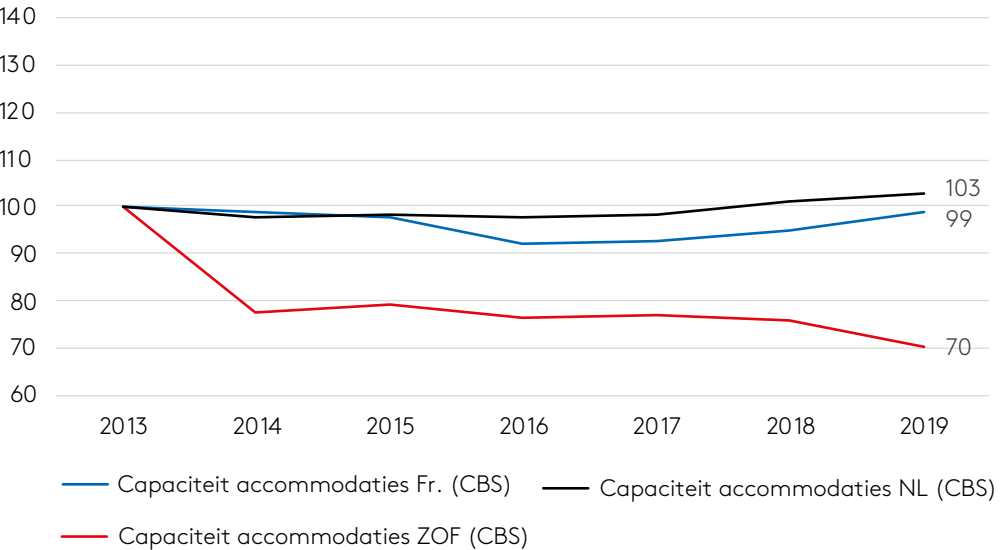
Omdat het in deze paragraaf voornamelijk om de ontwikkeling van de capaciteit in Zuidoost Friesland gaat, en niet zozeer om de omvang (daarvoor achten we het Dashboard de meest betrouwbare bron), geven we in deze paragraaf alleen de indexmatige ontwikkeling weer en laten we de absolute aantallen achterwege.

Figuur 4. Ontwikkeling capaciteit accommodaties, 2016-2019, t.o.v. basisjaar 2016



Bron: CBS SLA, 2021. Indexontwikkeling: basisjaar 2016 = 100

Figuur 5. Ontwikkeling capaciteit accommodaties, 2013-2019, ten opzichte van basisjaar 2013



Bron: CBS SLA, 2021. Indexontwikkeling: basisjaar 2013 = 100

Toelichting

- Figuur 4 laat de ontwikkelingen van de beddencapaciteit per jaar zien, ten opzichte van 2016 (2016 = 100) en figuur 5 laat dit zien ten opzichte van 2013 (2013 = 100). Zowel in vergelijking met 2016 als 2013 zien we een daling van de capaciteit.
- Daar waar de capaciteit in Zuidoost Friesland sinds 2013 overwegend daling laat zien (index 70), zien we in Friesland een redelijk stabiele capaciteit (index 99) en in Nederland en licht toenemende capaciteit (index 103). Ook in vergelijking met 2016 laat Zuidoost Friesland een daling zien (index 92), terwijl Friesland (index 107) en Nederland (index 105) een stijging weergeven.
- Uit onze achterliggende analyses blijkt dat de daling van slaappleatsen in Zuidoost Friesland (zowel tussen 2013 en 2019 als tussen 2016 en 2019) voornamelijk plaatsvindt bij kampeerterreinen en bij hotels/pensions/jeugdaccommodaties in het gebied. Die daling is ook in Friesland gaande, maar minder fors.
- Verder zien we in de achterliggende data tussen 2013 en 2019 in Friesland een toename van het aantal slaappleatsen bij bungalowparken, terwijl Zuidoost Friesland in dat segment een daling laat zien. Tussen 2016 en 2019 zien we echter ook in Zuidoost Friesland een toename van het de capaciteit bij bungalowparken.
- Kortom: de capaciteit van logiesaccommodaties laat in Zuidoost Friesland duidelijk een (negatief) afwijkende ontwikkeling zien van Friesland en Nederland.

Over deze cijfers

Deze cijfers zijn afkomstig van de Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS. Het CBS stelt cijfers beschikbaar over de capaciteit (in slaappleatsen) bij geopende accommodaties: hotels, motels, pensions, appartementen met hoteldienstverlening, jeugdaccommodaties en bed&breakfasts met ten minste 5 slaappleatsen, op alle kampeerterreinen met minimaal 4 toeristische standplaatsen en op huisjesterreinen en in groepsaccommodaties met ten minste 10 slaappleatsen. Dit betekent dat de capaciteit van ‘kleine’ toeristische aanbieders hier niet bij inbegrepen is.

5 Typering dagrecreatief aanbod

Vanuit de landelijke bronnen zijn er geen gegevens bekend over de omvang en typering van dagrecreatie en/of vrijetijdsactiviteiten in Zuidoost Friesland. Deze paragraaf beschrijft de beperkte kwantitatieve informatie die beschikbaar is.

De regio Zuidoost Friesland heeft onder meer:

- Nationaal Park Drents Friese Wold, dat op de grens van Zuidoost Friesland en Drenthe ligt;
- Diverse natuur- en recreatiegebieden;
- 2 bezoekerscentra: Buitencentrum Drents-Friese Wold en Informatiecentrum Fochteloërveen;
- Grofweg 250 eetgelegenheden (Stichting Toeristisch Netwerk de Friese Wouden, 2019);
- Tenminste 22 aanbieders van streekproducten of agrotourisme (Database ‘Het andere Friesland’);
- Tenminste 21 musea en tenminste 41 galleries, beeldentuinen en ateliers (Database ‘Het andere Friesland’).

Bezoek aan natuurgebieden

Waar wel het een en ander over bekend is, is het bezoek aan natuurgebieden in Friesland. Deze zijn in 2017 onderzocht door NBTC-NIPO Research in opdracht van Staatsbosbeheer. De volgende gebieden die (deels) in Zuidoost Friesland liggen, deden mee in het onderzoek:

Toelichting

Categorie aantal NL bezoeken betreft het totaal aan bezoeken aan een natuurgebied, ongeacht of het een herhaalbezoeker is of een unieke bezoeker.

Tabel 6.

Unieke bezoekers natuurgebieden Zuidoost Friesland, per gebied (2017)

Gebied	Unieke NL bezoekers	Categorie aantal NL bezoeken
De Deelen	49.000	< 0,25 miljoen*
Bossen van Beetsterzwaag	192.000	0,75 – 1 miljoen
Mandefjild	38.000	Onbekend
Landgoed de Slotplaats	47.000	< 0,25 miljoen*
Heide van Duurswoude	53.000	< 0,25 miljoen*
Het Blauwe bos	61.000	< 0,25 miljoen*
Fochteloërveen	273.000	0,5 – 0,75 miljoen
Delleboersterheide	50.000	onbekend
Koepelbos / Noordwoldermeente / Stuttebos	83.000	< 0,25 miljoen*
De Kiekenberg	28.000	onbekend
Spokeplas gebied	85.000	0,25 – 0,5 miljoen*
Ketliker Skar	54.000	< 0,25 miljoen*
Oranjewoud	283.000	1 - 1,25 miljoen
Lendevallei	109.000	0,25 – 0,5 miljoen*
Rottige meente (incl. Brander Meer)	154.000	0,25 – 0,5 miljoen*
	1.559.000	

Bezoekersonderzoek natuurgebieden Provincie Friesland 2017 – NBTC-NIPO Research, 2018

* Indicatief vanwege lage waarnemingen

Voor ieder gebied in Zuidoost Friesland is het aantal unieke Nederlandse bezoekers berekend, samen komt dat uit op bijna 1,6 miljoen bezoekers. Het totale aantal bezoeken aan deze natuurgebieden wordt geschat op 4,5 tot 6 miljoen bezoeken.

Het totaal aantal bezoeken is het grootst voor Oranjewoud gevolgd door de bossen van Beetsterzwaag. Opvallend is dat Fochteloërveen met een hoog aantal unieke bezoekers, niet in de hoogste categorie van het totaal aantal bezoekers valt. Voor Oranjewoud zien we zowel, in vergelijking met de andere gebieden, een hoog aantal unieke bezoekers en relatief hoog totaal aantal bezoekers. Dit geldt ook voor de bossen van Beetsterzwaag. Voor de gebieden die relatief lagere unieke bezoekersaantallen hebben, zien we ook de laagste categorie aan totaal aantal bezoeken.

Per gebied is de herkomst van de bezoekers onderzocht. Daaruit blijkt dat gemiddeld genomen grofweg 45% van de bezoekers uit de directe omgeving (gemeente) van het natuurgebied komt, 23% uit de rest van Friesland en 32% uit de rest van Nederland.

Populaire activiteiten in deze natuurgebieden zijn wandelen, fietsen of wielrennen, genieten van de rust (stilte of uitzicht), de hond uitlaten en horeca bezoeken. De meest genoemde motieven om naar deze gebieden te gaan zijn: de rust, genieten van landschap of natuur, het is dichtbij, buiten zijn en frisse neus halen, gezellig met familie of vrienden op stap zijn. En soms ligt het gebied gewoon ‘op de route’, denk aan wandelaars, fietsers en wielrenners (NBTC-NIPO Research, 2018).

Nationaal Park Drents Friese Wold

Het Nationaal Park Drents Friese Wold maakte geen onderdeel uit van het onderzoek naar natuurgebieden in Friesland. Wel liep het in 2015 mee in vergelijkbaar onderzoek in Drenthe. Daaruit bleek dat het park op jaarbasis 469.000 unieke bezoekers trok, waarbij de helft van de bezoekers (51%) uit Friesland kwam. Ook komt er veel bezoek uit Drenthe (27%). Bezoekers geven aan voornamelijk te wandelen (63%), fietsen en wielrennen (48%) en de horeca te bezoeken (31%) in of nabij het gebied. Ook wordt het gebruikt om honden uit te laten (18%).

Nationaal Park De Alde Feanen

Ook het Nationaal Park De Alde Feanen maakte geen onderdeel uit van het onderzoek naar natuurgebieden in Friesland. Tussen mei 2018 en april 2019 zijn het aantal bezoekers gemeten. Hieruit blijkt dat het Nationaal Park in die periode bijna 1,4 miljoen bezoekers trok (1.396.000). Dit betreft het totaal aantal bezoekers. Het onderzoek geeft geen inzicht in het aantal unieke bezoekers.

Toelichting

- Er zijn weinig regionale cijfers beschikbaar over dagrecreatie in Zuidoost Friesland. Hierdoor kunnen we maar zeer beperkt kwantitatieve uitspraken doen over wat de regio qua dagrecreatie typeert.
- De natuurgebieden in Zuidoost Friesland (exclusief Nationaal Park Drents Friese Wold en De Alde Feanen) trokken in 2017 bijna 1,6 miljoen bezoekers. Het totale bezoek wordt geschat op 4,5 tot 6 miljoen bezoeken. Het bezoek komt overwegend uit Friesland. Het Nationaal Park Drents Friese Wold trok in 2015 469.000 unieke bezoekers, waarvan de helft uit Friesland kwam. Het Nationaal Park De Alde Feanen trok tussen mei 2018 en april 2019 bijna 1,4 miljoen bezoekers. Let op, dit is het totaal aantal bezoekers.
- Populaire activiteiten in de natuurgebieden zijn wandelen, fietsen, genieten van de rust, de hond uitlaten en horeca bezoeken. De rust, de natuur, nabijheid, het buiten zijn (met elkaar), zijn dan ook de meest genoemde motieven om de natuurgebieden in Zuidoost Friesland te bezoeken.

6 Bestedingen

De bestedingen van bezoekers geven een indicatie van
verdienvermogen van de vrijetijdseconomie en zijn op basis van
verschillende bronnen in kaart gebracht:

- In het onderzoek Vitaliteit Logiesaccommodaties van ZKA uit 2019 zijn de logiesbestedingen in kaart gebracht. Deze cijfers geven nog geen compleet beeld omdat het gaat om bestedingen van verblijfstoerisme (en geen dagtoerisme), maar is gebaseerd op onderzoek bij de aanbieders, waardoor er geen type gast (buitenlands, binnenland, zakelijk) wordt uitgesloten. Hieruit blijkt dat Zuidwest Fryslân en de Wadden samen maar liefst 67% van de totale logiesbestedingen genereren, de overige regio's (waaronder dus Zuidoost Friesland) hebben

Tabel 2.1

Bestedingen per persoon per dag van binnenlandse vakantiegangers, per regio in Friesland

Bestedingen per persoon per dag	2015	2016	2017	2018	2019
Friesland	€ 42	€ 40	€ 39	€ 41	€ 45
Noordoost-Friesland	€ 41	€ 33	€ 38	€ 30	€ 42
Noordwest-Friesland	€ 43*	€ 29*	€ 28*	€ 44 *	€ 20*
Waddeneilanden	€ 48	€ 49	€ 43	€ 54	€ 53
Zuidoost Friesland	€ 36*	€ 33*	€ 29	€ 30	€ 31
Zuidwest-Friesland	€ 32	€ 31	€ 37	€ 32	€ 38

* indicatief vanwege lage steekproef
Bron: CVO 2015 – 2019, provincie Fryslân

daarmee een lager aandeel. De omvang van de bestedingen van verblijfstoerisme in Zuidoost Friesland wordt geraamd op €88 miljoen in 2019, dat is een aandeel van 10% van het totaal in Friesland.

- Het CVO geeft o.a. inzicht in de bestedingen van Nederlandse vakantiegangers in Zuidoost Friesland. Dit betekent dat hier geen informatie over bestedingen van buitenlandse gasten en zakelijke gasten in verwerkt is. Tabel 2.1 op de volgende pagina geeft de bestedingen per persoon per dag van binnenlandse vakantiegangers per regio in Friesland tussen 2015 en 2019 weer en laat zien dat de bestedingen in 2019 in Zuidoost Friesland lager zijn dan in de andere regio's, met uitzondering van de regio Noordwest Friesland. In de afgelopen jaren (vanaf 2017) is er wel een lichte positieve trend te zien (van €29 p.p.p.d. in 2017 naar €31 p.p.p.d. in 2019).

BIJLAGE 3 OVERZICHT TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Prognoses zijn gunstig, gevolgen van corona moeilijk te voorspellen

De prognoses voor toerisme in Nederland zijn, ondanks de uitbraak van het coronavirus, gunstig. Als de huidige verwachtingen uitkomen, zal de economie (licht) blijven groeien, herstelt het binnenlands toerisme zich en trekt het inkomend toerisme binnen enkele jaren weer aan. Er zijn echter ook andere scenario's denkbaar waarvan de gevolgen op dit moment nog niet te voorspellen zijn.

Herontdekking van Nederland biedt kansen

Als de groei van het wereldtoerisme weer doorzet, dan biedt dat kansen voor het 'landelijk gebied' ('andere' bestemmingen dan de grote steden), vanuit het beleid toeristen meer te spreiden over Nederland. Overige kansen liggen in de mogelijke herontdekking van Nederland als vakantie-land.

Aandacht voor 'waardevol toerisme' neemt toe

Waar toerisme tot voor kort vooral als economische sector werd gezien, wordt onder de term 'waardevol toerisme' steeds vaker gekeken naar de wijze waarop toerisme kan bijdragen aan maatschappelijke én economische doelen. Uitgangspunt is dat de ontwikkeling van toerisme, dus ook de verblijfsrecreatie, gebalanceerd moet zijn met de leefomgeving. Toerisme is in balans op het moment dat het optimaal bijdraagt aan maatschappelijke opgaven (werkgelegenheid, in stand houden van voorzieningen etc.), en de draagkracht van een gebied (landschappelijk, ecologisch, maatschappelijk) niet overschrijdt. Inbedding in de maatschappij en het landschap wordt dan ook steeds belangrijker.

Aandacht en belang bewust reizen neemt toe

Gasten hechten meer waarde aan betekenisvol, puur, lokaal en duurzaamheid. Zij worden kritischer ten aanzien van gebruik en verspilling. Circulaire producten en diensten bieden interessante en noodzakelijke

aanknopingspunten om als bedrijf en regio onderscheidend te zijn en tegemoet te komen aan de wensen en verwachtingen van (toekomstige) gasten. De gewenste kwaliteitstoerist zoekt en wenst kwaliteitsproducten. Circulariteit is een belangrijk onderdeel van een kwaliteitsproduct.

Veranderende samenleving en wet- en regelgeving

Het klimaat, de maatschappij en wet- en regelgeving veranderen. Er komt meer op bedrijven en bestemmingen af met betrekking tot materiaal, water, energie en klimaat. Het is belangrijk daar nu al op te gaan voor te sorteren.

Schaalvergroting: capaciteit neemt toe

De totale capaciteit aan slaapplekken in Nederland is tussen 2012 en 2019 toegenomen, maar het aantal logiesaccommodaties nam af. Kortom landelijk is de gemiddelde capaciteit van een logiesaccommodatie toegenomen. Daarnaast zien we branchevervaging ontstaan waarbij bedrijven de samenwerking opzoeken of uitbreiden met dagrecreatie om zodoende meer jaarrond inkomsten te genereren.

Kampeerterrains: transformatie naar meer verhuur

De landelijke trend van omzetting en transformatie (toename verhuuraccommodaties) en afname van traditionele toeristische – en jaarkampeertplaatsen is de afgelopen jaren zichtbaar geworden. Kampeerterrains bieden steeds vaker verhuuraccommodaties aan, zoals stacaravans, chalets, glamping tenten en trekkershutten. Dit heeft o.a. te maken met de groeiende vraag naar luxe en comfort van de consument. Er is niet altijd sprake van een uitbreiding van het aantal slaapplekken maar soms ook van transformatie: huisjes in plaats van kampeerplekken.

Gemiddelde verblijfsduur korter

De gemiddelde verblijfsduur van een toerist is in 18 jaar tijd (periode 1999-2017) afgenomen van 3,2 naar 2,6 nachten. Deze werd vooral veroorzaakt door een afname van de verblijfsduur op kampeerterrains, huisjeterreinen en in groepsaccommodaties en niet of nauwelijks door die in hotels. Bovendien nam het aantal korte vakanties de afgelopen jaren toe. Steeds meer Nederlanders boeken buiten de traditionele langere vakantie één of meerdere korte vakanties in eigen land buiten het hoogseizoen. Met

andere woorden; de shortbreak markt is een interessante groeimarkt.

De waterrecreant en zijn gedrag verandert

De klassieke toervaarder die al zijn weekenden en vakanties op de boot verblijft neemt af. De verwachting is dat daar een nieuwe watersporter voor in de plaats komt. Zo geven zeilscholen aan dat het aantal cursisten toeneemt, op mooie dagen is er geen boot meer te huren en de koopbereidheid voor boten trekt weer aan. In de coronazomer van 2020 hebben deze ontwikkelingen een vlucht genomen. Corona heeft duidelijk gemaakt dat er behoefte is aan ‘openluchtrecreatie’, zoals wandelen en fietsen, maar ook waterrecreatie.

Het gedrag en profiel van de waterrecreant verandert. Zo is de nieuwe waterrecreant meer een gelegenheidsvaarder en neemt de verblijfstijd in en rondom de haven toe. Daarbij stelt de waterrecreant hogere eisen aan de verblijfsplek (meer voorzieningen). De haven wordt gebruikt als uitvalsbasis om de omgeving te verkennen. En er wordt afwisselend gebruik gemaakt van een haven met veel voorzieningen en natuurlijke ligplekken.

De boot verandert

De afgelopen jaren zagen we dat zeilboten en kruisers (stalen motorboten van circa 8 meter) uit het beeld verdwijnen en sloepen en open motorboten daarvoor in de plaats komen. Dat beeld is in 2020 weer wat veranderd door corona, zo is de verkoop van boten en sloepen toegenomen het afgelopen jaar.

Vitaliteit van de sector is een aandachtspunt

In Friesland is er al onderzoek gedaan naar de vitaliteit van de verblijfsrecreatie. In het Actieplan Vitale Logie Accommodaties Fryslân wordt richting en invulling gegeven aan de opgaven voor de toekomst.

Sterke opkomst Airbnb in Nederland

Uit onderzoek blijkt dat steeds meer overnachtingen plaatsvinden in een particuliere accommodatie die wordt verhuurd via online platforms zoals Airbnb, Booking, HomeAway en Wimdu. Overigens worden op die platforms ook reguliere B&B kamers of kleinschalige hotels aangeboden. Helaas zijn over het gebruik van Airbnb nog geen eenduidige bronnen beschikbaar. Er

worden verschillende cijfers gepubliceerd. Volgens Airbnb zelf ontvingen Nederlandse Airbnb-locaties in 2012 in totaal zo’n 75.000 gasten. In 2018 is dit naar eigen zeggen gegroeid tot 1,9 miljoen gasten. Een gigantische groei. Het grootste deel van die gasten komt uit het buitenland; in 2018 was dit zo’n 80 procent.

BIJLAGE 4 **SWOT-ANALYSE**

Om tot een gedegen SWOT-analyse te komen, zijn de volgende bronnen gebruikt:

- Er zijn gesprekken gevoerd met 35 stakeholders uit de regio. Er is o.a. gesproken met ondernemers uit verschillende sectoren (cultuur, verblijf- en dagrecreatie, waterrecreatie), terreinbeherende organisaties en regiomarketing organisaties.
- Er is een bronnenstudie uitgevoerd van beleidsdocumenten, visies, en strategieën en onderzoeksrapporten.
- Er zijn gesprekken gevoerd met de wethouders en ambtenaren toerisme en recreatie van de vijf gemeenten.

De SWOT-analyse die is uitgevoerd geeft weer wat de sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen zijn van de regio Zuidoost Friesland, bekeken vanuit het perspectief van toerisme en recreatie. In de SWOT-analyse wordt een onderscheid gemaakt tussen een interne en externe analyse. De interne analyse betreft aspecten waar de gemeente zelf invloed op uit kan oefenen. Kansen en bedreigingen bevinden zich buiten de invloedssfeer van de regio, maar hierop kan worden ingespeeld. De SWOT-analyse confronteert externe kansen en bedreigingen met de interne sterkten en zwakten, met als doel de belangrijkste uitdagingen inzichtelijk te maken

INTERN

STERKTES
S1. Zuidoost Friesland beschikt over een grote verscheidenheid aan landschappelijke kwaliteiten . Het landschap en de aanwezige natuur is aantrekkelijk en zeer divers. Met beekdalen, veenweide, heidegebieden, coulisselandschappen, zandverstuivingen, bossen, drie Nationale Parken en waterwegen zoals de Turfroute.
S2. Er is geïnvesteerd in diverse fijnmazige routenetwerken zoals voor fietsen en wandelen. Tevens wordt gewerkt aan fysieke entreelocaties voor de regio die goed bereikbaar zijn en afgestemd worden op het aanbod van de regio én er wordt ingezet op integrale ontwikkeling van nieuwe natuur, wateropgaven, toerisme en recreatie door realisatie van extra hectares aan natuur.
S3. De aanwezige buitenruimte leent zich bij uitstek voor het beoefenen van sport- en outdoor activiteiten . In en rondom Appelscha en Bakkeveen zijn veel mogelijkheden voor diverse outdoor activiteiten. In Heerenveen en Drachten zijn veel mogelijkheden op het gebied van sport. Maar ook regio-breed zijn veel mogelijkheden met een blotevoetenpad, en mogelijkheden om te vissen, klimmen, mountainbiken, suppen etc.
S4. De aanwezige kunst- en cultuurhistorie vertellen het verhaal van de regio en de inwoners. Daarnaast is een basis voor het vertellen van verhalen aanwezig in het landschap en in de historie van het gebied (zoals o.a. de Friese Waterlinie, turfwinning, socialisme, Friese adel, de Stijl)
S5. De regio kenmerkt zich door rust en ruimte en heeft een aanbod dat veelal uit authentieke, kleinschalige familiebedrijven bestaat . De MKB- en familiebedrijven zijn vaak sterk verankerd in de gemeenschap waardoor de inwoners vaak economisch betrokken zijn.
S6. In de regio zijn een aantal toeristische trekpleisters en hotspots te vinden zoals Beetsterzwaag, Bakkeveen, Appelscha, Oranjewoud, de Turfroute, de Nationale Parken en natuurgebieden, de Koloniën van Weldadigheid en de Friese Waterlinie.
S7. De regiomarketingstrategie kent veel draagvlak , met hierin de positie van vijf verhaallijnen waarin parels uit de regio aan elkaar worden geregen, kent veel draagvlak in de regio.
S8. De regio kent een sterke lokale cohesie en onderlinge verbondenheid tussen de bewoners.

ZWAKTES

Z1. De regio Zuidoost Friesland en het toeristisch-recreatieve aanbod zijn nog onvoldoende bekend bij de (potentiële) bezoeker.
Z2. De potentie aan verhalen in het landschap en historie van het gebied zijn niet voldoende beleefbaar voor bezoekers. Er zijn nog veel verborgen schoonheden en verhalen m et potentie. Soms moeten die verhalen nog ontgonnen worden, is een promotionele zet nodig of moeten verhalen aan elkaar verbonden worden.
Z3. Er is in de regio de afgelopen jaren veelvuldig onderzoek gepleegd met veel afzonderlijke strategieën en acties. Er is behoefte aan daadkracht en concretisering van de uitvoering én communicatie hierover richting stakeholders.
Z4. Vitaliteit van de verblijfsrecreatie is lager in vergelijking met de overige regio's in Friesland en staat onder druk . Er wordt in Zuidoost Friesland een lager prijsniveau gehanteerd dan in andere regio's in Friesland en ook het bestedingsniveau van de toerist blijft achter bij het Fries gemiddelde. Daarnaast hebben met name huisjesterreinen (maar ook campings) weinig perspectief op de toekomst.
Z5. Innovatie in de toeristische sector vindt niet op grote schaal plaats. Het aanbod van dag- en verblijfsvoorzieningen is niet voldoende aangepast aan de wensen van de huidige consument. Deels ligt de kleinschaligheid van de bedrijven hieraan ten grondslag anderzijds werd lange tijd de noodzaak om te innoveren niet overal gevoeld. Daarnaast wordt innovatie in sommige gevallen geremd door procedures in ruimtelijke ontwikkeling.
Z6. Er is te weinig zicht op wie de gast is die naar Zuidoost Friesland komt, hoeveel overnachtingen er in de regio plaatsvinden, welk aanbod geschikt is voor type gasten die er komen etc. Zowel data over het aanbod van de toeristische sector als ook over de vraag van bezoekers is niet op orde.
Z7. De financiële slagkracht van de TRZF is niet toereikend voor de ambities die er in gebied zijn. Er is draagvlak om de ingezette lijn van en via de TRZF door te zetten maar het ontbreekt aan voldoende en structurele budgetten.
Z8. De structuur van TIPs, TOPs en entreepunten is onvoldoende ontwikkeld. Gastheerschap, informatiedistributie e.d. worden nog veelal lokaal opgepakt waardoor regionale synergie ontbreekt.

EXTERN

KANSEN
K1. Het beleefbaar maken van het aanbod door storytelling en thematisering. De unieke kenmerken en verhalen van de regio uitwerken in zichtbaar en beleefbaar aanbod (routes, cultuur en erfgoed, iconen, voorzieningen) .
K2. In de regio is ruimte voor meer toeristen in de schouderseizoenen . Hierdoor kan er geprofiteerd worden van de steeds groter wordende groep ouderen die niet gebonden is aan de (school)vakanties.
K3. Het binnenlands en inkomend toerisme zit in de lift . Zuidoost Friesland kan meeprofiteren van deze stijgende ontwikkeling. De coronacrisis heeft de groei van inkomend toerisme vertraagd, maar de verwachting is dat vanaf 2022 het herstel wordt ingezet, met als eerst het inkomende toerisme uit België en Duitsland.
K4. Er vindt een verschuiving plaats van een economische naar een meer maatschappelijk benadering van toerisme . Toerisme kan bijdragen aan de groeiende aandacht voor en behoefte aan brede welvaart, voor ondernemers en inwoners.
K5. Onderwerpen als duurzaamheid, circulariteit en behoefte aan authenticiteit krijgen steeds meer aandacht van de consument . De consument vraagt ook om streekproducten, duurzaamheid en gezond keuzes o.a. sporten en bewegen. In de regio zijn ook meerdere initiatiefnemers actief op dit vlak. Het is een kans om dit verder te stimuleren.
K6. De toenemende populariteit van buiten- en waterrecreatie . Met name SUP boarding en sloepverhuur, winnen aan populariteit, maar ook ATB- en ruiterroutes worden steeds populairder en wandelen en fietsen blijft onverminderd populair. Hier kan de regio op in spelen door het faciliteren van deze doelgroepen. De coronacrisis versterkt deze trends en biedt ook kansen door het toenemende binnenlands toerisme.
K7. Slow tourism past goed bij de kernwaarden van de regio , deze vorm van toerisme heeft door de covid-19 pandemie meer aandacht gekregen. Genieten van het landschap, kleinschaligheid, authenticiteit en betekenisvolle bestemmingen.

BEDREIGINGEN

B1. De belangrijkste landschappelijke kernkwaliteiten van de regio staan onder druk . Onder meer staat de biodiversiteit onder druk, de veenweide verdroogt, er is sprake van bodemdaling, water wordt te weinig vastgehouden en er is schade aan het milieu door waterrecreatie. Dat maakt het beleefbaar maken van natuur en landschap extra kwetsbaar.
B2. Zuidoost Friesland past niet bij het imago van Friesland . Wanneer men aan Friesland denkt, denkt men aan de meren of de Waddeneilanden, maar in mindere mate aan de bossen en het veengebied. De profilering van rust, ruimte en natuur wordt door meerdere regio's gebruikt, waardoor er strijd is om de toerist.
B3. Concurrentie van andere gebieden, met een duidelijker toeristisch profiel en product . De ontwikkeling van het aantal overnachtingen in de afgelopen jaren (2016-2019) is positief (9%), maar de groei van het aantal overnachtingen loopt achter op de groei van Nederland (16%) en Friesland (15%). Daarnaast blijft het bestedingsniveau van de toerist in Zuidoost Friesland (€31 p.p.p.d.) achter bij het gemiddelde van Friesland (€45 p.p.p.d.).
B4. De regio vergrijsd sneller dan de landelijke en provinciale trend . Ook is er sprake van ontgroening; de jongeren trekken weg uit de regio. Dit heeft effect op de leefbaarheid, sociale samenhang en het kan lastiger worden voor bedrijven om (goed) personeel te trekken.
B5. De druk op de buitenruimte neemt toe . Meerdere beleidsdomeinen leggen claim op dezelfde ruimte. Denk bijvoorbeeld aan opgaven voor woningbouw, maar ook voor natuurontwikkeling en klimaatadaptatie is ruimte nodig.
B6. De vrijtijdssector wordt hard geraakt door de coronacrisis . Hoewel er in 2024 herstel wordt verwacht door het NBTC, bestaat het risico dat door faillissementen of door het stoppen van veel horeca bedrijven, het aanbod uitdunt.
B7. Beheer en onderhoud van aanwezige routegebonden infrastructuur is niet op orde . Daarnaast zijn de TBO's onvoldoende in staat om de lasten qua onderhoud en beheer te kunnen dragen of uitvoeren

BIJLAGE 5

ONDERZOEK NAAR TOERISTISCHE DRUK EN DRAAGKRACHT

Toeristische druk en draagkracht: een toelichting

In 2019 verscheen het rapport ‘Waardevol toerisme, onze leefomgeving verdient het’ van de Raad voor de leefomgeving. Dit advies gaat in op de vraag hoe kan worden gestuurd op een gebalanceerde groei van het toerisme in Nederland, waarbij de economie, de samenleving en de leefomgeving met elkaar in samenhang worden bekeken. Om dit te realiseren, adviseert de raad om toeristische druk af te zetten tegen de draagkracht van de leefomgeving.

Toeristische druk

Toeristische druk geeft informatie over de aanwezigheid van bezoekers in relatie tot de bestemming. Dit geeft meer informatie over drukte veroorzaakt door verblijfstoerisme dan absolute aantallen van overnachtingen. De toeristische druk wordt in twee parameters uitgedrukt:

- De intensiteit (de verhouding van het aantal overnachtingen per dag ten opzichte van het aantal inwoners);
- De dichtheid (de verhouding van het aantal overnachtingen per dag ten opzichte van het oppervlak waarbinnen deze plaatsvinden);

Een hoge toeristische druk betekent niet per se dat er sprake is van overlast of disbalans, daarvoor is inzicht nodig in de draagkracht van de bestemming en de perceptie van inwoners op toeristische druk.

Draagkracht

De draagkracht van de leefomgeving en de samenleving duidt op het vermogen van een bepaalde bestemming om bezoekers te ontvangen, zonder dat negatieve gevolgen optreden. Er worden 6 fysieke en 2 sociale domeinen van draagkracht onderscheiden, zie ook figuur B5.8.

- Mobiliteit
- Vastgoed
- Openbare ruimte
- Erfgoed

- Natuur
- Milieu
- Sociaal: invloed in publieke ruimte
- Sociaal: invloed persoonlijke leefruimte

Het bepalen van de draagkracht van bestemmingen is niet eenvoudig. Idealiter wordt de lokale situatie langs een meetlat gelegd met normen daaraan verbonden tot wanneer er sprake is van balans en wanneer er sprake is van een overschrijving. Hoewel sommige aspecten van draagkracht inderdaad zijn verankerd in normen, geldt dit voor lang niet alle aspecten.

Analyse van toeristische druk en draagkracht: de werkwijze

Toeristische druk

Het NBTC heeft in de toeristische druk en dichtheid op COROP-niveau in kaart gebracht voor de jaren 2013 tot en met 2019. Het NBTC maakt hierbij gebruik van de Statistiek Logiesaccommodaties (SLA) van het CBS voor het aantal overnachtingen, dit zijn dezelfde overnachtingscijfers die zijn weergegeven in paragraaf 2.2. Het NBTC hanteert de volgende formules voor het berekenen van de toeristische druk.

- Intensiteit = aantal overnachtingen per 100 inwoners per dag per corop-gebied. Formule: $((\# \text{ overnachtingen}) / (\# \text{ inwoners} * \# \text{ dagen})) * 100$
- Dichtheid = aantal overnachtingen per dag per km² per corop-gebied. Formule: $(\# \text{ overnachtingen} / \# \text{ dagen}) / \text{km}^2$

We hebben de meest recente cijfers van 2019 gebruikt om inzicht te geven in de toeristische druk.

Fysieke domeinen van draagkracht

Omdat er geen normen beschikbaar zijn t.a.v. draagkracht, hebben we de kennis van experts van de verschillende domeinen benut om inzicht te krijgen in de draagkracht. Zie bijlage 1 voor een overzicht van de experts per

domein. We hebben daarbij de volgende werkwijze gehanteerd:

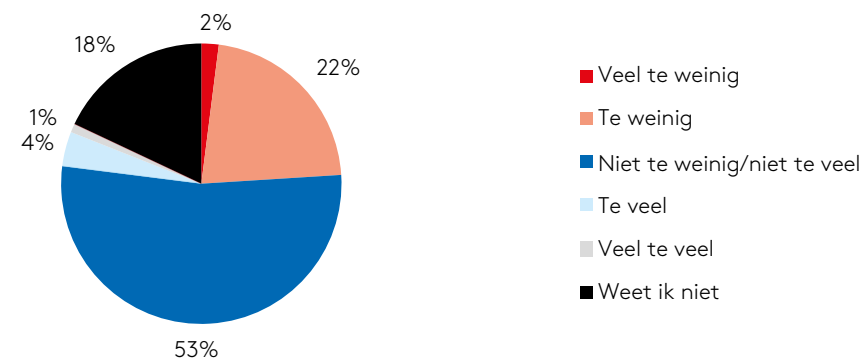
- Allereerst is er een vragenlijst gestuurd aan de experts. Met name op het domein van natuur zijn externe experts uitgenodigd. Ook hebben de T&R-ambtenaren van de 5 gemeenten de vragenlijst samen met experts binnen de gemeente ingevuld. In de vragenlijst is gevraagd naar:
- In hoeverre er problematieken spelen per domein van de leefomgeving
- Of er maximale capaciteiten en/of grenswaarden beschikbaar zijn t.a.v. draagkracht
- In hoeverre wordt er al gestuurd op balans
- In hoeverre de draagkracht per domein wordt overschreden
- En zo ja, op welke momenten en locaties dit speelt.
- Vervolgens hebben we de gegeven antwoorden in kaart gebracht. Samen met de 5 gemeenten hebben we deze data besproken en geduid. Is het herkenbaar? Komen de waarnemingen overeen of zijn er verschillen? En wat is het eindoordeel over draagkracht?

Sociale domeinen van draagkracht

Waar er voor de fysieke domeinen geen cijfers en data beschikbaar zijn, is dit wel het geval voor de sociale domeinen. In 2019 is er een onderzoek uitgevoerd onder inwoners door het Fries Sociaal Planbureau (FSP) in de provincie Friesland waarin werd gevraagd naar de perceptie van inwoners t.a.v. toerisme en de ervaren impacts. Voor deze toeristische ontwikkelstrategie is er een uitsnede gemaakt van het onderzoek met daarin de antwoorden van de respondenten uit Zuidoost Friesland. Hieruit zijn een aantal stellingen geanalyseerd die de perceptie van inwoners ten aanzien van sociale draagkracht weergeven. De percentages per stelling zijn in de volgende figuren weergegeven, met daarbij een korte toelichting wat dit zegt over de sociale draagkracht.

Figuur B5.1

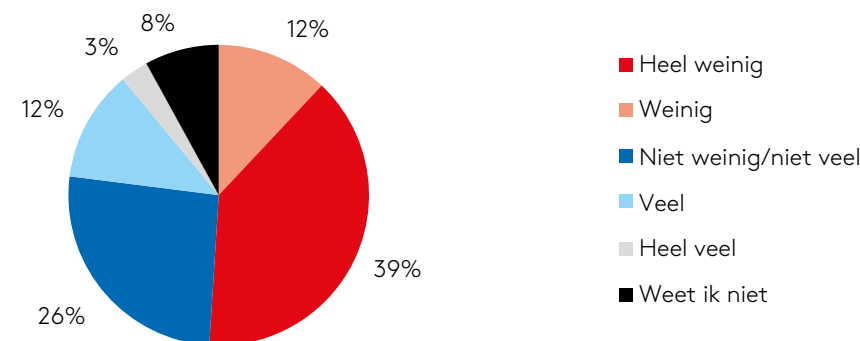
Wat vindt u van het aantal toeristen dat naar Fryslân komt?



Het merendeel (53%) van de respondenten vindt dat er niet te veel maar ook niet te weinig toeristen naar Fryslân komen. Ook geeft 24% aan dat er (veel) te weinig toeristen komen. Slechts 5% vindt het (veel) te veel.

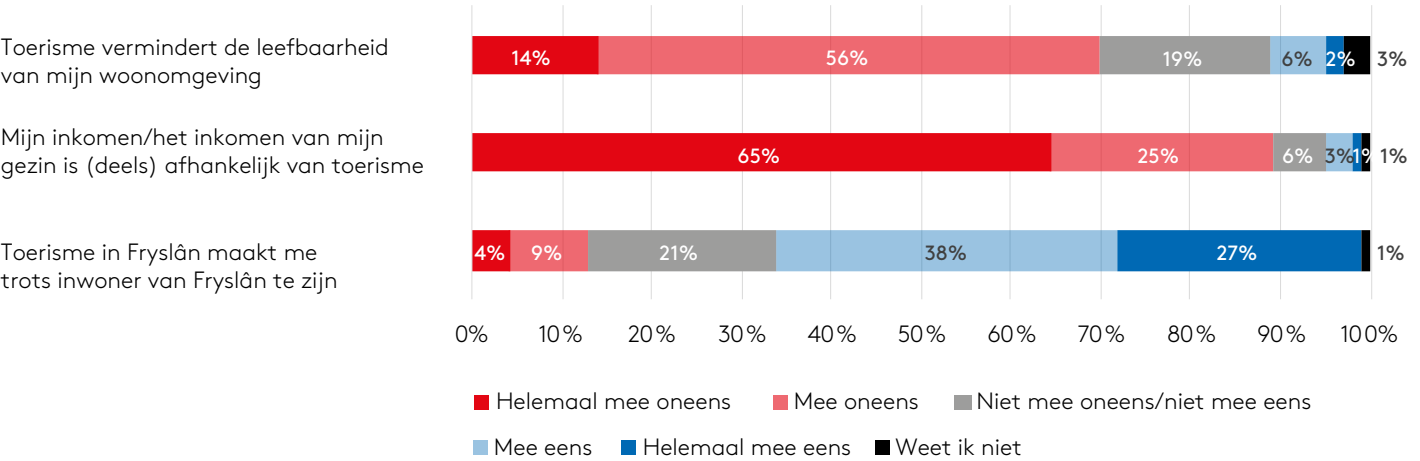
Figuur B5.2

In welke mate bezoeken toeristen uw woonplaats?



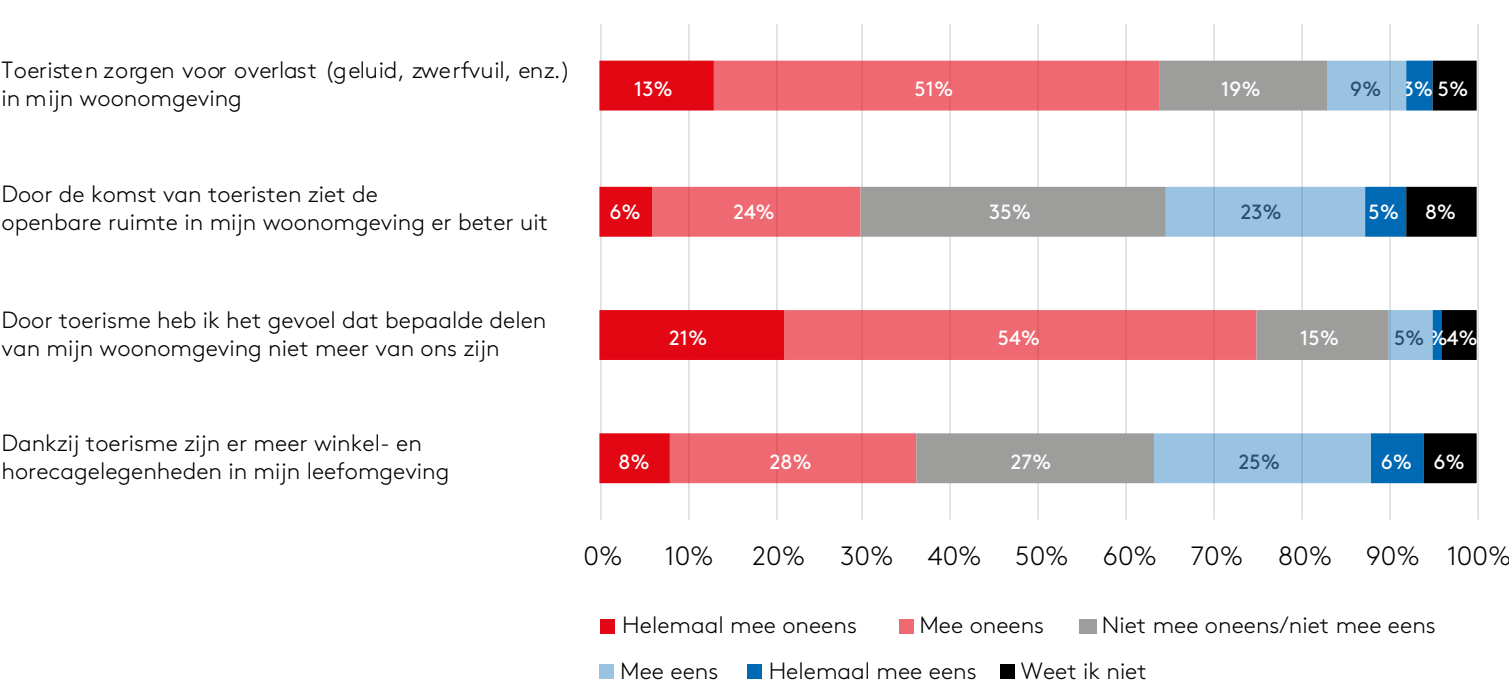
- Het merendeel (51%) is van mening dat er (heel) weinig toeristen zijn of haar woonplaats bezoeken. 15% vindt dit (heel) veel.

Figuur B5.3
In hoeverre bent u het eens of oneens met onderstaande stellingen?



- 70% van de respondenten is van mening dat toerisme de leefbaarheid van de woonomgeving niet beïnvloedt;
- Er is nog weinig economisch profijt van toerisme onder inwoners: slechts 4% van de respondenten geeft aan het (helemaal) eens te zijn met de stelling dat het inkomen (deels) afhankelijk is van toerisme.
- Toerisme maakt inwoners trots om inwoner van Fryslân te zijn: 65% is het hier mee eens.

Figuur B5.4
In hoeverre bent u het eens of oneens met onderstaande stellingen?

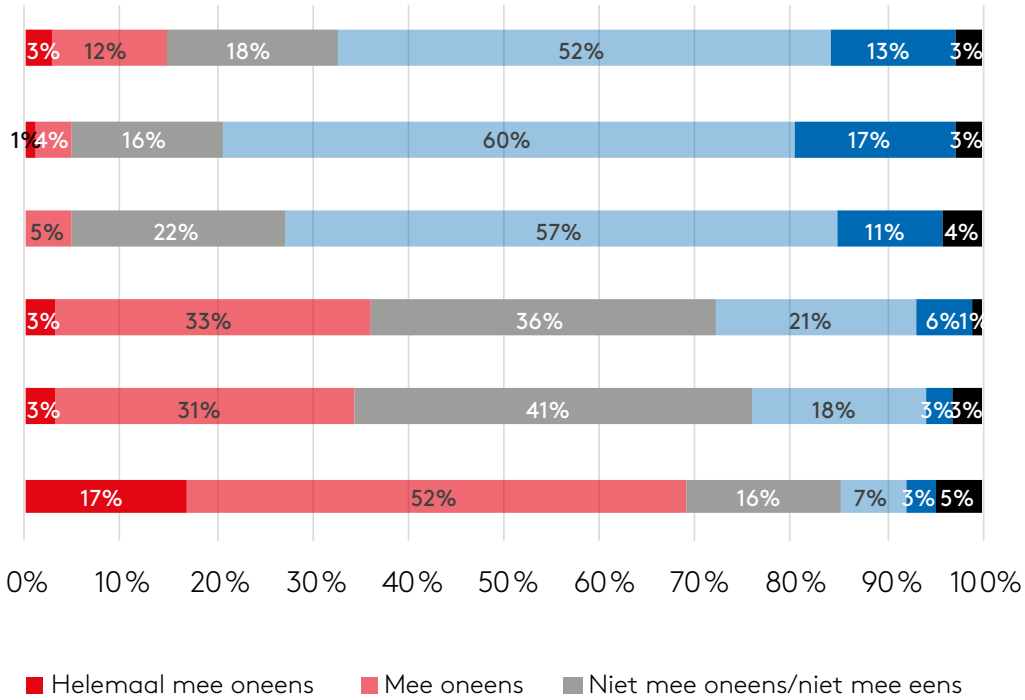


- Er wordt weinig overlast (geluid, zwerfafval, etc.) ervaren in de woonomgeving als gevolg van toeristen: 12% van de respondenten geeft aan dit te ervaren.
- De meningen over de verbetering van de openbare ruimte zijn verdeeld: 30% vindt dat de openbare ruimte er niet per se beter uit ziet door de komst van toeristen, 35% is neutraal en 27% vindt dat dit wel zo is.
- Er is nauwelijks sprake van vervreemding in de woonomgeving: slechts 6% vindt dat hier sprake van is
- Inwoners zien nog niet duidelijk dat toerisme bijdraagt aan de winkel- en horecagelegenheden: 36% ziet dit niet, 27% is neutraal en 31% ziet dit wel.

Figuur B5.5
In hoeverre bent u het eens of oneens met onderstaande stellingen?

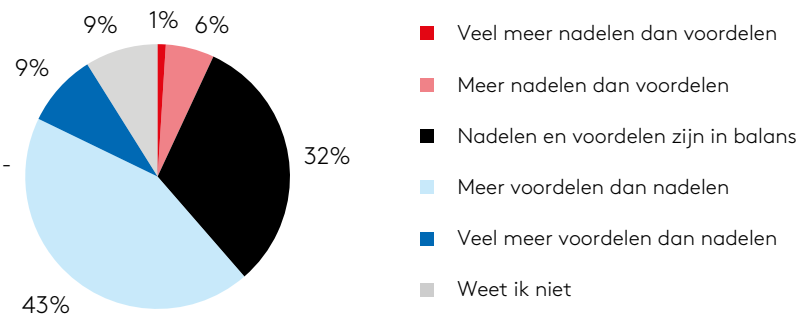
TOERISME...

- zorgt ervoor dat er meer levendigheid is in mijn woonomgeving
- zorgt ervoor dat er meer culturele voorzieningen en evenementen in de provincie zijn
- draagt bij aan de bescherming en het behoud van historische gebouwen en/of stads- en dorpsaangezichten
- gaat ten koste van de rust en ruimte in de provincie
- beschadigt natuurgebieden in de provincie
- zorgt voor parkeerproblemen in mijn woonomgeving



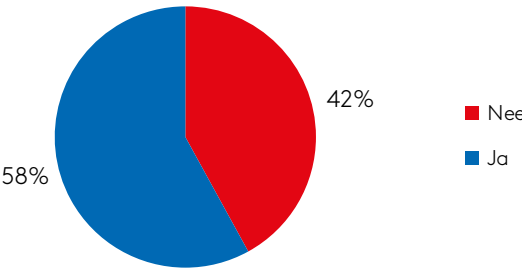
- Uit bovenstaande stellingen leiden we af dat inwoners zowel positieve als negatieve effecten ervaren. Het merendeel van de respondenten is bijvoorbeeld van mening dat toerisme zorgt voor meer levendigheid (65%), dat het zorgt voor meer culturele voorzieningen en evenementen (77%) en dat het bijdraagt aan de bescherming en het behoud van erfgoed (68%).
- Tegelijkertijd ziet ook een deel van de respondenten (27%) dat toerisme ten koste gaat van de rust en ruimte en dat het natuurgebieden beschadigt (21%). Overigens zijn ook ongeveer een derde van de respondenten het niet eens met die stellingen en zien deze impacts niet.
- Er worden weinig parkeerproblemen ervaren als gevolg van toeristen, namelijk door 10% van de respondenten.

Figuur B5.6
Toerisme heeft, alles bij elkaar genomen, ...



Op de vraag in hoeverre de voordelen opwegen tegen de nadelen, geeft het merendeel van de respondenten in Zuidoost Friesland (43%) aan dat er meer voordelen zijn dan nadelen. Ook geeft 32% aan dat de nadelen en voordelen in balans zijn. Slechts 7% geeft aan dat er (veel) meer nadelen zijn dan voordelen.

Figuur B5.7
Vindt u dat er inspanningen moeten worden gedaan om meer toeristen naar Fryslân te trekken?



58% van de respondenten in Zuidoost Friesland is van mening dat er meer inspanningen gedaan moeten worden om meer toeristen naar de provincie te trekken.

Conclusie sociale draagkracht
Over het algemeen staat men positief tegenover bezoekers. Het aantal toeristen wordt nauwelijks als te veel ervaren. Er is daarmee nog ruimte voor ontwikkeling van bezoekers. Bezoekers doen nog geen afbreuk aan de leefbaarheid in de woonomgeving. Wel worden er negatieve effecten ervaren, het is belangrijk dat deze goed gemanaged blijven. Tegelijkertijd zijn er ook kansen om meer te profiteren van toerisme. We concluderen dat er sprake is van balans, met zelfs nog in sommige mate sprake van onderdruk: er wordt nog niet altijd geprofiteerd en men ziet nog niet altijd dat toerisme ook kan bijdragen aan het behoud van voorzieningen en het beheer en onderhoud.

BIJLAGE 6

UITNODIGINGSKADER

In dit hoofdstuk staat weergegeven welke uitgangspunten de regio hanteert voor een passende toeristisch-recreatieve ontwikkeling; het uitnodigingskader.

In de regio zijn verschillende initiatiefnemers actief met planvorming. Dat is goed nieuws want dat geeft aan dat er kansen zijn waar initiatiefnemers op in willen spelen. Vaak gaat het om meervoudige en complexe aanvragen, van meerdere accommodatiesoorten, maar ook van een combinatie van dagrecreatie met verblijfsrecreatie. Er is op dit moment geen regionaal (ruimtelijk) kader waar dit soort initiatieven aan kunnen worden getoetst en tot wasdom te laten komen.

De regio nodigt ondernemers nadrukkelijk uit om hun initiatieven te ontplooiën in zowel dag- en verblijfsrecreatie. Met dit uitnodigingskader verschaffen we duidelijkheid over welke initiatieven wenselijk zijn en gestimuleerd worden voor zowel dag- als verblijfsrecreatie. Hiermee wordt vooraf duidelijk wat een initiatief kansrijk maakt en welke uitgangspunten hierbij gehanteerd worden. Uitgangspunt is duurzame en circulaire ontwikkelingen. Het regionale uitnodigingskader wordt hieronder weergegeven. Dit is een kader op hoofdlijnen en vraagt een vervolgactie, die hieronder staat beschreven.

Acties

1. Het verder uitwerken van de (ruimtelijke en circulaire) kaders voor dag- en verblijfsrecreatie incl. een proceswijzer (welke stappen moet een initiatiefnemer zetten) en in samenhang met het Actieprogramma Vitale Verblijfsaccommodaties van de provincie.

We nodigen ondernemers uit om nieuwe initiatieven te ontplooiën, uitgaande van onderstaande uitgangspunten:

- **Bijdragen aan opgaven:** een initiatief moet bijdragen aan actuele

thema's, zoals duurzaamheid, slimme groei, onderscheidend vermogen, de brede welvaart en de leefbaarheid voor de inwoners.

- **Aansluiting bij de gewenste doelgroepen/leefstijlen:** het moet duidelijk zijn op welke doelgroep het initiatief zich richt en bij welke verhaallijn het aansluit. De doelgroep sluit aan bij de gewenste doelgroepen/leefstijlen van de regio.
- **Kwaliteitsverbetering:** de gemeenten stimuleren initiatieven die een kwaliteits- of vitaliteitsimpuls inhouden bij of bestaande recreatiebedrijven of nieuwe initiatieven.
- **Landschappelijk en qua schaalgrootte passend zijn:** op de ene locatie zal een grotere voorziening wel passend zijn, waar op een andere locatie nog maar ruimte is voor een kleinschalig initiatief. Daarnaast is er aandacht voor landschappelijke inpassing.
- **Ontwerp zo veel mogelijk circulair:** een initiatief neemt de 7 pijlers van de Circulaire Economie als uitgangspunt: materialen hoogwaardig (her)gebruiken; energie komt van hernieuwbare energiebronnen; biodiversiteit versterken; water duurzaam winnen en gebruiken; maatschappij en cultuur versterken; gezondheid en welzijn versterken; geld is een middel om sociale en ecologische waarde te creëren. Hoe meer het initiatief bijdraagt en scoort op de pijlers, des te kansrijker het initiatief.
- **Uitnodigend richting ondernemers en de Mienskip:** de gemeente hanteert een 'ja, mits' houding voor nieuwe initiatieven. Daarbij geldt: hoe meer een initiatief bijdraagt en positief scoort op de principes, des te kansrijker het initiatief. Burgerinitiatieven (Mienskip) zijn kansrijk omdat ze het aanbod kunnen verrijken en zorgen voor profijt bij inwoners.
- **Aansluiting bij provinciaal beleid** en uitvoeringsprogramma's, o.a. op het gebied van de gewenste ontwikkeling, zoals omschreven in het Actieplan Vitale Logiesaccommodaties' in het kader van het uitvoeringsprogramma Gastvrij Fryslân 2028, maar ook de uitgangspunten genoemd in de Ontwerp Omgevingsverordening Fryslân.

Specifiek voor verblijfsrecreatie geldt tevens:

- **Geen strijdig gebruik:** nieuwe initiatieven zijn uitsluitend gericht op toeristisch gebruik en niet op verhuur voor lange termijn of de huisvesting van arbeidsmigranten. Mogelijkheden voor het verplichten van bedrijfsmatige exploitatie en verbod op uitponding worden verkend.

BIJLAGE 7 INTEGRALE BENADERING CIRCULAIRE ECONOMIE IN FRIESLAND EN ACTIEPLAN CIRCULAIRE GASTVRIJHEIDSSECTOR

Friesland heeft als ambitie in 2025 één van de meest circulaire regio's van Europa te zijn. Van de circulaire economie bestaan veel definities, die in essentie op hetzelfde neerkomen: van verbruiken naar duurzaam gebruiken. De circulaire economie gaat echter verder dan het sluiten van kringlopen. Het doel is een veerkrachtige, inclusieve en leefbare samenleving te ontwikkelen. Het is hierbij belangrijk dat bij het sluiten van een kringloop geen andere schadelijke neveneffecten ontstaan voor mens en milieu. Waar mogelijk wordt een positieve bijdrage geleverd.

In Friesland gebruiken we geen definitie maar benaderen we circulariteit vanuit een breed en integraal perspectief. Een bloeiende samenleving op een aarde met zelfherstellende en regenererende capaciteiten is het uiteindelijke doel van de circulaire economie. Bij het werken aan de transitie naar een circulaire economie baseert Circulair Friesland zich onder andere op de 7 pijlers van de circulaire economie van duurzame denktank Metabolic. Deze 7 ontwerp-principes staan voor het ideaalbeeld van de circulaire economie. Idealiter is dit waar in de toekomst alle producten en diensten in de circulaire economie aan voldoen. Hier werken we in Friesland stap voor stap naartoe.

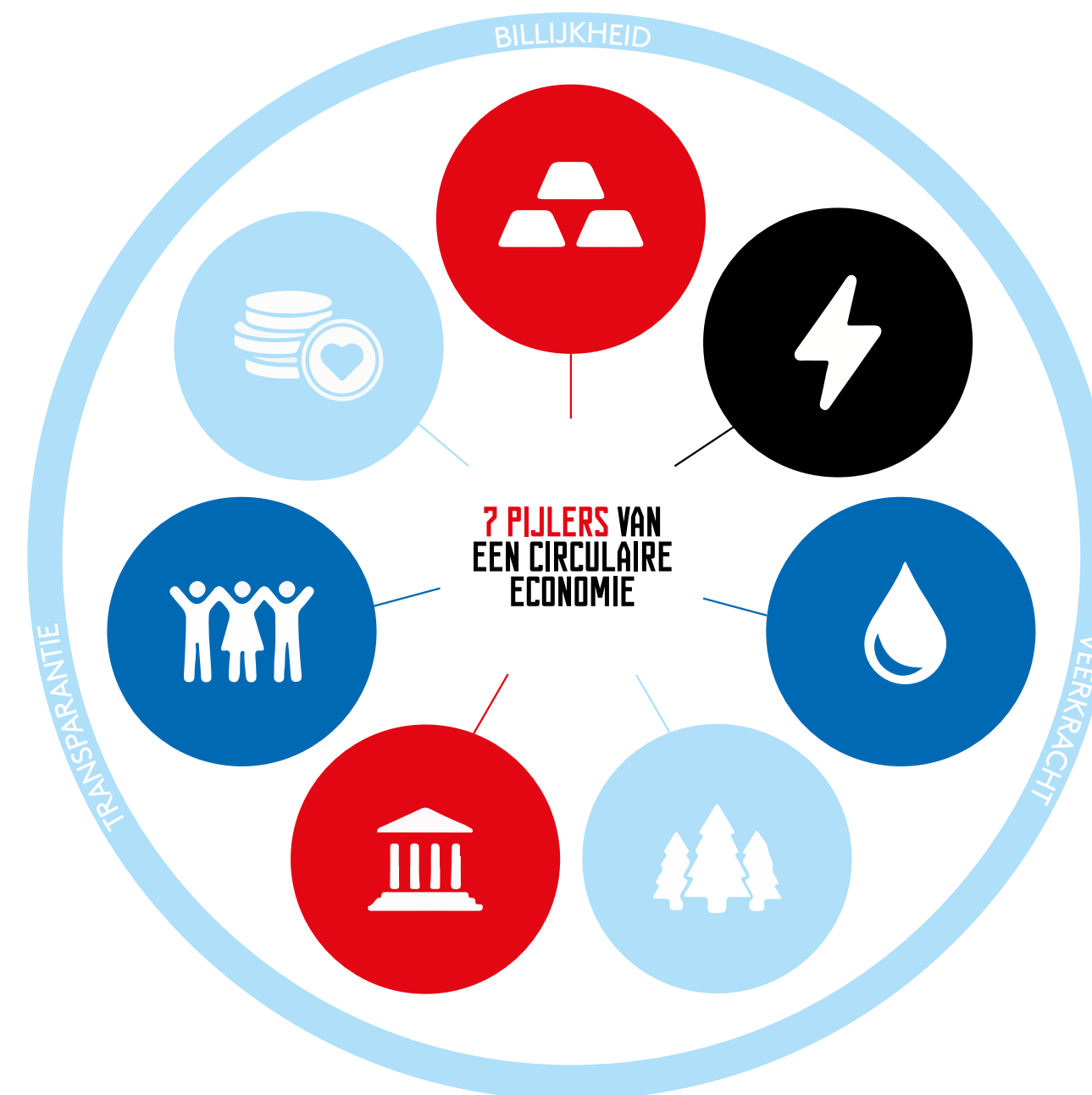
- Materialen hoogwaardig (her)gebruiken (grondstoffen blijven grondstoffen)
- Energie komt van hernieuwbare energiebronnen
- Water duurzaam winnen en gebruiken.
- Biodiversiteit versterken.
- Maatschappij en cultuur versterken
- Gezondheid en welzijn versterken.
- Geld is een middel om sociale en ecologische waarde te creëren.

Deze ontwerp-principes vormen een praktische leidraad voor zowel overheden als ondernemers om duurzame en circulaire ontwikkelingen te stimuleren en te toetsen. (www.circulairfriesland.frl)

Zie ook als voorbeeld de checklist groene ondernemers van Visit Wadden <https://www.visitwadden.nl/nl/over-ons/ondernemers/checklist-groene-ondernemers>

De provincie Friesland werkt in haar uitvoeringsprogramma Gastvrij Fryslân 2028 aan zeven opgaves in de gastvrijheidssector. Voor de gastvrijheidssector is vanuit de opgave slimme groei het actieplan Circulaire Gastvrijheidssector opgesteld. Een uitvoeringsplan met een duidelijk toekomstbeeld en concreet handelingsperspectief.

Op 3 niveaus; 'Bedrijven, Bestemmingen en Bezoekers/Bewoners' wordt aan de hand van concrete doelen en acties toegewerkt naar een circulaire gastvrijheidssector. (<https://circulairfriesland.frl/app/uploads/2021/07/Actieplan-circulaire-gastvrijheidssector-Fryslân.pdf>)





//BEETSTERZWAAG