

# **Recreatievisie**

## **De Fryske Marren**

### **(2018 – 2025)**



**Januari 2018**

## **Colofon**

### **Titel**

Recreatievisie De Fryske  
Marren

### **Opdrachtgever**

Gemeente De Fryske Marren

### **Auteurs**

Erik Mateman, Neeltje van  
den Hoogen

### **Redactie**

Peter de Wit, Heert-Jan  
Swart

Zonder voorafgaande, schriftelijke toestemming van de opdrachtgever of bureau Ruimtewerk is het niet toegestaan deze uitgave of delen ervan te vermenigvuldigen of op enige wijze openbaar te maken.

## Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>6</b>
1.1	Vraagstelling	6
1.2	Waarom deze visie	6
1.3	Resultaat	6
1.4	Proces tot nu toe	7
1.5	Leeswijzer	7
<b>2</b>	<b>Huidig en toekomstig beleid</b>	<b>9</b>
2.1	Coalitieakkoord Provincie Fryslân 2015-2019	9
2.2	Structuurvisie 2014 'Grutsk op 'e Romte!'	10
2.3	Verordening Romte 2014	11
2.4	Coalitieakkoord 2014-2018 gemeente De Fryske Marren	12
2.5	Omgevingsvisie en omgevingsplan	12
2.6	Bestemmingsplannen buitengebied	13
2.7	Conclusie	14
<b>3</b>	<b>Trends en ontwikkelingen</b>	<b>15</b>
3.1	Landelijk	15
3.1.1	Algemeen	15
3.1.2	Binnenlands toerisme	15
3.1.3	Buitenlands toerisme	17
3.1.4	Verblijfsrecreatie	18
3.1.5	Waterrecreatie	20
3.1.6	Cruisevakanties	21
3.1.7	Horeca	21
3.1.8	Wellness	21
3.2	Gemeentelijk	22
3.2.1	Leefstijlen en recreatiegedrag inwoners	22
3.2.2	Toerisme op gemeentelijke niveau	23
3.3	Conclusie	24
<b>4</b>	<b>Beoordeling recreatie en toerisme in De Fryske Marren</b>	<b>26</b>

4.1	Inleiding	26
4.2	Verkenningvisie gemeente De Fryske Marren 2015	26
4.3	Resultaten gesprekken stakeholders	27
4.3.1	Doelgroepen	27
4.3.2	Trends	28
4.3.3	Ruimtelyk	28
4.3.4	Zonering en invulling gebied	29
4.3.5	Samenwerking	29
4.3.6	Marketing	30
4.3.7	Positie gemeente	31
4.4	Conclusie	31
<b>5</b>	<b>Thema's diverse gebieden</b>	<b>33</b>
5.1	Thema: Actief	33
5.2	Thema: Gezelligheid	34
5.3	Thema: Luxe	34
5.4	Thema: Rust	35
5.5	Thema: Vertier	36
5.6	Thema: Centrum	36
<b>6</b>	<b>Ambities en beleidsdoelen</b>	<b>37</b>
6.1	Inleiding	37
6.2	Ambities	37
6.3	Beleidskaders	38
6.3.1	Organisatorisch	38
6.3.2	Ruimtelyk	38
6.3.3	Faciliteren	39
6.3.4	Financieel	39
6.3.5	Juridisch	40
<b>7</b>	<b>Actieprogramma</b>	<b>41</b>
7.1	Organisatorisch en faciliteren	41
7.2	Ruimtelyk	42
7.3	Financieel	43
7.4	Juridisch	43
<b>8</b>	<b>Literatuur</b>	<b>44</b>
	<b>Bijlagen</b>	<b>45</b>
	Bijlage 1: Deelgebieden uit 'Grutsk op 'e Romte'	46
	Bijlage 2: Stakeholders waarmee gesproken is bij de totstandkoming van de visie.	50

# 1 Inleiding

## 1.1 Vraagstelling

In het collegeprogramma 2014 – 2018 heeft het college voor het thema recreatie en toerisme de ambitie uitgesproken om water-, natuur- en cultuurgebonden recreatie verder te versterken. Dit wil het college doen in nauw overleg met andere partners zoals de gemeente Súdwest-Fryslân, recreatieondernemers en belangenorganisaties. De gemeente heeft in 2015 een verkenning voor een toeristisch- recreatieve visie opgesteld. Deze verkenning is vertaald naar de voorliggende recreatievisie.

## 1.2 Waarom deze visie

De recreatiesector is een belangrijke sector voor de vitaliteit van de gemeente De Fryske Marren. Zo is deze sector een belangrijke banenmotor en consumentenuitgaven zorgen voor leefbaarheid in de dorpen. Maar de recreatiesector staat ook onder druk. Het gedrag van de recreant is de afgelopen jaren sterk veranderd. De recreant stelt hoge(re) eisen aan de voorzieningen en bepaalt op het laatste moment haar bestemming. Innovatie en investeringen in de recreatiesector zijn van groot belang zodat toeristen naar deze regio blijven komen. In deze visie wordt de ambitie vastgesteld die de gemeente De Fryske Marren heeft op het gebied van recreatie en toerisme. Ook is het programma om deze ambitie te bereiken uitgewerkt in deze visie.

## 1.3 Resultaat

Deze visie heeft betrekking op de periode 2018 – 2025. Het streefbeeld voor recreatie en toerisme voor onze gemeente is als volgt:

*De gemeente De Fryske Marren is een aantrekkelijke krachtige plattelandsgemeente voor water- cultuur- en natuurliefhebbers en biedt jaarrond actieve en ontspannende vrijetijdsactiviteiten.*

Omdat de recreatiesector sterk verandert en van grote economische betekenis is, hecht de gemeente grote waarde aan het faciliteren en versterken van deze sector. Om dit streefbeeld te realiseren, hebben we in 2025 (samen met de sector) het volgende resultaat bereikt:

1. Samen met de gemeente Súdwest-Fryslân beschikt de Fryske Marren over één hoogwaardige organisatie voor marketing en gastheerschap die in speelt op trends, actief is op sociale media en goed samenwerkt met Merk Fryslân. In de marketing profileren de provincie en de regio's zich als één identiteit.
2. Er is actueel cijfermateriaal beschikbaar over aantallen bezoekers en wat deze bezoekers aantrekt in deze regio en wat niet. Jaarlijks wordt hiervan een analyse gedaan en gedeeld en besproken met de sector. Het verzamelen van cijfermateriaal wordt provincie breed (en door de provincie) op-

gepakt in nauwe samenwerking met Merk Fryslân en Stichting Regio Marketing Zuidwest Friesland (SRMZWF).

3. In 2025 is er per recreatiegebied (Tsjûkemaar, Terherne, Langweer, Gaasterland, Lemmer en Joure) sprake van een intensieve samenwerking tussen recreatieondernemers en overige stakeholders (terreinbeheerders, ondernemersverenigingen, dorpsbelangen en de gemeente). Deze lokale samenwerkingsverbanden organiseren recreatieve producten en versterken elkaar en hebben een doelgroepenbeleid. Zij doen dit vanuit een gezamenlijke strategie en visie die past bij de (kern)waarden van het gebied.
4. De gemeente faciliteert de recreatiegebieden met ondersteuning van ambtelijke capaciteit en financiële middelen. De gemeente geeft ruimte aan ontwikkelingen die passen binnen de visie en strategie die per recreatiegebied is opgesteld.
5. Het aanbod van kwalitatief hoogwaardige en vernieuwende overnachtingsmogelijkheden is in 2025 toegenomen. Onder hoogwaardige en (ver)nieuwe(nde) overnachtingsmogelijkheden wordt bijvoorbeeld bedoeld: (energie neutrale) vakantiewoningen/parken met wellness-voorzieningen, Glampings (in plaats van campings), etc.
6. De groei van het aantal overnachtingen in de regio is minimaal in overeenstemming met de landelijk trend.
7. In 2023 maken de gemeenten Súdwest-Fryslân en de Fryske Marren een gezamenlijke recreatievisie die in 2024 door beide gemeenteraden wordt vastgesteld.

In 2021 wordt deze visie geëvalueerd en de uitkomsten worden voorgelegd aan de gemeenteraad.

#### **1.4 Proces tot nu toe**

De verkenning uit 2015 (*Verkenningfase toeristisch-recreatieve visie gemeente De Friese Meren, Maart 2015*) is in 2017 voor het opstellen van deze visie geactualiseerd. Ook zijn ontwikkelingen en trends van de afgelopen twee jaren meegenomen in voorliggende recreatievisie. Bij de concretisering van de verkenning naar een visie zijn gesprekken gevoerd met verschillende stakeholders zoals overheid, ondernemers en belangenorganisaties. De concept visie is na vaststelling door het college van B&W voor inspraak voorgelegd. Inspraakreacties zijn meegenomen met de definitieve besluitvorming door de gemeenteraad.

#### **1.5 Leeswijzer**

Deze recreatievisie geeft in hoofdstuk 2 de huidige stand van zaken in de diverse beleidsstukken op provinciaal en gemeentelijk niveau. Hierin worden de kaders geschetst waarbinnen gewerkt moet worden. Vervolgens worden de trends binnen recreatie en toerisme op landelijk, provinciaal en gemeentelijke schaal uitgewerkt in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 staan de resultaten die uit de gesprekken met stakeholders naar voren zijn gekomen. Deze zijn uitgewerkt per thema. In hoofdstuk 5 zijn de resultaten omgezet naar recreatiegebieden met bijbehorend thema. De hoofdstukken 2, 3, 4 en 5 vormen de aanleiding voor de ambities en de beleidskaders

welke in hoofdstuk 6 uitgewerkt zijn. In hoofdstuk 7 komen wij tot een actieprogramma.

## 2 Huidig en toekomstig beleid

In dit hoofdstuk worden de beleidsstukken die van belang zijn voor de recreatievisie behandeld. Dit geeft de kaders waarbinnen gewerkt moet worden op provinciaal en gemeentelijk niveau.

### 2.1 Coalitieakkoord Provincie Fryslân 2015-2019

In het coalitieakkoord van de Provincie Fryslân 2015-2019 'Mei elkenien, foar elkenien' zijn de visie, ambities en resultaten beschreven. Alle resultaten zijn opgenomen in de begroting van 2016 in de vorm van het uitvoeringsprogramma. In hoofdstuk 2 van het akkoord wordt dieper ingegaan op een toekomstbestendige economie, onderdeel hiervan is het beleidsveld toerisme en recreatie. Dit beleidsveld is onder hoofdstuk 6.2 opgenomen in de begroting van het uitvoeringsprogramma.

Doel van het vigerende Uitvoeringsprogramma Gastvrij Fryslân 2014-2017 is dat de sector toerisme en recreatie een proactieve en volwaardige sector wordt c.q. blijft. Hierbinnen zijn de volgende doelen gesteld:

Doel	Doel 2016	Behaald?	Doel 2017	Prognose behalen
<b>Het aantal toeristische overnachtingen stijgt</b>	10,5 miljoen	Nee	Groei t.o.v. 1-1-2016	Ja
<b>Het aantal bezoeken neemt toe</b>	62,8 miljoen	Nee	Groei t.o.v. 1-1-2016	Ja
<b>Het aantal toeristische banen stijgt</b>	20.000	Ja	Groei t.o.v. 1-1-2016	Ja
<b>De toeristische bestedingen stijgen</b>	1,2 miljard	Ja	Groei t.o.v. 1-1-2016	Ja

Uit bovenstaande tabel blijkt dat twee van de vier provinciale doelen (voor 2016) niet zijn bereikt. Hier ligt nog een opgave.

Om verbeteringen te realiseren worden drie lijnen gevolgd. Namelijk het bevorderen van het ondernemerschap binnen de branche, het versterken van de toeristische infrastructuur en het vergroten van de zichtbaarheid van Fryslân. Voor het vergroten van de zichtbaarheid op nationaal en internationaal niveau, is de organisatie Merk Fryslân aangewezen als de partij voor het vermarkten van de provincie. Daarnaast is een businessmodel door de provincie ontwikkeld om een ov-dagkaart voor toeristen aan te bieden.



## 2.2 Structuurvisie 2014 'Grutsk op 'e Romte!'

Grutsk op 'e Romte is een thematische structuurvisie waarin bepaald is welke structuren van provinciale betekenis zijn en ook als zodanig door de provincie Fryslân zijn gewaardeerd en van een richting zijn voorzien. Als thematische structuurvisie is Grutsk op 'e Romte bindend en leidend voor provinciale plannen en projecten en sturend voor wat betreft de inzet van provinciale middelen. Hieronder wordt in hoofdlijnen aangegeven op welke schaalgrootte, om welk advies en welke gebieden het hier om gaat. Zodra een ruimtelijk plan of invulling van het gebied voortkomt uit deze visie moet dit getoetst worden aan deze elementen in Grutsk op 'e Romte.

### **Adviezen**

In ieder gebied worden twee soorten adviezen gegeven. Bij een dikgedrukt advies gaat het om samenhangende structuren en/of elementen die zeldzaam, uniek en/of heel bijzonder zijn voor Fryslân (of zelfs op nationaal niveau) en die zeer kwetsbaar zijn in hun verschijningsvorm. Om die redenen dienen zij bij ruimtelijke ontwikkelingen in stand gehouden te worden en in hun context gerespecteerd. Bij een gewoon advies gaat het om samenhangende structuren en/of elementen die zeldzaam, karakteristiek en/of bijzonder voor Fryslân of zelfs daarbuiten zijn. Deze structuren zijn bij ruimtelijke ontwikkelingen op verschillende wijzen te versterken, te herstellen of te behouden.

### **Schaalgroottes**

In de structuurvisie worden twee schaalgroottes gehanteerd. Namelijk het provinciale schaalniveau en het deelgebied schaalniveau. In het provinciale schaalniveau bevinden zich structuren die belangrijk zijn voor de provincie als geheel. Dit zijn grote, regio overschrijdende eenheden die niet binnen bepaalde regionale en/of gemeentelijke grenzen onder te brengen zijn. Het deelgebied-schaalniveau bevat structuren die met name binnen een bepaald deelgebied representatief en van belang zijn. Dit zijn structuren die op regionale schaal gekoppeld zijn aan specifieke gebieden binnen de provincie.

#### *Provinciaal schaalniveau*

Op provinciaal niveau zijn een top 10 van overkoepelende ruimtelijke elementen vastgesteld. Deze zijn onafhankelijk van het gebied en door de gehele provincie van toepassing. Voor de gemeente De Fryske Marren is alleen 'Het Waddensysteem' niet van toepassing. Hieronder worden deze elementen genoemd.

1. Verscheidenheid aan landschapstypen, overgangszones van het een naar het andere landschapstype en contrasten daartussen;
2. Grootschalige openheid en weidsheid of leegte van de open landschapstypen;
3. Het totaal aan watersystemen. Van zeer grootschalige tot de zeer fijnmazige watersystemen en van voormalig naar huidige of heropende waterverbindingen;
4. Het Waddensysteem;

5. Stelsel van dijken als onderdeel van en voorwaarde voor het watersysteem en agrarische ontwikkeling van Fryslân;
6. Reliëf;
7. Verkaveling;
8. Onzichtbare waarden in de ondergrond;
9. Nederzettingen, dorpen en steden in hun omgeving;
10. Structuur van de nederzettingen, dorpen en steden.

#### *Deelgebied schaalniveau*

De provincie Fryslân heeft naast de overkoepelende elementen ook per deelgebied een advies gegeven. De deelgebieden die voor de gemeente De Fryske Marren van toepassing zijn worden uitgelegd in bijlage 1. Per deelgebied wordt ingegaan wat voor recreatie en toerisme van belang is. Daarnaast zal bij het ontwikkelen van nieuwe plannen ook gekeken moeten worden naar de ruimtelijke inpassing zoals aangegeven in deze structuurvisie.

### **2.3 Verordening Romte 2014**

Op 18 juni 2014 heeft Provinciale Staten de verordening 'Romte' vastgesteld. Deze verordening is een herziening van de verordening die in 2011 is vastgesteld en heeft het streekplan van 2007 als uitgangspunt. De verordening is een sturend instrument voor gemeenten bij het opstellen van bestemmingsplannen. In de verordening is vooral het beleid op het gebied van Ruimtelijke kwaliteit en verblijfs- en dagrecreatie bijgesteld ten opzichte van het streekplan 2007 en de verordening Romte uit 2011.

#### ***Recreatie en toerisme***

Er kunnen nieuwe kampeerterreinen worden gerealiseerd tot een maximum van 200 standplaatsen en een uitbreiding van bestaande kampeerterreinen tot maximaal 200. Bij een uitbreiding van een bestaand kampeerterrein mag het aantal kampeerplaatsen met een maximum van 100 uitbreiden. Voorwaarde voor een nieuw kampeerterrein is dat deze naast of nabij een recreatiegebied ligt. Wanneer wordt afgeweken van deze richtlijn is afstemming en instemming van de provincie nodig.

Een uitbreiding van een jachthaven is toegestaan mits deze is gesitueerd aansluitend aan of nabij een recreatiegebied. Het aantal ligplaatsen mag maximaal 250 zijn met een toename van maximaal 100. Nieuwe jachthavens zijn uitsluitend toegestaan in, aansluitend aan of nabij een recreatiegebied tot een maximum van 250 ligplaatsen. Buiten een recreatiegebied is het aantal ligplaatsen per jachthaven gemaximaliseerd tot 50.

Ook is in de verordening opgenomen dat (nieuwe) verblijf recreatieve dag voorzieningen zijn toegestaan tot een maximum van 150.000 bezoekers per jaar. In de verordening wordt ook aangegeven dat volgens het streekplan grootschalige en in-

tensieve recreatieve voorzieningen worden geconcentreerd bij stedelijke centra, regionale centra en de recreatiegebieden. De reden om te concentreren is dat dit synergie tussen recreatieve functies bevordert, schaalvoordeel biedt en bijdraagt aan de aantrekkingskracht en herkenbaarheid voor de recreant. Maar in de nieuwe verordening is dit beleid verruimd onder de volgende voorwaarden:

- Accent moet liggen op kwaliteitsverbetering en een (regionale) meerwaarde;
- Er moet een sprake zijn van een goede landschappelijke inpassing en synergie;

#### **2.4 Coalitieakkoord 2014-2018 gemeente De Fryske Marren**

In het coalitieakkoord is omschreven dat de gemeente de wens heeft om de verdere ontwikkeling van watergebonden, natuur gebonden en cultuurgebonden recreatie en toerisme te bevorderen.

Dit wil de coalitie gaan doen door het stimuleren van de samenwerking tussen de VVV en de Ondernemers Belangenverenigingen Recreatie en Toerisme (OVRT) De Fryske Marren. Verder vindt ondersteuning plaats bij de ontwikkeling van een compacte centrale marketingorganisatie die Fryslân en De Wadden internationaal op de kaart zet. Vanuit het coalitieakkoord van de provincie is hier als uitvoerende partij 'Merk Fryslân' voor ingezet. Samen met de gemeente Súdwest-Fryslân wordt dit opgepakt omdat de gemeente samen met hen de marketingregio van zuidwest-Friesland vormen. De ondersteuning is zowel financieel als organisatorisch.

In het coalitieakkoord is opgenomen dat dit soort ontwikkelingen samen komen in een met de buurgemeente te ontwikkelen nieuw toeristisch-recreatief beleidsplan. Hierin zullen kaders worden opgenomen, waarbinnen bestaande recreatiebedrijven mogelijkheden krijgen om door te ontwikkelen en nieuwe initiatieven de kans krijgen om tot bloei te komen. Deze kaders worden in hoofdstuk 5 van deze visie verder toegelicht.

#### **2.5 Omgevingsvisie en omgevingsplan**

Om de uitvoering van de recreatievisie te waarborgen is het van belang dat deze visie waar nodig in de omgevingsvisie wordt opgenomen. De omgevingsvisie is één van de kerninstrumenten die nodig is om de omgevingswet uit te voeren. In 2016 is de Omgevingswet aangenomen en gepubliceerd. De planning is dat de Omgevingswet in 2021 in werking treedt. De omgevingsvisie is een strategische visie voor de lange termijn. De visie heeft betrekking op alle terreinen van de fysieke leefomgeving. Een omgevingsvisie gaat onder andere in op de samenhang tussen ruimte, water, milieu, natuur, landschap, verkeer en vervoer, infrastructuur en cultureel erfgoed. De omgevingsvisie vervangt alle strategische beleidsinstrumenten die over de fysieke leefomgeving gaan, zoals:

- Het milieubeleidsplan;
- Het strategische gedeelte van het waterplan;

- Het verkeers- en vervoerplan;
- De structuurvisie;
- Delen van het natuurbeleidsplan.

## 2.6 Bestemmingsplannen buitengebied

In de gemeente zijn er twee bestemmingsplannen buitengebied relevant. Hieronder zijn de mogelijkheden die de bestemmingsplannen bieden ten aanzien van recreatie en toerisme beschreven.

### Bestemmingsplan buitengebied Noord 2017

De verblijfsrecreatieve functies zijn bestemd in de bestemming 'Recreatie - Verblijfsrecreatie' en 'Recreatie - Jachthaven'. Met uitzondering van de kleinschalige campings en béd en brochje, zijn deze geregeld in de agrarische en woonbestemming. De bebouwing van recreatiebedrijven kan via een afwijkingsmogelijkheid worden uitgebreid met 50%. De verblijfsrecreatieve voorzieningen in het buitengebied komen voor in de vorm van hotels, recreatiewoningen en –appartementen, kampeerboerderijen en kampeerterreinen.

De dagrecreatieve voorzieningen, zoals locaties voor oeverrecreatie, picknickplaatsen en recreatieve fiets- en voetpaden zijn zo nodig geregeld in de bestemming 'Recreatie – Dagrecreatie'. Voorts is (extensief) dagrecreatief gebruik meegenomen in de agrarische bestemmingen.

### Bestemmingsplan buitengebied Zuid - 2010,

Dit bestemmingsplan biedt de ruimte voor kleinschalig kamperen te verruimen, in die zin dat kleinschalig kamperen ook op het erf van een vrijkomend agrarisch bedrijfscomplex uitgeoefend kan worden, met dien verstande dat:

- Het kampeerterrein niet is gelegen in een bebouwde kom;
- Het kampeerterrein niet is gelegen aangrenzend aan of binnen een afstand van 500 meter ten opzichte van een ander kampeerterrein;
- Het kampeerterrein is gelegen binnen het (oorspronkelijke) agrarisch bouwperceel;
- Het kampeerterrein is voorzien van een zodanige beplanting dat het een passend element vormt in de omgeving.

Ook biedt dit bestemmingsplan de mogelijkheid om binnen de woning een 'Bed & brochje' te realiseren. Het gaat om een (ondergeschikte) functie bij een woning of bij een agrarisch bedrijf met niet of nauwelijks ruimtelijke uitstraling. In de bestemmingsomschrijving van de bestemmingen "Agrarisch – Agrarisch bedrijf" en "Wonen" zijn ook mogelijkheden opgenomen voor voorzieningen ten behoeve van dagrecreatie op het agrarisch bedrijf, zoals boerengolf en ontvangstruimten voor rondleidingen op het agrarisch bedrijf.

## 2.7 Conclusie

Op provinciaal niveau is als doel gesteld dat de sector toerisme en recreatie een proactieve en volwaardige sector wordt. De provincie gaat hiervoor het ondernemerschap bevorderen, de toeristische infrastructuur versterken en de zichtbaarheid van Fryslân vergroten. De kracht van de Provincie Fryslân en één van de redenen dat toeristen hierheen komen, is het typische Friese landschap, de steden en de cultuur (historie). Het is dan ook zeer belangrijk om de bestaande ruimtelijke elementen te behouden. Daarnaast wordt bij ruimtelijke ontwikkelingen ingezet op het versterken van de landschappelijke typering van Fryslân.

Op gemeentelijk niveau worden de provinciale doelen ondersteund. In het coalitieakkoord is omschreven dat de gemeente de wens heeft om de verdere ontwikkeling van watergebonden, natuur gebonden en cultuurgebonden recreatie en toerisme te bevorderen. Dit wil de coalitie gaan doen door het stimuleren van de samenwerking tussen de VVV en de Ondernemers Belangenverenigingen Recreatie en Toerisme (OVRT) De Fryske Marren. Verder vindt ondersteuning plaats bij de ontwikkeling van een compacte centrale marketingorganisatie die Fryslân en De Wadden internationaal op de kaart zet.

Om de uitvoering van de recreatievisie te waarborgen is het van belang dat deze visie waar nodig in de omgevingsvisie wordt verankerd. De omgevingsvisie is één van de kerninstrumenten die nodig is om de omgevingswet uit te voeren. De omgevingsvisie is een strategische visie voor de lange termijn.

## 3 Trends en ontwikkelingen

### 3.1 Landelijk

Op landelijk niveau zijn verschillende trend onderzoeken gedaan. Onderstaande informatie is gebaseerd op cijfers en trends van de Rabobank, trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016 en cijfers die via CBS verkregen zijn. Het geeft een beeld over huidige ontwikkelingen met als uiteindelijk doel inzicht geven waar de gemeente De Fryske Marren het beste haar focus op kan toespitsen.

#### 3.1.1 Algemeen

Toerisme wordt steeds belangrijker voor de wereldeconomie. Dit blijkt uit het feit dat de wereldwijde inkomsten uit toerisme al vier jaar achter elkaar harder groeien dan de wereldeconomie. De bevolking in Nederland vergrijsst door een toegenomen levensverwachting en minder geboorten. De 65-plussers worden ook wel de zilveren economie genoemd aangezien zij tijd hebben (en geld) om vaker en langer op vakantie te kunnen gaan. De 65-plusser die meer geld te besteden heeft, verwacht meer comfort en gemak in hun bestemmingen. Er wordt verwacht dat deze groep in 2040 op zijn grootst is. Vanaf 2030 zal de groep jongeren van 0 tot 20 jaar weer groter worden vergeleken met de jaren daarvoor. Deze generatie is opgegroeid met de digitale wereld en vindt dit vanzelfsprekend. Dat heeft ook tot gevolg dat deze groep minder aan traditie hecht.

Het gebruik van mobiel internet is in Nederland bij 65-plussers gestegen van 11% in 2014 naar 31% in 2015. 80% van de Nederlanders oriënteert zich op zijn vakantie via internet. Daarom is een goede online profilering van levensbelang. Ketens en samenwerkingsverbanden slagen hier het beste in. Doordat het heel gemakkelijk is geworden om online te boeken, wordt een vakantie net zo makkelijk geboekt als het kopen van een broek. Er zijn overal prikkels om er even tussenuit te gaan. Omdat boeken zo makkelijk is, wordt er vaker en korter op vakantie gegaan. Ook vindt de burger het fijn om verrast te worden. Bijvoorbeeld door het boeken van een verassing weekendje weg. De vakantieganger hoort bijvoorbeeld op het vliegveld waar de reis naar toe gaat. Dit voorkomt eindeloos zoeken naar de perfecte bestemming en research doen naar de bestemming. Duurzaamheid en bewustwording wordt vooral door de generatie y (geboren tussen 1980 en 2000) belangrijk gevonden.

Bovenstaande ontwikkelingen zorgen ervoor dat de markt sterk in ontwikkeling is. Investerings in bijvoorbeeld digitale netwerken, comfort en gemak zijn noodzakelijk om toeristen naar deze regio te halen.

#### 3.1.2 Binnenlands toerisme

Van de Nederlanders gaat 80% op vakantie. Van deze groep gaat 71% vaker dan één keer op vakantie. Verder viert de helft van de vakantiegaande Nederlanders

hun vakanties in eigen land. Vooral korte vakanties hebben vaak een binnenlandse bestemming. Korte vakanties bestaan uit gemiddeld 3 dagen en vinden evenveel in de winter als in de zomer plaats. Bij een korte vakantie wordt gemiddeld € 39,- per dag besteed. Dit is inclusief reiskosten, verblijfskosten, uitgaven aan voeding, verzekeringen, entreegelden, souvenirs en foto's. Het grootste deel van de korte vakanties wordt in hotels doorgebracht (35%) en in een vakantiebungalow (21%). De binnenlandse lange vakanties vinden vooral plaats in het zomerseizoen, wat te maken heeft met de zomervakantie en het weer wat dan vaak beter is. Nederlanders geven bij een lange vakantie in eigen land gemiddeld € 29,- per dag uit. Lange vakanties worden vooral in een vakantiebungalow (40%) en in een camper, caravan of vouwwagen (15%) doorgebracht. (*Trendrapport toerisme, recreatie en vrijetijd 2016, pagina 191, figuur 4.3*)

Uit onderzoek blijkt dat per logiesvorm een andere besteding plaats vindt per persoon. Waar dit voor de hotelverblijven gemiddeld € 60,- per persoon per dag is, is dit voor een verblijf in een camper, vouwwagen of caravan gemiddeld € 21,- per persoon per dag. Echter blijkt dat personen die een hoger bestedingspatroon per dag hebben, ook minder lang in het gebied verblijven. De vakantie van een hotelbezoeker binnen Nederland duurt gemiddeld 3,4 dagen. Personen die met een camper op vakantie gaan, gaan gemiddeld 10 dagen weg. Gemiddeld wordt het meeste besteed per persoon per vakantie wanneer het verblijf plaats vindt in een zomerhuisje of vakantiebungalow (€ 208,- per persoon per vakantie). Daar komt als voordeel bij dat gedurende het hele jaar op vakantie gegaan kan worden naar een vakantiebungalow en daarmee jaarrond er meer toeristen zijn. Op een goede tweede plek staat de hotelbezoeker met € 195,- per vakantie en degene met een caravan, vouwwagen of camper besteedt € 192,- per vakantie. Totaal geeft een Nederlander voor een vakantie ongeveer hetzelfde uit, alleen is de periode dat men weg is korter of langer.

Bestedingen van Nederlanders aan binnenlandse vakanties, naar logiesvorm, 2015*				
	Totale bestedingen	Gemiddelde bestedingen per persoon per vakantie	Gemiddelde vakantieduur	Gemiddelde bestedingen per persoon per dag
	<i>Mln. euro</i>	<i>Euro</i>	<i>Dagen</i>	<i>Euro</i>
<b>Eigen recreatieve accommodatie</b>	<b>288</b>	<b>90</b>	<b>7,8</b>	<b>12</b>
Zomerhuisje, vakantiebungalow, tweede woning	127	88	6,5	14
(sta)caravan, vouwwagen	106	82	8,4	10
Overige accommodaties	54	119	10,0	16
<b>Toeristische accommodatie</b>	<b>2.673</b>	<b>194</b>	<b>5,8</b>	<b>39</b>

Woning van een particulier*	250	159	6,4	27
Hotel	723	195	3,4	60
Zomerhuisje, vakantiebunga- low	1.011	208	6,1	34
Tent, bungalowtent	117	170	6,8	28
(Mobiele) caravan, vouwwa- gen, camper	348	192	9,7	21
Overige accommodaties	223	191	4,4	48
<b>Totaal</b>	<b>2.961</b>	<b>174</b>	<b>6,2</b>	<b>34</b>

\*Exclusief vakanties bij familie, vrienden of kennissen, tenzij deze de hele tijd of de meeste dagen afwezig waren.

\*\*Afkomstig uit trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016, pagina 208, tabel 4.23.

### 3.1.3 Buitenlands toerisme

Met buitenlands toerisme worden de toeristen bedoeld die van het buitenland naar Nederland op vakantie gaan. De meeste toeristen die naar Nederland komen zijn Duitsers, zij vormen 29% van de buitenlandse toeristen. Duitse toeristen verblijven relatief vaak aan de Nederlandse kust en in de watersportgebieden. Bijna de helft van hen (47%) verblijven in vakantiehuusjes of bungalowparken.

Op de tweede plek komen de Engelsen en Belgen als bezoeker naar Nederland toe. Samen vormen zij 26% van het totaal aan toeristen in Nederland. Samen met de Duitsers zorgen zij voor de helft van de buitenlandse toeristen. Engelsen verblijven vooral in hotels en bij voorkeur in grote steden. Met name ontvangt Amsterdam veel hotelgasten uit Engeland. Belgen verblijven vooral op vakantieparken. Dit doen zij bij voorkeur in Noord-Brabant en Limburg en aan de kust. Vanwege het recreatief patroon van de Engelsen en Belgen zijn zij voor de Provincie Fryslân en dus ook de gemeente De Fryske Marren minder interessant. Dit omdat deze doelgroep zich minder snel naar deze omgeving zal begeven.

Opvallend is dat in het jaar van 2014 naar 2015 het aantal buitenlandse toeristen in Friesland is gestabiliseerd en geen groei liet zien. Uit het Trendrapport bleek, dat in datzelfde jaar Overijssel en Groningen, een extreme groei van ieder 29% lieten zien ten opzichte van het jaar daarvoor. Alle andere provincies lieten ook groei zien. De oorzaak hiervan is niet duidelijk, maar het is wel belangrijk in de gaten te houden hoe deze getallen zich de komende jaren ontwikkelen. Daarnaast zal ook een impuls gegeven moeten worden om de aantallen toeristen weer in de lift te krijgen. In 2015 ging 2% van alle buitenlandse toeristen naar Friesland.

Afhankelijk van het herkomstland heeft de toerist andere activiteiten die men graag onderneemt. Duitsers vinden fietsen, wandelen, natuur en kust bezoeken de belangrijkste activiteiten om te doen. Duitsers besteden gemiddeld € 112,- per per-



soon per dag. Gemiddeld gezien is dit minder dan andere nationaliteiten. Dit komt vooral doordat zij op vakantieparken (47%) en campings (23%) verblijven, waar een ander bestedingspatroon bij hoort. 29% van de Duitsers verblijft in hotels, pensions en jeugdaccommodaties.

Bijna de helft van wat de buitenlandse toerist in Nederland uitgeeft, komt van Duitse vakantiegangers, dagjesmensen en zakenreizigers. In totaal werd in 2015 10,2 miljard besteed door buitenlandse toeristen. Duitse dagjesmensen besteedden 2,4 miljard euro. Dit besteden zij voornamelijk aan winkelen, horeca en entreekaarten. Voor Friesland zijn de Duitse toeristen de belangrijkste buitenlandse doelgroep. Het betreft dan vooral vakantiegangers en dagjesmensen. Het aantal zakenreizigers dat naar Friesland komt, neemt af.

### **3.1.4 Verblifsrecreatie**

#### ***Hotels***

In Nederland is het grootste aantal van de bezoekers aan hotels Europeanen. Hier van zijn de Duitsers de grootste gebruikers van hotels met 19%. Ook door Nederlanders worden hotels steeds vaker bezocht. Uit recente cijfers blijkt dat deze markt in Friesland groeiende is. In het eerste kwartaal van 2016 waren er 13,3% meer overnachtingen in Friesland dan in het eerste kwartaal van 2015. Op landelijke schaal is de grootste groei te vinden in Noord-Holland en dan met name in Amsterdam. Een trend die ook zichtbaar is, is dat er meer slaappleaatsen zijn terwijl tegelijk het aantal hotels afneemt. Er is blijkbaar een markt voor grotere hotels.

#### ***Vakantieparken***

Vakantieparken zijn een verblijfslocatie waar jaarrond toeristen op af komen. Dit geeft een constante stroom van toeristen en dus ook stabiele inkomsten voor de lokale economie. Steeds vaker boeken meerdere gezinnen met elkaar een korte bungalowvakantie. Grote bungalows zijn goed bezet, ongeacht hoog- of laagseizoen. Maar ook meerdere huizen naast elkaar boeken is een optie, of een grote comfortabele woning los van de bungalowparken. Ook 50-plussers zijn een interessante markt voor de bungalowmarkt. Het gaat dan vaak om koppels zonder kinderen. Binnen de vakantieparken vallen ook de tweede woningen.

In de regio 'Meren Friesland en omstreken' zijn het aantal vakantieparken en slaappleaatsen tot 2015 licht toegenomen. Wel wordt een daling verwacht in het aantal vakantieparken. Dit heeft vooral te maken met verouderde bungalowparken die het de financiële middelen ontbreekt om te investeren. De verwachting is dat door toenemende ketenvorming, zowel op landelijk als regionaal niveau, deze parken geleidelijk worden overgenomen. Ook zal een deel verdwijnen en een andere bestemming krijgen.

Grote ketens ontwikkelen zich tot online boekingsplatforms en trekken een groot deel van de markt naar zich toe. Bij de ontwikkeling van nieuwe parken of het aan-

passen van bestaande parken moeten individuele parken zich onderscheiden. Dit kan door een unieke locatie, unieke producten of een uniek concept te hebben. Maar ook een hoge kwaliteit is van belang. Door de aantrekkende economie wordt meer naar luxe gevraagd. Er worden meer faciliteiten verwacht dan de toerist thuis heeft. Hierbij kan gedacht worden aan een sauna, grote veranda, open haard, jacuzzi, buitenhaard, etc. Maar ook een flexibele aankomstdatum wordt gevraagd en de bezoeker wordt graag welkom geheten met een hoog serviceniveau en een directe en persoonlijke benadering.

### ***Bed & Breakfast Nederland***

Bed & Breakfast wint als logiesvorm nog steeds aan bekendheid en populariteit. Steeds meer consumenten kiezen voor een persoonlijke manier van reizen met overnachtingen in kleinschalige en bijzondere accommodaties. Een bed & breakfast beantwoordt aan die behoefte. Landelijk is er zeker nog ruimte voor het ontwikkelen van nieuwe bed & breakfasts.

### ***AirBnB***

AirBnB is een groeiende markt onder de particulieren. Ruim 67% van de kamers die op AirBnB worden aangeboden bevinden zich in Amsterdam. Daarom gaat Amsterdam deze markt reguleren. Verwacht wordt dat AirBnB zal blijven groeien de komende jaren. Op het platteland loopt het nog niet zo'n vaart.

### ***Campers***

Uit diverse onderzoeken blijkt dat de groep campers landelijk gezien extreem aan het groeien is. De verkoop van campers is de afgelopen 10 jaar meer dan verdubbeld. Eind 2006 waren er ongeveer 50.000 campers geregistreerd en eind 2016 werd de 100.000<sup>e</sup> camper verkocht. Dit blijkt uit cijfers van BOVAG en Kampeer en Caravan Industrie (KCI). Het afgelopen jaar is een groei van 20,3% geconstateerd. Dit betreft een vergelijk van cijfers van juni 2016 en juni 2017.

Campers zijn in 'Nederland-kampeerland' vooral populair onder senioren die na hun werkzame leven nu van hun vrije tijd genieten. Zij zijn van oudsher ervaren kampeers, trekken er regelmatig op uit in binnen- en buitenland en genieten van de vrijheid, flexibiliteit en luxe die een kampeerauto biedt. Campers zorgen ook voor verlenging van het voor- en naseizoen. Dit omdat je minder afhankelijk bent van het weer. Kampeers zijn meer en meer op zoek naar luxe en gemak. Gemiddeld besteden campers € 63,- per camper per dag. Duitse campers besteden € 98,- per camper per dag.

Van de steeds groter wordende groep campers, staat ongeveer de helft het liefst op een vrije of aangewezen camperplaats in het buitengebied. De andere helft staat liever op een camping, bij een jachthaven of bij een andere locatie met faciliteiten. De eerste groep maakt dat de gemeente meer vraag krijgt om vrije camperplekken te realiseren. Bij een gebrek aan officiële vrije plekken zal bovendien een keuze gemaakt moeten worden bij wildparkeren; gedogen of verbieden. Verbieden heeft

als nadelige consequentie dat handhaven geld kost en lastig is. Ook komt dit niet gastvrij over. Camperaars komen niet graag naar een gebied waar niet beide opties aangeboden worden. Camperaars hebben een eigen manier van reizen en blijven niet lang op één plek staan. Vanuit Recreatieschap de Marrekrite wordt geadviseerd om mee te gaan in de natuurlijke beweging van de markt en meer tegemoet te komen aan de wensen van de gebruiker. Maar dan wel op een manier die past bij Friesland en vergelijkbaar is met de vrije Marrekrite ligplaatsen. D.w.z. niet concurrerend met de markt, maar aanvullend daarop.

### ***Kamperen***

De afgelopen jaren is het aantal kampeerterreinen nog verder afgenomen op landelijk en provinciaal niveau. Verwacht wordt dat deze trend zich voort blijft zetten. Wel is er een toename in het aantal groepskampeerterreinen gesignaleerd. Dit kan ook gekoppeld worden aan de trend dat de kampeerder steeds vaker met familie en vrienden in grote groepen op vakantie gaat. Ook zijn kleinschalige kampeerterreinen meer in trek. Een groeiende markt binnen het kamperen vormen de gepensioneerden. Zij bezetten de campings ook in het voor- en naseizoen. Zij verwachten een bedrijf dat alles goed op orde heeft, er netjes uitziet en een goede horecavoorziening heeft.

### **3.1.5 Waterrecreatie**

Van oudsher heeft waterrecreatie in Friesland een groot aantal beoefenaars. Het grote aantal meren en vaarten gecombineerd met gezellige havens en dorpjes maakt deze provincie ideaal voor varen en zeilen. Landelijk gezien is het aantal vaartuigen op het water afgenomen, maar in Friesland is dit de afgelopen jaren gelijk gebleven. 17,5% van de vaartuigen bevinden zich in Friesland die hiermee op een 3<sup>e</sup> plek staat na Noord-Holland en Zuid-Holland. Nieuwe vormen van waterrecreatie zijn bijvoorbeeld suppen en kitesurfen. Deze sporten zijn ook populair bij de jongere doelgroep.

In de sector jachthavens zijn verschillende ontwikkelingen gaande die uitleg geven aan de reden waardoor de hoeveelheid boten afneemt.

- Mensen hechten steeds minder waarde aan bezit en huren daardoor liever dan dat er gekocht wordt. Dit heeft te maken met de kosten die verbonden zitten aan de aanschaf, onderhoud en verzekering. Maar ook met flexibel kunnen zijn in vrijetijdsbesteding;
- De toenemende vergrijzing speelt een rol, 50% van de botenbezitters zijn ouder dan 60 jaar. Aangezien varen een actieve sport is, is de verwachting dat een groot deel van deze groep de boot na zijn zeventigste verkoopt;
- De vergrijzing van de vloot; bijna 50% van de kajuitjachten is ouder dan 34 jaar. Omdat de verhouding tussen de waarde van het vaartuig en de jaarlijkse liggelden zoek is, is de kans op verwaarlozing van kajuitjachten steeds groter. Verder heeft een duidelijke verschuiving plaats gevonden naar sloepen;

- Hoge drempel voor nieuwkomers. Naast de hoge aanschafkosten, denkt de koper dat een hoog kennisniveau vereist is voordat er gevaren kan worden;
- Commerciële havens ervaren concurrentie van verenigingshavens die goedkoper zijn;
- Ondanks de overcapaciteit worden nog steeds nieuwe havens ontwikkeld of bestaande havens uitgebreid. Het aanbod van de havens neemt toe, terwijl er een daling in gebruikers is.

Ondanks de moeilijke marktomstandigheden zijn er jachthavens die goede prestaties neerzetten. Een commerciële en professionele aanpak maakt daarbij het verschil. Naast het strak sturen op kosten en productiviteit speelt beleving een grote rol. Beleving hoeft niet direct gepaard te gaan met hoge extra investeringen. Door verstandig in te spelen op belangrijke trends kan een jachthaven zich beter onderscheiden.

### **3.1.6 Cruisevakanties**

De afgelopen vijf jaar is het aantal Nederlandse cruisepassagiers met gemiddeld 7,5% gegroeid en verwacht wordt dat deze trend zich voortzet. Er wordt steeds vaker gekozen om met een cruiseschip naar bestemmingen te reizen. Riviercruises worden ook steeds populairder, deze zijn ideaal om diverse steden langs Europese rivieren te bekijken. Veel cruiserpassagiers willen kwaliteit, luxe en comfort en vinden het niet erg om hier meer voor te betalen.

### **3.1.7 Horeca**

Binnen de horeca blijft het aantal horecabedrijven toenemen. De groei is het grootst bij restaurants en hotels. Wel neemt het aantal cafés af. In het horecasegment stijgen de prijzen, wat aangeeft dat het goed gaat in deze sector. Dit komt doordat er meer inkomend toerisme is en er groei is in de bestedingsruimte van de Nederlanders. De omzetgroei in de horeca zorgt ook voor meer werkgelegenheid. De bestedingen van de gast zijn de afgelopen jaren veranderd. Als iets bijzonder is, is de Nederlander bereid meer uit te geven. Maar wanneer het gaat om een standaardproduct, zijn recreanten prijsbewust en spaarzaam.

### **3.1.8 Wellness**

De interesse voor een gezonde leefstijl neemt toe. Nederlanders zijn steeds bewuster bezig met een gezonde leefstijl, gezonde voeding, voldoende beweging en ontspanning. Hierin zit een groeiemarkt voor wellness diensten. Gemiddeld is de bezoeker bereid om 37 minuten te reizen om naar een wellness locatie te gaan. Een bezoeker die minder frequent naar een sauna of wellnesscentrum gaat, is bereid daarvoor verder te reizen. In Friesland is een hoge dichtheid van sauna's, in vergelijking tot het aantal inwoners. Om meer toeristen en recreanten aan te trekken voor de gemeente De Fryske Marren, zou een groot wellnesscentrum van toegevoegde waarde kunnen zijn. Dit omdat er nog niet een echt groot wellnesscentrum in de di-

recte omgeving is. Een grote sauna heeft ook een grote aantrekkingskracht. Dit kan een reden zijn voor toeristen om een weekendje hier weg te gaan om even bij te komen in een ontspannende omgeving in een open en weids landschap. Of dit economisch rendabel is zou verder onderzocht kunnen worden.

### **3.2 Gemeentelijk**

In de gemeente De Fryske Marren is in 2013 een onderzoek gedaan naar de leefstijlen van de inwoners. Dit geeft een beeld van hoe er gerecreëerd wordt, wat de burger belangrijk vindt en wie deze recreant is. Het gedrag van de toerist is lastig te meten. Dit komt doordat nauwelijks cijfermatige informatie beschikbaar is over de toerist in de gemeente De Fryske Marren.

#### **3.2.1 Leefstijlen en recreatiegedrag inwoners**

In 2013 is een onderzoek uitgevoerd in de provincie Fryslân naar de leefstijlen van de inwoners. Dit onderzoek werd gedaan in alle gemeentes. Hieronder wordt een profielomschrijving gebruikt om te vertellen wie de bewoner van De Fryske Marren is en wie die in dit onderzoek meegenomen zijn. Dit wordt gedaan ten opzichte van de Nederlandse standaard. Daarna wordt ook verteld wat voor recreatiegedrag zij vertonen en welke leefstijlgroepen voornamelijk wonen in De Fryske Marren.

##### ***Profielomschrijving inwoners***

Binnen de huishoudens zijn een paar opvallende conclusies te maken. Zo zijn er beduidend minder eenpersoonshuishoudens in de gemeente dan in Nederland. Wel zijn er meer dan gemiddeld huishoudens in de leeftijd 55 of ouder en gezinnen waarvan het jongste kind jonger is dan 5 jaar. Daarbij zijn er beduidend meer huishoudens met 5 of meer personen.

In de gemeente De Fryske Marren is de recreant even actief of actiever in verschillende activiteiten ten opzichte van Nederland. Naast de basis in wandelen en fietsen gaat men vaker, dan wat standaard is, toertochtjes met de auto maken, een tocht met de rondvaartboot maken of recreëren (ergens anders dan aan het water). Zoals in deze waterrijke gemeente te verwachten is de burger heel erg actief binnen waterrecreatie. Zeilen wordt zelfs 2x zo vaak gedaan, vissen 3x zo vaak en zwemmen in het buitenbad zelfs 4x zo vaak als in Nederland. Opvallend is wel dat kanoën dan weer beduidend lager scoort met de helft aan activiteiten t.o.v. Nederland.

Inwoners van de gemeente De Fryske Marren gaan vaker dan gemiddeld naar een professionele sportwedstrijd (anders dan voetbalwedstrijd). Maar ook gaat de burger graag naar een jaarmarkt/braderie/corso, een muziek-evenement, factory outlet, toneelvoorstelling en galerie of atelier. Verder valt nog op dat de inwoners van de gemeente De Fryske Marren beduidend vaker dan gemiddeld t.o.v. Nederland en Friesland actief is in een sportvereniging, aangesloten is bij een religieuze, kerkelijke vereniging en onderwijs of schoolvereniging. Uit dit laatste valt te concluderen

dat de inwoners van de gemeente De Fryske Marren sociaal en maatschappelijk zeer betrokken zijn.

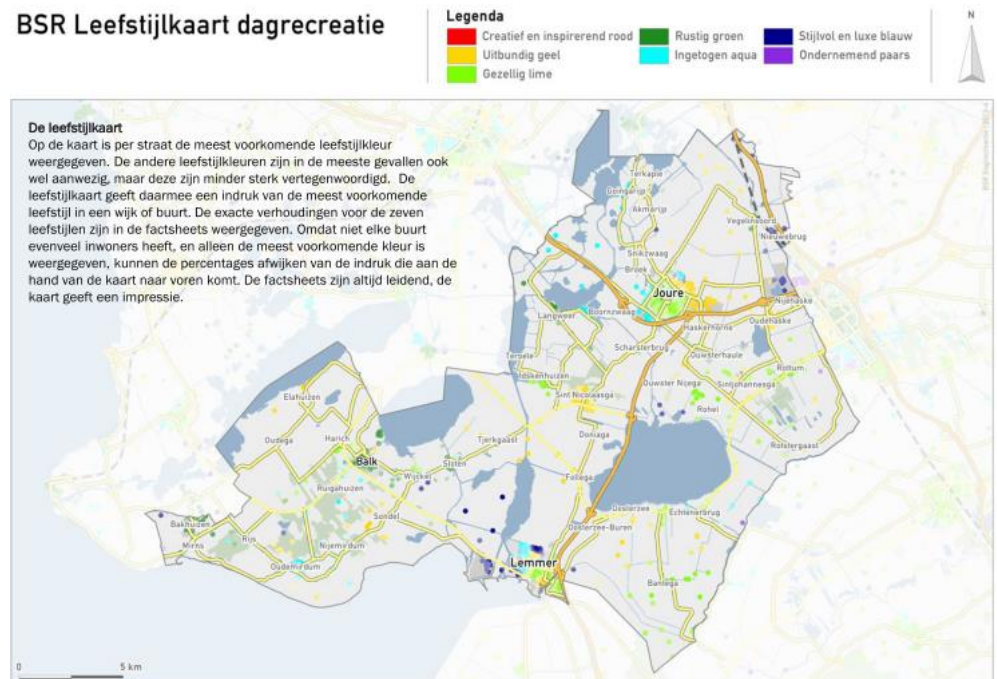
### Leefstijlen

De kenmerken zoals wij die zojuist besproken hebben worden gebruikt om een typering van de inwoners te maken. Met deze indeling krijgt u een gevoel bij wat deze mensen belangrijk vinden: wat is belangrijk in het leven, hoe beleven ze dagrecreatie en welke activiteiten ondernemen zij. Van de zeven typering, komen in de gemeente drie typering vaker voor dan gemiddeld:

- Uitbundig Geel 'Samen actief bezig zijn, uitgaan en genieten';
- Gezellig Lime 'Even lekker weg met elkaar';
- Ingetogen Aqua 'Brede interesse, ruimdenkend en engagement'.

Daarnaast springt er één typering duidelijk bovenuit, namelijk: 'stijlvol en luxe blauw, luxe, stijlvol ontspannen, sport en 'social network'. Zij komen beduidend vaker voor in gemeente De Fryske Marren vergeleken met het landelijk gemiddelde. In onderstaande kaart staan de verschillende typering per gebied aangegeven.

### BSR Leefstijlkaart dagrecreatie



### 3.2.2 Toerisme op gemeentelijke niveau

Om een goed beeld te krijgen van toerisme in de gemeente De Fryske Marren, is meer informatie nodig over de aantallen toeristen en wat zij besteden. Op dit moment is deze informatie niet beschikbaar. Dit maakt het moeilijk om aan te geven hoeveel mensen er precies werkzaam zijn in de sector toerisme en wat dit betekent voor de economie van de gemeente De Fryske Marren. Belangrijk is om op te merken dat één van de prioriteiten moet zijn om data te verzamelen, zodat dit inzichtelijk gemaakt kan worden. Dit zou in dezelfde vorm als voorgaande paragraaf kun-

nen, de leefstijlvormen. De leefstijlvormen zijn ook vanuit de Provincie Fryslân aan-geleverd. Hiermee kan een nulmeting gecreëerd worden. Daarnaast moet via een toegankelijk systeem jaarlijks gemonitord kunnen worden om inzicht te krijgen in de toerist en haar wensen in de gemeente De Fryske Marren. Dit kan bijvoorbeeld door middel van de toeristenbelasting.

### 3.3 Conclusie

Toerisme wordt steeds belangrijker voor de wereldeconomie. Dit blijkt uit het feit dat de wereldwijde inkomsten uit toerisme al vier jaar achter elkaar harder groeien dan de wereldeconomie. Toerisme en recreatie nemen dus ook voor de lokale economie een steeds belangrijkere rol in.

Binnen Nederland neemt tot 2040 de groep 65-plussers toe en zijn hiermee een belangrijke groep voor de vrijetijdssector. Zij hebben geld en tijd om vaker en langer op vakantie te kunnen gaan. Vanaf 2030 zal de groep jongeren van 0 tot 20 jaar weer groter worden vergeleken met de jaren daarvoor. Een generatie die opgroeit met de digitale wereld en dit vanzelfsprekend vindt. Er zijn overal prikkels om er even tussenuit te gaan. Omdat boeken zo makkelijk is, wordt vaker en korter op vakantie gegaan. De binnenlandse lange vakanties vinden vooral plaats in het zomerseizoen, de binnenlandse korte vakantie vinden het gehele jaar door plaats. Landelijk gezien wordt het grootste deel van de korte vakanties van binnenlands toerisme in hotels doorgebracht (35%) en in een vakantiebungalow (21%). Lange vakanties worden vooral in een vakantiebungalow (40%) en in een camper, caravan of vouw-wagen (15%) doorgebracht.

In 2015 liet de provincie Friesland als enige provincie geen groei zien in buitenlandse toeristen, de rest van Nederland groeide wel. Duidelijk een signaal dat nu actie ondernomen moet worden om verdere teruggang in het toerisme voor te zijn. Leeuwarden-Fryslân 2018 biedt daarvoor ook kansen. De meeste buitenlandse toeristen die naar Nederland komen en specifiek naar Friesland, zijn Duitsers. Zij worden aangetrokken door de watersportgebieden. Verder gaan zij graag fietsen, wandelen en de natuur bezoeken. Zij verblijven vooral op vakantieparken (47%) en campings (23%).

In de provincie Friesland worden hotels en vakantieparken het best bezocht en zij trekken de meeste toeristen aan. Bij de (her)ontwikkeling van vakantieparken moet iets extra's en meer luxe geboden worden. Hierbij kan gedacht worden aan een unieke locatie, product of concept. Dit kan gecombineerd worden met een sauna of wellnesscentrum die op landelijk niveau mee kan concurreren en hiermee bezoekers naar het gebied trekt. Nu is het moment om in deze sector te investeren zodat verouderde parken weer klaargemaakt worden voor de toekomst en aansluiten bij de nieuwe wensen en doelgroepen.

Op kampeergebied blijven de aantallen afnemen. De groep camperaars is nog steeds flink aan het groeien. Om deze groep naar de provincie en gemeente te halen, moet daar nu op ingesprongen worden. Hiervoor moet beleid gemaakt worden hoe met deze groep om te gaan.

Van oudsher heeft waterrecreatie in Friesland een groot aantal beoefenaars. De grote hoeveelheid water maakt deze provincie ideaal voor varen en zeilen. Landelijk gezien is het aantal vaartuigen op het water afgenomen, maar in Friesland is dit de afgelopen jaren gelijk gebleven. 17,5% van de vaartuigen bevinden zich in Friesland en komt hiermee op een 3e plek na Noord-Holland en Zuid-Holland. Nieuwe vormen van waterrecreatie zijn bijvoorbeeld suppen en kitesurfen. Deze sporten zijn ook populair bij de jongere doelgroep. Om genoeg waterrecreanten te behouden, is het belangrijk om de bezoeker te motiveren. Dit kan bijvoorbeeld door het ontwikkelen van een app of website gericht op de watersport. In Gelderland en Noord-Holland hebben ze de volgende websites ontwikkeld: [www.recreatienoordholland.nl](http://www.recreatienoordholland.nl) en [www.gelderlandwaterkant.nl/nl/recreatie](http://www.gelderlandwaterkant.nl/nl/recreatie).

Om een goed beeld te krijgen van toerisme in de gemeente De Fryske Marren, is meer materiaal nodig over de aantallen toeristen en wat zij besteden. Op dit moment is weinig tot geen materiaal beschikbaar. De inwoners van de gemeente De Fryske Marren zijn een actieve burger vergeleken met de rest van Nederland. Zij ondernemen veel en zijn sociaal en maatschappelijk zeer betrokken. Zij zijn met name actief in zeilen, vissen en zwemmen in het buitenbad.



## 4 Beoordeling recreatie en toerisme in De Fryske Marren

### 4.1 Inleiding

Vanuit de diverse beleidsstukken en trends op landelijke, provinciale en gemeentelijke schaal is recreatie en toerisme in gemeente De Fryske Marren in voorgaande hoofdstukken toegelicht. Voor de provincie Fryslân, maar ook zeker voor de gemeente De Fryske Marren is recreatie en toerisme een belangrijke inkomstenbron. Het is deels de identiteit van dit gebied. Om economisch rendabel te blijven en de leefbaarheid in de dorpen te behouden, zijn toeristen en recreanten van essentieel belang. Eerst zullen wij in dit hoofdstuk ingaan op de verkenning die in 2015 is uitgevoerd voor de gemeente. Voor deze verkenning zijn meerdere partijen en belanghebbenden gehoord. Deze gesprekken hebben wij geactualiseerd en zijn hieronder uitgewerkt in thema's die wij besproken hebben. Dit geeft naast de bestaande beleidstukken en trends een beeld van wat er in de gemeente leeft.

### 4.2 Verkenningvisie gemeente De Fryske Marren 2015

In de verkenningvisie van 2015 zijn verschillende conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan. De kwaliteiten van de gemeente worden benoemd, maar ook wordt richting gegeven aan de wensen van de gemeente. Dit op het gebied van samenwerking, behoefte aan duidelijkheid en de marketing en promotie van het gebied. In deze paragraaf gaan we op deze onderwerpen dieper in.

#### *Kwaliteiten*

De gemeente De Fryske Marren heeft diverse kwaliteiten. De diverse meren en het waterrijke, open landschap zijn kenmerkend. De Gaasterlandse bossen en de stuwwallen langs het IJsselmeer vormen een uniek landschap in Fryslân en creëren hiermee een verrassing voor bezoekers. Voor de watersport zijn Balk en Sloten belangrijke schakels en Lemmer is wat betreft sluispassages de belangrijkste toegangspoort naar het Friese Merengebied. Op het land heeft de gemeente veel te bieden met een uitgebreid fiets- en wandelknooppuntennetwerk, authentieke dorpen en de cultuurhistorische parels Sloten en het Woudagemaal.

#### *Samenwerking*

De huidige consument verandert snel en is daardoor ook onberekenbaar. Door de snelle veranderingen is een trend moeilijk in te schatten. Bij voorkeur kiest de recreant uit een menu van mogelijkheden. Dit is iets wat één partij niet kan bieden. Dat dwingt bedrijven, natuurorganisaties en anderen tot samenwerking. Niet iedereen zal mee kunnen of willen doen. Het beeld vanuit de ondernemer is dat meedoen geld en tijd kost en alleen het gezamenlijke belang dient. In de directe zin klopt dit, maar door aan een gezamenlijk belang te werken wordt in deze veranderende economie het individuele belang uiteindelijk ook bediend. Samenwerken is een voorinvestering om op de lange termijn succesvol te zijn en blijven.

*Belang recreatie en toerisme voor gemeente0*

Recreatie en toerisme is een belangrijke sector in Nederland, ze zorgen namelijk voor meer werkgelegenheid. In Fryslân en specifiek De Fryske Marren is dit nog veel sterker het geval. De gemeente vindt recreatie en toerisme belangrijk omdat het een belangrijke bijdrage levert aan de economische ontwikkeling van het midden- en kleinbedrijf (MKB) en in het bijzonder aan de recreatieve en toeristische bedrijven in de gemeente. De bedrijven vormen een belangrijke pijler voor de lokale economie en zijn een belangrijke bron van inkomsten en werkgelegenheid. Ook levert het een bijdrage aan de leefbaarheid en vitaliteit van de dorpen en de onderlinge samenhang. Tot slot levert het een bijdrage aan het welzijn en de gezondheid van de inwoners, een aantrekkelijk woon- en werkklimaat en een goed imago van de gemeente. Toerisme zorgt niet alleen voor werkgelegenheid maar ook voor bestedingen en daarmee het in stand houden van voorzieningen. Als samenwerking mislukt, blijft de toerist weg en lopen de dorpen leeg.

**4.3 Resultaten gesprekken stakeholders**

Gedurende een tijdsbestek van enkele weken in juni 2017 zijn gesprekken gevoerd met verschillende stakeholders. Hierbij is er een mix gemaakt van ondernemers, overkoepelende organisaties van ondernemers en recreatieve bedrijven. Maar ook natuurorganisaties, Provincie Fryslân en de gemeente Súdwest-Fryslân hebben wij gesproken. In deze gesprekken kwamen een aantal onderwerpen vaak terug en die vormen in deze paragraaf dan ook de leidraad. Hieronder is inzichtelijk gemaakt hoe de huidige gedachtegang en het beeld is ten aanzien van diverse thema's.

**4.3.1 Doelgroepen**

De doelgroep die naar De Fryske Marren komt verschilt per gebied. In het algemeen kan gezegd worden dat voornamelijk binnenlands toeristen en Duitsers naar dit gebied komen. In het gebied van Gaasterland komt nu vooral de toerist die rust en natuur zoekt. Zij gaat fietsen en wandelen maar ook vissen of vogels kijken. In Terherne bij de recreatieparken komen veel gezinnen met kinderen en vijftig plus-sers. Ook zijn er steeds meer families en vriendengroepen die gezamenlijk op vakantie gaan.

Er komen nog relatief weinig jongeren naar de gemeente. Dit kan veranderen door meer activiteiten aan te bieden en te zorgen dat er voor jongeren genoeg te beleven is. In het Tsjûkemar-gebied is de club van aanjagers bezig om een visie te ontwikkelen om onder andere deze doelgroep aan te trekken. Hierin wordt vooral gekeken naar gebruik op en rondom het water. Op het land kan nog meer ingezet worden op de mountainbiker, dit wordt nog onvoldoende benut. De groep mensen die met een camper op vakantie gaat wordt steeds groter. Deze doelgroep is interessant voor gemeente De Fryske Marren, momenteel zijn er nog te weinig voorzieningen voor deze doelgroep.

Helaas zijn de ondernemers zich niet altijd bewust van de veranderende wensen van de recreant wat invloed kan hebben op de ontwikkeling van hun product. Om bewustwording te stimuleren zou in de vorm van een terugkerend congres, kennis en innovatie in de sector gestimuleerd kunnen worden.

#### 4.3.2 Trends

Op verschillende gebieden worden trends geconstateerd door de diverse stakeholders. Naast de trends op landelijk gebied is het belangrijk om trends in onze gemeente te signaleren om te zien wat hier daadwerkelijk speelt.

Tegenwoordig wordt er vaker maar ook korter op vakantie gegaan. Omdat toeristen het fijn vinden om goed weer te hebben bij deze korte uitstap wordt pas laat geboekt. Dit heeft betrekking op verblijven zoals hotels en campings, maar ook activiteiten zoals het huren van een boot. In het aanbod van producten wil de toerist zo veel mogelijk kant en klare arrangementen. Bij voorkeur met keuze opties zodat je je eigen pakket kunt samenstellen. Er wordt gemak en service gevraagd zodat de vakantieganger zo min mogelijk zelf hoeft te doen.

Toeristen worden getrokken door het beeld van rust en ruimte, maar ook door de omgeving, het platteland en de cultuur. Wanneer gebruik gemaakt wordt van diensten van een natuurorganisatie zoals Staatsbosbeheer, wil de toerist hier niet te veel voor betalen. Jarenlang zijn diensten en activiteiten gratis geweest en dit zit nog in het geheugen. Doordat de overheid fors bezuinigd heeft in deze sector, moeten natuurorganisaties soms geld vragen voor hun diensten. Hierbij valt op dat recreanten hier meer moeite mee hebben dan toeristen.

Waar tot een aantal jaren geleden het bezit van een boot vanzelfsprekend was, is dat in de huidige economie steeds minder aan de orde. De gebruiker vindt tegenwoordig dat de risico's en het onderhoud vaak niet meer opwegen tegen de voordelen. Dit hangt ook samen met de verandering in activiteiten. Waar dit eerst vooral zeilen was, is dit nu veranderd naar meerdere activiteiten. Gedacht kan worden aan bijvoorbeeld suppen, waterskiën, kitesurfen, snel varen, gebruiken van elektrische sloep, etc.

#### 4.3.3 Ruimtelijk

Het landschap met openheid en de meren is zonder meer de kracht van het gebied. Het is onderdeel van het DNA van Friesland. De kracht van gemeente De Fryske Marren zit niet alleen in de watersport, maar juist ook in de link tussen water en land. Daarnaast heeft het gebied verschillende landschappelijke kwaliteiten. Water, openheid en de bosrijke omgeving in Gaasterland maakt dit gebied zeer divers. Omdat deze gebieden zo divers zijn zullen ook de invulling en de wensen van de bezoeker verschillen. Met een gerichte zonering per gebied kan aan deze wensen voldaan worden en de kwaliteiten benut worden. Bewaak de ruimtelijke kwaliteit en

zorg dat de natuur goed beheerd blijft. Dit is voor de toerist één van de belangrijkste redenen om te komen en om terug te komen.

Let bij toeristische ontwikkelingen goed op de ruimtelijke kwaliteit van het gebied zodat authenticiteit bewaard blijft en de voorziening in het landschap past. Voor een goede ruimtelijke inpassing is het van belang om de recreatievisie op te nemen in de omgevingsvisie.

#### **4.3.4 Zonering en invulling gebied**

Gedurende de gesprekken zijn er verschillende ideeën en invullingen ter verbetering van de gemeente De Fryske Marren besproken. Met betrekking tot routing en verblijfsrecreatie kwamen de volgende onderwerpen aan bod.

##### *Routing*

Naast de fiets- en wandelknooppunten staat nu ook het waterknooppunten systeem in de kinderschoenen. Daarnaast bestaat een idee om thema-routes aan te bieden. Hierbij wordt gedacht aan landschapswandelingen of fietstochten door de omgeving met gids. Tijdens deze tochten wordt verteld over het ontstaan, de historie en het gebruik van het landschap. Op het water mag er meer geïnvesteerd worden in de pontjes. Er ontbreekt een overkoepelend beleid om er voor te zorgen dat dezelfde openingstijden gehanteerd kunnen worden. Hierdoor is het voor de recreant overzichtelijker waar ze wanneer kunnen fietsen of wandelen zonder voor verassingen te komen staan.

##### *Verblijfsstoerisme*

Om jaarrond toeristen aan te trekken zijn bungalowparken een succes gebleken. In Terherne zijn goede resultaten geboekt en hebben (toeristen/parkeigenaren) er goede ervaringen mee. In de Zuidwesthoek van Friesland kan het gebied een trekpleister van dit formaat goed gebruiken. Zoals op veel plekken in Nederland kunnen ook in de gemeente De Fryske Marren sommige campings een upgrade gebruiken zodat ze beter bij de wensen van de toekomstige toerist aansluiten. Voor een verandering die toekomstbestendig is, zal er rekening gehouden moeten worden met nieuwe doelgroepen. Zo is bijvoorbeeld het campertoerisme in opkomst. Om deze een plek te geven zal goed nagedacht moeten worden hoe de camperstaanplaatsen het beste in het landschap ingepast kunnen worden.

#### **4.3.5 Samenwerking**

Ondernemers en ontwikkelingen liggen versnipperd door het gebied en ondernemers zijn niet altijd bereid tot samenwerken. Dit heeft met verschillende factoren te maken. Deels ligt het in de manier van werken van recreatieondernemers. Zij willen namelijk vrijheid in hun werk en de mogelijkheid om zelfstandig hun werk uit te voeren en uit te breiden. Ook speelt mee dat ondernemers (financieel of in beschikbare tijd) het maar net redden en is er geen tijd, geld en energie om een samenwerking op poten te zetten. Daarnaast mist het inzicht en garantie op succes van samen-

werking. De gedachte leeft (soms) dat door samenwerken, de concurrent wordt geholpen en er geen (of beperkt) meerwaarde is voor het eigen bedrijf.

De meerwaarde van samenwerken wordt eerder gezien bij het combineren van verschillende recreatiebedrijven. Dus niet campingeigenaren met elkaar, maar campingeigenaren met fietsverhuurders etc. Samenwerken werkt alleen als er een gezamenlijk belang is. Hiervoor is het noodzakelijk dat er onderling goed gecommuniceerd wordt en iedereen meerwaarde in het project ziet.

Ook blijft het gat bestaan tussen de omgeving, de natuur, en de gebruikers hiervan. Ondernemers willen graag samenwerken met natuurorganisaties en zien de meerwaarde van educatieve activiteiten in de natuur in. Maar er heerst nog steeds de gedachte dat deze educatieve diensten gratis aangeboden moeten worden. Hier zal een verandering in denken moeten plaatsvinden bij de ondernemers. Door een goede samenwerking tussen verschillende organisaties, overheden en ondernemers kan beter in een vroeg stadium naar elkaar verwezen worden. En maken ze elkaar sterker.

In de gemeente zijn ook goede voorbeelden te benoemen. Zo helpen en ondersteunen de ondernemers in bijvoorbeeld Terherne elkaar en verwijzen ze naar elkaar door. Rondom het Tsjûkemar hebben de ondernemersverenigingen en dorpsbelangen de krachten gebundeld om het gebied een impuls te geven. In het Gaasterland ligt momenteel de grootste uitdaging om een samenwerking te bewerkstelligen.

Het is noodzakelijk om de samenwerking per recreatiegebied voort te zetten en goed in te richten. De gemeente moet hierin faciliteren (financieel en met ambtelijke capaciteit). Een gezamenlijke visie en strategie per recreatiegebied is nodig om van daaruit te werken.

#### **4.3.6 Marketing**

Het is belangrijk dat er geïnvesteerd wordt in de promotie en marketing van het gebied. Er is de afgelopen jaren veel ontwikkeld en veranderd onder het Friese Merenproject. Dankzij dit project is er flink geïnvesteerd in de infrastructuur en watersportvoorzieningen. Om toeristen en recreanten te laten komen en terug te laten komen is een professionele marketing cruciaal. Hiervoor is een regionale samenwerking gevonden in Stichting Regiomarketing Súdwest-Fryslân (SRM-ZWF). SRM ZWF wil graag dit platform bieden via digitale systemen (website, boekingssite, etc.). Dit om als ondernemer toegankelijker te zijn en aan de toerist een overzicht te bieden van wat er mogelijk is. Daarnaast wordt er ook samengewerkt met de ondernemersverenigingen OVRT, de VVV en de werkgroep Vrijetijd.

Op dit moment ontbreken er goede cijfers over de economische impact van toerisme. Maar ook meer algemene informatie ontbreekt zoals aantal personen die naar

de gemeente komt voor recreatieve of toeristische doeleinden. Zonder deze cijfers kan geen inzage gegeven worden in de huidige bestedingen en werkgelegenheid onder invloed van toerisme en recreatie.

#### 4.3.7 Positie gemeente

Vanuit meerdere kanten werd aangegeven dat de politiek niet voldoende bij de sector recreatie en toerisme betrokken is. Naar buiten toe mag het belang van recreatie en toerisme meer benadrukt worden door de gemeente. Ambitie en visie moeten uitgesproken worden. De recreant en toerist is cruciaal voor de toekomst van de gemeente. Als de gemeente iets wil bereiken binnen de vrijetijdssector, dan moet hier ook in gefaciliteerd worden. Door financieel te ondersteunen, kunnen er nieuwe initiatieven ontwikkeld worden door ondernemers.

#### 4.4 Conclusie

Om economisch rendabel te blijven en de leefbaarheid in de dorpen te behouden, zijn toeristen en recreanten van essentieel belang voor de gemeente De Fryske Marren. De doelgroep die naar De Fryske Marren komt verschilt per gebied. In het gebied van Gaasterland komt vooral de toerist die rust en natuur zoekt. In Terherne bij de recreatieparken komen veel gezinnen met kinderen en vijftig plussers. Ook zijn er steeds meer families en vriendengroepen die gezamenlijk op vakantie gaan. Er komen nog relatief weinig jongeren naar de gemeente. Bij toeristische ontwikkelingen is het belangrijk om de ruimtelijke kwaliteit van het gebied te behouden. Dit zodat authenticiteit bewaard blijft en de voorziening in het landschap past. Deze ruimtelijke kwaliteiten is voor de toerist één van de belangrijkste redenen om te komen en om terug te komen.

Ondernemers zijn zich niet altijd bewust van de veranderende wensen van de recreant wat invloed kan hebben op de ontwikkeling van hun product. Om bewustwording te stimuleren zou in de vorm van een terugkerend congres, kennis en innovatie in de sector gestimuleerd kunnen worden. Ondernemers en ontwikkelingen liggen versnipperd door het gebied. Ondernemers zijn helaas niet altijd bereid tot samenwerken. Ook blijft het gat bestaan tussen de omgeving, de natuur, en de gebruikers hiervan. Ondernemers willen graag samenwerken met natuurorganisaties en zien de meerwaarde van de educatie op het gebied van natuur in. In de praktijk heerst nog steeds de gedachte dat deze educatieve diensten gratis aangeboden moeten worden. Echter ook de natuurorganisaties moeten commerciëler werken om te kunnen blijven bestaan. Door een goede samenwerking tussen verschillende organisaties, overheden en ondernemers kan beter in een vroeg stadium naar elkaar verwezen worden en maken ze elkaar sterker.

Het is belangrijk dat geïnvesteerd wordt in de promotie en marketing van het gebied. Er is de afgelopen jaren veel ontwikkeld en veranderd onder het Friese Merenproject. Dankzij dit project is er flink geïnvesteerd in de infrastructuur en water-

sportvoorzieningen. Om toeristen en recreanten te laten komen en terug te laten komen is marketing een must. De komende vier jaar investeren de gemeenten Súdwest-Fryslân en De Fryske Marren een bedrag van € 1,8 miljoen. Om de veranderingen op het gebied van toerisme en recreatie te kunnen monitoren zijn goede cijfers nodig die nu ontbreken.

## 5 Thema's diverse gebieden

Gemeente De Fryske Marren beslaat een groot gebied en kent verschillende landschapstypen die elk hun eigen aantrekkingskracht op toeristische doelgroepen hebben. Samen met de sector willen wij in gesprek gaan over de mogelijkheden die zij zien per gebied. Om te voorkomen dat ieder gebied tot dezelfde activiteiten komt en daarmee te weinig diversiteit in het gebied ontstaat, is gekozen om diverse thema's uit te werken. Deze kunnen gebruikt worden ter inspiratie bij de gesprekken, die nodig zijn om gezamenlijk te komen tot versterking van de toeristische en recreatieve sector, in de verschillende gebieden.

### 5.1 Thema: Actief

Jongeren worden getrokken door activiteiten met snelheid en actie. Vaak hebben deze activiteiten ook een hoger geluidsniveau. Daarom is het belangrijk dat in het gebied waar 'actief' de hoofdrol gaat spelen geen regime van kracht is zoals natura 2000 die activiteiten die meer geluidsoverlast veroorzaken aan banden legt. Bij de actieve bezoeker kan gedacht worden aan activiteiten die jongeren aantrekken. Voorbeelden hiervan zijn Kitesurfen, snelvaren, survival, waterskibaan, etc. Om de activiteiten goed bereikbaar te krijgen en de omgeving goed te kunnen ervaren is een goede aansluiting van het land op water en de bijbehorende voorzieningen nodig. Er wordt ingezet op fietspaden en wandelpaden die de activiteiten ontsluiten. Door deze activiteiten te koppelen aan een horecavoorziening wordt de toerist en recreant langer in het gebied gehouden en komt er een bredere doelgroep dan alleen de jongere en actieve recreant.





## 5.2 Thema: Gezelligheid

Toeristen komen steeds vaker in grotere groepen naar een gebied. Voor een weekendje weg met familie zoeken zij accommodatie die hierbij past. Deze groep zoekt vooral gezelligheid en knusheid. Om dit thema tot zijn recht te laten komen is een passend gebied nodig. Een gebied dat genoeg gezellige activiteiten te bieden heeft. Zo kan er gedacht worden aan fietsverhuur en georganiseerde activiteiten. Maar ook restaurants met terrasjes die in de zomer met mooi weer gebruikt kunnen worden. Als dit in een waterrijk gebied ligt biedt dit ook mogelijkheden voor een café om zich hier te vestigen. Dit biedt voor bezoekers de mogelijkheid om op te warmen na een wandeling of schaatstocht in de frisse buitenlucht. Winkels en voorzieningen moeten dan jaarrond open zijn zodat de bezoekers gebruik kan maken van de voorzieningen. Dit is een gebied waar voor gezinnen en grotere groepen genoeg vertier is. Deze doelgroep kenmerkt dit gebied.



## 5.3 Thema: Luxe

Uit diverse onderzoeken is gebleken dat de doelgroep die luxe wil, graag naar dit gebied komt. In het gebied waar 'luxe' benadrukt wordt moet ruimte zijn voor luxere boten. De voorzieningen mogen een hoog niveau hebben op bijvoorbeeld culinair vlak. Het culinaire niveau wat al bereikt is in dit gebied wordt uitgebreid en verbeterd zodat de bezoeker graag voor een luxe, culinaire vakantie komt. Daarnaast is in dit gebied bij uitstek ruimte voor een grote wellness locatie. Uitzicht over een meer of weids landschap en heerlijk ontspannen. Aan alles wordt gedacht zodat de bezoeker er ook echt even uit is. De bouw van recreatieappartementen past goed bij het gewenste beeld in dit recreatiegebied. Dit gebied straalt in alles luxe en klasse uit. Met andere woorden: de bezoeker wordt in alle wensen voorzien.



#### 5.4 Thema: Rust

In Friesland is het thema rust al snel aan de orde en komt overal terug. De kracht van het landschap en de aantrekkingskracht zit in de rust en weidsheid die uit gaat van de omgeving. Iets om te koesteren en te behouden. Dit thema is niet specifiek verbonden aan typisch landschap. Wel vraagt de doelgroep die rust zoekt vaak goede fiets- en wandelvoorzieningen. De doelgroep die rust zoekt bestaat vaak uit 60-plussers of natuurliefhebbers. Activiteiten die goed uitgevoerd kunnen worden zijn fietsen en wandelen met genoeg pauzeplekken en oplaadpunten voor de e-



bikes. Daarnaast zijn activiteiten zoals vissen, vogels kijken, varen en wandelen met de boswachter zeer geschikt voor dit gebied. De diversiteit in natuur en het landschap vragen om een duurzame aanpak. Ook kan worden ingezet op modernisering en uitbreiding van kleine tot middelgrote vakantieparken. Hierbij wordt rekening gehouden met de ruimtelijke kwaliteit en wordt bij voorkeur de rood voor rood constructie toegepast.

### 5.5 Thema: Vertier

Iedere regio heeft een gebied nodig waar vertier belangrijk is. Een centrale plek waar je vakantie start en je de laatste boodschappen doet voordat je naar je huisje of camping vertrekt. Gezellige terrasjes, strand en winkels zijn basisvoorzieningen. Evenementen die hier plaats vinden zijn landelijk bekend. Dit wordt behouden en indien mogelijk uitgebreid.



### 5.6 Thema: Centrum

Voor inwoners van de gemeente De Fryske Marren en recreanten heeft De Fryske Marren een centrumfunctie voor winkelen en evenementen nodig. Jaarlijks terugkerende evenementen zijn van grote waarde om veel toeristen te trekken. De ambachten die de gemeente rijk is mogen hier ook geprofileerd worden. Handel en nijverheid zijn kenmerkend voor het gebied. Er wordt ingezet op het verder uitbouwen van het ambachtscluster.



## 6 Ambities en beleidsdoelen

### 6.1 Inleiding

Naar aanleiding van de beleidsstukken, trends en hoe recreatie en toerisme beoordeeld worden binnen de gemeente De Fryske Marren, is een aantal ambities opgesteld. Tijdens een workshop met diverse partijen waaronder de gemeente Súdwest-Fryslân, gemeente De Fryske Marren en het Woudagemaal zijn de ambities aangescherpt. De sessie heeft geresulteerd in onderstaande beleidskaders.

### 6.2 Ambities

#### **Het toeristisch-recreatieve aanbod wordt vernieuwd en geïnnoveerd.**

De gemeente beschikt over een recreatieve sector die vernieuwend en innoverend is en samenwerkt. Zij pakt trends en ontwikkelingen op zodat hun product aansluit bij de continu veranderende vraag van de recreant. De gemeente stimuleert deze innovatie en ontwikkelingen door middel van kennis delen met huidige en startende ondernemers. Voor algemene onderwerpen wordt dit opgepakt in nauwe samenwerking met de gemeente Súdwest-Fryslân en diverse belanghebbende partijen zoals OVRT, Recron en SRM ZWF. Lokaal per recreatiegebied (Tsjûkemar, Terherne, Langweer, Gaasterland, Lemmer en Joure) wordt gewerkt aan vernieuwing en innovatie van het aanbod.

#### **Nieuwe ontwikkelingen worden ingepast daar waar dit een aanvulling is op het bestaande aanbod.**

Per recreatiegebied/-kern wordt met behulp van zoning in beeld gebracht waar welke ambities liggen. Inzet wordt samenwerking tussen ondernemers en de gemeente per recreatiekern en gezamenlijk wordt ingezet op verbetering van het recreatieve aanbod. Dit wordt gedaan vanuit een gezamenlijke visie en strategie. Aangesloten wordt bij het voorbeeld van de club van aanjagers van de Tsjûkemar. Per recreatiegebied worden initiatieven ontwikkeld en de gemeente faciliteert en toetst vanuit 'Ja, mits' houding.

#### **In de gemeente delen de betrokken partijen hun kennis en werken zij samen.**

Het is van belang dat alle betrokken partijen tijd en energie leveren om de kennisdeling en samenwerking te intensiveren en te verstevigen in robuuste structuren. Met robuust wordt bedoeld voor lange termijn en door meerdere partijen geborgd. Naast een eenmalige investering moet de investering over meerdere jaren zijn geborgd. Dit betreft zowel de sectoren onderling, als de politiek met de sector en het leveren van ambtelijke capaciteit voor het faciliteren en ondersteunen. Er is up to date cijfermateriaal beschikbaar om trends te analyseren. Ook kan met deze gegevens per recreatiegebied een goede benchmark analyse gemaakt worden.

**Het toeristisch-recreatieve aanbod wordt professioneel en herkenbaar onder de aandacht gebracht in de diverse media.**

De Fryske Marren werkt voor een stevige marketing en promotie samen met gemeente Súdwest-Fryslân. Hierbij staat voorop dat de kwaliteiten van de gemeente behouden blijven. Het vermarkten van het toeristisch recreatieve product is van zeer groot belang om toeristen bekend te maken en te houden met de regio. Diverse media worden hiervoor ingezet waarbij rekening gehouden wordt met de doelgroepen benadering bij recreatiegebied. Voor de marketing en promotie wordt SRM ZWF ingezet en hun inzet is tot en met 2021 geborgd. De VVV, die samen met de ondernemers de rol van gastheer vervuld, werkt nauw samen met de SRM. Gestreefd wordt naar één organisatie voor gastheerschap, marketing en promotie in de regio

### **6.3 Beleidskaders**

#### **6.3.1 Organisatorisch**

- a. Promotie en marketing van de regio wordt goed opgezet met behulp van gemeentes, provincies, ondernemers en belanghebbende partijen zoals natuurorganisaties. Om dit gericht te kunnen doen, is het nodig om inzicht te krijgen in de behoeften van de toerist. Binnen deze samenstelling van organisaties worden arrangementen gestimuleerd en ontwikkeld. Binnen 5 jaar heeft 80% van alle promotie uitingen een eenduidige uitstraling.
- b. Vanaf 2018 wordt (in samenwerking met de gemeente Súdwest-Fryslân) een jaarlijks congres georganiseerd waar de nieuwste trends en ontwikkelingen worden gedeeld. Dit wordt georganiseerd door gemeentes, ondernemers en belanghebbende partijen (organisaties). Het congres wordt ieder jaar opnieuw georganiseerd.
- c. De samenwerking tussen recreatieondernemers wordt gestimuleerd en wordt opgepakt voor de zes recreatiegebieden. Door dit te stimuleren wordt focus gelegd op het faciliteren van de recreatiesector door middel van ambassadeurs bijeenkomsten en opleiding. Ook worden email en WhatsApp groepen gemaakt voor ondernemers.
- d. Binnen 5 jaar ligt er een set van betrouwbare toeristische kentallen in samenwerking met de provincie en gemeente Súdwest-Fryslân voor de Zuidwest regio van Fryslân.

#### **6.3.2 Ruimtelijk**

- e. In de omgevingsvisie worden duidelijke kaders opgesteld waarmee toeristische en recreatieve activiteiten ondersteund worden en de identiteit van het gebied wordt versterkt.
- f. Via uitnodigingsplanologie worden vakantieparken ontwikkeld die aansluiten bij de markt en schaal van het gebied. De jaarronde verhuur draagt bij aan een constante toeristenstroom. De vakantieparken vallen onder een



landelijke organisatie met naamsbekendheid. Nu is het moment om hierin te investeren.

N.B. Onder uitnodigingsplanologie wordt verstaan dat vooral kansen die zich voordoen worden benut in plaats van het opleggen van beperkingen. Er wordt gekeken naar de toegevoegde waarde die een kans biedt t.a.v. duurzaamheid, ruimtelijke kwaliteit, sociale en economische versterking.

- g. Een pilot wordt opgezet om een traditionele jachthaven om te vormen tot een toekomstbestendig watersport concept. Hierbij valt te denken aan verhuur van SUP's, maar ook lifestyle en eetgelegenheden.
- h. Nagaan waar alle witte vlekken zijn en de inwoners informeren. Bij interesse van inwoners liggen er kansen dat inwoners recreatieondernemers willen worden en op zo'n witte vlek gaan wonen.

### 6.3.3 Faciliteren

- i. In 2019 hebben we een gezamenlijk monitoringsysteem om tevredenheid en aantallen toeristen in beeld te brengen. De gemeente voert hiermee onderzoek uit naar wensen van toeristen.
- j. De gemeente faciliteert onderlinge contacten in de recreatie en toerisme sector en zorgt voor toegankelijkheid. De gemeente faciliteert door te verbinden en koppelingen tussen ondernemers te leggen. Op deze manier wordt het maken van arrangementen met elkaar gestimuleerd.
- k. Ondernemers en organisaties worden ondersteund bij nieuwe initiatieven en/of concepten, ook als deze niet in het beleid zijn benoemd maar wel een trend zijn of uniek zijn.
- l. Voor de zes gebieden wil de gemeente graag initiatieven faciliteren waarbij burgers en/of ondernemers intensief samenwerken met als doel om de recreatiesector te versterken en de leefbaarheid te vergroten. Ook faciliteert de gemeente ondernemers met snel handelen wanneer zich kansen voordoen.
- m. Met 3 plaatselijke belangen, partijen of stichtingen samenwerking aangaan om kwaliteit in jachthavens en of campings te verbeteren. De huidige faciliteiten voor toeristen optimaal benutten en daar waar nodig aanvulling bieden. Voorbeeld kan zijn het laten groeien van het aantal camperplaatsen bij ondernemingen.

### 6.3.4 Financieel

- n. Financiering van regiomarketing Zuidwest Friesland (SRM ZWF) en de VVV zodat de regio bekender wordt en meer toeristen en recreanten kan aantrekken en behouden.
- o. Ontwikkelingen stimuleren door ondernemers te wijzen op regelingen van de provincie op het gebied van duurzaamheid. Bestaande vakantieparken verduurzamen door '0 op de meter' te stimuleren via 'Tûk Wenjen' en andere subsidieregelingen.

- p. Binnen 3 jaar duidelijk beeld van het aantal toeristen en uitgave patroon om zo inzicht te krijgen in eventuele nodige aanpassingen in het aanbod wat de toeristen geboden wordt. Bij de gemeente wordt budget beschikbaar gesteld voor kennisdeling, onderzoek en beheer van belangrijke locaties voor Recreatie en Toerisme.

#### **6.3.5 Juridisch**

- q. In de omgevingsvisie is ontwikkelruimte globaal bepaald waarbij initiatieven mogelijk zijn die ruimtelijke kwaliteit versterken. In omgevingsplan en omgevingsvisie worden initiatieven benaderd vanuit 'Ja mits' houding.
- r. Het wordt bedrijven toegestaan om bestaande eenheden te vervangen en te vergoten met maximaal 15%. Afwijkingenbeleid wordt opgesteld voor toestemmingsplannen toeristische verblijfsaccommodaties.
- s. Bij toetsing van plannen wordt gezorgd dat duurzaamheid in evenwicht is. Dit wordt bereikt door te toetsen op betrokkenheid, rendement en legitimiteit.

## 7 Actieprogramma

In dit hoofdstuk wordt de vertaling gegeven van de recreatievisie, de ambities en beleidskaders in concrete acties. Dit zijn acties die in ieder geval opgepakt moeten worden. De eerstgenoemde betrokken partij is trekker van de actie

### 7.1 Organisatorisch en faciliteren

<b>Actie 1</b>	<b>Verankeren en professionaliseren marketingorganisatie SRM ZWF</b>
Betrokken partijen	SRM ZWF, VVV, Gemeenten, provincie en recreatie ondernemers
Doel	Organisatie die de marketing van de regio professioneel uitvoert.
Periode	2017- 2025
Budget	Euro 225.000,00 (bestaand)

<b>Actie 2</b>	<b>Jaarlijks recreatie congres</b>
Betrokken partijen	Gemeenten, SRM ZWF, VRHT, recreatie ondernemers
Doel	Trends en ontwikkelingen onder de aandacht brengen bij ondernemers
Periode	2018- 2025
Budget	Euro 7.500,00 per jaar (nieuw)

<b>Actie 3</b>	<b>Samenwerking per recreatiegebied opzetten of verder versterken</b>
Betrokken partijen	Gemeente, (recreatie) ondernemers, VVV
Doel	Gezamenlijke kennis- en product ontwikkeling
Periode	2018
Budget	Ambtelijke uren

<b>Actie 4a</b>	<b>Monitoringsstrategie "recreatiecijfers" opstellen</b>
Betrokken partijen	Provincie, gemeente, SRM ZWF, VVV
Doel	Ontwikkelingen en trends signaleren om bij te sturen
Periode	2018
Budget	Financiering door provincie



<b>Actie 4b</b>	<b>Monitoring uitvoeren en jaarlijks evalueren met de sector en benchmark onderzoek</b>
Betrokken partijen	Provincie, gemeente, OVRT, SRMZF
Doel	Ontwikkelingen en trends signaleren om bij te sturen
Periode	2019-2025
Budget	Via provincie

## 7.2 Ruimtelijk

<b>Actie 5a</b>	<b>Per recreatiegebied een plan ontwikkelen welke doelgroepen de sector wil benaderen en welke recreatieve ontwikkelingen de sector ziet</b>
Betrokken partijen	Gemeente en OVRT
Doel	Gedragen plan door de sector/omgeving
Periode	2018
Budget	Ambtelijke uren

<b>Actie 5b</b>	<b>In omgevingsvisie (ruimtelijke) kaders stellen waar en welke recreatieve ontwikkelingen gestimuleerd en/of gefaciliteerd worden</b>
Betrokken partijen	Gemeente
Doel	Voldoende ruimte bieden voor recreatieve versterking.
Periode	2018
Budget	Ambtelijke uren

<b>Actie 6a</b>	<b>Onderzoeken mogelijkheden voor ontwikkeling van (kleinschalige) vakantieparken</b>
Betrokken partijen	Gemeente
Doel	Verbreden aanbod overnachtingen jaarrond
Periode	2018
Budget	Euro 10.000,00 (nieuw)

<b>Actie 6b</b>	<b>Ontwikkeling (kleinschalige) vakantieparken</b>
Betrokken partijen	Projectontwikkelaars
Doel	Verbreden aanbod overnachtingen jaarrond
Periode	2019-2025
Budget	Via derden

<b>Actie 7</b>	<b>Traditionele jachthaven omvormen tot toekomstbestendig watersport concept</b>
Betrokken partijen	Jachthaven, gemeente
Doel	Vernieuwen watersport recreatie
Periode	2018-2020
Budget	Ambtelijke uren + subsidie (PM)

### 7.3 Financieel

<b>Actie 8</b>	<b>Recreatieparken verduurzamen</b>
Betrokken partijen	Gemeente, Tuk Wenjen, recreatieondernemers
Doel	Ondernemers en initiatiefnemers prikkelen om samen te werken en te investeren
Periode	2019-2025
Budget	Ambtelijke uren + subsidie (PM)

### 7.4 Juridisch

<b>Actie 9</b>	<b>Toestaan dat recreatiebedrijven (onder condities t.a.v. duurzaamheid, landschap, duurzaamheid) extra ontwikkelruimte krijgen (bijvoorbeeld 15% uitbreiding van het oppervlak en/of bebouwd oppervlak). Dit afwijzingsbeleid kan bijvoorbeeld geregeld worden via een wijzigingsbevoegdheid van B&amp;W.</b>
Betrokken partijen	Gemeente
Doel	Ondernemers prikkelen om te investeren in duurzaamheid.
Periode	2019-2025
Budget	Ambtelijke uren

## 8 Literatuur

- Leefstijlkaart De Friese Meren
- Notitie kaders meerjarenplan regiomarketing
- Provinciaal beleid Friesland. Hoofdstuk 2.2:
  - o <https://provinciale-begroting.frl/2016/planning-control/begroting/programmas/programma-6-economie-toerisme-en-recreatie/6-2-toerisme-en-recreatie/>
- Rapport Uitvoeringsplan Tsjûkemar
- Ruimtelijke kwaliteit in Fryslân. Grutsk op e Romte! Structuurvisie 2014
- Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016
- Verkenning Camperplaatsen Buitengebied in opdracht van Recreatieschap de Marrekrite
- Verkenningfase toeristisch-recreatieve visie gemeente De Friese Meren, Maart 2015, waterrecreatie Advies BV i.s.m. Hanneke Schmeink RECREATIE.
- <https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Vakantiecentra>
- <https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Jachthavens>
- [https://www.rabobank.nl/images/n568\\_rabobank\\_tu\\_jachthavens\\_beveiligd\\_29670690.pdf](https://www.rabobank.nl/images/n568_rabobank_tu_jachthavens_beveiligd_29670690.pdf)
- [www.bovag.nl](http://www.bovag.nl)
- [www.pretwerk.nl](http://www.pretwerk.nl)

## Bijlagen

## Bijlage 1: Deelgebieden uit ‘Grutsk op ‘e Romte’

### Deelgebied: Merengebied



Gebied	Advies
Grootschalige open waternvlaktes met open oevers.	Toekomstige watersportontwikkelingen en voorzieningen zoveel mogelijk aansluiten bij de bestaande historische watersportkernen. Bij deze ontwikkelingen wordt gestreefd naar behoud en gebruik van eigen identiteit. Nieuw en oud versterken elkaar en concurreren niet met elkaar.
De relatie van bebouwing(slinten) met het water, de verkaveling en het omliggende landschap.	Versterken van de waterfronten en openbare oevers langs vaarten en meren en de bijbehorende gerichtheid op het water van bebouwing en openbare ruimte.  Ruimte tussen de open percelen in het dorp behouden en indien mogelijk en wenselijk versterken.
Stelsel van waterverbindingen en dijken.	Het waterstelsel is zeer karakteristiek voor Fryslân als waterprovincie en dient om die reden behouden te worden. Beleefbaarheid en bevaarbaarheid zijn daarbij aandachtspunten.

**Deelgebied: Gaasterlân**

<b>Gebied</b>	<b>Advies</b>
<p>Het reliëf langs de stuwwal op de lijn Wijckel, Oudemirdum tot Bakhuizen met een bijzonder element: de kliffen</p>	<p>Door de beperkte schaal van het landschap zijn grootschalige ruimtelijke ontwikkelingen niet wenselijk.</p> <p>Zichtbaar en beleefbaar houden van het reliëf van de stuwwal op de lijn tussen Wijckel en Bakhuizen door het open houden van de overgang van hoger gelegen naar lager gelegen gronden.</p>
<p>Friese es- en gaastdorpen met meer verspreide bebouwing of onregelmatiger linten op bredere ruggen, waaronder de esachtige structuren en essen of gaasten bij Oudemirdum, Sondel, Bakhuizen en Heme-lum.</p>	<p>Bebouwing, grootschalige infrastructuur en bebouwing op de Friese essen zijn niet gewenst.</p> <p>Zichtbaar en beleefbaar houden en het versterken van de kenmerkende bebouwingspatronen, afwisseling in maat en schaal, het reliëf en de open ruimtes in en rond de dorpen.</p>
<p>De overgang van de hoge stuwwal naar de lager gelegen veenweidegebieden en meren.</p>	<p>Behouden van het grootschalige reliëf van de stuwwal.</p> <p>Het zicht vanaf de stuwwal op het Merengebied en op het IJsselmeer zoveel mogelijk behouden of versterken door het open te houden.</p>
<p>De grotere en kleinere boscomplexen en terreinen met formele/bijzondere aanleg.</p>	<p>Behouden van grotere en kleinere boscomplexen en terreinen met formele/bijzondere aanleg, inclusief alle karakteristieke onderdelen zoals lanen, zichtassen, paden en watergangen.</p>

**Deelgebied: Laagveengebied**

<b>Gebied</b>	<b>Advies</b>
<p>Enkele veenpolders waarbij de samenhang tussen ontginning, ontwatering, verkaveling, polderdijken, vaarten en bebouwingspatronen nog goed zichtbaar is.</p>	<p>Bij nieuwe ontwikkelingen is de begrenzing van de veenpolders en de richting van de verkaveling leidend en dient zichtbaar te blijven.</p> <p>Respecteren van de functioneel samenhangende onderdelen van de veenpolders.</p> <p>Meer verdichting in de vorm van bos is niet gewenst vanwege de zichtbaarheid van de langgerekte verkaveling en de herkenbaarheid van de open polder als geheel.</p>
<p>De grootschalige openheid van het Tsjúkemar en enkele veenweidegebieden.</p>	<p>Het is wenselijk dat enkele delen van het voorheen zeer open laagveengebied qua openheid behouden blijven in de oorspronkelijke opzet, met bijbehorende watererfgoed en bebouwing. Voor het Tsjúkemar in het bijzonder geldt daarbij het open houden van de meeroevers, dus geen verdichting in de vorm van nieuwe bebouwing en bos.</p>

<p>De lineaire bebouwing in samenhang met de sterke gerichtheid van de verkaveling.</p>	<p>De opstreekende verkaveling is het vertrekpunt bij ruimtelijke inrichting. Bij nieuwe ontwikkelingen rekening houden met de ontginningsbasis.</p> <p>Het behouden en versterken van het historische, op transport over water georiënteerde, bebouwingslint.</p> <p>Het stimuleren van nieuwe functies in de kleinschalige gebouwen met behoud van hun oorspronkelijke vorm en ligging in het veenontginningslandschap.</p>
<p>Het systeem van zeedijken en voormalige zeedijken, waarvan de IJsselmeerdijk/voormalige Zuiderzeedijk als bijzonder wordt beschouwd in dit dijkenstelsel.</p>	<p>Voor het dijkenstelsel van Friesland geldt dat dit beschermd moet worden. Hiervoor is het primair nodig dat de dijk haar oorspronkelijke functie behoudt en indien dat niet meer mogelijk is een nieuwe functie krijgt.</p>
<p>De dorpen met een sterke relatie met vaarten en meeroevers.</p>	<p>Versterken van de waterfronten en openbare oevers langs vaarten en meren en de bijbehorende gerichtheid op het water van bebouwing en openbare ruimte.</p> <p>Handhaven en verder ontwikkelen van de open loop- en zichtlijnen tussen de bebouwingslinten en het open water.</p> <p>In het geval van nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen in of bij de dorpen dient gebruik te worden gemaakt van de 'bouwstenen voor waterfronten en toegangspoor-ten'.</p>



## Bijlage 2: Stakeholders waarmee gesproken is bij de totstandkoming van de visie.

Organisatie	Persoon
Camping Elfbergen	Koot, Ton van de
Club van Aanjagers Tjûkemar	Heese, Frans
De Witte Burch	Wierda, Simon
Gemeente De Fryske Marren	Carpentier, Fiona
Gemeente Sud West Fryslân	Kersbergen, Barbera
OVRT	Zuidam, Nelly Keus, Peter
Ondernemersvereniging Terherne	Nagel, Louis
Provincie Friesland, Streekwurk	Gorkum, Wim van
Provincie Friesland	Kramer, Age
Recreatieschap Marrekrite	Groot, Corrie de Huisman, Eddy
SRM ZWF	Hoekstra, Sietie
Staatsbosbeheer	Blanksma, Karin Jong, Chantal de Kommer, Marjon