

## **Geslaagd watersportsymposium!**

13 mei jl. vond het watersportsymposium plaats. Met zo'n 60 aanwezigen vanuit diverse takken van watersport werd nagedacht over de toekomst en uitdagingen van de sector.

### **Zeeland, land in zee!**

Gedeputeerde Carla Schönknecht opende het symposium en schetste het belang van watersport voor onze provincie, de enige provincie met land in zee. We hebben een breed aanbod van mogelijkheden in de watersport, van duiken tot zeilen en van kiten tot surfen. Belangrijk is om voor dit brede aanbod ook voorzieningen te treffen, wat niet leidt tot verstoring van de natuur maar juist de natuur versterkt.

Zeeland is meer dan alleen zon, zee en strand. De omgeving van Zeeland nodigt ook uit tot sportieve activiteiten. Vanuit provinciaal beleid ligt daarom ook de focus op drie Zeeuwse kernsporten: wielersport, strandtransport en watersport. Binnen de watersport liggen nog voldoende kansen en uitdagingen waar we met elkaar naar op zoek gaan. Belangrijk is dat watersport voor iedereen toegankelijk en laagdrempelig is. Ook voor degene die nog niet zoveel ervaring hebben op het water. Het gaat juist om de beleving op en aan het water.

### **Ontwikkelingen in de sector**

Na de opening van Carla Schönknecht nam Rob Vrolijk van Projectbureau Vrolijk de aanwezigen mee in de ontwikkelingen van de sector. Zo gaat Rob in op de trend van vergrijzing, het imago dat watersport duur is en dat hiermee de drempel te hoog is en het groeiende aanbod wat tot leegstand leidt. Rob geeft een aantal adviezen voor de Zeeuwse watersport om de sector te stimuleren maar ook nieuwe doelgroepen aan te trekken. Zo is het belangrijk om te variëren; speel in op de motieven van de verschillende type gasten. Maak het aanbod ook laagdrempelig, iedereen kan watersporten. Belangrijk is ook om de kwaliteiten van je regio te erkennen, Zeeland heeft veel variatie in landschappen, maak hier gebruik van. In de presentatie van Rob kunt u de overige adviezen terugzien.

Na de presentatie van Rob werd de groep opgesplitst voor een werksessie waarin de kansen en uitdagingen voor de watersportsector in beeld werden gebracht. Iedere werkgroep heeft zijn eigen hoofdthema bedacht. Dit resulteerde in de volgende thema's: imago, doelgroep jongeren, veranderende gast en de doelgroep ouderen. Hieronder vindt u de uitwerkingen per thema.

### **Imago**

Het eerste thema is 'imago'; hoe kan het imago van de watersportsector verbeterd worden voor een brede doelgroep? De centrale vraag tijdens de uitwerking was: 'Hoe verkopen we ons product aan de consument?'. Dit wil zeggen aan zowel de toeristen maar ook aan de inwoners

De wens is om door middel van onderzoek meer zicht te krijgen op het gedrag van inwoners met betrekking tot watersport. Wat zijn de wensen en behoeften van de consumenten? Zowel degene die al varen maar ook degene die nog niet zoveel ervaring hebben binnen de watersport. Met de resultaten kan de sector naar de politiek om de toegevoegde waarde aan te tonen.

De groep geeft aan dat er kansen liggen cross sectoraal. Zo kan meer verbinding worden gelegd met de sector natuur. Duurzaamheid is een belangrijk aspect en dit kan de sector ook meer uitdragen. Ook zouden meer koppelingen gezocht kunnen worden met evenementen.

De watersportsector is een relatief jonge sector waar weinig begrip voor is op landelijk vlak. De botensector is bekend bij vele maar de nieuwe watersporten zoals kitesurfen worden vaak

onderbelicht. Tot slot kwam de suggestie om de benaming watersport te wijzigen naar waterrecreatie. We kunnen concluderen dat de waterrecreatie in Zeeland voldoende uitdagingen kent. Men komt tot de conclusie dat er actie nodig is om het imago te verbeteren. Om het product van de sector onder de aandacht te brengen en een goed imago te krijgen, is een lobby richting overheid én dus ook de inwoners nodig.

### **Doelgroep jongeren**

Een ander gekozen thema is 'doelgroep jongeren / meer instroom'. Eigenlijk was iedereen het er over eens dat de doelgroep uitgebreid moet worden, waarbij er vooral ook gekeken moet worden naar de jeugd.

Op de vraag wat men nodig heeft om deze doelgroep te bereiken wordt aangegeven dat het imago van de sector verbeterd moet worden. Zo geeft men aan dat het idee heerst dat de watersport duur is, dat je er veel tijd aan kwijt zou zijn (terwijl de jeugd juist snel wil sporten), maar ook dat het onbekend zou zijn. Dit zou opgelost kunnen worden door bijvoorbeeld de jeugd al via de scholen kennis te laten maken met de sport. Door media te gebruiken en bekendheid te geven aan de verschillende takken van watersport. Door watersport als topsport te promoten en diezelfde topsporters als rolmodel te stellen (à la Kiki Bertens voor de tennis). Of door de watersporter te ontzorgen (bijvoorbeeld door de verhuurde boot al opgetuigd klaar te zetten zodat men meteen weg kan varen).

Verder wordt aangegeven dat cross-overs belangrijk zijn om nieuwe watersporters aan te trekken. Bijvoorbeeld de mensen die aan het kamperen zijn op een camping bij het water, de mogelijkheid geven te watersporten. Door de jachthaven te laten samenwerken met het restaurant / café. En door de samenwerking op te zoeken met de natuur. Dit zou gerealiseerd kunnen worden door als ondernemer zelf de samenwerking op te zoeken, maar ook door met de overheden de mogelijkheden te bekijken.

Ook wordt gesproken over innovatie van de haven. Dit wordt over het algemeen nog als te oubollig gezien. Er zijn allerlei nieuwe technologische snuffjes. Hier zouden zowel de ondernemers zelf als de leveranciers (van bijvoorbeeld steigers) in mee moeten denken. Ook Impuls kan hier een rol inspeelen door zijn innovatievouchers. Overigens zijn deze vouchers bij geen van de ondernemers in deze groep bekend. Afgesproken wordt een flyer over deze vouchers mee te sturen met dit verslag.

Als laatste wordt ook aangegeven dat er voldoende ruimte moet zijn voor alle watersport. Hiervoor zou een samenwerking met de gemeenten, Provincie, Waterstaat en Ministerie nodig zijn en moet men concreet om de tafel om te bespreken wat er is, waar nog (uitbreidings-)mogelijkheden liggen of waar juist niet.

### **Veranderende gast**

Ook het thema 'de veranderende gast' is uitgewerkt, mede doordat het ook raakt aan de andere uitdaging 'beleving'. In de toekomst zal de gast steeds meer eisen. Ook is hij/ zij veel onafhankelijker, misschien wel individualistischer. Dit heeft effect op de watersportverenigingen omdat dit type gasten zich minder snel aansluit als lid bij een vereniging waar zij ook nog verschillende taken voor moeten uitvoeren. Hij/ zij is gebaat bij gemak en wil zo min mogelijk aanvullende werkzaamheden hoeven te doen. Dit type gast biedt vooral kansen voor de commerciële havens omdat hij/ zij bereid is om te betalen. Uiteraard is er ook een tegenbeweging, een ander type gast/ watersporter die wel bereid is deel te nemen aan activiteiten van de verenigingshavens etc.

Wat is hiervoor nodig? Bovenstaand type gast vraagt om andere informatie/ promotie. Een beurs zoals boot Düsseldorf is niet meer toereikend. De promotie zou grotendeels digitaal moeten gaan waarbij men inzicht krijgt in het delta gebied en kan inzoomen op de verschillende regio's. De informatie en dus promotie moet op gebiedsniveau worden uitgevoerd (gehele delta).

Toegankelijkheid van het gebied: doordat mensen niet meer een hele watersport carrière hebben doorlopen, moet de watersport toegankelijker worden gemaakt. Men stelt dat de drempel moet worden verlaagd. De sector (ondernemer) moet dit samen met de overheid bewerkstelligen.

Bestuurlijk draagvlak: als we als sector in willen zetten voor de watersport moet ook het gemeentelijk en provinciaal bestuur mee worden genomen.

### **Doelgroep ouderen**

Tijdens ronde drie van de werksessie is er door de deelnemers gekozen om het thema 'kansen voor ouderen' uit te werken. De eerste vraag die besproken werd was 'wat is nodig om te anticiperen op de kansen voor ouderen?' Hieruit kwam naar voren dat de kansen niet alleen bij de ouderen zelf liggen. Ook de jongere generatie biedt kansen voor ouderen. Zo is er een idee ontstaan in de werksessie om tijd, werk, geld en plezier te delen. Ouderen die zelf niet meer de boot kunnen onderhouden kunnen jongeren vragen om dit te doen. In ruil hiervoor krijgen zij dan ook een dagje de boot zodat zij zelf geen boot hoeven te kopen.

Een andere oplossing is bieden van comfort. Ouderen moeten makkelijk aan boort kunnen en de opstap moet niet te hoog zijn. Toegankelijkheid is belangrijk. Hieronder valt bijvoorbeeld ook het plaatsen van voldoende invalide toiletten. Verder zijn er ontwikkelingen nodig die het eenvoudiger maken voor ouderen om te varen. Bijvoorbeeld onderdelen vervangen voor elektrische onderdelen waardoor varen of het onderhouden van de boot minder zwaar wordt.

Om ouderen enthousiast te maken moet zij weten hoe leuk varen kan zijn. De oplossing hiervoor is het delen van ervaringen. Het delen van ervaringen betekend in dit geval niet dat mensen vertellen hoe leuk varen is maar dat mensen andere mensen uitnodigen om mee te gaan varen. Volgens de deelnemers is dit de beste manier om andere te laten ervaren hoe het is om te varen/zeilen. Ervaringen zouden ook gedeeld kunnen worden op bijvoorbeeld een speciaal georganiseerde watersport dag.

Vervolgens werd de vraag gesteld: wie speelt welke rol bij het stimuleren van de kansen voor ouderen? Uit de sessie kwam naar voren dat vooral de overkoepelende organisaties een rol kunnen spelen. Zij moeten positief zijn, vooruitkijken, trots zijn en dit allemaal overbrengen op de ondernemers en op de ouderen. Verder zou de overheid bijvoorbeeld een deel van de waterbelasting aan de watersport kunnen geven. Hierdoor kan er geïnvesteerd worden in watersport activiteiten en onderhoud van de gebieden. Ook berichtgeving is belangrijk. De gemeentes moeten (volgens de deelnemers) vaker informatie verschaffen over wat er allemaal speelt.

Het symposium werd afgesloten met een rondleiding door de jachthaven.

### **Vervolg**

De resultaten van de werksessies wordt als input gebruikt voor een actieprogramma voor innovatie- en ontwikkelingsmogelijkheden voor de watersportsector waar de Toeristische Uitvoeringsalliantie (samenwerking van Economische Impuls Zeeland, Kenniscentrum Kusttoerisme en VVV Zeeland) mee aan de slag gaat.

We bedanken alle deelnemers voor hun komst en blijven graag met jullie in contact voor het vervolg!