

Beste mensen,

Gisteravond heb ik in de commissie Samenleving/Middelen het volgende kunnen/willen zeggen n.a.v. agendapunt 06 : “Voorstel tot het vaststellen van de visie op toeristische streekpromotie en gastheerschap” . Deze commissievergadering was overigens raadsbreed, dus werd door de gehele raad gevolgd. Ik heb geprobeerd dit verhaal in zijn geheel te vertellen. Dat is mij niet gegund. Ik heb ongeveer 80 tot 90% kunnen vertellen en werd toen definitief afgebroken en moest komen tot mijn vraagstelling . De boosheid en verontwaardiging bij veel raadsleden was inmiddels groot. De feiten mogen kennelijk niet genoemd worden. Er vielen woorden als “ dit kan niet” en “schandalig”. Dat zoek ik verder nog uit. Voor wie het niet gevolgd heeft. Je kunt het terug horen (en tegenwoordig ook zien) bij de geluidsopnames van de gemeenteraadsvergaderingen. (commissie S/M 20-04-2021). Ik wil jullie het gehele verhaal niet onthouden. Bij deze.

**Dick van Heijst
fractie-assistent SP Sluis**

Voorop gesteld: het toerisme is van levensbelang voor deze streek. Het is inderdaad dé economische pijler van de gemeente Sluis. Het zorgt voor veel inkomsten en werkgelegenheid.

Maar toerisme moet gedragen worden door de eigen inwoners. Daar zijn ze in steden als Amsterdam, Barcelona etc. inmiddels ook al achter gekomen en hier is dat even zo belangrijk.

Maar wij gaan toch even op de stoel van de inwoner van West-Zeeuws-Vlaanderen zitten, die ons en jullie gekozen hebben om hen hier te vertegenwoordigen om voor hun belangen op te komen en dat over een klein jaar opnieuw zullen doen met in het achterhoofd wat wij van onze beloften waargemaakt hebben.

Wij hebben dan toch wel iets op te merken over deze visie.

Van die inwoners en ook van ons wordt in deze visie verwacht dat wij ambassadeur zijn voor onze regio en dat willen wij toch even met jullie doornemen.

Er wordt gesteld dat de visie enkel ingaat op de promotie van de streek. Bredere ontwikkeling is verwoord in Krachtig Verbonden. Uitvoering is volgend op de visie en is werk van specialisten. Verder en ook in het voorwoord van de

wethouder lees ik dat: “ wij ons in de uitvoering aan deze specialisten gaan verbinden. “

In de visie zijn wel de kaders gezet. En daar willen wij het dan ook over hebben.

Dat werpt al de eerste vragen op.

1. **Wie schrijven dit rapport?**
2. **Wie zijn de stakeholders die gehoord zijn? Ja ik zie er 6 genoemd in bijlage 3, maar door wie werd de bevolking vertegenwoordigd?**
3. **Wie zijn de specialisten, waaraan wij ons in de uitvoering aan gaan verbinden.**
4. **In hoeverre speelt de Taskforce Promotie en Marketing (thans Transitiewerkgroep) straks ook nog een rol in die uitvoering?**

In 3.1. Onder Waardevol Toerisme lezen wij de volgende zinsnede:

“Je kunt je in het productaanbod focussen op een bepaald soort toerist en zorgen dat de één wel komt en de ander niet”. Er staat wel dat je door je op de één te concentreren, de andere groep niet moet uitsluiten, maar enkele zinnen verder staat : “door het slim in te richten kunnen minder toeristen ook voor meer inkomsten zorgen”.

5a. Bent u het met mij eens dat dit in Cadzand Bad goed gelukt is. Daar heeft de gewone man al niets meer te zoeken. Dat is alleen nog voor de rijken.

En daarmee is Cadzand Bad voor de eigen bevolking al om zeep gebracht. Voor de eigen bevolking is er geen plaats meer. Nog even en er woont geen mens meer permanent en staat het in sommige delen van het jaar misschien leeg.

Zorgen dat de één wel komt en de ander niet is ook gelukt bij al die trouwe stacaravanhouders, die te horen kregen dat ze binnen een jaar moesten verdwijnen van hun camping. Dat was een geweldige kapitaalsvernietiging voor veel mensen. Daar stond geen enkele compensatie tegenover. En dit allemaal onder de noemer van kwaliteitsslag.

Misschien hebben jullie gisteren in Radar dan ook gehoord welke schandalige prijzen er voor die “ plaatsvervangende recreatie eenheden” gevraagd worden. Dus ook hier: alleen nog toegankelijk voor de mensen met een dikke beurs.

Vraag 5b:

Bent u het met mij eens dat wij voor heel veel mensen, die ons willen bezoeken, door ondernemers als Roompot, want die werd in Radar genoemd, uit de markt geprijsd worden?

Dat heet dan waardevol toerisme. En we lezen dan verder : *promotie en marketing zijn dan één van de middelen om dit gedachtengoed van waardevol toerisme te bewerkstelligen.*

En hoe breng je dat in relatie met de groei van het toerisme van 56% die er voor 2030 verwacht wordt en de gevolgen voor en de beleving van de eigen inwoners.

- hoe vertel je dat aan de bewoners van Boerenhol, Groede en de St. Bavodijk te Nieuwvliet, waar de problemen nu al heel groot zijn. Door de aanleg van Waterdunen is een belangrijke aan- en toevoer weg komen te vervallen. Dit probleem wordt telkens maar vooruit geschoven. Wat te denken bij een calamiteit onder de kust, waarbij brandweer, ambulances politie en toeristen in het hoog seizoen allemaal over één en dezelfde weg moeten?
- hoe vertel je dat aan je kinderen, die geen betaalbare woningen meer kunnen kopen in het gebied waar ze o zo graag nog zouden willen wonen?
- hoe vertel je het de bewoners, die nu al door feestende toeristen in hun broodnodige nachtrust gestoord worden en de andere dag brak naar hun werk vertrekken?

Dit rapport wordt geschreven vanuit een bepaald optimisme, maar soms ook vanuit een bepaald cynisme en met een o zo losse pols.

Enkele voorbeelden:

Onder 5.2. lezen wij dat :

- Aardenburg wordt gebombardeerd tot cultuurstad op basis van één dag een uitvoering van de Matthäus - Passion en om de twee jaar het Kunsten Festival. Breskens heeft het maritieme DNA op basis van drie dagen Visserijfeesten.
-

Onder 4.3. Onderscheidend vermogen lezen we over de Positioneringspyramide en dan bij de Specialty (aantrekkelijke producten, die het onderscheidend vermogen en de transacties van de volume producten en diensten versterken)

- de verdronken Zwarte Polder
- de donkere nachten en heldere sterren

Die worden nu beide door Roompot daar juist, in de Verdronken Zwarte Polder, om zeep geholpen. Dat noem ik cynisme. Hoe durf je ?

En dus nogmaals de vraag : Wie o wie schrijven dit? We hebben er maar één benaming voor: kretelogie.

Daar valt o.i. ook de opmerking over ons Zeeuws en Vlaams zijn in 4.1. onder. Telkenmale wordt er een appèl gedaan op het bourgondisch vermogen van onze Zuiderburen. Dan gaat het over hun culinair vermogen, alsof we allemaal aan tafel aanschuiven bij Sergio. Maar bij dat Vlaamse hoort ook dat ze van de Panne tot aan Knokke hun kust versteend hebben en de slimme Belgen, die daar al snel achter waren en daar ook kwaad over spraken, zochten hun heil bij ons, waar

rust en uitwaaien op nummer 1 stond en voor de toerist nog staat. (85 % komt voor het strand om uit te waaien).

Helaas namen ze hun projectontwikkelaars mee. Dat zit ook in hun DNA en daarvan zien we ook de resultaten in Cadzand-Bad.

En ja ik ga aan mijn afronding beginnen:

In 4.7.3. We zijn gastvrij staat:

“Onze inwoners zijn onze eerste ambassadeurs. We laten zien wat de meerwaarde is van toerisme en hebben oog voor de zorgen van de inwoners. We zorgen ervoor dat de inwoners ook hun eigen regio leren kennen en hier zelf in kunnen recreëren.”

Met dit alles gezegd hebbende vragen wij ons af hoe wij onze streek nog moeten leren kennen. Hier spreekt toch wel enige minachting uit.

We vragen ons eerder af hoe wij als inwoners onze streek nog moeten en kunnen herkennen voor het 2030 is.

En het gaat verder met:

“Zo verbinden wij ze aan de regio en maken ze trots op de regio. We stimuleren en faciliteren onze inwoners om deze trots uit te dragen “

Hoe zo faciliteren en stimuleren en nogmaals wie schrijven dit en hoe is het gesteld met hun verbinding met de inwoners?

Wat kunnen we nog verwachten nu de kust volgebouwd is en de begerige blikken steeds meer gericht worden op het achterland?

U begrijpt dat voor ons en met ons vele van die inwoners, die nogmaals op u en ons stemden de grootste moeite hebben om de rol van ambassadeur op zich te nemen en dus pleiten wij voor het volgende (een advies)

- Ga terug naar de tekentafel en maak een plan, waarin niet alleen de belangen van de toerist aan bod komen, maar waaruit ook het oog voor de zorgen van de bewoners uit blijkt. Combineer verkeersveiligheid, ontsluiting, bereikbaarheid, ook openbaar vervoer en wonen voor de eigenbevolking én de groei van het toerisme in één visie, waarin de oplossingen voor deze problemen aangegeven worden. Als de belangen van onze bevolking geborgd zijn, kom dan terug bij ons en de bevolking om te vragen of we ambassadeur willen zijn voor deze streek.

En wacht niet tot het moment waarop de bevolking niet meer die vriendelijke bevolking wordt, waarvan in deze visie gewag wordt gemaakt en wiens draagvlak je heel hard nodig hebt. Als dat stuk er komt, krijgen wij misschien het leesgenot wat de wethouder ons toewenst in zijn voorwoord van deze visie. Een leesgenot dat voortkomt uit een evenwichtige balans tussen de belangen van de ondernemers en die van de bevolking. Daar zouden wij trots op kunnen zijn.

Ja, inderdaad onder 3.1.2. Visiedocument Krachtig Verbonden staat één en ander over onze zorgen verwoord. Maar wij vinden dat daar tot nu toe weinig van terecht gekomen is. Papier is zeer geduldig.

Dick van Heijst

Fractie-assistent SP Sluis

(grotendeels kunnen uitspreken in de raadsbrede commissie vergadering Samenleving/Middelen van dinsdag 20 april 2021).