

Ons strand

Strandvisie Delfzijl



Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, mei 2022

Opdrachtgever

Gemeente Eemsdelta
Contactpersoon Gerrie Nienhuis

Auteurs

Drs. T. Lycklama à Nijeholt (Tinco)
E.H. van der Woude (Edwin)
N. Sonderen (Natasja)

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Jansbuitensingel 30
6811 AE Arnhem
Tel: 06 5338 3550
Mail: lycklama@ruimteenvrijetijd.nl

In samenwerking met

LAOS landschap, Mathijs Dijkstra

Foto's

www.thuisindelfzijl.nl
www.eemsdollard2050.nl
Beeldbank Marketing Groningen
Gemeente Eemsdelta | Eemsdeltadrones
Eemskrant
LAOS Landschapsarchitectuur



Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	5
1.1	Aanleiding.....	5
1.2	Doel en context.....	5
1.3	Leeswijzer.....	5
2	Input stakeholders.....	7
2.1	SWOT op basis van stakeholdersgesprekken.....	7
2.2	Conclusie.....	8
3	Analyse vrijetijdseconomie.....	11
3.1	Analyse verzorgingsgebied.....	11
3.2	Strandbeleving en kansrijke doelgroepen.....	14
3.3	Marktverkenning horeca.....	15
3.4	Trends en ontwikkelingen.....	17
3.5	Synergie strand en centrum.....	19
3.6	Referentiegebieden.....	21
4	Doorontwikkeling strand Delfzijl.....	24
4.1	Uitgangspunten doorontwikkeling.....	24
4.2	Voorkeursvariant.....	25
4.3	Uitnodigingskader.....	26
4.4	Ruimtelijke kaders.....	27
4.5	Projectteam en stuurgroep.....	32
	Bijlagen.....	33
	Bijlage 1: Gesprekspartners.....	33
	Bijlage 2: Leefstijlvinder.....	34
	Bijlage 3: Aantrekkelijkheid horeca voor leefstijlen.....	36
	Bijlage 4: Horecabeleving kansrijke doelgroepen.....	37





1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het op de zee gerichte karakter van de havenstad Delfzijl raakte verloren door grootschalige industrialisering in de tweede helft van de vorige eeuw. Door het project Marconi Buitendijks is het stadscentrum van Delfzijl weer verbonden met de Waddenzee. De kust bij Delfzijl kreeg in de afgelopen jaren een nieuw gezicht en vormt nu een aantrekkelijke toegangspoort naar het Werelderfgoed Waddenzee. Daarvoor werd de zeedijk landinwaarts verlegd waardoor een stadsstrand van 2,3 hectare kon worden gerealiseerd. Een nieuwe brug verbindt het strand en boulevard met het naast gelegen stadscentrum.

Bovenstaande tekst (bron: Eemsdollard2050.nl) geeft de gigantische inspanningen weer die de in de afgelopen jaren zijn verricht. Het schetst tevens de situatie die in deze visie centraal staat: een nieuw aangelegd stadsstrand met toeristisch-recreatieve potentie, gelegen tussen Unesco Werelderfgoed Waddenzee en het stadscentrum van (havenstad) Delfzijl. Deze ontwikkelingen zijn niet onopgemerkt gebleven en initiatiefnemers tonen interesse. Dit roept nu de vraag op: wat willen we eigenlijk met de ontwikkeling van het 'stadsstrand' en wat zijn passende initiatieven? Deze strandvisie geeft aan welke ontwikkeling wenselijk en kansrijk is en helpt in de beoordeling van plannen, met als doel een passende gezamenlijke ontwikkeling van het strand Delfzijl.

1.2 Doel en context

1.2.1 Doel

Het doel van is om te komen tot een onderbouwde visie op de wenselijke en kansrijke toeristisch-recreatieve ontwikkeling van het stadsstrand Delfzijl,

alsmede een ruimtelijk en economisch kader op hoofdlijnen voor de beoordeling van initiatieven.

1.2.2 Opdracht

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd heeft de gemeente Eemsdelta ondersteund in het opstellen van deze strandvisie. Een visie met een toeristisch-recreatieve invalshoek die:

- Bijdraagt aan de kwaliteit van de leefomgeving;
- Bijdraagt aan de economische ontwikkeling van het gebied;
- Uitgangspunten geeft voor de (door)ontwikkeling van het strand;
- Kaders geeft aan initiatiefnemers over wat wenselijk en kansrijke ontwikkelingen zijn, passend bij de karakteristieken van het gebied en haar (bestaande) aanbod;
- Goede betrokkenheid kent bij stakeholders.

Voor de ruimtelijke kaders, uitgangspunten en visualisatie is de samenwerking gezocht met LAOS; een bureau voor landschapsarchitectuur.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zijn de uitkomsten van de gesprekken, gevoerd met diverse stakeholders, opgenomen en verwerkt tot een SWOT. Hoofdstuk 3 geeft de uitkomsten weer van de analyses van de vrijetijdseconomie, die relevant zijn voor de strandontwikkeling.

In Hoofdstuk 4 zijn de uitkomsten van gesprekken, analyses en verwerkt tot uitgangspunten voor de doorontwikkeling van het strand en haar omgeving en is een voorkeursvariant beschreven die de basis vormt voor de strandvisie. Tevens is hier een uitnodigingskader opgenomen waar is aangegeven binnen welke ruimtelijk – economische kaders initiatieven kunnen plaatsvinden.





2 Input stakeholders

De visie en opvattingen van direct betrokken stakeholders vormen belangrijke input voor de totstandkoming van deze strandvisie. Om deze te verzamelen hebben we 12 gesprekken gevoerd met in totaal 18 verschillende stakeholders. De gesprekken hebben zowel online als, telefonisch als fysiek plaatsgevonden. In Bijlage 1 zijn alle gesprekpartners weergegeven.

In dit hoofdstuk zijn de uitkomsten van de gesprekken verwerkt tot een SWOT. Hierin hebben we de meest relevante sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen weergegeven. Aansluitend hebben we deze elementen in samenhang beschouwd en conclusies beschreven. Deze hebben op hun beurt weer de input gevormd (samen met de uitkomsten van hoofdstuk 3) voor de uitgangspunten van de strandvisie.

2.1 SWOT op basis van stakeholdersgesprekken

Sterktes

- Enthousiasme, positieve basishouding en trots bij bevolking en ondernemers. Er is een positief momentum. Strand wordt gezien als aanwinst voor Delfzijl, vanwege de landschappelijke kwaliteit en recreatieve mogelijkheden die dit biedt.
- Er bestaat een positieve grondhouding van overheden (gemeente, waterschap en Rijkswaterstaat) ten aanzien van recreatief gebruik van het strand en de omgeving.
- Het bestaan van een professionele regiomarketing (Top van Groningen) is een sterkte voor de vermarkting en/of integratie van het strand in de promotie van het gebied.
- Het strand is goed bereikbaar; te voet, per fiets, auto en met het OV;
- Het strand past goed in de maritieme positionering van Delfzijl. Het profiel versterkt het beeld van het strand en vice versa.

- Verbinding met de natuur en in het bijzonder Wereld Erfgoed Waddenzee is bijzonder en vanzelfsprekend verbonden aan het strand.
- In de nabijheid van het strand zijn verschillende faciliteiten die gecombineerd (dag)bezoek aan Delfzijl aantrekkelijk kunnen maken (station, parkeergelegenheid, nieuwe wandel- en fietsbrug, stadscentrum, museum, horeca, fiets- en wandelmogelijkheden, camperplaatsen, etc.).

Zwaktes

- Er wordt beperkte capaciteit verondersteld in het onderhoud en beheer van het strand door de lokale overheid.
- Relatieve onbekendheid van de aanwezigheid van het strand en het (van oudsher) imago van Delfzijl in de direct omgeving.
- Relatief geringe oppervlakte van het strand beperkt de mogelijkheden van faciliteiten op het strand.
- De zwemmogelijkheden zijn matig, vanwege de getijdenwerking (vooral bij laagwater). Daarbij is de bodem erg slikkig.
- Op dit moment ontbreekt de synergie in het aanbod in Delfzijl; het strand, de jachthaven, boulevard, industriële haven, bestaande horeca, museum, wandel- en fietspaden, stadscentrum, parkeergelegenheid, camperplaatsen en station worden nog als losse elementen ervaren.
- Het ontbreekt aan iets unieks, beleving, iets dat je alleen in Delfzijl op of bij het strand kan zien/doen.
- In de basis is het strand voor dagrecreatie aantrekkelijk voor inwoners, direct omwonenden en verblijfsrecreanten in en rond Delfzijl – dus mensen uit de stad Groningen zullen het strand niet snel bezoeken.
- Maximale peilverschil van 5 meter maakt realisatie van voorzieningen nabij het water uitdagend.
- (Gebrek aan) voldoende daadkracht bij de gemeente die de ambities met recreatie op het strand ook daadwerkelijk realiteit moeten gaan maken.



Kansen

- Verzilveren kansen van toenemende behoefte aan buitenrecreatie, kwaliteiten Marconiproject en het faciliteren hiervan door recreatieve voorzieningen op strand Delfzijl.
- Naast het aantrekkelijker maken van de leefomgeving van de inwoners en direct omwonenden van Delfzijl, ziet men in de ontwikkeling van het strand een kans in het aantrekken van nieuwe doelgroepen (vooral jonge gezinnen en jongeren uit en rond Delfzijl) voor dagrecreatie.
- Er wordt ook kans gezien om Delfzijl en omgeving aantrekkelijker te maken door de aanwezigheid van het strand (en de verbinding met de Wereld Erfgoed status van het Waddengebied) voor verblijfsrecreatie. Daarbij ook kijkend naar de Duitse markt in de grenstreek.
- In de toevoeging van voldoende speelmogelijkheden met een hoge attractiewaarde voor kinderen wordt een kans gezien om het strand aantrekkelijk te houden/maken voor kinderen (ook bij laagwater).
- Ontwikkeling van horeca en kleinschalige strand gerelateerde detailhandel aan de randen van het strand.
- Vooral ook gebruik maken van de unieke kwaliteiten van het gebied zoals recreatie op het water (zoals rondvaarten naar Duitsland, de zeehonden, zandplaat de Paap) en sliksleeën.

Bedreigingen

- Strand Delfzijl is een publieke ruimte waarbij de exploitatie, bijvoorbeeld door horeca, mogelijk afbreuk doet aan dit publieke karakter.
- Nieuwe horeca kan kannibaliserend werken op bestaande horeca. Afstemming op en met bestaande horeca is gewenst.
- Het niet centraal controleren/beheren van aanbod, kwaliteit en uniformiteit wordt als bedreigend gezien. De overheid (gemeente) zou in de lead moeten blijven.
- Investerings in horeca zijn waarschijnlijk moeilijk terug te verdienen uit de exploitatie, wanneer die op deze plek niet jaarrond mag plaatsvinden.

- Er is een matige economische draagkracht van de inwoners en direct omwonende. Daarbij is het niet zo gebruikelijk (zoals in andere delen van het land en de stad Groningen) om buiten de deur te eten.

2.2 Conclusie

Positieve houding strandontwikkeling

In het algemeen geldt een zeer positieve basishouding van de gesprekspartners. Men ziet het nieuwe strand en de brug vanaf het centrum naar het strand als een aanwinst voor Delfzijl. In de ogen van de gesprekspartners geeft het meerwaarde aan de leefomgeving en geeft het veel (economische) mogelijkheden voor het aantrekken van dagbezoeken en mogelijk zelfs verblijfsrecreanten.

Kansen voor strandontwikkeling

Op basis van de gevoerde gesprekken identificeren we de volgende kansen en uitdagingen voor de strandontwikkeling Delfzijl:

1. **Benut de bijzondere kwaliteiten van het strand.** De beperkte zwemmogelijkheden (door laagwater en ook door seizoens- en weersinvloed) pleiten voor het toevoegen van beleving op het strand (speeltoestellen, vlonderpad, horeca, kleinere evenementen) en op het water (rondvaarten, bezoek aan de Paap, sliksleeën) waardoor de aantrekkelijkheid van het verblijf op het strand (ook wanneer niet gezwommen kan worden) vergroot wordt. Strand Delfzijl is geen Noordzeestrand, en wil dat ook niet worden. Juist met deze accenten wordt Delfzijl een strand dat haar eigen bijzondere kwaliteiten uitvergroot. Het is verstandig de communicatie en promotie hierop ook af te stemmen.



2. **Zorg voor een goede basis in de publieke voorzieningen**, het beheer en onderhoud. Het strand en de omgeving moet aan de basiswensen van de bezoekers voldoen: het moet altijd schoon en veilig zijn, je moet het gemakkelijk kunnen bereiken en er moet (schone) toiletten zijn.
3. **Horeca**. Vrijwel iedereen is ervan overtuigd dat het een goede zaak is om horeca toe te voegen. Alleen is de vorm waarin niet eenduidig. Er lijkt een voorkeur te bestaan om, vanwege de beperkte omvang van het strand, niet een grootschalige gelegenheid op het strand toe te staan, maar eerder voor aanbod aan de randen en op de dijk. Daarbij wordt ook aangemerkt dat er al horeca in de nabijheid van het strand aanwezig is. Hiermee moet rekening worden gehouden; ook om te voorkomen dat het aanbod sneller groeit dan de vraag en het de bestaande horeca kannibaliseert¹. Er bestaan daarbij ook twijfels over de economisch levensvatbaarheid, zeker wanneer investeringen uit de exploitatie terugverdiend zullen moeten worden.
4. **Balans publiek privaat**. De uitbreiding van het strand biedt tot 2,5 hectare biedt extra kansen om voorzieningen te accommoderen, en de recreatieve ambities waar te maken. Echter vanwege het publieke karakter is aandacht nodig voor de verhouding publiek – privaat alsmede de landschappelijke inpassing van bijvoorbeeld een restaurant en andere voorzieningen.
5. **Synergie strand en omgeving**. Wat eveneens regelmatig ter sprake is gekomen is het verband tussen de verschillende elementen in Delfzijl. Deze ontbreekt in ogen van veel gesprekspartners. Door

aandacht te besteden (in ruimtelijke zin en/of door visualisatie en/of bewegwijzering) kunnen jachthaven, boulevard, industriële haven, bestaande horeca, museum, wandel- en fietspaden, stadscentrum, parkeergelegenheid, camperplaatsen en station met elkaar worden verbonden. Dit maakt een bezoek aantrekkelijker en stelt partijen meer in staat om collectief te profiteren van het (strand)bezoek.

6. **Promotie**: Het imago van Delfzijl en de onbekendheid van het strand in Delfzijl verdienen eveneens aandacht. Hieraan moet in de (regio)promotie van Eemsdelta en specifiek Delfzijl aandacht worden besteed. De voor de hand liggende partij om dit op te pakken is Top van Groningen. De gedachten over de meest kansrijk doelgroepen lopen uiteen. In eerste instantie is het strand geschikt voor inwoners en direct omwonende. Daarbij wordt veelal aan jongere jeugd gedacht al dan niet met hun ouders. De aantrekkelijkheid van het gebied voor doelgroepen van verder weg wordt verschillend ingeschat. Wel is duidelijk dat een uniek of in-het-oog-springend beleefelement voorwaardelijk is voor het vergroten van de aantrekkelijkheid voor deze groepen.
7. **Centrale regie**. Zorg (als lokale overheid) voor centrale regie op de vervolgstappen van de strandontwikkeling. Dit met het oog op het op de kwaliteit en de uniformiteit in de uitstraling van de publieke ruimte en de voorzieningen. Betrek hierbij de relevante stakeholders waarmee de ontwikkeling moeten worden afgestemd.

¹ In bijlage staat weergegeven welke horecabeleving juist van toegevoegde waarde is.



3 Analyse vrijetijdseconomie

In dit hoofdstuk staan de volgende analyses (op basis van deskresearch) centraal, die inzicht geven in:

- Het verzorgingsgebied (3.1);
- De strandbeleving en kansrijke doelgroepen (3.2);
- Marktverkenning horeca (3.3);
- De toeristisch-recreatieve potentie vanuit trends (3.4);
- Kansen voor synergie met het centrum (3.5).

3.1 Analyse verzorgingsgebied

Welke ambitie mag het Strand Delfzijl hebben? Gaan inwoners uit de stad Groningen hierin de toekomst heen, of is het vooral bedoeld voor de eigen inwoners van Eemsdelta? Om die vraag te kunnen beantwoorden kijken we wat een realistisch verzorgingsgebied is. Hiervoor hebben we twee analyses uitgevoerd:

- Analyse van de reisbereidheid;
- Analyse van nabijheid concurrerend strandaanbod.

3.1.1 Analyse van reisbereidheid

In tabel 3.1 staat de reisbereidheid weergegeven. Uit de tabel blijkt dat het verzorgingsgebied samenhangt met het type activiteit dat zal worden aangeboden op strand Delfzijl.

Tabel 3.1 Reisbereidheid per activiteit (Bron: zie onder de tabel)

Activiteiten	Reisbereidheid
Cirkel 1: lokaal	
Zwemmen in een buitenzwemplek of openluchtzwembad ²	7,5 km
Cirkel 2: bovenlokaal	
Bezoek aan natuur- of recreatiegebied ³	15,0 km
Wandeling voor plezier	21,2 km
Uit eten (lunchen, dineren etc. in een horecagelegenheid)	22,9 km
Op terras zitten	23,4 km
Recreëren aan water (zee / meer/ rivier/ plas/e.d.) ⁴	24,3 km
Cirkel 3: regionaal	
Sportevenement (deelnemer of toeschouwer)	26,4 km
Festival of evenement (muziek-, kunst / cultuur en/of culinair)	27,1 km

Bron: ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO), NBTC-NIPO research, 2018 (tenzij anders vermeld).

3.1.2 Analyse van concurrerend strandaanbod

In de directe nabijheid van het Strand Delfzijl zijn vier andere officiële zwemplekken in open water, zie figuur 3.1. Twee hiervan liggen in de gemeente bij Termunterzijl: De Eems en het Zeestrand Termunterzijl. De twee andere zwemplekken zijn bij het Schildmeer en Proostmeer. Op het Schildmeer na, zijn het relatief kleine zwemlocaties, met een maximum van

² Bron: Buitenzwemwater in de gemeente Utrecht, Karin Wezenberg-Hoenderkamp & Corry Floor, 2020.

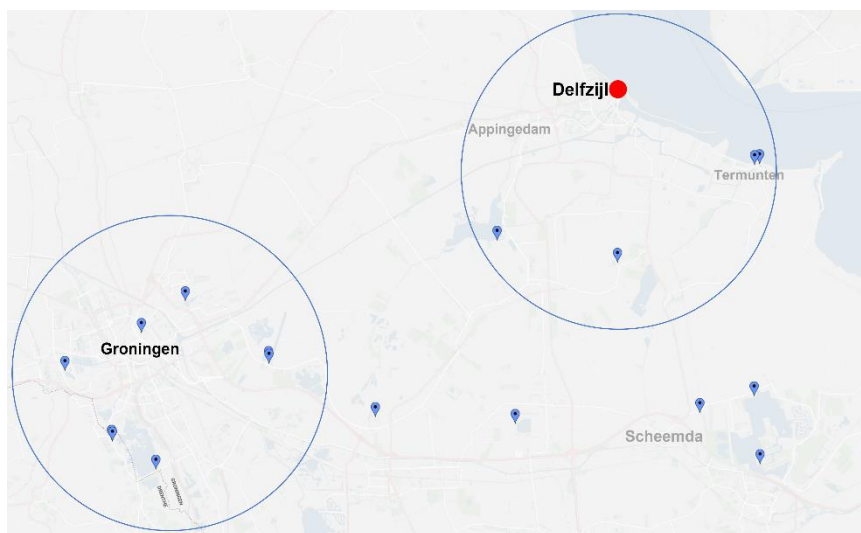
³ Bron: Toolkit Natuurbeleving, Bureau voor Ruimte & vrije Tijd, 2016.

⁴ Bron: ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO), NBTC-NIPO research, 2015.



ongeveer 100 bezoekers op een zomerse dag en weinig tot geen (extra) voorzieningen⁵. Het Schildmeer is een uitzondering, hier komen op een drukke dag maximaal zo'n 2.500 bezoekers. Dit (hogere) bezoekaantal kan ook te maken hebben met het vakantiepark nabij en het feit dat er een sfeervol, eigentijds paviljoen is en een jachthaven. Naar het noorden en westen toe zijn er geen open zwemwaterlocaties aanwezig. Dit betekent dat vooral het Schildmeer een concurrerende zwemwaterplek is, maar gezien de (grote) behoefte aan zwemwater en strand, overstijgt de vraag het aanbod.

Figuur 3.1 Concurrerend strandaanbod nabij Delfzijl en nabij Groningen



Die grote behoefte blijkt uit het feit dat ca. 26% van de mensen één of meerdere keren per jaar een strand bezoekt. Alleen al voor de inwoners van de gemeente Eemsdelta (ca. 45.000) betekent dat een omvangrijke doelgroep van bijna 12.000 potentiële strandbezoekers. Zelfs als het puur om

zwemmen gaat, blijkt uit onderzoek dat 6% op een zomerse dag een zwemwaterlocatie bezoekt; dat betekent 2.700 potentiële zwemmers. Met de strandontwikkeling in Delfzijl wordt dus aangesloten op een omvangrijke behoefte. Echter, deze groep kan ook naar het Schildmeer gaan en hoe dichterbij de stad Groningen, hoe aannemelijker het is dat de stranden/zwemwateren daar worden opgezocht.

Nabij de stad Groningen zijn in totaal elf officiële zwemwaterlocaties op zes plekken aanwezig, in de stad zelf (stadsstrand), maar ook bij de verschillende recreatieplassen, het Paterswoldse meer en het Zuidlaardermeer. Deze zwemplekken kennen vaak een relatief hoog voorzieningenniveau. De inwoners in en nabij Groningen vinden dus in de nabijheid voldoende en ook aantrekkelijk aanbod aan strand en zwemwater.

Het strand Delfzijl onderscheidt zich natuurlijk wel van de binnenwateren doordat het een strand aan de Waddenzee (Eems) is. Toch is het niet aannemelijk dat de meeste bezoeken uit Groningen naar Delfzijl zullen komen. Voor reguliere activiteiten (zwemmen, recreëren aan water, horecabezoek, watersport, etc.) is er dichterbij ook aantrekkelijk aanbod. Echter voor speciale activiteiten en voorzieningen (bijvoorbeeld een evenement) of een combinatie van activiteiten kan een dagje Delfzijl zeker worden overwogen.

3.1.3 Conclusies verzorgingsgebied

Een **bovenlokaal verzorgingsgebied** (groene cirkel, zie figuur 3.2) lijkt het meest realistisch voor de strandontwikkeling Delfzijl. Let op, deze cirkels zijn geen harde grenzen, maar geven aan waar naar verwachting de meeste bezoekers (bezoeken) vandaan zullen komen, gezien voor het geplande strand- en zwemaanbod.

⁵ Bron: zwemwaterprofielen op www.zwemwater.nl.

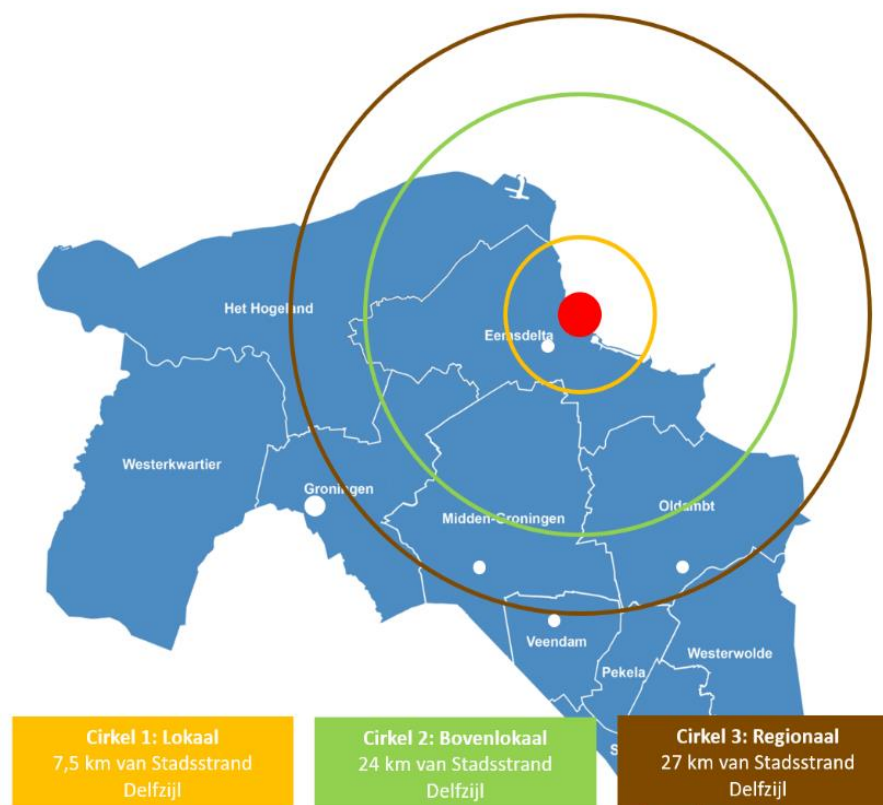
Hieronder staan de argumenten hiervoor beschreven:

- De ambitie van de gemeente met de strandontwikkeling omvat meer dan een zwemplek alleen. Het zwemomstandigheden zijn ook niet het meest ideaal; de bodem is slikkig en de Eems kent een sterke getijdenwerking. Juist recreëren aan water (bijv. zonnen), een wandeling in de natuur, uitzicht op de Eems (Waddenzee) en een bezoek aan horeca zullen eerder de leidende motieven zijn. Het lijkt dan ook een realistische ambitie om met het strand een bovenlokaal verzorgingsgebied te bedienen, met een straal van ca. 24 kilometer. Kortom, de ontwikkeling richt zich op de inwoners in Eemsdelta en de dagbezoekers uit omliggende gemeenten. Ook de verblijfstoerist in dit verzorgingsgebied is hiermee tevens een belangrijke doelgroep, waar actief op kan worden ingezet. Met evenementen en festivals kan dit verzorgingsgebied nog worden uitgebreid.
- De cirkels van het verzorgingsgebied geven het bereik aan voor potentiële bezoekers. Deze zullen niet allemaal naar strand Delfzijl komen. Allereerst omdat niet alle inwoners van een strandbezoek houden of dit ondernemen (zie paragraaf 3.2 over doelgroepen en strandbeleving). Ook is er sprake van concurrerend aanbod vooral in de regio Groningen, met bijbehorende attractieve voorzieningen. Dus wanneer recreanten in dit verzorgingsgebied dichterbij een zwemplek (strand), restaurant of evenement kunnen vinden, van gelijke kwaliteit, zal de kans groot zijn dat recreanten dat aanbod overwegen en kiezen. Daar staat tegenover dat het strand Delfzijl een onderscheidende plek is. Het is wel van belang om die unieke en onderscheidende kwaliteiten goed beleefbaar te maken. Dat betekent dat er ambitie mag worden getoond en worden ingezet op een goed voorzieningenniveau met voldoende attractiewaarde, dus meer dan zwemmen alleen en met meerdere onderscheidende activiteiten en voorzieningen. Denk aan natuurbeleving, cultuurhistorische verhalen, recreatie op het water, combinatie met bezoek aan het centrum van Delfzijl en lokale attracties

(o.a. MuzeeAquarium) en mogelijk ook evenementen. Alleen dan kan de potentie ook worden verzilverd.

Figuur 3.2 geeft de drie cirkels weer met verschillende afstanden; oranje (tot 7,5 kilometer), groen tot ca. 24 kilometer) en bruin (tot ca. 27 kilometer). Naar schatting wonen in cirkel 1 ca. 29 duizend inwoners, in cirkel 2 ca. 94 duizend inwoners en in cirkel 3 ca. 151 duizend inwoners.

Figuur 3.2 Verzorgingsgebied op basis van reisbereidheid



3.2 Strandbeleving en kansrijke doelgroepen

Strand Delfzijl is aantrekkelijk voor meerdere doelgroepen en de gemeente wil ook dat iedere inwoners en bezoeker zich welkom voelt. Tegelijkertijd is het zo dat er enige logica en afstemming nodig is om tot een logisch en samenhangend geheel van voorzieningen en belevingen te komen. Hiervoor is het maken van en keuze in doelgroepen essentieel. We maken hierbij gebruik van de leefstijlen (zie ook www.leefstijlvinder.nl) omdat hierover de meeste kennis beschikbaar is wat betreft hun recreatievoorkeuren (activiteiten en beleving).

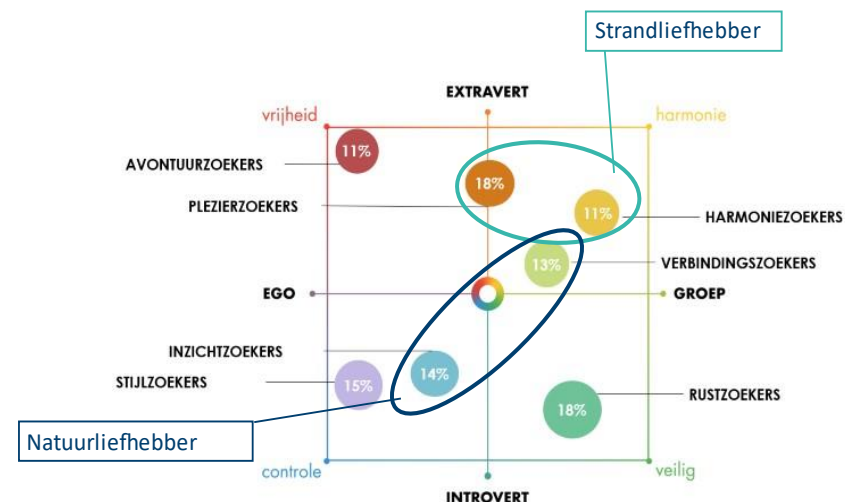
3.2.1 Leefstijlen

Leefstijlen bieden een unieke manier om naar doelgroepen te kijken. Leefstijlen geven namelijk inzicht in de gewenste activiteiten en de manier waarop ze dit willen beleven. Dit geeft vaak veel meer handvatten om ontwikkelingen mee vorm te geven, dan de traditionele manier om doelgroepen te omschrijven, met bijv. leeftijd, geslacht, of levensfase. Er zijn in het leefstijlmodel zeven doelgroepen onderscheiden, deze staan beschreven in bijlage 2.

De twee belangrijkste motieven om naar het gebied te komen zijn, zie figuur 3.3:

- Een bezoek aan het strand (strandliefhebbers); dit wordt het meest gedaan door de plezierzoeker en de harmoniezoeker;
- En bezoek aan de natuur (natuurliefhebber); dit wordt het meest gedaan door de inzichtzoeker en de verbindingszoeker.

Figuur 3.3 Strandliefhebbers en natuurliefhebbers in het leefstijlmodel.



3.2.2 Focusgroepen en hun recreatieve voorkeuren

We stellen voor om deze twee (duo's) van leefstijlen centraal te stellen in de strandontwikkeling. Hieronder volgt een korte omschrijving van hun recreatieve voorkeuren:

- De plezierzoeker en harmoniezoeker: deze doelgroepen houden van lekker veel activiteiten en gezelligheid. Lekker samen met het gezin op pad en buiten zijn, sporten en bewegen, veel mogelijkheden, dus een hierbij passend voorzieningenniveau: horeca, speeltoestellen, zwemmen en andere waterrecreatieve mogelijkheden en evenementen. De beleving is het liefst eigentijds, van goede kwaliteit, maar zeker niet te luxe of bijzonder. 31% van de inwoners van Eemsdelta behoort tot deze twee leefstijlen.



- De inzichtzoeker en verbindingszoeker; deze doelgroepen zijn liefhebbers van de natuur, een goede wandeling, over het strand en langs het nabijgelegen kweldergebied, of fietstocht over de dijk, uitkijken over de Eems. Ze houden ook van het verhaal van het gebied, de cultuurhistorie (loodsen, maritieme, zeehonden en natuur, etc.). Het voorzieningenniveau hoeft niet per sé hoog te zijn, maar dat wat er is moet goed zijn. De beleving mag voor hen gericht zijn op informatie, educatie over de steak en het gebied. 31% van de inwoners van Eemsdelta behoort tot deze twee leefstijlen.



Ook de avontuurzoeker komt graag naar het strand en begeeft zich zeer graag in de natuur, echter deze leefstijl is het type 'struiner' en wil het liefst strand en natuur zonder voorzieningen of zeer basic, zoals bijvoorbeeld een tijdelijke container als horecavoorziening. Deze groep is relatief klein, slechts 3% van de inwoners. Ook de stijlzoeker houdt van het strand (minder van bezoek aan natuur). De stijlzoeker wil graag onderscheidend en bijzonder aanbod, een unieke locatie met bijbehorende exclusieve voorzieningen van hoog niveau. Deze groep is ook relatief klein, 9% van de inwoners behoort tot deze groep. Zowel de avontuurzoeker als stijlzoeker zijn natuurlijk welkom, maar behoren niet tot de focusgroepen.

3.3 Marktverkenning horeca

Omdat horeca een belangrijk onderdeel van het toekomstige aanbod op het strand kan gaan uitmaken, hebben we een marktverkenning voor horeca uitgevoerd. We hebben de horecadichtheid bepaald en een kwalitatieve

vraag-aanbod analyse uitgevoerd gericht op het in beeld krijgen van kansrijke doelgroepen. We lichten deze analyses hierna nader toe.

3.3.1 Horecadichtheid

Het aanbod aan restaurants in Delfzijl bestaat uit negen restaurants, zie de aanbodanalyse in bijlage 3. Om te kunnen duiden of dit veel of weinig is hebben we twee analyses uitgevoerd:

- De cijfers gerelateerd aan het aantal inwoners, oftewel de dichtheid bepaald per 10.000 inwoners;
- De cijfers uit Delfzijl vergeleken met gemiddelde uit in Nederland, de provincie Groningen en de gemeente Eemsdelta.

Dit levert de onderstaande cijfers op aangaande de categorie restaurants⁶ (zie tabel 3.2).

Tabel 3.2 Dichtheid restaurants per 10.000 inwoners in Nederland, de provincie Groningen, de gemeente Eemsdelta en Delfzijl.

Dichtheid per 10.000 inwoners	Restaurants
Nederland	9,7
Groningen (provincie)	7,8
Gemeente Eemsdelta (COROP-gebied)	7,7
Delfzijl (plaats)	3,6

⁶ Bron: Statline CBS. Restaurants volgens SBI-code 56101 om omvat: verstrekken van maaltijden voor directe consumptie ter plekke met eventueel afzonderlijke verstrekking van dranken of kleine eetwaren voor directe consumptie; restaurants in combinatie met afhaalrestaurant; partycentra

en eetcafés met verstrekking volledige maaltijden; pannenkoekenrestaurants; het geven van kookworkshops in restaurants.



De meest opvallende resultaten zijn:

- We zien in Nederland een gemiddelde dichtheid van 9,7 restaurants per 10.000 inwoners. In Delfzijl is dit fors lager met 3,6 restaurants per 10.000 inwoners. In de gemeente Eemsdelta zien we een hoger aantal, namelijk 7,7 restaurants per 10.000 inwoners. Dit is nog altijd lager dan het landelijke cijfer, maar vergelijkbaar met de provincie Groningen (7,8 restaurants per 10.000 inwoners).
- De omvang van het aantal restaurants in Delfzijl is beduidend lager dan mag worden verwacht op basis van het inwoneraantal. Dit lijkt een indicatie voor ontwikkelruimte voor een restaurant, zeker wanneer hierbij ook wordt ingezet op een (passende) toename van het aantal toeristische gasten.

3.3.2 Analyse beleving en doelgroepen

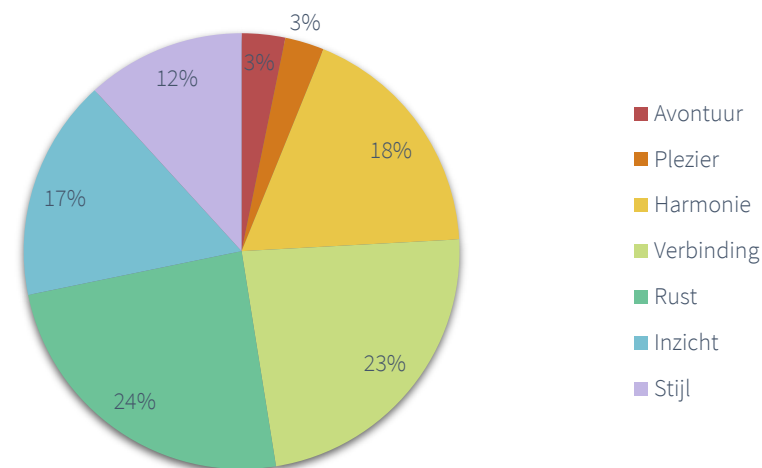
Naast de vraag of er in kwantitatieve zin behoefte is aan horeca, is ook de volgende vraag relevant: op welke doelgroep en hun wensen en beleving kan een nieuw initiatief zich het beste richten? Dit is relevant om ervoor te zorgen dat een nieuw initiatief ook nieuwe doelgroepen aantrekt, en dus niet onbedoeld concurreert met bestaand aanbod. Om hier inzicht in te geven is een leefstijlanalyse van het bestaande aanbod uitgevoerd. Anders gezegd, er is gekeken welke beleving de restaurants bieden, qua inrichting, kaart en uitstraling. Hierbij is opnieuw de doelgroepindeling van de leefstijlvinder (www.leefstijlvinder.nl) gebruikt.

Aantrekkelijkheid bestaande aanbod voor leefstijlen

In deze paragraaf kijken we naar voor welke leefstijlen er aantrekkelijk horeca aanbod is in de gemeente Eemsdelta en specifiek Delfzijl. Op basis van online-informatie en de gebiedsbezoeken is voor de horecagelegenheden bepaald voor welke leefstijlen het horeca aanbod vooral aantrekkelijk is. Dit betreft een expert judgement van ons bureau. In de volgende figuur 3.4 zijn de resultaten weergegeven.

In de analyse hebben we enkel gelegenheden met een diner- en lunchfunctie meegenomen. De capaciteit van de onderzochte bedrijven is niet bekend. In het totaal zijn er 31 horecavoorzieningen in Eemsdelta ge-audit.

Figuur 3.4 het horeca aanbod in Eemsdelta gekleurd met de Leefstijlvinder



Uit de analyse vallen de onderstaande punten op:

- De rustzoeker vindt het meeste aantrekkelijk restaurant aanbod (24%) in Eemsdelta, gevolgd door de verbindingszoeker (23%). Samen vertegenwoordigen ze hiermee bijna de helft van het restaurantaanbod in Eemsdelta. Dit aanbod kenmerkt zich als laagdrempelig, traditioneel, van kwaliteit, eenvoudig en niet te luxe.
- Het aanbod is redelijk divers, want voor meerdere doelgroepen aantrekkelijk. Alleen voor de avontuur- en plezierzoeker is er relatief

weinig aantrekkelijk aanbod: slechts zes procent van de onderzochte horeca is aantrekkelijk voor deze doelgroepen.

- Wanneer we inzoomen op de acht restaurants in Delfzijl dan zien we een vergelijkbaar beeld als voor de gemeente, alleen hier is het aanbod nog wat eenzijdiger, namelijk nog sterker gericht op de rustzoeker (30%) en veel minder op de stijlzoeker en avontuurzoeker.

Tabel 3.3: Aantrekkelijkheid restaurantaanbod gerelateerd aan de omvang van de leefstijlgroepen (inwoners) in Eemsdelta.

Leefstijlen	Omvang leefstijlen inwoners	Omvang aanbod	Vergelijking vraag en aanbod
Avontuurzoeker	3%	3%	0%
Plezierzoeker	17%	3%	- 14%
Harmoniezoeker	14%	18%	+4%
Verbindingszoeker	17%	22%	+5%
Rustzoeker	26%	24%	-2%
Inzichtzoeker	14%	17%	+3%
Stijlzoeker	9%	12%	+3%

Om te bepalen of er voor de doelgroepen voldoende of onvoldoende aanbod is zetten we de omvang van de groepen leefstijlen in de gemeente naast het aanbod, zie tabel 3.3. We kunnen hieruit de volgende opvallende resultaten benoemen:

- Voor de meeste leefstijlgroepen is er voldoende aantrekkelijk aanbod in de gemeente aanwezig; dit zijn de verbindingszoeker, harmoniezoeker,

inzichtzoeker en stijlzoeker. Met voldoende bedoelen we dat de omvang van de groep onder de inwoners groter is dan de omvang van het aanbod.

- Het meest opvallend verschil zien we bij de plezierzoeker. Deze groep vertegenwoordigd 17% van de inwoners van de gemeente Eemsdelta, terwijl slechts 6% van het aanbod in Eemsdelta (en 3% van het aanbod in Delfzijl) voor hen aantrekkelijk is. De plezierzoeker zoekt eigentijdse belevingen, een sfeervol restaurant, gezelligheid, veel activiteit en reuring, vlotte bediening en een goede prijs kwaliteit verhouding.
- Voor de rustzoeker is het aanbod het grootst, maar omdat deze groep ook zo omvangrijk is in de gemeente (26% heeft deze leefstijl), is er per saldo toch een kleine min (-2%). Echter deze groep gaat van alle Leefstijlen het minst vaak uit eten, hetgeen het niet tot een kansrijke doelgroep maakt om het aanbod hierop met prioriteit af te stemmen.

Conclusie

De doelgroep plezierzoeker lijkt bij uitstek een doelgroep die nu nog aantrekkelijk aanbod mist in de gemeente Eemsdelta (Delfzijl). Deze groep houdt ook bij uitstek van de sfeer en beleving van een eigentijds strandpaviljoen. Voor een uitgebreid overzicht van de horecabeleving van deze leefstijl, zie bijlage 4.

3.4 Trends en ontwikkelingen

Om een volledig beeld te krijgen van de mogelijkheden voor de strandvisie is het van belang om op de hoogte te zijn van relevante trends en ontwikkelingen. Deze kunnen eventueel richting geven aan de visie.



3.4.1 Relevante trends

Er zijn verschillende markttrends aangaande buiten- en waterrecreatie die relevant zijn voor de ontwikkeling van het stadsstrand Delfzijl. De belangrijkste trends zetten we hier op een rij:

- Buitenrecreatie
Buitenrecreatie was in 2018 de meest populaire vrijetijdsactiviteit en is ook in de coronacrisis in 2020 extra populair gebleken. Dit geldt met name voor de activiteiten wandelen en fietsen. Het valt op dat natuur een grote rol speelt binnen het vrijetijdsgedrag van Nederlanders. Deze groei van natuurbeleving heeft onder andere te maken met de toenemende behoefte aan 'uitstaan' en de tijd hebben om tot rust te komen in deze hectische maatschappij. Vooral de frequentie van het bezoek is toegenomen de laatste jaren. De coronapandemie heeft deze trend nog eens extra versterkt.
- Duurzaamheid en natuurwaarden
Duurzaamheid is steeds belangrijker voor de consument en (recreatie) ondernemers spelen hierop in. Vooral de combinatie van kwaliteit, duurzaamheid en natuurwaarden hebben met een positief effect op de consument. Op het water gaat het hier om investeringen die bijdragen aan de natuurbeleving zoals emissieloos varen op elektrische bootjes (Bron: Trendrapport 2021, NRIT).
- Functieverbreding, schaalvergroting en brancheervaging
Het recreatiegedrag verandert: de consument heeft steeds vaker behoefte aan een volledig en breed assortiment aan activiteiten wat zorgt voor schaalvergroting en brancheervaging. Zo vindt er een functieverbreding plaats van paviljoens: van alleen horeca naar een combinatie van horeca met wellness, sport, verhuur, kinderopvang e.d. (Bron: Toekomstperspectief 2040 Noord-Hollandse Noordzeekust, 2018).

- Van bezit naar gebruik
Daarnaast zorgt de behoefte aan variatie er ook voor dat er een verscheidenheid aan aanbod moet zijn om de consument te vermaken. Er wordt steeds meer gehuurd en steeds meer mensen willen graag een dagje gebruik maken van een watersportattribuut (zoals een boot, SUP of kiteboard) in plaats van het product bezitten (Trendrapport 2021, NRIT).
- Actieve waterrecreatie
Waterrecreatie is een groeiend fenomeen en omvat naast zwemmen, strandwatersporten (surfen, kitesurfen, golfsurfen, foilen en blokarten), sportvissen, suppen, kanoën, roeien, sportduiken, waterskiën, flyboarden, snelvaren met jetski's, speedboten en RIB's, en langzaam varen met bijvoorbeeld een BBQ-donut. Door het groeiende aanbod van accommodaties, verhuurbedrijven en clinics groeit deze vorm van recreatie ook in populariteit. Met name de actieve waterrecreatie groeit. Er is steeds meer waardering voor de ruimte op het water en wat watersport kan bieden: namelijk om gezond te recreëren. De nieuwe doelgroepen voor de waterrecreatie zijn inwoners en gasten uit de eigen regio, jonge booteigenaren en gebruikers (inclusief vakantiegangers) die een boot lenen of huren (Bron: Trendrapport 2021, NRIT).

3.4.2 Relevante ontwikkelingen

Het centrum van Delfzijl krijgt in de komende jaren een update. Het huidige theater de Molenberg, de bibliotheek en partycentrum De Bolder worden gesloopt om plaats te maken voor een geheel nieuw gebouw dat de nieuwe Cultuurcluster van Delfzijl zal huisvesten (zie figuur 3.5). In deze Cultuurcluster zal opnieuw plek zijn voor het theater en de openbare bibliotheek. Daarnaast zullen er publieke ruimten zijn die bij dragen aan de levendigheid van de openbare ruimte.



Figuur 3.5 De nieuwe Cultuurcluster van Delfzijl.



Naast de nieuwe Cultuurcluster wordt er ook in het centrum een bijzonder appartementencomplex gerealiseerd: Wonen met een Plus. Hier komen 70 huurappartementen en 8 koopwoningen. Met dit complex wordt wonen, retail en zorg dicht bij het centrum van de stad gebracht. Het complex faciliteert een zorgvuldig aangelegde daktuin wat dient als een plek waar mensen samen kunnen komen én wat past binnen een klimaatadaptief beleid.

Beide ontwikkelingen hebben hetzelfde doel: meer functies terugbrengen in het centrum van Delfzijl en de levendigheid van de binnenstad versterken. Deze ontwikkelingen zijn de eerste van meerdere initiatieven om Delfzijl in de toekomst aantrekkelijker te maken voor zowel inwoner als bezoeker.

3.5 Synergie strand en centrum

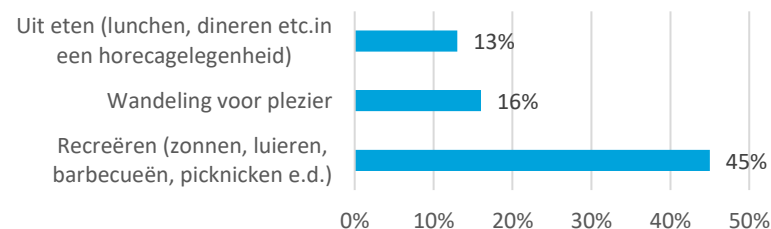
De ontwikkeling van het strand Delfzijl kan worden gezien als ‘stand alone’, maar ook als onderdeel van het bredere toeristisch-recreatieve aanbod. In de ideale situatie blijven de bezoekers niet alleen op het strand en verkennen ze

ook het centrum van Delfzijl. Het klinkt logisch dat de ontwikkeling van het stadsstrand dan in potentie ook voor reuring zal zorgen waar ook de lokale ondernemers in het centrum van kunnen profiteren. Uit de onderstaande analyse blijkt dat dit geen automatisme is.

3.5.1 Combinaties strandactiviteiten met bezoek binnenstad

In het ContinuVrijeTijdsonderzoek 2018 is in hoeverre een bezoek aan het strand gecombineerd wordt met een bezoek aan de binnenstad. De meeste mensen die een strand bezoeken doen dat om te zwemmen (of andere vormen van waterrecreatie te ondernemen), of te recreëren (zoals luieren, zonnen). Uit dit onderzoek blijkt dat mensen die komen voor waterrecreatie dit het vaakst combineren met ‘recreëren’. Daarnaast wordt deze activiteit ook gecombineerd met een wandeling voor plezier en uit eten gaan (zie figuur 3.6).

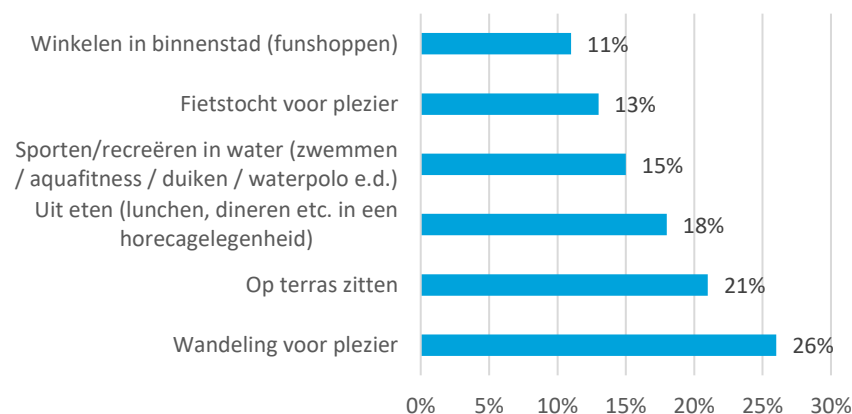
Figuur 3.6 Combinatiebezoeken 'waterrecreatie' (zwemmen / aquafitness / duiken / waterpolo e.d.)' (activiteiten 10% of hoger).



Bron: ContinuVrijeTijdsonderzoek 2018.

Wanneer de eerste activiteit ‘recreëren’ is, dan combineren mensen dat het vaakst met een wandeling voor plezier. Ook wordt deze activiteit relatief vaak gecombineerd met op het terras zitten, uit eten gaan en sporten/recreëren in water. In iets mindere mate wordt deze activiteit gecombineerd met een fietstocht voor plezier en winkelen in de binnenstad, respectievelijk in 13% en 11% van de combinatiebezoeken (zie figuur 3.7).

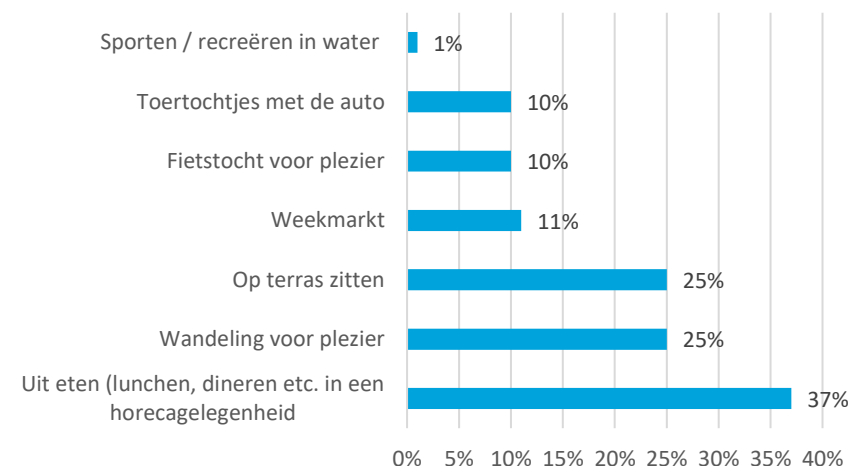
Figuur 3.7 Combinatiebezoeken 'Recreëren (zonnen, luieren, barbecueën, picknicken e.d.)' (activiteiten 10% of hoger).



Bron: ContinuVrijeTijdsonderzoek 2018.

Andersom, wanneer de eerste activiteit 'winkelen in de binnenstad (funshoppen)' is, zien we dat deze activiteit het vaakst wordt gecombineerd met uit eten gaan, een wandeling voor plezier of op het terras zitten (zie figuur 3.8). In mindere mate wordt deze activiteit gecombineerd met een weekmarkt, een fietstocht voor plezier of een toertochtje met de auto (respectievelijk 11%, 10% en 10%). Wat opvalt is dat winkelen in de binnenstad niet tot nauwelijks wordt gecombineerd met 'sporten/recreëren in water' (1%). Dit betekent dat wanneer mensen naar Delfzijl zouden gaan om te winkelen, ze dit waarschijnlijk niet zullen combineren met een duik in de Eems.

Figuur 3.8 Combinatiebezoeken 'Winkelen in de binnenstad (funshoppen)' (activiteiten 10% of hoger met de relevante activiteit 'sporten/recreëren in water' als extra toegevoegd).



Bron: ContinuVrijeTijdsonderzoek 2018.

3.5.2 Conclusie en aanbevelingen

De bovenstaande resultaten geven aan dat er geen vanzelfsprekende synergie bestaat tussen recreatie op het stadsstrand en een bezoek aan de binnenstad. Dit is namelijk afhankelijk van de primaire activiteit van de bezoeker en de mate waarin er aan de behoefte van de bezoeker kan worden voldaan. Bijvoorbeeld wanneer er voldoende faciliteiten aanwezig zijn om mensen te bewegen te komen 'recreëren' (zonnen, luieren, barbecueën, picknicken e.d.) aan/op het strand, dan zal er een redelijke kans zijn dat mensen in de omgeving een wandeling voor plezier maken (26%) of lokaal op het terras gaan zitten (21%). Ook is er dan een kleine kans dat mensen zullen winkelen in de binnenstad (11%) indien het aanbod zich hiervoor

leent. Aangezien dit geen vanzelfsprekendheid is zal hier actief op ingespeeld moeten worden qua voorzieningenniveau.

3.6 Referentiegebieden

Naast de voorgaande analyses hebben we contact opgenomen met twee referentiegebieden om informatie te putten uit de ervaring van andere stranden. In dit onderzoek is gesproken met Jacko Verdoes, wijkbeheerder gemeente Katwijk, en Hans Manten, projectleider Stadsstrand Hoorn.

3.6.1 Noordzeestrand Katwijk

Katwijk kent een groot strand van wel 4,4 kilometer lang met bijna 2 kilometer aan boulevard en 15 á 16 strandpaviljoens. Met het grote aantal bezoekers dat het strand in Katwijk ontvangt behoort het tot de vijf drukste stranden van Zuid-Holland.

Aangezien het centrum van Katwijk en het strand van Katwijk aan elkaar grenzen is er gevraagd naar eventuele synergie tussen deze twee gebieden. Ervaring van het Noordzeestrand Katwijk⁷ leert dat daar de strandbezoeker en centrumbezoeker twee verschillende doelgroepen zijn. Mensen lijken nou eenmaal niet graag met zanderige zwemkleding door de winkelstraten te willen lopen om te 'funshoppen'. Er zijn echter binnenstadondernemers die wel kunnen profiteren van de strandgasten: de lokale bakker, snackbar en supermarkt. De criteria zijn in dit geval bereikbaarheid en gemak: men moet deze ondernemers gemakkelijk en snel kunnen bereiken om een versnapering te halen die ze op het strand kunnen nuttigen.

⁷ Bron: Jacko Verdoes, wijkbeheerder gemeente Katwijk, persoonlijke communicatie, 9 februari 2022.

Daarnaast blijkt dat een lokaal evenement in de binnenstad, zoals een toeristenmarkt in de zomermaanden, ook de strandgasten kan bewegen de binnenstad te ontdekken. Hier kunnen lokale ondernemers (winkel-eigenaars) van profiteren. Ook hier zijn bereikbaarheid en gemak belangrijke criteria. Een andere mogelijkheid is om detailhandel vanuit het centrum te betrekken door ze de mogelijkheid te bieden om, op logisch plekken, hun waar uit te venten, zoals stalletjes met strandbenodigdheden, verse waar (vis), of andere handel.

3.6.2 Stadsstrand Hoorn

Het stadsstrand in Hoorn is volop in ontwikkeling. Het idee voor de creatie van een stadsstrand lag al langer op de plank. De versterking van de Markermeerdijken bood hiervoor directe mogelijkheid aangezien er een tweede dijk (zandbank) voor de huidige dijk wordt gelegd die de inwoners van Hoorn en omgeving moet beschermen tegen het water. Op deze zandbank wordt een stadsstrand gecreëerd dat in de zomer van 2023 deels, en in de zomer van 2024 volledig toegankelijk zal zijn.

Hoewel het strand nog niet af is gaat hier al wel jaren aan onderzoek, planning en ontwikkeling aan vooraf. De ervaring uit de onderzoeken van Stadsstrand Hoorn leert dat het strand voornamelijk een lokale functie zal vervullen: in het hoogseizoen zal 80% van de strandgangers inwoners van Hoorn zijn en 20% van verder wegkomen (in de winter zal het aandeel inwoners nog groter zijn). In het verzorgingsgebied wonen circa 200.000 inwoners (waarvan 70.000 inwoners uit Hoorn). Volgens Projectleider Stadsstrand Hoorn, Hans Manten, is een verzorgingsgebied van 20 km voor een stadsstrand met zwemfunctie zoals dat van Hoorn vrij ambitieus⁸.

⁸ Bron: Hans Manten, Projectleider Stadsstrand Hoorn, persoonlijke communicatie, 20 april 2022.



Voorafgaand aan de ontwikkeling van het stadsstrand is er een grootschalig onderzoek gedaan naar de draagkracht onder de inwoners. Ook werden inwoners en ondernemers betrokken bij de keuze van de voorzieningen die het stadsstrand moet krijgen (door middel van een online platform waarop mensen ideeën konden aandragen en konden stemmen). Uit deze lokale betrokkenheid zijn de ideeën gekomen om een voetbalveld, beachvolleybalveld, calisthenics park en speelplek/tuin voor kinderen te creëren op het strand.

Over de synergie tussen de mooie oude binnenstad van Hoorn en het stadsstrand was Hans Manten duidelijk: er worden goede connecties gecreëerd zodat de infrastructuur goed is. Echter, een ruime meerderheid van de bezoekers aan het stadsstrand gaan de inwoners van Hoorn zijn, zij bezoeken het centrum al. Naast het stadsstrand wordt ook het station en andere infrastructurele hotspots aangepakt en er worden nieuwe woningen en appartementencomplexen gebouwd. Het stadsstrand draagt daarin volgens hem voornamelijk bij aan de aantrekkelijkheid van de leefomgeving en maakt Hoorn daarmee aantrekkelijker om te wonen en verblijven.



4 Doorontwikkeling strand Delfzijl

In dit hoofdstuk staan de uitgangspunten beschreven, die leidend zijn voor de doorontwikkeling van het strand Delfzijl (paragraaf 4.1). In paragraaf 4.2 staat de voorkeursvariant nader uitgewerkt, met een uitwerking hiervan in een uitnodigingskader (paragraaf 4.3) en ruimtelijke kaders (paragraaf 4.4). Dit hoofdstuk geeft hiermee helderheid over de richting van de doorontwikkeling van het strand en de kansrijkheid van initiatieven. Tot slot is ook een aanbeveling opgenomen om een het vervolgproces vorm te geven met een projectgroep en stuurgroep (zie paragraaf 4.5).

4.1 Uitgangspunten doorontwikkeling

1. Een strand om trots op te zijn

De strandontwikkeling is er primair voor de inwoners van Delfzijl en de gemeente Eemsdelta. Deze recreatieve ontwikkeling draagt enorm bij aan een aantrekkelijk woon- en werkklimaat en de trots van inwoners.

2. Meer dan zwemmen en zonnen

Het strand biedt veel potentie voor Delfzijl en de directe omgeving. Deze kan worden verzilverd wanneer er ingezet wordt op een passend ambitie- en bijbehorende voorzieningenniveau dat recht doet aan de kwaliteitsimpuls die het heeft gekregen met het project Marconi Buitendijks alsook de positieve houding van de stakeholders. Dit betekent: voldoende attractiewaarde, dus meer dan zwemmen en zonnen alleen en met onderscheidende activiteiten en voorzieningen. Deze zijn ondersteunend aan de strand- en natuurbeleving en geven invulling aan de potentie van het water, de cultuurhistorie, bezoek aan lokale attracties en

mogelijk ook evenementen. Dit draagt bij aan de synergie tussen strand en haar omgeving.

3. Een sterk profiel van Delfzijl

Het verzorgingsgebied is (boven)lokaal, ca. 20 kilometer. De meeste bezoekers zullen hier vandaan komen. Het strand zorgt hiermee voor aantrekkingskracht op bezoekers uit Delfzijl, Eemsdelta en ook de buurgemeenten en de toeristen die in deze regio verblijven. Kortom, ook het toeristische profiel van Delfzijl krijgt hiermee meer invulling.

4. Het strand en haar omgeving zijn uniek

Benut de bijzonder kwaliteiten van het strand en haar omgeving (waaronder Unesco Werelderfgoed Waddenzee). De beperkte zwemmogelijkheden pleiten voor het toevoegen van beleving op het strand, op het water en (visuele of ruimtelijke) verbinding met de elementen rond het strand (denk daarbij aan een het stadscentrum, het museum, de jachthaven, de boulevard, de wandel- en fietsmogelijkheden, etc.).

5. Gemakkelijk te bereiken, schoon en netjes

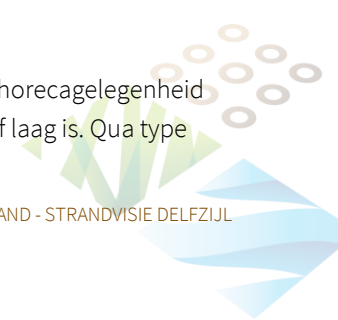
Zorg voor een goede basis in de publieke voorzieningen. Het beheer en onderhoud van het strand moeten op orde zijn om aan de basiswensen van bezoekers te voldoen. Het strand moet altijd schoon zijn en goede basisvoorzieningen, zoals toiletten, vuilnisbakken, parkeergelegenheid en stallingsmogelijkheden voor fietsen zijn een must.

6. Voor strandbezoeker en natuurliefhebber

Kansrijke doelgroepen waar de strandontwikkeling zich op mag richten zijn de strandbezoeker en de natuurliefhebber. Dit zijn vooral de doelgroepen (leefstijlen): plezier- en harmoniezoeker en de inzicht- en verbindingszoeker.

7. Geen strand zonder strandpaviljoen

Vanuit de markt bekeken is er ruimte voor een horecagelegenheid omdat de restaurantdichtheid in Delfzijl relatief laag is. Qua type



restaurant ontbreekt het op dit moment ook aan een strandpaviljoen en qua beleving is vooral behoefte aan aanbod gericht op de plezierzoeker (sfeervolle eigentijdse inrichting, diversiteit op de kaart, spontane bediening) en harmoniezoeker / verbindingszoeker (laagdrempelig, gezellig, goede prijs-kwaliteit verhouding).

8. **Het strand is voor iedereen**

De (ruimtelijke) inpassing van horeca en andere voorzieningen op of aan het strand is cruciaal. Deze moet passen bij de schaal en de publieke functie en het karakter van het strand.

9. **Strand en omgeving zijn een geheel**

De synergie van strand en stadscentrum is niet vanzelfsprekend, dit kan gericht worden gestimuleerd om centrumondernemers mee te laten profiteren van de strandontwikkeling, bijv. door de mogelijkheid van ambulante handel.

10. **Onbekend maakt onbemind**

Er zal aandacht moeten zijn voor communicatie en promotie van het strand en haar omgeving om ook de vraag voldoende te activeren.

11. **“De strandwacht”**

Voor de doorontwikkeling van het strand en de aangrenzende zone als ook de handhaving van de kwaliteit van de realisatie van de voorzieningen, is het wenselijk om centrale regie te organiseren.

4.2 Voorkeursvariant

4.2.1 Ambitie en schaal: gefaseerde aanpak

De gemeente Eemsdelta onderschrijft de uitgangspunten voor de (door)ontwikkeling van het strand Delfzijl voor de *eerstvolgende fase (komende jaren)*. Dat betekent kortgezegd:

- Focus op de bezoekers uit het (boven)lokale verzorgingsgebied. Hierbij past een vraaggerichte ontwikkeling. Oftewel een ontwikkeling waarbij het aanbod wordt afgestemd op de vraag vanuit de inwoners (en toeristen) van dit verzorgingsgebied.
- Focus op het strand, daar richt deze gebiedsvisie zich op. Natuurlijk maakt het strand onderdeel uit van een bredere kustontwikkeling, met dijk, boulevard, de haven Delfzijl en de kwelder.

In een vervolgfase keuzes en plannen worden gemaakt voor gebieden die buiten de strandzone liggen, maar wel onderdeel zijn van de kust, of die uitgaan van ‘*place making*’, dat wil zeggen: het in de wereld zetten van onderscheidend aanbod, wat vraagt creëert bij een significant deel van de bezoekers die van verder komen, bijvoorbeeld gericht op de stad Groningen.

4.2.2 Voorkeursvariant uitgewerkt

In deze paragraaf werken we de voorkeursvariant gericht op het voorzieningenniveau, dat wil zeggen voor de voorzieningen die nodig zijn, en wenselijk om de attractiviteit te bereiken waarmee de doelen en uitgangspunten uit deze gebiedsvisie ook worden gerealiseerd.

Basis op orde

De basis op orde betekent voor strand Delfzijl;

- Voldoen aan de eisen van een officiële zwemwaterlocatie qua waterkwaliteit, veiligheid en informatievoorziening (zie www.zwemwater.nl);
- Voldoende aandacht voor kwaliteit publieke ruimte (schoon en netjes) door regelmatig ruimen zwerfvuil, en het plaatsen voldoende afvalbakken;
- (Gratis) toegang tot toiletten;
- Goede verlichting van boulevard in de avond;
- Voldoende parkeergelegenheid voor auto's en fietsers;
- Geen honden toelaten in het hoogseizoen (zwemseizoen);



Voorzieningen ten behoeve van de attractiewaarde

Voorzieningen die de attractiviteit op het gewenste niveau brengen zijn en welke faciliterend zijn aan het strandgebruik en/of het verblijf verlengen:

- Speeltoestellen (kinderen 4-12 jaar);
- Verhuur strandstoelen;
- Podium voor publieke optredens en evenementen, zitplaatsen op trappen op de dijk;
- Eén strandpaviljoen;
- Ruimte voor ambulante handel, food en nog food, 2 tot 3 units.
- Mogelijkheid tot evenementen, zoals sliksleeën, sporten, etc.

Deze lijst is niet uitputtend, maar zeker wel richtinggevend voor de eerste fase. Voor de realisatie van sommige voorzieningen wil de gemeente nog enkele randvoorwaarden meegeven, zie uitnodigingskader.

Synergie met het bestaande

Maak verbinding met de aanwezige voorzieningen in de nabije omgeving van het strand, onder andere:

- Wandel- en fietsmogelijkheden
- Jachthaven en de boulevard
- Industriële haven
- Stadscentrum
- Station
- MuzeeAquarium
- Camperplaatsen
- Aanmeerplek: verbinding via toeristische rondvaarten, naar zeehonden, Duitsland, de zandplaat, etc.
- Verbeterde informatievoorziening van verhalen en plekken, zoals bij het Loodsenmonument.

4.3 Uitnodigingskader

Voor de realisatie van de ambities aangaande de strandontwikkeling wil de gemeente Eemsdelta graag samenwerken met initiatiefnemers uit de vrijetijdsector. Om deze samenwerking goed te laten verlopen is dit uitnodigingskader opgesteld. In dit uitnodigingskader wil de gemeente Eemsdelta enerzijds uitnodigend zijn naar initiatiefnemers en voldoende ruimte scheppen om met initiatieven te komen. Anderzijds zijn er ook (ruimtelijke) kaders om rekening mee te houden. De in deze paragraaf genoemde punten geven de gemeente ook handvatten om met partijen in gesprek te gaan en vroegtijdig duidelijkheid te kunnen geven over de kansrijkheid hiervan. De ruimtelijke kaders zijn apart in paragraaf 4.4. benoemd.

Kaders voor paviljoen

- Op een passende plek, die het publieke karakter van het strand niet aantast of zich storend in de zichtlijnen (vanaf de entree op de dijk) bevindt (zie ook ruimtelijk kader, paragraaf 4.4).
- Jaarronde exploitatie is mogelijk;
- De omvang van het paviljoen is middelgroot, ca. 400 m². De omvang van ca. 400 m² verhoogt de parkeervraag in en rondom het centrum met 40 parkeerplaatsen voor lang parkeren;
- Het initiatief is duurzaam in de realisatie (bijv. materiaalgebruik) en exploitatie (bijv. energiegebruik);
- Het strandpaviljoen mag voor een vaste periode worden gerealiseerd, maar is wel demontabel;
- Het strandconcept focust op doelgroepen plezierzoeker (kwaliteit, diversiteit, eigentijds, sfeervol) en harmoniezoeker / verbindingszoeker (laagdrempelig, goede prijs-kwaliteit verhouding, gezellige reuring). Voor inzicht in deze concepten, zie bijlage 4.



Kaders voor ambulante handel

- Ruimte voor food en non-food;
- Verpachting met roulerend karakter en hiermee toegankelijk voor diverse aanbieders;
- In de keuze voor pachters wordt rekening gehouden met het aanwezige aanbod, door middel van branchering.
- Aandacht voor beeldkwaliteit, bijv. door (passende) vormen van units (vanuit de gemeente) aan te bieden.

Kaders voor samenwerking en vervolgstappen

- Ondernemers / exploitanten dragen (financieel) bij aan de kosten voor beheer en onderhoud van (publieke) voorzieningen en / of toezicht:
- De eigendomssituatie van het strand is divers, zowel het Waterschap Noorderzijlvest, als Rijkswaterstaat, Groningen Seaports en de gemeente Eemsdelta zijn eigenaar van verschillende stukken. Daarnaast is Rijkswaterstaat een belangrijke stakeholder vanuit randvoorwaarden die gesteld worden aan de (instandhouding) van de waterkering of het water afvoerend vermogen en het buitendijks bouwen of plannen. Deze randvoorwaarden spelen een rol in de kansrijkheid van initiatieven.

4.4 Ruimtelijke kaders

Voor inwoners van Delfzijl was het oude en kleine stadsstrand een geliefde plek om te verpozen. Met de ingrijpende dijkverbetering Delfzijl-Eemshaven in 2018 en 2019 is de zeedijk landinwaarts gelegd. Deze landinwaarts verschoven dijk geeft ruimte aan een groter stadsstrand dat uniek is in de directe omgeving en dat grenst aan het UNESCO Werelderfgoed Waddenzee. Het stadsstrand en de boulevard van Delfzijl liggen op de plek waar een harde grens was tussen zee en land. Deze overgang is bij Delfzijl nu meer natuurlijk en meer geleidelijk waardoor het zeeleven meer ruimte heeft

gekregen. Buitendijks liggen nieuwe kwelders waar slib kan bezinken. Voor waddenvolgers zoals visdief en noordse stern zijn broedeilanden aangelegd.

De zorgvuldig vormgegeven boulevard biedt panoramisch zicht over de Eems-Dollard en Delfzijl. Informatieborden, de Wapperkunst Galerie en het Loodsenmonument geven duiding aan de ziel van de plek. De boulevard is hiermee een belangrijk oriëntatiepunt voor Delfzijl en de Eems-Dollard en het begin- en eindpunt van verkenningstochten en ontmoetingen. De boulevard is met een 65 meter lange brug over het industriespoor en de centrumring verbonden met het stadscentrum. De boulevard is hiermee een belangrijke en aantrekkelijke schakel van de doorgaande fiets- en wandelroute over en naar de zeedijk. Nabij de boulevard zijn voor passanten en de gebruikers van het stadsstrand gebouwde voorzieningen met sanitair en douches gerealiseerd.



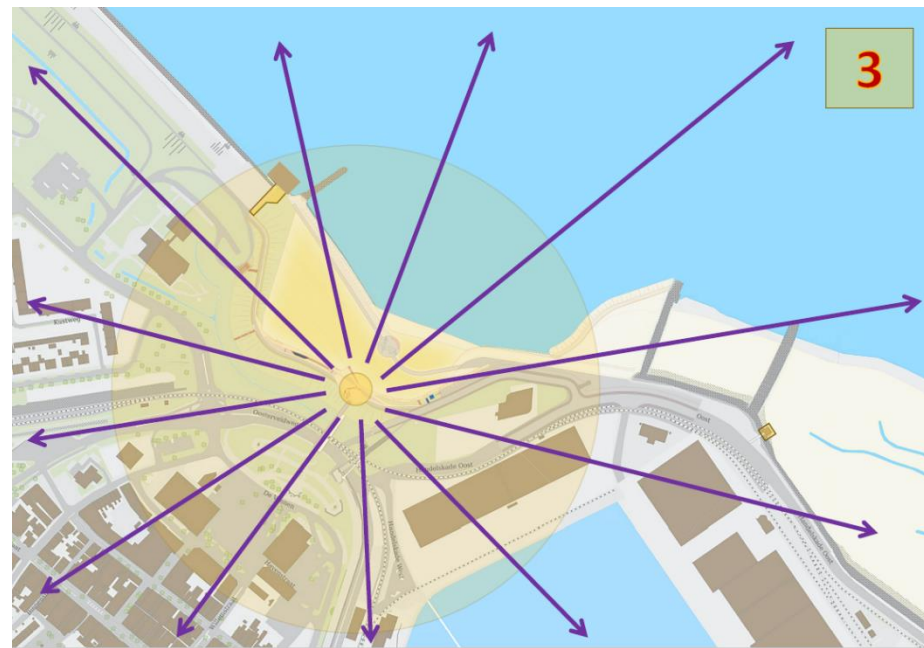
De stad aan zee met een sterke relatie van strand met centrum

Ruimtelijke opbouw

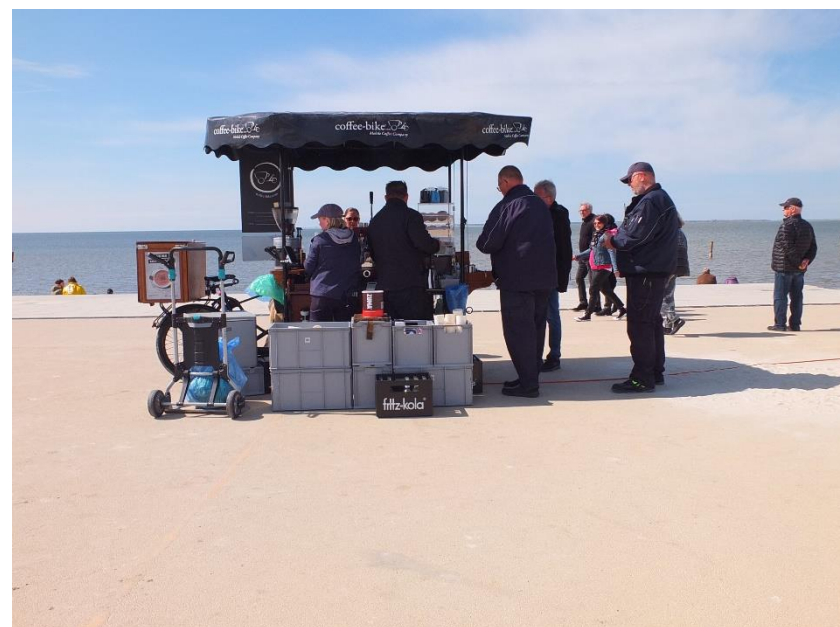
De opbouw van het strand in Delfzijl is verbeeld aan de hand van vijf opeenvolgende kaarten die inzicht geven in de activiteiten en ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden.

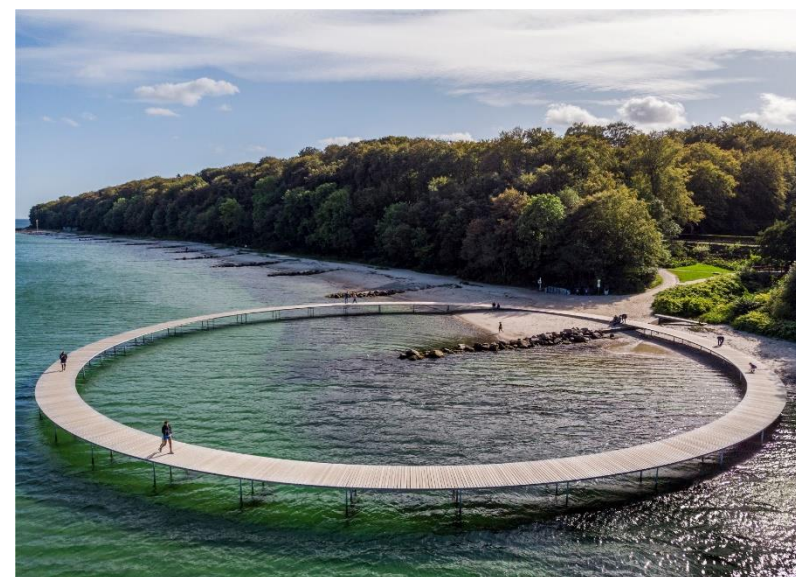
1. De duidelijk herkenbare volumes van het Eemshotel en het kantoor van Groningen Seaports bakenen het stadsstrand aan weerszijde ruimtelijk af. Tussen deze twee bakens is plaats voor terugkerende en nieuwe evenementen en initiatieven;
2. Het stadsstrand en de boulevard biedt ruimte voor bijeenkomsten, herdenkingen en kleine en grote evenementen, zoals het Dijkfeest tijdens de Pinksterfeesten en als hoofdpodium tijdens Delfsail;
3. Centraal op de boulevard staat de Wapperkunst Galerie met vlaggen ontworpen door Marte Röling, Dina Belga en Carla de Winter. De boulevard is het uitzichts- en oriëntatiepunt over de Eems en Delfzijl en dient vrij te blijven van bebouwing en obstakels;





-





Ruimtelijke randvoorwaarden

Voor het intensiever benutten van het stadsstrand en de boulevard moet de directe omgeving op orde zijn. Hiervoor gelden de onderstaande ruimtelijke en organisatorische randvoorwaarden.

- Voordat het nieuwe strandpaviljoen kan worden gerealiseerd is het noodzakelijk dat er tussen het station, het busstation en de boulevard voor voetgangers (o.a. bezoekers uit Stedum, Loppersum en Appingedam) een meer veilige en directe verbinding komt;
- Voordat het nieuwe strandpaviljoen van 400 m2 kan worden gerealiseerd is het noodzakelijk (conform normen CROW) dat achter het Station Delfzijl 40 nieuwe parkeerplaatsen voor lang parkeren worden gerealiseerd die in directe verbinding staat met de boulevard. Hiervoor wordt de mogelijkheid van een nieuwe trap op de dijk onderzocht. De parkeerplaatsen zijn noodzakelijk om de hoge parkeerdruk in het centrum te verminderen;
- Het nieuwe strandpaviljoen dient rolstoeltoegankelijk te zijn en ontsloten te worden vanaf de boulevard. Een deel van de parkeerplaatsen bij het Eemshotel wordt geschikt gemaakt voor mindervaliden;
- Het nieuwe strandpaviljoen dient te voldoen aan alle randvoorwaarden en specificaties van Rijkswaterstaat en mag de waterveiligheid niet in de weg staan;
- Het paviljoen dient van een hoge ruimtelijke kwaliteit te zijn. Hiervoor zal een specifiek beeldkwaliteitsplan worden opgesteld of een speciaal traject waarmee hierop regie kan worden gevoerd. Hierbij verdient de organisatie van de aanlevering van goederen, opslag en vuilophalen bijzondere aandacht;
- Voor de strandbezoekers en bezoekers van seizoensgebonden mobiele horeca, food trucks en ambulante handel strekt het tot aanbeveling om in het weekend gebruik te kunnen maken van de parkeerplaats (met ca. 65 parkeerplaatsen) van Groningen Seaports.

4.5 Projectteam en stuurgroep

Er is veel potentie om het strand en naastliggende gebieden te ontwikkelen en er zijn veel initiatieven. De kwaliteit van het (op kortere termijn te realiseren) voorzieningenniveau zal moeten worden bewaakt en gehandhaafd. Ook de verdere ontwikkeling en eventuele nieuwe initiatieven moeten worden beoordeeld en in (indien wenselijk) worden ingepast. Daarbij liggen de bevoegdheden en zeggenschap over het gebied bij meerdere partijen zoals Rijkswaterstaat Noord-Nederland, waterschap Noorderzijlvest, provincie Groningen, Groningen Seaports, het Waddenfonds en gemeente Eemdelta. Het is dan ook aan te bevelen om projectteam en stuurgroep in het leven te roepen. Het projectteam voert, in nauwe samenspraak met alle belanghebbenden, initiatiefnemers en bevoegd gezag, en onder aansturing van een stuurgroep, de regie op de handhaving van de kaders en de doorontwikkeling van het totale aanbod aan bestaande en nieuwe activiteiten.



Bijlagen

Bijlage 1: Gesprekspartners

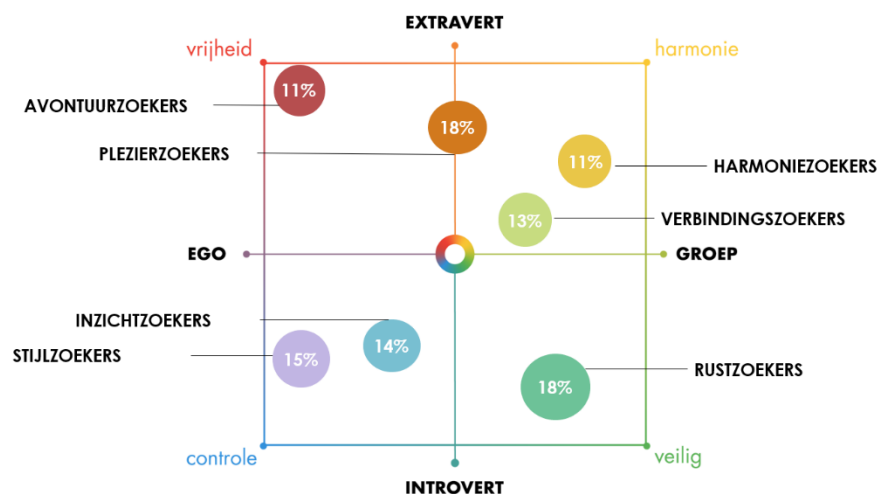
Naam	Organisatie/Bedrijf	Datum en plaats
1. Edwin Rittersma	Waterschap Noorderzijlvest	25-01-22 Online
2. Bert Boer Albert Landman Fred Bagnay	Eemshotel Opstellers plan Strandverbetering	27-01-22 Eemshotel Delfzijl
3. Daniël Wever	Theater De Molenberg	27-01-22 't Ziel – Delfzijl
4. Fester Oosterhuis Reinier Doornbos	Handelsvereniging Delfzijl	27-01-22 HEMA Delfzijl
5. Bé Kerbof	Bewonersvereniging Delfzijl	28-01-22 Telefonisch
6. Henk Koetze Siewert van der Zweep	Initiatiefnemer Strandpaviljoen	28-01-22 Online
7. Ritchy Boxmeer Jenz Verbogt	Initiatiefnemer Strandhoreca	28-01-22 Online
8. Rens Kalsbeek	Top van Groningen	03-02-22 Online
9. Lammert Hekman	Café Het Lokaal en Evenementenhal	03-02-22 Café Het Lokaal
10. Jos Bosma	De Boegschroef en Havencafé	09-02-22 Telefonisch
11. Mario Brouwer	Havenmeester	09-02-22 Telefonisch
12. Willem Dieterman Bart van der Kolk	Groningen Seaports	17-02-22 Online



Bijlage 2: Leefstijlvinder

In de analyses aangaande vrijetijdseconomie maken we gebruik van de Leefstijlvinder, ontwikkeld door SAMR Marktvinders in opdracht van acht provincies. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel. Dit zijn de zeven leefstijlen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers. De zeven leefstijlen zijn weergegeven in onderstaand figuur.

Figuur: Model Leefstijlvinder, SAMR 2021.



Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met burens en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven zichzelf als 'gewoon' en hartelijk. Voor Verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuinieren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust

en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust en 'doe maar gewoon'. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie; 'meten is weten'!

Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie,

vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!



Bijlage 3: Aantrekkelijkheid horeca voor leefstijlen

In deze bijlage staan de in deze analyse onderzochte horecagelegenheden, waarbij per voorziening is aangegeven voor welke leefstijlen deze vooral aantrekkelijk zijn.

KLEURING BEDRIJVEN		KLEURING						
Bedrijfsnaam	Plaats	Avontuurzoeker	Plezierzoeker	Harmoniezoeker	Verbindingzoeker	Rustzoeker	Inzichtzoeker	Stijlzoeker
Paviljoen Overdiep	Appingedam			X				
Koning van Groningen	Appingedam				X	X		
Hotel Landgoed Ekenstein	Appingedam						X	X
Grillroom Restaurant Alibaba	Appingedam	X					X	X
Gooday	Appingedam		X	X				
Egyptische restaurant Nefertari	Appingedam	X		X	X			
De Basiliek	Appingedam						X	X
Da Stefania Ristorante & Pizzeria	Appingedam				X	X		
Aan Tafel	Appingedam		X	X			X	
Croissanterie Fifties	Appingedam				X	X		
De Luinahof	Bierum				X	X		
Restaurant Grand Café Het Lokaal	Delfzijl				X	X	X	
Le Palme	Delfzijl			X	X	X		
Restaurant De Kakebrug	Delfzijl			X			X	X
Kantonees restaurant Nang Sing	Delfzijl			X	X	X		
Hotel/Restaurant de Boegschroef	Delfzijl		X	X				
Hotel Restaurant Boven Groningen	Delfzijl				X	X		
Eemshotel	Delfzijl				X		X	
La Vie en Rose	Delfzijl				X	X		
Brasserie Ziel	Delfzijl			X	X			
Ristorante dell 'Arte	Godlinze					X	X	
Hotel Spoorzicht & SPA	Loppersum				X		X	X
Brasserie Meer	Loppersum						X	X
Restaurant Eemshaven	Losdorp			X	X			
Herberg In de Valk	Middelstum						X	X
Visrestaurant de School	Oosterwijtwerd				X	X		
Eetcafé de Boerderij	Oosterwijtwerd			X	X			
Visrestaurant Landman De Remise	Termunten				X	X		
Hotel Restaurant Termunterzijl	Termunterzijl	X						X
Vispaleis Westerhuis	Termunterzijl				X	X		
Roodehaan	Westeremden				X	X		



Bijlage 4: Horecabeleving kansrijke doelgroepen

Plezierzoeker



Uw restaurant is vooral aantrekkelijk voor de plezierzoeker



De plezierzoeker is

- ✓ Spontaan
- ✓ Avontuurlijk
- ✓ Eigenwijs
- ✓ Vrolijk
- ✓ Impulsief
- ✓ Sociaal

- 18,8% van de Nederlanders is een plezierzoeker.
- Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (67%), en veel minder 50+ (14%).
- Veel gezinnen met kinderen (38%).

In hun vrije tijd zoeken plezierzoekers

- Op zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn.
- Plezierzoekers zien vrije tijd als het moment om je je hoofd leeg te maken, tijd om je te laten gaan en leuke dingen te doen.
- Ze gaan graag met een groep en relatief vaak op pad: want hoe meer, hoe beter.





Kenmerken van het ideale restaurant

- Restaurant is sfeervol en eigentijds, geen eenheidsworst. Uit eten is gericht op vermaak en contact met elkaar en anderen, bijv. op een food festival, met muziek.
- Gerechten zorgen voor zintuigelijke prikkeling en verrassing, zoals live cooking shared dining vers gemaakt en zelf kiezen (food court).
- Personeel geeft persoonlijke aandacht, is toegankelijk en een gangmaker. Altijd in voor een leuk verhaal of een grapje bij de kinderen.





Uw restaurant is vooral aantrekkelijk voor de harmoniezoeker



De harmoniezoeker is

- ✓ Sociaal
- ✓ Vrolijk
- ✓ Hartelijk
- ✓ Zachtaardig
- ✓ Gemoedelijk
- ✓ Iemand van 'doe maar normaal'

- 12,1% van de Nederlanders is een harmoniezoeker.
- Vaker vrouwen (79%), in de leeftijd 35-54 jaar (47%), laag-midden opgeleid.
- Vaker tweepersoons-huishoudens 50-64 jaar (21%) of met kinderen tot 12 jaar (25%).

In hun vrije tijd zoeken harmoniezoekers

- Tijd om samen (met het gezin) te genieten, te ontspannen en plezier te maken.
- Goede balans tussen dingen ondernemen (shoppen, zwemmen, bezoekje aan dierenpark of pretpark) en rustig aan doen (sauna, spelletje spelen).
- Voor iedereen wat te doen, niet te duur.





Kenmerken van het ideale restaurant

- De sfeer en inrichting is warm, met (veel) decoratie en goede belichting. Er is ruimte voor (grote) groepen. Het mag 'gezellig druk' zijn. Iedereen voelt zich welkom en thuis.
- Eten is gezelligheid, samen zijn, een uitje. De klassiekers zijn in trek en carpaccio is een must. Thema's (wokken), groepsgerechten (fondue en bbq) en 'all you can eat' zijn aantrekkelijk.
- De bediening is goed met groepen en kinderen. Er is aandacht voor gasten op bijzondere gelegenheden ('happybirthday').

