

Datum : 15 maart 2022
Tijd : 18:30 tot 20:00 uur
Locatie : TEAMS
Kopie naar :
Opgesteld door : Sylvia Zenden

Aanwezig : Namens gemeente Schouwen-Duiveland:
 Ricardo de Winter
 Harm Post

Namens dorpsraad:
 Irene Leijnse

Namens ondernemersvereniging:
 Olivier van der Bogt (voorzitter)

Inwoners:
 Lisette Huisman-te Velde
 Blanche Meijer Beijersbergen van
 Henegouwen
 Ron van der Deijl

Afwezig : Dennis Aerts

Nr.	Onderwerp	Behandeling / Afspraken	Aktie door:
1.	Opening	Harm Post heet alle aanwezigen van harte welkom en opent de vergadering.	
2.	Vaststellen agenda	Er worden geen wijzigingen of aanvullingen doorgevoerd, de agenda is hiermee vastgesteld.	
3.	Verslag vorige bijeenkomst d.d. 8 februari 2022	Aanwezigen hebben geen aanvullingen/wijzigingen op het concept verslag. Het verslag van 8 februari 2022 is definitief vastgesteld.	
4.	Terugkoppeling presentatie positionering in wg en pg stedenbouwkundigen beeldkwaliteitsplan	<p>Olivier heeft in de project- en werkgroep stedenbouwkundig-/beeldkwaliteitsplan de presentatie positionering Burgh-Haamstede gegeven.</p> <p>De eerste reacties zijn positief en enthousiast. "Park Burgh-Haamstede" als basis voor de positionering wordt breed gedragen, zowel door de deelnemers als door het stedenbouwkundigbureau (Bureau B+B). Laatstgenoemde vindt dit een goede basis c.q. toevoeging voor het beeldkwaliteitsplan.</p> <p>Er zijn veel mensen geïnspireerd en er is nog beeldmateriaal aangedragen. Er is enorme behoefte aan concrete invulling. De beelden moeten geïnterpreteerd worden als een totaal sfeer. Niet concrete afbeeldingen van bepaalde locaties werkten in sommige gevallen verwarrend. Dit heeft nadere uitleg.</p>	

		<p>Aandachtspunt van de positionering zijn niet de specifieke locaties en bouwplannen die aan deze dorpsvisie verbonden zijn. Deze horen thuis in de overige project- en werkgroepen.</p> <p>De conclusie is dat de positionering een plek heeft gekregen in de verdere uitwerking van het beeldkwaliteitsplan. Hiermee is ons eerste doel bijna bereikt. Bureau B+B heeft het overgenomen. Zij werken momenteel aan een vertaling naar beeldkwaliteit. Deze zal in de eerstvolgende projectgroep vergadering (24 maart 2022) worden besproken.</p> <p>Na de presentatie in de werkgroep waren de reacties tweeledig. Ricardo geeft aan dat enerzijds mensen bang zijn dat het 'park' verhaal moet leiden tot meer toerisme, terwijl dat niet het doel is. Het woord 'park' roept bij een aantal deelnemers andere beelden op dan bedoelt. Anderzijds zijn er ook deelnemers door de presentatie geïnspireerd. Zij zien de kwaliteit.</p> <p>Ron vult aan dat de beelden inderdaad anders geïnterpreteerd werden. De behoefte is om concreet ergens naar toe te werken.</p> <p>Olivier geeft aan dat het aangepaste (tweede concept) analyse en synthese document ten behoeve van het stedenbouwkundig plan gereed is. De positionering heeft hier ook een duidelijke plek in gekregen. En is verbeeld als meest overkoepelende project over alles heen (dorpsas met alle projecten die daaraan hangen). Dit hebben wij als ondernemersvereniging beoogt.</p> <p>Voor de komende tijd moet de focus liggen op de openbare ruimte, en de samenhang daarin over de hele dorpsas en alles wat daarmee samenhangt. Wij zijn benieuwd hoe Bureau B+B dit invult.</p> <p>Met opname van positionering in deze documenten is het eerste doel (input leveren voor het stedenbouwkundig/beeldkwaliteitsplan) bereikt.</p> <p>Er volgt nog een afstemming met de projectgroep kunst en cultuur om de raakvlakken te bekijken.</p>	
5.	Reikwijdte positionering; wat valt er wel en niet onder?	<p>We moeten vooral toelichten wat de reikwijdte en het doel is van de positionering. Zie verder onder punt 8 in dit verslag.</p>	
6.	Reacties en ingekomen beelden: hoe te verwerken	<p>Er zijn veel aanvullende beelden en reacties ontvangen. Alle beelden willen we op posters of panelen afbeelden en deze meenemen naar het ondernemerscafé (24 maart). Op deze manier geven we inzicht.</p> <p>Lisette informeert naar de informatie die de werkgroep Dorpsas heeft gekregen (opzet maken voor een blauwdruk voor Welstand). Ricardo legt uit dat deze opdracht wel wordt voorbereid door Bureau B+B. Zij maken een voorzet aan de hand van beelden en een omschrijving maken van de diverse deelgebieden. De positionering is hierin vervlochten. Bureau B+B heeft alle beelden ontvangen, zij hebben voldoende input.</p> <p>Lisette geeft aan dat de mensen uit werkgroep 1 soms het gevoel hebben niet serieus genomen te worden.</p>	

		<p>Blanche vult aan dat het verder gaat dan beelden, het gaat om beleven. Met meer beelden gaan we het niet oplossen. Bij beleving kunnen we prima het tempo erin houden. We wachten op het eerste concept beeldkwaliteitsplan van Bureau B+B. Hier kunnen we de positionering nog naast leggen. En tegelijkertijd kunnen we kijken hoe we de beleving bij iedereen gaan brengen. Bijvoorbeeld al stoeltjes neerzetten op verschillende locaties. Elkaar ontmoeten, open het gesprek aangaan.</p> <p>Olivier merkt op dat de OVBH teruggaat naar de ondernemers. De OV wil ook iets gaan doen. Het ligt niet alleen bij de gemeente of Bureau B+B. Er zijn meer stakeholders die iets kunnen oppakken. Hier willen we het in het ondernemerscafé over hebben. Bijvoorbeeld her en der al stoeltjes plaatsen. Om ambitie te laten zien. Denken jullie dat dit een goed idee is?</p> <p>Aanwezigen zijn het hiermee eens!</p>	
7.	<p>Verdere uitwerking: doelgroepen, kansen, kwaliteiten</p>	<p>Olivier vraagt aanwezigen mee te denken over wat de OVBH richting haar ondernemers verder mee kan geven. Wij willen een verhaal over kwaliteit, doelgroepen (inclusief overlap toerist / bewoners) vertellen. Willen jullie meedenken over doelgroep, kwaliteit en kansen die wij terug kunnen leggen bij de lokale ondernemers (en breder, er is ook ruimte voor nieuwe ondernemers)?</p> <p>Alle aanwezigen zijn van harte uitgenodigd voor het ondernemerscafé!</p> <p>Olivier benadrukt het belangrijk te vinden dat de denkwijze ook binnen de gemeente landt. Er spelen kleine ontwikkelingen aan de dorpsas, die al in gang gezet worden, gefaciliteerd door gemeente, waar kleine groepjes ondernemers of bewoners zich hard voor maken, zonder terugkoppeling naar dorpsraad en/of OVBH. De gemeente moet deze kans ook pakken. Als we een en ander nu terugplaatsen binnen het grote verhaal, kunnen we straks versnellen met beter resultaat.</p> <p>We moeten oppassen met het realiseren van projecten vooruitlopend op het beeldkwaliteitsplan. Een van de doelen is toch die samenhang.</p> <p>Lisette vraagt dit ook aan de dorpsraad. Is er een commitment dat we wel alles in samenhang doen?</p> <p>Olivier merkt op dat wanneer dit alleen een verhaal van de OVBH blijft, het nooit breed gedragen zal worden. Het moet ook 'geadopteerd' worden door de dorpsraad. Het kan het verhaal van de dorpsvisie verrijken. Ik heb er vertrouwen in dat dit kan helpen. Het moet overgenomen worden door iedereen.</p> <p>Irene merkt op dat het binnen de dorpsraad ook zo gedragen wordt. Binnen de uitwerking kunnen we kijken hoe het eruit komt te zien. We moeten samen optrekken. Niet alleen gedragen door ondernemers, maar ook door bewoners.</p>	Allen

		<p>Harm informeert welke ontwikkelingen aan de dorpsas er worden bedoeld, die door de gemeente worden geëntameerd. Dat zijn toch Bosplein, Noordstraat en het weitje?</p> <p>Olivier beaamt inderdaad dat het weitje nogal als een verrassing kwam.</p> <p>Ricardo wil dit nuanceren en verduidelijkt dat dit een vastgesteld plan is, waar geld voor vrijgemaakt is door de gemeenteraad. Daarnaast gaat het hier om een upgrade van de bestaande fietsenstalling. Op een plek waar al een fietsenstalling staat, binnen de huidige grenzen. Meer is het niet!</p> <p>Deze fietsenstalling is een quick win. Af en toe moeten we ook laten zien dat er ook daadwerkelijk iets gebeurt.</p> <p>Ron merkt op dat we wel door moeten. Kan er wellicht ook al iets gecommuniceerd worden vanuit projectgroep geluksmomenten.</p> <p>Harm geeft aan dat we via de scholen gaan kijken wat de kinderen, in de leeftijdscategorie 6 tot 12 jaar missen in Burgh-Haamstede. Hier is een budget aan gekoppeld. We willen kinderen de kans geven een plan te bedenken. Dit kan wellicht al snel uitgevoerd worden. We hebben vernomen dat de scholen er graag aan meewerken.</p> <p>Voor de entrees is bedacht de rotondes te beplanten. Dit gebeurt aan de hand van een zorgvuldig proces.</p> <p>We proberen dit eenvoudig te houden, zonder dat we daar een heel plan voor opzetten om te kijken of het wel past.</p> <p>Lisette informeert waar de grens ligt. Dit zijn leuke, snelle initiatieven, maar wij willen in deze projectgroep een overkoepelend sfeerbeeld uitrollen.</p> <p>Harm legt uit dat de grens bij de andere project- en werkgroepen ligt. Als men vindt dat het niet past, houdt het op.</p> <p>Olivier oppert dat er wellicht een supervisor nodig is. Deze kan altijd op alle niveaus beoordelen. Of het nou een fietsenstalling is of een pump track, dan zijn het programma's die in een plan vallen. Dat is het doel van de dorpsvisie, van de positionering, van de OVBH en het beeldkwaliteitsplan.</p> <p>Het is vervelend dat het wantrouwen groot is.</p> <p>Als er terugkoppeling plaatsvindt, kan dit wantrouwen voorkomen worden. Het lijkt nu een zijspoor.</p> <p>Ron merkt op dat je niet iedereen tevreden kunt stellen, je moet op enig moment ook door.</p> <p>Olivier geeft aan dat het uiteindelijk moet gaan om een breed gedragen plan en hoe daar zaken aan gespiegeld worden, daar zijn inspraakprocedures voor.</p> <p>Wij hebben geprobeerd een ambitieniveau te leggen op het hele publieke domein, op de hele as. Ik wil me daar hard voor maken, dat we dat verhaal samen proberen uit te leggen. Het verhaal van ontmoeting, ruimtelijke kwaliteit en samenhang.</p>	
--	--	---	--

8.	Marketing en branding	<p>De ondernemersvereniging wil positionering gebruiken om een soort marketing-/branding plan voor Burgh-Haamstede in de toekomst op te zetten.</p> <p>SESD (Stichting Eilandmarketing Schouwen-Duiveland = nieuwe marketing groep opgericht na het opheffen van de VVV) hebben hun plannen en stand van zaken gepresenteerd. Wij zijn met hen in gesprek. Met het door hen ingeschakelde reclamebureau zullen wij ook de positionering bespreken. Dit om een eventuele samenwerking te bespreken. En om de positionering vanuit marketingkant te verscherpen.</p> <p>Wij hebben steeds geprobeerd te vertellen dat het een alles omvattend verhaal is, niet alleen vanuit ondernemers, maar ook voor bewoners en bezoekers. Aan Irene de vraag of er nog tips zijn om de verbinding met bewoners en bezoekers te krijgen.</p> <p>Irene geeft aan dat mensen graag willen wandelen en fietsen. Bewoners willen graag weten wat jullie precies bedoelen met de positionering en wat het voor de bewoners doet. Belangrijk is het groen en het recreëren, hoe gaat dit in de toekomst eruit zien?</p> <p>Olivier merkt op dat de bewoners een link zien met het toerisme en daar zit een spanningsveld. Het groen is behoorlijk stevig op de kaart gezet. Wij hopen dat de dorpsas een bepalende rol gaat spelen. De dorpsas/parkas moet de belangrijkste plek worden. Wij hopen dat dit ook in het stedenbouwkundig plan komt. Wij hopen ook dat de dorpsraad dit gaat uitstralen. We moeten dat gezamenlijk doen (gemeente, dorpsraad, ondernemersvereniging). We moeten uitleggen dat we bepaalde keuzes weloverwogen maken.</p> <p>Irene informeert naar de onlangs geplaatste informatiezuilen (één in Burgh en één in Haamstede). Deze staan op nogal ongelukkige plekken. Heeft de ondernemersvereniging contact hierover met de SESD?</p> <p>Olivier merkt op dat de SESD een breder overleg zou organiseren met de voorzitters van de dorpsraden. Olivier zal dit terugleggen in de vergadering van de OVBH.</p> <p>Blanche geeft aan dat men bang is 'niet gehoord te worden', dat er voor de bewoners wordt gedacht. Men is bang dat positionering gericht is op de toerist. Kunnen we daarin tegemoet komen? Dat men zich gehoord voelt. Positionering is een gemeenschappelijk verhaal waarin iedereen zich herkent en erkend voelt.</p> <p>Ron merkt op dat er andere ontwikkelingen zijn rondom het toerisme. Er komen niet meer toeristen, ook niet in de toekomst, er komen ook niet meer eenheden. Er wordt wel hard gewerkt aan kwaliteitsverbetering. De trend is dat er bij kwaliteitsverbetering minder eenheden terugkomen. Het wordt dus niet meer. Als we dit goed uitleggen, kunnen we die angst wellicht weghalen.</p> <p>Ricardo beaamt dit. De gemeente staat geen nieuwe parken meer toe. Tenzij het een uniek onderscheidend concept is, op een bijzondere locatie.</p>	Olivier
----	-----------------------	--	---------

		<p>Er wordt gewerkt aan kwaliteitsverbetering op de bestaande parken. Het aantal eenheden neemt veelal juist af. We willen het toerisme ook meer spreiden en niet meer zo pieken in de zomer. Als dit nog aan het verhaal toegevoegd kan worden, zal dat het verhaal alleen maar ten goede komen.</p> <p>Ron verduidelijkt dat bij Resort Haamstede de kwaliteitsverbetering alleen mogelijk was, door compensatie in de natuur. We moeten goed uitleggen dat positionering gaat om kwaliteitsverbetering voor bewoner en toerist.</p> <p>Olivier neemt dit mee als input. Voor wat betreft de opmerking van Blanche. Ik geloof in open processen en participatie, maar ook in de ontwerpkracht. Het heeft te lang geduurd voordat er een overkoepelend plan voor de dorpsas, als basis voor de overige projecten, lag. Ik hoop op een overtuigend verhaal van het stedenbouwkundig bureau. Dat ontwerp moet het verhaal van de mensen maken en de stip op de horizon geven.</p> <p>Blanche is het hiermee eens. Een overkoepelend verhaal is belangrijk. Het wordt alleen niet als 'eigen' ervaren. Hoe kunnen we het 'ons' verhaal maken. De betrokkenheid moet vergroot.</p> <p>Lisette stelt een praktische oplossing voor, in de vorm van een korte disclaimer 'niet groter en meer, maar beter'. De beelden zijn niet bedoeld als individuele beelden, maar als algemene sfeer. Benoem dat. Het gaat om samenhang, we hebben één omgeving waar we in leven, wonen, werken, genieten. De suggestie is het bureau drie punten heel duidelijk mee te nemen in hun verhaal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 'niet grote en meer, maar beter' - Ruimtelijke samenhang - Concrete invulling <p>Olivier zal deze dit aangeven bij Bureau B+B.</p> <p>Olivier vult aan dat het één verhaal moet worden van dorpsraad en ondernemersvereniging.</p>	Olivier
9.	Vervolgstappen / afspraak	<p>De volgende projectgroep stedenbouwkundig-/beeldkwaliteitsplan is op 24 maart a.s. Hierin wordt de eerste aanzet van het beeldkwaliteitsplan besproken.</p> <p>Op 24 maart a.s. wordt ook het ondernemerscafé gehouden. Locatie: Molenberg, aanvang vanaf 19.30 uur.</p>	
10.	Wvttk	-	
11.	Volgende vergadering	<p>De volgende projectgroep vergadering is in overleg ingepland op 20 april 2022 van 10.00 tot 11.30 uur.</p> <p>Agendapunten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concept beeldkwaliteitsplan - Bespreken van de antwoorden op de gestelde vragen. 	
12.	Sluiting	Harm Post dankt alle aanwezigen en sluit de vergadering.	