

Naar een toeristisch actieplan voor de Kust

De Kust is de belangrijkste as van het receptief toerisme in Vlaanderen en vormt één van de belangrijke pijlers in de Westvlaamse economie. Dit blijkt onder meer uit de vaststelling dat de totale toeristische omzet van de Kust op circa 80 miljard BEF mag worden geschat en de korresponderende tewerkstelling op 25.000 persoon/jaar ekwivalent.

In de tachtiger jaren noteerde de Kust een trager dan gemiddeld groeiritme van de overnachtingen. In de negentiger jaren manifesteerde zich een duidelijke absolute terugloop van het verblijftoerisme. Tussen 1991 en 1995 daalde de toeristische index Kust en Achterland van het WES met 8% :

- de daling situeert zich uitgesproken bij de verhuur van vakantiewoningen en -appartementen;
- de terugloop lokalizeert zich vrijwel uitsluitend op de binnenlandse markt.

Het kan niet ontkend worden dat de Kust met een aantal externe bedreigingen heeft af te rekenen zoals de sterke Belgische frank, goedkope buitenlandse bestemmingen, wijzigende familiestructuur.

Toch zijn in de eerste plaats interne factoren verantwoordelijk voor de achteruitgang.

De interne oorzaken voor de terugloop van het kusttoerisme zijn te vinden in de negatieve reacties op de stedenbouwkundige en structurele erfenissen van het verleden, onaangepaste infrastructuur, een gebrek aan gevarieerde vrijetijdsmogelijkheden zoals alle-weersvoorzieningen, sportrecreatieve voorzieningen en cultuurrecreatieve mogelijkheden. De moderne toerist wil veel meer dan vroeger zijn vakantie beleven en is veel milieubewuster. Daarenboven heeft de 'onderneming Kust' zoals alle ondernemingen behoefte aan voortdurende vernieuwing. Hierbij dient tevens gewezen op de gebrekkige, versnipperde en ontoereikende promotionele inspanningen die bovendien nauwelijks hebben ingespeeld op een gewijzigd vakantiegedrag.

Dit wil niet beduiden dat er in het jongste verleden niets is gebeurd. Zowel de privé-sektor als een aantal kustgemeenten hebben aanzienlijke inspanningen geleverd om het toeristisch produkt te verbeteren.

In het licht van voorgaande vaststellingen werd door Toerisme Vlaanderen in samenwerking met diverse bevoegde instanties in West-Vlaanderen, het idee geformuleerd om een toeristisch actieplan voor de Kust te ontwikkelen. Door de gevormde Stuurgroep voor het Kustactieplan werd in opdracht van de Minister-President recentelijk een raamwerk opgezet. Dit werd vóór enkele weken gevolgd door een werkbezoek van de Minister-President aan de Kust. Het is voorbarig om onmiddellijke toezeggingen voor concrete acties te verwachten. Hierover moet de Vlaamse regering zich mee uitspreken. Toch mag, rekening houdend met de positieve reacties van de Minister-President, de hoop worden gekoesterd dat het Kustactieplan ook tot concrete realisaties zal leiden. Dit blijkt onder meer uit het voornemen tot het vormen van een Interdepartementale Kommissie in de schoot van het Vlaams Gewest ten aanzien van de konkretisering van het Kustactieplan. Even belangrijk is de

noodzaak dat het Provinciebestuur West-Vlaanderen en de kustgemeenten financieel participeren en eendrachtig samenwerken bij de realisatie van het Kustactieplan. Positief is alvast dat het raamwerk tot een Kustactieplan tot stand kwam in overleg met en via Westtoerisme met alle kustgemeentebesturen.

De benodigde inspanningen voor de Kust zijn zo ingrijpend, dat het niet realistisch lijkt, te verhoppen dat een wezenlijke verandering van het kustprodukt in een paar jaar kan worden gerealiseerd. Er wordt dan ook geopteerd om de realisatie van het Kustactieplan te spreiden over vijf jaar.

Een Kustactieplan dient zich in principe te oriënteren op een veelheid van invalshoeken, die elk een bijdrage kunnen leveren tot de revitalisatie van het kustgebieden.

De belangrijkste domeinen lijken ons ter zake :

- de openbare ruimte;
- de wegeninfrastructuur en de verkeersleefbaarheid;
- de recreatieve voorzieningen;
- de logiesinfrastructuur;
- vorming/opleiding/tewerkstelling/onthaal en
- de marketing

Algemeen kan worden gesteld dat de verbetering van de openbare ruimte de allereerste prioriteit heeft. Hierbij wordt bedoeld op:

- de heraanleg en het verfraaien van de zeedijk;
- het verbeteren van de strandvoorzieningen;
- het verbeteren van het gebruik van de duinen als recreatief gebied, rekening houdend met de natuurlijke draagkracht;
- het visueel aantrekkelijk maken van de badplaatscentra;
- het optimaliseren van de toegankelijkheid van de badplaatsen;
- de heraanleg en/of verfraaien van de hoofdstraten van de badplaatscentra;
- heraanleg en/of verfraaien van pleinen;
- het aanleggen van bossen of parken;
- wandel- en fietsfaciliteiten in de badplaatsen en vertrekkend vanuit de badplaatsen;
- monumentenzorg.

Het verbeteren van de 'leefbaarheid' van de badplaatsen moet centraal staan. De politiek inzake de verkeersleefbaarheid dient in belangrijke mate te leiden tot het verkeersarm maken van de centra, het heraanleggen van straten en pleinen en het aanleggen en het operationeel maken van geschikte randparkeerplaatsen en/of andere parkeeroplossingen.

Vernieuwing is mede afhankelijk van structurerende toeristische projecten. Structurerende toeristische projecten zijn op plaatsen met geschikte mogelijkheden en in continuïteit met de reeds bestaande openbare ruimte op kwalitatieve wijze te ontwikkelen.

Jachthavens hebben voor het kusttoerisme een ondersteunende en revitaliserende rol, omdat ze een toeristische sfeer creëren en imagoversterkend zijn

voor de badplaats. Hun uitbreiding of nieuwe aanleg geeft een meerwaarde aan de openbare ruimte, indien dit geïntegreerd wordt in het weefsel van de badplaats.

Dezelfde rol vervullen ook de golfterreinen. De Kust noteert een duidelijk gebrek aan golfsportmogelijkheden.

Strukturerende vernieuwingsmogelijkheden worden geboden door plaatsen die behoren tot het 'kollektief geheugen' van de Kust, zoals bijvoorbeeld de renovatie (of kwaliteitsvolle vervanging) van de Pier van Blankenberge, kwalitatieve vernieuwingsprojecten voor kustcasino's en het bewaren van de groene long 'La Potinière' te De Haan, als element van een waardevolle stedenbouwkundige aanleg uit het verleden.

Nog andere plaatsen hebben strategische potenties tot uitbreiding en vernieuwing van de toeristische openbare ruimte, zoals het geïntegreerd project Oosteroever te Oostende. Ook de private sektor zal door de renovatie van het receptieve apparaat zijn bijdrage moeten leveren tot een verhoogde aantrekkingskracht van de kust op het buitenland en de handhaving op de binnenlandse markt.

Alhoewel de nadruk uitgesproken komt te liggen op produktverbetering en -vernieuwing, dient finaal te worden gewezen op het belang van geïntensifieerde marketinginspanningen. Deze laatste moeten bijdragen tot een duidelijk imago rond het thema 'gezondheid en sportrecreatie voor het gezin'. De Kust moet ook te allen prijze vermijden enkel goed te zijn voor weekendvakanties en dagjesmensen. Het 'kernprodukt' blijft nog steeds de vakantie.

Marketing betekent ook meer koördinatie en het samenbrengen van promotionele middelen om op een zichtbare manier adequate produkten en boodschappen, voor gerichte doelgroepen, in het medialandschap te loodsen.

