



GREEN DEAL

SCHONE STRANDEN

JAARVERSLAG

2016

INLEIDING	3
NETWERK GREEN DEAL SCHONE STRANDEN	4
KENNISOVERDRACHT	5
CONTACTDAGEN	5
VERKIEZINGEN & WEDSTRIJDEN	5
COMMUNICATIE	6
GEDRAGSVERANDERING	7
RESULTATEN.....	7
PUBLIEKSPARTICIPATIE	8
NGO'S.....	8
BETREKKEN STRANDBEZOEKERS	8
MONITOR	10
AANPAK.....	10
PEUKEN	11
DUURZAAM ONDERNEMEN	12
GREEN KEY	12
MY BEACH	12

De Green Deal Schone Stranden is op 20 november 2014 door 35 partners ondertekend. Na de ondertekening van de Green Deal is een regiegroep opgericht. De groep bestaat uit vertegenwoordigers van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu, Nederland Schoon, Stichting De Noordzee, Stichting Keurmerk Milieu, Veiligheid en Kwaliteit, Strand Nederland en KIMO Nederland en België. Hiermee is iedere groep stakeholders vertegenwoordigd in de regiegroep

De Green Deal Schone Stranden is in de eerste plaats een kennisnetwerk, samenwerkingsverband en stimuleringsplatform. De regiegroep en de partners hebben zich in de Green Deal gecommitteerd om samen te werken aan structureel schonere stranden. Hierbij wordt beoogt om lokale initiatieven beter op elkaar af te stemmen en opgedane ervaring te delen. In 2020 moet het kennisnetwerk op zichzelf kunnen staan, gedragen door alle partners.



De Green Deal Schone Stranden is uniek in zijn soort. Uniek in doelstelling, uniek in samenwerking en uniek in aanpak. Waar andere Green Deals bestaan uit een kleine groep stakeholders die samen werken aan een concrete duurzame oplossing is de Green Deal Schone Stranden enorm breed en enorm divers. De doelstelling: "Structureel schonere stranden langs de Noordzeekust" raakt niet alleen aan de gehele Nederlandse kuststrook van Cadzand tot Schiermonnikoog maar vraagt ook om inzet en betrokkenheid van een zeer gemêleerde groep mensen: Gemeenten, Paviljoenhouders, Badgasten, Sporters, Natuurliefhebbers, Provincies, Rijksoverheid, Leveranciers etc. etc.

Het doel van de Green Deal is niet dat de overheid met een eenduidige oplossing komt die langs de hele kust uitgerold kan worden. Een dergelijke oplossing is er (helaas) ook niet. Dit komt door de grote verscheidenheid die we langs de kust aantreffen en die we moeten koesteren. Het strand bij Scheveningen is immers niet te vergelijken met het strand van Schiermonnikoog. Zo zijn ook de bezoekers van Scheveningen niet te vergelijken met Schiermonnikoog.

De aanpak van de Green Deal Schone Stranden is er daarom op geënt om een netwerk op te bouwen langs de kust waar alle stakeholders elkaar snel en makkelijk kunnen vinden en van elkaar kunnen leren. De Green Deal faciliteert hierin als platform waar het netwerk op kan bouwen. Het opbouwen, verstevigen en optimaal benutten van een dergelijk netwerk vereist tijd en inspanning. Enerzijds om alle stakeholders te betrekken, anderzijds om een wederzijds vertrouwen op te bouwen die een duurzame samenwerking mogelijk maakt.



NETWERK GREEN DEAL SCHONE STRANDEN

De aanpak van de Green Deal Schone Stranden is er op geënt om een netwerk op te bouwen langs de kust waar alle stakeholders elkaar snel en makkelijk kunnen vinden. De Green Deal faciliteert hierin als platform waar het netwerk op kan bouwen en stimuleert innovaties. Het opbouwen van een dergelijk netwerk vereist tijd en inspanning. Enerzijds om alle stakeholders te betrekken, anderzijds om een wederzijds vertrouwen op te bouwen die een duurzame samenwerking mogelijk maakt.

Een belangrijk gegeven is dat de verschillende belangen groepen vanaf het begin zijn vertegenwoordigd in de regiegroep. De Regiegroep bestaande uit zes partners vormen de basis voor het platform waar het netwerk op wordt gebouwd. Rijkswaterstaat is hierin afgevaardigd namens het rijk, KIMO als vereniging van kustgemeenten, Strand Nederland als belangenbehartiger van Strand ondernemers, Stichting de Noordzee als belangrijkste NGO aan de Noordzee en organisator van de grootste vrijwilligers schoonmaak, Nederland Schoon als kennisinstituut schoon en contact naar de verpakkingindustrie en tot slot Stichting KMKV als onafhankelijke kwaliteitskeurmerk voor stranden en ondernemingen.

In 2015, het eerste jaar van de Green Deal Schone Stranden, is actief ingezet op het betrekken van de kustgemeenten. Hoewel KIMO in de regiegroep als vertegenwoordiger van de kustgemeenten optreedt is alle gemeenten toch gevraagd de Green Deal te ondertekenen als uiting van commitment. Veel van de kustgemeenten hebben dit ook gedaan met een lijst van acties die zij in het kader van de Green Deal wilden gaan uitvoeren. Met deze lijsten is voortvarend gestart en veel van de acties zijn hetzelfde jaar nog uitgevoerd. Door op contactmomenten als de Stranddagen en de Schoonste strandverkiezing ook bij de uitgevoerde acties stil te staan begon het netwerk te ontwikkelen en zochten gemeenten elkaar actief op voor informatie uitwisseling.

In 2016 bleken de meeste gemeenten al goed aangehaakt en is de focus verschoven naar de startups en lokale Ngo's. Langs de kust bestaan veel goede initiatieven om het strand schoon te houden waarbij sommige vooral ideologisch zijn en anderen een volwaardige business case hebben. Voorbeelden van geslaagde initiatieven zijn: Doe Mee Verlos de Zee, Grondstofjutters, Juttersgeluk, Juttersvereniging Ameland, Milieujutter Terschelling & Trashure Hunt. Via de contacten bij de verschillende gemeenten is Juttersgeluk erin geslaagd hun expeditie flink op te schalen langs de Nederlandse kust. Grondstofjutters heeft daarentegen veel baat gehad van de contacten van Strand Nederland bij de paviljoenhouders. Daarnaast zijn de contacten tussen de organisaties en richting het bestaande Green Deal netwerk verstevigd waardoor nieuwe initiatieven makkelijker van de grond komen.

Om de paviljoenhouders te betrekken zijn in de loop van 2016 plannen gemaakt om het My Beach programma van Stichting de Noordzee nieuw leven in te blazen. In begin zal echt gericht worden op de koplopers, de paviljoens met een Green Key of My Beach locatie. Speerpunten bij de koploper paviljoens zijn onder andere de aanpak van zwerfafval en verduurzaming van de bedrijfsvoering. Een logische stap hierin is duurzaam en afval arm inkopen. Door een gezamenlijke vraag van de paviljoens zullen ook de verpakkingindustrie en de leveranciers in beweging komen.



KENNISOVERDRACHT

Kennisoverdracht is een van de speerpunten binnen de Green Deal Schone Stranden. Enerzijds wordt het netwerk verder ontwikkeld om goede en efficiënte kennisuitwisseling en afstemming mogelijk te maken. Anderzijds wordt het netwerk ook verstevigd door actief kennis te delen en de bestaande contacten te benutten. De kennisoverdracht wordt op een aantal manieren ingestoken via: stranddagen, artikelen, digitale media en wedstrijden.

CONTACTDAGEN

Per jaar worden een aantal dagen georganiseerd die betrekking hebben op het strand. Op deze dagen wordt vanuit de partners van de Green Deal aandacht besteed aan een schoon strand en duurzaam ondernemen. Voor deze dagen wordt geprobeerd zoveel mogelijk stakeholders uit te nodigen, door mensen uit verschillende achtergronden te betrekken komt er een vruchtbare discussie op gang en krijgen deelnemers de mogelijkheid om van elkaars situatie te leren.

Stranddagen

Jaarlijks wordt het strandseizoen geopend tijdens de stranddagen. In 2016 werden deze georganiseerd in Kijkduin (Gemeente Den Haag). De primaire organisatie ligt bij Strand Nederland met ondersteuning van Nederland Schoon. Op deze dagen wordt tevens de vergadering van de blauwe vlag georganiseerd en dit jaar voor het eerst de bestuursvergadering van KIMO. Op de stranddagen komen meestal veel strandondernemers, gemeentelijk beleidsmedewerkers en NGO's, leveranciers, mensen met innovatieve ideeën, en andere stakeholders.

Tijdens de stranddagen werd een informatieve sessie georganiseerd door Nederland Schoon en verzorgde KIMO een drietal workshops: Peuken, Evenementen, Afvalscheiding. Daarnaast werd tijdens een excursie naar Scheveningen het materieel van de gemeente getoond waaronder de Beachcleaners en de Moloch bakken.

Schoonste strandenmarkt

Ook de uitreiking van de schoonste strandverkiezing is een evenement waar veel beleidsmedewerkers op af komen. De gemeenten strijden immers hard voor de titel van schoonste strand die elk jaar extra bezoekers met zich mee brengt. Een goede reden om tijdens de uitreiking, die stevast plaatsvindt in het schoonste paviljoen van dat jaar, meer informatie te verschaffen over het schoonhouden van stranden. Om dit op een informele relaxte sfeer te doen is dit jaar gekozen voor een informatiemarkt waarbij men bij verschillende kramen tips ideeën en middelen voor een schoon strand kon bekijken. Door de open setting bleef daarnaast volop tijd en mogelijkheid om onderling te netwerken en expertise uit te wisselen. Ook is er dit jaar een brede brainstorm sessie geweest over de meerwaarde, potentie en mogelijkheden van een vernieuwd MyBeach programma. Op basis van deze uitkomsten zal in 2017 worden begonnen met de uitrol van dit nieuwe programma.

VERKIEZINGEN & WEDSTRIJDEN

Schone stranden staan centraal in de verkiezing van Nederland Schoon voor het Schoonste Strand. Bij deze verkiezing geldt de waardering van de ANWB inspecteur voor 75%. De 25% komt voort uit

publieksstemmen. Al jaren scoren de Zeeuwse stranden erg hoog. Voor veel gemeenten, paviljoenhouders en reddingbrigaden is de score een serieuze aangelegenheid en wordt er ook hard gewerkt om hoog te eindigen. Een strand dat hoog eindigt kan ook rekenen op meer toeristen

Naast de Schoonste Strandverkiezing is er tevens een verkiezing voor Beste Strandpaviljoen van Nederland. Hierbij zijn duurzaamheid en Schoon zowel criteria als subklassen. Zo is er ieder jaar een schoonste paviljoen van Nederland en een Duurzaamste paviljoen van Nederland. Al deze verkiezingen stimuleren de samenwerking tussen paviljoen en gemeente voor schone stranden.

COMMUNICATIE

Vanuit de regiegroep zijn er in 2016 6 nieuwsbrieven naar de partners gezonden. In de nieuwsbrief wordt aandacht besteed aan actuele ontwikkelingen, zoals nieuw initiatieven of interventiemiddelen. Daarnaast is er altijd ruimte voor succesverhalen van de partners, de plaatsing van nieuwe jútbakken, de start van een schoonmaak etc.

Naast de Green Deal Schone Stranden Nieuwsbrief wordt er volop gebruik gemaakt van de bestaande communicatiekanalen van de partners. In de KIMO nieuwsbrief die zesmaal per jaar verschijnt staat altijd een stuk over de Green Deal Schone Stranden. Strand Nederland besteedt altijd een vrije pagina in Strand Magazine aan de Green Deal. Strand Magazine bereikt met meer dan 500 oplages alle kustgemeenten en paviljoens en wordt veel gelezen.

Zowel de Green Deal Schone Stranden nieuwsbrief als die van KIMO zijn digitaal. Om nog beter digitale ondersteuning te bieden aan de Green Deal Schone Stranden is door Strand Nederland en KIMO een website ingericht, www.schonestranden.nl

Verder wordt informatie over het schoon houden gedeeld via de kenniswijzer zwerfafval en Supporter van Schoon.



GEDRAGSVERANDERING

Om tot structureel schone stranden te komen is het in de eerste plaats noodzakelijk dat het gedrag van mensen verandert. Als mensen bewust zijn van het probleem is dit niet direct een rede voor verandering van gedrag. Desondanks is het goed om mensen bewust te maken van het probleem. Door de urgentie aan te tonen kunnen mensen vanuit intrinsieke waarde veranderen van gedrag en een goed voorbeeld geven.

Het merendeel van de mensen zal ondanks dat zij het probleem kennen niet direct van gedrag veranderen. Als men de verwachting heeft dat hun verandering geen effect heeft is er weinig motivatie om te veranderen: "niemand anders doet het, welk effect heeft dat ene plastic lepeltje." Door gezamenlijk een norm uit te stralen van een schoon strand, waarbij men ook afval van een ander opruimt worden strandbezoekers automatisch gestimuleerd om zelf goed met afval om te gaan. Door daarbij genoeg afvalbakken te plaatsen, met een goede uitstraling die deze norm bevestigt wordt het ook makkelijker om aan de norm te voldoen.

In 2015 is door veel gemeenten ingezet op gedragsverandering, in 2016 is onderzocht wat de ervaringen waren met de verschillende interventiemiddelen. Hierbij is een analyse uitgevoerd waarom een interventiemiddel in de ene gemeente wel aansloeg en in een ander niet. Op zowel de stranddagen als de schoonste strandverkiezing is hier uitgebreid bij stil gestaan en zijn best practise voorbeelden gedeeld.

RESULTATEN

Een van de interventie middelen die lovende kritiek ontving is het strand afvalzakje. In veel gemeenten worden deze actief aan de strandbezoekers aangeboden. Dit kan door middel van een tasjes paal of bij paviljoenhouders die het tasje meegeven aan mensen die wat kopen. De strand afvalzakjes kunnen worden gebruikt om het afval in te bewaren tijdens een strandbezoek. Bij het verlaten kunnen ze dan worden weggegooid, onderzoek in Den haag en Bloemendaal heeft aangetoond dat de tasjes een significant effect hebben Een veel genoemd nadeel van de tasjes is dat ze niet goed werken in combinatie met afvalscheiding. In de tasjes gaat al het afval bij elkaar en ze worden dan ook in zijn geheel bij het rest afval gegoid.



PUBLIEKSPARTICIPATIE

In 2016 is actief ingezet op publieksparticipatie in de vorm van Ngo's en vrijwilligers. Hiervoor is ingezet op twee sporen. Enerzijds het stimuleren van een aantal start up Ngo's en het actief betrekken van deze ngo's bij het platform. Anderzijds het benaderen van individuele strandbezoekers.

NGO'S

Voor het eerste spoor is intensief contact geweest en samengewerkt met organisaties als: Doe Mee Verlos de Zee, Grondstofjutters, Juttersgeluk, TrashUre Hunt, Juttersvereniging Ameland en Milieujutters Terschelling. Op de laatste twee zijn deze organisaties ook allemaal toegetreden tot de Green Deal. Vanuit de Green Deal worden deze initiatieven ook gepromoot. Zo worden de Jutbakken van Doe Mee verlos de Zee actief onder de aandacht gebracht van alle kustgemeenten als interventiemiddel voor stormafval. Naar aanleiding van de Boskalis Beach Clean Up heeft Rivella 5 jutbakken geschonken aan gemeente Vlieland.

Grondstofjutters en Juttersgeluk hebben door bijdrage van de Green Deal in 2016 kunnen opschalen. Bij Grondstofjutters krijgen strandbezoekers bij een paviljoen een gratis kop koffie of thee wanneer zij een volle juttas inleveren. Door de contacten van Strand Nederland is dit concept bij alle paviljoens in Nederland onder de aandacht gebracht.

Juttersgeluk richt zich juist op de participatie van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Met hun jaarlijkse expeditie gaan zij bij een aantal gemeenten langs waar mensen uit zorginstellingen kunnen deelnemen aan de schoonmaak. Via de contacten van KIMO bij alle kustgemeenten is de expeditie in 2016 opgeschaald naar de hele Hollandse kust met de ambitie om in 2017 de hele kust te doen.

TrashUre Hunt heeft veel mensen gestimuleerd het strand van Scheveningen schoon te houden met een soort battle. Daarnaast bieden zij activiteiten voor kinderen, en volwassenen. Zij gaan verkleed als piraat het strand schoonmaken en leren de kinderen over de gevaren van afval en de plastic soep. Daarnaast vertellen zij de kinderen wat er in een circulaire economie mogelijk is met het afval als grondstof.

Naast het promoten van deze organisaties is er actief ingezet op kennisuitwisseling tussen de organisaties Juist de verschillende invalshoeken, accenten en aanpak zorgen voor diversiteit en mooie resultaten. Om echter te voorkomen dat twee organisaties in eenzelfde week gaan opruimen is samenwerking nodig. Daarnaast scheelt het de organisaties en de gemeenten werk als zij van elkaar leren hoe een actie het best georganiseerd kan worden.

BETREKKEN STRANDBEZOEKERS

Een grote uitdaging waar veel organisaties mee te kampen hebben is het betrekken en aanspreken van grote groepen mensen. Voor de Green Deal Schone Stranden geldt hetzelfde. Onder andere de

schoonste strandverkiezingen maken mensen bewust en betrokken bij een schoon strand. Ook de Boskalis Beach CleanUp Toer weet jaarlijks grote groepen mensen in beweging te krijgen. Om het publiek in de goede richting te krijgen wordt daarom vooral gewerkt met behulp van gedragsbeïnvloeding. In 2016 deed zich echter een kans voor om te putten uit een grote groep mensen.

Eind 2015 presenteerde Minister Schultz van Haagen het plan om de regels rondom kustbebouwing te delegeren naar lagere overheden. Dit zorgde voor grote onrust onder milieuorganisaties en burgers die een doembeeld zagen van een compleet volgebouwde kust van Cadzand tot Schiermonnikoog. Het gevolg was een coalitie van milieuorganisaties genaamd Bescherm de Kust die samen 300.000 "Baywatchers" wisten te mobiliseren om tegen de plannen te protesteren.

Als Green Deal hebben wij proactief de dialoog gezocht met de coalitie enerzijds om te zien wat er speelt, anderzijds omdat al snel bleek dat de Baywatchers zich voor veel meer wilden inzetten dan alleen kustbebouwing, ook windmolens, vervuiling, plastic soup, etc. bleven niet onbesproken. Aangezien de coalitie niet de capaciteit had om aan al deze punten te werken is de helpende hand uit gestoken om op het gebied van afval, vervuiling en Schone stranden de dialoog aan te gaan met de baywatchers.



MONITOR

In 2016 is begonnen met de monitor in het kader van de Green deal Schone Stranden. Hiervoor waren er al OSPAR metingen op 4 verlaten stranden, die bewust niet worden schoongehouden en inspecties van de ANWB op 75 toeristische drukke stranden. Bij de 4 OSPAR metingen wordt afval geteld en ingedeeld in categorieën. De ANWB metingen waren op basis van beeldsystematiek, zonder tellingen. Het doel van de Green Deal monitoring is tweeledig het meten van effecten van de Green Deal Schone Stranden en daarnaast het vergroten van de gemeentelijke betrokkenheid.

AANPAK

Met deze monitoring wordt de hoeveelheid, de samenstelling en herkomst van zwerfafval op toeristenstranden in kaart gebracht zodat gericht maatregelen genomen kunnen worden. Om de effecten van de Green Deal te kunnen meten is een data-analyse over meerdere jaren nodig. 2016 is een pilot jaar waarin gemeenten zelf met een deskundige het afval monitoren op basis van internationale veldformulieren die zijn aangepast voor tellingen op toeristenstranden (zie bijlage). Ter referentie worden ook onafhankelijke metingen uitgevoerd.

Daarnaast is expliciet gekozen voor zelfmonitoring door de gemeente zodat beleidsmedewerkers beter inzicht krijgen in de hoeveelheid afval en het soort afval dat op hun stranden ligt. Daarnaast krijgen zij een duidelijker beeld van de effecten die hun interventies hebben. Dit vergroot de betrokkenheid van de gemeente bij de activiteiten op het strand en zorgt voor actieve kennisuitwisseling binnen het Green Deal netwerk

De monitor is als workshop door de Green Deal aangeboden, de workshop werd gegeven door Merijn Hougee van Stichting de Noordzee en is opgesteld door Merijn Hougee in samenwerking met Henk Klein Teeselink van Stichting Nederland Schoon. Als projectleider van de OSPAR metingen heeft dhr. Hougee grote expertise opgebouwd op het gebied van strand monitoring.



Uit de monitor blijkt dat peuken met stip op één staan als het gaat om afval items op strand. Daarnaast is de impact van een peuk op het milieu onevenredig groot. Eén peuk verontreinigt rond de 8 liter water en de filters bevatten plastics die bijdragen aan de plastic soep en schadelijk zijn voor het zeeleven. Het is dus evident dat peuken als apart thema op de agenda blijven.

Na het afblazen van de antipeukencampagnes in 2015 wegens betrokkenheid van de tabaksindustrie, is in 2016 vooral even pas op de plaats gemaakt om een nieuwe strategie te bepalen voor de aanpak van peuken op het strand.

Wel is er op de stranddagen aandacht besteed aan het onderwerp. Aan de partners van de Green Deal is toen tekst en uitleg gegeven over de mogelijkheden en voor een peukenaanpak ook in verband met richtlijnen vanuit het ministerie van VWS. Daarnaast heeft een studente gedragsverandering, Yvette Kruse van de Universiteit Nijmegen op de stranddagen haar onderzoek naar het gedrag van rokers op strand Bloemendaal gepresenteerd en een workshop gegeven.



Een belangrijke factor voor veranderingen op het strand zijn de ondernemers die hun geld verdienen op het strand. Vanuit de Green Deal Schone Stranden worden de strandondernemers dan ook actief benaderd om aansluiting te zoeken bij het kennisnetwerk. Door in te zetten op duurzame, verpakkingsarme of circulaire producten kunnen zij actief aan de bron bijdragen aan Schone Stranden. Hoe minder afval er geproduceerd wordt hoe minder daarvan in het milieu terecht kan komen. Een belangrijke stap in de reductie van afval is de transitie naar een circulaire economie. Het besef dat een product of verpakking opnieuw gebruikt kan worden geeft het een waarde, dit zorgt dat men zorgvuldiger met deze materialen om zal gaan.

Via labels als maatschappelijk verantwoord ondernemen, circulair inkopen of duurzaam ondernemen zijn er genoeg ondernemers die al grote stappen hebben gezet. Door bij het kennisnetwerk aan te sluiten kunnen zij de opgedane ervaring delen en uitdragen wat zij doen. Veel strandondernemers beseffen dat het in de eerste plaats het strand is dat zij verkopen.

GREEN KEY

Green Key is het internationale keurmerk voor duurzaam ondernemen in de horeca en toeristensector. Bij Green Key wordt er gekeken naar energiebesparende maatregelen. Waterzuinigheid, duurzaam inkopen, en milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen. Het keurmerk is er in drie varianten, oplopend in prestatie van brons tot goud.

Omdat steeds meer paviljoens jaarrond zijn wordt het ook lonend om energiezuinig te bouwen en duurzame ingrepen te doen aan het pand. In sommige gemeenten wordt een duurzaam of zelfvoorzienend paviljoen ook geëist in de pachtcontracten. Om de ondernemers op weg te helpen en te ontzorgen in het traject naar het behalen van de Green Key huren gemeenten soms adviesbureaus in die de ondernemers begeleiden. Dit wordt door de ondernemers, die vaak hun handen vol hebben aan hun paviljoen, enorm gewaardeerd.

Voor een ondernemer is een keurmerk enerzijds een manier om te zien hoe goed er wordt gepresteerd op het gebied van duurzaamheid. Anderzijds is het een goede manier om uit te dragen dat de ondernemer duurzaam werkt. Voor steeds meer consumenten is dit van meerwaarde wat de concurrentiepositie verstevigt.

Voor ondernemingen die onder de wet milieubeheer vallen is het interessant om te weten dat voor het behalen van Green Key brons voldaan moet worden aan alle erkende maatregelen (artikel 2.15) uit de verruimde reikwijdte. Vaak wordt een Green Key door het bevoegd gezag dan ook gezien als een teken van compliance aan dit deel van de wetgeving.

MY BEACH

Via het My Beach programma van Stichting de Noordzee werden paviljoens actief betrokken bij het schoonhouden van het strand. Daarbij straalde paviljoens ook naar de bezoekers uit dat een schoon strand daar de norm is. Helaas was het programma door de jaren wat in vergetelheid geraakt. In 2016 is vanuit de Green Deal een bijeenkomst georganiseerd om te zien of er animo en belangstelling

was om het programma weer op te pakken. Zowel onder gemeenten en paviljoenhouders was hiervoor voldoende belangstelling.

Onder leiding van Strand Nederland is vervolgens een plan opgesteld om in de loop van 2017 het programma te revitaliseren. Kenmerken van het vernieuwde My Beach programma zijn; Een intensieve samenwerking met het Green Deal Schone Stranden netwerk; Een commitment om innovatieve ideeën op locatie te testen; maatwerk oplossingen per paviljoen; commitment van de gemeente om de paviljoens in het programma te ondersteunen.

Om het programma goed neer te kunnen zal het aantal deelnemers in het begin worden gelimiteerd op elf. Hiervan komen er drie in Zeeland, vier in Zuid Holland, drie in Noord Holland en één op de Waddeneilanden. Bij een eerste inventarisatie bleek voldoende animo onder de paviljoen om die elf paviljoen ook te vinden. Dit geeft ook de ruimte om de commitment te vragen die vanuit de Green Deal Schone Stranden wordt verwacht.

Eén van de stappen die in het My Beach programma genomen zal worden is het benaderen van producenten en verpakkingsindustrie. Door gezamenlijk een uitvraag te doen kunnen de My Beach paviljoens een platform zijn om vernieuwende ideeën uit te proberen en een impuls geven aan de markt om hierop in te spelen. Doelstelling is om voor het aflopen van de Green Deal Schone Stranden in 2020 ook deze sectoren actief te laten aanhaken op het kennisnetwerk Schone Stranden.