

Behoeftte onderzoek Bospark de Heivlinder

Onderzoeksrapportage



Colofon

©Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, oktober 2021

Opdrachtgever Bospark de Heivlinder
T.a.v. Karel Schoorl

Auteurs E. (Ellen) Ruiter, MSc
J. (Jeske) van Gerven, BSc
drs. T. (Tinco) Lycklama

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Jansbuitensingel 30
6811 AE Arnhem
T 06-1160 6286
e-mail: ruiter@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	3
1 Inleiding.....	4
1.1 Het vraagstuk	5
1.2 Leeswijzer.....	5
2 Conclusies	6
2.1 Conclusie behoefte	6
2.2 De locatie van de uitbreiding.....	8
3 Doelgroep analyse.....	9
3.1 Beleving van de nieuwe recreatiewoningen.....	9
3.2 De leefstijlkleur van de nieuwe recreatiewoningen	11
3.3 De leefstijlkleur van de verblijfsrecreant op de Veluwe.....	12
4 Onderscheidend vermogen	14
4.1 Onderscheidend vermogen op de Noord-Veluwe.....	14
4.2 Onderscheidend vermogen in Ermelo	16
5 Kansrijkheid in de markt.....	18
5.1 De markt	18
5.2 Landelijke trends in verblijfsrecreatie en toerisme	20
5.3 Verkoop van nieuwe vakantiewoningen op Bospark de Heivlinder	21
6 Vitale Vakantieparken Ermelo	23
6.1 Het programma en de doelstellingen	23
6.2 Effect van de uitbreiding op vitaliteit Ermelose verblijfsrecreatie.....	25
6.3 Effect van de uitbreiding op vitaliteit van De Heivlinder	26
Bronnen	27
Bijlage 1: De leefstijlvinder	28
Bijlage 2: Een beter beeld bij de leefstijlen.....	30
Bijlage 3: Effect op de lokale economie	39





1 Inleiding

Midden op de prachtige Veluwe bevindt zich het bospark Vrijrijk De Heivlinder. Hier vindt u sfeervolle recreatiewoningen en u kunt zo de natuur in lopen. U bevindt zich dan ook midden in een prachtig natuurgebied. Om u heen hoort u alleen het geluid van de vogels die fluiten en de wind die langs u heen raast. Geniet van de luxe die dit park u biedt (bron: Vrijrijk Vakantieparken).

De Heivlinder heeft het voornemen om zich in de toekomst uitsluitend nog te richten op de verhuur van luxe chalets en vakantiewoningen. Er zijn plannen om 30 nieuwe recreatiewoningen te realiseren. Op het voormalige campinggedeelte zijn 15 woningen voorzien, de andere 15 woningen zijn ten zuiden van de camping gepland. Dit gebied is nu in gebruik als weide. De woningen worden te koop aangeboden aan particulieren, als investeringsobject. Op de recreatiewoningen zal een verhuurverplichting rusten. De verhuur kan uitsluitend via Vrijrijk Vakantieparken plaatsvinden. Het eerdere plan om paardenstallen te realiseren bij de woningen, is komen te vervallen.

Het plan van De Heivlinder wordt getoetst aan de ladder van duurzame verstedelijking. Het voorliggende rapport onderbouwt de behoefte aan de voorgenomen uitbreiding.

1.1 Het vraagstuk

De nieuwe plannen gaan gepaard met omvangrijke investeringen en inschattingen van de winstgevendheid van het bedrijf. Om toekomstbestendig te kunnen ondernemen in de bungalowmarkt moeten de nieuwe recreatiewoningen echt toegevoegde waarde hebben. Er is dus behoefte aan een onderscheidend concept. Het onderscheidend concept zorgt ervoor dat vakantiegangers goed bediend worden, de ondernemer een kansrijke exploitatie kan realiseren en een bijdrage geleverd wordt aan de vrijetijdseconomie in de regio.

In dit rapport beantwoorden we de volgende vragen:

- Is er een behoefte aan dit initiatief? Het is, voor alle bij dit initiatief betrokken partijen, belangrijk om te weten of dit recreatieve concept aansluit bij de vraag in de markt.
- Is uitbreiding aan de Tonnenberg 53 een logische keuze?

Onderzoeksaanpak

Om bovenstaande vragen te beantwoorden hebben we gekozen voor de onderstaande aanpak:

- Behoeftesonderzoek: we hebben op kwalitatieve en kwantitatieve wijze de vraag (behoefte) in de markt in beeld gebracht, en dit beoordeelt in relatie tot het aanbod. Er is geen marktruimte onderzoek uitgevoerd.
- Locatie van uitbreiding: we hebben argumenten voor de keuze voor de uitbreiding op de huidige locatie in beeld gebracht

1.2 Leeswijzer

In dit rapport treft u verschillende namen aan die betrekking hebben op de uitbreiding. Om het lezen te vergemakkelijken wordt hier toegelicht wat bedoeld wordt:

- Vrijrijk Vakantieparken – de verhuurexploitatie die nu (september 2021) 23 woningen van particulieren verhuurt.
- De Heivlinder – Strikt genomen bestaat De Heivlinder uit twee parken: Vrijrijk de Vlindervallei en De Heivlinder. In dit rapport spreken we echter over ‘De Heivlinder’ als zijnde één park, bestaande uit 101 eenheden; chalets en stenen bungalows en na uitbreiding over 136 eenheden. Als gesproken wordt over de exploitatie van De Heivlinder, gaat het over de verhuureenheden op het park, zijnde 23 eenheden op dit moment.

In hoofdstuk 2 beschrijven we allereerst de conclusies van ons onderzoek. We geven concreet antwoord op de onderzoeksvragen zoals hierboven geformuleerd. In hoofdstuk 3 t/m 5 onderbouwen we vervolgens de conclusies als het gaat om de behoefte. Aan bod komen: doelgroepen en de markt (hoofdstuk 3), het onderscheidend vermogen van de nieuwe recreatiewoningen (hoofdstuk 4), de kansrijkheid van het concept in de markt (hoofdstuk 5).

In hoofdstuk 6 wordt het programma Vitale Vakantieparken toegelicht en hoe De Heivlinder bijdraagt aan de regionale en lokale ambities op dit thema.



2 Conclusies

In dit hoofdstuk zetten we de conclusies van ons onderzoek op een rij en beantwoorden we de onderzoeksvragen: is er behoefte aan de 30 vakantiewoningen op De Heivlinder en is de locatie aan de Tonnenberg 53 een logische locatie?

2.1 Conclusie behoefte

De laddertoets vraagt om onderbouwing van de behoefte. We beantwoorden hier daarom de vraag: is er behoefte aan het nieuwe concept van De Heivlinder in de markt? De regio die we definiëren als marktregio is de Noord-Veluwe. Deze regio heeft qua beleving een ongeveer gelijk profiel en het is dan ook in de ogen van de consument een recreatieregio. Ook op het vlak van beleid is er veel samenwerking op de Noord-Veluwe, namelijk binnen Vitale Vakantieparken.

Uit dit onderzoek blijkt dat er behoefte is aan het aanbod van De Heivlinder in kwalitatieve zin en in kwantitatieve zin. Omdat deze behoefte er is, is kannibalisatie niet te verwachten. Met andere woorden: wij verwachten dat de bezetting van andere parken niet negatief beïnvloed wordt door 30 nieuwe woningen op De Heivlinder. Enerzijds omdat er in kwalitatieve zin weinig vergelijkbaar aanbod is op de Noord-Veluwe, anderzijds omdat de vraag (veel) sterker lijkt toe te nemen dan het aanbod. Op deze plek willen we ook de uitbreiding in perspectief zetten. De Noord-Veluwe herbergt 93.973 slaapplekken. De Heivlinder wenst 150 extra slaapplekken te realiseren. Dat is een beperkte toename van het aantal slaapplekken van 0,2% op de Noord-Veluwe.

Hieronder) wordt de kwalitatieve en kwantitatieve behoefte weergegeven.

Kwalitatieve behoefte

Uit het behoefte onderzoek, hoofdstuk 3 tot en met 5, komt naar voren dat de nieuwe woningen op Bosspark de Heivlinder vooral aantrekkelijk zijn voor de Stijlzoeker en de Inzichtzoeker, een doelgroep die al veel naar de (Noord-)Veluwe en Gelderland komt. Op de Noord-Veluwe overstijgt de vraag het aanbod voor deze groepen. Daarnaast zijn er maar relatief weinig keuzemogelijkheden voor deze doelgroep in de gemeente Ermelo. Het bestaande aanbod richt zich voornamelijk op andere doelgroepen. Het concept van De Heivlinder heeft veel onderscheidende kwaliteit in de regio.

Daarnaast blijkt uit het behoefte onderzoek dat het bestaande aanbod veelal verouderd, kwalitatief niet op orde is en gericht is op vaste gasten. De Noord-Veluwe heeft beleid ontwikkeld om de verblijfsrecreatie een kwaliteitsimpuls te geven en de gemeente Ermelo heeft daar een lokale invulling aan gegeven. De Heivlinder sluit naadloos aan op de ambities en strategie van het Noord-Veluwse samenwerkingsverband Vitale Vakantieparken en de gemeentelijke invulling daarvan (hoofdstuk 6). Dat doet De Heivlinder enerzijds door kwalitatief goed aanbod toe te voegen aan het verblijfsrecreatieve aanbod in Ermelo. Dit versterkt het profiel van Ermelo. Daarnaast wordt de lokale economie gestimuleerd door de ontwikkeling; een belangrijk doel voor de gemeente Ermelo. Dit wordt uitgedrukt in extra werkgelegenheid en bestedingen in de regio (bijlage 3).

Ook het vakantiepark zelf verwerft een beter toekomstperspectief: met de uitbreiding van 23 naar 53 eenheden kan De Heivlinder een kwalitatief aanbod voor de toekomst borgen, waarbij dat met 23 eenheden een grote opgave is. De Heivlinder past daarmee in de regionale en lokale visie en beleid op vitale verblijfsrecreatie.

Trends laten zien dat vooral behoefte is aan verblijfsaccommodatie van hoge kwaliteit met veel privacy, ruimte en luxe. De ontwikkelingen in de recreatievastgoedsector laten zien dat er veel vraag is naar

recreatiewoningen die De Heivlinder op de markt wil brengen: woningen in een hogere prijsklasse en met een groter vloeroppervlakte.

Kwantitatieve behoefte

Cijfers in toerisme in het algemeen en op de Veluwe in het bijzonder, wijzen erop dat de vraag naar verblijfsrecreatie toeneemt. Landelijk wordt jaarlijks ongeveer 5% groei van het aantal overnachtingen gemeld en de gemeente Ermelo noteerde zelfs 17,5% groei in de periode 2016-2018.

Er is nu sprake van relatief weinig wisselende verhuur op parken in Ermelo, waardoor vakantie vieren in een recreatiewoning in de gemeente veelal weggelegd is voor mensen met een eigen recreatieobject. Het aanbod wisselende verhuurobjecten gaat in de toekomst nog afnemen, onder invloed van herbestemming van recreatieobjecten in het recreatiecluster Horst. Het gaat dan om een afname van maximaal 98 recreatiewoningen. De gemeente verwacht in de komende tijd weinig tot geen uitbreidingsinitiatieven, vooral omdat de meeste vakantieparken in Natura2000 gebied liggen. Dat geldt uiteraard voor de gehele Veluwe. Bij uitbreiding worden op De Heivlinder 35 kampeerplekken herbestemd ten gunste van 30 vakantiehuizen. Per saldo is het plan dus geen uitbreiding maar een inbreiding met -5 eenheden.

Er moet ook gekeken worden of de groeiende vraag naar verhuureenheden te accommoderen is in reeds bestaand aanbod. Uit de monitor vrijetijdseconomie die Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd in 2017 uitvoerde en de Ermelose Toeristische Monitor 2019 van de gemeente Ermelo, blijkt dat ondernemers tevreden zijn over de bezetting en dat het aantal gasten blijft stijgen. Dit wekt de indruk dat de bezettingsgraden reeds goed zijn en blijft stijgen en dat het huidige aanbod dus weinig (extra) ruimte biedt. Temeer omdat er geen nieuw aanbod ontstaan is de afgelopen jaren.

Op het vlak van de recreatievastgoedmarkt voldoet De Heivlinder aan een kwantitatieve behoefte. De markt voor de aankoop van recreatiewoningen was in 2020 nog nooit zo krap in Nederland. Voor het gebied Veluwe / Utrechtse Heuvelrug geldt dat de krapte nog wat groter is dan gemiddeld in Nederland. Voor elke verkochte recreatiewoning staat slechts 1,3 recreatiewoning te koop.

Op basis van de bovenstaande ontwikkelingen verwachten wij dat er ruime vraag is naar vakantiehuizen in de marktregio Noord-Veluwe.



2.2 De locatie van de uitbreiding

Binnen de laddertoets voor duurzame verstedelijking is ook gekeken of de uitbreiding binnen stedelijk gebied gerealiseerd kan worden. Vanuit het oogpunt van het programma Vitale Vakantieparken achten wij dit niet raadzaam. Hieronder lichten wij toe waarom.

Een externe locatie

Indien de 30 nieuwe eenheden op een andere locatie gerealiseerd worden, moeten diverse kosten op twee plekken gemaakt worden. Denk aan investeringen en onderhoud aan voorzieningen en receptie bemanning om het hoge serviceniveau te kunnen bieden. Als het doel is om de exploitatie van De Heivlinder te vergroten zodat kosten verdeeld kunnen worden over meer eenheden, wordt dat doel niet behaald als twee locaties geëxploiteerd moeten worden. Het resultaat kan zijn dat twee parken op termijn niet aan de hoge kwaliteitsstandaard kunnen voldoen en daarmee beiden een minder goed toekomstperspectief hebben.

Daarnaast speelt mee dat de locatie van de Tonnenberg 53 onlosmakelijk verbonden is met het de beleving die geboden wordt en daarmee met de kwaliteit van het concept.

In het kader van het programma Vitale Vakantieparken zou het ook gunstig kunnen zijn om de exploitatie op een niet-vitaal park te realiseren. Bekeken vanuit duurzame bedrijfsmatige exploitatie van De Heivlinder zou dit echter zeer complex zijn. Er zijn namelijk redenen die ten grondslag liggen aan het niet vitaal zijn van het park. Zo kan de ligging niet heel bijzonder zijn, kan er sprake zijn van grote investeringsachterstanden of zijn er problemen met oneigenlijk gebruik. Wanneer op het niet vitale park ook nog een 'oude' exploitatie in stand gehouden wordt, naast de 30 nieuwe eenheden, strookt de nieuwe doelgroep waarschijnlijk niet met de oude doelgroep van het park. Dat vertaalt zich in uitdagingen in beheer, marketing en in het bieden van een passende beleving ter plekke.

De locatie van De Heivlinder is aantrekkelijk, het reeds bestaande park is kwalitatief op orde en de beoogde doelgroep is reeds aanwezig.

Verdichting

Het realiseren van de 30 extra eenheden op het bestaande terrein van het park zal juridisch zeer lastig of zelfs onmogelijk zijn. De kansrijkheid van het herstructureren van een verkaveld park is afhankelijk van de medewerking van de diverse eigenaren. Zij zouden dan stukjes grond moeten afstaan.

Verdichting zal waarschijnlijk achteruitgang in kwaliteit betekenen. Het bestaande park wordt dan namelijk minder ruim van opzet waardoor er minder plaats is voor natuurbeleving en het park minder luxe aanvoelt.





Foto: Vrijrijk Vakantieparken

3 Doelgroep analyse

In dit hoofdstuk geven we een analyse van de markt van Bospark de Heivlinder. We doen dit aan de hand van de leefstijlvinder. Op het niveau van de Noord-Veluwe, de marktregio van De Heivlinder, zijn geen cijfers bekend van de leefstijlvinder. Om die reden richten we ons op cijfers van de Veluwe waarbij we eerst kijken naar de aantrekkelijkheid van het nieuwe aanbod van Bospark de Heivlinder voor leefstijlconsumenten (3.1), en de verblijfgasten die naar de Veluwe komen (3.2). Dit resulteert in een conclusie waarin we aangeven hoe onderscheidend Bospark de Heivlinder is en of er voldoende kansen zijn in de markt.

3.1 Beleving van de nieuwe recreatiewoningen

Op basis van de omschrijving van het concept en onze eigen expert judgement geven we de nieuwe recreatiewoningen op Bospark de Heivlinder een positie in het leefstijlmodel (zie bijlage 1). De nieuwe recreatiewoningen krijgt dus een 'kleur', dat wil zeggen dat we aangeven voor welke doelgroepen de nieuwe recreatiewoningen vooral aantrekkelijk zijn. We beschrijven eerst de totaalbeleving voor de nieuw te realiseren woningen en daarnaast de beleving. We 'kleuren' het concept op de huurders van deze vakantiewoningen, niet de kopers, omdat de huurders de voornaamste gebruikers zullen zijn. We geven aan voor welke leefstijlen de woningen aantrekkelijk zijn, in paragraaf 3.3 lichten we deze keuzes toe.

Bospark de Heivlinder wil gaan uitbreiden. Het park is gelegen aan de rand van de Veluwe, direct tegen het bos en de Ermelose heide. Het is een kleinschalig ruim opgezet bosrijk park met veel privacy. Er staan inmiddels een twaalfstal exclusieve vakantiewoningen die van alle luxe zijn voorzien. De huizen zijn ingericht door professionele interieurstylisten en zijn omgeven door een mooi aangelegde en onderhouden tuin. Vakantie betekent heerlijk weg van huis en natuurlijk wil je dan ook een comfortabel 'tweede huis'. Thuis, in een andere omgeving. Behalve de natuur biedt dit stukje van de Veluwe nog veel meer, zoals uitstekende restaurants (met Michelinster) en twee wellnessresorts. Op de locatie van voormalig camping het Keteltje (met 35 kampeerplaatsen), onderdeel van het recreatiepark, voorziet het plan in de realisatie van 15 recreatiewoningen, de Boslodges. Op een weideperceel ten zuiden van de camping voorziet het plan in de realisatie van nog 15 recreatiewoningen, de hooibergwoningen.

Beleving van het park:

De beleving die Bospark de Heivlinder wil gaan aanbieden met uitbreiding is:

- *Natuurlijk leren en bewegen:* in het bos en op de heide. Veel mogelijkheden om te kunnen experimenteren op het gebied van de natuur door middel van aanleg van een zintuiglijke (speel)tuin met onder andere wilgentent, waterstroompjes, moestuintjes met specifieke groentes van de Veluwe en vleermuiskasten. Back to nature zal het motto zijn. Daarnaast zijn bewegen sportieve activiteiten ook heel belangrijk. Denk hierbij aan activiteiten als MTB, wandelen en hardlopen.
- *Even weg van de drukke agenda:* gezinnen hebben tegenwoordig een drukke agenda en familieleden gaan verder uit elkaar wonen. De opkomst van familieweekenden is merkbaar en die trend zal ook doorzetten.
- *Bijzondere beleving:* Integratie met dagrecreatie om meer beleving te creëren of de verblijfsduur te verlengen. Dit kan door middel van inhuren van een kok om te koken met eigen gekweekte groente of een tocht met de boswachter in de vroege ochtend.
- *Duurzaam;* een steeds verder opkomend fenomeen en dus ook in de recreatiesector.
- *Hogere segment:* Kwaliteit en aandacht voor gasten verder uitbouwen. Hogere segment van de markt en niet de prijsvechter. De doelgroep van De Heivlinder heeft een hoger bestedingspatroon en gaat korter maar vaker en luxer op vakantie.

Aantrekkelijk voor de leefstijlen: *Stijlzoeker, Inzichtzoeker en Avontuurzoeker*

Beleving van de Boslodges en Hooibergwoningen



De beoogde 15 Boslodges zijn zeer luxe en duurzame vakantiewoningen voor zes personen. De Hooibergwoningen zijn geschikt voor 4 personen. De woningen worden ongeveer 95 vierkante meter groot.

De huizen worden voorzien van moderne architectuur met materialen zoals zink, houten rabatdelen, riet en veel glas. Duurzaamheid is het leidend thema. Te denken valt hierbij aan regenwatergebruik, duurzame bouwmaterialen, gasloos bouwen, de woningen zijn all-electric,

gerecyclede materialen bij inrichting van de woning.

De woningen hebben twee, respectievelijk drie slaapkamers met allen een eigen badkamer, Finse sauna en hottub. De woningen krijgen minimaal twee parkeerplaatsen op eigen terrein met een aansluiting voor elektrische auto's. De kavels zijn ruim, vanaf 500 vierkante meter. Door de ruime opzet en de lage bebouwingsdichtheid krijgt het terrein een groen karakter en past het goed in het landschap van de Veluwe.

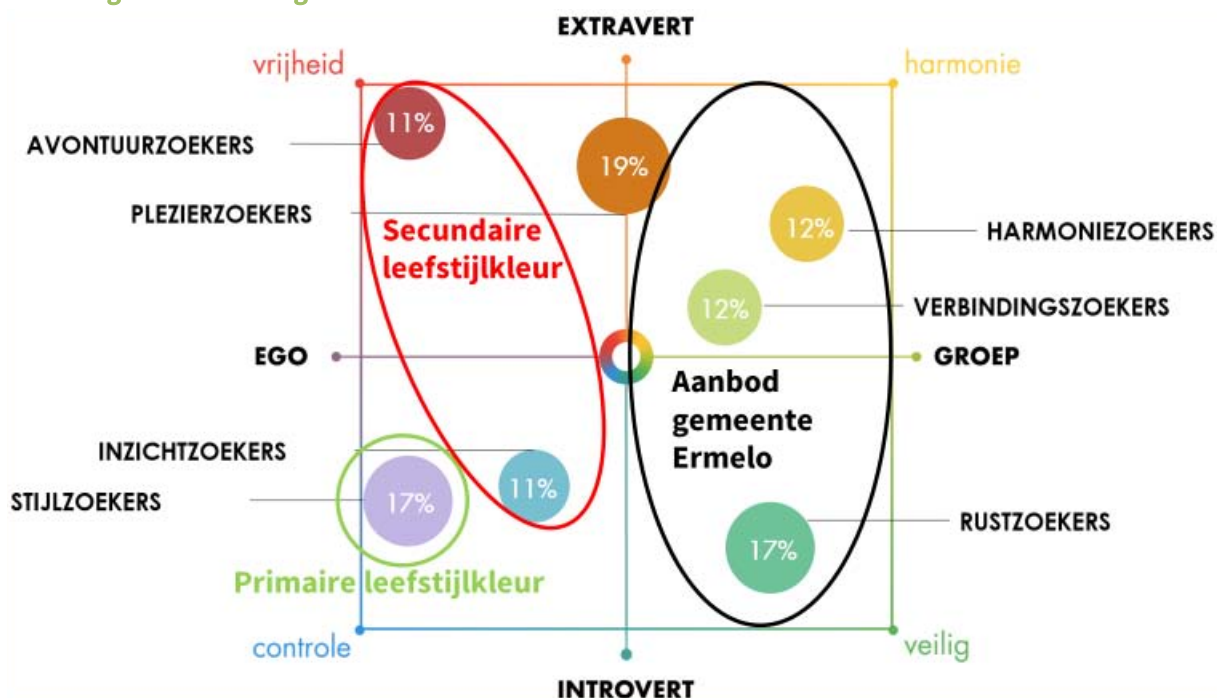
De woningen zijn dus erg luxe, van alle gemakken voorzien, met aandacht voor duurzaamheid (o.a. gasloos gebouwd). Gelegen in de natuur en in een groene omgeving.

Aantrekkelijk voor de leefstijlen: *Stijlzoeker en Inzichtzoeker*

3.2 De leefstijlkleur van de nieuwe recreatiewoningen

In figuur 3.1 is de plaats van Bospark de Heivlinder ingetekend in het leefstijlmodel. Hierbij is de primaire en secundaire leefstijlkleuring aangegeven. Ook wordt de kleuring van het aanbod in de gemeente Ermelo weergegeven, dit lichten we verder toe in paragraaf 4.2.

Figuur 3.1 Plaats van de nieuwe recreatiewoningen van Bospark de Heivlinder in de leefstijlvinder t.o.v. het overige aanbod in de gemeente Ermelo.



Bron: SAMR 2018, bewerkt door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

De plannen voor de nieuwe woningen en de totaalbeleving zijn primair aantrekkelijk voor de leefstijl Stijlzoeker en secundair voor de leefstijlen Inzichtzoeker en Avontuurzoeker. We beschrijven hieronder waarom:

Primaire leefstijlkleur

Stijlzoeker

Waarom zijn de nieuwe recreatiewoningen op Bospark de Heivlinder aantrekkelijk voor de stijlzoeker?



De stijlzoeker vindt luxe en comfort heel belangrijk. Het zijn zelfverzekerde en doelgerichte recreanten. Harde werkers met ambitie en ondernemingsdrift treffen we hier vaak onder. De woningen die Bospark de Heivlinder gaat bouwen (deels al gebouwd) zijn gericht op luxe, bijvoorbeeld door de sauna en hottub. Deze doelgroep vindt het niet erg om meer te betalen als iets echt goed is. Ook gaat deze leefstijl graag met een grote groep op pad, zoals voor een familieweekend. Deze gast houdt ervan om in de watten te worden gelegd, daarbij past bijvoorbeeld het inhuren van een kok. Ook design en een duurzame manier van bouwen spreekt deze doelgroep erg aan. De stijlzoeker trekt er vaak op uit, bijvoorbeeld door zelf actief te sporten. De aangrenzende natuur biedt voor de stijlzoeker veel sportieve uitdaging.

Secundaire leefstijlkleuren

Inzichtzoeker

Waarom zijn de nieuwe recreatiewoningen op Bospark de Heivlinder aantrekkelijk voor de inzichtzoeker?



Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. De inzichtzoeker overnacht graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn, een zekere mate van comfort is belangrijk. Ze vinden niet erg om wat meer te betalen, zolang het dan ook maar écht goed is. Dit past erg bij de nieuwe vakantiewoningen van De Heivlinder die tot in de puntjes verzorgd zijn. Deze doelgroep houdt erg van natuur. De locatie van Bospark de Heivlinder met de bijzondere natuur, gelegen op de Veluwe zal deze doelgroep erg aanspreken. Zij willen graag meer weten over de historie, cultuur en natuur van het gebied en zijn vaak in voor langere wandel- en fietstochten. De omgeving biedt daar veel ruimte voor. Het educatieve element dat De Heivlinder wil gaan aanbieden past goed bij deze doelgroep, ze willen graag iets nieuws leren. Deze gasten zullen ook erg blij worden van de moestuin waarin ze zelf aan de slag willen en ze zullen de kinderen laten spelen in de zintuiglijke (speel)tuin. Ook het duurzame karakter van de woningen spreekt deze doelgroep erg aan. De persoonlijke benadering van ondernemer en het feit dat de voorzieningen goed op orde zijn zal deze serieuze mensen aanspreken. Deze doelgroep houdt wat meer van rust, dus dit zou een geschikte doelgroep zijn voor het laagseizoen.

Avontuurzoeker

Waarom zijn de nieuwe recreatiewoningen op Bospark de Heivlinder aantrekkelijk voor de avontuurzoeker?



Deze avontuurlijke en creatieve recreanten zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling. Ze houden van avontuurlijke outdoor activiteiten. De beleving die De Heivlinder op het park zelf wil aanbieden, met het natuurlijk leren, het experimenteren op het gebied van natuur: back to nature past ook zeer goed bij deze doelgroep. Deze doelgroep is in voor bijzondere activiteiten dus een tocht met de boswachter om 5 uur in de ochtend spreekt ze erg aan. Ook het duurzame aspect van de nieuwe woningen vindt de avontuurzoeker belangrijk. Vooral de beleving van Bospark de Heivlinder spreekt de avontuurzoeker dus aan. Voor de Avontuurzoeker is

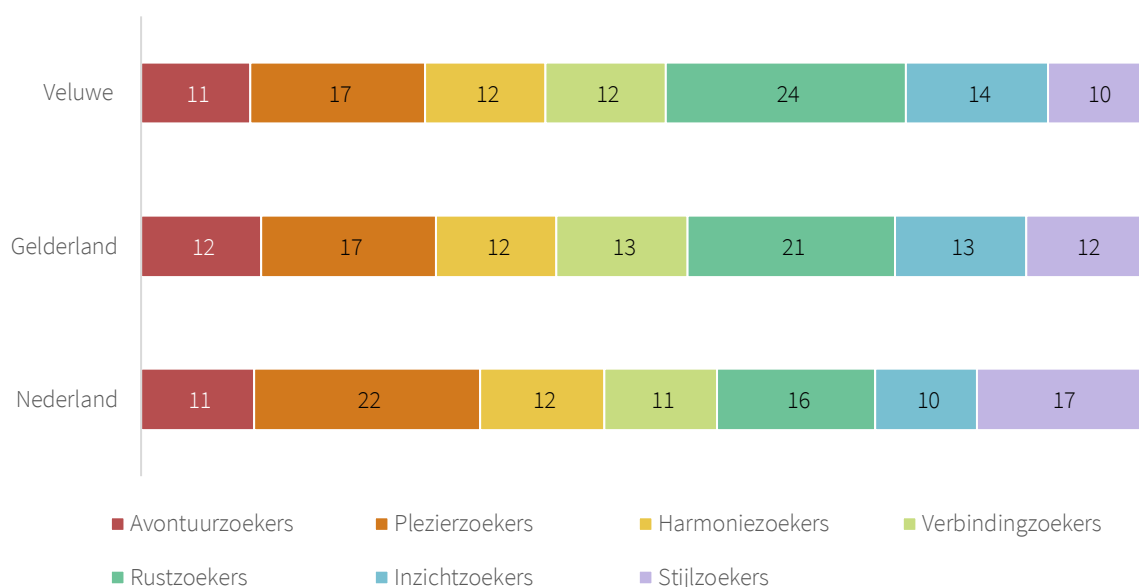
het maken van herinneringen erg belangrijk. De beleving van het park en de omgeving is voor hen vaak belangrijker dan de woningen zelf.

3.3 De leefstijlkleur van de verblijfsrecreant op de Veluwe

Voor de plannen van Bospark de Heivlinder is het vooral interessant om te kijken naar de leefstijlkleur van de verblijfsrecreant op de Veluwe. Om inzicht te krijgen in wie potentieel gebruik kunnen maken van de verblijfsrecreatieve voorzieningen in de Veluwe is het belangrijk om het profiel van de huidige verblijfsrecreant te bepalen. Om dit te bepalen hebben wij naar de 'leefstijlkleuring' van de verblijfsrecreant in de Veluwe, de provincie Gelderland en Nederland gekeken¹. Er zijn geen gegevens bekend van de verblijfsrecreant op de Noord-Veluwe.

¹ Deze gegevens komen uit een koppeling tussen de Leisure Leefstijlen methodiek en het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) van NBTC-NIPO research uit 2018.

Figuur 3.2 Profiel Nederlandse verblijfsrecreant op de Veluwe o.b.v. de Leisure Leefstijlen in procenten. Ter vergelijking is ook het profiel van Gelderland en Nederland weergegeven.



Op basis van figuur 3.2 kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De rustzoekers is verreweg het grootste onder de verblijfsrecreanten in de Veluwe. In Gelderland betreft dit ook de grootste groep. De rustzoeker is op de Veluwe ook de grootste ten opzichte van het provinciale en landelijke beeld.
- De inzichtzoeker valt op omdat deze op de Veluwe significant groter is dan in Nederland en Gelderland.
- De Stijlzoeker is de kleinste groep verblijfsrecreanten op de Veluwe, deze is ook kleiner dan in Nederland en Gelderland.
- De groepen avontuurzoeker, harmoniezoeker en verbindingszoeker zijn vergelijkbaar op de Veluwe vergeleken met het landelijk en provinciaal gemiddelde.
- De plezierzoeker is op de Veluwe en in Gelderland kleiner dan in Nederland.

Kansen in de markt

Wat opvalt is dat er duidelijke kansen liggen voor de inzichtzoeker, deze komt namelijk significant meer naar Gelderland en de Veluwe. De groep stijlzoekers is op dit moment niet de meest omvangrijke op de Veluwe. Toch adviseren we het concept op beide doelgroepen te richten! Gezamenlijk zijn de inzichtzoeker en stijlzoeker goed voor 24% van de markt, dit gaat om een aantal van 367.000 vakantiegangers. Als we hier de avontuurzoeker aan toevoegen komen we zelfs op 35% van de markt, een totaal van 535.000 vakantiegangers. Het is dus van belang om beide doelgroepen goed te gaan bedienen. Het concept mag dan deels aantrekkelijk zijn voor de avontuurzoeker, maar we adviseren niet deze groep centraal te stellen omdat het profiel (deels) echt afwijkend is van dat van de stijlzoeker en inzichtzoeker.

Belangrijker nog dan de omvang van de groepen is om te kijken naar de relatie tot de omvang van het aanbod, dat zich al op deze groepen richt. Deze vergelijking is in het volgende hoofdstuk gemaakt.



Toekomstige situatie Bospark de Heivlinder

4 Onderscheidend vermogen

4.1 Onderscheidend vermogen op de Noord-Veluwe

In 2015 heeft het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd een onderzoek uitgevoerd naar de vitaliteit van Noord-Veluwse vakantieparken. In deze paragraaf wordt de vraag en het aanbod met elkaar vergeleken, dit betreft de resultaten van het onderzoek uit 2015. Hierbij werd nog gebruik gemaakt van de Leisure Leefstijlen, daarom zijn de kleuren en namen van de doelgroepen iets anders. We maken daarom een vertaalslag naar de huidige Leefstijlvinder. In onderstaand kader wordt de vergelijking weergegeven:

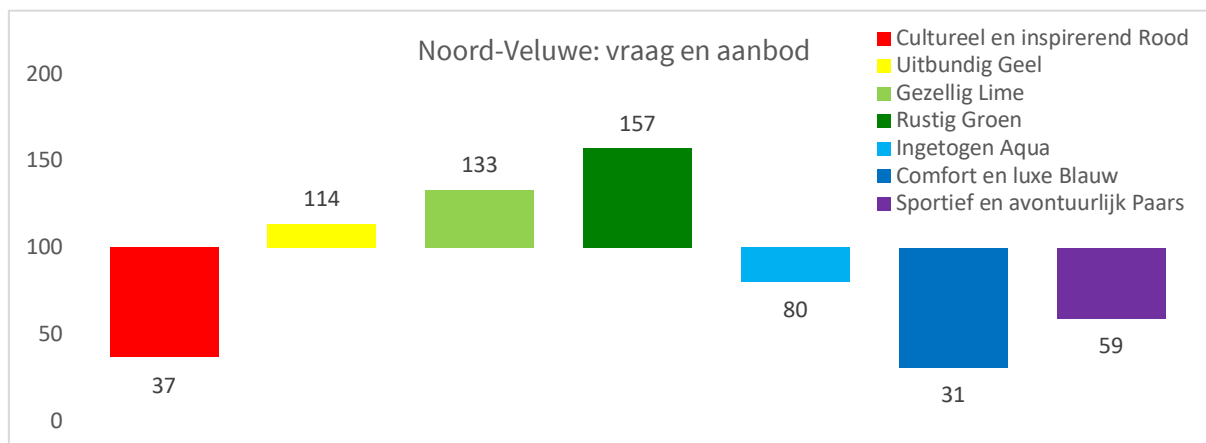
Vergelijking Leisure Leefstijlen met Leefstijlvinder:

- De avontuurzoeker lijkt het meest op de Creatief en Inspirerend rode doelgroep.
- De plezierzoeker lijkt het meest op de Uitbundig Gele doelgroep.
- De harmoniezoeker lijkt het meest op de Gezellig Lime doelgroep.
- De Verbindingszoekers zijn een combinatie van de oude gele, lime én aqua groepen.
- De inzichtzoeker lijkt het meest op de Ingetogen Aqua doelgroep.
- De Stijlzoeker lijkt op zowel de oude Stijlvol & Luxe Blauwe, als de Ondernemend Parse doelgroep.

Vraag en aanbod voor de vakantieganger

In onderstaand figuur hebben we het aanbod aan verblijfsrecreatieve voorzieningen (op capaciteit) afgezet tegen de kleuring van de toerist aan de regio Noord-Veluwe. Het resultaat is dat een index boven de 100 duidt op relatief veel overnachtingscapaciteit ten opzichte van de vraag van toeristen met die leisure leefstijl. Een index onder de 100 duidt op relatief weinig capaciteit van accommodaties ten opzichte van de vraag voor die leefstijl.

Figuur 4.1: Het aanbod voor de leefstijlen gerelateerd aan vakantieganger op de Noord-Veluwe op index (waarbij de toerist aan de regio = 100).²



Legenda en leeswijzer figuur 4.1. Deze tabel is gebaseerd op de vraag- en aanbodanalyse waarbij we een index berekenen. We onderscheiden de volgende vijf categorieën: Bij een index van 0-20 vinden leefstijlconsumenten in zeer lage mate aantrekkelijk aanbod. Bij een index van 21-79 vinden leefstijlconsumenten in lage mate aantrekkelijk aanbod. Bij een index van 80-120 spreken we in de tabel van 'in evenwicht'. Bij een index van 121-199 vinden leefstijlconsumenten in hoge mate aantrekkelijk aanbod. Bij een index van 200 en groter spreken we van 'zeer hoog'. We spreken hier niet over onder- of overcapaciteit omdat in dit onderzoek met kwalitatieve gegevens werken en geen kwantitatieve gegevens gebruiken van bijvoorbeeld bezettingsgraden.

We kunnen uit bovenstaand figuur de volgende conclusies trekken:

- We zien voornamelijk dat de groepen blauw, paars, rood en in mindere mate aqua maar weinig aanbod kunnen vinden op de Noord-Veluwe, in relatie tot de vraag. Er zijn wel accommodaties voor deze groepen te vinden, maar de capaciteit hiervan is zeer beperkt.
- Het verblijfsrecreatief aanbod voor de rustig groene, gezellig lime en uitbundig gele toerist lijkt juist relatief goed ontwikkeld. We zien hier het bepalende karakter van de vele grote campings / bungalowparken in terug. De grote campings / bungalowparken zorgen voor verreweg de meeste slaapplaatsen en zijn vooral aantrekkelijk voor lime, geel en groen.

Conclusies vraag en aanbod op de Noord-Veluwe

Uit bovenstaande vraag- en aanbodvergelijking kunnen we een aantal conclusies trekken voor Bospark de Heivlinder. Er liggen kansen voor de onderstaande leefstijlen (leefstijlvinder):

- Stijlzoeker (te vergelijken met sportief en avontuurlijk paars en comfortabel en luxe blauw). Hiervoor is duidelijk te weinig aantrekkelijk aanbod op de Noord-Veluwe. De nieuwe recreatiewoningen van Bospark de Heivlinder passen bij deze leefstijl.
- Inzichtzoeker. Deze groep is een combinatie van verschillende leefstijlen (blauw en aqua). Ingetogen aqua en comfortabel en luxe blauw zijn op de Veluwe ondervertegenwoordigd. De nieuwe recreatiewoningen van Bospark de Heivlinder passen bij deze leefstijl.

² Let op! Figuur 4.1 is de weergave van een kwalitatieve vraag- en aanbodvergelijking. De omvang van de negatieve staafjes (rood, aqua, blauw en paars) geeft niet de kwantitatieve omvang in de markt weer. Rood, paars en blauw zijn op zichzelf nichemarkten, maar het ontwikkelen van nieuw aanbod of doorontwikkelen van bestaand aanbod gericht op deze leefstijlen is kansrijk, omdat er nog relatief weinig aanbod voor deze groepen vindbaar is op de Noord-Veluwe en er sprake is van de minste concurrentie op juist die doelgroepen.

- Avontuurzoeker (te vergelijken met cultureel en inspirerend rood). Hier liggen kansen aangezien deze in figuur 4.1 wordt aangegeven als slecht voorzien (Leefstijl rood). Er is op dit moment dus onvoldoende aantrekkelijk aanbod voor deze groep. Vooral de beleving die Bospark de Heivlinder wil gaan aanbieden met de nieuwe woningen past bij deze doelgroep, de avontuurlijke kant van het concept.

4.2 Onderscheidend vermogen in Ermelo

In 2015 heeft het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd een onderzoek uitgevoerd naar de vitaliteit van de Veluwe vakantieparken. Binnen dat onderzoek is ook een beknopt rapport uitgebracht specifiek voor de gemeente Ermelo (inventarisatie verblijfsrecreatie). Daarnaast is er in 2017 een monitor vrijetijdseconomie uitgevoerd voor de gemeente Ermelo. Deze onderzoeken zijn gebruikt om het onderscheidend vermogen van het nieuwe concept van Bospark de Heivlinder te kunnen beoordelen.

- Bij het onderzoek uit 2017 viel het grote aantal van 53 bungalowparken/ campings op. Uit het onderzoek komt ook naar voren dat ruim 50% van het verblijfsrecreatieve aanbod in de gemeente Ermelo uit bungalowparken bestaat. Op 65% van deze bungalowparken vindt geen wisselende verhuur plaats. Dat wil zeggen dat deze bungalowparken exclusief door de eigenaren van de recreatieobjecten worden gebruikt. Op 25% van de bungalowparken vindt bijna uitsluitend wisselende verhuur plaats.
- De leefstijlkleuringen van het onderzoek in 2015 betreft een steekproef van de gemeente Ermelo, in totaal zijn 29 verblijfsaccommodaties meegenomen in dit onderzoek, waarvan 16 bungalowparken. Ook Bospark de Heivlinder is meegenomen in dit onderzoek. Hierbij valt op dat van de verblijfsaccommodaties:
 - 27 bedrijven hebben een groene leefstijlkleuring, waarvan 15 bungalowparken;
 - 18 bedrijven hebben een aqua leefstijlkleuring, waarvan 10 bungalowparken;
 - 15 bedrijven hebben een lime leefstijlkleuring, waarvan 7 bungalowparken;
 - 5 bedrijven hebben een gele leefstijlkleuring, waarvan 2 bungalowparken;
 - 4 bedrijven hebben een blauwe leefstijlkleuring, waarvan 2 bungalowparken;
 - 2 bedrijven hebben een paarse leefstijlkleuring, waarvan 2 bungalowparken;
 - 3 bedrijven hebben een rode leefstijlkleuring, waarvan 2 bungalowparken;

Er is sprake van een eenzijdig aanbod met een sterke nadruk op de rustig groene leefstijl en ingetogen aqua, op afstand gevolgd door gezellig lime. De resultaten van de andere Noord-Veluwe gemeenten hierin meegenomen blijkt de regio 'veel van hetzelfde' te bieden. Bijzondere, eigentijdse vormen van overnachting (meer aan de 'linkerkant' van het leefstijlmodel) lijken op basis van de quick scan zowel in de gemeente Ermelo als de regio maar zeer beperkt aanwezig te zijn. Vooral voor de paarse, rode, blauwe en gele leefstijlen is weinig aanbod te vinden in de gemeente Ermelo. Gasten die tot deze leefstijlen behoren, hebben dus weinig keuzemogelijkheden.

- Daarnaast is er in het onderzoek uit 2015 (inventarisatie verblijfsrecreatie gemeente Ermelo) gekeken naar de kwaliteit en het onderhoud van de bedrijven. Op basis van een expert judgement, is de kwaliteit van het ondernemerschap (o.m. visie, conceptueel denkend, ondernemend) en het onderhoud van de bedrijven ingeschaald. Bij twee derde van de bedrijven constateert het onderzoek slecht tot matig ondernemerschap. Het andere deel liet een goed of zelfs uitstekend ondernemerschap zien. Dit percentage ligt ook aanzienlijk hoger dan de 50% voor het gemiddelde voor de Noord-Veluwe. De mate van onderhoud van het terrein en de voorzieningen is over het algemeen goed. Alhoewel het onderzoek voornamelijk bij chalets of bungalows van derden relatief veel matig of zelfs slecht onderhoud tegenkwam. Juist deze 'onderkant' van het aanbod draagt bij aan een negatieve beeldvorming en imago van de Noord-Veluwe. Hieruit blijkt dus dat een (groot) deel van het aanbod kwalitatief niet op orde is.

Conclusies onderscheidend vermogen in Ermelo:

- Er zijn veel bungalowparken (meer dan 50% van het aanbod) in de gemeente Ermelo, maar deze richten zich vooral op de rechteronderzijde van het leefstijlenmodel: op de rustzoekers, inzichtzoekers, verbindingszoekers en harmoniezoekers (figuur 3.1). In de vraag die ligt op de linkerkzijde van het leefstijlenmodel, voor de stijlzoeker, avontuurzoeker en plezierzoeker wordt nu weinig voorzien. Deze groep is tevens een groep die lokaal veel bestedingen doet.
- De kwaliteit van een groot deel van de parken in de gemeente Ermelo is niet op orde, De Heivlinder kan hier met haar initiatief qua kwaliteit en faciliteiten tegenwicht aan bieden en daarmee invulling geven aan het programma Vitale Vakantieparken.
- Er zijn in de gemeente Ermelo relatief weinig bungalowparken waar wisselende verhuur plaatsvindt. In lijn met de herontwikkeling van recreatiecluster Horst, waarbij een waarschijnlijk aanzienlijk aantal vakantiewoningen zullen herbestemd worden als reguliere woning, zal dit aantal waarschijnlijk nog afnemen. Hierdoor is vakantie vieren in Ermelo voor een groot deel exclusief voor eigenaren van een recreatieobject op een vaste plaats. De ontwikkeling van De Heivlinder voegt 30 eenheden toe aan het aanbod van wisselende verhuur. Hiermee komt een vakantie in Ermelo voor een grotere groep mensen binnen handbereik.





Foto: Vrijrijk Vakantieparken

5 Kansrijkheid in de markt

In dit hoofdstuk wordt de kansrijkheid van de nieuwe vakantiehuizen op Bospark de Heivlinder in de marktregio Noord-Veluwe onderzocht en omschreven. Gekeken wordt naar:

- De markt van de Noord-Veluwe en de gemeente Ermelo; wat is het speelveld van De Heivlinder? (paragraaf 5.1)
- Landelijke trends op het vlak van verblijfsrecreatie en toerisme (paragraaf 5.2)
- Hoe kansrijk is verkoop van de vakantiehuizen (paragraaf 5.3)

5.1 De markt

De Noord-Veluwe

De Veluwe is een toeristische regio van formaat. Volgens het CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek) heeft de Veluwe in januari 2017 in totaal 513 accommodaties en 93.973 slaapplekken. Ongeveer 23% van de accommodaties betreft een huisjesterrein en 40% een kampeerterrein. Mede om die reden is er veel aandacht voor onderzoek naar de ontwikkeling van de Veluwe recreatiesector. Zo voerde Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd in de winter van 2013-2014 een onderzoek uit naar de Noord-Veluwe vakantieparken. De relevante gegevens uit dit onderzoek sommen we hieronder op:

- Op de Noord-Veluwe wordt 60% van de vakantieparken uitsluitend door vaste gasten benut. Het aandeel wisselende verhuur is daarnaast relatief klein: 12% van alle slaapplekken zijn voor wisselende verhuur in een stacaravan of vakantiehuizing beschikbaar.
- 83% van de ondernemers geeft aan vertrouwen te hebben in de toekomstige bedrijfsresultaten van het park. Slechts 1% verwacht negatieve ontwikkeling en 16% heeft matige toekomstverwachtingen van de bedrijfsresultaten.
- Ondernemers met verhuurbungalows geven aan tevreden te zijn met de bezettingsgraad. Van de 40 respondenten in het onderzoek geven 31 ondernemers aan dat de bezetting goed is. 2 Ondernemers gaven aan dat de bezetting slecht was en 7 ondernemers vonden de bezetting matig.
- 48% van de ondernemers op de Noord-Veluwe wil op dezelfde voet het bedrijf voortzetten of binnen 5 jaar verkopen. 24% Wil uitbreiden en nog eens 24% wil kwaliteitsverbeteringen aanbrengen.
- Het investeringsniveau is tamelijk laag. 63% van de respondenten investeert minder dan €25.000. Bedrijven die wisselende verhuur aanbieden, investeren aanmerkelijk meer dan bedrijven die dat niet

hebben. En: hoe hoger het percentage wisselende verhuur op het totaal aantal eenheden, hoe hoger de investeringen zijn.

Gemeente Ermelo

Binnen het onderzoek naar de Noord-Veluwse vakantieparken is ook een rapport uitgebracht specifiek voor de gemeente Ermelo (inventarisatie verblijfsrecreatie). Daarnaast is er in 2017 een monitor vrijetijdseconomie uitgevoerd voor de gemeente Ermelo. Deze onderzoeken zijn gebruikt om het onderscheidend vermogen van het nieuwe concept van Bospark de Heivlinder verder te kunnen beoordelen. De meest relevante uitkomsten uit deze onderzoeken worden hieronder opgesomd:

- Van het totale slaapplekken aanbod op de Veluwe ligt een kleine 19% in de gemeente Ermelo. De gemeente Ermelo heeft in 2016 een aanbod van 81 logiesaccommodaties en ongeveer 17.472 slaapplekken / bedden. Daarvan beschikken enkele accommodaties over meerdere functies, zoals een camping en bungalowpark. De gemeente Ermelo heeft relatief veel bungalowparken / huisjesterreinen, namelijk 51% van het aantal accommodaties. Hieronder vallen ook een aantal combinatiebedrijven. De campings beschikken over de meeste slaapplekken per accommodatie (321 slaapplekken gemiddeld).
- In totaal vindt 4% van alle overnachtingen (binnen- en buitenlandse) op de Veluwe plaats in de gemeente Ermelo. Relatief gezien vinden de meeste overnachtingen op de Veluwe plaats in de gemeente Apeldoorn (19%), gevolgd door Nunspeet (10%) en Ede (9%).
- Omgeving, ruimte, rust, ontspanning, natuur en de Veluwe belangrijkste redenen om naar Ermelo te komen. Daarnaast worden fietsen en de verblijfsaccommodatie zelf als belangrijke redenen genoemd om Ermelo of een specifieke accommodatie in Ermelo te bezoeken.
- Ontwikkeling aantal gasten en ontwikkeling van de omzet is stabiel in 2016 ten opzichte van 2015. Ruim 8 op de 10 ondernemers geeft aan dat de ontwikkeling van het aantal gasten en de omzet in 2016 ten opzichte van 2015 is gestegen of gelijk gebleven. Daarvan heeft ruim een kwart, 26%, meer gasten ontvangen en 32% de omzet zien stijgen. Ruim 9 op de 10 ondernemers verwacht in 2017 evenveel of meer gasten te mogen verwelkomen op hun bedrijf.
- 7 op de 10 ondernemers zijn (zeer) tevreden over het seizoen 2016. Slechts 5% van de ondernemers geeft aan ontevreden te zijn over het seizoen 2016.
- Ondernemers investeren actief in hun bedrijf. Ongeveer 92% van de ondernemers geeft aan in 2016 te hebben geïnvesteerd in het bedrijf. Daarvan heeft ruim de helft, 52%, grotere investeringen gedaan, zoals de accommodaties of het zwembad gerenoveerd. Ongeveer 81% van de ondernemers geeft aan dit jaar van plan te zijn te investeren of heeft reeds geïnvesteerd, in de periode januari-juni 2017.
- In het kader van de Omgevingsvisie recreatiecluster Horst wordt door de gemeente Ermelo gewerkt aan plannen om recreatieterreinen te herbestemmen. Het gaat om 14 terreinen met in totaal 431 woningen. Een deel daarvan wordt naar verwachting de komende jaren onttrokken aan het recreatief gebruik. 98 Van deze woningen worden nu ingezet voor wisselende verhuur. Het is dus te verwachten dat het aantal recreatiewoningen dat beschikbaar is voor wisselende verhuur, de komende jaren daalt.

Daarnaast blijkt Uit de toeristische monitor 2019 van de gemeente Ermelo blijkt dat tussen 2016 en 2018 een groei van 17,5% in het aantal overnachtingen gerealiseerd werd; van 274.114 naar 321.985 overnachtingen. Uit diezelfde monitor blijkt dat 52% van de respondenten de omzet in 2018 zag groeien ten opzichte van 2017. Slechts 8% meldt een lagere omzet in die periode.

Deze cijfers geven aan dat er een gelijkblijvende of stijgende lijn te zien is in de aantallen gasten en de omzet. Daarnaast is het overgrote deel van de ondernemers tevreden en investeert in het bedrijf. Dit geeft aan dat het goed gaat met de toeristische sector in de gemeente Ermelo. Het aanbod van recreatiewoningen dat recreatief verhuurd wordt zal de komende jaren afnemen. Deze ruimte wordt, naar verwachting niet volledig opgevuld door nieuwe recreatiewoningen. Navraag bij de gemeente levert op dat er in de laatste jaren 140 extra kampeerplaatsen vergund zijn, op twee parken. Omdat veel parken gelegen zijn in Natura 2000-gebied is uitbreiding vaak niet mogelijk of erg gecompliceerd.

5.2 Landelijke trends in verblijfsrecreatie en toerisme

Hieronder worden verschillende trends beschreven die relevant zijn voor Bospark de Heivlinder.

- *Huisjesterreinen best bezet.* Met zo'n 40 miljoengastnachten realiseren de huisjesterreinen een gemiddelde bezetting van 126 nachten per jaar, oftewel 35%. Voor de kampeerterreinen komt dit gemiddelde op 27 nachten, 7% per jaar. De groepsaccommodaties scoren er tussenin met een gemiddelde van 71 gastnachten per jaar, wat neerkomt op 19% bezetting per jaar. Let wel: deze getallen becijferen de bezetting per slaapplek, niet per accommodatie! (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2018).
- *Meer gasten voor huisjesterreinen.* Voor de huisjesterreinen was 2017 een prima jaar met bijna 5 procent meer gasten uit Nederland en maar liefst 10 procent uit het buitenland (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2018).
- *Van bezit naar verhuur.* Van vakantiehuis bezit naar variabele / flexibele verhuur. Dus meer vakantiewoningen nodig voor bezit (Rabobank horeca en recreatie, 2018).
- *Duurzaamheid.* Steeds meer parken zien nut en noodzaak van energiebesparing, duurzaam bouwen en van de unieke mogelijkheden die de natuurlijke omgeving van het park al biedt (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2018).
- *Thematisering.* Bedrijven zijn steeds meer bezig met het onderzoeken op welke specifieke doelgroep ze zich moeten richten en hoe het bedrijf daar op in kan spelen (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2018).
- *Meer luxe.* De gast van morgen verwacht steeds meer luxe; een trend die al langere tijd speelt. Voor verblijfsrecreatie liggen er kansen door een mix van natuur, rust en luxe te bieden. Hiermee ontstaan 'luxe' bungalowparken of campings (glampings), met bijvoorbeeld een eigen badkamer, een gemeenschappelijke sauna of een boomhut als vergaderlocatie. Maar er liggen ook kansen bij het aanbieden van flexibel in- en uitchecken, een ontbijtservice, of elektrische fietsen. Hiermee speelt een park in op de consumentenbehoefte. Bijna een vijfde van de campinggasten is bereid meer te betalen voor een verblijf als bijvoorbeeld ontbijt wordt aangeboden of (in een huisjespark of glamping) en/het bedlinnen regelmatig wordt verschoond, blijkt uit onderzoek van VacanceSelect (ABN AMRO, 2018).
- *Bijzondere beleving.* Als tegenhanger van de luxe trend ontstaat er bij een bepaalde groep ook de behoefte aan 'eenvoud', maar wel in een bijzondere accommodatie of op een bijzondere locatie. Denk aan de Tiny Houses (klein maar doorgaans wel gebruik van nieuwe technieken) en de duurzame Trekkershut op natuurkampeerterreinen (eenvoud van het terrein gecombineerd met het comfort van de trekkershut) (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2017).
- *Vakantie als levensstijl.* Vakantie is voor veel Nederlanders een belangrijk onderdeel van hun levensstijl. Jaarlijks gaan zo'n 8 op de 10 Nederlanders één of meer keer op vakantie en daarmee staat Nederland Europees gezien in de top. Gemiddeld gaan Nederlanders ongeveer 2,8 keer per jaar op vakantie. De afgelopen 10 jaar gaan Nederlanders vaker naar het buitenland op vakantie (NBTC-NIPO research, 2015). Na jaren krimp zit er weer groei in het aantal vakanties van Nederlanders. De groei zat vooral in de binnenlandse vakanties, het aantal buitenlandse vakanties liep na een kleine groei in 2015 vorig jaar terug. Voor dit jaar wordt een verdere groei van het totaal aantal vakanties verwacht (Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije Tijd, 2017).
- *Buitenrecreatie.* Nederlanders ondernemen in een jaar zo'n 3,5 miljard vrijetijdsactiviteiten, waarbij vooral buitenrecreatie veel voorkomt. Zo'n 87% van de Nederlanders onderneemt buiten recreatieve activiteiten. Dit aandeel is de afgelopen jaren ongeveer gelijk gebleven. Binnen het segment buitenrecreatie is wandelen erg populair. Ook in trek is het fietsen voor het plezier (geen bestemmingsverkeer), waarbij de opkomst van de e-bike en recreatief mountainbiken belangrijke trends zijn. De helft van alle uithuizige activiteiten vindt in de eigen gemeente plaats.

- *Aantrekkende economie.* De Nederlandse vrijetijdssector profiteert van de aantrekkende economie, onder meer door hogere consumentenbestedingen, een aantrekkende zakelijke vraag en meer toerisme. De vrijetijdssector behoort de laatste jaren zelfs tot de snelst groeiende sectoren van de economie. Waar hotels floreren en een groei laten zien van ruim 21% van 2012 tot 2017, geldt dat echter niet voor kampeeraccommodaties. Zo daalde het aantal kampeeraccommodaties met 10% tussen 2014 en 2017 en het aantal campingovernachtingen van Nederlandse toeristen in eigen land tussen 2012 en 2017 met ruim 14%. Voor 2018 wordt een daling van 3% van het aantal overnachting op campings verwacht (ABN AMRO, juni 2018), alhoewel met die prognose geen rekening is gehouden met de uitzonderlijk warme zomer. De groei van buitenlandse gasten die in ons land komen kamperen zet zich nog steeds door. Duitsers vormen nog altijd de grootste groep. De groep Aziaten stijgt snel, maar die boeken eerder een bungalow dan een kampeerplek (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2017).
- *Dag- en verblijfsrecreatie groeit naar elkaar toe.* Investeren is in de huidige markt met hoge concurrentie een voorwaarde. De dag- en verblijfsrecreatieve sector groeien naar elkaar toe, als gevolg van de consument die gaat voor thematisering en gemak – het comfort van veel belevenissen binnen handbereik. Zo zien we dat grote dagattracties vakantieparken bouwen, uiteraard met gethematiseerde accommodaties. Andersom bieden vakantieparken steeds meer ‘dagrecreatie’ zoals een subtropisch zwembad, spraypark of Family Entertainment Center (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2017).
- *Herhaalbezoek.* Ondernemers die boekingsgegevens van hun gasten verzamelen en analyseren kunnen herhaalbezoek stimuleren. Niet alleen het verblijf zo aangenaam en luxe mogelijk maken, maar ook gasten jaarlijks verrassen met kleine nieuwe dingen vergroot herhaalbezoek (ABN AMRO, 2018).
- *Digitaal gemak.* Gasten vragen om digitaal gemak. Apps om te boeken, reservering voor restaurant te maken of arrangement ter plekke te boeken, automatisering van boekingen en inchecken en het toepassen van andere technologische middelen zoals connected intelligence, big data, augmented en virtual reality (Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2017).
- *Herwaardering bestemming Nederland.* Onder invloed van corona zijn veel Nederlanders in eigen land gebleven in 2020 en 2021. Uit de Vakantie Sentiment Monitor (augustus 2021) van NBTC bleek dat veel Nederlanders in 2021 bewust kozen voor een vakantie in eigen land, ondanks versoepelingen. Gelderland is daarbovenop een populaire bestemming voor Nederlanders, waardoor Gelderland (veel) meer dan gemiddeld profiteert van deze trend. Het hebben van privacy/eigen voorzieningen, ruimte en natuur in de directe omgeving is in tijden van corona extra waardevol gebleken. Bij herstel van het inkomend toerisme zal de vraag naar accommodaties in Gelderland naar verwachting groter zijn dan vóór de coronacrisis.

5.3 Verkoop van nieuwe vakantiewoningen op Bospark de Heivlinder

De vakantiewoningen op Bospark de Heivlinder worden te koop aangeboden met verhuurverplichting. De koper financiert daarmee de bouw van de woning en uiteraard is deze financiering een onmisbaar onderdeel van het plan van De Heivlinder. In deze paragraaf wordt de kansrijkheid van de verkoop van deze woningen onderzocht.

Recreatievastgoed in heel Nederland bevindt zich in hoogconjunctuur. Dit komt door verschillende factoren:

- De hoge verkoopprijzen en lage rentestand zorgen ervoor dat mensen met overwaarde graag investeren in recreatievastgoed.
- Onder invloed van corona is vakantie in eigen land populair. Voor veel mensen is dit een reden om zelf een vakantiewoning in eigen land te kopen en te gebruiken. Anderen willen profiteren van het hoge verhuurrendement en kopen om die reden een vakantiewoning.

Het hoge aantal transacties onderschrijft bovenstaande; volgens de NVM zijn er in 2020 landelijk 70% meer recreatiewoningen verkocht dan in 2019.

Momenteel is er veel vraag naar grotere accommodaties voor zowel eigen gebruik als verhuur. Veelal worden deze woningen aan families en verenigingen verhuurd die gezamenlijk een gezellig weekend willen beleven. Volgens NVM is 20% van de verkochte vakantiewoningen groter dan 100 vierkante meter woonoppervlak. In 2010 was dit slechts 14%. De gemiddelde inhoud van de woningen is ook gestegen naar 240 kubieke meter.

Regio Veluwe / Utrechtse Heuvelrug

Het onderzoek van NVM onderscheidt 13 regio's. De Noord-Veluwe valt in de regio Veluwe / Utrechtse Heuvelrug. In deze regio vonden in 2020 de meeste transacties plaats, ruim 1.400. Er is in deze regio sprake van een verkopersmarkt; voor elke verkochte woning stonden in 2020 slechts 1,3 woningen te koop. Wel geldt dat in de regio Veluwe / Utrechtse Heuvelrug de woningen het langst te koop staan, gemiddeld twee jaar. Landelijk gezien is de gemiddelde tijd dat een vakantiewoning te koop staat veel korter; 385 dagen. Dit is te verklaren doordat op de Veluwe de vakantiewoningen het kleinst zijn van Nederland (gemiddeld 63 vierkante meter) en de daarmee samenhangende lage prijs (gemiddeld 180.000 euro) per vakantiewoning. Duurdere vakantiewoningen, tussen de 200.000 en 500.000 euro, staan het kortste te koop en huizen boven de 500.000 euro worden het snelste verkocht.

Kijkend naar de markt voor recreatievastgoed, kunnen we stellen dat grotere huizen in de hogere prijsklasse het waarschijnlijk goed zullen doen op de markt en relatief snel verkocht zullen worden. De vakantiewoningen op De Heivlinder met een verkoopprijs die start bij de €200.000 en vloeroppervlakte van 95 vierkante meter zullen meeprofiteren van deze beweging in de markt. Recreatievastgoedmakelaar Kraijenhof, actief op de Ermelose markt en in de omgeving, geeft aan veel vertrouwen te hebben in de potentie voor de geplande recreatiewoningen op De Heivlinder.





6 Vitale Vakantieparken Ermelo

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de bijdrage die de Heivlinder doet aan de vitaliteit van de verblijfsrecreatie (en lokale economie) in Ermelo en omgeving. We kijken naar het programma en de doelstellingen van het programma en vervolgens naar:

- Hoe de uitbreiding effect heeft op de verblijfsrecreatieve sector in Ermelo
- Het effect van de uitbreiding op de vitaliteit van De Heivlinder

6.1 Het programma en de doelstellingen

De verblijfsrecreatieve sector staat onder druk op de Noord-Veluwe en elders in Nederland. Vooral bij de bungalowparken is sprake van teruglopende bezetting en wisselende toekomstperspectieven vanwege achterblijvende kwaliteit. Bovendien worden veel parken in de praktijk ook voor andere doeleinden gebruikt dan alleen recreatie. Deze sector staat dan ook voor een belangrijke herstructureringsopgave. In het regionale programma 'Vitale Vakantieparken' werkt Ermelo samen met zeven Noord-Veluwse gemeenten en diverse andere publieke en private partners aan tal van vraagstukken over de verblijfsrecreatie. Het beoogd resultaat is het versterken van de verblijfsrecreatie op de Noord-Veluwe door middel van een gezamenlijke en integrale aanpak.

In 2016 is de Brochure 'Kansen voor de verblijfsrecreatie' uitgebracht door Vitale Vakantieparken. Daarbij wordt een streefbeeld voor 2030 geschetst: 'Het streefbeeld van Vitale Vakantieparken is een vitale en ondernemende sector waarin recreatiebedrijven marktgericht ondernemen. Dat zij dit doen op basis van een duurzame, bedrijfsmatige exploitatie en in een omgeving waar nieuwe en bestaande gasten graag komen. Zo leveren recreatie en toerisme direct- en indirect een belangrijke bijdrage aan de regionale economie.'

In 2030 bestaat de sector uit circa 150 sterke, ondernemende bedrijven (op dit moment zijn er 280 parken). Deze bedrijven worden gerund door ketens of krachtige coöperaties die marktgericht werken: er is sprake van sterk ondernemerschap, met een duidelijke klant- en belevingsoriëntatie. Meer dan nu zijn zij gericht op nieuwe (internationale) doelgroepen. Er heeft een fysieke- en organisatorische schaalvergroting

plaatsgevonden in de sector. Hiermee zijn toekomstige investeringen en een duurzame, bedrijfsmatige exploitatie mogelijk gemaakt. Het succes van bedrijven is voor een belangrijk deel afhankelijk van het management en de mate waarin zij in staat is om voldoende toegevoegde, onderscheidende waarde aan een park toe te voegen. De bedrijven zijn aangesloten op de kwaliteiten van de omgeving. Er zijn minder kampeerplaatsen; deze hebben plaatsgemaakt voor innovatieve en authentieke verhuuraccommodaties. De gasten hebben behoefte aan ontspanning, privacy, goede service en een gevarieerde beleving van de streek. Zij hechten veel belang aan attracties, sport en uitgaan. In de vitale verblijfsrecreatiesector van 2030 ligt 'elk bedrijf op de juiste plaats' en sluit het profiel aan op de kracht van de omgeving. Elk bedrijf heeft een duidelijke positionering gekozen. Die is gebaseerd op de kwaliteit van voorzieningen, het al dan niet aanbieden van activiteiten en de waarden die het bedrijf uitdraagt. Ieder park vertelt zijn eigen verhaal en daarmee is het aanbod aan vakantieparken in de Noord-Veluwe een boeiend mozaïek.

Ermelose invulling van het programma

Met bijna 100 vakantieparken heeft Ermelo de meeste verblijfsplaatsen van alle gemeenten in de regio Noord-Veluwe. De toeristisch-recreatieve sector is dan ook van groot belang voor Ermelo en de gemeente wil de verblijfsrecreatie ook graag versterken.

Om richting te geven aan de Ermelose invulling van het regionale programma Vitale Vakantieparken is in februari 2015 het projectplan 'Kwaliteitsimpuls Verblijfsrecreatie' vastgesteld door de gemeenteraad van Ermelo. De doelstelling van het project is: *'Het realiseren van een succesvolle transformatie van de verblijfsrecreatieve sector in Ermelo, waarbij enerzijds de 'goede' recreatiebedrijven meer ruimte krijgen voor ontwikkeling, en anderzijds bedrijven waar geen feitelijk recreatief gebruik meer plaatsvindt worden onttrokken of getransformeerd.'* (Bron: vitale vakantieparken, toekomstvisie, 2015). De gemeente Ermelo wil dat over tien jaar de vakantieparken een grotere bijdrage leveren aan de lokale economie, en aan de kwaliteit van Ermelo als recreatiegemeente.

Bedrijven met toeristisch toekomstperspectief wordt fysieke ruimte geboden om uit te breiden, om de omzet en investeringscapaciteit op peil te houden. Parken zonder recreatief toekomstperspectief, worden zoveel mogelijk herbestemd. Met name in de kern Horst wordt ingezet op herbestemming. Voor Horst is recent ook een omgevingsvisie vastgesteld, die richting geeft aan deze herbestemming.



6.2 Effect van de uitbreiding op vitaliteit Ermelose verblijfsrecreatie

De Heivlinder sluit naadloos aan bij het regionale en lokale programma van vitale verblijfsrecreatie. De Heivlinder voegt kwaliteit toe aan het toeristische product van Ermelo en de uitbreiding van De Heivlinder levert een bijdrage aan de lokale economie. Hieronder wordt stilgestaan bij de effecten:

➤ Verhoging toegevoegde waarde en onderscheidende kwaliteit

Vanuit de programma's is behoefte aan het verhogen van de toegevoegde waarde en kwaliteit, voor de parken individueel, zodat de regio als geheel meer toekomstperspectief heeft in de recreatiemarkt. De nieuwe vakantiewoningen van de Heivlinder dragen hieraan bij doordat zij luxe, duurzaam en van onderscheidende architectuur zijn. Met deze kwaliteiten onderscheiden de vakantiewoningen zich in de markt en in het bijzonder in de regionale markt van de Noord-Veluwe.

➤ Verminderen aantal kampeerplaatsen en toevoegen innovatieve verhuuraccommodaties

Graag wil men in de regio het aantal kampeerplekken terugbrengen, ten gunste van wisselende verhuur. Dit omdat bezetting van kampeerplaatsen terugloopt, en er meer vraag is naar verhuuraccommodaties. De Heivlinder biedt hier invulling aan door 35 kampeerplaatsen, welke nu nog in het bestemmingsplan staan, op te heffen ten gunste van 30 innovatieve verhuuraccommodaties.

➤ Duidelijke positionering

De Heivlinder kiest duidelijk voor een positionering (luxe en duurzame vakanties in en met de natuur) en een doelgroep (stijlzoeker en inzichtzoeker) en deze sluiten aan bij de positionering en de doelgroep van het programma Vitale Vakantieparken.

➤ Aansluiting op de kwaliteiten van de omgeving

De Heivlinder sluit naadloos aan bij de kwaliteiten van de omgeving. Natuur is één van de belangrijkste onderdelen van de positionering en daar is dus ook veel aandacht voor in de fysieke kwaliteiten van het park en in de marketing. Het park is goed aangesloten op natuurgebieden waarin gewandeld en gefietst kan worden en de natuur is ook voelbaar op het park zelf. De bestaande woningen zijn landschappelijk ingepast in de omgeving en voor de nieuw te bouwen woningen is daar ook ruime aandacht voor. Een zintuiglijke (speel)tuin en een moestuin, die men wil realiseren indien de uitbreiding door kan gaan, zal de natuurbeleving verder versterken.

➤ Lokale economie

Voor de gemeente Ermelo is het van belang dat de verblijfsrecreatie een grotere bijdrage gaat leveren aan de lokale economie. Een uitbreiding met 30 eenheden op De Heivlinder realiseert, naar verwachting, extra werkgelegenheid voor 4,8 FTE en de bestedingen nemen toe met ruim 1 miljoen euro. Bijna de helft (466 duizend euro) daarvan zal besteed worden in de lokale horeca en winkels. In bijlage 3 worden bovenstaande berekeningen nader toegelicht.

NB Er heeft in augustus 2021 een gesprek plaatsgevonden met de projectleider van het kwaliteitsteam Vitale Vakantieparken. Binnen het programma is er een mogelijkheid voor de gemeente om het plan van De Heivlinder (aanvullend) te toetsen aan de hand van de expertise van het kwaliteitsteam.

6.3 Effect van de uitbreiding op vitaliteit van De Heivlinder

Het is, ook in het kader van vitale verblijfsrecreatie, van belang dat de afzonderlijke parken vitaal zijn. De uitbreiding met 30 eenheden heeft een positief effect op de vitaliteit van De Heivlinder zelf, omdat de bedrijfsexploitatie versterkt en verduurzaamd wordt.

Op Vrijrijck Vlindervallei en De Heivlinder samen liggen 101 eenheden van particuliere eigenaren; chalets en stenen bungalows. Via de BV van de heer Schoorl, Vrijrijck Vakantieparken, worden momenteel 23 eenheden verhuurd. Dit aantal fluctueert door de jaren, omdat er geen verhuurverplichting geldt (dit is ook onomkeerbaar bij bestaande eenheden). Hierdoor is de exploitatie afhankelijk van de verhuurbereidheid van de eigenaren. Op de nieuw te bouwen woningen komt een verhuurverplichting voor de kopers. Zij mogen hun woning uitsluitend gaan verhuren via Vrijrijck Vakantieparken.

De huidige exploitatie van 23 vakantiewoning levert jaarlijks ongeveer 35 duizend euro op. Dit is het bedrag dat overblijft na afrekening met de eigenaren, exploitatiekosten van de verhuur (schoonmaak, elektra, afvoer vuilnis e.d.) en de noodzakelijke investeringen in het park (infrastructuur, groenonderhoud e.d.).

Vrijrijck Vakantieparken zou graag enkele zaken willen professionaliseren met het oog op duurzame bedrijfsmatige exploitatie, maar de kosten voor deze professionalisering kunnen niet gedragen worden uit de huidige exploitatie. Het realiseren van 30 woningen waar een verhuurverplichting op rust, maakt de exploitatie van Vrijrijck Vakantieparken omvangrijker en stabiel, waardoor er mogelijkheden ontstaan om duurzaam te investeren in service, marketing en beleving.

De volgende investeringen zou Vrijrijck Vakantieparken willen plegen:

- Service: Vrijrijck Vakantieparken wil de service professionaliseren door een receptiemedewerker aan te nemen. Deze persoon kan procedures ontwikkelen, de receptie bemannen en staat klaar voor het beantwoorden van allerlei vragen van gasten ter plekke. Dit verbetert de gastbeleving en daarmee de beoordeling op reviewsites en heeft daarmee een positieve invloed op de bezetting (en daarmee de omzet en investeringscapaciteit) van De Heivlinder. Op reviewsites geven gasten aan dat zij behoefte hebben aan een receptie.
- Marketing: De Heivlinder zou de marketing verder willen professionaliseren, met het doel om herhaalbezoek te stimuleren, nieuwe gasten aan te trekken en om in het algemeen de bezetting te verbeteren en het gebruik van de woningen dus te intensiveren. Een externe partij kan De Heivlinder hierbij adviseren en ondersteunen.
- Beleving: Er liggen kansen om De Heivlinder nog sterker te verbinden met de natuur. Graag zou De Heivlinder een zintuiglijke (speel)tuin willen aanleggen en een moestuin waaruit geoogst kan worden door gasten. Een versterkte beleving draagt bij aan de vakantie ervaring en daarmee aan herhaalbezoeken en positieve reviews.

Het verlenen van service via een receptie en het verhogen van de beleving middels een zintuiglijke (speel)tuin zijn plaatsgebonden. Het is daarom van belang dat deze zaken op de huidige locatie aan de Tonnenberg 53 gerealiseerd worden.



Bronnen

Rapporten, documenten en artikelen

- Bestemmingsplan de Heivlinder, 3 maart 2021 Gemeente Ermelo.
- Uitspraak Raad van State 201810307/2/R1, 6 maart 2019.
- Omgevingsvisie herontwikkeling recreatiecluster Horst, 2020, Gemeente Ermelo
- Continue Vakantie Onderzoek (CVO), Provincie Gelderland, 2017-2018 - NBTC-NIPO research.
- Continue Vakantie Onderzoek (CVO), 2019 -2020 - NBTC-NIPO research
- Waardevol toerisme, onze leefomgeving verdient het, 2019 – Raad voor de Leefomgeving
- Vitale vakantieparken, toekomstvisie op de verblijfsrecreatie in de gemeente Ermelo, 2015.
- Brochure Kansen voor de Verblijfsrecreatie, Vitale Vakantieparken, 2016.
- Onderzoek Vitaliteit Veluwe, 2015 – Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd.
- Inventarisatie verblijfsrecreatie Gemeente Ermelo, 2015 – Philip van Evert i.s.m. Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd.
- Toeristische monitor 2019, gemeente Ermelo
- Monitor vrijetijdseconomie Ermelo, 2017 – Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd.
- Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije tijd 2017-2018 – NRIT Media, CBS, e.a.
- Brochure Bospark de Heivlinder, 2015.

Websites

- www.vrijrijckvakantieparken.nl
- www.missethoreca.nl
- www.retailinsiders.nl
- www.ermelo.nl/projecten/vitale-vakantieparken_42113
- www.leefstijlvinder.nl
- www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/horeca-en-recreatie
- www.insights.abnamro.nl/2018/07/hoe-verhoog-je-het-herhaalbezoek-op-de-camping
- <https://www.nvm.nl/wonen/marktinformatie/recreatiewoningen/>

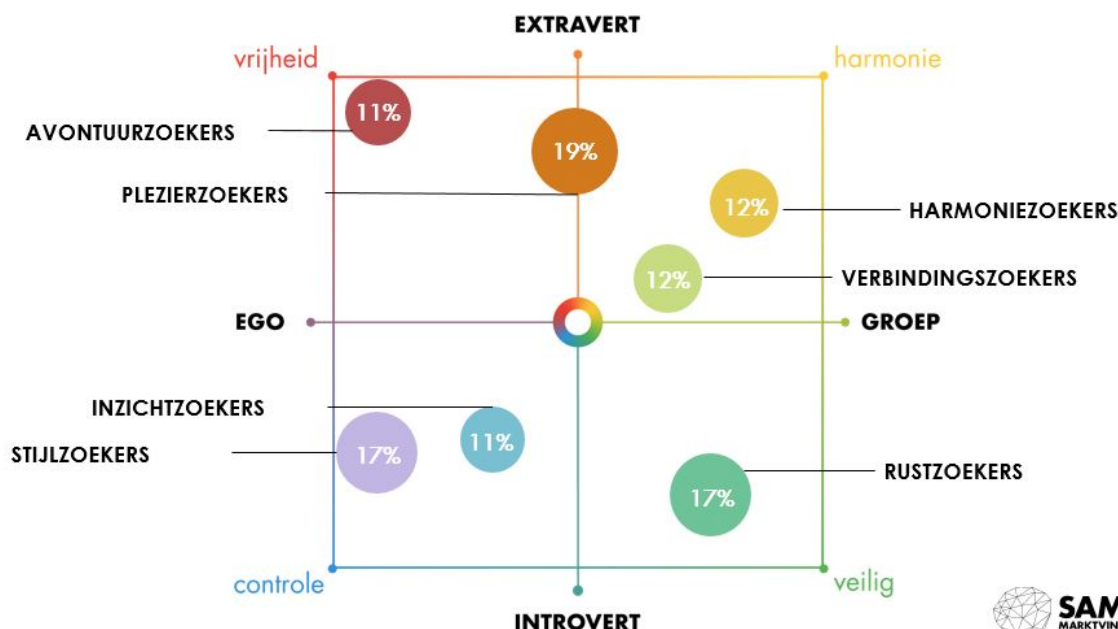


Bijlage 1: De leefstijlvinder

Sinds juli 2018 zijn de Leisure Leefstijlen vernieuwd, ze zijn gewijzigd in de Leefstijlvinder. Dit zijn de nieuwste gegevens zijn op basis van de laatste consumentenonderzoeken. Deze informatie zal in de komende jaren steeds verder aangevuld zal worden op Leefstijlvinder.nl.

In samenwerking met acht provincies heeft SAMR Marktvinders zeven leefstijlen gevonden. Dit zijn de volgende zeven leefstijlen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. We weten niet alleen hoe deze leefstijlen eruit zien, we weten ook waar in Nederland zij wonen. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Deze Leefstijlvinder is het uitgangspunt voor de analyse in dit onderzoek. De zeven Leefstijlen zijn weergegeven in onderstaande figuur.

Model Leefstijlvinder, SAMR 2018



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 2: Een beter beeld bij de leefstijlen

Stijlzoekers

Stijlzoeker

Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de stijlzoeker



Kenmerken van de ideale vakantie

- Vakantie is tijd die je optimaal moet besteden: sporten, feesten, jezelf uitdagen je laten verwennen, maar ook uitrusten.
- Ze houden van exclusiviteit, luxe en comfort.
- Ze willen tijdens de vakantie geprikkeld worden dus er mag veel te doen zijn.
- Houden van zon- en strandvakanties, stedentrip, luxe resort, rondtrekken en all-inclusive vakanties.

De stijlzoeker is:

- ✓ Gedreven
- ✓ Doelgericht
- ✓ Ambitieuw
- ✓ Zelfverzekerd
- ✓ Ondernemend
- ✓ Sportief



- 17,3% van de Nederlanders is een stijlzoeker.
- Relatief vaak mannen (74%), tussen de 18 en 34 jaar oud (35%).
- Relatief vaak huishoudens met kinderen (35%).

Stijlzoeker

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Luxe en stijlvolle accommodatie, zoals luxe of boutique hotel, privé-accommodatie, of glamping.
- Goede faciliteiten en service (ook culinair).
- Kwaliteitskeurmerken en bekende, kwalitatief goede merken in het interieur.
- Gevoel van exclusiviteit / VIP-arrangement.
- De accommodatie of de omgeving mag prikkelend zijn, denk aan sportfaciliteiten, sauna en wellness, bijzonder uitzicht.



www.oasisparcs.nl



www.kasteelvanlaarne-rest.be



www.conradmaldives.com



Media meest gebruikt



regionale bladen
De Telegraaf



Media meest kenmerkend



- Stijlzoekers vinden het prettig als ze bij het boeken van een vakantie meerdere zaken in één keer kunnen regelen.
- De kosten zijn geen grote belemmering, ze vinden het vooral belangrijk om steeds weer iets nieuws te proberen.
- Ook last-minute op pad gaan hoort bij de stijlzoeker.
- Inspiratie halen ze vaak van boekingswebsites en sites met reviews. Maar ook artikelen in kranten, (reis)magazines, blogs, internetfora en beurzen.



- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld gericht zijn op luxe, exclusiviteit, kwaliteit, stijlvol ontspannen en actief bezig zijn.
- Niet doen: huiselijk, grootschalig, of voor kinderen.

- Wees formeel, informatief.
- Check tijdens het verblijf of alles naar wens is.
- Zorg dat alles tot in de puntjes is verzorgd.
- Niet doen: proberen te betrekken bij activiteiten.

- Zorg voor een ludiek aandenken gericht op bijvoorbeeld iets bijzonders of iets nieuws bij partners of in de omgeving.
- Nodig ze uit voor een 'horizonsverbredingsprogramma', voor persoonlijke ontwikkeling of prestatiemogelijkheden.
- Niet doen: spaar- of voordeelprogramma.



Wie zijn de 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!

Wat betekent vrije tijd?

De actieve en strevende levensstijl van Stijlzoekers komt ook duidelijk naar voren in hun vrije tijd en vakantie. 'Work hard, play hard' is het adagium van deze groep. Ze staan eigenlijk overal wel voor open, zolang het ze maar op een bepaalde manier prikkelt. Ze trekken er vaak op uit, en deze dagen kunnen dan ook op veel manieren worden ingevuld. Bijvoorbeeld door zelf actief te sporten, maar een sportwedstrijd bezoeken is evengoed een alternatief. Aan de andere kant vinden Stijlzoekers het ook heerlijk om zichzelf te laten verwennen, en te genieten van exclusieve activiteiten. Minder vaak dan andere doelgroepen bezoeken ze een natuurgebied om te wandelen of fietsen. Al kan ook dat, onder de juiste omstandigheden, voor hen interessant zijn.

Wat betekent vakantie?

Wie hard werkt, heeft natuurlijk ook behoefte aan vakantie. Stijlzoekers trekken er dan ook vaak op uit om even een paar dagen of langer weg te zijn. Zowel in Nederland als in het buitenland. Ze houden relatief veel van zon-, zee- en strandvakanties en feestvakanties. Zo lang er maar lekker veel te doen is. Daarom is het fijn als er veel activiteiten zijn, en is het ook geen gek idee om met een grote groep op stap te gaan. Voor hen hoort verwend worden en genieten van exclusiviteit bij vakantie. Luxe en comfort is dan ook belangrijk voor deze groep. Ze vinden het ook niet erg om iets meer te betalen, als het dan écht goed is. Stijlzoekers verblijven daarom graag in een luxe hotel of in een AirBnB; dan weet je zeker dat het goed is.

Manier van regelen

Omdat hun leven druk en veeleisend is vinden Stijlzoekers het prettig als ze, bij het boeken van een dagje uit of vakantie, meerdere zaken in één keer kunnen regelen. De kosten zijn voor deze groep minder vaak een belemmering, ze vinden het vooral belangrijk om steeds weer iets nieuws te proberen. Ook last-minute op pad gaan hoort bij de Stijlzoekers. Inspiratie voor een dagje uit of een vakantie halen de Stijlzoekers vaak van boekingswebsites en sites met reviews. Maar ook artikelen in kranten, (reis)magazines, blogs, internetfora en beurzen horen tot manieren waarop zij inspiratie opdoen. Alles om te achterhalen wat ze de volgende keer kunnen doen.

Hoe zien de Stijlzoekers er uit?

Recreanten in deze groep zijn relatief vaak mannen (74%), tussen de 18 en 34 jaar oud (35%). Het zijn relatief vaak huishoudens met kinderen (35%), en relatief weinig alleenstaanden. Ze zijn vaak hoogopgeleid (50%), en verdienen relatief vaak modaal of hoger (23%).

Mediagebruik

Reisprogramma's die deze groep aanspreken zijn 3 Op Reis, Oplichters In Het Buitenland, culinaire reisprogramma's, Bestemming Onbekend en Reizen Waes. Verder kijken zij op TV vaak naar RTL7 en RTLZ. Op de radio zijn Radio 538, NPO Radio 1, NPO Radio 2, 3FM en BNR Nieuwsradio opvallend populair. Daarnaast lezen de Stijlzoekers vaak de krant; het Algemeen Dagblad, De Telegraaf, De Volkskrant, het NRC Handelsblad, maar ook Het Financieel Dagblad worden veel gelezen. Op sociale media maken ze veel gebruik van LinkedIn, Instagram en Twitter. Hoewel Facebook ook onder Stijlzoekers nog wel gebruikt wordt, is het minder populair dan onder andere groepen.

Inzichtzoekers

Inzichtzoeker



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de inzichtzoeker



De inzichtzoeker is

- ✓ Bedachtzaam
- ✓ Rationeel
- ✓ Introvert
- ✓ Leergierig
- ✓ Op zoek naar zelfontplooiing
- ✓ Serieus

- 11,2% van de Nederlanders is een inzichtzoeker.
- Relatief vaak mannen (76%) en vaak 50 jaar of ouder (67%).
- Relatief vaak hoogopgeleid (50%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Een moment om jezelf te ontwikkelen, tijd die je bewust en nuttig besteed.
- Rust en stilte.
- Tijd voor kunst en cultuur: museumbezoek, bekijken van bezienswaardigheden of vakantie in de natuur.
- Inzichtzoekers trekken graag rond.
- Doen waar je zelf zin in hebt.

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
ruimte en tijd

Inzichtzoeker



Kenmerken van de ideale accommodatie

- Plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn en het interieur enige luxe en comfort biedt.
- Voorkeur voor kleinschalige voorzieningen, liever geen massale uitstraling.
- Ze kiezen relatief vaak voor een bekende hotelketen, een bed & breakfast, een bungalow of huisje niet op een park of thuis.
- Plek moet privacy, rust en stilte bieden.
- Gericht op de omgeving en wat er te doen is qua cultuur en natuur.



www.vreesthorst.nl



Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
ruimte en tijd



Mediagebruik en regelen van een vakantie



- Deze groep is kritisch, en zoekt goed naar wat ze wil.
- Voor inspiratie gebruiken ze internet, de krant, en reisgidsen. De écht interessante dingen staan niet op internet, vinden zij.
- Ze houden niet van aanbiedingen, want voor hun gevoel zit er een addertje onder het gras. Het is niet erg om wat meer te betalen, zolang het dan wel écht goed is.
- Inzichtzoekers houden niet zo van regelen, dat geeft stress en gedoe. Relatief vaak regelt een ander de vakantie.



Communicatietips



Wie zijn de 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'!

Wat betekent vrije tijd?

Vrije tijd is geen tijd om stil te zitten. Het is tijd voor zelfontwikkeling, tijd die je bewust moet besteden. In deze tijd kun je doen en laten wat je zelf wilt, in vrijheid. Nuttige dingen doen, dingen leren. Daarvoor is rust en stilte ook belangrijk. Inzichtzoekers hebben zo hun vaste activiteiten, zoals museumbezoek en het bekijken van bezienswaardige gebouwen, of wandelen in een natuurgebied. Deze recreanten vermijden liever drukke plekken en gaan, als het even kan, niet met grote groepen weg. Ze trekken graag hun eigen plan. In de natuur bijvoorbeeld, want dat vinden ze prettig.

Wat betekent vakantie?

Ook op vakantie genieten Inzichtzoekers van de natuur, en trekken ze graag rond. Daarnaast besteden ze op vakantie graag tijd aan kunst en cultuur. Het liefst in een klein gezelschap, want dan kun je het beste doen waar je zelf zin in hebt. Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Zoals in een bekende hotelketen, in een bed & breakfast, of stiekem toch gewoon thuis. Want daar vinden ze de privacy, rust en stilte die ze zoeken. Ze gaan minder graag naar een huisje op een park met een vaste formule, al zijn er alsnog af en toe te vinden. Net als op een dagje weg, willen zij op vakantie dingen leren, en genieten van hun vrijheid.

Manier van regelen

Deze groep is kritisch, en zoekt daarom goed naar wat ze willen. Daarvoor gebruiken ze niet alleen het internet, want de écht interessante dingen... die vind je niet op internet. Die vind je bijvoorbeeld eerder in de krant, of in reisgidsen. Bij de meeste aanbiedingen zit sowieso een addertje onder het gras, dus daar moet je voor oppassen. Ze vinden het hoe dan ook niet erg om wat meer te betalen, zolang het dan ook maar écht goed is. Hoewel ze kritisch zijn, is het niet zo dat ze heel graag dingen regelen; regelen geeft ook stress en gedoe. Relatief vaak regelt een ander dan ook wat er gaat gebeuren.

Hoe zien Inzichtzoekers eruit?

Inzichtzoekers zijn relatief mannen (76%) en vaak 50 jaar of ouder (67%). Ze wonen vaak in éénpersoons- of tweepersoonshuishoudens (29% en 47%). Inzichtzoekers zijn relatief vaak hoogopgeleid (50%), ze verdienen meestal modaal of iets meer (44%).

Mediagebruik

Inzichtzoekers kijken weinig reisprogramma's, maar Rail Away kan de goedkeuring van deze critici wel wegdragen. Verder kijken ze op televisie veel naar NPO1 en NPO2. Op de radio zijn NPO Radio 2, NPO Radio 4, Classic FM en BNR Nieuwsradio favoriet. Daarnaast lezen ze opvallend vaak de krant (NRC, Trouw, Volkskrant). Op het gebied van social media gebruiken inzichtzoekers relatief vaak LinkedIn, en hoewel minder dan in andere groepen, gebruikt ook deze groep Facebook.



Avontuurzoekers

Avontuurzoeker



Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de avontuurzoeker



De avontuurzoeker is

- ✓ Avontuurlijk
- ✓ Creatief
- ✓ Assertief
- ✓ Gericht op zelfontwikkeling
- ✓ Extravert
- ✓ Eigenwijs

- 11,2% van de Nederlanders is een avontuurzoeker.
- Avontuurzoekers zijn iets vaker vrouw (57%), en relatief vaak 50+ (57%) en alleenstaand (31%).
- Ze zijn relatief hoog opgeleid (46%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Op zoek naar avontuur, uitdaging, kennis, inspiratie, nieuwe ervaringen en nieuwe mensen, creatief bezig zijn en het lokale leven ervaren, iets unieks.
- Kiezen significant vaker voor vakanties met veel culturele activiteiten en kunst, stedentrip, natuur vakantie, rondtrekken en sportieve vakantie.
- Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Innovatie en Ontwikkeling

Avontuurzoeker



Kenmerken van de ideale accommodatie

- Bijzondere, gekke of verrassende locatie.
- Mag eenvoudig en liefst kleinschalig: basic camping, hostel, (Air)BnB.
- Creatieve omgeving die inspiratie biedt.
- Plek waar ze zich kunnen ontwikkelen, zoals vrijwilligerswerk of yoga retraite.
- Aandacht voor sportieve en culturele mogelijkheden, liever geen standaard vermaak.
- Liever geen grote groepen, en het liefst gaan ze op pad met gelijkgestemden.



www.bihostels.com/hostels/reykjavik-city



Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Innovatie en Ontwikkeling



Mediagebruik en regelen van een vakantie

Media meest gebruikt

regionale bladen
de Volkskrant
huis-aan-huis krant

Skyradio
radio **538**
Qmusic

f G
YouTube

Media meest kenmerkend

geen televisie

de Volkskrant
NRC
Het Parool

CLASSIC FM
ARROW
CLASSIC ROCK

in P
Twitter t

- Van alle leefstijlen plannen de avontuurzoekers hun vakanties in Nederland het meest last-minute.
- Om de kans op avontuur en nieuwe ervaringen zo groot mogelijk te maken leggen ze zo min mogelijk vooraf vast en zullen ze niet snel teruggaan naar een bekende plek.
- Dingen regelen vinden ze niet per se vervelend, zo lang het inspiratie oplevert.
- Avontuurzoekers oriënteren zich vooral online via reviews en reisverhalen op (reis)blogs en via kranten.



Communicatietips

Inspireren, plannen en boeken

- Zorg dat uw website, advertenties en andere promotie uitingen qua tekst en beeld eigenzinnig, prikkelend, vlot en eigentijds, authentiek maar toch anders dan anders zijn.
- Focus op de beleving van de bijzondere aspecten van uw accommodatie en activiteiten in de omgeving.

Tijdens het verblijf

- Wees joviaal, geef tips over 'verborgen' en bijzondere plekje's en activiteiten en check af en toe of alles naar wens is.
- Niet doen: proberen te betrekken bij activiteiten.

Loyaliteit, behoud na het verblijf

- Zorg voor een ludiek aandenken gericht op bijvoorbeeld iets bijzonders of iets nieuws bij uw accommodatie of in de omgeving.
- Niet doen: proberen te binden voor herhaalbezoek.



Wie zijn de 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.

Wat betekent vrije tijd?

Fijn, vrije tijd! Tijd voor zelfontwikkeling, tijd om nieuwe dingen te beleven, tijd om creatief bezig te zijn. En ook: tijd om je leven te overdenken, tijd om je in te zetten voor een ander. Tijd om je leven te verbreden en geïnspireerd te raken. Hoe ze dat doen? Bijvoorbeeld door culturele activiteiten te ondernemen, door een cursus te volgen of vrijwilligerswerk te doen. En, niet te vergeten: lekker naar buiten. Van avontuurlijke outdoor activiteiten tot wandelen in een natuurgebied of op het strand, ze doen het allemaal. En ze doen het vaak: vergeleken met de doelgroepen gaan zij er relatief vaak een dagje op uit in Nederland. Daar willen ze ook best voor reizen: heel Nederland door of naar het buitenland is voor hen geen probleem. Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan trekken en gaan liever niet met grote groepen weg. Ook hoeft voor hen niet van te voren vast te liggen wat er precies gaat gebeuren; juist de ongeplande en last minute dingen zijn zo leuk!

Wat betekent vakantie?

Vakantie is voor deze groep echt een extensie van hun vrije tijd. Dus tijd waar je alles uit moet halen in termen van beleving en ontwikkeling. Tijd waarin je nieuwe dingen moet doen, nieuwe mensen kan leren kennen en inspiratie op kan doen. Dat mag soms best uitdagend en verrassend zijn! We zien dan ook dat deze groep vaker vakanties onderneemt met veel activiteiten. Cultureel, sportief, avontuurlijk, in de natuur of een themavakantie; vooral fijn als het anders is dan anders, en ze het gevoel hebben dat ze het 'echte' lokale leven ervaren. Het is dan ook niet vreemd dat ze veel rondtrekken. En waar ze gaan, zoeken ze het liefst naar bijzondere, gekke of verrassende locaties om te overnachten. Een basic camping, een hostel, (Air)BnB of andere kleinschalige accommodaties passen daar goed bij. Een camping met veel activiteiten en vermaak is juist minder populair. Voor een midweek of weekend kunnen de Avontuurzoekers zich prima vermaken in Nederland. En als het zo uitkomt, dan kan dat ook voor een langere vakantie. Maar meer dan andere groepen zien we dat de Avontuurzoekers voor de lange vakantie het liefst naar het buitenland gaan. Daar is dan toch net wat meer te ontdekken.

Manier van regelen

Van alle doelgroepen, plannen de Avontuurzoekers hun dagjes uit en vakanties in Nederland het meest last-minute. Als het gaat om vakanties naar het buitenland echter, dan steken ze wel wat meer tijd in het plannen. Om de kans op avontuur en nieuwe ervaringen zo groot mogelijk te maken, houden avontuurzoekers hun plannen zo lang mogelijk open. Een last-minute vakantie of een verrassingsreis past daar goed bij. Teruggaan naar een bekende plek, of boeken bij een vertrouwde aanbieder wat minder. Dingen regelen vinden ze niet per se vervelend, zo lang het ook onderdeel uitmaakt van de voorpret: zoals het lezen van reviews of reisverhalen. Hiervoor oriënteren Avontuurzoekers zich vooral online via (reis)blogs, maar ook via kranten. Daarnaast doen zij inspiratie voor nieuwe activiteiten op via artikelen in kranten en blogs.

Hoe zien de Avontuurzoekers er uit?

Avontuurzoekers zijn iets vaker vrouwen (57%), en relatief vaak 50+ers (57%) en alleenstaanden (31%). Ze verdienen vaak tot modaal (60%), hoewel ze relatief hoog opgeleid zijn (46%).

Mediagebruik

Avontuurzoekers kijken graag naar reisprogramma's zoals Reizen Waes, Floortje Naar Het Einde Van De Wereld, Rail Away en culinaire reisprogramma's. Online gebruiken ze relatief vaak LinkedIn, Pinterest, Tumblr en Twitter. Maar net als in alle groepen wordt Facebook het meest gebruikt. Avontuurzoekers kijken vaker dan andere groepen geen televisie. Als ze de TV wel aanzetten, is dat vaak voor programma's van de publieke omroep. Op de radio luisteren ze relatief vaak naar Classic FM en Arrow Classic Rock en relatief weinig naar Radio 538, Sky Radio en Q Music. Populaire kranten zijn De Volkskrant, NRC Handelsblad en Het Parool.

Bijlage 3: Effect op de lokale economie

Het toeristisch-recreatief beleid van Ermelo en de daarmee samenhangende activiteiten is gericht op het stimuleren van de werkgelegenheid en economische spin-off. Het programma Vitale Vakantieparken is daar één van de uitwerkingen van.

Omdat De Heivlinder een effect heeft op de lokale economie, vooral omdat ingezet wordt op wisselende verhuur, wordt in deze bijlage becijferd hoe groot de te verwachten effecten zijn.

Aantallen overnachtingen

De uitbreiding van De Heivlinder zorgt voor een wijziging in de capaciteit op het park. De capaciteit is nu 122 bedden, verdeeld over 23 eenheden. Twee woningen betreffen 16-persoons groepsaccommodaties. In 2020 (en 2021) kon de capaciteit groepsaccommodatie minimaal benut worden in verband met coronabeperkingen, wat zwaar drukt op de gemiddelde bezetting. Tussen 2018 en 2020 liet de bezetting jaarlijks een groei van ongeveer 12% zien. In de periode 2018 – 2020 realiseerde De Heivlinder gemiddeld 15.867 overnachtingen per jaar. Dat is een gemiddelde bezetting van 36%.

Wij verwachten dat het gemiddelde bezettingspercentage in 2023 en na realisatie van de nieuwe eenheden op 46% uitkomt. Het percentage is gebaseerd op:

- Ervaring uit het jaar 2018 en 2019, waarin telkens een groei van ongeveer 12% waarneembaar was en onder invloed van corona een vlucht nam in 2020 en 2021. We verwachten dat het huidige aanbod deze groeicijfers minimaal blijft realiseren.
- Vanwege ingezette professionalisering van service en de marketing verwerft het park naamsbekendheid, goede reviews en terugkerende gasten;
- Onder invloed van corona zijn vakanties in Gelderland in de natuur, met veel privacy, erg populair. In 2021 lijkt De Heivlinder hier dan ook al de vruchten van te plukken met een voorlopige bezetting van 60% (tot augustus 2021). De verwachting van het NBTC dat een deel van de Nederlanders die vakantie in eigen land herontdekt hebben, op vakantie blijven gaan in Nederland.

Schematisch ziet de ontwikkeling er als volgt uit:

Tabel B3.1 ontwikkeling aantal overnachtingen

Eenheden		Aantal bedden	Bezettingspercentage	Aantal overnachtingen
Huidige situatie	23	122	36%	15.867
Verwachting nieuwe situatie (2023)	53	272	46%	45.979

Uit de tabel blijkt dat maximale capaciteit van De Heivlinder op het park meer dan verdubbelt na de uitbreiding en het aantal overnachtingen met 290% groeit naar 45.979 overnachtingen in 2023.

Bestedingen

Hieronder worden de bestedingen becijferd. De geschatte huidige en de te verwachten toekomstige bestedingen worden weergegeven. Het verschil tussen deze bestedingen vormt de impact voor de regio.

De bestedingen op De Heivlinder en in de omgeving zullen toenemen omdat het aantal overnachtingen per jaar toeneemt. Het aantal overnachtingen stijgt van 15.867 naar 45.979 overnachtingen per jaar.

Het CVO (Continue Vakantie Onderzoek), geeft inzicht in de bestedingen van vakantiegangers. Op de Veluwe werd in 2020 per vakantiedag per persoon €35,40 besteed. In onderstaande tabel is weergegeven hoe de

bestedingen zich zullen ontwikkelen na de uitbreiding. De uitbreiding realiseert een geschatte extra besteding van ruim één miljoen euro.

Tabel B3.2 Ontwikkeling bestedingen

	Besteding
Voor uitbreiding	€ 558.506,67
Na uitbreiding	€ 1.618.466,67
Groei	€ 1.059.960,00

Het CVO geeft ook inzicht in de bestedingen per type besteding. Onderstaande verdeling geldt voor vakantiegangers in 2018 en is afkomstig uit het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019.

Tabel B3.3 Groei bestedingen na uitbreiding, uitgesplitst naar type besteding

Type besteding	Percentage van totaal	Besteding per jaar
Bestedingen verblijfskosten (overnachtingen)	46%	€ 487.581,60
Bestedingen in horecagelegenheden (eten/drinken, uitgaan e.d.)	18%	€ 190.792,80
Overige bestedingen, excursies, boodschappen, souvenirs e.d.	26%	€ 275.589,60
Vervoer	10%	€ 105.996,00
Totaal	100%	€ 1.059.960,00

Omdat De Heivlinder niet over een restaurant of winkel beschikt of gaat beschikken zullen de bestedingen landen bij de lokale middenstand (winkels, dagrecreatieve voorzieningen en horeca) in Ermelo en omgeving. Daarnaast worden veel diensten (klussen, groenvoorziening) ingekocht bij lokale aanbieders.

Onder 'vervoer' wordt de heen- en terugreis en vervoer op vakantie gerekend. Omdat verwacht wordt dat veel gasten van De Heivlinder een elektrische auto rijden en dit aantal zal groeien door landelijke trends en omdat De Heivlinder hierop inspeelt met elektrische oplaadpunten, verwachten we dat deze post lager uitvalt dan de landelijke gemiddelden van 2018. Dankzij de extra toeristen die zullen overnachten op De Heivlinder na de voorziene uitbreiding, ontstaat een omzetspotentieel van 466 duizend euro voor de directe regio.

Voor de gemeentelijke begroting levert de uitbreiding extra inkomsten op. Bij 30.112 extra overnachtingen in 2023 en tegen een tarief van €1,50 per persoon per nacht, gaat het om €45.168 extra toeristenbelasting die geïnd kan worden.

Werkgelegenheid

Directe werkgelegenheid

De uitbreiding van De Heivlinder levert 5,1 FTE aan directe werkgelegenheid op, namelijk:

- Bemanning van de receptie om de te verwachten 2.260 boekingen per jaar te verwerken en om service te verlenen aan de aanwezige gasten.
- De uitbreiding vraagt om 7.800 extra uren aan schoonmaakwerkzaamheden per jaar. Dat zijn 4,1 FTE.

Volgens het CBS werkt de gemiddelde Nederlandse werknemer 20 uur per week. Er ontstaan daarmee 10,2 banen indien De Heivlinder uitbreidt.

Afgeleide werkgelegenheid

Er ontstaat ook afgeleide werkgelegenheid van De Heivlinder; werkgelegenheid die in de regio ontstaat door bestedingen van gasten van De Heivlinder. Bijvoorbeeld bij horecabedrijven en in winkels.

- Horeca: De Heivlinder genereert jaarlijks een extra omzetpotentieel van €190.000 voor de lokale horeca. €80.000 Omzet biedt werkgelegenheid voor één FTE³ in de horeca. De uitbreiding van De Heivlinder realiseert hiermee werkgelegenheid voor 2,4 FTE.
- Winkels: De Heivlinder genereert jaarlijks een extra omzetpotentieel van €275.000 voor lokale winkels. Voor winkelpersoneel geldt dat €200.000 omzet werkgelegenheid voor één FTE⁴ genereert. De uitbreiding van De Heivlinder realiseert werkgelegenheid voor 1,4 FTE.

Totale werkgelegenheid

Bij een groei van de bestedingen in de regio met 466.000 euro (zie de paragraaf 6.3 over bestedingen) groeit de werkgelegenheid met 5,1 FTE op het park en met 3,8 FTE in de afgeleide sectoren horeca en retail. De totale werkgelegenheid groeit met 8,9 FTE, wat gelijk staat aan 17,8 banen.

³ Er wordt rekening gehouden met salariskosten, werkgeverslasten maar ook bijvoorbeeld administratiekosten, marge voor de onderneming op deze werknemer en extra kosten voor marketing om een continue exploitatie te waarborgen. Bron: Misset Horeca.

⁴ Bron: retailinsiders, gemiddelden over alle detailhandel.

