



DE BES
VAN NULAND
& PARTNERS

adviesgroep
voor toerisme,
recreatie en
vrije tijd

A handwritten signature in black ink, located in the top right corner of the page. It appears to be a stylized, cursive name.



◆ DE BES
◆ VAN NULAND
◆ & PARTNERS
◆
◆ adviesgroep
◆ voor toerisme,
◆ recreatie en
◆ vrije tijd

De Laarse Heide

Toetsing van het bedrijfsplan

Breda, juni 2003

De Bes Van Nuland & Partners

◆ Postbus 4627, 4803 EP Breda
Telefoon: +31 (0)76 53 10 182
Telefax: +31 (0)76 56 56 489
E-mail: bnp@worldonline.nl
Rabobank: 11.16.28.709

Inhoudsopgave

1. AANLEIDING TOT HET ONDERZOEK	3
1.1 INLEIDING	3
1.2 ONDERZOEKSVRAGEN	4
1.3 WERKWIJZE	4
2. DE LAARSE HEIDE	5
2.1 HET AANBOD VAN DE LAARSE HEIDE	5
2.2 DE PLANNEN VAN DE LAARSE HEIDE	6
3. MARKTANALYSE	8
3.1 VAKANTIES IN NEDERLAND	8
3.2 VAKANTIES OP VASTE STANDPLAATSEN	9
3.3 VAKANTIES IN WEST- EN MIDDEN BRABANT	9
3.4 VERKOOP VAN STACARAVANS	10
3.5 TRENDS DIE VAN BELANG ZIJN VOOR DE VRAAG NAAR VASTE PLAATSEN EN STACARAVAN	10
3.6 KENMERKEN VAN DE VASTE KAMPEERDER	12
4. LAARSE HEIDE IN VERGELIJKING MET ANDERE PROJECTEN	13
4.1. SUCCESFACTOREN	13
4.2 POSITIONERING LAARSE HEIDE TEN OPZICHTE VAN ANDERE PROJECTEN	13
5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	16
5.1 KANSSEN, BEDREIGINGEN, STERKTEN EN ZWAKTEN	16
5.2 CONCLUSIES	16
5.3 AANBEVELINGEN	17

1. AANLEIDING TOT HET ONDERZOEK

1.1 Inleiding

Camping De Laarse Heide wordt geëxploiteerd door de familie Zandbergen. Het bedrijf heeft een oppervlakte van 9 ha en beschikt over 270 vaste plaatsen en 30 toeristische plaatsen. De camping beschikt over een vrij uitgebreide horecavoorziening, een ruimte voor de jeugd, een sanitairgebouwtje en een kleine recreatieplas. Op het terrein is verder een paardenstoeterij gevestigd.

In de loop der jaren heeft de Laarse Heide diverse percelen grond rondom de camping verworven. Recentelijk is een ruilverkavelingsproject afgerond waarbij nog andere belendende percelen aan de familie Zandbergen zijn toegewezen. Hierdoor is in totaal nu 13 hectare grond naast de huidige camping in eigendom verkregen.

De jaarplaatsen op de Laarse Heide hebben momenteel een oppervlakte van 150–200 m². Op diverse plaatsen op de camping zijn stacaravans sterk aan het verouderen en dreigt verpaupering. Hierdoor bedient de Laarse Heide momenteel eerder “de onderkant” dan de “bovenkant” van de markt. De familie Zandbergen wil de kwaliteit van de plaatsen en de stacaravans op De Laarse Heide fors verbeteren. De plaatsen dienen allemaal te worden vergroot tot 250-300 m², terwijl inmiddels begonnen is om langs de weg der geleidelijkheid, oude caravans van het terrein te verwijderen.

Het nieuwe terreindeel zal eveneens worden ingericht met plaatsen van 250-300 m². Op de uitbreiding zal ruimte worden geboden aan 130 luxe chalets. Er zullen twee waterplassen worden gegraven met een totale oppervlakte van 7 ha. Hierdoor kan een groot aantal kavels aan het water worden aangeboden, wat de vraag naar de plaatsen in positieve zin zal beïnvloeden. Het plan is ontworpen door Bureau ir. Verkuylen uit ‘s-Hertogenbosch. Dit bureau neemt eveneens de inpassing van het plan in het Bestemmingsplan buitengebied voor haar rekening.

De Laarse Heide ligt in de zogenaamde Agrarische Hoofdstructuur (AHS). Hierin liggen mogelijkheden voor recreatieve ontwikkelingen. De bedrijfseconomische onderbouwing van de plannen hoeft daardoor niet zo veelomvattend te zijn als bij bedrijven die zijn gelegen in natuurgebieden. Toch wenst de gemeente de achtergronden en de realiteitswaarde van het plan wel te beoordelen. Daarom dient het marktperspectief van het huidige bedrijf en de haalbaarheid van de plannen te worden getoetst. Aan De Bes, Van Nuland & Partners is gevraagd het bedrijfsplan van recreatieoord De Laarse Heide te toetsen.

1.2 Onderzoeksvragen

Om het marktperspectief van De Laarse Heide in het algemeen en het nieuwe terrein in het bijzonder te beoordelen, dienen de volgende onderzoeksvragen te worden beantwoord:

1. Hoe kan de Laarse Heide in grote lijnen worden beschreven en hoe wordt dit bedrijf momenteel geëxploiteerd?
2. Hoe kan de vaste standplaatsmarkt in Nederland en West Brabant worden beschreven?
3. Zijn er projecten die vergelijkbaar zijn met de plannen van De Laarse Heide en hoe is hier de vraag naar kavels voor luxe chalet?
4. Zijn de plannen van De Laarse Heide logisch in het licht van de marktontwikkelingen en het huidige perspectief van het bedrijf?
5. Is er voldoende vraag naar een terrein met 130 kavels voor luxe chalets?

1.3 Werkwijze

Aan de hand van gesprekken met de familie Zandbergen en Bureau Verkuylen, alsmede het bekijken van de site van De Laarse Heide op het Internet, is een korte beschrijving gegeven van het bedrijf en de toekomstplannen. Dit is opgenomen in hoofdstuk 2.

Door literatuurstudie is vervolgens in hoofdstuk 3 een beeld geschetst van de markt voor vaste kampeerplaatsen en stacaravans. Hiervoor is gebruik gemaakt van gegevens uit het Continu Vakantieonderzoek (NRIT), gegevens van de RAI en een onderzoek van RECRON naar de toekomst van de stacaravan.

Om de gegevens die uit bestaand onderzoek naar voren komen, te toetsen aan de praktijk, is een interview gehouden met de heer J. Witte van Adrecreo uit Boxmeer. Dit bureau begeleidt recreatieondernemers bij het opzetten en uitvoeren van stacaravanprojecten. In overleg met deze deskundige zijn ervaringen bij een aantal projecten doorgenomen die kunnen dienen als referentiekader voor De Laarse Heide. De praktijkervaringen die we hebben opgetekend zijn verwoord in hoofdstuk 4.

Op basis van de literatuurstudie en de beschrijving van de praktijk zijn conclusies getrokken aangaande de verhuurbaarheid van de 130 kavels op De Laarse Heide.

2. DE LAARSE HEIDE

2.1 Het aanbod van de Laarse Heide

De standplaats

Zoals reeds aangegeven heeft De Laarse Heide een oppervlakte van 9 ha. De camping beschikt over 270 vaste plaatsen en 30 toeristische plaatsen. De vaste plaatsen, die in het kader van dit onderzoek het meest relevant zijn, hebben de beschikking over een elektriciteitsaansluiting van 16 ampère, water, riolering, gas, centrale antenne aansluiting en eventueel telefoon. Met deze standplaatsvoorzieningen, in combinatie met de grootte van de plaatsen (150-200 m²) wordt zeker geen slecht standplaatsproduct geboden.

Verschillende caravans op het terrein zijn aan het verouderen. Dit probleem speelt op een groot aantal terreinen in Nederland (zie ook hoofdstuk 3). Sommige mensen investeren in een nieuwe caravan, maar een deel van de recreanten zal de plaats opzeggen op het moment dat de caravan niet meer voldoet aan redelijke eisen van welstand. De ondernemers van De Laarse Heide trachten op een sociaal verantwoorde manier te komen tot een vernieuwing van het stacaravanbestand. Door grotere plaatsen aan te bieden, worden kwalitatief betere stacaravans aangetrokken.

Centrale voorzieningen

De camping beschikt over een uitgebreide horecavoorziening, met daarin een petit-restaurant en een snackbar. Er is een ruimte voor de jeugd, een sanitairgebouwtje, een wasserette, een winkeltje en een zwem- en roeivijver. Op het terrein is verder een paardenstoeterij gevestigd. Tot slot is er een speeltuin en een sportveld aanwezig. Het totaal aan centrale voorzieningen voldoet zonder meer voor een bedrijf als De Laarse Heide. De totale uitstraling van het centrum en dan met name de entree laat echter te wensen over. Eén en ander geeft een rommelige indruk. Indien De Laarse Heide in de toekomst een publiek aan zich wil binden dat bereid is te betalen voor een grote plaats en een grote chalet, dan dient hieraan aandacht te worden besteed.

Ligging

De Laarse Heide is gelegen in het Brabantse Zundert. Deze typische Brabantse plattelandsgemeente is economisch voor een belangrijk deel afhankelijk van boomkwekerijen.

Zundert geniet landelijke bekendheid door het jaarlijks terugkerende bloemencorso. Dit evenement dat iedere eerste zondag van september plaatsvindt, is uitgegroeid tot het grootste dahliacorso van Europa met vele duizenden bezoekers. Daarnaast is Zundert uiteraard bekend als geboorteplaats van Vincent van Gogh. In 2003 is het 150 jaar geleden dat de schilder daar werd geboren. Daarom vinden dit jaar tal van activiteiten plaats. Het Van Gogh monument, het Cultureel centrum Van Gogh en de gedenksteen op de plaats van zijn ouderlijk huis zijn toeristisch interessant.

In Zundert en omgeving vindt de recreant verschillende middelgrote natuurgebieden zoals De Moeren (287 ha), De Buische heide (199 ha), De Pannenhoef (630 ha), Krochten en Lange Goren (40 ha). Daarnaast zijn er de landgoederen De Vloeiwijde, Walstein en De Krabbebossen. Ondanks de aanwezigheid van interessante natuur heeft het gebied een agrarisch karakter.

Zundert is zeer goed bereikbaar vanaf zowel de A16 als de A58. Het gebied ligt binnen een redelijke afstand van grote steden in Zuid-Holland en Brabant. Deze gunstige ligging ten opzichte van grote stedelijke agglomeraties is één van de belangrijkste oorzaken van het feit dat West-Brabant zich in de jaren zestig tot een heus "vaste standplaatsengebied" kon ontwikkelen. De sterke oriëntatie op vaste standplaatsen kan voor de regio in recreatieve zin ook bedreigend zijn. In het kader van de reconstructie is daarover ten aanzien van het westelijk deel van het reconstructiegebied de Baronie het volgende opgemerkt.

“Voor het westelijk deel van het reconstructiegebied De Baronie (Rucphen, Zundert) geldt dat de eenzijdigheid van het toeristisch product op het vaste standplaatsproduct betekent dat hier het accent moet liggen op kwaliteitsverbetering bij deze bedrijven. Permanente bewoning moet worden tegengegaan. Daarnaast dient het toeristisch product zich in fysieke zin te verbreden met de verdere ontwikkeling van routestructuren, capaciteitsuitbreiding (zowel nieuwvestiging als uitbreiding bestaande bedrijven) met op verhuur gerichte en toeristisch georiënteerde vormen van verblijfsaccommodaties, golfbaan, verdere ontwikkeling van intensieve vormen van dagrecreatie als De Vijfprong in Rucphen. Ook voor dit gebied geldt dat het als uitloopgebied van de stedelijke bevolking voldoende moeten blijven bieden gericht op extensieve recreatie (wandelen, fietsen skaten e.d.). Belangrijk hierbij zijn de horecavoorzieningen in het buitengebied (vaak met speeltuin). Ook liggen er agrotoeristische ontwikkelingskansen, die op dit moment onvoldoende worden benut.

Samenwerking is een sleutelwoord in deze regio. Hier worden goede initiatieven genomen (o.a. platforms in Rucphen en in Zundert). De regio dient te werken aan een versterking van de identiteit als recreatieve regio.

Het westelijk deel van de Baronie heeft een nauwe relatie met het gebied de Brabantse Delta. Dit geldt zowel voor het verblijfsrecreatieve aanbod (bijv. samenwerking als Camplusparken) als de dagrecreatie (relatie met Halderberge/Hoeven). Ook liggen er kansen om grensoverschrijdende samenwerking invulling te blijven geven.“

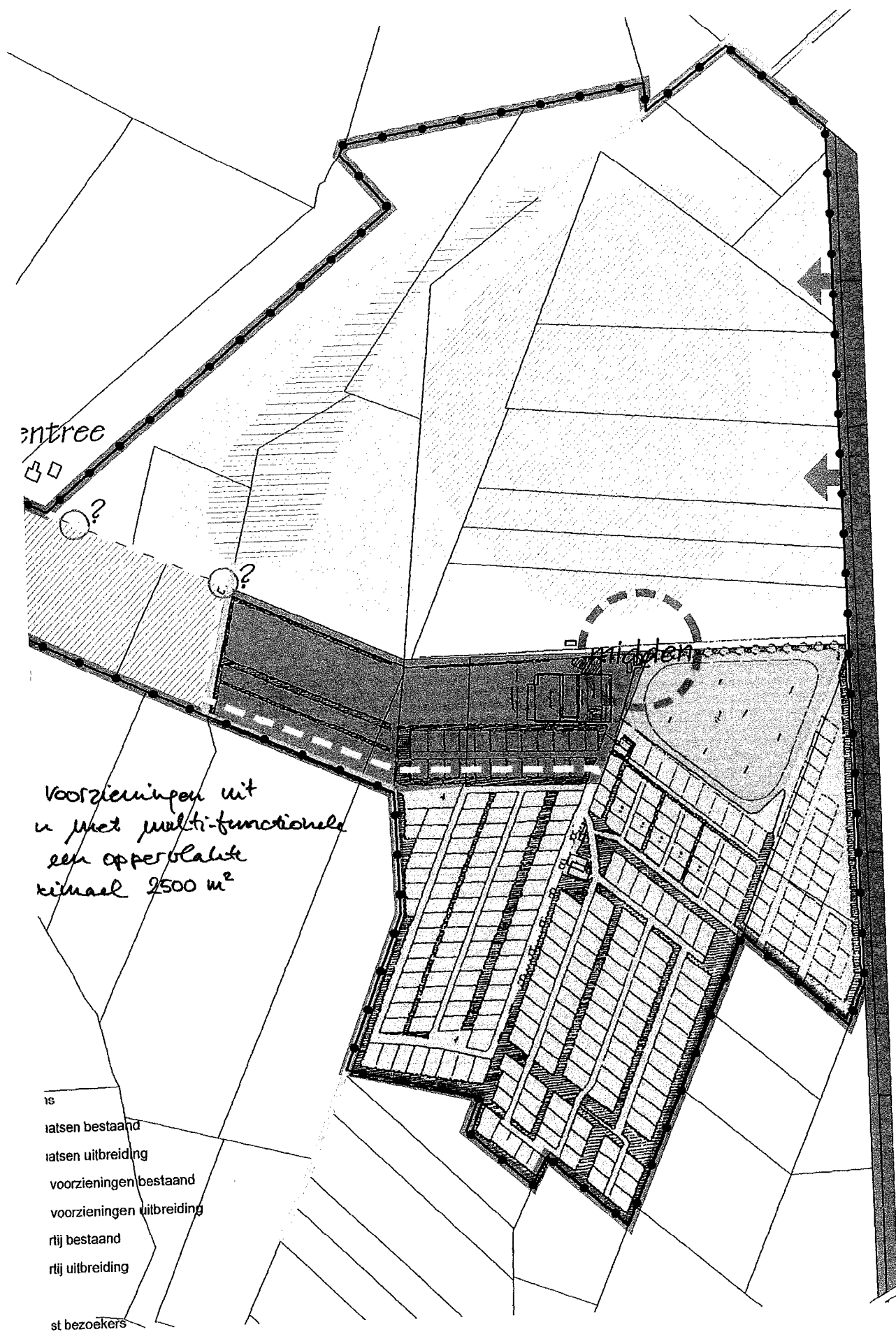
2.2 De plannen van de Laarse Heide

De plannen van De Laarse Heide kunnen puntsgewijs als volgt worden omschreven:

- Alle bestaande plaatsen vergroten naar 250-300 m². Hierdoor zullen in de toekomst naar schatting een kleine 75 plaatsen op het huidige terrein verdwijnen;
- Het actief tegen gaan van veroudering en verpaupering van stacaravans op het bestaande terrein;
- Het graven van 2 waterpartijen met een gezamenlijke grootte van in totaal 7 hectare;
- Realisatie van nieuwe centrumvoorzieningen met een multifunctionele hal;
- Realisatie van een nieuw parkeerterrein;
- Realisatie van 130 plaatsen van 250-300 m² voor (luke) chalets.

De familie Zandbergen wil geen permanente bewoning toestaan. Hierop dient streng toegezien te worden. Uit de contracten zal ondubbelzinnig moeten blijken dat de camping permanente bewoning niet toestaat. Het opnemen van dergelijke bepalingen in de contracten zal afschrikkend werken voor mensen die permanent willen wonen. Gelet op de prijzen van luxe chalets, zullen potentiële gebruikers niet het risico willen nemen iets te kopen dat niet mag worden gebruikt zoals sommigen wellicht zouden willen (lees: permanent wonen). Voor alles is op dit punt duidelijkheid aan de kopers van groot belang. Het gevaar voor permanente bewoning kan verder worden verkleind door de camping aantrekkelijk te maken voor de verhuurmarkt. Door te bemiddelen in het onder verhuren van de chalets, kan de ondernemer extra inkomsten genereren en wordt een doelgroep aangetrokken die geïnteresseerd is in het recreatieve gebruik van de chalets. Om interessant te zijn voor deze verhuurmarkt dienen de centrumvoorzieningen te worden opgewaardeerd.

De financiële onderbouwing van de plannen is niet in voorliggend onderzoek betrokken. De familie Zandbergen geeft aan dat met de provisies op de verkoop van de chalets en de opbrengst van het zand uit de ontgravingen, de inrichting van het nieuwe terrein kan worden betaald. Op basis van ervaringen in de branche lijkt dit een reële veronderstelling. Het is vooral zaak dat het investeringsniveau voor de centrumvoorzieningen en de jaarlijkse kosten daarvan worden afgestemd op de opbrengstmogelijkheden van de camping in zijn nieuwe vorm.



3. MARKTANALYSE

3.1 Vakanties in Nederland

De vraag is welke markt relevant is in het kader van voorliggend onderzoek. De uiteindelijke vraag is of er markt is voor de verkoop van 150 chalets. Het is nadrukkelijk de bedoeling dat deze chalets recreatief gebruikt gaan worden. Vandaar dat we hier ook de markt van de binnenlandse vakanties bespreken. Deze markt bepaalt immers indirect de vraag naar recreatief te gebruiken chalets.

Op basis van gegevens uit het Continu Vakantieonderzoek (CVO) en de accommodatieonderzoeken van het CBS is de ontwikkeling van vakanties in Nederland te schetsen.

- Bijna 80% van alle Nederlanders gaat minimaal één maal per jaar op vakantie. Sinds 1998 zit hierin geen groei meer.
- Doordat de Nederlanders wel meer vakanties per persoon doorbrengen, is het totale aantal vakanties van Nederlanders toegenomen tot 31,9 miljoen in 2001.
- Het totale aantal mensen (zowel Nederlanders als buitenlanders) dat in Nederland vakantie viert is tussen 1998 en 2001 met 6% gestegen.
- Van de langere vakanties die door Nederlanders worden gerealiseerd wordt de laatste jaren ongeveer 60% in het buitenland doorgebracht. Jarenlang groeide dit percentage, maar de laatste jaren lijkt dit zich te stabiliseren.
- Het aantal korte vakanties neemt al jaren toe en kwam in 2001 uit op 12,1 miljoen. De stijging komt voor rekening van de korte vakanties die in Nederland worden doorgebracht. Dit aantal lag in 2001 op 9,7 miljoen.
- Door de toename van dit aantal korte vakanties dat vooral in Nederland wordt doorgebracht, is het aantal recreatieve overnachtingen dat door Nederlanders in eigen land wordt gerealiseerd toegenomen. De laatste drie jaar was de stijging gemiddeld 3% per jaar. Momenteel worden door Nederlanders bijna 100 miljoen recreatieve overnachtingen in eigen land doorgebracht.
- Tussen de 40-50% van deze overnachtingen zijn “seizoensrecreatief”. Dit betekent dat ze worden gerealiseerd op een vaste kampeerplaats, een eigen boot of een tweede woning. Hierin zit een duidelijke groei. De toename van het aantal korte vakanties, zoals hierboven beschreven, kwam zelfs voor een groot deel voor rekening van deze seizoensrecreatie.
- De gemiddelde vakantieduur van de korte vakanties is de laatste jaren stabiel. De gemiddelde vakantieduur van de lange vakanties (meer dan 3 overnachtingen) daalt daarentegen. Van de lange vakanties zijn er relatief steeds meer korter dan een week. Dit in combinatie met de eerder geconstateerde toename van het aantal korte vakanties en de toegenomen aantallen vakanties per persoon, leidt tot de conclusie dat mensen vaker, maar korter op vakantie gaan.
- Landelijk bedragen de bestedingen aan binnenlandse vakanties ongeveer 2,3 miljard Euro. Ten opzichte van 1988 is dit bijna een verdubbeling. Naar het buitenland vloeit maar liefst 8,5 miljard Euro. Ook hier is sprake van een verdubbeling sinds 1988.
- Nederlanders die in eigen land op vakantie gaan besteden gemiddeld rond € 20,00 per persoon per overnachting. Voor de kampeersector is dat iets minder. Een toeristische gast geeft per dag ongeveer € 18,-- uit, de vaste gast ongeveer € 13,--. Duidelijk is dat toerisme een goede mogelijkheid biedt om een regionale economie te stimuleren.
- Voor de recreatieve overnachtingen van Nederlanders in eigen land is de kampeersector de belangrijkste sector. 31% van deze recreatieve overnachtingen wordt doorgebracht op vaste kampeerplaatsen en 18% op toeristische kampeerplaatsen. De campings nemen dus bijna de helft van alle binnenlandse recreatieve overnachtingen voor hun rekening. Het aantal overnachtingen op de vaste plaatsen stijgt. Bij de toeristische plaatsen is sprake van stabilisatie.

3.2 Vakanties op vaste standplaatsen

De vakantie op de vaste kampeerplaats deed ongeveer 50 jaar geleden haar intrede en heeft in de jaren zestig en zeventig een enorme vlucht genomen. De eerste vaste plaatsen werden vlak na de oorlog bezet door tenten en tenthuisjes. Daarna werden ze vervangen door vooral uit Engeland afkomstige aluminium stacaravans. In de jaren tachtig was er sprake van een teruggang en werd gevreesd voor de toekomst van deze accommodatievorm. Er ontstond leegstand en verpaupering. De noodzaak tot investeren werd groter. De vaste kampeerplaats en de stacaravan mogen zich sinds het midden van de jaren negentig echter in een hernieuwde belangstelling verheugen. In de jaren negentig ontstond een nieuw fenomeen: "uitponding". In navolging van de bungalowsector verkavelen sommige ondernemers het terrein om deze kavels afzonderlijk te verkopen.

Het NRIT ondervraagt voor haar Continu Vakantie Onderzoek (CVO) steeds een vast panel van consumenten. Aan de hand hiervan wordt het vakantiegedrag van de Nederlander onderzocht. Voor het gebruik van de vaste kampeerplaats zijn daaruit de volgende gegevens te destilleren.

	1998	1999	2000	2001
Aantal korte vakanties op vaste plaatsen x 1000	2.847	2.998	2.933	3.254
Aantal lange vakanties op vaste plaatsen x 1000	1.510	1.649	1.623	1.775
Aantal overnachtingen op vaste plaatsen x 1000	25.963	28.102	28.048	30.556
Index aantal overnachtingen	100	108	108	118
Aandeel van de vaste plaats in alle accommodatievormen	28,1%	29,4%	29,5%	30,7%

Het aantal overnachtingen op vaste kampeerplaatsen is in de periode 1998-2001 met 18% gestegen. Hiermee is het aantal overnachtingen op vaste standplaatsen sterker gestegen dan het totale aantal recreatieve overnachtingen van Nederlanders. Het aandeel van deze accommodatievorm stijgt hierdoor. Nu zegt één en ander niet direct iets over de verkoopbaarheid van chalets, maar het gebruik van de vaste plaats mag toch worden gezien als een belangrijke variabele hiervoor.

3.3 Vakanties in West- en Midden Brabant

In het eerder aangehaalde CVO wordt Nederland door het NRIT ingedeeld in verschillende toeristengebieden. Zundert ligt in het toeristengebied West- en Midden Brabant. Het aantal recreatieve overnachtingen in dit gebied heeft zich als volgt ontwikkeld:

Aantal overnachtingen in West- en Midden Brabant en het aandeel in Nederland

	1998	1999	2000	2001
Aantal overnachtingen x 1000	9.213	9.329	9.373	9.625
Aandeel W-M Brabant in Nederland	10,0%	9,8%	9,9%	9,7%

We zien dat het aantal recreatieve overnachtingen in het toeristengebied West- en Midden Brabant in de periode 1998-2001 wel is toegenomen. Echter, deze toename was minder sterk dan de toename voor Nederland als totaal. Hierdoor werd het marktaandeel kleiner. Dit mag opvallend worden genoemd, omdat West- en Midden Brabant bij uitstek vaste standplaats gebieden zijn. In de vorige paragraaf is aangetoond dat het aantal overnachtingen op vaste standplaatsen meer dan gemiddeld groeit. Voor onderhavig toeristengebied had dan ook een vergroting van het marktaandeel voor de hand gelegen.

3.4 Verkoop van stacaravans

In Nederland zijn naar schatting meer dan 170.000 stacaravans aanwezig. Als we de levensduur van een stacaravan stellen op 20-25 jaar, dan betekent dit een theoretische vervangingsvraag van 8000 stacaravans per jaar. Gelet op het feit dat de markt voor vaste plaatsen zich met name in de jaren zestig en zeventig sterk heeft ontwikkeld, zou de vervangingsvraag eigenlijk nog hoger moeten zijn. De gemiddelde leeftijd van een stacaravan was in 1997 16,2 jaar en 25% van de caravans was ouder dan 20 jaar. Uit cijfers van de RAI blijkt echter dat de latente vervangingsvraag niet wordt omgezet in concrete verkopen.

Verkoopcijfers RAI

	Toercaravans	Vouwwagens	Stacaravans
1995	18.500	5.100	1.700
1996	17.600	4.900	2.000
1997	19.400	5.400	2.000
1998	19.000	5.200	2.000
1999	21.300	5.000	2.000
2000	23.500	5.000	2.500
2001	23.500	5.000	2.500

Volgens de heer Witte van Adrecreo zijn deze cijfers reëel. Uit bovenstaand staatje blijkt dat de caravanbouwers nog steeds in een groeiemarkt zitten. Tevens wordt duidelijk dat de markt voor stacaravans waaronder we ook de luxe chalets vatten, weliswaar groeiend, maar toch ook beperkt is. Een hele grote bouwer als Likon verkoopt ongeveer 200 stacaravans/chalets per jaar.

Dat de vervangingsvraag zich niet daadwerkelijk manifesteert, wordt in de praktijk duidelijk herkend. Recreanten stellen vervanging van hun caravan keer op keer uit. Uit onderzoek van de RAI blijkt dat slechts 8% van de vaste kampeersders overweegt een andere caravan te kopen en de helft daarvan denkt daarbij aan een tweedehands caravan. Uiteraard is er een groot verschil tussen aankoopplannen en daadwerkelijk aankopen. In veel gevallen blijkt dat de kampeerplaats wordt opgezegd als de caravan niet meer voldoet. Dit leidt echter niet tot een grote leegstand van vaste standplaatsen. Het gevoel bestaat dat de huidige groep kopers van nieuwe stacaravans een andere is dan de groep mensen die nu een vaste standplaats huurt. Deze nieuwe koper stelt voor een deel andere eisen die kunnen worden samengevat als groter, luxer en duurzamer. Het is aan de recreatieondernemer zijn terrein in te richten voor deze nieuwe doelgroep.

3.5 Trends die van belang zijn voor de vraag naar vaste plaatsen en stacaravans

Indeling in doelgroepen

Het is steeds moeilijker om consumenten in te delen in doelgroepen. Ze horen dan weer bij de ene, dan weer bij de andere doelgroep. Voor de traditionele stacaravanmarkt geldt dat de lagere sociale klassen zijn oververtegenwoordigd. Kopers van nieuwe, grotere en luxere chalets vormen veel meer een afspiegeling van de bevolking. De prijzen van deze chalets zijn ook dusdanig dat ze niet voor iedereen betaalbaar zijn.

Individualisering

Jaren hebben in het teken gestaan van individualisering. Hieruit ontstaat momenteel een hernieuwde behoefte aan sociaal contact. Op de camping, met kleinere en overzichtelijkere sociale verbanden, vinden mensen veelal het sociale contact dat ze missen in een grote stad.

Vergrijzing

De bevolking vergrijst, maar de ouderen willen allerm minst als oudere worden aangesproken. Ouderen hebben meer vrije tijd en dus meer tijd om te genieten van een chalet of stacaravan. Het begrip “ouder” is hierbij overigens relatief. Mensen zijn in de jaren negentig massaal eerder met werken gestopt. Van alle mensen boven de 55 jaar werkt slechts 25%. De groep mensen met een (pre)pensioen is dus gemiddeld jonger en actiever. In tegenstelling tot een aantal decennia geleden hebben de senioren niet alleen volop tijd, maar ook geld om deze tijd in te vullen. Deze ontwikkelingen zijn zonder meer gunstig voor de markt voor stacaravans en chalets. De vraag is of deze ontwikkeling doorzet. Het gaat momenteel economisch niet goed en VUT-regelingen staan nadrukkelijk ter discussie.

Luxe

Senioren, maar ook andere doelgroepen hebben een toenemende behoefte aan luxe en, niet onbelangrijk, zijn ook bereid daarvoor te betalen. Het is evident dat deze ontwikkeling positief is voor de vraag naar luxe plaatsen en de chalets die De Laarse Heide wil aanbieden.

Economische ontwikkeling

In de VS en Europa is de economische groei min of meer tot stilstand gebracht. Het consumentenvertrouwen is inmiddels aangeland op het laagste niveau sinds 1984. Dit is niet gunstig voor de verkoop van dure chalets. Sinds 2001 is de belastingaftrekbaarheid van rente beperkt. Indien mensen met geleend geld een chalet aanschaffen en daarvoor de hypotheek op hun huis verhogen, is deze rente niet meer aftrekbaar.

Vrije tijd

Bij de mensen die aan het arbeidsproces deelnemen, neemt de totale beschikbare vrije tijd eerder af dan toe! De uitgaven aan vrije tijd nemen bij deze groep wel toe. Dit leidt tot een kapitaalintensievere en luxere vrijetijdsbesteding. Het hele leven is jachtiger geworden en de verwachting is dat mensen dit zullen compenseren door “rust in luxe”.

Gemeentelijke heffingen

Door de decentralisatie worden de bevoegdheden van de gemeenten uitgebreid. Gemeenten ontdekken de toerist in toenemende mate als belastingbetaler. De toeristenbelasting en de woonforensenbelasting zijn de afgelopen jaren gemiddeld met meer dan de inflatie toegenomen.

Momenteel zorgt een recente uitspraak van de Hoge Raad voor onrust. Deze uitspraak betekent dat de stacaravan als onroerend goed kan worden aangemerkt. Hierdoor krijgen de gemeenten wellicht de mogelijkheid om onroerende zaakbelasting te heffen op stacaravans. De juridische consequenties zijn groot, want door “natrekking” wordt de eigenaar van de grond (de camping) juridisch eigenaar van de stacaravan. Alleen door, voor de recreant bij de notaris een opstalrecht te vestigen op de grond, kan het juridisch eigendom tussen stacaravan en grond weer worden gesplitst. Het is momenteel onduidelijk hoe één en ander gaat aflopen, maar het is niet ondenkbeeldig dat dit gaat leiden tot een kostentoeename voor de vaste kampeerder.

Mobiliteit

De mobiliteit is de afgelopen decennia enorm toegenomen. De auto is gemeengoed geworden en dat heeft zeker bijgedragen aan de aanschaf van tweede woningen en stacaravans op vaste plaatsen. De laatste tijd eist de toename van het verkeer zijn tol in de vorm van files. Indien we aannemen dat recreanten bereid zijn om 1 à 1,5 uur te rijden om in het weekend hun vaste plaats te bereiken, dan betekent een toename van de drukte op de wegen dat het verzorgingsgebied van een camping als De Laarse Heide, een minder groot deel van de randstad gaat beslaan.

Permanente bewoning

De strikte ruimtelijke ordening in Nederland zou in theorie leiden tot een scherpe scheiding van functies, zo ook tussen de functies wonen en recreëren. Daar waar in Zeeland woningen in de traditionele dorpen door Duitsers worden opgekocht (recreatief gebruik van permanente woonruimte), daar speelt op de Veluwe het omgekeerde, namelijk het permanente gebruik van stacaravans of tweede woningen waarop een recreatieve bestemming rust. Veel gemeenten traden niet op tegen permanente bewoning van stacaravans en sommige gemeentes werkten er zelfs actief aan mee omdat het een (tijdelijke) oplossing bood voor de huisvestingsproblematiek van met name jonge stellen. De gemeenten vinden dat permanente bewoning uit de hand is gelopen en sommige gemeentes voeren nu een actief uitzettingsbeleid. Indien meer gemeenten dit voorbeeld gaan volgen, dan zal het aantal caravans dat te koop wordt gezet toenemen. Dit maakt de spoeling dunner.

Aandacht voor natuur en milieu

Veel campings in Nederland liggen in of bij natuurgebieden. Dit maakt hen vaak ook interessant voor de recreant. De aandacht voor natuur is in die zin positief. Negatief voor de kampeersector als geheel is echter dat de aanwezigheid van natuur het veelal onmogelijk maakt om uit te breiden en in te spelen op de vraag naar grotere kampeerplaatsen. De Laarse Heide kent deze belemmering niet en zal zich dan ook als camping met grote plaatsen moeten profileren.

3.6 Kenmerken van de vaste kampeerder

Door de RAI is een consumentenonderzoek uitgevoerd bij 600 vaste kampeerders. Ook de RECRON-juniorclub heeft in 1997 600 vaste standplaatshouders geënquêteerd. De RECRON junior club heeft in het kader van haar onderzoek bovendien 50 campingeigenaren geïnterviewd. Uit deze onderzoeken kan een meer kwalitatief beeld van de markt worden gedestilleerd.

Uit de onderzoeken komen de volgende zaken naar voren.

- Het aantal senioren is groot (gemiddelde leeftijd 51,5 jaar, terwijl dit bij toeristische plaatsen 39 jaar is);
- Het gemiddelde inkomen is lager dan modaal;
- Zaken als sfeer, kwaliteit en grootte van de standplaats zijn desondanks belangrijkere keuzemotieven dan prijs;
- De afstand tot de eigen woonplaats is een heel belangrijk keuzemotief;
- De vaste gast maakt relatief weinig gebruik van de centrale voorzieningen op de camping. Investerings op de standplaats zelf zetten dan ook meer zoden aan de dijk;
- De gemiddelde grootte van een vaste standplaats was in 1997 147 m². Caravans jonger dan 10 jaar hebben een gemiddelde standplaats van 155 m²;
- Bestaande klanten denken niet aan aanschaf van een houten chalet, terwijl ondernemers veelal wel denken aan het aanbieden daarvan. Zoals eerder geconcludeerd is zal de camping met de houten chalets dus een andere markt moeten bedienen.

Dat de verkoop van houten chalets niet direct voor een groot deel moet worden gezocht bij de huidige vaste standplaatshouders is van groot belang. Hierdoor worden hogere eisen gesteld aan een professioneel verkoopapparaat. Het potentieel lijkt in Nederland wel aanwezig. Ongeveer de helft van de Nederlandse bevolking heeft wel eens gekampeerd en daarvan geeft 11% aan dat de stacaravan het meest gewenste kampeermiddel is. Ook binnen de groep niet-kampeerders, kan 7% zich goed voorstellen ooit een stacaravan te kopen.

4. LAARSE HEIDE IN VERGELIJKING MET ANDERE PROJECTEN

4.1. Succesfactoren

Adrecreo ondersteunt diverse recreatieondernemers met het opzetten van stacaravan- of chaletterreinen. We hebben aan de hand van gegevens van Adrecreo getracht De Laarse Heide te positioneren ten opzichte van andere projecten. Het doel hiervan is op basis van praktijkinformatie in te schatten hoeveel chalets per jaar verkocht zouden kunnen worden op De Laarse Heide.

Begonnen is met het benoemen van de succesfactoren. Welke omstandigheden bepalen of een project gunstige verkoopcijfers kan laten zien? Die volgende zaken spelen een rol.

“Knusheid” en beplanting

Een groot nieuw stuk grond dat nog niet of nauwelijks is beplant schaadt de verkoopbaarheid. Kleine, reeds ingeplante uitbreidingen verkopen beter.

Schaarste creëren

De grootte van het project beïnvloedt de verkoopbaarheid eveneens negatief. Potentiële kopers hebben dan het idee nog tijd genoeg te hebben om te beslissen. Het is dus van belang “schaarste te creëren”. Beter drie keer een project van 20 chalets, dat “wegens succes keer op keer wordt verlengd”, dan een project van 60 chalets dat een lange looptijd heeft.

Verkoop

Een goed verkoopapparaat is essentieel. Een goede campinghouder is niet altijd een goede verkoper.

Attractiviteit van het gebied

Het gebied moet aantrekkelijk zijn, een project gelegen in het bos of aan het water heeft sneller betere verkoopresultaten.

Verzorgingsgebied

Indien er veel mensen wonen in een straal van 1 uur auto rijden van de locatie, dan beïnvloedt dat de verkoop positief.

Centrumvoorzieningen

Hoewel dit niets zegt over het gebruik van centrumvoorzieningen door vaste gasten, beïnvloeden voorzieningen als horeca en een zwembad de verkoop wel positief.

Permanente bewoning

Als een verkoper laat blijken dat permanente bewoning (oogluikend) wordt toegestaan, dan leidt dat ook tot betere verkoopcijfers.

De grootte van de bestaande camping heeft het eerste jaar enige invloed op de verkopen. Een grote camping heeft veel bestaande gasten met allemaal familie en kennissen die potentieel geïnteresseerd kunnen zijn. Dit effect blijkt in de praktijk na één of twee jaar al te zijn verdwenen.

4.2 Positionering Laarse Heide ten opzichte van andere projecten

Aan de hand van de ervaringscijfers van Adrecreo kunnen we een inschatting maken van de verkoopbaarheid van de chalets op De Laarse Heide. De cijfers van andere projecten zijn echter vertrouwelijk. De projecten kunnen daarom niet bij naam worden genoemd. We behandelen vier projecten anoniem en geven deze een score op de in de vorige paragraaf genoemde succesfactoren (+ is positief, - is negatief, 0 is neutraal).

Project I (70 eenheden)

▪ Knusheid/beplanting	-
▪ Schaarste creëren	0
▪ Verkoopapparaat	+
▪ Attractiviteit gebied	+
▪ Verzorgingsgebied	0
▪ Centrumvoorzieningen	++
▪ Permanente bewoning mogelijk	-

Verkopen per jaar: 20 caravans/chalets

Project II (40 eenheden)

▪ Knusheid/beplanting	0
▪ Schaarste creëren	0
▪ Verkoopapparaat	+
▪ Attractiviteit gebied	-
▪ Verzorgingsgebied	+
▪ Centrumvoorzieningen	-
▪ Permanente bewoning mogelijk	+

Verkopen per jaar: 10 caravans/chalets

Project III (30 eenheden)

▪ Knusheid/beplanting	-
▪ Schaarste creëren	0
▪ Verkoopapparaat	+
▪ Attractiviteit gebied	+
▪ Verzorgingsgebied	+
▪ Centrumvoorzieningen	0
▪ Permanente bewoning mogelijk	+

Verkopen per jaar: 10 caravans/chalets

Project IV (30 eenheden)

▪ Knusheid/beplanting	+
▪ Schaarste creëren	0
▪ Verkoopapparaat	-
▪ Attractiviteit gebied	++
▪ Verzorgingsgebied	-
▪ Centrumvoorzieningen	+
▪ Permanente bewoning mogelijk	-- (winter zelfs dicht)

Verkopen per jaar: 10 caravans/chalets

Project Laarse Heide (150 eenheden)

- | | |
|--------------------------------|-----|
| ▪ Knusheid/beplanting | - |
| ▪ Schaarste creëren | - |
| ▪ Verkoopapparaat | ? |
| ▪ Attractiviteit gebied | 0/+ |
| ▪ Verzorgingsgebied | + |
| ▪ Centrumvoorzieningen | + |
| ▪ Permanente bewoning mogelijk | - |

Gesprekken met de heer De Witte en een paar andere ondernemers die ervaring hebben met dergelijke projecten leiden tot de conclusie dat verkoop van 15 chalets per jaar voor de Laarse Heide de bovengrens is. Daarvoor zal dan een professioneel verkoopapparaat nodig zijn. Dat is overigens geen probleem, want het project kan worden uitgesmeerd over 8-10 jaar. Daar is niets op tegen. Wel zal lering moeten worden getrokken uit ervaringen die elders zijn opgedaan, om te zorgen dat niet te snel wordt geïnvesteerd (zie hoofdstuk 5).

5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

5.1 Kansen, bedreigingen, sterkten en zwakten

Alvorens een eindconclusie te trekken zetten we de belangrijkste bevindingen uit voorgaande hoofdstukken op een rij. Diverse externe ontwikkelingen zoals de markt en de trends zijn beschreven. Indien die gunstig zijn voor De Laarse Heide, dan noemen we dit kansen; zijn ze ongunstig, dan spreken we van bedreigingen. Daarnaast hebben we gekeken naar de sterke en zwakke punten van De Laarse Heide in het algemeen en de gepresenteerde plannen in het bijzonder.

We komen tot de volgende kansen en bedreigingen.

Kansen

- toename aantal senioren
- vraag naar luxe
- hang naar natuur en landschap
- toename overnachtingen op vaste plaatsen
- onpersoonlijkheid van de grote stad

Bedreigingen

- economische situatie op dit moment
- beperking renteaftrek
- aanpak permanente bewoning
- uitstraling W-Brabant als toeristengebied
- gemeentelijke belastingen
- “onroerend goed discussie” stacaravan
- mobiliteitsvraagstuk

Kijken we niet naar de externe factoren, maar naar de Laarse Heide en de plannen zelf, dan zijn de volgende sterke en zwakke punten te benoemen.

Sterk

- ligging ten opzichte bevolkingsconcentraties
- ligging van de plaatsen aan het water
- geplande centrumvoorzieningen
- grootte van de standplaatsen

Zwak

- uitstraling ingang huidige terrein
- omvang van het project
- verouderde caravans huidig terrein

5.2 Conclusies

- Hoewel er een aantal onzekere factoren is te noemen wordt verwacht dat er in de toekomst nog markt zal zijn voor stacaravans en chalets. Het aantal standplaatsen dat momenteel jaarlijks in Nederland beschikbaar komt is niet zodanig groot dat het aanbod de vraag overstijgt.
- De plannen van de Laarse Heide (vernieuwing van het stacaravanbestand en vergroting van de plaatsen) zijn logisch in het licht van de marktontwikkelingen.
- Indien de voorwaarden worden geoptimaliseerd (zie aanbevelingen), dan is de verwachting dat ongeveer 15 chalets per jaar kunnen worden verkocht. De eerste twee jaar zou het iets sneller kunnen gaan door de overloop vanaf het bestaande terrein en door interesse van familie en kennissen van bestaande klanten.
- Het project zal in hoge mate afhankelijk zijn van nieuwe doelgroepen. Dit betekent dat de nodige aandacht zal moeten worden besteed aan promotie.
- Met de opbrengst uit verkoopprovisies en zandverkoop zou de infrastructuur normaal gesproken betaald moeten kunnen worden.

5.3 Aanbevelingen

- Verkoop van chalets is geen vanzelfsprekendheid. Het verkoopapparaat dient professioneel te zijn met een goede promotie, sfeertekeningen en een showmodel op het terrein.
- Er dient schaarste te worden gecreëerd. Begonnen zou kunnen worden met een project van bijvoorbeeld 30 chalets rondom de kleine plas. Dit bevordert de verkoopbaarheid en behoedt de Laarse Heide voor te hoge aanvangsinvesteringen.
- Het succes van de eerste fase dient duidelijk te worden gecommuniceerd. Onder verwijzing naar dit succes kan de tweede fase opgestart worden.
- Het verdient aanbeveling nu al met het aanplanten van het eerste deel en met de randbeplanting van het totale project te beginnen.
- De entree van de bestaande camping zou fors verbeterd moeten worden voordat met het project wordt begonnen. Om de nieuwe klanten over de streep te trekken zou een statige oprit met laanbomen en een kwalitatief hoogstaande bestrating aangelegd kunnen worden.
- In de eerste jaren zal het kwaliteitsverschil tussen het nieuwe project en de bestaande camping nog aanwezig zijn. Dit is nadelig voor de verkoop. Daarom zou overwogen kunnen worden het project apart te ontsluiten.
- Voor wat betreft de centrumvoorzieningen dienen alleen beloftes te worden gedaan die met zekerheid waargemaakt kunnen worden.
- Aanbevolen wordt de grote plas een grilligere vorm te geven, waardoor meer plaatsen aan het water te creëren zijn. De lengte van de oeverlijn is hierbij van eminent belang.