



Laddertoets ontwikkeling verhuureenheden

Siblu Camping de Oase



Fry|CONSULTANTS

Inhoud

Hoofdstuk 1. Inleiding	4
1.1 Aanleiding en vraagstelling	5
1.2 Leeswijzer en definities	6
1.3 Siblu Camping de Oase	7
1.4 Beschrijving plan	9
1.5 Bestaand beleid en het plan voor De Oase	11
 Hoofdstuk 2. Behoeftte vanuit de koopmarkt	 13
2.1 Inleiding	14
2.2 Marktgebied	15
2.3 Trendrapportages	16
2.4 Koopmarkt in de regio	18
2.5 Conclusie: ruimte op de koopmarkt	20
 Hoofdstuk 3. Behoeftte vanuit de huurmarkt	 21
3.1 Marktruimte vanuit de verhuurmarkt	22
3.2 Behoeftte vanuit reguliere vraag	24
3.3 Additionele vraag	32

3.4	Totale marktbehoefte vanuit de verhuurmarkt	34
	Hoofdstuk 4. Benchmark	35
4.1	Inleiding	36
4.2	Beoordeling kwaliteit	37
4.3	Vergelijking prijs	44
4.4	Prijs-kwaliteit matrix	45
4.5	Conclusie concurrentiekracht	46
	Hoofdstuk 5. Locatie van de ontwikkeling	47
5.1	Plaats van de ontwikkeling	48
	Hoofdstuk 6. Bereikbaarheid	49
6.1	Bereikbaarheid in relatie tot de bestaande infrastructuur	50
	Hoofdstuk 7. Conclusie	52
7.1	Conclusie en aanbevelingen	53
	Hoofdstuk 8. Bijlage	55

01

Inleiding



1.1 Aanleiding en vraagstelling

Aanleiding

Siblu wil een aantal aanpassingen doen aan camping de Oase die binnen de bedrijfsvoering van Siblu passen. De gemeente Schouwen-Duiveland heeft al aangegeven in principe bereid te zijn om mee te werken aan de benodigde wijziging van het bestemmingsplan. De veranderingen zullen in fasen worden doorgevoerd:

- In fase 1 worden de huidige toeristische eenheden uit de markt gehaald om ze vervolgens als permanente eenheden in te richten. Het aantal eenheden zal hierbij niet uitbreiden;
- In fase 2 wil Siblu met 77 permanente eenheden uitbreiden.

Omdat de camping in het buitengebied ligt, moet de ladder voor duurzame verstedelijking voor de totale ontwikkeling worden doorlopen. Hierbij moet worden aangetoond dat er voldoende vraag is naar de beoogde voorziening en dat de ontwikkeling niet binnen bestaand stedelijk gebied kan worden gedaan. Daarnaast is gevraagd om te beoordelen of er sprake is van een goede ligging ten opzichte van de bestaande infrastructuur. Aan ZKA FrY is gevraagd deze laddertoets uit te voeren en antwoord te geven op de bijbehorende vragen. In deze rapportage wordt dit gedaan.

Vraagstelling

De vragen die in deze rapportage worden beantwoord zijn:

- Is er voldoende behoefte vanuit de koopmarkt voor de nieuwe eenheden?
- Is er voldoende behoefte vanuit de huurmarkt voor de nieuwe eenheden?
- Waarom kan de ontwikkeling niet binnen bestaand stedelijk gebied worden gedaan?
- Is er sprake van een goede ligging ten opzichte van de bestaande infrastructuur?

1.2 Leeswijzer en definities

Leeswijzer

Na een introductie van Camping de Oase en de plannen gaat hoofdstuk 2 in op de behoefte aan de permanente eenheden vanuit de koopmarkt. Hoofdstuk 3 beschrijft dit voor de huurmarkt. Vervolgens wordt in hoofdstuk 4 een benchmark gegeven om de prijs-kwaliteit verhouding te beoordelen en mee te laten wegen in de haalbaarheid van de plannen. Hoofdstuk 5 en 6 beschrijven achtereenvolgens of de ontwikkeling wel of niet binnen bestaand stedelijk gebied kan plaatsvinden en of de camping een goede ligging heeft t.o.v. de bestaande infrastructuur. Hoofdstuk 8 komt met de conclusies t.a.v. de koop- en huurmarkt en de haalbaarheid van de plannen van Siblu en geeft enkele aanbevelingen mee.

Definities

In dit onderzoek zullen we meerdere malen spreken over de termen 'jaarplaats' en 'verhuuraccommodatie'. Deze termen hebben in de sector vaak verschillende definities. In dit onderzoek worden de volgende definities gehanteerd:

- **Verhuuraccommodatie:** een permanente eenheid die gedurende het jaar aan verschillende gasten wordt verhuurd. Deze permanente eenheden zijn geen bungalows of andere (stenen) huisjes. Denk bijvoorbeeld aan verhuurchalets, verhuurstacaravans of bijzondere accommodaties als een boomhut. Verhuuraccommodaties staan in de markt voor toeristisch kortverhuur.
- **Jaarplaats:** een plaats die voor een geheel jaar aan dezelfde gast wordt verhuurd;

1.3 Siblu Camping de Oase

Siblu Camping de Oase

Camping de Oase ligt in de gemeente Schouwen-Duiveland vlakbij het strand en aangrenzend aan de kern van Renesse. Het is een langgerekt terrein (met hoogteverschillen) dat loopt van de Hoge Zoom naar de Lage Zoom. Op dit moment (2021) zijn er 154 toeristische kampeerplaatsen en 358 permanente plaatsen, waaronder 50 kampeerhuisjes.

Op de camping zijn verschillende faciliteiten. Zo zijn er verschillende speeltoestellen voor kinderen, is er een animatieteam en een campingwinkel aanwezig, is er een pop-up restaurant en is er een shuttleservice naar het strand. Daarnaast zijn er in de directe omgeving veel wandel- en fietsroutes te vinden.

De camping is op dit moment gedurende het seizoen geopend: van 26 maart tot en met 31 oktober.

Afbeelding 1.1 op de volgende pagina toont de plattegrond van de camping.

Ontwikkeling

In 2018 is Siblu eigenaar geworden van Camping de Oase (gelegen aan de Roelandsweg te Renesse). Sindsdien is de camping in ontwikkeling en zijn er veel investeringsplannen. Dit wordt gedaan om het kwaliteitsniveau van de camping verder te verhogen en tegelijk om zo beter aan te sluiten bij de bedrijfsvoering van Siblu. Zo zijn er plannen voor een uitbreidingsterrein in de sfeer van een boomgaard: met o.a. fruitbomen en lagere struiken. Ook komt er een showroom voor de stacaravans op de camping. Tot slot wordt er een nieuw centrumgebouw geplaatst, met onder andere plannen voor een bar en binnenzwembad.

In ieder geval wordt er ingezet op het beperken van de CO2 uitstoot en op de energietransitie. Siblu wilt ook de meest duurzame stacaravan gaan ontwikkelen.

Afbeelding 1.1. Plattegrond Siblu Camping de Oase.

siblu
villages

De Oase***

Roelandsweg 8, 4325 CS Renesse

+31 111 461 358

receptie.de.oase@siblu.nl siblu.nl

Noodnummer camping / Notrufnummer Camping 0031-(0)6 2395 2351

Alarm 112

Nooduitgang / Notausgang

EVACUATIE / EVAKUIERUNG

Als u het alarmsignaal of de ontruimingsboodschap hoort, evacueer dan uw gezin door de borden te volgen, tenzij de manager van de camping anders beslist.
GEBRUIK UW VOERTUIG NIET.

Wenn Sie das Alarmsignal oder die Evakuierungsmeldung hören, evakuieren Sie Ihre Familie, indem Sie den Schildern folgen, es sei denn, der Camping Manager entscheidet anders.
BENUTZEN SIE IHR FAHRZEUG NICHT.



Ga in geval van een ramp naar het dichtstbijzijnde verzamelpunt. In Falle eines Unglücks begeben Sie sich zur nächsten Sammelstelle.

BRAND / FEUER

Voor ieders veiligheid vragen wij u om bij aankomst uw verzamelpunt te lokaliseren en ervoor te zorgen dat elk lid van uw familie op de hoogte is. Aus Sicherheitsgründen bitten wir Sie, bei Ihrer Ankunft der Sammelstelle zu lokalisieren und sicherzustellen, dass jedes Mitglied Ihrer Familie informiert worden ist.

In geval van brand

- 1 - Blijf kalm
- 2 - Bel 112 en stel het management op de hoogte
- 3 - Blus de brandhaard met de brandblusser zonder enig risico te nemen.

Im Falle eines Brandes

- 1 - Ruhe bewahren
- 2 - Rufen Sie 112 an und informieren Sie die Verwaltung
- 3 - Löschen Sie das Feuer mit dem Feuerlöscher, ohne Risiken einzugehen.



1.4 Beschrijving plan

Uitbreidingsplannen

Zoals in de vorige paragrafen beschreven wil Siblu een aantal veranderingen op Camping de Oase doorvoeren die passen bij de bedrijfsvoering van Siblu.

Op dit moment heeft Camping de Oase 512 vergunde eenheden:

- 154 toeristische eenheden;
- 308 permanente eenheden in de vorm van jaarplaatsen;
- 50 kampeerhuisjes (permanente eenheden).

In fase 1 wil Siblu de 154 toeristische eenheden uit de markt onttrekken. Daarbij zullen er ook 11 kampeerhuisjes uit de markt worden gehaald. Daarvoor komen 165 permanente eenheden terug. Dit zijn jaarplaatsen met hierop een stacaravan die door de huurder van de jaarplaats zelf aangekocht wordt (verwachte prijs: vanaf € 60.000,- - € 65.000,-). De huurder van de jaarplaats is dus eigenaar van de stacaravan maar niet van de grond van de plaats.

In fase 2 wil Siblu uitbreiden met 77 permanente eenheden (opnieuw stacaravans op een jaarplaats). Voor deze uitbreiding wordt voldaan aan de voorwaarden als gesteld in de Kustvisie (zie par. 1.5). Daarnaast wordt voldaan aan de gestelde duurzaamheidsprincipes.

Gebruik van de jaarplaatsen

De permanente eenheden in de vorm van jaarplaatsen zullen niet allemaal op dezelfde manier gebruikt worden. Siblu kent namelijk de regeling dat eigenaren van stacaravans ervoor kunnen kiezen hun stacaravan voor een bepaalde periode per jaar beschikbaar te stellen aan Siblu voor de verhuur. Ook kunnen eigenaren er voor kiezen om zelf hun stacaravan te verhuren. Indien de stacaravan beschikbaar wordt gesteld aan Siblu voor de verhuur ontvangt de eigenaar een zeer hoge korting op de huur van de jaarplaats.

Op basis van data over het gebruik van de huidige permanente eenheden kan een verwachting worden uitgesproken over het gebruik van de toekomstige jaarplaatsen.

- Ongeveer 50% van de mensen doet mee aan het 'Siblu Sublet' programma:
 - 40% doet mee aan het zomerprogramma (verhuur stacaravan voor 6-8 weken in de zomer)
 - 10% stelt de stacaravan juist in de rest van het seizoen (voor- en naseizoen) beschikbaar
- Daarnaast verhuurt 10% van de eigenaren de stacaravan zelf aan derden.
- Ong. 40% heeft de stacaravan puur voor eigen gebruik.

Doelgroep

Qua verkoop van de stacaravans probeert Siblu het gat op te vangen tussen de normale kampeerder en de grotere vakantiehuizen die gebouwd worden. De stacaravans worden verkocht in een segment vanaf € 60.000,- - € 65.000,-. Hiermee richt Siblu zich op het middensegment. Doordat de eigenaren kunnen kiezen de stacaravan enkele weken per jaar beschikbaar te stellen aan Siblu voor de verhuur kunnen eigenaren een grote korting krijgen op de huur van de plaats. Deze korting kan oplopen tot duizenden euro's. Na een aantal jaar wordt er ingezet op het doorgroeien naar een grotere/luxere stacaravan op Camping de Oase. Eigenaren kunnen hun stacaravan verkopen en kiezen voor een grotere/luxere variant.

Ook qua verhuur richt Siblu zich op het middensegment. Hierbij sluiten ze aan bij de toeristische doelgroep die veelvuldig terug te vinden is in de gemeente Schouwen-Duiveland.

1.5 Bestaand beleid en het plan voor De Oase

Om de haalbaarheid en wenselijkheid van de plannen voor camping De Oase goed in perspectief te zetten, is het goed om te kijken wat bestaand beleid zegt over verblijfsrecreatie op Schouwen-Duiveland. Dit beleid is immers richtinggevend. De Zeeuwse Kustvisie is dan een belangrijk document, evenals de Agenda Toerisme en de Nota Recreatiewoningen van de gemeente Schouwen-Duiveland.

Differentiatie en kwaliteitsverbetering

De Zeeuwse Kustvisie (2017) hanteert als uitgangspunt voor de verblijfsrecreatie 'differentiatie'. Herstructurering en kwaliteitsverbetering van bestaande bedrijven wordt gestimuleerd om ook zo de kwaliteit van het recreatieve product te verbeteren. De Nota Recreatiewoningen stelt dit ook en geeft aan dat nieuwvestiging van stacaravan- en chaletparken niet is toegestaan, mits sprake is van kwaliteitsverbetering; dan is herstructurering of uitbreiding mogelijk. De Kustvisie presenteert een ontwikkelkader dat duidelijk maakt waaraan voldaan moet worden wil een camping kunnen uitbreiden: eisen m.b.t. oppervlakte en/of eenheden, economisch haalbaar, onderscheidend vermogen en aansluiting bij lokale DNA, toegevoegde waarde voor de maatschappij. Het kwaliteitsverbeteringsplan voor camping De Oase speelt in op de eisen van dit ontwikkelkader.

Er wordt uitgebreid met maximaal 15% aan eenheden. Om te kunnen voldoen aan de regel dat maximaal 13% bebouwd mag zijn, wordt extra grond aangekocht. Verder vindt uitdunning plaats waardoor de dichtheid omlaag gaat naar ongeveer 25 eenheden per hectare. Verder wordt geïnvesteerd in centrumvoorzieningen, waaronder plannen voor een binnenzwembad. Er zal dus ook wat dat betreft sprake zijn van een kwaliteitsverbetering van de camping. Met een focus op het middensegment heeft Siblu bovendien een eigen doelgroep die differentieert van de meeste nieuwe plannen die zich met name focussen op het hogere segment. In hoofdstuk 4 (de benchmark) vergelijken we het concept met het bestaande aanbod.

Innovatie en duurzaamheid

De Agenda Toerisme 2018-2026 onderstreept ook het belang van kwaliteit en innovatie. Maar het benoemt ook de trend van vraag naar budgetconcepten. Een trend waar Siblu op inspeelt door een concept dat zich richt op het middensegment. Daarmee is het onderscheidend vermogen van het concept niet heel groot. De stacaravans zijn van goede kwaliteit en passend bij de doelgroep, maar niet heel uniek. Verderop gaan we hier dieper op in door het park ook te vergelijken met andere campings. Wel wordt volop ingezet op duurzaamheid en

circulair bouwen van nieuwe gebouwen en de stacaravans. Iets wat zowel in de Kustvisie als in de Agenda Toerisme van groot belang is. De Agenda Toerisme geeft zelfs aan dat een camping meer eenheden zou kunnen realiseren als er extra geïnvesteerd wordt in duurzaamheid.

Verhuurstimulerende jaarplaats en jaarrond exploitatie

Het gebruik van de stacaravans bij Siblu is bijzonder te noemen. Het zijn geen standaard jaarplaatsen. Er wordt nadrukkelijk gestimuleerd om de stacaravan een deel van het jaar te verhuren. Niet om rendement te maken; men krijgt daarmee korting op de jaarprijs. Men heeft de caravan dus in bezit, maar staat ook verhuur toe via centrale bedrijfsmatige exploitatie. Dit verplicht Siblu tevens om alle accommodaties op peil te houden; zij dragen immers het risico van de verhuur. Deze constructie zorgt er bovendien voor dat er jaarrond gebruik wordt gemaakt van de plekken. Niet alleen doordat toeristische plekken worden vervangen door permanente plaatsen; maar ook doordat de eigenaar juist buiten het seizoen zelf de stacaravan kan gebruiken. Siblu heeft elders positieve ervaringen met deze constructie.

Beleidsmatig gezien past het plan binnen de gestelde regels en kaders van huidig beleid. We willen de kanttekening maken dat een focus op de standaard jaarplaatsen niet past binnen de huidige visie van de gemeente en provincie. Maar dan gaat het met name om 'niet meer van hetzelfde'. In hoofdstuk 4 geven we aan in hoeverre het plan van Siblu onderscheidend is en differentieert. Daar wordt meer inzicht gegeven in de onderscheidende kenmerken en met name ook het gebruik van de stacaravans dat anders is dan de meeste standaard jaarplaatsen.

02

Behoeft vanuit
de koopmarkt



2.1 Inleiding

Over de koopmarkt van stacaravans is niet veel kwantitatieve informatie bekend. Bovendien is de 'formule' van Siblu, waarbij de stacaravans deels ook verhuurd worden, afwijkend van de standaard jaarplaatsen.

Om toch te toetsen of er behoefte is aan de stacaravans dit Siblu wil verkopen, hebben we de volgende zaken kwantitatief dan wel kwalitatief in beeld gebracht:

- Vanuit trendrapportages doen we enkele uitspraken over de aantrekkelijkheid van het kopen van een stacaravan in Zeeland.
 - Hiervoor gebruiken we het NVM-rapport 2020. Het NVM-rapport over recreatiewoningen gaat nadrukkelijk niet over stacaravans/jaarplaatsen. Toch geeft de informatie over Zeeland wel enkele inzichten.
 - CELTH rapportage 'de toekomst van de vaste gast' uit 2015; dit geeft een voorspelling van het gebruik van (standaard) jaarplaatsen.
 - 'Vaste gasten in Zeeland', 2018, geeft een verdere verdieping op die vaste (jaarplaats)gast in Zeeland.

- Koopmarkt in de regio:
 - Rondgang langs diverse campings in de buurt om in beeld te brengen wat er te koop staat en wat de looptijd is.
 - Telefonische interviews met makelaars die zicht hebben op de markt; ook in Zeeland.

Vervolgens trekken we enkele conclusies met betrekking tot de koopmarkt.

In de volgende paragraaf (2.2) lichten we eerst toe welk marktgebied we hanteren. Vervolgens gaan we in op de informatie die beschikbaar is vanuit de trendrapportages (2.3). Daarna geven we vanuit kennis van de markt weer wat de aantrekkelijkheid is van het kopen van een stacaravan in Zeeland (2.4). Tot slot volgen de conclusies (2.5).

2.2 Marktgebied

Het marktgebied

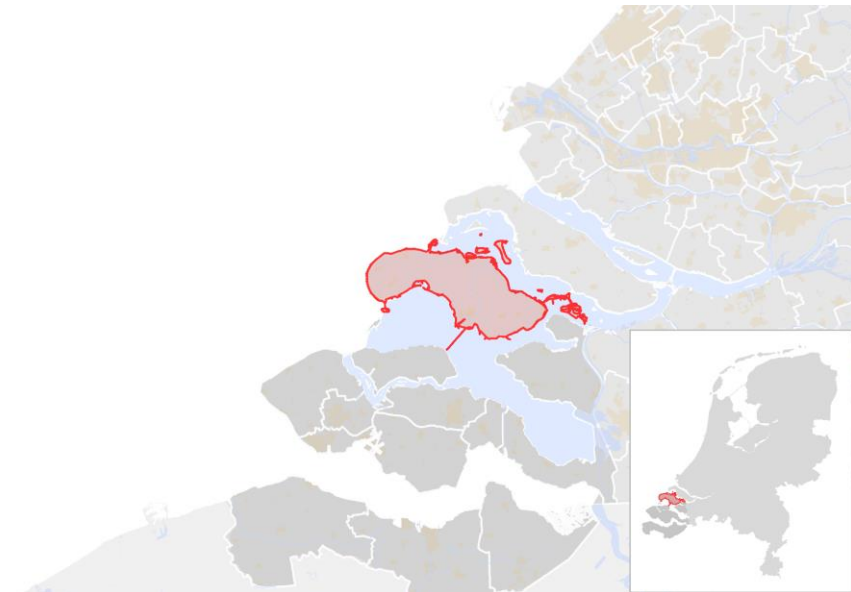
Het marktgebied voor het bepalen van de marktbehoefte is gedefinieerd als de gemeente Schouwen-Duiveland. Om dit marktgebied te bepalen is antwoord gegeven op twee vragen:

- Welk gebied zien toeristische gasten als een bestemming voor hun vakantie? Ontwikkelingen in dit gebied hebben namelijk invloed op andere verblijfsrecreatie in het gebied.
- Hoe groot is het gebied dat een eigen kenmerkende uitstraling, identiteit en marktfocus heeft?

Vaak behelst een marktgebied meer dan een gemeente. In dit geval is het antwoord op beide vragen toch de gemeente Schouwen-Duiveland. Dit komt vooral omdat de gemeente groot is en het gehele eiland omvat (zie Afbeelding 3.1). In het bestand 'implementatie duurzaamheidsladder Zeeland' wordt dan ook aangegeven dat de gemeente Schouwen-Duiveland als een marktregio voor nieuwe ontwikkelingen kan worden gezien.

Ieder jaar reist een groot aantal gasten naar de provincie Zeeland om aan de Zeeuwse kust vakantie te vieren. Toch valt het op dat het type gast op de verschillende Zeeuwse eilanden verschillend is. Zo richt Schouwen-Duiveland zich meer op de families uit het middensegment, en zien we op Walcheren juist dat het hogere segment

Afbeelding 3.1. Gemeente Schouwen-Duiveland



oververtegenwoordigd is in de doelgroep. Daarnaast blijkt uit de praktijk dat gasten twijfelen tussen verschillende campings op het eiland en niet tussen campings in de gehele provincie. Ook heeft ieder Zeeuws eiland ons inziens echt een eigen uitstraling en identiteit, met eigen natuur en cultuur.

Daarom is ervoor gekozen om de gemeente Schouwen-Duiveland als marktgebied voor deze toets van de marktbehoefte te beschouwen.

2.3 Trendrapportages

Landelijke trends verkoopmarkt recreatiewoningen

Hoewel stacaravans niet vallen onder de definitie van 'recreatiewoningen' zoals bedoeld in het NVM-rapport, willen we toch enkele conclusies over die koopmarkt voor recreatiewoningen kort benoemen. Omdat ze de aantrekkelijkheid van Zeeland weergeven en iets zeggen over de landelijke trend m.b.t. het kopen van een tweede woning.

- De landelijke markt voor recreatiewoningen is gunstig. Het aantal transacties en de transactiepreizen namen in de periode 2015-2019 ieder jaar toe, al was er wel een (lichte) daling te zien van het aantal transacties in 2019 na het recordjaar 2018.
- Naast de trend dat recreatiewoningen steeds groter, luxer en dus duurder worden, lijkt er ook altijd wel vraag te blijven bestaan naar relatief kleine en goedkope recreatiewoningen (m.n. tot 50m²; dat is ook de omvang van de stacaravans bij De Oase).
- De afgelopen jaren was er geen krapte op de landelijke markt voor recreatiewoningen, en daarom typeert het NVM de markt als 'evenwichtig'; maar voor de toekomst ziet het NVM een krapte ontstaan door het dalende aanbod en de toenemende vraag (bron: NVM, 2020).
- In Zeeland zijn en worden veel nieuwe, dure recreatiewoningen verkocht. De prijzen zijn erg hoog, gericht op het hoge segment.

- Het aantal woningen dat te koop staat, loopt hard terug in Zeeland, de vraag naar recreatiewoningen blijft hoog en is er sprake van een sterke krapte op de markt. De druk op de markt is enorm.
- De looptijd van het aanbod is in Zeeland het laagst, vergeleken met de rest van Nederland. In Zeeland staat een woning gemiddeld 237 dagen te koop t.o.v. 386 voor het landelijk gemiddelde.

De eerste kwartaalcijfers van 2021 laten zien dat de krapte op de markt alleen maar groter is geworden.

In gesprek met Gert Joziasse, Makelaarskantoor Wisse Vastgoed BV, Domburg (Bron: NVM rapportage, 2020)

"Door de Kustvisie van de Provincie Zeeland is er geen of beperkt aanbod van nieuwe projecten waardoor de leefbaarheid (verdichting) wordt gewaarborgd. Echter dit geeft druk op de bestaande voorraad met als gevolg verdere stijging van de prijs."

"Het beeld is: minder aanbod en veel vraag."

"Ook in de toekomst verwachten wij veel vraag naar recreatiewoningen voor zowel eigen gebruik als recreatieve verhuur."

‘Vaste gasten in Zeeland’

Het welbekende rapport van CELTH uit 2015 over de toekomst van de vaste gast voorspelt dat er steeds minder behoefte is aan het aanschaffen van een verblijfsaccommodatie, zeker als het gaat om jaarplaatsen. De trend ‘van bezit naar gebruik’ is hier leidend in. (De marktontwikkelingen van de afgelopen jaren zijn mogelijk van invloed op de voorspellingen die toen gedaan zijn). Voortbordurend op dit onderzoek heeft Kenniscentrum Kusttoerisme in 2018 onderzoek gedaan naar die vaste gast in Zeeland. Dit onderzoek laat zien hoe belangrijk de markt van vaste gasten is voor Zeeland. Het aantal vaste gasten is ongeveer 115.000. In dit onderzoek zijn ook jaarplaatsen meegenomen. Kijkend naar die jaarplaatsen, is het aanbod de laatste jaren sterk afgenomen. Vraag en aanbod lijkt nu redelijk in balans, al is niet bekend hoe dit per gemeente is. Cijfers hierover zijn sowieso beperkt, en met name over de vraagkant worden de cijfers soms in twijfel getrokken door ondernemers die in hun eigen praktijk zien dat er wel degelijk nog vraag is naar jaarplaatsen. Zeker na Corona is het mogelijk dat de vraag naar stacaravans weer toeneemt (Bron: https://www.nritmedia.nl/blogs/190/De_revival_van_de_stacaravan_en_andere_na-Coronaase_trends_in_2025/).

Dat het aanbod is gedaald komt o.a. door herstructurering en verdunning van terreinen en door het transformeren naar vakantiehuysjes, maar ook omdat toeristisch verhuren meer kan opleveren. Zo is op Schouwen-Duiveland in de afgelopen 10 jaar het aanbod met een derde gedaald. De verkoop van vakantiehuysjes loopt nog altijd goed, mede door het rendement wat er op behaald kan worden. Kijkend naar de jaarplaatsen is er een trend zichtbaar dat vaste gasten steeds vaker hun accommodatie ook willen verhuren. Dit percentage ligt nu op ongeveer 5%.

2.4 Koopmarkt in de regio

Aanbod bij omliggende campings

In de omgeving van camping de Oase liggen diverse andere campings die jaarplaatsen aanbieden in de vorm van stacaravans of chalets. Een 'rondgang' langs deze campings leert ons het volgende:

- Twee grotere campings hebben op dit moment geen plekken beschikbaar of zelfs een wachtlijst als het gaat om jaarplaatsen.
- Een andere camping heeft wel enkele chalets te koop staan, maar in een veel duurdere prijsklasse. De looptijd is kort, er is veel vraag naar de jaarplaatsen.
- Weer een andere camping in de nabije omgeving vormt de jaarplaatsen langzaamaan om tot luxere lodges. Deze lodges zijn qua omvang echter niet vergelijkbaar met de stacaravans van Siblu, maar eerder met luxere recreatiewoningen. Zij spelen duidelijk in op de trend van meer luxe. Op dit moment staan er geen lodges meer te koop; in de toekomst komen er meer lodges bij.
- De Stacaravanmakelaar heeft naast bovengenoemde campings nog 3 stacaravans te koop staan op Schouwen-Duiveland (juni 2021). Deze zijn qua aanschafprijs een stuk duurder dan die van Siblu Oase; de huurprijs komt redelijk overeen.

Oftewel, er is op dit moment weinig aanbod in het segment waar Camping de Oase zich op richt.

Ervaring Siblu

De huidige verkoop bij Siblu De Oase gaat goed; wat verkocht kan worden, is verkocht. Ook heeft Siblu nog een camping in Zeeland, In de Bongerd. Ook daar is de looptijd kort en is er volop vraag naar de stacaravans; in augustus was alles verkocht voor het volgende jaar.

Rondgang makelaars

Enkele makelaars die actief zijn op het gebied van stacaravans zijn gesproken. Over het geheel genomen is er nog steeds volop vraag naar stacaravans; eigenlijk in alle prijsklassen wel. Zeker door de Coronacrisis is de vraag enorm gestegen en is er als het ware uitverkoop geweest dit jaar. De markt is wel heel wisselend en moeilijk voorspelbaar en looptijden verschillen.

In specifiek Zeeland is er volop vraag naar jaarplaatsen. Sommige jaarplaatscampings worden omgevormd naar verhuureenheden, waardoor er nu meer vraag dan aanbod is. Aan de ene kant is er vraag naar luxere chalets, maar de meeste vraag zit nog steeds in de categorie tot € 50.000,-. Daar is nu het minste aanbod. De looptijd is erg kort. Maar ook in de overige prijssegmenten loopt het goed. Soms haalt het aanbod de website van de makelaar niet eens; dan is het al verkocht. Er is een lange lijst met mensen die nog een stacaravan willen. Met name Zeeland is een hype, mede door de locatie.

Planvoorraad

Het aantal harde plannen dat op dit moment bekend is bij de gemeente (zie ook par. 3.2) is gering. Bij het ene plan is sprake van toevoegen van jaarplaatsen, bij het andere plan juist van het omvormen van jaarplaatsen naar bungalows. Meerdere campings hebben dit in de afgelopen jaren gedaan, waardoor het aanbod aan jaarplaatsen continu verandert. Het exacte aantal uit de markt gehaalde jaarplaatsen is onbekend.

2.5 Conclusie: ruimte op de koopmarkt

De markt voor recreatiewoningen is in Zeeland krap; er is (te) weinig aanbod. Zeeland, en met name de kuststrook, is als A1-locatie erg populair. Woningen staan relatief kort te koop. Er is veel animo voor en de verwachting is dat dit in de toekomst blijft. Ook naar jaarplaatsen is veel vraag, blijkt uit de praktijk. Ondernemers en makelaars tonen aan dat de jaarplaats het nog zeer goed doet in Zeeland en op Schouwen-Duiveland. Voor diverse campings is er een wachtlijst voor de jaarplaatsen en ook makelaars hebben veel klanten die nog op zoek zijn. De plekken zijn erg snel verkocht, met name in de categorie tot € 50.000,-. De plaatsen die op dit moment nog wel beschikbaar zijn, zijn dan ook veelal voor het hogere segment bedoeld.

Tot slot is er een trend zichtbaar dat meer recreanten hun jaarplaatsen ook willen verhuren.

Omdat omliggende campings aangeven wachtlijsten te hebben voor de jaarplaatsen, diverse jaarplaatsen uit de markt worden gehaald en Renesse een toplocatie is, lijkt er voldoende ruimte voor de nieuwe jaarplaatsen van Siblu Oase. Belangrijk hierbij is, gezien de Zeeuwse Kustvisie, dat er wordt ingezet op een specifieke doelgroep, dat het concept past bij het lokale DNA en dat er voldoende onderscheidend vermogen is. Dit is nu zeker het geval.

De plaatsen die Siblu wil verkopen zijn niet de standaard jaarplaatsen, maar ook niet plaatsen die puur voor rendement worden verkocht. Het is in die zin een uniek gebruikersconcept. Siblu speelt hiermee ook in op de genoemde trend van het verhuren van je eigen jaarplaats. Dit doen zij met speciale programma's: verhuur je de accommodatie dan krijg je flinke korting op de jaarprijs. Zo wordt verhuur gestimuleerd. De doelgroep waarop Siblu zich richt is die van het middensegment (zie ook hoofdstuk 4). Dit is een andere doelgroep dan waar de meeste jaarplaatscampings zich op richten; de stacaravans van Siblu zijn een stuk goedkoper en spreken daarmee een eigen doelgroep aan, aanvullend op de bestaande campings.

Het volgende hoofdstuk gaat eerst in op de behoefte vanuit de huurmarkt, omdat de jaarplaatsen van Siblu ook verhuurd worden. Ook daar moet dus ruimte op de markt zijn. Hoofdstuk 4 zal vervolgens ingaan op het onderscheidend vermogen van het concept en of het aanvullend is op het bestaande in de markt.

03

Behoefte vanuit
de huurmarkt



3.1 Marktruimte vanuit de verhuurmarkt

Marktruimte vanuit de totale toeristische kampeer- en verhuurmarkt

In dit hoofdstuk wordt de behoefte voor de ontwikkeling vanuit de toeristische verhuurmarkt bepaald. Hiervoor is het belangrijk dat er voldoende marktruimte is. Zoals beschreven in hoofdstuk 1, zal Siblu de volgende wijzigingen doorvoeren qua plaatsen:

- Het toevoegen van 77 nieuwe permanente eenheden (jaarplaatsen in de vorm van stacaravans) die voor ongeveer 25% van de tijd (van de weken die de camping open is) verhuurd worden.
- Het verwijderen van 11 kampeerhuisjes (ook permanente eenheden) die op dit moment ongeveer 25% van de tijd door de eigenaren verhuurd worden;
- Het onttrekken van 154 toeristische eenheden uit de markt die 100% van de weken in de verhuur stonden.
- Het toevoegen van 165 permanente eenheden (jaarplaatsen in de vorm van stacaravans), die voor ongeveer 25% van de tijd (van de weken die de camping open is) verhuurd worden.

Op jaarbasis geldt, dat er, gerekend over de gehele toeristische kampeer- en verhuurmarkt (bestaande uit verhuuraccommodaties, kampeerplaatsen en camperplaatsen bedoeld voor toeristisch kortverhuur), aanbod onttrokken wordt uit de markt (zie Tabel 3.1).

Tabel 3.1. Mutaties voor de verhuurmarkt

MUTATIE	INVLOED OP AANBOD KAMPEER- EN VERHUURMARKT
TOEVOEGEN VAN 77 PERMANENTE EENHEDEN DIE 25% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$25\% * 77 = 19$
ONTTREKKEN VAN 11 KAMPEERHUISJES DIE 25% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$25\% * -11 = -3$
ONTTREKKEN VAN 154 TOERISTISCHE EENHEDEN DIE 100% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$100\% * -154 = -154$
TOEVOEGEN VAN 165 PERMANENTE EENHEDEN DIE 25% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$25\% * 165 = 41$
TOTAAL	$19 - 3 - 154 + 41 = -97$

Dit komt met name doordat toeristische eenheden aan de markt onttrokken worden en hier permanente eenheden in de vorm van jaarplaatsen voor terug komen (die maar gedurende een deel van het jaar, 25% van de tijd, verhuurd worden). Het feit dat er toeristisch aanbod onttrokken wordt, zorgt direct voor ruimte op de markt voor de nieuwe ontwikkelingen.

Marktruimte vanuit de deelmarkt verhuuraccommodaties

Zojuist is uitgelegd dat de ontwikkelingen op Siblu De Oase ervoor zorgen dat het aanbod op de totale toeristische kampeer- en verhuurmarkt zal dalen. Echter, de toeristische eenheden die uit het aanbod worden gehaald zijn veelal kampeerplaatsen/camperplaatsen (op de kampeerhuisjes na). De eenheden die toegevoegd worden zijn stacaravans. Een ander type plaats dus, zowel in het kader van het bestemmingsplan als in het kader van de doelgroep. Kampeerplaatsen zijn bestemmingsplan-technisch toeristische eenheden, waar de stacaravans vallen onder de permanente eenheden. Daarnaast hebben gasten voor een kampeerplaats/camperplaats hun eigen kampeermiddel nodig, en kan de stacaravan gehuurd worden. Daarom is het nodig verder in te gaan op de behoefte vanuit de verhuurmarkt (zie Tabel 3.2). De eigenlijke vraag is dus of er op de markt nog ruimte is voor 57 verhuuraccommodaties. Concreet bekijken we dit op de volgende manier:

1. Eerst bepalen we het marktgebied van de ontwikkeling. Het marktgebied is beschreven in paragraaf 2.2.
2. Vervolgens analyseren we de marktruimte als gevolg van reguliere vraaggroei in paragraaf 3.3. De marktruimte voor reguliere vraaggroei beantwoordt de vraag: is er op termijn voldoende ruimte voor nieuw verblijfsaanbod zonder dat dit in te grote mate ten koste gaat van bestaand aanbod? We gebruiken hiervoor een extrapolatie van

Tabel 3.2. Mutaties per type plaats.

MUTATIE	INVLOED OP AANBOD KAMPEER- EN VERHUURMARKT
TOEVOEGEN VAN 77 PERMANENTE EENHEDEN DIE 25% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$25\% * 77 = 19$ VERHUURACCOMMODATIES (STACARAVANS)
ONTTREKKEN VAN 11 KAMPEERHUISJES DIE 25% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$25\% * -11 = -3$ VERHUURACCOMMODATIES (GROTE STACARAVANS)
ONTTREKKEN VAN 154 TOERISTISCHE EENHEDEN DIE 100% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$100\% * -154 = -154$ KAMPEERPLAATSEN
TOEVOEGEN VAN 165 PERMANENTE EENHEDEN DIE 25% VAN DE TIJD VERHUURD WORDEN	$25\% * 165 = 41$ VERHUURACCOMMODATIES (STACARAVANS)
TOTAAL	-154 KAMPEERPLAATSEN, + 57 VERHUURACCOMMODATIES

de historische vraaggroei, maar besteden ook aandacht aan trends en ontwikkelingen. Op deze manier ramen we het benodigde aantal nieuwe verhuuraccommodaties in 2025.

3. Daarna brengen we de **additionele vraag** in beeld. Als een concept onderscheidend genoeg is, kan het namelijk ook zelfstandig (dus niet uit de reguliere vraaggroei), nieuwe markten aantrekken naar het marktgebied. Dit doen we in paragraaf 3.4.
4. Tot slot trekken we een **conclusie** voor de gehele marktruimte vanuit de deelmarkt verhuuraccommodaties door het cijfer van de marktruimte voor reguliere vraag op te hogen met een ons inziens realistisch cijfer voor additionele vraag.

3.2 Behoefte vanuit reguliere vraag

In deze paragraaf wordt de marktruimte voor nieuwe verhuuraccommodaties in de gemeente Schouwen-Duiveland geraamd. De marktruimte gaat in op de vraag hoeveel verhuuraccommodaties in de toekomst (2025) kunnen worden gerealiseerd om aan de 'reguliere' toeristische vraag te voldoen. De marktruimte is geraamd voor een periode van zes jaar (2019 t/m 2025). De volledige realisatie van de verhuuraccommodaties neemt naar verwachting wel enige tijd in beslag (deels omdat de accommodaties ook nog verkocht moeten worden) maar zal geen jaren duren (vanwege de verwachte hoge omloopsnelheid van de verkopen). Qua cijfers om de bezetting te berekenen is gerekend met de cijfers uit 2019 aangezien 2020 door de coronacrisis niet representatief is.

Methodiek bepaling marktruimte

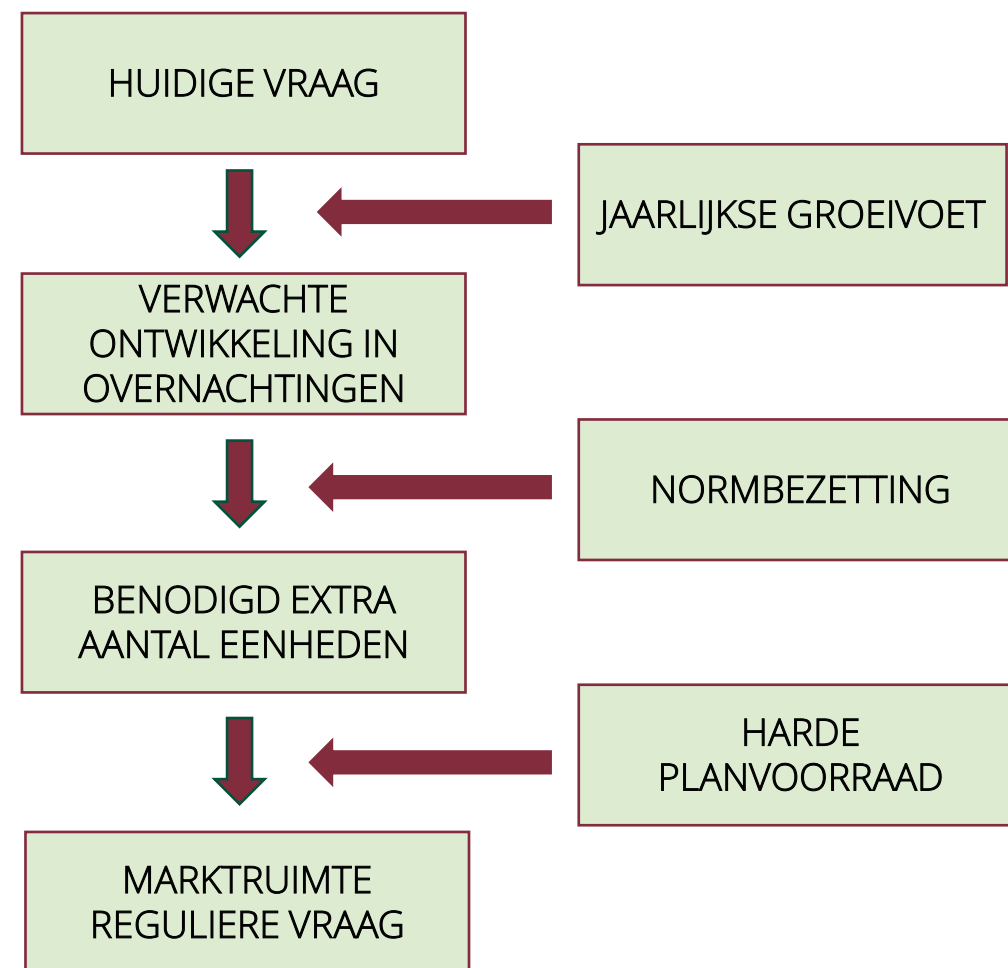
Om de marktruimte te bepalen, is de volgende methodiek gehanteerd:

- De basis van de raming is een trendextrapolatie. De verwachte omvang van de vraag is namelijk gebaseerd op de historische ontwikkeling van het aantal overnachtingen (de vraag) in de deelmarkt verhuuraccommodaties. De historische ontwikkeling is in kaart gebracht aan de hand van vraagcijfers van het CBS en op basis hiervan is een gemiddelde jaarlijkse groeivoet berekend.
- Het CBS beschikt niet specifiek over cijfers van de vraag naar verhuuraccommodaties. Ter benadering is daarom gekeken naar de vraagontwikkeling van de categorieën 'kampeerterreinen' en 'huisjesterreinen'. Volgens de definitie van het CBS vallen meerdere stacaravans bij elkaar onder de categorie huisjesterrein, maar het overgrote deel van de accommodaties in deze categorie zijn vakantiewoningen/vakantiebungalows. Een trend in de markt is dat veel kampeerplaatsen omgezet worden naar verhuuraccommodaties omdat dit voor de ondernemer meer opbrengt. Mede doordat er meer vraag naar dit type plaats is. Vanuit deze redenering en vanuit onze eigen ervaring kunnen we dus stellen dat de groeivoet van de kampeerterreinen kan worden gesteld als minimale groeivoet voor de ontwikkeling van de vraag naar verhuuraccommodaties. Anderzijds zien we de trend dat verhuuraccommodaties omgezet worden naar huisjes. Ook weten we dat de vraag naar huisjesterreinen in Zeeland de afgelopen jaren heel hard gestegen is (waarschijnlijk sneller dan de vraag naar verhuuraccommodaties). We kiezen er daarom voor deze vraaggroei als maximaal aan te houden.
 - Voor de minimale groeivoet waarmee gewerkt is, is een gemiddelde genomen van het jaarlijkse groeipercentage van

het aantal overnachtingen op kampeerterreinen aan de kust en het aantal overnachtingen op kampeerterreinen in Zeeland over de periode 2012-2019.

- Voor de maximale groeivoet waarmee gewerkt is, is een gemiddelde van het jaarlijkse groeipercentage van het aantal overnachtingen op huisjesterreinen aan de kust en het aantal overnachtingen op huisjesterreinen in Zeeland over de periode 2012-2019.
- De trendextrapolatie wordt verfijnd met factoren die de vraaggroei kunnen beïnvloeden, zoals groeiprognoses en trends en ontwikkelingen in de verblijfsrecreatie sector en samenleving.
- Aan de hand van de jaarlijkse groeivoeten is de verwachte vraag voor 2025 berekend (het verwachte aantal overnachtingen). Voor de jaren 2020 en 2021 is gerekend met een groeivoet van 0%, aangezien de vraag ten gevolge van de coronacrisis niet tot nauwelijks gestegen is.
- Deze vraag is vervolgens vertaald naar het aantal verhuuraccommodaties dat nodig is om deze extra vraag te absorberen, door de groei aan overnachtingen te relateren aan de normbezetting die nodig is voor een duurzame toeristische exploitatie van verhuuraccommodaties.
- Als laatste stap wordt het benodigd aantal extra eenheden vergeleken met de huidige harde planvoorraad. De harde planvoorraad zijn de plannen voor nieuwe verhuuraccommodaties in de gemeente waarvan het bestemmingsplan al onherroepelijk is of de bouwvergunning al afgegeven is. Deze harde planvoorraad wordt afgetrokken van het benodigd extra aantal eenheden om de marktruimte vanuit de reguliere vraag te berekenen.

Afbeelding 3.2. Stappenplan raming marktruimte reguliere vraag.



Aanbod

Het Kenniscentrum Kusttoerisme heeft het verblijfsrecreatief aanbod in de gemeente Schouwen Duiveland in kaart gebracht (zie Tabel 3.3.). ZKA Leisure Consultants beschikt over deze cijfers van 2018 en 2020. Voor de berekening van de marktruimte is echter het aanbod van 2019 nodig. Om tot een zo goed mogelijke inschatting te komen van dit aanbod is een gemiddelde berekend over de jaren 2018 en 2020. Het aanbod verhuuraccommodaties is niet als aparte categorie opgenomen. In de raming van deze marktruimte is ervoor gekozen om het aanbod verhuurchalets (740) en bijzondere accommodaties (dit zijn meestal verhuuraccommodaties) (180) op te tellen om zo tot het totale aanbod verhuuraccommodaties te komen (920).

Van huidig aanbod naar het huidige aantal overnachtingen

Het huidige aantal overnachtingen in verhuuraccommodaties is niet bekend. Dit aantal is daarom geraamd door de volgende stappen uit te voeren:

- Allereerst is het bezettingspercentage voor toeristische kampeerplaatsen in Schouwen-Duiveland berekend, a.d.h.v. de cijfers van Kenniscentrum Kusttoerisme. Dit is 21% op jaarbasis.
- Vervolgens is het bezettingspercentage voor verhuuraccommodaties berekend. Aan de hand van een benchmark met verschillende campings weten we dat de gemiddelde bezetting van verhuuraccommodaties in 2019 ongeveer 13% hoger lag dan de bezetting van kampeerplaatsen, dus ongeveer 34% op jaarbasis.

Tabel 3.3. Verblijfsrecreatief aanbod gemeente Schouwen-Duiveland

ACCOMMODATIETYPE	EENHEDEN 2018	EENHEDEN 2020	EENHEDEN 2019
KAMERS (HOTEL/HOSTEL/PENSION/B&B)	990	1.120	1.055
VAKANTIEWONINGEN/APPARTEMENTEN (BEDRIJFSMATIGE VERHUUR)	1.690	1.410	1.550
VAKANTIEWONINGEN/APPARTEMENTEN (PARTICULIER EIGENDOM)	4.240	4.540	4.390
VERHUURCHALET	800	680	740
JAARPLAATSEN	6.470	6.910	6.690
TOERISTISCHE KAMPEERPLAATSEN	7.670	6.320	6.995
CAMPERPLAATSEN	?	500	500
BIJZONDERE ACCOMMODATIES	150	210	180
VASTE LIGPLAATSEN	3.000	3.090	3.045
PASSANTENLIGPLAATSEN	440	260	350

- Aan de hand van de bezettingsgraad (34%) en het aanbod (920) is het aantal overnachtingen in verhuuraccommodaties in 2019 in de gemeente Schouwen-Duiveland berekend (ongeveer 114.000 overnachtingen).

Historische vraagontwikkeling

In Tabel 3.4 is de historische vraagontwikkeling (2012-2019) voor kampeerterreinen en huisjesterreinen aan de kust en in Zeeland weergegeven (Bron: CBS). De gemiddelde jaarlijkse groei is de basis voor de groeivoet waarmee in deze marktruimte wordt gerekend.

Trends en prognoses

We corrigeren deze groeivoet op basis van trends en prognoses:

- NBTC Holland Marketing heeft in 2018 een prognose voor de toeristische markt in Nederland geformuleerd. Tot en met 2030 verwacht het NBTC een gemiddelde jaarlijkse groei van het binnenlandse vakantieverkeer van 1,9% en voor het inkomende vakantieverkeer van 3,7%. Voor de kustregio verwacht het NBTC overigens een nog hogere gemiddelde jaarlijkse groei van het inkomend vakantieverkeer, namelijk een groei van 56% van het aantal internationale gasten over de periode 2017-2030.

- In 2019 was de economische groei in Nederland nog ong. 1,7%. In de Middellangetermijnverkenning 2022-2025 gaat het CPB uit van een jaarlijkse groei van gemiddeld 1,1%. Door de huidige coronacrisis is onduidelijk of deze groeicijfers kunnen worden gerealiseerd. Tijdens de huidige coronacrisis is het duidelijk geworden dat mensen altijd behoefte aan vakantie hebben en zullen mensen vaker kiezen voor een vakantie dichtbij huis. Het is nog onduidelijk of dit gunstig is voor de Zeeuwse verblijfsrecreatie omdat deze ook in grote mate afhankelijk is van de Duitse gast.
- Bezit wordt steeds minder belangrijk, waardoor de populariteit van verhuuraccommodaties al een aantal jaren achter elkaar stijgt. Met name de jongere generaties hechten minder waarde aan bezit. Dit kan voordelig zijn voor de vraag naar verhuuraccommodaties.
- In Bijlage A zijn meer trends en ontwikkelingen opgenomen die invloed hebben op de toekomstige vraag naar verhuuraccommodaties en dus meegenomen zijn in de bepaling van de uiteindelijke groeivoet.

Tabel 3.4. Historische vraagontwikkeling (aantal overnachtingen).

JAARTAL	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	GEMIDDELDE JAARLIJKSE GROEI 2012-2019	GEMIDDELD
KAMPEERTERREINEN KUST (X1000)	6.183	6.528	6.825	6.930	6.953	6.665	6.879	6.971	1,7%	1,3%
KAMPEERTERREINEN ZEELAND (X1000)	3.494	3.714	3.962	3.890	3.847	3.751	3.608	3.710	0,9%	
HUISJESTERREINEN KUST (X1000)	7.757	8.695	9.299	9.615	9.909	10.612	10.703	12.220	6,7%	7,7%
HUISJESTERREINEN ZEELAND (X1000)	2.999	3.748	4.205	4.364	4.494	4.553	4.867	5.385	8,7%	

Gekozen groeivoeten

Zoals al eerder vermeld rekenen we in dit onderzoek met twee groeivoeten: een minimale groeivoet (gebaseerd op de historische ontwikkeling van de vraag naar kampeerterreinen) en een maximale groeivoet (gebaseerd op de historische ontwikkeling van de vraag naar huisjesterreinen). Aan de hand van de voorspellingen van het NBTC en de andere trends en ontwikkelingen in de samenleving en de sector schatten wij in dat de minimale groeivoet van 1,3% realistisch is. De maximale groeivoet van 7,7% lijkt iets te ruim, om twee redenen:

- De periode 2012-2019, waarin naar de ontwikkeling van de vraaggroei gekeken is, zijn jaren van hoogconjunctuur. In deze jaren stijgt de vraag over het algemeen sneller dan in jaren van laagconjunctuur. Mogelijk zullen er t/m 2025 nog wel een aantal jaren van laagconjunctuur zijn.
- In de jaren 2012 t/m 2019 is het aanbod vakantiewoningen op huisjesterreinen ook snel toegenomen (zie Bijlage A). Een deel van deze vakantiewoningen hebben een onderscheidend concept waardoor er additionele vraag naar deze woningen is gecreëerd. Deze additionele vraag mag niet worden toegekend aan de reguliere marktgroei.

Daarnaast ligt het percentage ruim boven de meest recente voorspellingen van het NBTC. Dit percentage stellen we daarom naar beneden bij, naar 4,5%.

Voor de jaren 2020 en 2021 is omwille van de coronacrisis gerekend met een percentage van 0%.

Normbezetting

De normbezetting voor verhuuraccommodaties is op de volgende manier berekend:

- Allereerst zijn de totale investeringskosten van een verhuuraccommodatie (incl. infra en grond) in kaart gebracht.
- Vervolgens zijn deze kosten vermenigvuldigd met een marktconform rendement op het eigen vermogen. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen vereist rendement op grond en vereist rendement op opstallen. Hieruit volgt het vereiste rendement op het geïnvesteerde vermogen.
- Daarna is de benodigde omzet per eenheid berekend door het vereiste rendement op het geïnvesteerde vermogen gedeeld door het bruto rendement in % van de omzet. Hierbij is gewerkt met een verantwoord percentage kapitaallasten.
- Tot slot is de benodigde omzet per eenheid gedeeld door de gemiddelde verhuurprijs per nacht. Hieruit volgt het aantal nachten dat de verhuuraccommodaties ten minste bezet moet zijn om de benodigde omzet te behalen. Dit is de normbezetting.

Voor de verhuuraccommodaties zijn we uitgekomen op een normbezetting van 34% op jaarbasis.

Kwantitatieve raming ruimte voor nieuwe verhuuraccommodaties

Aan de hand van de eerder genoemde kengetallen en percentages is de marktruimte voor nieuw aanbod aan verhuuraccommodaties in de gemeente Schouwen-Duiveland geraamd. In Tabel 3.5 hiernaast is de berekening van het benodigd aantal nieuwe verhuuraccommodaties getoond. Gerekend met de minimale groeivoet van 1,3% (behoudend scenario) kunnen er tot en met 2025 nog ca. 55 nieuwe verhuuraccommodaties aan het aanbod worden toegevoegd zonder dat dit in te grote mate ten koste gaat van het huidige aanbod. Gerekend met de maximale groeivoet van 4,5% (optimistisch scenario) gaat dit om 185 nieuwe verhuuraccommodaties.

Harde planvoorraad

In dit rapport zijn we uitgegaan van een situatie vanuit 2019. Om een realistische raming van de ruimte voor de nieuwe verhuuraccommodaties te doen, is daarom de harde planvoorraad van verhuuraccommodaties van 2019 t/m nu zo goed mogelijk in kaart gebracht. Dit is gedaan middels deskresearch (publicatie van laddertoetsen van gelijkmatige ontwikkelingen) en opvraag bij de gemeente Schouwen-Duiveland. Voor elke ontwikkeling wordt een afweging gemaakt door ZKA Leisure Consultants of deze ontwikkeling onder de verhuuraccommodaties (als bedoelt in dit onderzoek) of onder de vakantiewoningen valt.

Tabel 3.5. Kwantitatieve berekening marktruimte.

	BEHOUDEND SCENARIO	OPTIMISTISCH SCENARIO
PLAATSOVERNACHTINGEN VERHUURACCOMMODATIES 2019	114.000	114.000
GROEIVOET	1,3%	4,5%
VERWACHTE PLAATSOVERNACHTINGEN VERHUURACCOMMODATIES 2025	120.000	136.000
NORMBEZETTING	34%	34%
BENODIGD AANTAL VERHUURACCOMMODATIES 2025	975	1.105
AANTAL VERHUURACCOMMODATIES 2019	920	920
RUIMTE VOOR NIEUWE VERHUURACCOMMODATIES	55	185

De volgende harde plannen zijn bij ons bekend (de aanbodcijfers komen vanuit 2019; de harde planvoorraad uit 2019 nemen we daarom ook mee omdat die nog niet in het aanbod van 2019 zitten):

- Chaletpark Oudendijk (voormalig Camping de Fazant). Dit is eind 2019 geopend en bestaat uit 89 nieuwe chalets die deels gebruikt worden voor de verhuurmarkt. Eigenaren kunnen een chalet kopen en de BTW van deze aankoop terugvragen indien zij het Chaletpark de mogelijkheid geven om het chalet in de verhuur te zetten. De verwachting is dat het percentage gasten dat de chalet (deels) verhuurd ongeveer gelijk is aan het percentage gasten dat hier bij Siblu de Oase gebruik van maakt. Zo komen we op 25% verhuur, ongeveer 23 verhuurchalets.
- De herontwikkeling van Camping Duinrand. Een recreatiepark met 800 vaste standplaatsen voor stacaravans, chalets en vakantiebungalows (momenteel geen/nauwelijks toeristische verhuur) dat herontwikkeld wordt een park met 146 recreatiewoningen (maximaal 70 m²) en 100 kampeerhuisjes (maximaal 50 m²). Ons inziens vallen deze accommodaties onder de vakantiewoningen en niet onder de verhuuraccommodaties zoals bedoelt in dit onderzoek. De kampeerhuisjes zijn namelijk meer bungalows dan stacaravans. De harde planvoorraad hiervan wordt dus niet meegenomen in het onderzoek.

In Tabel 3.6 wordt aan de hand van de harde planvoorraad de marktruimte voor de verhuuraccommodaties vanuit de reguliere vraaggroei berekend.

Tabel 3.6. Raming marktruimte vanuit de reguliere vraag

	BEHOUDEND SCENARIO	OPTIMISTISCH SCENARIO
RUIMTE VOOR NIEUWE VERHUURACCOMMODATIES	55	185
HARDE PLANVOORRAAD	23	23
MARKTRUIMTE VANUIT DE REGULIERE VRAAG	32	162

Voor de juiste interpretatie van de marktruimte is het echter belangrijk om het volgende punt in het achterhoofd te houden:

- Door de gemeente Schouwen Duiveland is aangegeven dat er verschillende plannen voor nieuwe verhuuraccommodaties in de pijplijn zitten. De procedure hiervoor is echter nog niet gestart en deze plannen vallen dus niet onder de harde planvoorraad. Ook is het mogelijk dat er enkele bedrijven op Schouwen-Duiveland gevestigd zijn waarbij kampeerplaatsen (volgens de trend) omgezet worden naar verhuuraccommodaties maar waarbij dit nog binnen het volgens het bestemmingsplan toegestane aantal permanente standplaatsen valt.

Conclusie marktruimte vanuit de reguliere vraag

In de raming van de marktruimte vanuit de reguliere vraag is er in het behoudende scenario ruimte voor 32 nieuwe verhuuraccommodaties vanuit de reguliere vraaggroei. In het optimistische scenario daarentegen is er ruimte voor 162 nieuwe verhuuraccommodaties vanuit de reguliere vraaggroei. Siblu Camping de Oase wil in totaal 57 eenheden (zie Tabel 3.2) toevoegen aan het aanbod op Schouwen-Duiveland. In het behoudende scenario past dit net niet. In het optimistische scenario past dit ruimschoots.

Hierbij moet echter nog rekening gehouden worden met de volgende punten:

- De raming vanuit ZKA Leisure Consultants is behoudend uitgevoerd. Zo is er voor de coronajaren 2020 en 2021 gerekend met een groeipercentage van 0%, terwijl veel kampeerterreinen ook juist een stijging van de bezetting kenden/kennen vanwege de vele vakanties in eigen land;
- Ook verhuuraccommodaties op de lijst met harde planvoorraad kunnen zorgen voor additionele vraag. In dat geval wordt er minder vraag vanuit de reguliere marktgroei 'gebruikt';
- Er is geen rekening gehouden met de aanwezigheid van minder/niet-vitale bedrijven in de markt met verhuuraccommodaties. Indien dit aanbod uit de markt verdwijnt, ontstaat er meer ruimte.

3.3 Additionele vraag

Naar verwachting zal de toevoeging van verhuuraccommodaties op Siblu Camping de Oase ook zorgen voor (een beperkte) additionele vraag naar de deelmarkt verhuuraccommodaties in Schouwen Duiveland. In deze paragraaf wordt deze additionele vraag in kaart gebracht.

Redenen voor additionele vraag

Als een concept voldoende onderscheidend is kan het zelfstandig (dus niet uit de reguliere vraaggroei), zoals geanalyseerd in de voorgaande paragraaf, nieuwe markten aantrekken. De gasten die binnen deze additionele vraag worden aangetrokken zouden zonder de toevoeging van de eenheden dus niet op Schouwen-Duiveland in een verhuuraccommodatie verblijven. ZKA Leisure Consultants beoordeelt de eenheden die worden toegevoegd en deels in de verhuur worden gezet op Camping de Oase als kwalitatief goed, maar niet heel onderscheidend. De stacaravans zijn nieuw en daarbij wordt er ingezet op voorzieningen op het gebied van duurzaamheid. Echter, het concept zelf is bekend en ons inziens niet voldoende onderscheidend om op basis hiervan additionele vraag te creëren.

Toch verwachten we dat er op een manier additionele vraag wordt

gecreëerd door het omzetten van de toeristische eenheden naar permanente eenheden en het toevoegen van de permanente eenheden:

Siblu is op de Franse markt een grote en bekende speler. Op de Nederlandse markt zien we dat ketens en samenwerkingsverbanden als Roompot, Landal en Ardoer veel trouwe gasten hebben die er specifiek voor kiezen naar een park/camping met dit label te gaan. We verwachten dat dit op de Franse markt ook terug te zien is. Jaarlijks gaat een deel van de Fransen al op vakantie naar de Nederlandse kust. De toevoeging van het aantal eenheden op Siblu Camping de Oase kan er zo voor zorgen dat van de Fransen die al voornemens zijn op vakantie te gaan naar de Nederlandse kust, het aandeel dat voor Schouwen-Duiveland kiest groter wordt.

Indicatie additionele vraag

Naar verwachting is de additionele vraag die wordt gecreëerd voor de deelmarkt verhuuraccommodaties in Schouwen-Duiveland door het toevoegen van permanente eenheden op Siblu Camping de Oase beperkt. Frankrijk is op dit moment namelijk nog geen heel belangrijk herkomstland voor de verblijfsrecreatie aan de kust, waardoor het aantal Fransen dat toch al naar Nederland op vakantie zou gaan en nu voor Siblu in Renesse kiest beperkt is (zie Tabel 3.6 voor de berekening).

De additionele vraag bedraagt dus naar verwachting slechts 1 tot 2 verhuuraccommodaties.

Tabel 3.6. Berekening eerste deel additionele vraag

AANTAL OVERNACHTINGEN IN DE ZOMERVAKANTIE 2019 (WANNEER DE OASE VOL ZIT) VANUIT DE FRANSE MARKT AAN DE NEDERLANDSE KUST	17.000 OVERNACHTINGEN
GROEI FRANS INKOMEND TOERISME (VOORSPELLING NBTC)	2% PER JAAR
AANTAL OVERNACHTINGEN IN DE ZOMERVAKANTIE VAN 2025 VANUIT DE FRANSE MARKT AAN DE NEDERLANDSE KUST	19.000 OVERNACHTINGEN
DEEL FRANSE MARKT DAT SOWIESO AL NAAR SCHOUWEN-DUIVELAND GING	13%
MOGELIJK AANTAL NIEUWE OVERNACHTINGEN SIBLU DE OASE	16.530 (87% * 19.000)
GEMIDDELDE GROOTTE REISGEZELSCHAP	4 PERSONEN
AANTAL MOGELIJKE NIEUWE PLAATSOVERNACHTINGEN	4.100 OVERNACHTINGEN
MAXIMALE PERCENTAGE GASTEN DAT EXTRA NAAR SCHOUWEN-DUIVELAND KOMT DOOR SIBLU	5% (AANNAME)
EXTRA PLAATSOVERNACHTINGEN SCHOUWEN-DUIVELAND	205
NORMBEZETTING	34%
EXTRA MARKTRUIMTE	1-2 ACCOMMODATIES

3.4 Totale marktbehoefte vanuit de verhuurmarkt

Marktruimte vanuit de verhuurmarkt

De totale marktruimte vanuit de verhuurmarkt wordt berekend door de marktruimte vanuit reguliere vraaggroei en de marktruimte vanuit de additionele vraag bij elkaar op te tellen. Dit is gedaan in Tabel 3.7 hiernaast. In het behoudende scenario bedraagt de marktruimte tussen de 32-35 verhuuraccommodaties. In het optimistische scenario ligt de marktruimte tussen de 162-165 verhuuraccommodaties. Alleen in het meest behoudende scenario (gerekend met groeipercentages vanuit de markt van kampeerterreinen) is het waarschijnlijk dat de toevoeging van 57 (zie Tabel 3.2) verhuuraccommodaties net niet binnen de marktruimte valt. In (de meer waarschijnlijke) tussenliggende scenario's is dit wel het geval. Indien we nog verder rekenen dan het jaartal 2025 wordt de ruimte zelfs vergroot, en zal er ook in het behoudende scenario voldoende marktruimte zijn. De behoefte vanuit de verhuurmarkt naar de omzetting van de toeristische eenheden naar permanente eenheden en de uitbreiding in permanente eenheden lijkt dus in ieder geval groot genoeg.

Tabel 3.7. Marktruimte vanuit de verhuurmarkt

	BEHOUDEND SCENARIO	OPTIMISTISCH SCENARIO
MARKTRUIMTE UIT REGULIERE VRAAGGROEI	32	162
MARKTRUIMTE UIT ADDITIONELE VRAAG	1-2	1-2
TOTALE MARKTRUIMTE VANUIT DE VERHUURMARKT	32-35	162-165

04

Benchmark

4.1 Inleiding

Benchmark

Uit de vorige hoofdstukken blijkt dat de marktbehoefte voor de nieuwe ontwikkeling hoogstwaarschijnlijk aanwezig zal zijn voor zowel de koop- als de huurmarkt. Echter, alleen met een goede prijs/kwaliteitverhouding zal de ontwikkeling succesvol zijn en goed inspelen op de vraag. Daarom wordt in dit hoofdstuk gekeken of de ontwikkeling op basis van prijs/kwaliteit kan concurreren met ander aanbod in de regio. Dit brengt bovendien in beeld voor welk marktsegment de camping interessant is. Dit doen we op basis van een benchmark met de volgende vijf campings in de regio:

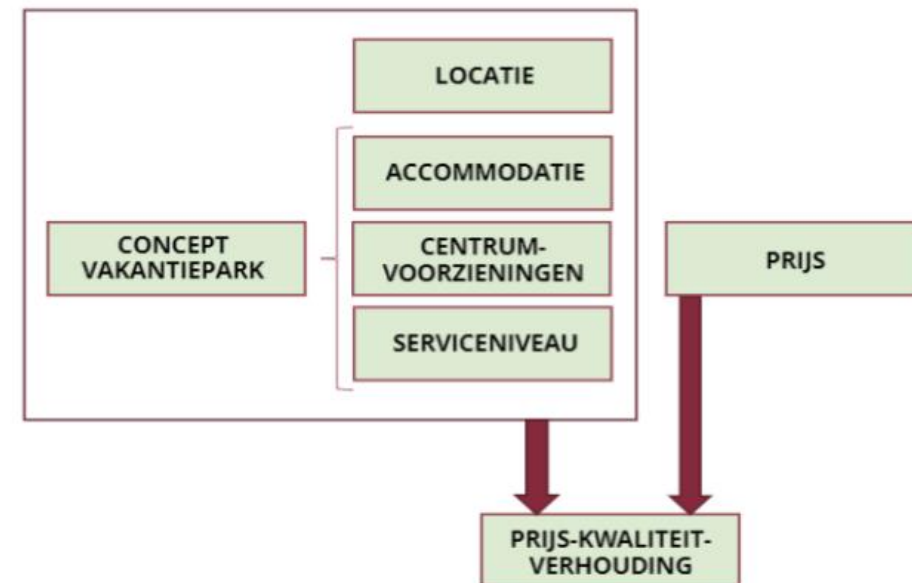
- Camping Duinoord;
- Strandpark de Zeeuwse Kust;
- Camping Ginsterveld;
- Camping de Brem;
- Camping Julianahoeve;

Bepaling prijs/kwaliteitverhouding

Met de benchmark wordt beoordeeld hoe de campings scoren op het gebied van prijs en kwaliteit. De kwaliteit wordt bepaald door een vergelijking te maken op de gebieden accommodaties,

centrumvoorzieningen, serviceniveau en locatie. Voor de prijs is gekeken naar de prijszetting van de verhuuraccommodaties op de verschillende campings op dezelfde momenten in het jaar. Door deze twee 'scores' samen te voegen, komen we tot het prijs-kwaliteitsniveau. Afbeelding 4.1 hieronder geeft dit schematisch weer.

Afbeelding 4.1. Bepaling prijs-kwaliteitverhouding.



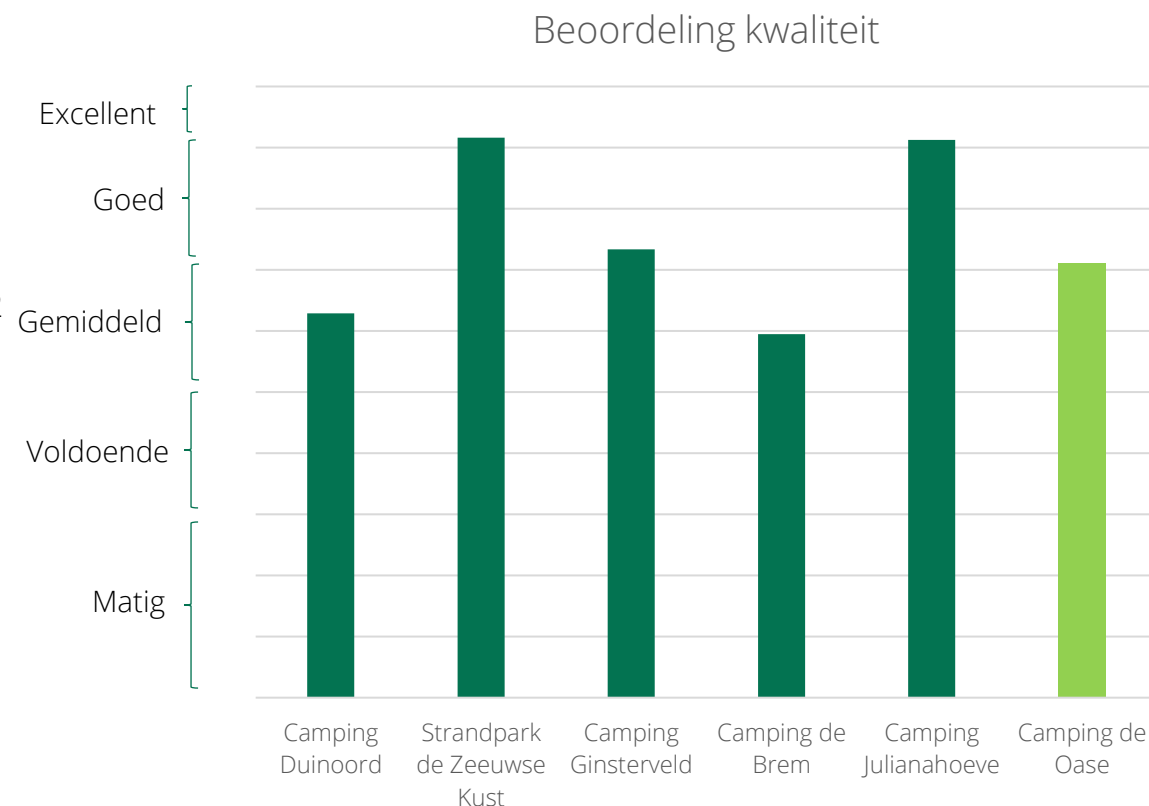
4.2 Beoordeling kwaliteit

De beoordeling van de kwaliteit is door ZKA Leisure Consultants gedaan op basis van de accommodaties, centrumvoorzieningen, serviceniveaus en de locatie. Dit is gedaan op basis van marktkennis en deskresearch. De campings zijn dus niet door adviseurs van ZKA Leisure Consultants bezocht. Tevens is geen contact gezocht met de eigenaren van de campings.

De totale beoordeling van de kwaliteit is weergegeven in Afbeelding 4.2 hiernaast. De kwaliteit van Camping de Oase is over het algemeen goed. Wel zijn er een aantal campings in de omgeving die op het gebied van kwaliteit beter scoren. Dit zijn met name Strandpark de Zeeuwse Kust en Camping Julianahoeve. De score van Camping Ginsterveld is vergelijkbaar en Camping de Oase scoort kwalitatief gezien beter dan Camping de Brem en Camping Duinoord.

De kwaliteit zegt nog weinig over de concurrentiekracht wanneer we deze niet in perspectief zien met het prijsniveau. Op de volgende pagina's doorlopen we alle elementen waarop de kwaliteit beoordeeld is op een hoger detailniveau (accommodaties, centrumvoorzieningen, serviceniveau en locatie). De gemiddelde score op al deze punten is de totaalscore als gepresenteerd in Afbeelding 4.2.

Afbeelding 4.2. Beoordeling kwaliteit.



Accommodaties

De verhuuraccommodaties van de campings in de benchmark zijn qua kwaliteit op een zestal punten vergeleken:

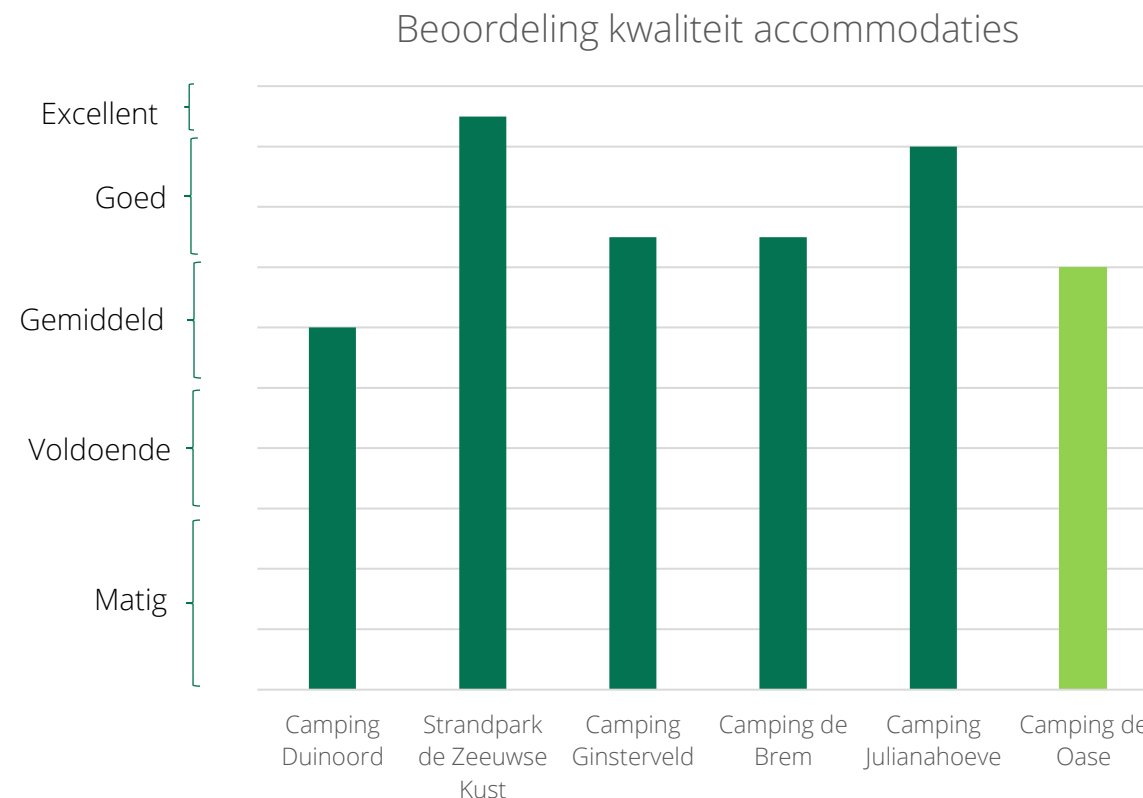
1. Aantal m² vloeroppervlakte;
2. Voorzieningen in de accommodatie: BBQ, vaatwasser, oven, magnetron, tv, gratis WiFi, bad, wasmachine;
3. Aantal slaapkamers;
4. Aantal badkamers;
5. Services in de accommodatie: ontbijtservice, opgemaakte bedden, gratis shampoo en douchegel, boodschappen bezorgservice, horeca bezorgservice.
6. Uitstraling: kwalitatieve uitstraling van de accommodaties.

Afbeelding 4.3 geeft een overzicht van de beoordeling op basis van de accommodaties. Gekozen is voor een accommodatietype voor 6-persoon dat qua luxe gemiddeld is op de camping (op basis van de prijs per nacht)¹

Beoordeling accommodaties

De accommodaties van Siblu Camping de Oase scoren gemiddeld tot goed. De accommodaties die op de permanente eenheden worden geplaatst zijn nieuw. Dit is erg aantrekkelijk voor gasten. De inkoopprijs

Afbeelding 4.3. Beoordeling accommodaties



De chalet op Camping de Brem is voor 4 personen. Om hiervoor te compenseren zijn niet twee (zoals in de chalet) maar drie slaapkamers toegerekend.

¹ De volgende accommodaties zijn met elkaar vergeleken: Camping Duinoord: Chalet Type C/H, Strandpark de Zeeuwse Kust: Oester 6p, Camping Ginsterveld: Luxe chalet 6p, Camping de Brem: Luxe lodge Jacques, Camping Julianahoeve: Juultje Chalet Type 2, Camping de Oase: Victory Export-Omega

van de accommodaties van Siblu ligt over het algemeen wel lager dan de inkoopprijs van de accommodaties die op de andere campings in de verhuur staan. Dit heeft niet direct invloed op het kwaliteitsniveau voor de gasten zolang de accommodaties relatief vaak vervangen worden. Verhuuraccommodaties vanuit de Nederlandse markt hebben namelijk vaak wel een gemiddeld langere levensduur. Aangezien Siblu met een model werkt dat erop gericht is dat eigenaren na een aantal jaar een grotere/duurdere accommodatie kopen, is het aannemelijk dat de accommodaties voldoende vaak vervangen en dus vernieuwd zullen worden.

Qua vloeroppervlak scoort de Oase minder goed doordat de eenheden van bescheiden omvang zijn t.o.v. verhuuraccommodaties van de benchmark campings (met name op Strandpark de Zeeuwse

Kust en Camping Julianahoeve). Dit geldt ook voor de services die vanuit de camping aangeboden worden, al is het aantal services op alle campings beperkt. Siblu biedt meerdere typen accommodaties aan waarbij gekozen kan worden tussen twee of drie slaapkamers. Wel zijn er twee badkamers aanwezig. Op basis van het aantal voorzieningen en services in de accommodatie scoort de Oase gemiddeld.

Centrumvoorzieningen

Op het vlak van centrumvoorzieningen zijn de campings met elkaar vergeleken op basis van de volgende kenmerken:

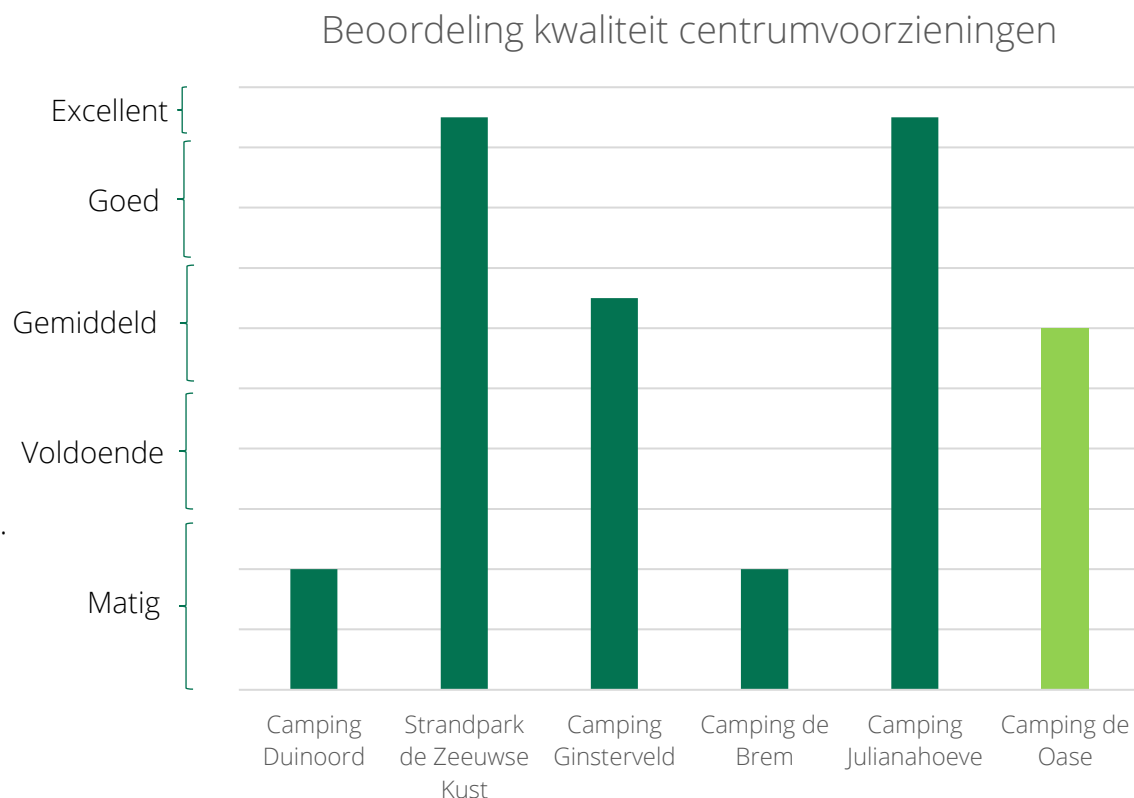
- Aantal en kwaliteit binnenzwemvoorzieningen;
- Aantal en kwaliteit indoorvoorzieningen excl. zwembaden (spelen & wellness);
- Aantal en kwaliteit supermarkt;
- Aantal en kwaliteit horecapunten;
- Aantal en kwaliteit buiten(speel)voorzieningen (incl. sportfaciliteiten)

In Afbeelding 4.4 is de score op het gebied van centrumvoorzieningen weergegeven. Voor Siblu Camping de Oase is meegenomen dat zij beschikken over een binnenzwembad. Dit is op dit moment nog niet zo. Zodra de camping de gewenste ontwikkeling mag maken, zal gestart worden met de bouw. Wanneer de verkoop en verhuur van de nieuwe permanente eenheden start zal er dus hoogstwaarschijnlijk al een binnenzwembad zijn/de bouw zal bijna afgerond zijn. In ieder geval kan het zwembad meegenomen worden in de promotie.

Beoordeling centrumvoorzieningen

Camping de Oase scoort voldoende op het gebied van de centrumvoorzieningen. Alle type voorzieningen zijn aanwezig op de camping: een binnenzwembad, horeca (in de vorm van een pop-up restaurant), een supermarkt, indoorvoorzieningen en ook buiten(speel)voorzieningen.

Afbeelding 4.4. Beoordeling centrumvoorzieningen



Enkele campings, vooral Strandpark de Zeeuwse Kust en Camping Julianahoeve hebben echter meer centrumvoorzieningen van elk type en soms zijn deze ook van een hoger kwaliteitsniveau.

De verwachting is dat Camping de Oase met name goed zal scoren met het nieuwe binnenzwembad. Niet alle campings in de benchmark hebben namelijk een binnenzwembad. Dit heeft dus een extra positieve invloed op de concurrentiekracht. Zeker omdat gasten vaak specifiek zoeken naar campings met een binnenzwembad zodat er ook met minder weer voldoende te doen is. Met name op het gebied van het aantal buiten(speel)voorzieningen is de score van de Oase gemiddeld lager.

Serviceniveau

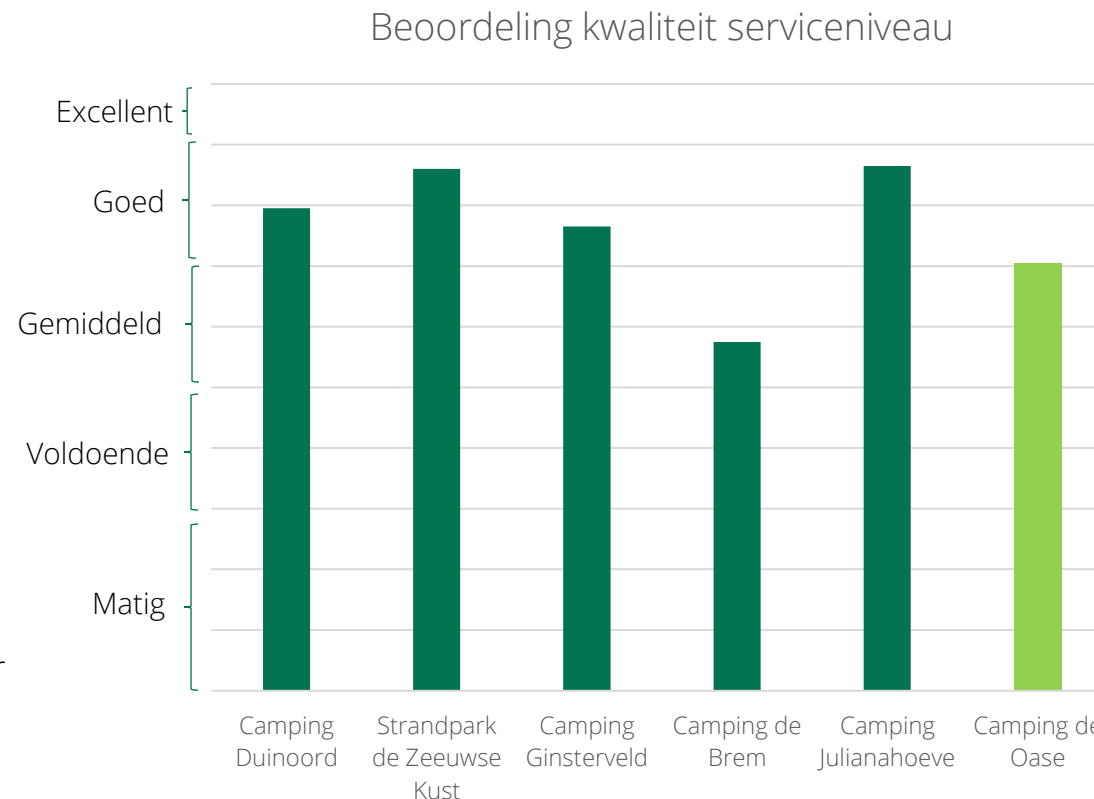
Ook het serviceniveau dat de gast ervaart bepaalt voor een aanzienlijk deel wat de kwaliteit van de camping is. Denk hierbij aan de kwaliteit van de schoonmaak maar ook aan de gastvrijheid. Het is lastig om het serviceniveau te objectiveren. Om toch een beeld te krijgen van het serviceniveau op de camping is gekeken naar de totaalscores van de reviews op Zoover op het gebied van kindvriendelijkheid en hygiëne. Hoe recenter de review op Zoover, hoe zwaarder de weging.

Afbeelding 4.5 toont de beoordeling op het gebied van serviceniveau.

Beoordeling serviceniveau

Op het gebied van serviceniveau scoort Camping de Oase beneden gemiddeld t.o.v. de benchmarkcampings. Echter, nog steeds is de score ruim voldoende. Zeker op het gebied van hygiëne scoort de camping goed. Op het gebied van kindvriendelijkheid echter minder. Er wordt geen score gegeven op Zoover/Google voor de informatievoorzieningen. In de recensies kwam echter een aantal keren naar voren dat de informatievoorziening niet geheel optimaal was (soms vanuit het personeel, soms vanuit de website). Dit is dus een verbeterpunt voor de camping.

Afbeelding 4.5. Beoordeling serviceniveau



Locatie

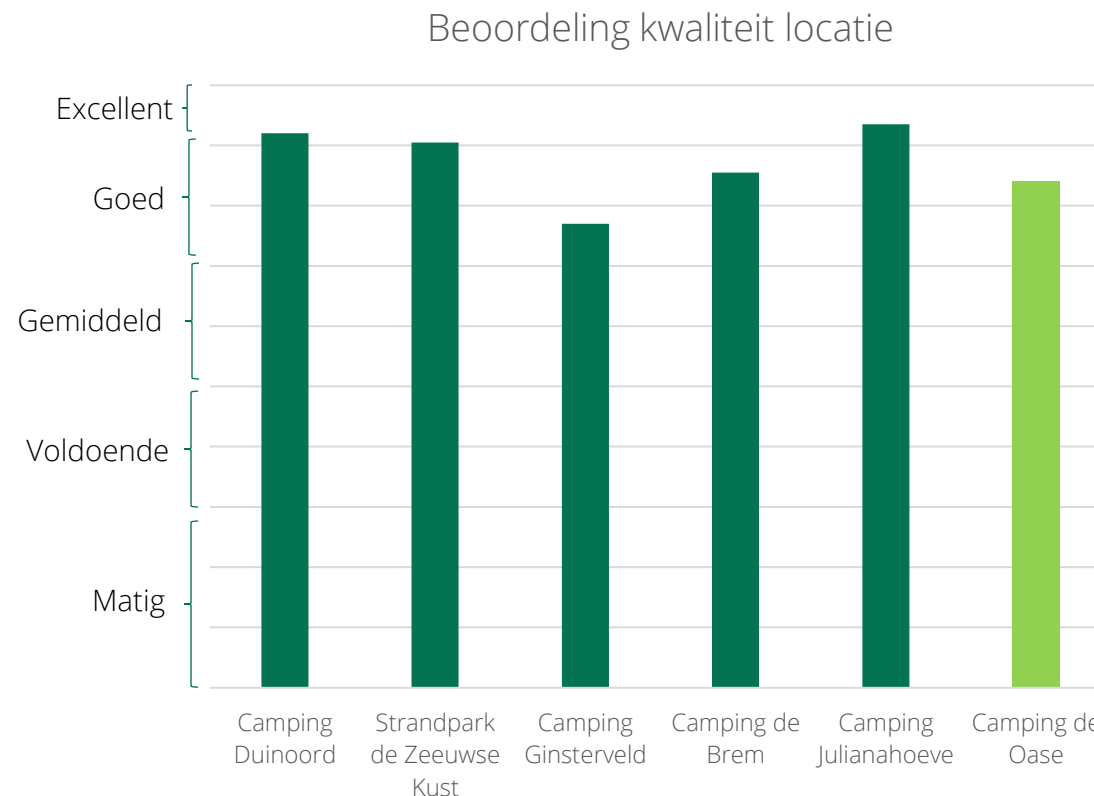
Naast het concept is ook de locatie belangrijk. Een camping met een heel goede locatie heeft minder goede eigen voorzieningen nodig om toch tot hetzelfde kwaliteitsniveau te komen dan een camping op een minder goede locatie. Wanneer de toeristische trekkracht van de omgeving namelijk hoog genoeg is, zullen gasten ook voor de locatie bereid zijn mee te komen en zelfs meer te betalen. De concurrentiepositie van campings op een toeristisch A-locatie is daarom vaak beter dan de concurrentiepositie van campings op een toeristisch mindere locatie. De beoordeelde campings liggen allemaal op het eiland Schouwen-Duiveland. Voor alle campings is de locatie daarom namelijk goed. Toch zijn er kleine verschillen te vinden (afstand tot het strand, afstand tot het nabijgelegen dorp, toeristische aantrekkelijkheid van het nabijgelegen dorp etc.).

In Afbeelding 4.6 hiernaast wordt de totaalscore per locatie getoond.

Beoordeling locatie

Camping de Oase scoort goed op het gebied van de ligging, maar er zijn campings in de benchmark die beter scoren. Sowieso is het gehele eiland Schouwen-Duiveland, toeristisch gezien een A-locatie. In vergelijking met de andere campings op Schouwen-Duiveland in de benchmark ligt Camping de Oase echter relatief ver van het strand. Wel is de afstand tot de plaats Renesse, waar zeker in het hoogseizoen veel te doen is, heel kort.

Afbeelding 4.6. Beoordeling locatie



4.3 Vergelijking prijs

Niet alleen de kwaliteit, maar met name de prijs-kwaliteitsverhouding bepaalt of gasten boeken op een camping. Het kwaliteitsniveau moet ten minste in overeenstemming zijn met het prijsniveau om voldoende vraag naar een camping te genereren. Daarom is voor de benchmark-campings ook naar de prijzen gekeken. In Tabel 4.1 worden de prijzen van de 6-persoonsaccommodaties van de benchmark-campings weergegeven. Dit zijn de prijzen per nacht in de het laagseizoen (10 september t/m 17 september), excl. toeristenbelasting. Dit zijn de prijzen zoals deze op de website werden weergegeven begin juni. Doordat sommige campings met dynamic pricing werken, kan het zijn dat deze prijzen over de tijd heen veranderen. Er is gekozen voor een type 6-persoons accommodaties van gemiddelde luxe (op basis van het prijsniveau). Bovenstaande geeft hiermee een indicatie van het prijsniveau van de verschillende campings.

Tabel 4.1. Prijsvergelijking.

CAMPING	TYPE ACCOMMODATIE	PRIJS
CAMPING DUINOORD	CHALET TYPE C/H	€ 75,-
STRANDPARK DE ZEEUWSE KUST	OESTER 6P	€ 135,-
CAMPING GINSTERVELD	LUXE CHALET 6P	€ 105,-
CAMPING DE BREM*	CHALET 4	€ 110,-
CAMPING JULIANAHOEVE	JUULTJE CHALET TYPE 2	€ 120,-
CAMPING DE OASE	VICTORY EXPORT-OMEGA	€ 100,-

* De chalet op Camping de Brem is voor 4 personen. Om hiervoor te compenseren is met 110% van de prijs gerekend.

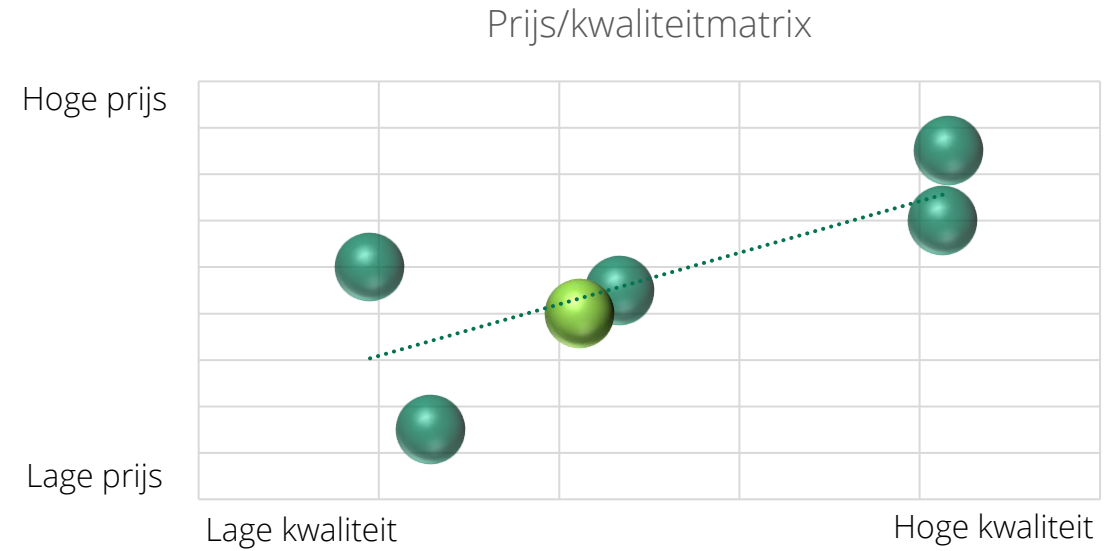
4.4 Prijs-kwaliteit matrix

Prijs-kwaliteit matrix

Afbeelding 4.7 toont de prijs-kwaliteitsvergelijking van de campings in de benchmark. De groene bel in de afbeelding staat voor Siblu Camping de Oase. De stippellijn is de gemiddelde trendlijn. Campings die boven de stippellijn scoren hebben, op basis van deze benchmark, een mindere prijs-kwaliteitsverhouding dan campings waarvan de bel onder de stippellijn ligt. Hierbij moet wel in het achterhoofd gehouden worden dat sommige campings met dynamic pricing werken en dat bijvoorbeeld het serviceniveau op de campings lastig te objectiveren is maar wel erg belangrijk is voor het prijs-kwaliteitsniveau.

We zien dat de bel van Siblu Camping de Oase precies op de stippellijn ligt, net iets voor het midden van de lijn. Dit wil zeggen dat er een marktconforme prijs-kwaliteitsverhouding wordt gehanteerd.

Afbeelding 4.7. Prijs-kwaliteitsmatrix



4.5 Conclusie concurrentiekracht

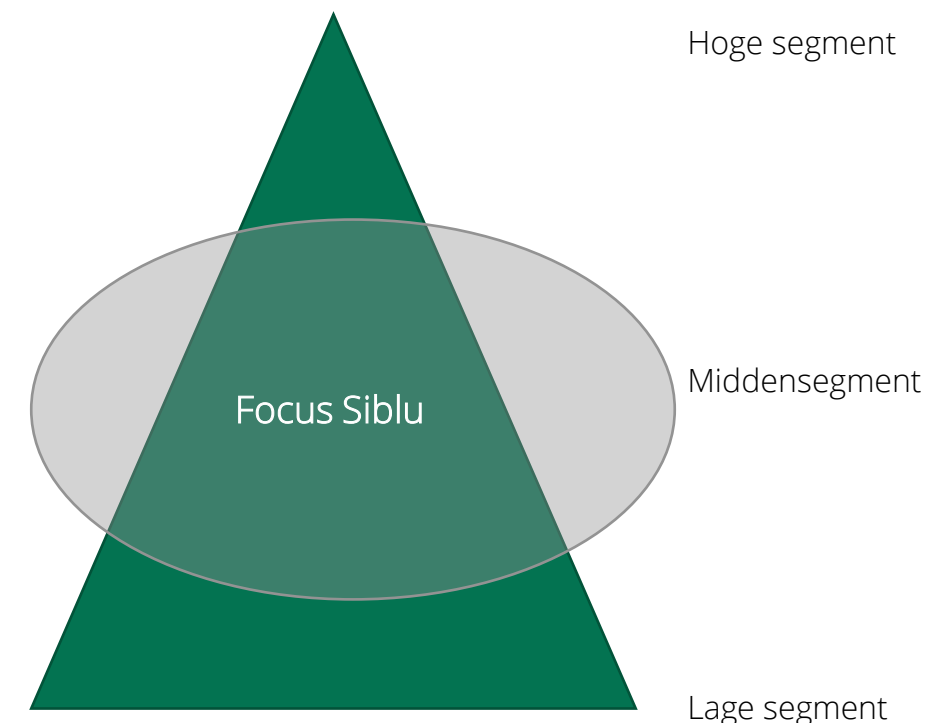
Concurrentiekracht

De concurrentiekracht van Siblu Camping de Oase is, doordat ze een gedegen prijs-kwaliteitsverhouding hanteren, ons inziens voldoende hoog om een gedeelte van de vraag naar zich toe te trekken, waardoor de nieuwe ontwikkeling succesvol kan worden geëxploiteerd. De concurrentiekracht van de camping ligt met name in het middensegment (zoals ook uit Afbeelding 4.7 op de vorige pagina blijkt) van de toeristische markt. In dit segment is de concurrentiekracht dus hoog. In andere segmenten is deze minder hoog. Zoals in hoofdstuk 1 beschreven is, sluit dit goed aan bij de doelgroep die Siblu voor ogen heeft voor zowel de verkoop als de verhuur van de nieuwe stacaravans.

Marktpotentieel

Het marktpotentieel (in aantallen personen) binnen het middensegment is relatief groot, zoals aangegeven is in Afbeelding 4.8. In Afbeelding 4.8. wordt de verdeling van de Nederlandse bevolking over de segmenten aangegeven. Slechts een klein deel van de bevolking bevindt zich in het hogere segment en kan/is bereid zeer hoge prijzen te betalen tegen een exclusieve en kwalitatief heel hoogstaande vakantie. De massa van de Nederlandse bevolking bevindt zich echter in het middensegment. Hierdoor is de potentiële markt voor de Oase groot.

Afbeelding 4.8. Verdeling Nederlandse bevolking over segmenten



05

Locatie van de ontwikkeling



5.1 Plaats van de ontwikkeling

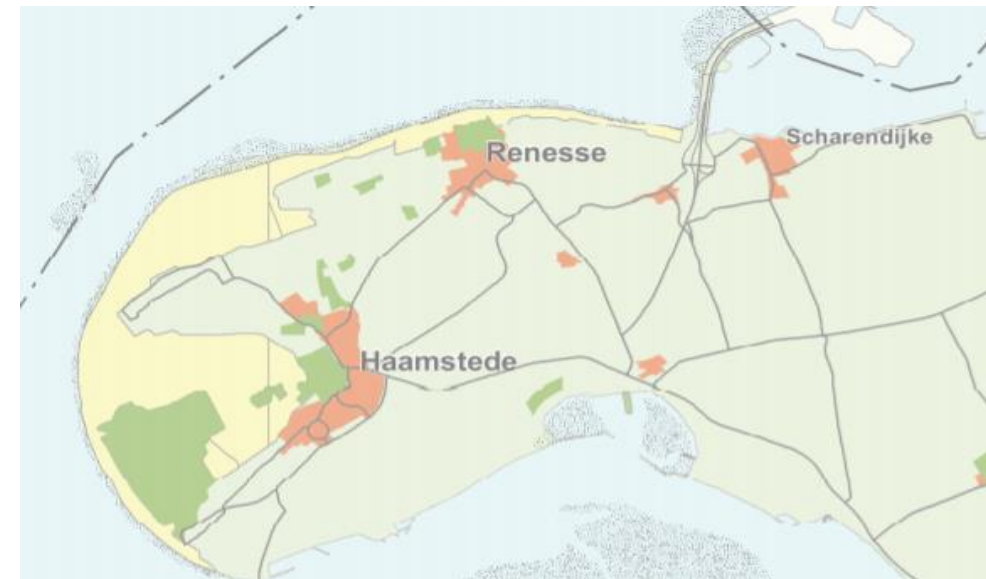
Ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied

Nu blijkt dat er sprake is van voldoende marktbehoefte, is de volgende stap in de Ladder voor duurzame verstedelijking om te kijken of de ontwikkeling binnen of buiten het bestaand stedelijk gebied plaatsvindt. Het bestaand stedelijk gebied wordt gedefinieerd als het bestaande stedenbouwkundige samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur.

In het Omgevingsplan Zeeland 2018 (welke geldt tot de inwerkingtreding van de Zeeuwse Omgevingsvisie 2021) is een kaart toegevoegd waarin het bestaand bebouwd gebied wordt aangegeven. Deze begrenzing geldt als uitgangspunt voor de toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Afbeelding 5.1 toont de uitsnede van deze kaart. De ligging van Siblu Camping de Oase is hierop aangegeven met een sterretje.

De ontwikkeling vindt dus net buiten, maar wel aangrenzend aan het bestaande stedelijk gebied plaats. Ons inziens kan niet binnen bestaand stedelijk gebied aan de behoefte worden voldaan. Binnen de bestaande bebouwde gebieden rondom Renesse en Burgh-Haamstede zijn er

Afbeelding 5.1. Uitsnede bestaand bebouwd gebied gemeente Schouwen-Duiveland



namelijk geen campings gelegen die een soortgelijke ontwikkeling gaan en kunnen uitvoeren. De uitbreiding van Camping de Oase kan ook niet binnen het bestaand stedelijk gebied plaatsvinden omdat de gehele camping buiten het bestaand stedelijk gebied gelegen is en niet verplaatst kan worden. De ontwikkeling moet wel op de camping plaatsvinden.

06

Bereikbaarheid

6.1 Bereikbaarheid in relatie tot de bestaande infrastructuur

Passende ontsluiting en goede bereikbaarheid

Aanvullend op de laddertoets, is gevraagd om te bekijken in hoeverre de camping goed bereikbaar is en aansluit op de bestaande infrastructuur. Voor zover nu te overzien, is er een passende ontsluiting bij Camping de Oase en vormt dit geen belemmering. Deze stap is uitgevoerd vanuit de kennis van de vrijetijdssector. ZKA heeft geen specifieke verkeerstechnische expertise in huis.

Situatie ontsluiting

In het kader van het kwaliteitsverbeteringsplan van de camping wordt, in combinatie met uitbreiding qua oppervlakte van het terrein, de hoofdontsluiting van de camping verplaatst naar de Lage Zoom. De huidige hoofdontsluiting bevindt zich aan de Roelandsweg. Daarnaast zal er op de Kooimansweg een noodontsluiting worden ingericht.

Zowel de huidige hoofdontsluiting aan de Roelandsweg als de nieuwe hoofdontsluiting aan de Lage Zoom zijn passend ontsloten. Beide liggen namelijk al aan het bestaande wegennet. Er hoeft dus geen nieuwe infrastructuur te worden aangelegd. Vanuit de Roelandsweg is het ongeveer 4 km naar de grotere N57 weg. Vanuit de hoofdontsluiting aan de Lage Zoom is dit ook ongeveer 4 km.

Geen knelpunten verwacht

Op dit moment zijn er geen knelpunten bekend aangaande opstoppen op piekmomenten die te wijten zijn aan Camping de Oase. Vanuit ZKA Leisure Consultants verwachten we ook niet dat de nieuwe ontwikkeling hiervoor zal zorgen, om de volgende redenen:

- Op de camping zelf zijn plaatsen waar gasten die inchecken hun auto kunnen neerzetten. Dit zal ook zo zijn bij de nieuwe hoofdontsluiting. Hierdoor kunnen gasten al snel de camping oprijden en verlaten zij de Lage Zoom en/of de Roelandsweg. Bij de nieuwe hoofdontsluitingsweg verlaten gasten zelfs nog eerder de doorgaande weg (de Lage Zoom);
- Indien de drukte toch te groot is om de doorstroom goed te laten doorlopen kan eventueel gebruikt worden gemaakt van het nabij gelegen transferium. Gasten kunnen daar wachten totdat ze de camping op kunnen;
- De toeristische kampeerplaatsen waarbij gasten met hun eigen kampeermiddel komen, worden onttrokken van de markt. Gasten voor de permanente eenheden komen zonder eigen kampeermiddel wat de doorstroom zal bevorderen.
- Er komen meer jaarplaatsen op de camping. Jaargasten hoeven niet elke keer in te checken maar kunnen direct doorrijden naar hun plaats.

- Siblu zal werken met nummerbordherkenning waardoor gasten niet eerst bij de receptie hoeven te stoppen voordat ze naar hun plaats kunnen. Dit bevordert ook de doorstroom.

Uitbreiding van aantal eenheden zorgt voor zeer beperkte toename verkeersbewegingen

Het aantal plaatsen na de totale (her)ontwikkeling zal toenemen met in totaal 77 eenheden. Dit zal mogelijk zorgen voor iets meer verkeersbewegingen, maar het aantal is beperkt.

We schatten in dat gasten gemiddeld met 1,3 auto per plaats naar de camping komen. Dit is een ruim aantal, maar we zien dat steeds meer gasten met twee auto's komen en daarbij is de reis met het openbaar vervoer naar de camping dusdanig lang dat we niet verwachten dat veel gasten met het openbaar vervoer komen. Er is namelijk geen treinstation dichtbij. Wel is er een busverbinding welke stopt bij het Transferium (op 1 minuut loopafstand van de camping). De camping is dus wel bereikbaar met het openbaar vervoer, maar de reis is vaak lang.

In de situatie dat alle plaatsen bezet zijn, met allemaal dezelfde aankomst-of vertrek dag, en zij allemaal in hetzelfde uur aankomen/vertrekken, dan zorgt de uitbreiding voor 100 extra

vervoersbewegingen per uur. Er wordt dan gerekend met een 100% bezetting en de onwaarschijnlijke situatie dat alle (extra) gasten op dezelfde dag in hetzelfde uur arriveren/vertrekken. Dit is uiteraard geen realistische situatie. De toename van het aantal verkeersbewegingen per uur zal een stuk lager liggen. Door ZKA wordt ingeschat dat deze op maximaal 40 per uur ligt.

In de Verkeersstudie Verkeersplan 2016 wordt het volgende vermeld:

- Gebiedsontsluitingswegen van 50 km/u met 2 rijstroken kennen een kritische grens van 15.000 mvt/dag. Het zuidelijke stuk van de Roelandsweg wordt benoemd als voorbeeld van zo'n weg.
- Voor erftoegangswegen van 30 km/u met aanliggende bebouwing ligt de kritische grens op ca. 5.000-6.000 mvt/dag.

Het lijkt redelijk om de huidige hoofdontsluitingswegen van Camping de Oase te beschouwen als erftoegangswegen. In dat geval is de verkeerscapaciteit van de weg dus ongeveer 230 mvt/uur. In dit geval zou de uitbreiding van de camping op piekmomenten dus ongeveer 17% van de wegcapaciteit innemen. Doordat de camping zelf plaatsen heeft om de auto neer te zetten bij het inchecken verwachten we niet dat dit voor extra verkeershinder zal zorgen. Dit, in combinatie met de eerder genoemde argumenten, leidt tot de conclusie dat de bereikbaarheid in relatie tot de huidige infrastructuur goed is.

07

Conclusie



7.1 Conclusie en aanbevelingen

Het concept voor Siblu de Oase is qua gebruik uniek te noemen. Het zijn niet de standaard jaarplaatsen, maar jaarplaatsen waar verhuur gestimuleerd wordt. En dit stimuleert ook om de caravans kwalitatief goed te houden. Een dergelijk concept komt nog nauwelijks voor, waardoor cijfers over dit type jaarplaatsen moeilijk te verkrijgen zijn. Daarom is een 1 op 1 vergelijking lastiger te maken. Er zijn echter voldoende andere cijfers voorhanden die het mogelijk maakten een zo goed mogelijke inschatting te maken voor de behoefte vanuit de huur- en koopmarkt.

Hoofdconclusies

- De **koopmarkt** voor stacaravans is **gunstig**. Er is behoefte aan het kopen van een stacaravan op een camping in Zeeland. Hoewel harde cijfers vaak ontbreken, laat de praktijk zien dat de vraag naar stacaravans / jaarplaatsen groot is, groter dan het aanbod. Er zijn dan ook vaak wachtlijsten en de looptijd is erg kort. Er lijkt dan ook voldoende ruimte te zijn om de jaarplaatsen van Siblu toe te voegen aan de markt.
- Ook de **huurmarkt** is **positief**: binnen het meest behoudende scenario past de ontwikkeling net niet, maar in elk iets gunstiger scenario past de ontwikkeling wel. Het concept en de camping zijn niet heel onderscheidend, waardoor de additionele vraag gering is. De vraag komt dus bijna volledig vanuit vraaggroei in de reguliere markt.
- Er is sprake van een **gedegen prijs/kwaliteitverhouding**. De kwaliteit van de stacaravans en de camping is voldoende. De prijs richt zich op het middensegment. Er is dan ook een duidelijke doelgroep, aanvullend op wat er al is.
- De ontwikkeling en uitbreiding vindt plaats op de plek van de bestaande camping en **kan niet worden ontwikkeld in bestaand stedelijk gebied**.
- Er zijn **geen belemmeringen** als het gaat om de **infrastructuur**. De ontsluitingen sluiten aan op de bestaande infrastructuur en er worden maatregelen genomen voor piekmomenten, zodat er geen belemmeringen zijn te verwachten.

Differentiatie en kwaliteitsverbetering

Een aantal keer is naar voren gekomen dat de Kustvisie pleit voor kwaliteitsverbetering en differentiatie. Het huidige beleid spreekt zich niet positief uit over jaarplaatsen. Enkele kanttekeningen willen we hierbij plaatsen:

- Hoewel het concept zelf niet sterk onderscheidend is, is het kwalitatief wel goed. Er is een duidelijk kwaliteitsverbeterplan voor de camping.
- Het zijn geen standaard jaarplaatsen; er is een sterke stimulans om de plaatsen in de zomer te verhuren. Dit zorgt er bovendien voor dat de kwaliteit hoog gehouden wordt.
- Het gebruik van de plaatsen is wél uniek te noemen: jaarplaatsen die erg goedkoop worden wanneer ze verhuurd worden. Dit lijkt een aantrekkelijk concept, passend bij de doelgroep: het middensegment.
- Steeds meer campings transformeren van bungalowparken. Ook nieuw aanbod bevindt zich vaak in deze (relatief dure) deelmarkt. Voor differentiatie is het belangrijk dat er een mooie, goede mix blijft bestaan in het aanbod. Dus niet alleen maar meer luxe en grotere bungalows/eenheden, maar ook aanbod voor de lagere segmenten. Siblu de Oase kan hier op inspelen.

Tips en aanbevelingen

Graag geven we enkele tips en aanbevelingen mee:

- Stimuleer het doorstromen naar grotere en nieuwere stacaravans. Dit komt ten goede aan de kwaliteit van de accommodaties.
- Blijf het concept altijd doorontwikkelen met ook voor de trends en ontwikkelingen. Het binnenzwembad is een mooie start. Wanneer meer en meer jaarrond verhuurd wordt, is het bijv. goed om meer indoor-voorzieningen te realiseren. Of denk aan het tijdig inspelen op de behoefte naar eventuele grotere plaatsen en een kleinere dichtheid van de camping.
- Denk na over de mogelijkheden van dynamic pricing. Wat zou dit voor de vraag kunnen betekenen, gezien de huidige doelgroep?
- Let goed op de investeringen, zeker in het kader van duurzaamheid. Investeren kunnen hoog zijn en moeten goed passen bij de doelgroep. Naar ons idee vindt de doelgroep van Siblu het met name aantrekkelijk als het hen zelf meteen iets oplevert: lagere lasten bijv. De duurzaamheidsbasis moet zeker op orde zijn en het is goed dat Siblu hier al in investeert: het wordt meer en meer een hygiënefactor.
- Ga waar mogelijk samenwerking aan met regionale partijen. Maak arrangementen of kortingsacties. De doelgroep van Siblu zal daar zeker op aanhaken.

08

Bijlage



8.1 Bijlage A: Trends en ontwikkelingen

Trends in de samenleving

Vergrijzing en hogere koopkracht van senioren

Nederland heeft, net als onze buurlanden België en Duitsland, belangrijke herkomstmarkten voor het verblijfsrecreatief aanbod aan de Zeeuwse kust, te maken met vergrijzing. Deze ontwikkeling heeft invloed op de verblijfsrecreatie. Zeker omdat de gemiddelde koopkracht van senioren ook toeneemt. Daarnaast zijn senioren steeds mobieler en hebben ze veel vrije tijd. De verwachting is daarom dat de komende jaren een steeds groter aandeel van de overnachtingen op verblijfsrecreatie bedrijven zal worden gedaan door deze doelgroep. Deze trend lijkt niet voordelig te zijn voor de vraag naar vakanties in Schouwen-Duiveland. De familiemarkt, die door de vergrijzing relatief gezien in aandeel verkleind wordt, is namelijk een belangrijke doelgroep voor Schouwen-Duiveland. Hierdoor zou de vraag iets kunnen gaan dalen.

Digitalisering

Een steeds groter aandeel mensen heeft toegang tot het Internet en weet ook hoe ze hier gebruik van moeten maken. Dit heeft enorme invloed op de verblijfsrecreatie. Online marketing en een goede

website worden steeds belangrijker omdat boekingen en het winnen van informatie steeds vaker online worden gedaan. Vaak zien we dat de grotere ketens meer online marketingkracht hebben, en het voor de kleinere bedrijven lastiger is om online de concurrentie aan te gaan. Ook wordt digitalisering van het concept, bijvoorbeeld door digitaal inchecken, online bijboeken van faciliteiten, een chat met medewerkers van de receptie, steeds belangrijker. De online marketingkracht van Siblu is vrij groot. Zij kunnen hier van profiteren. Hetzelfde geldt voor een aantal andere ketenaanbieders die gevestigd zijn op het eiland, waardoor er mogelijk extra vraag komt in de gemeente Schouwen-Duiveland.

Toenemend belang van MVO

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt steeds belangrijker voor de gast. Hiermee wordt bedoelt dat bedrijven zich niet alleen richten op het maken van winst, maar ook op de impact op de maatschappij en het milieu. Uit onderzoek van GfK & B-open blijkt zelfs dan consumenten in toenemende mate bereid zijn te betalen voor duurzaamheid. Met name voor de jongere generaties lijkt MVO belangrijk. Voor de inrichting van de uitbreiding zal Siblu inzetten op het nemen van duurzaamheidsmaatregelen. Ze zijn op dit moment

ook bezig met het ontwikkelen van de meest duurzame stacaravan. Dit kan een positief effect hebben op de vraag naar de stacaravans voor de verhuur maar ook voor de verkoop.

Trends binnen de verblijfsrecreatiesector

Meer spreiding in vakanties over het jaar

De gemiddelde verblijfsduur per vakantie daalt. Dit geldt voor zowel het inkomende vakantieverkeer als het binnenlandse vakantieverkeer. Echter, mensen kiezen er wel voor om vaker op vakantie te gaan. Niet alleen in de zomervakantie, maar ook in het voor- en naseizoen. Vooral het aantal vakanties in de winter is toegenomen. Hierdoor is er meer vakantiespreiding. Enerzijds lijkt dit gunstig voor de vraag naar verhuuraccommodaties in de gemeente Schouwen-Duiveland. De bezetting van de verhuuraccommodaties is gedurende de zomervakantie namelijk heel hoog. Het is daarom waarschijnlijk dat er gedurende de drukste weken in de zomervakantie nee-verkopen moeten worden gedaan. Een aantal van deze gasten zal uiteindelijk kiezen voor een andere bestemming. In dit geval zorgt meer vakantiespreiding dus waarschijnlijk voor meer vraag in de regio. Anderzijds wordt een groot deel van de extra vakanties in de winter gedaan. Een groot deel van het aanbod verhuuraccommodaties op Schouwen-Duiveland is in de winter (nog) gesloten. Zij kunnen dus

geen gasten ontvangen. Een daling van de gemiddelde verblijfsduur in de zomer kan om deze reden ook zorgen voor juist minder vraag naar verhuuraccommodaties in de gemeente Schouwen-Duiveland.

Uitersten in trek: luxe en back-to-basic winnen aan populariteit

Toeristen gaan op zoek naar steeds luxere vakantieverblijven. Hier wordt door de markt op ingespeeld door ook op campings en vakantieparken hotelfaciliteiten te bieden. Aan de andere kant is een trend zichtbaar dat consumenten op zoek gaan naar rust en ruimte, als tegenhanger voor het drukke leven dat men leidt. Back-to-basic recreëren op een natuurcamping of mentaal opladen in een retraite zijn hierdoor bij delen van de markt zeer in trek. Deze trend lijkt een negatieve invloed te hebben op de vraag naar verhuuraccommodaties. De verhuuraccommodatie is namelijk zeker geen back-to-basic kampeermiddel. Anderzijds is het ook niet zo luxe als een vakantiewoning of een hotelkamer.

Branchevervaging

De consument is veeleisend en vraagt niet alleen om vernieuwing maar ook om beleving. Om in de markt staande te blijven investeren bedrijven daarom regelmatig in het zelfstandig creëren van onderscheidend vermogen, bijvoorbeeld door een combinatie van dag- en verblijfsrecreatie, ook wel branchevervaging genoemd. Ook

Siblu gaat de komende jaren op Camping de Oase investeren in trekkers op het gebied van dagrecreatief aanbod als een binnenzwembad. Het aanbieden van een binnenzwembad heeft een grote positieve invloed op de vraag.

Toenemende aandacht voor aanvullende faciliteiten

Aanvullende faciliteiten in een vakantiewoning gericht op een specifieke doelgroep raken steeds meer in trek. Zo zorgt de vergrijzing ervoor dat steeds meer vakantiewoningen van alle gemakken worden voorzien, om ook gasten met een mindere mobiliteit of een lichte zorgvraag te kunnen accommoderen. Uit onderzoek van Booking.com blijkt ook dat 32% van de Nederlandse huisdiereigenaren het komende jaar een vakantiebestemming zegt te kiezen op basis van het wel of niet kunnen meenemen van hun huisdier, en wil hiervoor ook meer betalen. Dit aandeel is fors hoger dan enkele jaren geleden. Op dit vlak zijn dus marktkansen. Tot slot wordt het aanbieden van wellness-faciliteiten op vakantie steeds belangrijker. Het is onduidelijk of deze trend een positieve of negatieve invloed heeft op de vraag naar verhuuraccommodaties in de gemeente Schouwen Duiveland. Het aanbod aanvullende faciliteiten is namelijk niet in beeld gebracht.

Heel grote aanbodontwikkeling huisjesterreinen in Zeeland

In zowel de provincie Zeeland als aan de kust is het aanbod huisjesterreinen de afgelopen jaren heel snel gegroeid. In de periode 2012-2019 nam het aantal slaapplekken op huisjesterreinen in de provincie Zeeland met bijna 49% toe. Naar verwachting heeft dit gezorgd voor een groot deel van de vraagontwikkeling. Natuurlijk is de vraag naar huisjesterreinen in Zeeland gegroeid, maar het aanbod nieuwe verblijven heeft hier sterk aan meegeholpen. Nieuwe huisjesterreinen hebben namelijk over het algemeen een hogere bezettingsgraad dan oudere huisjesterreinen. De verwachting is dat het aanbod slaapplekken op huisjesterreinen in Zeeland niet zo snel meer gaat groeien dan over de periode 2012-2019, mede doordat er meer voorwaarden vanuit de gemeenten en provincie worden gesteld voor nieuwe huisjesterreinen. Dit betekent dat de vraaggroei waarschijnlijk ook iets zal dalen.

ZKA Fry CONSULTANTS
Brugstraat 1A
5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 50
info@zkafry.nl
www.zkafry.nl

Jikke van Haeften
Bennie Roelands
Sasja Vermeulen

