



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies

Verblijfsrecreatie op de Veluwe

Onderzoek naar het perspectief voor de sector

Samenvatting

Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, samenvatting eindrapport maart 2015

Opdrachtgever: Provincie Gelderland

Auteurs: drs. Stijn Boode, adviseur
drs. Tinco Lycklama, senior adviseur & partner

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Uilenkamp 8
3972 XR Driebergen-Rijsenburg
T 06-53383550
e-mail: lycklama@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies

Samenvatting

1. Inleiding

De provincie Gelderland wil de Veluwe met haar sterke vrijetijdseconomie graag terug aan de Nederlandse top. Een economisch gezonde, toekomstgericht en vraaggerichte verblijfsrecreatieve sector is daarbij van groot belang. Brancheorganisatie RECRON heeft met het agenderen van de 'verblijfsrecreatieparadox' een impuls gegeven aan de landelijke discussie rondom de verblijfsrecreatie in Nederland.

De verblijfsrecreatie paradox

Met de 'paradox' schetst RECRON het dilemma dat er in Nederland over het algemeen sprake is van een verzadigde markt in de verblijfsrecreatie. Anderzijds zijn er nog steeds ondernemers met goede initiatieven die kansrijk zijn en van toegevoegde waarde voor het toeristisch product. De vraag is hoe om te gaan met deze paradox van 'verzadiging' en 'uitbreiding', waarbij de uitgangssituatie, de kansen en de beperkingen per regio verschillen.

Convenant Overheid – Toeristische Sector Veluwe

Op de Veluwe speelt de problematiek van de verblijfsrecreatieparadox prominent. Daarom hebben overheden, bedrijfsleven en sectororganisaties eind 2013 een convenant afgesloten. Hierin staan afspraken om het toeristisch bedrijfsleven te ondersteunen in het verbeteren van hun product. De problematiek op de Veluwe en de ondertekening van het convenant is voor de provincie Gelderland aanleiding geweest voor een onderzoek naar de marktontwikkelingen, de kwaliteit en het perspectief voor de verblijfsrecreatie op de Veluwe. Dit onderzoek dient als een basis voor de verdere activiteiten en projecten uit het convenant.

Het onderzoek

De provincie Gelderland heeft het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd gevraagd een onderzoek uit te voeren naar de verblijfsrecreatie op de Veluwe. De aandacht van het onderzoek is in het bijzonder gericht op de kampeer- en bungalowsector. In dit onderzoek staan de volgende onderdelen centraal:

- **Kwantitatieve ontwikkeling:** de vraag die hierbij centraal staat is welke ontwikkeling de sector de afgelopen jaren heeft doorgemaakt en in hoeverre er op de Veluwe sprake is van een verzadigde markt in de kampeer- en bungalowsector.
- **Leefstijlanalyse:** in hoeverre sluit het aanbod in kwalitatieve zin aan op de vraag? Dit geeft inzicht in de vraag voor welke doelgroepen de markt vooral aantrekkelijk is en wat voor soort nieuwe initiatieven ook daadwerkelijk wat toevoegen aan het bestaande aanbod.
- **Identiteit en actualiteit.** De identiteit en actuele (beleids)ontwikkelingen op de Veluwe en haar regio's zijn van belang voor de betekenis van de uitkomsten van dit onderzoek.
- **Verdiepende gesprekken.** Hoe is de kwaliteit en het perspectief van ondernemers van kampeer- en bungalowbedrijven op de Veluwe. Deze vraag stond centraal in 'verdiepende gesprekken' met ondernemers.

- **Benchmark.** Hoe is de financiële situatie van kampeer- en bungalowbedrijven op de Veluwe? De geven de resultaten van twee financiële benchmarks voor de Veluwe.

2. Resultaten kwantitatieve vraag-aanbodanalyse

Op basis van een desk studie zijn vraag en aanbod van de kampeer- en bungalowsector in beeld gebracht. Dit leverde de volgende resultaten en conclusies op over de stand van zaken de ontwikkeling van de laatste tien jaar op.

Stand van zaken en marktontwikkeling kampeerterreinen

Stand van zaken kampeerterreinen:

- De Veluwe telt 241 kampeerterreinen met 63.000 slaappleatsen: 47% van capaciteit in Gelderland, 8% van de slaappleatsen op kampeerterreinen in Nederland.
- De Veluwse campings hebben een gemiddelde omvang van 261 slaappleatsen, waarmee de Veluwse terreinen iets groter zijn dan landelijk en aanzienlijk groter dan het Gelderse gemiddelde

Ontwikkelingen kampeerterreinen 2002-2012

- Op de Veluwe daalde het aantal kampeerterreinen in 10 jaar tijd met 19%, tegen een landelijke daling van 4%
- Vanaf 2009 vindt op de Veluwse kampeerterreinen een schaalvergroting plaats: een toename van het gemiddeld aantal slaappleatsen per terrein met 10% (tegen een landelijke daling van 2%)
- In Gelderland is het aantal kampeerovertachtingen in tien jaar tijd gedaald met 17%, tegen een landelijke daling van 25%. CVO-gegevens voor de Veluwe voor de periode 2005-2013 laten eveneens een daling van kampeerovertachtingen op de Veluwe zien: - 9%. Waar Gelderland, mede dankzij het goede jaar 2013, een stijging heeft van 9% over de periode 2005-2013.
- In Gelderland is de gemiddelde bezettingsgraad op kampeerterreinen gedaald met 16% (van 11% naar 9%). Dit is vergelijkbaar met de landelijke ontwikkeling.

Conclusies

- De markt voor kampeerterreinen op de Veluwe is verzadigd, het aantal overnachtingen daalt sneller dan dat het aanbod aan slaappleatsen krimpt.
- De Veluwe heeft, in vergelijking met Gelderland en de landelijke trend, na 2009 een verdere terugloop van het aantal overnachtingen op campings doorgemaakt.
- De bezettingsgraad is in tien jaar tijd aanzienlijk gedaald van 11% naar 9% (-16%), gelijk met de landelijke ontwikkeling.
- De teruglopende bezettingsgraden zetten de bedrijfsresultaten en de vitaliteit van de kampeersector onder druk en dit maakt ondernemers (mogelijk) kwetsbaarder voor het toestaan van onrechtmatig gebruik.

Stand van zaken en marktontwikkeling bungalowparken

Stand van zaken bungalowparken:

- De Veluwe heeft 123 bungalowparken met 23.000 slaappleatsen (9% van aantal slaappleatsen op bungalowparken in Nederland en 59% van Gelderland)
- De gemiddelde omvang van Veluwse bungalowparken is 186 slaappleatsen, waarmee het aanbod kleinschaliger is dan landelijk (Nederlands gemiddelde is 203) en grootschaliger dan Gelderland (168).

Ontwikkeling bungalowparken 2002-2012

- Op de Veluwe nam het aantal bungalowparken in tien jaar tijd met 18% af, terwijl er landelijk juist een groei van 14% plaatsvond
- De Veluwse bungalowparken kenden een toename van 17% van het gemiddeld aantal slaappleatsen per bungalowpark (landelijk +12%). De parken op de Veluwe zijn echter nog wel kleinschaliger dan landelijk: in 2012 gemiddeld 227 slaappleatsen per park, tegen landelijk 291.
- In bungalowparken op de Veluwe vond een lichte afname (-4%) van het aantal slaappleatsen plaats, tegen een landelijke groei van 27% en een groei in Gelderland van 14%.
- Het aantal overnachtingen op bungalowparken in Gelderland kende een forse daling: tussen 2002 en 2012 was de afname in Gelderland 16% (landelijk -1%). Uit CVO-cijfers voor de Veluwe komt een zelfde beeld: een daling van 15% voor de periode 2005-2013.
- De gemiddelde bezettingsgraad op bungalowparken in Gelderland kende een daling van 7%

Conclusies bungalowparken

- De markt voor bungalowparken op de Veluwe is verzadigd, het aantal overnachtingen daalt sneller dan het aanbod aan slaappleatsen krimpt.
- De Veluwe heeft, in vergelijking met Gelderland, een vergelijkbare terugloop van het aantal overnachtingen op bungalowparken. Na het piekjaar 2009 is het volume op de Veluwe en in heel Gelderland met ongeveer 20 procent afgenomen.
- De bezettingsgraad is in tien jaar tijd aanzienlijk gedaald van 38% naar 28% (-26%), iets sterker dan de landelijke ontwikkeling. Dit zet de bedrijfsresultaten en de vitaliteit van de sector onder druk en dit maakt ondernemers kwetsbaarder voor het toestaan van onrechtmatig (oneigenlijk) gebruik.
- De teruglopende bezettingsgraden zetten de bedrijfsresultaten en de vitaliteit van de bungalowsector onder druk en dit maakt ondernemers (mogelijk) kwetsbaarder voor het toestaan van onrechtmatig gebruik.

3. Resultaten kwalitatieve vraag-aanbodanalyse (leefstijlen)

RECRON Leisure Leefstijlen

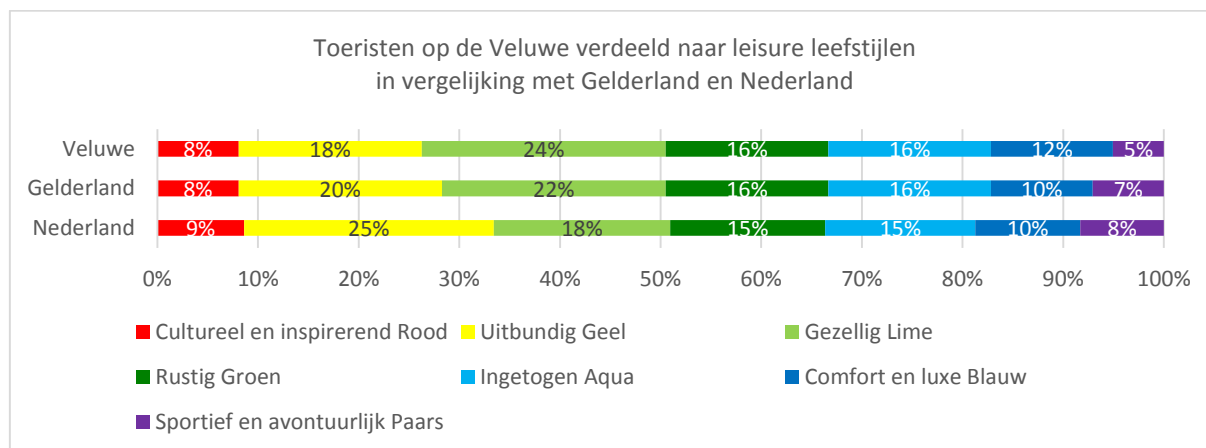
De RECRON Leisure Leefstijlen betreft een doelgroepsegmentatie op basis van intrinsieke wensen en motivaties van toeristen. In de segmentatie worden zeven groepen toeristen onderscheiden, met elk hun eigen profiel aan vrijetijdsvoorkeuren (zie figuur 1).



Figuur 1: RECRON Leisure Leefstijlen, waarbij zeven groepen toeristen worden onderscheiden

Leefstijlverdeling van toeristen die op de Veluwe verblijven

De leefstijl gezellig lime is met 24 procent de grootste leefstijl onder toeristen op de Veluwe, gevolgd door de uitbundig gele leefstijl met 18 procent (zie figuur 1). Dit is precies tegenovergesteld aan het profiel van de Nederlandse vakantieganger. Comfortabel en luxe blauw (12%) bezoekt de Veluwe ten opzichte van het Nederlands gemiddelde vaak, Sportief en avontuurlijk paars (5%) juist niet vaak.



Figuur 1: Leefstijlverdeling van toeristen die op de Veluwe verblijven.

Aantrekkingskracht van het verblijfsrecreatieve aanbod op toeristen

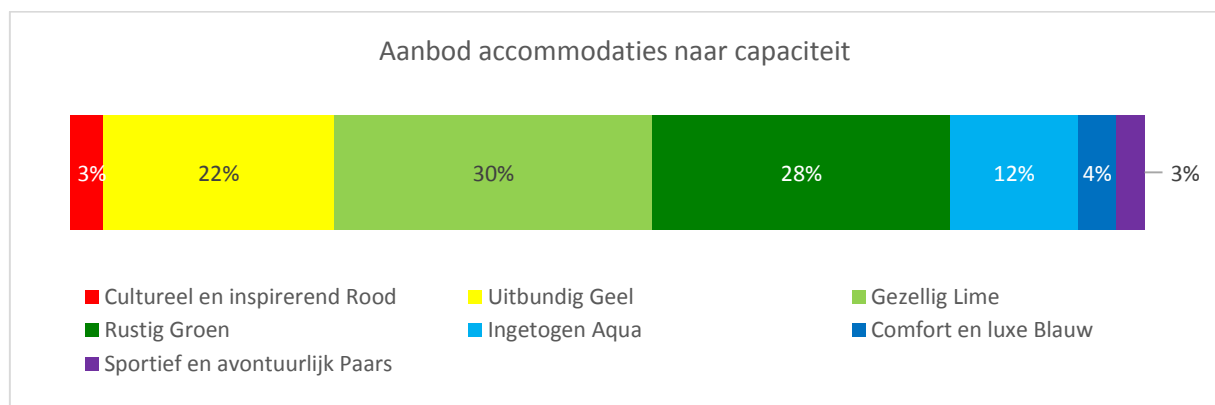
Op welke leefstijlen heeft het verblijfsrecreatieve aanbod op de Veluwe het meeste aantrekkingskracht? Om hier achter te komen hebben we het aanbod 'gekleurd'. De kleuring is gebaseerd op een werkwijze waarin we de volgende methoden hebben ingezet:

- Leefstijlscan verblijfsrecreatie (online vragenlijst) met controle door websitebezoek; óf
- Bezoek aan de voorziening, inclusief een gesprek met de ondernemer en/of het personeel.

Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd heeft in totaal 225 verblijfsaccommodaties gekleurd. We hebben daarmee 33% van de bedrijven op de Veluwe gekleurd. Het resultaat, oftewel de 'kleur', is een expert judgement van het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd en geeft aan op welke leefstijlen het aanbod *voornamelijk* aantrekkingskracht heeft. Alhoewel de focus van het onderzoek ligt op de (reguliere) kampeer- en bungalowsector, hebben we ons in dit gedeelte van het onderzoek niet tot deze sector beperkt, maar ook de hotels, de groepsaccommodaties, de bed and breakfasts en de minicampings meegenomen. Zo krijgen we een betrouwbaar beeld van het brede verblijfsrecreatieve aanbod in de provincie.

Resultaten aanbodkleuring

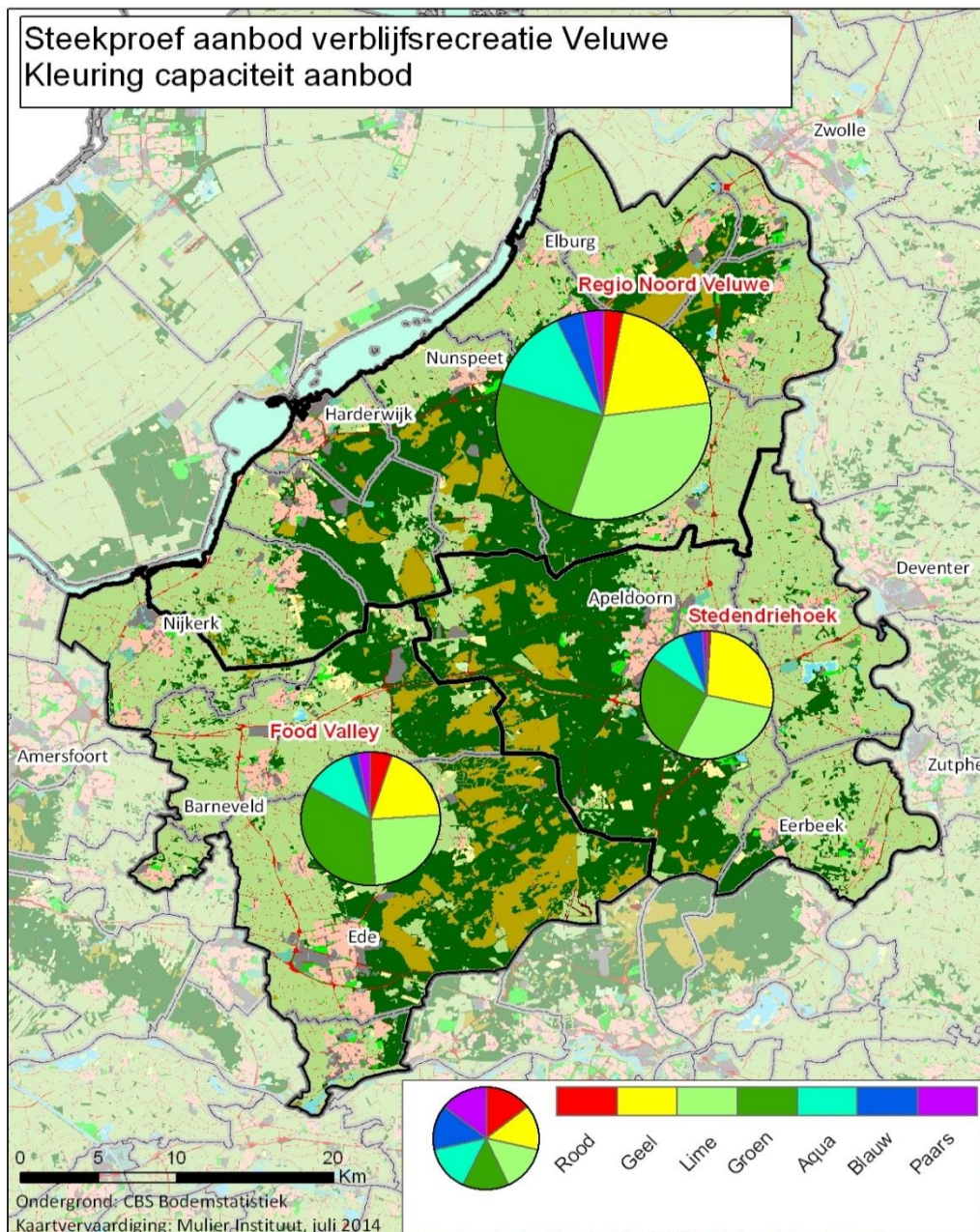
De meeste slaapplaatsen op de Veluwe zijn aantrekkelijk voor de leefstijlen gezellig lime (30%), rustig groen (28%) en uitbundig geel (22%). In totaal is dit 80 procent van het aanbod gerekend in slaapplaatsen. Voor de leefstijlen blauw, paars en rood is slechts een zeer beperkt aandeel van de slaapplaatsen aantrekkelijk, in totaal voor deze drie groepen bijna tien procent van het aanbod.



Figuur 2: Aantrekkelijkheid van de accommodaties op de Veluwe naar capaciteit in slaapplaatsen.

Aanbodkleuring per regio

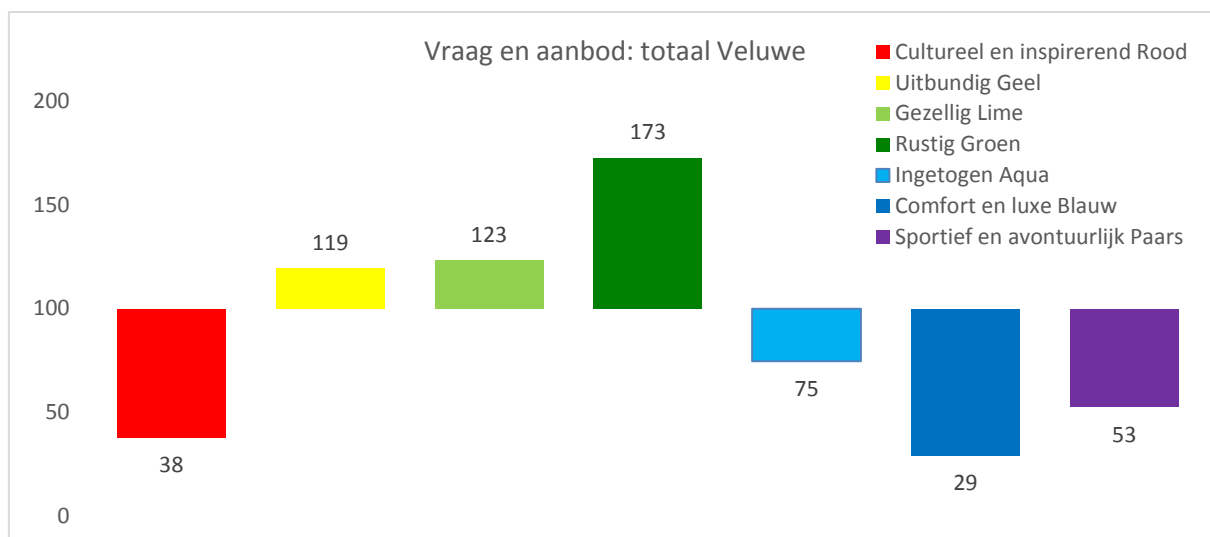
De Veluwe is op te delen in drie regio's: Noord-Veluwe, Food Valley en Stedendriehoek. In onderstaande kaart staat het 'gekleurde' aanbod per regio weergegeven.



Figuur 3: De capaciteit van het verblijfsrecreatieve aanbod per regio naar leefstijlen. De omvang van de cirkeldiagrammen is gerelateerd aan de capaciteit van de steekproef.

Vraag en aanbod tegen elkaar afgezet

Door vraag- en aanbod tegen elkaar af te zetten zien we dat er voor de leefstijl rustig groen, en in mindere mate ook voor gezellig lime en uitbundig geel, relatief veel aanbod is ten opzichte van de vraag. Voor de leefstijlen aqua, blauw, paars en rood is er op de Veluwe weinig aanbod ten opzichte van de vraag.



Figuur 4: Vraag (leefstijl toeristen) en aanbod op de Veluwe met elkaar vergeleken door middel van indexcijfers (een index boven 100 geeft aan dat er in verhouding meer aanbod (capaciteit) is dan vraag; een index onder 100 dat er minder aanbod is dan vraag).

4. Resultaten identiteit



De USP's van de Veluwe zijn: natuur, rust en uitdaging, attracties en culturele rijkdommen. De USP's van de Veluwe zijn in principe voor alle leefstijlen aantrekkelijk. Vooral ingetogen aqua en rustig groen vinden het natuurrijke aanbod, de culturele rijkdom en de rust belangrijke bezoekmotieven. Vooral de attracties en uitdagingen zijn ook voor paars, rood, geel, lime en blauw aantrekkelijk (secundair).

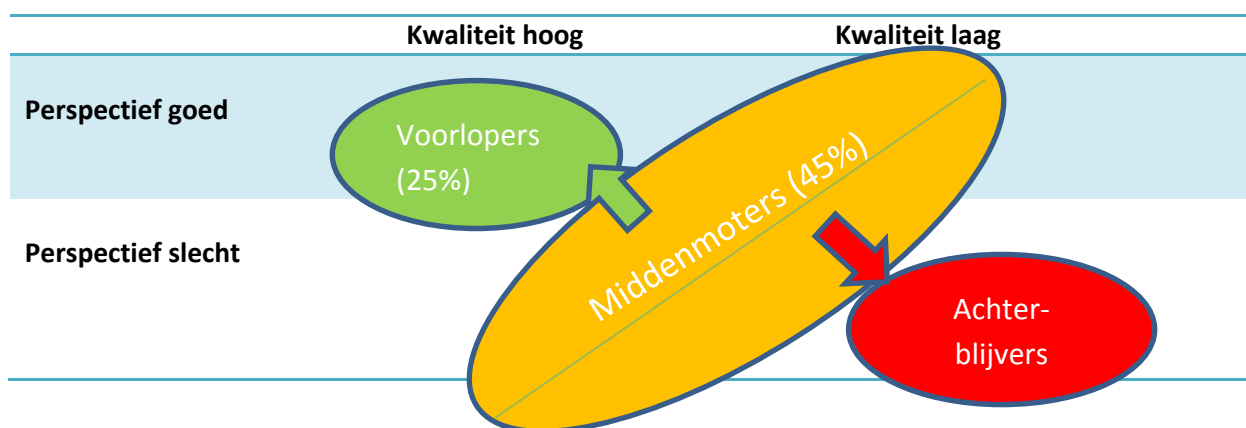
5. Resultaten verdiepende gesprekken

Om inzicht te krijgen in de kwaliteit en het toekomstperspectief van de verblijfsrecreatie op de Veluwe, hebben we 24 verdiepende, vertrouwelijke, gesprekken gehouden met ondernemers in de kampeer- en bungalowsector. *Let op: Deze steekproef is een selecte steekproef en niet noodzakelijkerwijs representatief voor de Veluwe. Daarvoor zou een veel grotere aselecte steekproef moeten worden genomen. Bij het samenstellen van deze steekproef is de insteek gekozen om een zo divers mogelijk aanbod mee te nemen. De gesprekken zijn dan ook bedoeld om bedrijven in te delen in het kwadrant van kwaliteit en perspectief en deze bedrijven vervolgens te typeren en de knelpunten te benoemen.*

We hebben de ondernemers vragen gesteld over de kwaliteit van het aanbod (o.a. gasttevredenheid, de promotie & marketing) en het ondernemerschap (heeft de ondernemers visie en sturing op het bedrijf, wordt er samengewerkt, etc.). Het perspectief van het bedrijf is besproken door in te gaan op de volgende onderwerpen: hun visie op de markt, ambities en plannen voor de toekomst en de financiële situatie en het perspectief. We kunnen op basis van de verdiepende gesprekken de volgende belangrijkste conclusies trekken:

De kampeer- en bungalowbedrijven op de Veluwe zijn te onderscheiden in drie categorieën, op basis van expert judgement betreffende de kwaliteit en het perspectief van de geïnterviewde bedrijven:

De **'koplopers'** (25%): Dit zijn bedrijven met een goede kwaliteit en een goed perspectief. De gemiddelde score op Zoover is 8,4. Er is sprake van onderscheidend aanbod, goed ondernemerschap en goed perspectief op basis van de cijfers (bezettingen en resultaatontwikkeling). Het zijn veelal kleine of middelgrote campings, met een onderscheidend profiel en relatief veel toeristische plekken. Er zijn bij deze bedrijven veel mogelijkheden voor bijzondere verhuur. Deze bedrijven zijn te typeren als ofwel kleine(re) (familie)bedrijven die al lang op die plek actief zijn en het bedrijf al lang in bezit hebben en hierdoor dus mogelijk lage kosten maken. Of het gaat om concernbedrijven met een voor de Veluwe gemiddelde grootte.



Figuur 5: inschaling bedrijven op de Veluwe in het kwadrant van kwaliteit en perspectief.

Het **'middensegment'** (ca. 45%) van bedrijven waar de kwaliteit voldoende tot goed is, en het perspectief ook. Dit middensegment valt feitelijk uiteen in twee even grote groepen:

- Dit is een groep van bedrijven waar de kwaliteit voldoende tot goed is (8,1 op Zoover gemiddeld) en het perspectief ook voldoende tot goed is. Het zijn ook redelijk vaak grote(re) campings (11 ha) met veel diversiteit in de verhuurobjecten en relatief veel centrumvoorzieningen. Er zijn relatief veel vaste jaarplaatsen en het aantal verhuurbungalows is laag. Dit is een groep die al bezig is of concrete plannen heeft (eventueel met wat ondersteuning) om de kwaliteit te verbeteren, uit te breiden, te investeren, of vanwege andere kwaliteiten (ligging) goed scoren.
- Dit is een groep van bedrijven waar de kwaliteit echt nog net voldoende is (7,8 op Zoover gemiddeld) en het perspectief ook net voldoende is. Het zijn ook redelijk vaak grote bedrijven (12 ha) met veel bungalows (twee keer zoveel als gemiddeld), weinig centrumvoorzieningen en weinig diversiteit in de (overige) verhuur. Als er geen hulp komt of de ondernemer zijn plannen niet gaat (of kan) doorvoeren, zal deze groep bedrijven kunnen afzakken naar de groep zorgelijke bedrijven.

De **‘achterblijvers’** (ca. 30%): het betreft ‘zorgelijke’ bedrijven waarvan de kwaliteit en bedrijfsvoering onvoldoende zijn én het perspectief voor de toekomst ook. Ze scoren gemiddeld slechter op Zoover (7,6), ze zijn wat kleiner dan gemiddeld (6 ha) en er zijn naar verhouding meer jaarplaatsen en minder toeristische plaatsen. Deze jaarplaatsen zijn vaak ook te huur en te koop in het laagste segment. Ook hebben ze een relatief weinig onderscheidend aanbod en weinig diversiteit als het gaat om bijzondere vormen van verhuur. Het gaat ook om relatief hoog aantal bungalows dat deze bedrijven in de verhuur hebben. Van deze bedrijven zijn er vier bedrijven die ook financieel matig tot slecht presteren of de investeringscapaciteit ontbreekt om het aanbod in overeenstemming te brengen met de wensen van de gast.

Er is ook een relatie te leggen met de leefstijlen:

- In de groep achterblijvers komen we relatief veel bedrijven tegen die aantrekkelijk zijn voor rustig groen en gezellig lime. Het gaat hierbij om een segment waarvan we eerder ook al een overaanbod constateerden.
- In de kopgroep komen we relatief veel bedrijven tegen die zich op de rode, paarse, blauwe of aqua doelgroep richten. Het gaat hierbij veelal om het segment waarvan we eerder al aangaven dat er relatief weinig aanbod op de Veluwe te vinden is ten opzichte van de vraag.

6. Resultaten financiële benchmarks

De resultaten van de financiële benchmarks (RECRON en KERN) zijn onvoldoende representatief voor de gehele Veluwe en ook onvoldoende betrouwbaar vanwege de geringe omvang van de steekproeven om ‘sector-informatie’ te genereren.

Het is van belang om goede cijfers voor de kampeer- en bungalowsector te kunnen presenteren. We bevelen aan om het RECRON benchmark instrument, sterk te verbeteren op het gebied van de ‘omvang van deelnemende bedrijven’. Dit zal de betrouwbaarheid vergroten. Tevens bevelen we aan de deelnemende bedrijven op te splitsen in kampeerbedrijven en bungalowbedrijven. Dit zal vooral de zeggingskracht verbeteren. Ook eenduidigheid en uniformiteit is wenselijk. Het samenvoegen van de twee benchmarks (RECRON en KERN) zou een grote winst voor de sector zijn.

7. Ontwikkelrichting voor de Veluwe

De belangrijkste aanbeveling is gericht op de vraaggerichte ontwikkeling van de Veluwe. In leefstijltermen betekent dat: aanbod richten op de groepen rood, paars, blauw en aqua. Deze vier leefstijlen zijn het meest kansrijk met het oog op 'de verblijfsrecreatieve markt' op de Veluwe.

Hieronder geven we aan welke kenmerken van de verblijfsrecreatie aantrekkelijk zijn voor de leefstijlen ingetogen aqua, comfort en luxe blauw, sportief en ondernemend paars en cultureel en inspirerend rood.

Illustratie verblijfsrecreatie voor ingetogen aqua

Aantrekkelijke kenmerken voor de aqua groep:	Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de aqua groep:
• Kleinschalige voorzieningen, in ieder geval zonder massale uitstraling • veel fiets en wandelmogelijkheden in de buurt • Plekken die privacy en rust bieden • Bereikbaar met openbaar vervoer • Aandacht voor duurzaamheid • Gericht op de omgeving (en minder op faciliteiten op een camping of bungalowpark zelf) • Luxere bedden en comfortabel meubilair • Een streekgebonden locatie	Bed & breakfast in oude boerenschuur met biologisch, streekgebonden ontbijt Camping in de natuur met veel wandel- en fietsmogelijkheden en informatie over de streek Hotel in historisch pand op een eigentijdse wijze aangekleed, met aandacht voor het verhaal van het pand, de streek en ecologie Bungalowpark dat geen grootschalige <i>uitstraling</i> heeft, maar rust en overzichtelijkheid uitstraalt



Illustratie verblijfsrecreatie voor comfort en luxe blauw

Aantrekkelijke kenmerken voor de blauwe groep:	Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de blauwe groep:
• Luxe en stijlvolle accommodatie • Goede faciliteiten en service • Kwaliteitskeurmerken • Statusverhogend verblijf • VIP-arrangementen • Zakelijke mogelijkheden combineren • Goede culinaire voorzieningen • Gevoel van exclusiviteit • Goed beveiligd	5-sterrenhotel met allerlei luxe voorzieningen en een culinaire keuken en toonaangevend restaurant Bungalow voorzien van alle luxe en gemak, met eigen ruime parkeerplaatsen en voorzien van persoonlijke service Luxe chalets met hotel service, waarbij de gast verblijft in eigen locatie, maar met de volledige service van een hotel (dagelijks bedden opmaken, schoonmaak etc.) Full-service jachthaven, goed beveiligd



Illustratie verblijfsrecreatie voor sportief en avontuurlijk paars

Aantrekkelijke kenmerken voor de paarse groep:

- **Op zoek naar vernieuwing, verrassing en inspiratie**
- **Hip en trendy**
- **Gericht op het individu, met aandacht voor sportieve mogelijkheden**
- **Anders dan anders**
- **Luxe voorzieningen met al het moderne gemak**

Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de paarse groep:

Bijzonder verblijf op een camping (bijv. een boomhut), luxe ingericht en verzorgd

Unieke bungalow (bijv. iglo of bijzondere architectuur) op een bijzondere plek (bijv. aan het water), luxe ingericht en verzorgd

Trendy hotel, met hippe lounge en bijzondere kamers, op een plek 'waar het gebeurt'

Bed & Breakfast in een verbouwde hooischuur, op luxe wijze ingericht '



Illustratie verblijfsrecreatie voor cultureel en inspirerend rood

Aantrekkelijke kenmerken voor de rode groep:

- **Creatieve omgeving die inspiratie biedt**
- **Anders dan anders**
- **Mag eenvoudiger, 'back to basic', maar dan wel op een bijzondere manier**
- **Verrassende voorzieningen**
- **Biologische catering en aandacht voor duurzaamheid**
- **Gericht op het individu, met aandacht voor sportieve mogelijkheden**

Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de rode groep:

Kamperen in eenvoudig ingerichte tipi-tent of yurt, met mogelijkheid om een kampvuurtje te stoken

Bed & breakfast op een bijzondere locatie met creatieve workshops

Eenvoudig eigentijds hotel of groepsaccommodatie met veel sportieve mogelijkheden (bijv. om te zeilen)

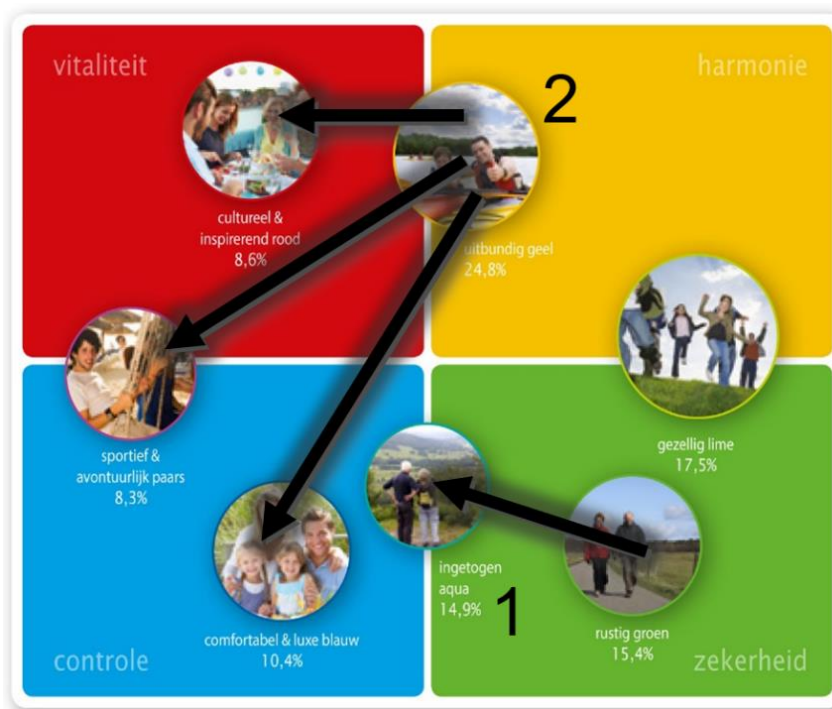
Vlotkamperen, met een eigen plekje op een unieke plek in de natuur



Verbreden naar buurkleuren

De meeste kansen liggen in het **verbreden** van de doelgroep. Bestaande bedrijven kunnen in sommige gevallen hun doelgroep verbreden door nieuwe of aangepaste overnachtingsmogelijkheden te verzorgen. Verbreding is het meest kansrijk als het richting buurkleuren gaat, die relatief dicht bij de huidige kleuren liggen. We zien twee vormen van verbreding als kansrijk:

- Van groen naar aqua;
- Van geel naar rood, paars, en blauw.



Figuur 6: Verbreding van geel naar rood, paars en blauw en van groen naar aqua.

Voorbeeld van verbreding: Rustig groen aanbod aantrekkelijker maken voor ingetogen aqua

Verbreding op de Veluwe kan worden vormgegeven door bestaand aanbod dat nu alleen aantrekkelijk is voor rustig groen ook aantrekkelijk maken voor ingetogen aqua. In de leefstijlsegmentatie ligt aqua vrij dichtbij groen. De toerist in het segment ingetogen aqua is meer maatschappelijk betrokken en vraagt voor de accommodatie een duidelijke en uitgesproken relatie met de omgeving. Duurzaamheid en streek eigenheid zijn een duidelijke pré voor aqua. Ook de dorpen en stadjes en de streekcultuur spreken deze leefstijl 'aqua' aan.



Veluwe zwerfhut op Ardoercamping De Wije Werelt. De Zwerfhut is, in samenwerking met Natuurmonumenten, gemaakt van robuust Larixhout uit het naastgelegen bos Planken Wambuis.

Voorbeelden om bestaand aanbod aantrekkelijker te maken voor aqua zijn bijvoorbeeld:

- **Thematisering toepassen op het park of in de accommodatie;** door het verhaal van de streek of van het bedrijf laten zien; bijvoorbeeld door een thematische wandel- of fietsroute vanaf het bedrijf te laten starten, of door het organiseren van (kleinschalige) activiteiten, gericht op cultuur, natuur, proeven van streekproducten, maar ook de (streek)geschiedenis.
- **Aandacht voor de omgeving en een betere inpassing van het bedrijf in de natuurlijke omgeving;** bijvoorbeeld door het omschakelen van een 'gewone' camping naar een landschapscamping, of het aanbieden van streekwoningen (zie Veluwe zwerfhut).
- **Upgraden van kampeerplekken, bungalows en hotelkamers van standaard naar meer luxe;** bijvoorbeeld door luxere bedden en comfortabel 'streekeigen' meubilair en materialen.
- **Aandacht schenken aan duurzaamheid;** de aqua leefstijl hecht aan duurzaamheid en de verantwoordelijkheid van een accommodatie.

Voorbeeld van de verbreding van 'groen' naar 'aqua' door de betere inpassing van het bedrijf in de natuurlijke omgeving: door strakke heggetjes te verwijderen en de natuurlijke setting (of het uitzicht) meer te gebruiken (in dit geval van de boomgaard).



Voorbeeld van verbreding: van geel naar rood, paars en blauw.

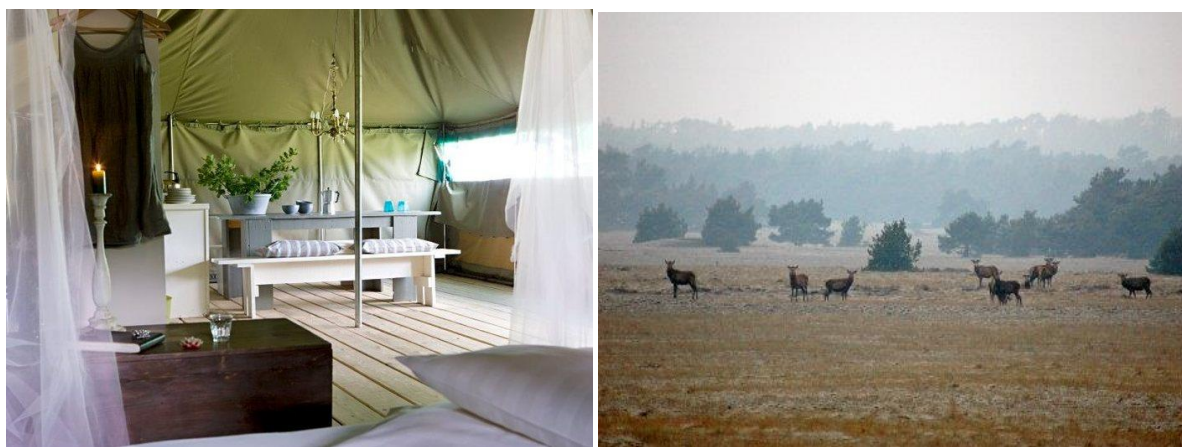
Voor veel bestaande accommodaties is de transitie naar rood, paars en blauw een grote uitdaging. Voor verblijfsrecreatieve aanbieders die de 'gele' doelgroep nu al aantrekken, is deze stap relatief klein. Het blijkt dat deze groepen goed te combineren zijn. Uitbundig gele consumenten vinden het ook leuk om naar de groepen rood, paars en blauw te kijken (worden geprikkeld door de ambitie van deze groepen).

Deze leefstijlen stellen heel andere eisen aan een accommodatie. We hebben gezien dat op de Veluwe al enkele deze verbreding hebben ingezet. Bijvoorbeeld camping de Hertshoorn met vormen van bijzonder verblijf, zoals de boomtent en artcamp.



Camping de Hertshoorn: een 'gele' camping met unieke en spannende vormen van verblijf (boomtenten en artcamp) voor rood en paars.

De groep comfort en luxe blauwe zal juist aangesproken voelen door exclusieve vormen van verblijf. Vooral in de stedendriehoek zien we dat de USP's als een sterke aantrekkingskracht hebben op blauw (statig, luxe en exclusief aanbod waaronder Paleis het Loo). Je zou kunnen denken aan Koninklijke lodges, of bungalows met exclusieve wildsafari's in voor een breed publiek ontoegankelijk gebied.



Voorbeeld van tenthotel (www.specialvilla's.nl) in combinatie met een luxe safari (www.hogeveluwe.nl).

Ook de wijze waarop de rode, paarse en blauwe consumenten aangesproken willen worden en de activiteiten die zij ondernemen, verschillen van de andere leefstijlen. In de natuurgebieden, de Nationale Parken en het Veluwemeer zijn veel activiteiten te doen die voor rode, paarse en de blauwe leefstijl aantrekkelijk zijn. Voorbeelden om het bestaande aanbod aantrekkelijker te maken zijn bijvoorbeeld:

- **Thematisering toepassen op het park of in de accommodatie;** door de inrichting en uitstraling aan te laten sluiten bij de kernwaarden van de rode en paarse leefstijl (zoals sportief, ondernemend, anders-dan-anders, uniek, eigenzinnig) kunnen deze groepen aangetrokken worden. Dit kan bijvoorbeeld door het accommoderen van (kleinschalige) natuur-, muziek-, sport- en kunstactiviteiten. Of door zelf activiteiten te organiseren, zoals wildsporttochten, GPS-wandelingen of avontuurgerichte activiteiten. De investeringen hoeven daarmee niet groot te zijn. Samenwerking met andere ondernemers of organisaties én creatief omgaan met het al bestaande aanbod zorgen ervoor dat de leefstijlen rood en paars zich aangetrokken voelen. De blauwe consument zal vooral (exclusievere) culturele en culinaire arrangementen op prijs stellen.
- **Het bieden van voorzieningen specifiek gericht op deze groepen;** voor de sportieve paarse en cultuur en natuur georiënteerde rode leefstijl kan het bijvoorbeeld gaan om:
 - een trekkersveld
 - een deel met natuurkamperen
 - kampvuurplekken en barbecueplekken (bijvoorbeeld in combinatie met het aanbieden van een barbecuepakket met een lokale slager)
 - voorzieningen voor campers en kampeerbussen (aan het Veluwemeer de 'surfersbusjes').
 - Gemak en comfort voor de blauwe consument, bijv. met luxere wellness bungalows, of safaritenten.

Foto's: voorbeelden van activiteiten voor de rode leefstijl; locatietheater en puur en biologisch eten



Verwachte effecten van verbreding

De verwachte effecten van het 'verbreden' van het bedrijf, zoals hierboven beschreven zijn:

- Betere bezetting;
- Verlenging van het seizoen (als het gaat omvorming van kampeerplek naar jaarrond verhuurobject);
- Hogere omzet van deze 'nieuwe' (toeristische) verhuurobjecten, ook beter totaalresultaat;
- Hogere gasttevredenheid.

Aanbevelingen voor de samenwerking op de Veluwe

1. ***Ook al is er op de Veluwe sprake van een 'verzadigde markt', zet de boel niet op slot!***

Er kunnen immers toch waardevolle initiatieven ontstaan die daadwerkelijk iets toevoegen aan het verblijfsrecreatieve product en bijdragen aan een meer vraaggerichte ontwikkeling. Via het model van Krimp en Groei wordt al op gecontroleerde wijze ruimte geboden aan nieuwe initiatieven (bij uitbreiding). Het kan natuurlijk ook gaan om initiatieven die vooral kwalitatief van aard zijn (bijv. nieuwe vormen van verhuur).

2. ***Voorkom meer van hetzelfde en wees uitnodigend naar initiatieven die iets toevoegen***

Op basis van een proactieve en uitnodigende benadering kan de provincie (in samenwerking met de gemeenten) partijen vragen om met gerichte initiatieven te komen die iets toevoegen. U kunt de leefstijlanalyse uit dit onderzoek als een belangrijk kader daarvoor gebruiken; niet als blauwdruk, maar als belangrijk aspect en aandachtspunt voor kansrijke ontwikkelingen. Sta dus uitnodigend tegenover initiatieven met betrekking tot leefstijlen, waarvoor we in dit onderzoek de belangrijkste leemtes hebben geconstateerd. Wees kritisch tegenover initiatieven voor andere doelgroepen, maar sluit ze niet op voorhand uit. Houd daarbij tevens rekening met de (aantrekkelijkheid van de) identiteit van de regio en de in dit rapport geschetste actuele beleidsontwikkelingen waar ruimtelijk op ingespeeld kan worden.

3. ***Stimuleer vernieuwing***

We constateerden dat veel kampeer- en bungalowaanbod op de Veluwe zich aan het einde van de product-levenscyclus bevindt. Vernieuwing van het totale product, met een evenwichtigere verdeling over de totale cyclus zorgt ook voor een vitalere sector die de toekomst aan kan. Het stimuleren van vernieuwing (dat via transformatie of verbreding zou kunnen plaats vinden) is dan ook van groot belang.

4. ***Stimuleer ondernemerschap***

Het stimuleren van ondernemerschap via kennis- en ondersteuningsprogramma's is in onze ogen onontbeerlijk voor deze sector. Onder meer de vraaggerichtheid en het sturen op cijfers zijn twee enorme belangrijke elementen om ondernemers in te voeden en te stimuleren. De ondernemers op de Veluwe geven zelf aan behoefte te hebben aan meer kennis over de markt, promotie, inzet van social media. Het zou goed zijn om na te denken over een instrument dat ondernemers hierbij helpt. De aanpak van het Expertteam Recreatie Drenthe, die op een coachende wijze, vanuit verschillende disciplines, ondernemers in kleinere of grotere problemen verder op weg helpt, lijkt ons in de essentie een waardevolle

aanpak. Of zoals in Limburg is gewerkt met een Kennisvoucherregeling, die ondernemers kunnen gebruiken en waar een deel van het geld pas kan worden teruggekregen wanneer concrete investeringen gedaan worden om een advies te implementeren.

5. *Biedt kansen voor financiering in de vorm van fondsen*

Ondernemers op de Veluwe geven aan onvoldoende investeringscapaciteit te hebben of hiernaar nog zonder resultaat op zoek te zijn, mede vanwege het terughoudende beleid van bankiers. Fondsen vanuit de provincie, op regionaal niveau, geven ondernemers met goede ideeën, de mogelijkheid om hun plannen te realiseren en bij te dragen aan kwaliteitsverbetering van het toeristisch-recreatieve product en hun verdienvermogen te vergroten. De provincie Gelderland heeft recent (eind 2014) aangegeven zo'n fonds te gaan vormen: Fonds Gelderse Vrijtijdseconomie, waarbinnen 5,5 miljoen beschikbaar komt. Het betreft een revolverend fonds, waaruit kan worden geleend.