

# Invulling kennishiaten verblijfsrecreatie provincie Utrecht

In de eindrapportage hebben de verkenner drie kennishiaten benoemd als het gaat om de verblijfsrecreatie in de provincie Utrecht:

1. Inzicht in provinciale en regionale marktruimte voor nieuwe ontwikkelingen
2. Inzicht in vraag- en aanbod volgens de Leefstijlvinder: wat zijn kansrijke concepten voor de toekomst?
3. Inzicht in de ondermijningsopgave die speelt op de vakantieparken en jachthavens

Deze dienen als basis voor de (mogelijke) latere uitwerking van een specifieke visie op verblijfsrecreatie en eventueel aanvullende aanpak vakantieparken en jachthavens (dat mede gebaseerd kan worden op de ervaringen vanuit de pilots). In dit document werken we uit welke stappen gezet kunnen worden om invulling te geven aan de drie genoemde kennishiaten.

## **NB onderzoeksvraag 1 en 2 kennen een sterke samenhang**

*Daar waar onderzoeksvraag 1 ingaat op kwantiteit (is er nog ruimte voor extra bedden binnen verschillende sectoren), gaat onderzoeksvraag 2 in op kwalitatieve aspecten (voor welke doelgroepen is er relatief weinig of juist veel aanbod). Door die twee uitkomsten te combineren, krijg je inzicht in óf er nog provinciale of regionale marktruimte is voor extra capaciteit, binnen welke deelsector van de verblijfsrecreatie, en voor welke doelgroepen (leefstijlen) initiatieven het meest kansrijk zijn.*

*Toch beschrijven we beide onderzoeksvragen hieronder apart, omdat ze om een andere aanpak vragen. Het is wel logisch om de onderzoeken via één uitvraag te laten onderzoeken, zodat in de conclusies en het advies beide onderzoeksvragen aan elkaar verknoopt kunnen worden.*

## Onderzoeksvraag 1: inzicht in provinciale en regionale marktruimte

### **Doel**

Inzicht verkrijgen in marktruimte in de provincie en eventueel in deelregio's: is er nog marktruimte voor nieuwe ontwikkelingen? Een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod met een forecast voor de komende jaren is in de provincie Utrecht niet gemaakt. Daarmee is er nog geen inzicht (per segment, zoals kamperen, bungalows, hotels etc.) in hoeverre er marktruimte is voor nieuwe ontwikkelingen. Dit inzicht zou de provincie en gemeenten helpen om een standpunt in te nemen over de wenselijkheid van nieuwe initiatieven of initiatieven van bestaande bedrijven. *NB het is niet de bedoeling om met dit kennishiaat inzicht te krijgen in individuele marktruimte voor ondernemers; het gaat om het provinciale en eventuele regionale beeld om beter afwegingen te kunnen maken over de wenselijkheid en toegevoegde waarde van nieuwe initiatieven.*

### **Focus**

Er kan voor gekozen worden om dit onderzoek alleen te focussen op vakantieparken en jachthavens, maar ons advies is om dit direct breder te trekken naar de gehele verblijfsrecreatie, omdat zo ook een totaalbeeld verkregen kan worden van wat wenselijke ontwikkelingen zouden kunnen zijn of wat niet. De focus zou dan, naast op

vakantieparken en jachthavens, tevens liggen op hotels, groepsaccommodaties, minicampings en bed & breakfasts in de provincie Utrecht. Eventueel kunnen (alleen indien voldoende data voorhanden!) regionale uitsplitsingen worden gemaakt.

### Bouwstenen

Mogelijke bouwstenen voor een dergelijk onderzoek zijn:

1. De te verwachten ontwikkeling van de **vraag** (aantal overnachtingen); op basis van trendanalyse en forecast
2. De eventuele **ruimte** om deze overnachtingen (indien groei) op te vangen op bestaande accommodaties (is de bezettingsgraad lager dan de 'normbezetting' of juist hoger en is er dus nog ruimte voor groei);
3. De **planvoorraad**: de initiatieven die al op de plank liggen om extra capaciteit toe te voegen aan de huidige voorraad;

Uiteindelijk leidt dat tot een inzicht per sector in hoeverre er (ongeveer) nog ruimte is voor extra bedden. Dat is voor de kampeer- en bungalowsector nog te verrekenen met het aantal bedden dat zich nu bevindt op de duidelijk niet-vitale bedrijven (de achterblijvers in het vitaliteitsonderzoek). Deze bedden zijn nu immers als recreatief bestempeld, maar daarvan is de intentie om deze op termijn aan de voorraad te onttrekken vanwege de transformatie.



*Voorbeeld van de uitkomst op hoofdlijnen van een kwantitatieve analyse zoals die in de provincie Overijssel is uitgevoerd (vitaliteitsonderzoek 2020). Het laat zien of er sprake is van marktruimte (groen) of juist een verzadiging (rood) van de markt.*

### Kosten

Onze inschatting is dat de kosten van een dergelijk onderzoek tussen de €10.000 en €15.000 vallen, mede afhankelijk van de afbakening.

### Marktpartijen

In de markt zijn verschillende bureaus die een dergelijk onderzoek zouden kunnen uitvoeren. Naast het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd zou bijvoorbeeld ZKA, Bureau Stedelijke Planning of Bureau Buiten naar onze inschatting een dergelijke analyse kunnen uitvoeren.

### Doorlooptijd

Omdat een dergelijke studie vanaf het bureau kan worden uitgevoerd, is de doorlooptijd mede afhankelijk van de beschikbare capaciteit bij het uitvoerende bureau en de op te leveren data (als het gaat om bijvoorbeeld bekende planvoorraden) bij gemeenten. Een doorlooptijd van 3 of 4 maanden lijkt ons realistisch.

## Onderzoeksvraag 2: inzicht in vraag- en aanbod volgens Leefstijlvinder

### Doel

Inzicht in vraag- en aanbod volgens de Leefstijlvinder. Het is niet alleen relevant óf er nog marktruimte is voor nieuwe ontwikkelingen, maar ook voor wat voor soort concepten dan. De Leefstijlvinder, een segmentatiemodel wat mede gefinancierd is vanuit de provincie Utrecht, biedt hiervoor een uitstekende tool: door het aanbod te profileren volgens de Leefstijlmethode en deze tegen de vraag af te zetten, krijgen we inzichtelijk voor welke doelgroepen er nog relatief weinig aanbod is en voor welke doelgroepen relatief veel. Daarmee geeft het ook inzicht in welke soort concepten (back to basic of juist erg luxe, gericht op ontmoeting of juist veel privacy etc.) het meest kansrijk zijn. Dit onderzoek biedt zowel de markt (initiatiefnemers) als de overheden inzicht in welke concepten vooral kansrijk zijn en iets toevoegen aan de markt.

### Focus

Er kan voor gekozen worden om dit onderzoek alleen te focussen op vakantieparken en jachthavens, maar we kunnen ons voorstellen dat ook dit onderzoek verbreed naar de gehele verblijfsrecreatie, omdat zo ook een totaalbeeld verkregen kan worden van wat wenselijke ontwikkelingen zouden kunnen zijn of wat niet. De focus zou dan, naast op vakantieparken en jachthavens, tevens liggen op hotels, groepsaccommodaties, minicampings en bed & breakfasts in de provincie Utrecht. Dat maakt het onderzoek overigens wel direct een stuk omvangrijker (zie later). Eventueel kunnen regionale uitsplitsingen worden gemaakt.

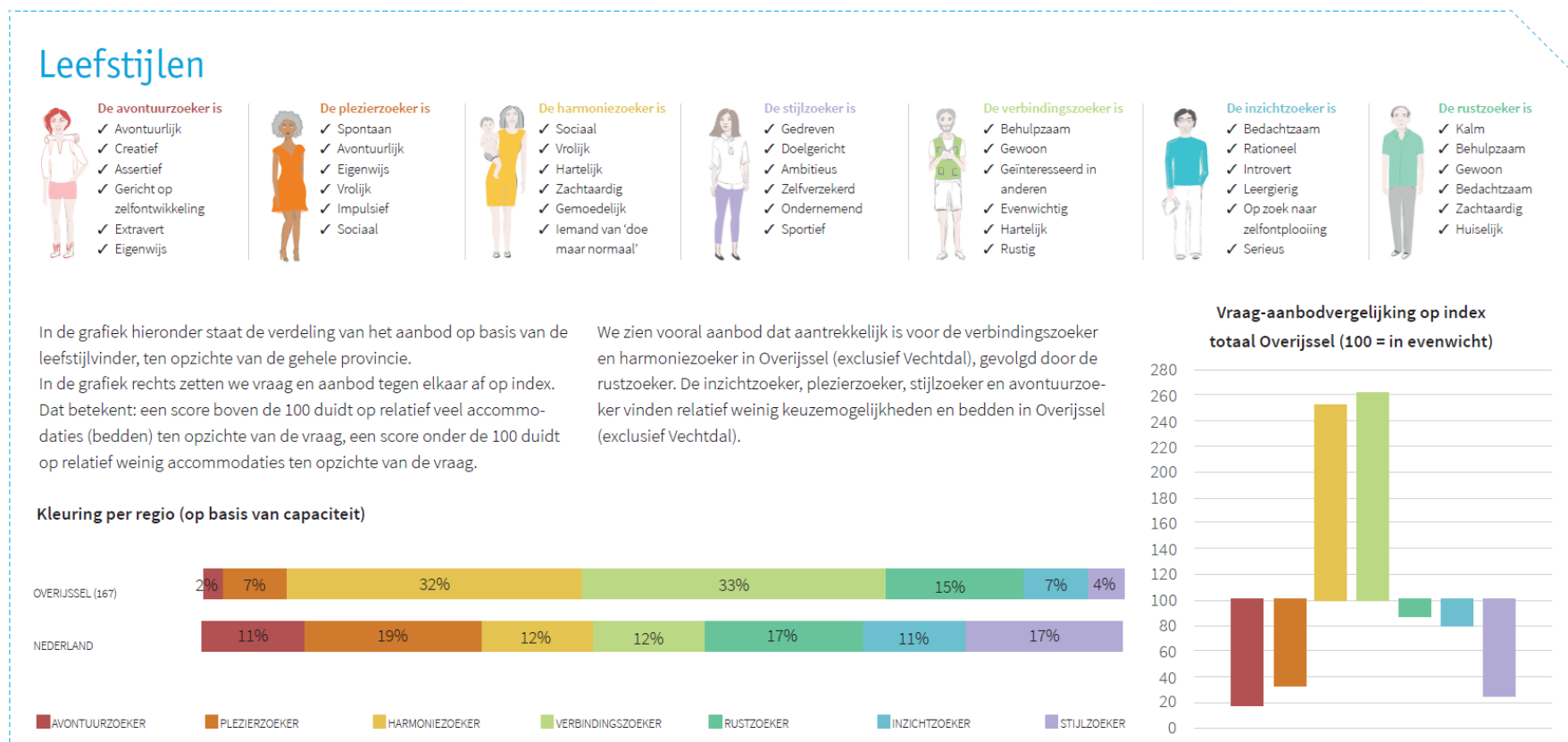
### Bouwstenen

Mogelijke bouwstenen voor een dergelijk onderzoek zijn:

1. Het profileren van het **aanbod** volgens de Leefstijlvinder: een audit op de **aangeboden** beleving per accommodatie en welke doelgroepen (volgens de Leefstijlvinder) zich met name aangetrokken voelen. Dit leidt tot inzicht in voor welke leefstijlen er veel of juist weinig aanbod is.

- Het weergeven van de **vraag** volgens de Leefstijlvinder: een weergave dan de laatst beschikbare data (2018) van het profiel van de bezoeker (met overnachting) aan de provincie Utrecht (koppeling CVO-Leefstijlvinder)
- Het relateren van **vraag en aanbod** aan elkaar en zo inzicht krijgen voor welke leefstijlen (doelgroepen) er relatief (te) veel aanbod is en voor welke leefstijlen er juist (te) weinig aanbod is. Dat is op basis van de aanbodinventarisatie ook goed regionaal uit te splitsen.

Uiteindelijk leidt dat tot een inzicht per sector welke beleving het meeste toevoegt aan het huidige toeristische product van de provincie Utrecht.



Voorbeeld van de uitkomst van een leefstijlanalyse zoals die in de provincie Overijssel is uitgevoerd (vitaliteitsonderzoek 2020). De grafiek op index aan de rechterkant laat zien voor welke doelgroepen juist veel (staven naar boven) of weinig (staven naar beneden) aanbod is in relatie tot de vraag. Het laat zien voor welke doelgroepen initiatieven het meest kansrijk zijn.

## Kosten

De kosten hangen sterk samen met de gekozen afbakening, en uiteindelijk met de omvang van de gehele sector. De kosten voor een onderzoek naar alleen kampeer- en bungalowparken en jachthavens zal tussen €20.000 en €25.000 liggen. De kosten voor een onderzoek naar de gehele verblijfsrecreatieve sector hangt sterk samen met de totale omvang van dit aanbod (hoe groter het aanbod, hoe hoger de kosten) en de gewenste steekproef (idem) zal tussen de €30.000 en €45.000 liggen.

*NB het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd heeft tijdens de vitaliteitsbezoeken aan de campings en de bungalowparken (NB niet de jachthavens) al proactief het aanbod op de Leefstijlvinder geprofileerd. Omdat het niet tot de opdracht behoorde, hebben we nog geen kwaliteitscheck<sup>1</sup> op de kleuringen gedaan en nog geen onderbouwingen en rapportages geleverd, maar we hebben de basisdata al wel verzameld. Dat betekent dat we de kampeer- en bungalowparken op een betrouwbare manier kunnen 'inkleuren' voor een relatief veel kleiner bedrag (inclusief rapportage, bespreking, terugkoppeling): ongeveer €10.000,-. Omdat de jachthavens bezocht zijn door een externe deskundige (Hanneke Schmeink), die geen leefstijlspecialist is, zal dit wat extra werk vragen. Voor hotels, groepsaccommodaties en B&B's beschikken we over een online leefstijlscan met behulp van beeldvragen die de beleving van een accommodatie kunnen beoordelen.*

## Marktpartijen

In de markt zijn verschillende bureaus die een dergelijk onderzoek zouden kunnen uitvoeren. Aan te bevelen is om voor een bureau te kiezen dat in ieder geval partner is van de Leefstijlvinder, omdat deze bureaus ervaring hebben met het toepassen van de Leefstijlvinder en vanuit Marketresponse één of meerdere trainingen hebben gevolgd omtrent de leefstijlsystematiek. In onze ogen is, naast het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, vooral ZKA ervaren in het werken met leefstijlen. Ook bijvoorbeeld Bureau Buiten heeft zich aangesloten bij de Leefstijlvinder. Elk bureau heeft een eigen manier om met de leefstijlen te werken.

## Doorlooptijd

De doorlooptijd hangt mede samen met de methodiek die een bureau hanteert om aanbod te profileren naar de Leefstijlvinder en de beschikbare capaciteit bij het uitvoerende bureau. Om aan de 'veilige kant' te zitten, is het realistisch om uit te gaan van een doorlooptijd van 5 á 6 maanden.

---

<sup>1</sup> Wij vinden dat het betrouwbaar auditten op aantrekkelijkheid voor de Leefstijlvinder ook zorgvuldig moet gebeuren. Alle 'kleuringen' worden bij ons daarom altijd met minimaal 1 collega besproken.



## Onderzoeksvraag 3: inzicht in ondermijningsproblematiek

### Doel

Vergroten van inzicht in de ondermijningsopgave door de informatiepositie te verbeteren. De 'blinde vlekken' op vakantieparken verkleinen en ondermijnende activiteiten minder gelegenheid bieden zich buiten het zicht op de vakantieparken te nestelen.

### Focus

Er zijn verschillende uitwerkingen mogelijk. Zo zou er een aanvullend en gericht ondermijningsonderzoek uitgevoerd kunnen worden. Uit het onderzoek van het RIEC uit 2019/2020 komt naar voren welke vakantieparken baat kunnen hebben bij nader onderzoek. Het ligt voor de hand alleen deze parken verder onder de loep te nemen. De provincie Utrecht overweegt de BAG-registratie (Basis Administratie Gebouwen) van recreatiewoningen op vakantieparken te bevorderen. Het registreren van recreatiewoningen in de BAG kan helpen verschillende vormen van fraude tegen te gaan en vergemakkelijkt de vindbaarheid van personen en woningen door hulpverleners en diensten. Het bevorderen van de registratie van recreatie-objecten in de BAG wordt vanuit de landelijke actie-agenda vakantieparken ondersteund. HISWA-RECRON heeft bezwaren heeft geuit tegen dit instrument, omdat het onbedoelde negatieve effecten voor ook vitale bedrijven zou kunnen hebben (vooral lastenverzwaring op de langere termijn). Daarom is een zorgvuldige afstemming over de wijze waarop deze BAG-registratie al dan niet zou worden ingevoerd van belang.

### Praktische zaken

Er zijn verschillende partijen denkbaar die een aanvullend ondermijningsonderzoek kunnen uitvoeren. Zo kan verkend worden of het RIEC Midden-Nederland een zogenaamd 'stoplichtmodel', wat in andere provincies door het RIEC aldaar is uitgevoerd, uit kan voeren. Via een dergelijk model wordt door het combineren van verschillende bronnen (bijvoorbeeld data van de Politie en de Belastingdienst) inzichtelijk gemaakt of er grote zorgen/indicaties zijn. Ook het CCV kan onderzoeken naar vakantieparken uitvoeren.

Het faciliteren van de BAG-registratie van recreatieobjecten kan in het kader van de landelijke actie-agenda worden opgepakt. In verschillende provincies, waaronder Gelderland en Drenthe, is hier in samenwerking met Antea Group reeds ervaring mee opgedaan. Bekeken kan worden of en hoe de provincie Utrecht hierop kan aanhaken. HISWA-RECRON heeft bezwaren kenbaar gemaakt tegen dit instrument. Voor draagvlak in de uiteindelijke aanpak is het in de ogen van de verkenner belangrijk om omtrent dit instrument goed en zorgvuldig af te stemmen met de brancheorganisatie.

