gemeente Krimpenerwaard

Rapportage
behoefte-onderzoek overnachtingsmogelijkheden
gemeente Krimpenerwaard



Right Marktonderzoek en Advies B.V.

Telefoon : 038-4212185
Projectleider : de heer H. Homma
Projectnummer : 5312-02
Aangevraagd door : Gemeente Krimpenerwaard
Contactpersoon : mevrouw N. Strijks
Datum : 16 februari 2021

Namens Right Marktonderzoek presenteren wij hierbij de resultaten van het behoefte-onderzoek onder ondernemers naar overnachtingsmogelijkheden in de Krimpenerwaard.

Hartelijke groeten,

Hans Homma en Jeroen Kommer



Hans Homma | hhomma@rightmarktonderzoek.nl
directeur Right Marktonderzoek | sinds 1992



Jeroen Kommer | jkommer@rightmarktonderzoek.nl
marktonderzoeker Right Marktonderzoek | sinds 2001

Copyright Right Marktonderzoek 2021

Right Marktonderzoek en Advies B.V.
Emmawijk 55
8011CN Zwolle
T: 038-4212185
www.rightmarktonderzoek.nl

8.3 Gemiddelde klantwaardering Right Marktonderzoek

al 25 jaar Right Marktonderzoek

Inhoudsopgave

1. Samenvatting 3

2. Onderzoeksresultaat 10

2.1 Beeld Krimpenerwaard 11
2.2 Promotie Krimpenerwaard 15
2.3 Doelgroep 17
2.4 Overnachtingsmogelijkheden 20
2.5 Inventarisatie plannen 26
2.6 Kennis organisaties 29
2.7 Advies van de ondernemers 30

3. Onderzoeksverantwoording 32

Appendix 36

1.

Samenvatting





© gemeente Krimpenerwaard

Samenvatting

Aanleiding

De gemeente Krimpenerwaard bestaat bijna 5 jaar en zet in op recreatie en toerisme. Er is een stijging van 16% (2019 t.o.v. 2015) waargenomen in het aantal toeristisch-recreatieve banen. Om deze stijging te handhaven, is het van belang om het recreatieve aanbod te vergroten en sterker te profileren op toerisme met meer diversiteit in de verblijfssector. De doelstelling van de gemeente Krimpenerwaard is om meer bezoeken te genereren en deze bezoekers langer in de gemeente te behouden. De gemeente Krimpenerwaard geeft aan dat dit kan worden gerealiseerd door meer verblijfsaccommodaties te realiseren.

Behoefte-onderzoek overnachtingsmogelijkheden

Right Marktonderzoek heeft voor de gemeente Krimpenerwaard onderzocht of en waar ondernemers in de Krimpenerwaard in willen investeren als het gaat om overnachtingsaccommodaties en waar aandachtspunten liggen.

Steekproef

In het onderzoeksvoorstel is afgesproken 30 interviews uit te voeren. Deze doelstelling en de te benaderen doelgroep zijn in de loop van het onderzoek in verband met de corona uitbraak gewijzigd (zie onderzoeksverantwoording pagina 29). Er zijn in februari t/m april 2020 in totaal 26 ondernemers uit de Krimpenerwaard geïnterviewd, waarvan 19 ondernemers met een verblijfsaccommodatie. Daarnaast zijn 7 ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie geïnterviewd, waarvan bekend is dat zij verblijfsaccommodaties willen ontwikkelen. Het behoefte-onderzoek is uitgevoerd door middel van diepte-interviews via de telefoon of een videoverbinding.



Is groei in de Krimpenerwaard mogelijk?

Bijna alle geïnterviewde ondernemers zijn ervan overtuigt dat groei in de Krimpenerwaard mogelijk is. Zowel de groei van het aantal verblijfstoeristen als ook groei van het aantal verblijfsaccommodaties. Groei is volgens de ondernemers vooral mogelijk als:

1. de Krimpenerwaard aantrekkelijker wordt voor verblijfstoeristen door meer activiteiten en evenementen te organiseren en hiervoor voldoende promotie te maken;
2. de gemeente een duidelijke visie betreft het toerisme ontwikkelt en het beleid hierop afstemt. Dit betekent dat er afwegingen moeten worden gemaakt in het stimuleren van toerisme, het behoud van het landschap en de wensen van inwoners;
3. de gemeente Krimpenerwaard zich inzet voor meer samenwerking op het gebied van promotie tussen de gemeente Krimpenerwaard, organisaties die zich inzetten voor de promotie van de Krimpenerwaard en ondernemers;
4. de gemeente Krimpenerwaard, Rijkswaterstaat, Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden, Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard, et cetera, belemmerende en vertragende regel- en wetgeving verminderen of afschaffen.

Waarom is groei in de Krimpenerwaard mogelijk?

Groei van het toerisme het aantal verblijfsaccommodaties is volgens de ondernemers mogelijk omdat de Krimpenerwaard aantrekkelijk is voor dag- en verblijfstoeristen.
Dit omdat de Krimpenerwaard:

- een mooie, groene en landelijke omgeving is met kleine rustige dorpen
- een rustig gebied is waar gefietst en gewandeld kan worden
- enkele musea en bezienswaardigheden biedt
- snel bereikbaar is vanuit grote steden zoals Rotterdam, Gouda en Utrecht
- door de ligging een ideale uitvalbasis is voor uitstapjes naar attracties en bezienswaardigheden in de Randstad.



Willen ondernemers uit de Krimpenerwaard investeren in overnachtingsaccommodaties in de Krimpenerwaard?

Gekeken naar ondernemers met een verblijfsaccommodatie zijn het met name ondernemers met een camping, groepsaccommodatie of vakantiehuisje die plannen hebben (gehad) om te investeren in meer overnachtingsmogelijkheden in de Krimpenerwaard. Het gaat hierbij met name om:

- uitbreiding van een camping
- aanbieden van (meer) vakantiehuisjes
- uitbreiding van een groepsaccommodatie
- herbestemming woning naar recreatiewoning.

De geïnterviewde ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie zijn specifiek gevraagd om aan het onderzoek deel te nemen, omdat zij bij de gemeente Krimpenerwaard hebben aangegeven plannen te hebben om in de in de Krimpenerwaard overnachtingsmogelijkheden te ontwikkelen. Gesteld kan worden dat het om zeer diverse plannen gaat waarbij ook het aantal overnachtingsplekken enorm varieert. Genoemd zijn:

- het ontwikkelen van verblijfsaccommodaties die nog niet in de Krimpenerwaard aanwezig zijn, specifiek voor op het water of in de natuur
- het ontwikkelen van een recreatiepark
- het verbouwen van oude woningen of voormalig industriële gebouwen tot een verblijfsaccommodatie
- het ontwikkelen van kampeerplekken in de natuur
- het creëren van zogenaamde camperplekken, voorzien van faciliteiten.



Hoe groot is de kans dat er binnen nu en vijf jaar zal worden geïnvesteerd in uitbreiding?

De kans dat ondernemers met een verblijfsaccommodatie binnen nu en vijf jaar gaan investeren is klein; van de 19 geïnterviewden hebben drie ondernemers aangegeven dat de kans (redelijk) groot is. Met name eigenaren van een B&B hebben geen plannen om te investeren in uitbreiding; zij zijn tevreden over het huidige aantal bedden.

Ondernemers die plannen hebben om uit te breiden hebben de volgende belemmeringen genoemd:

1. het ontbreekt aan financiële middelen om plannen te realiseren, of men is van mening dat het financiële risico te groot is
2. de ondernemer loopt tegen regels en wetgeving aan waardoor het niet mogelijk is om plannen te realiseren
3. ondernemers worden geconfronteerd met (niet financiële) beperkingen waardoor een gewenste uitbreiding niet mogelijk is.

De kans dat de ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie plannen binnen nu en vijf jaar gaan realiseren is redelijk groot. De ondernemers zijn positief over de mogelijke realisatie van hun plannen. Als zij belemmeringen ervaren, dan zijn dit regels en wetgeving waardoor de realisatie kan vertragen.



Wat voor verblijfsaccommodaties passen volgens de ondernemers bij de Krimpenerwaard?

Ondernemers met een verblijfsaccommodatie zijn van mening dat vooral kleinere verblijfsaccommodaties, die passen bij de landelijke en groene omgeving van de Krimpenerwaard, erg geschikt zijn. De volgende typen verblijfsaccommodaties zijn genoemd:

- B&B's
- kleinschalige hotels
- accommodaties op/bij boerderijen
- kleinschalige campings.

Volgens ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie kan het bestaande aanbod worden aangevuld met unieke verblijfsaccommodaties die passen bij het groene en waterrijke landschap zoals:

- water- en/of eco-lodges
- een hotelboot
- accommodaties in de natuur zoals boomhutten of safaritenten
- accommodaties in of rondom historische gebouwen en boerderijen.



Kansen, bedreigingen en aanbevelingen

De ondernemers zien kansen, het aantal toeristen en verblijfsaccommodaties kan groeien.

- De Krimpenerwaard is een mooi, groen en typisch Hollands polderlandschap, waar toeristen rust vinden en kunnen fietsen en wandelen. De ligging van de Krimpenerwaard is ideaal. Het is een groene oase waar vanuit de Randstad en populaire bestemmingen buiten de Krimpenerwaard gemakkelijk te bereiken zijn. Als dit meer wordt gepromoot, zal de vraag naar overnachtingsmogelijkheden stijgen.
- Ondernemers zien kansen in het aanbieden van typen verblijfsaccommodaties die nu nog niet in de Krimpenerwaard worden aangeboden.
- Het aantal buitenlandse toeristen en arbeidsmigranten die een verblijfsaccommodatie in de Krimpenerwaard zoekt stijgt.

De ondernemers zien ook bedreigingen die de groei van het aantal verblijfsaccommodaties in de weg kunnen staan.

- Het ontbreekt bij de gemeente Krimpenerwaard aan zichtbare visie en beleid, wat een belemmering kan zijn voor de groei van het aantal toeristen en verblijfsaccommodaties.
- Er wordt onvoldoende samengewerkt tussen de gemeente Krimpenerwaard, de ondernemers in de Krimpenerwaard en de instellingen die zich inzetten voor promotie van de Krimpenerwaard.
- Regel- en wetgeving vanuit de gemeente Krimpenerwaard en Rijkswaterstaat kan de groei van zowel toerisme als verblijfsaccommodaties in de weg staan.
- De Krimpenerwaard biedt in het algemeen te weinig activiteiten en evenementen voor toeristen, dit belemmert groei van het toerisme.
- Op zondagen zijn in de Krimpenerwaard veelal winkels en horecagelegenheden gesloten, wat de Krimpenerwaard in mindere mate aantrekkelijk maakt.

De ondernemers hebben de volgende aanbevelingen voor de gemeente:

- Creëer een aanspreekpunt voor ondersteuning en promotie.
- Neem als gemeente een leidende rol bij het creëren van meer samenwerking tussen de gemeente Krimpenerwaard, de ondernemers en de instellingen die zich inzetten voor promotie van de Krimpenerwaard onder de verschillende (potentiele) doelgroepen.
- Groei kan worden gerealiseerd als de gemeente meer visie ontwikkelt en keuzes maakt betreft waar de nadruk van het beleid op moet liggen. Ondernemers hebben het gevoel dat de gemeente Krimpenerwaard het als lastig ervaart om een beleid te voeren dat enerzijds de economie en het toerisme stimuleert en anderzijds het aanzien (karakter), de rust en de natuur van de Krimpenerwaard beschermt en ook voldoende rekening houdt met wensen van inwoners van de Krimpenerwaard die bijvoorbeeld waarde hechten aan zondagsrust.

2.

Onderzoeksresultaat



2.1 Beeld Krimpenerwaard

De ondernemers in de Krimpenerwaard hebben in het algemeen een positief beeld van de Krimpenerwaard. Het is een mooi, poldergebied met veel groen en water en het landschap is in dit kader ook ouderwets Hollands genoemd.

"Het landschap is prachtig. Een echte oudhollandse polder. Heel mooi."
"Het is een gebied met veel natuur en rust."

Hoe aantrekkelijkheid is de Krimpenerwaard voor dagtoeristen?

Als gevraagd wordt om de aantrekkelijkheid van de Krimpenerwaard voor dagtoeristen met een rapportcijfer te beoordelen levert dit een gemiddeld rapportcijfer 7,7 op (zie grafiek rechts).

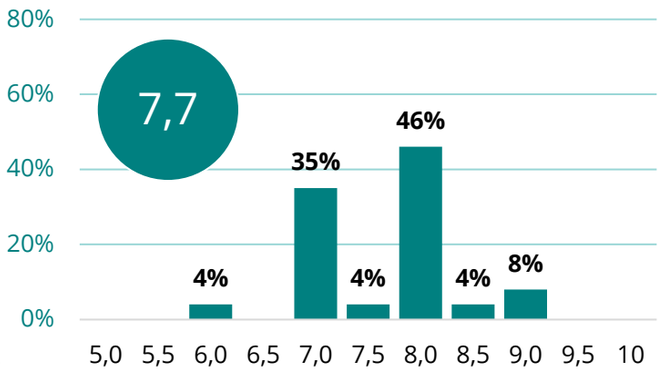
Sterke punten voor dagtoeristen:

- mooie en groene natuur
- rustige omgeving
- veel fiets- en wandelpaden
- enkele musea en bezienswaardigheden (genoemd zijn o.a. het Zilvermuseum en Gemaal de Hooge Boezem)
- mooie, kleine en rustige dorpen zoals Schoonhoven, Lekkerkerk en Ouderkerk aan den IJssel
- door ligging voor dagtoeristen snel te bereiken vanuit grote steden zoals Rotterdam, Gouda en Utrecht.

Gevraagd is wat de Krimpenerwaard mist voor dagtoeristen.

- horeca en fietsverhuur op zon- en feestdagen
- rustpunten voor fietsers met voldoende voorzieningen.

"In sommige plaatsen is alle horeca op zondag gesloten. Je kunt er ook geen fiets huren. Dat is niet meer van deze tijd."
"Er zijn voldoende fietsroutes maar te weinig rustpunten met een bankje, toilet of een mogelijkheid om water te tappen."
"Op sommige plekken kun je op zondag nog geen kop koffie krijgen. Dat maakt het minder aantrekkelijk om er te fietsen."



Zou u een rapportcijfer willen geven voor de aantrekkelijkheid van de Krimpenerwaard voor dagtoeristen?
*(rapportcijfer 1 t/m 10, n=26, **alle** geïnterviewden)*

Hoe aantrekkelijk is de Krimpenerwaard voor verblijfstoeristen?

Als gevraagd wordt om de aantrekkelijkheid van de Krimpenerwaard voor verblijfstoeristen met een rapportcijfer te beoordelen levert dit een gemiddeld rapportcijfer 7,2 op (zie grafiek rechts). Een meerderheid van de ondernemers is van mening dat de Krimpenerwaard aantrekkelijker is voor dagtoeristen dan voor verblijfstoeristen. De aantrekkelijkheid is sterk afhankelijk van het type toerist, dit wordt hierna beschreven.

Ouderen

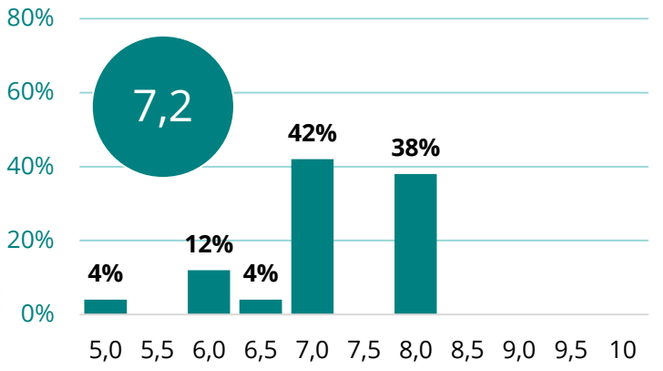
De Krimpenerwaard is voor oudere verblijfstoeristen als een aantrekkelijk gebied omschreven. Volgens de ondernemers zoeken ouderen die meerdere dagen in de Krimpenerwaard verblijven vooral natuur en rust. Binnen de Krimpenerwaard gaan ouderen wandelen en fietsen waarbij ze verschillende dorpen, markten en musea bezoeken. Wat oudere verblijfstoeristen volgens de ondernemers missen in de Krimpenerwaard zijn met name rustpunten in wandel- en fietsroutes en de beschikbaarheid van horeca en fietsverhuur op zondagen.

"Ik heb jaarlijks terugkerende oudere gasten in mijn B&B. Ze vinden het heerlijk om hier te fietsen en van de rust te genieten."

Gezinnen met kinderen

Voor gezinnen met kinderen heeft de Krimpenerwaard volgens de ondernemers onvoldoende faciliteiten om echt aantrekkelijk te zijn. Genoemd is dat er onvoldoende speelgelegenheden (o.a. speeltuinen, een klimparcours, een indoor speeltuin) voor kinderen zijn en ook onvoldoende gezins- en kinderactiviteiten zoals speurtochten, workshops gericht op kinderen en rondleidingen in de natuur. De ondernemers ervaren dat gezinnen met kinderen die enkele dagen in de Krimpenerwaard verblijven veel tijd buiten de Krimpenerwaard vertoeven. Ze bezoeken buiten de Krimpenerwaard musea, pretparken of gaan naar het strand.

"Echt aantrekkelijk is het hier niet voor gezinnen met kinderen. Ze rijden of fietsen 1 dag door de Krimpenerwaard en ondernemen daarna met name activiteiten buiten onze regio."



Zou u een rapportcijfer willen geven voor de aantrekkelijkheid van de Krimpenerwaard voor verblijftoeristen?
*(rapportcijfer 1 t/m 10, n=26, **alle** geïnterviewden)*

Buitenlandse toeristen

Genoemd is dat verblijfstoeristen uit het buitenland graag voor de Krimpenerwaard kiezen omdat het een rustige, landelijke omgeving is dichtbij steden en bezienswaardigheden die zij willen bezoeken. Vooral buitenlandse toeristen die in een typisch Hollandse omgeving willen verblijven, bij voorkeur de rust zoeken van een niet-stedelijk gebied, verblijven graag in de Krimpenerwaard en vinden anderhalf uur autorijden naar Amsterdam of een andere populaire trekpleister geen enkel probleem.

Volgens de ondernemers bezoeken buitenlandse toeristen met name de volgende populaire bestemmingen buiten de Krimpenerwaard:

- Steden als Gouda, Delft en Amsterdam
- De Bollenstreek
- Kinderdijk
- bekende pretparken, het strand en musea.

"Als buitenlandse toeristen een kamer boeken vragen ze met name hoe ver het is naar bijvoorbeeld Amsterdam en de bollenstreek en of je bij mij gratis kunt parkeren."
"De Krimpenerwaard is ideaal voor buitenlandse toeristen. Ze slapen hier in alle rust, worden wakker met een prachtig uitzicht en kunnen binnen anderhalf uur rijden heel Nederland bezoeken."
"Als ze met kinderen op vakantie zijn bezoeken ze pretparken en musea en gaan ook wel een dagje naar het strand. Ze kijken vaak heel anders tegen afstanden aan."

Arbeidsmigranten

Enkele ondernemers hebben aangegeven dat zij niet zozeer verblijfstoeristen maar arbeidsmigranten huisvesten. De Krimpenerwaard is voor arbeidsmigranten uit praktisch oogpunt een goede locatie om te verblijven. Het gaat veelal om arbeidsmigranten die tijdelijk werken in de provincies Utrecht, Noord- of Zuid-Holland hebben. De Krimpenerwaard ligt binnen anderhalf uur rijden van steden als Rotterdam, Utrecht, Den Haag en Amsterdam. Ondernemers met een verblijfsaccommodatie waar arbeidsmigranten verblijven ervaren dat het aantal overnachtingen van arbeiders uit andere landen stijgt.

"Er komen in onze B&B steeds meer arbeidsmigranten die tijdelijk in bijvoorbeeld Rotterdam of Delft werken. Voor deze arbeiders is de Krimpenerwaard vooral door de centrale ligging dichtbij de Randstad erg aantrekkelijk."

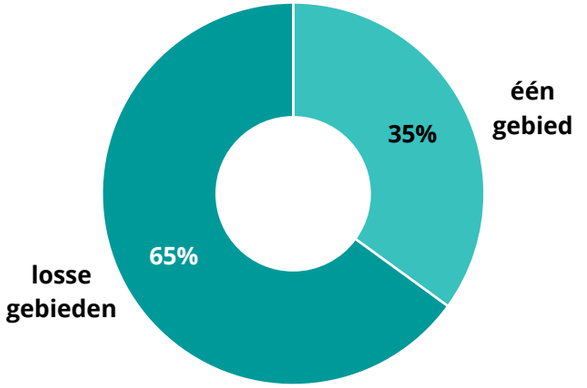
Is de Krimpenerwaard één gebied of zijn het op zichzelf staande gebieden en plaatsen?

Aan de ondernemers is gevraagd of zij de Krimpenerwaard als één gebied beschouwen of als allemaal losse, op zichzelf staande gebieden. Het merendeel van de ondernemers (65%) beschouwt de Krimpenerwaard als op zichzelf staande gebieden. Genoemd is dat de 'fusie' nog 'jong' is en dat de gebieden nog tot elkaar moeten groeien. Bovendien, aldus de ondernemers, heeft iedere plaats in de Krimpenerwaard een duidelijke eigen cultuur. De meeste ondernemers promoten met name hun eigen locatie, plaats en omgeving. De belangrijkste reden hiervoor is dat men logischerwijs ook de meeste kennis over de eigen locatie en omgeving heeft en hier ook een economisch belang bij heeft.

"Ik ken ondernemers in Schoonhoven, ken de restaurants, ken de omgeving goed en promoot Schoonhoven uiteraard onder toeristen. Met bijvoorbeeld Lekkerkerk heb ik niets. Ik ken daar geen winkels of restaurants."
"Als hier nieuwe toeristen komen zeg ik niet welkom in de Krimpenerwaard. Ik zeg welkom in Ouderkerk aan den IJssel. Dat is historisch zo gegroeid."

De ondernemers zien wel degelijk voordelen in meer kennis over elkaars gebied en activiteiten en staan welwillend tegenover meer regionale samenwerking. Aangegeven is dat de gemeente Krimpenerwaard hier een leidende en verbindende rol in zou kunnen spelen.

"Het is wel goed om meer regionaal af te stemmen. Zeker qua activiteiten, omdat we anders de bezoekers bij elkaar wegtrekken."
"Als je de agenda's voor horeca en activiteiten meer afstemt, heeft elke ondernemer er profijt van."



Beschouwt u de Krimpenerwaard als één gebied of als allemaal losse, op zichzelf staande gebieden en plaatsen?
*(n=26, **alle** geïnterviewden)*

2.2 Promotie Krimpenerwaard

De ondernemers met een verblijfsaccommodatie promoten op de eerste plaats hun eigen gebied en plaats (binnen de Krimpenerwaard). Daarnaast worden zowel spontaan of desgevraagd ook locaties of activiteiten buiten de Krimpenerwaard gepromoot. Het gaat hierbij om promotie van bijvoorbeeld bezienswaardigheden, activiteiten, wandel- en fietsroutes, evenementen, musea maar ook specifieke winkels en restaurants.

"Ik vertel ze hoe mooi het hier in de directe omgeving van onze accommodatie is, maar geef ook tips over activiteiten en bezienswaardigheden binnen een uur afstand."
"Ik zie mijzelf als een gastvrouw van Schoonhoven en omgeving."
"Het is goed om de lokale middenstand te helpen, dus ik geef ook tips over leuke winkels en goede restaurants bij ons in de omgeving."

De informatie die soms spontaan of soms omdat er om wordt gevraagd wordt gegeven, wordt afgestemd op het type toerist en zijn of haar behoefte.

"Aan een ouder stel die met name willen fietsen, beschrijf ik vooral de mooie omgeving en fietsroutes. Als men juist verder weg Nederland in wil, geef ik geheel andere informatie."

De ondernemers zien zichzelf met name als promotor van het gebied waarin de accommodatie zich bevindt, en niet zozeer als promotor van de Krimpenerwaard. Dit hangt enerzijds nauw samen met dat de Krimpenerwaard in mindere mate als één gebied wordt ervaren, maar anderzijds ook met de kennis die men met name over het eigen gebied heeft.

Genoemd is dat het steeds vaker voorkomt dat het helemaal niet nodig is om een museum of andere toeristische attractie te promoten. De ondernemers met een verblijfsaccommodatie ervaren dat toeristen zich steeds beter op hun korte of langere verblijf in de Krimpenerwaard voorbereiden. Ze zoeken vooraf informatie op internet en weten vaak al precies welke locaties, winkels of evenementen ze willen bezoeken.

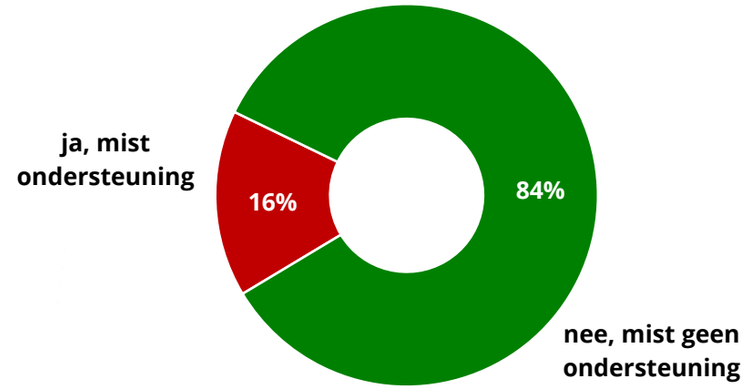
"De tijd dat ik uitgebreid informatie verstrekte over musea en mooie locaties is voorbij. De toeristen weten het soms beter dan ik."
"Vooral ouderen bereiden zich steeds meer voor. Ze hebben al van alles geprint en hebben fietskaarten gekocht. Ik heb wel folders, maar die raak ik nauwelijks nog kwijt."

Hebben de ondernemers behoefte aan ondersteuning en promotiemateriaal?

De ondernemers gebruiken promotiemateriaal om locaties, activiteiten en evenementen te promoten. Het gaat hierbij met name om geprint promotiemateriaal zoals folders. Omdat toeristen zich steeds beter voorbereiden op hun vakantie, wordt geprint promotiemateriaal steeds minder door toeristen gepakt en gebruikt. Een ruime meerderheid van de ondernemers mist geen ondersteuning of promotiemateriaal. Als ondernemers promotiemateriaal nodig hebben wordt het gezocht en aangevraagd. Enkele ondernemers hebben aangegeven dat bijvoorbeeld musea, horecagelegenheden en organisatoren van evenementen wel eens folders of ander promotiemateriaal verstrekken. Maar dit gebeurt in steeds mindere mate. Hotels en campings ontvangen relatief vaker ongevraagd promotiemateriaal dan B&B's of groepsaccommodaties.

"Eén keer in de zoveel tijd ontvang ik folders van musea en attracties en ook visitekaartjes van bijvoorbeeld kleine winkeliers. Dat is prima, ik heb ook echt niet meer nodig."

"Ik heb nog nooit iets ontvangen. Ik weet eigenlijk ook niet waar ik het moet aanvragen."



Mist u ondersteuning of promotiemateriaal om de Krimpenerwaard te promoten?
*(n=19, geïnterviewden **met** verblijfsaccommodatie)*

2.3 Doelgroep

Ongeveer de helft van de ondernemers met een verblijfsaccommodatie richt zich bewust op een specifieke doelgroep, de andere helft van de ondernemers doet dit niet. Groepsaccommodaties en B&B's richten zich relatief vaker op een specifieke doelgroep, hotels en campings doen dit in mindere mate. Als een ondernemer zich richt op een specifieke doelgroep dan gebeurt dit op de eerste plaats door de accommodatie 'aantrekkelijk' te maken voor een specifieke doelgroep en informatie en foto's te communiceren via de eigen website of op websites waarbij men is aangesloten (zoals booking.com of bedandbreakfast.nl). De ene ondernemer plaatst speeltoestellen voor kinderen om hiermee een verblijf voor gezinnen aantrekkelijker te maken, terwijl een andere ondernemer er voor kiest om bewust kleine kamers aan te bieden die geschikt zijn voor ouderen. Het komt ook voor dat ondernemers die zich niet specifiek richten op bepaalde doelgroepen, wel vaker door een specifieke doelgroep bezocht worden.

"Ik richt me niet specifiek op een doelgroep. Maar er komen veelal ouderen bij ons. Ik denk dat ouderen zich aangetrokken voelen door de ligging en hoe mijn B&B eruit ziet."

Wie zijn de verblijfstoeristen die verblijfsaccommodaties in de Krimpenerwaard boeken?

Hotels

Gedurende werkdagen worden de hotels met name bezocht door zakelijke bezoekers en in het weekend door particulieren (merendeel ouderen).

B&B's

De B&B's trekken zeer verschillende verblijfstoeristen aan. Het zijn zowel ouderen, gezinnen, buitenlandse toeristen als ook arbeidsmigranten.

Vakantiehuisjes

Vakantiehuisjes worden gebruikt door ouderen en gezinnen, maar steeds vaker ook door mensen die i.v.m. werk, nieuwbouw of scheiding een tijdelijke woning zoeken.

Campings

Op de campings verblijven allerlei doelgroepen. De nadruk ligt op gezinnen en ouderen.

Jachthavens

Verblijfstoeristen die in de jachthavens verblijven zijn met name ouderen. In mindere mate ook groepen en gezinnen.

Groepsaccommodaties

De groepsaccommodaties in de Krimpenerwaard worden uiteraard door groepen geboekt. Dit zijn veelal gezinnen/families, maar ook groepen bijvoorbeeld in verband met een teamuitje.

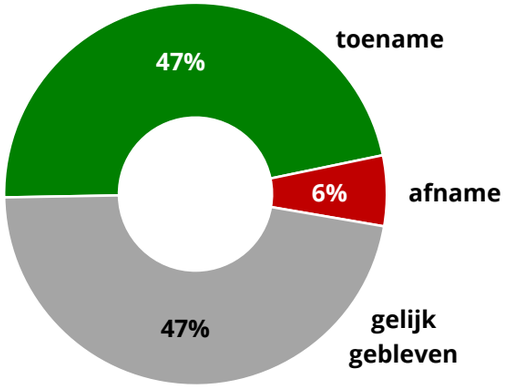
Neemt het aantal verblijfstoeristen bij de accommodaties af of neemt het toe?

Van de ondernemers met een verblijfsaccommodatie heeft bijna de helft (47%) de afgelopen drie jaar een stijging in het aantal verblijfstoeristen ervaren. Bij een gelijk aantal ondernemers is het aantal verblijfstoeristen in die periode gelijk gebleven, slechts enkele ondernemers hebben een afname geconstateerd. De ondernemers vinden het lastig om de stijging in een percentage uit te drukken, maar wel ervaart men met name een stijging in het hoogseizoen.

"We zaten de afgelopen jaren in het hoogseizoen altijd vol. Dat is wel eens anders geweest."
"Ik zou er in het hoogseizoen wel een kamer bij kunnen hebben. Het loopt heel goed."

Ondernemers die een stijging ervaren, denken dat dit met name wordt veroorzaakt door investeringen die zij zelf hebben gedaan in meer promotie (vermeldingen van accommodatie op diverse websites) en investeringen in de vernieuwing van de accommodatie en faciliteiten. Vooral de ondernemers met een B&B of vakantiehuis zien een toename van toeristen uit het buitenland, arbeidsmigranten en mensen die een tijdelijke woning zoeken. Het voordeel hiervan is dat dit buiten het hoogseizoen voor meer boekingen zorgt.

"Er komen sinds enkele jaren steeds vaker mensen uit andere landen die hier tijdelijk werken. Dat zijn geen verblijfstoeristen, maar ze zijn wel een belangrijke bron van inkomsten voor ons."
"Ons vakantiehuis is bijna het hele jaar geboekt. Het zijn vooral mensen die gedurende een langere periode huisvesting zoeken in verband met verkoop van de eigen woning of door een scheiding."

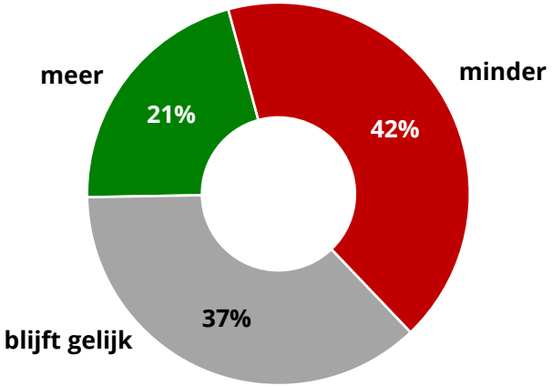


Als u kijkt naar het aantal verblijfstoeristen bij uw accommodatie(s) in de afgelopen drie jaar, is er dan sprake van een afname of toename?
*(n=19, geïnterviewden **met** verblijfsaccommodatie)*

Wat zijn de toekomstverwachtingen betreft het aantal verblijfstoeristen?

Gevraagd naar hoe men naar de toekomst kijkt hebben de ondernemers aangegeven dat de toekomstverwachtingen door de corona uitbraak zijn bijgesteld. Gesteld kan worden dat de ondernemers sinds de corona uitbraak pessimistischer zijn. Ruim twee vijfde van de ondernemers (42%) met een verblijfsaccommodatie verwacht in de toekomst minder verblijfstoeristen.

"Begin dit jaar was ik ingesteld op dezelfde groei als het afgelopen jaar, maar door de corona crisis is dat veranderd."
"Geen idee hoe het verder gaat, maar dat is voor alle ondernemers nu het geval. Ik hoop dat het aantal verblijfstoeristen gelijk blijft."



Hoe kijkt u naar de toekomst? Verwacht u juist meer of minder verblijfstoeristen?
*(n=19, geïnterviewden **met** verblijfsaccommodatie)*

Wat zijn nieuwe doelgroepen voor de Krimpenerwaard?

Aan de ondernemers is gevraagd wat nieuwe doelgroepen voor de Krimpenerwaard zouden kunnen zijn. Zoals eerder genoemd in deze rapportage ervaren meerdere ondernemers een stijging in het aantal buitenlandse toeristen, arbeidsmigranten maar ook mensen die i.v.m. werk, nieuwbouw of scheiding een tijdelijke woning zoeken. Arbeidsmigranten en mensen die een tijdelijke woning zoeken zijn dan wel geen verblijfstoeristen, maar volgens de ondernemers wel zeer interessante doelgroepen.

"Dat zijn natuurlijk geen toeristen, maar ze zijn voor mij een belangrijke inkomstenbron. En ze besteden ook geld in onze regio."

Daarnaast denken de ondernemers dat nieuwe doelgroepen van de Krimpenerwaard met name gevonden kunnen worden in Nederlanders die houden van natuur, rust en een landelijke omgeving maar ook graag dicht in de buurt van de Randstad, grote steden en bekende bezienswaardigheden willen verblijven.

"Het zijn niet zozeer gezinnen of specifiek ouderen, maar Nederlanders die in een mooie en landelijke omgeving willen verblijven, dichtbij alle leuke uitjes in de Randstad."
"Steeds meer toeristen willen een dagje naar Amsterdam. Dat kan prima vanuit de Krimpenerwaard."

2.4 Overnachtingsmogelijkheden

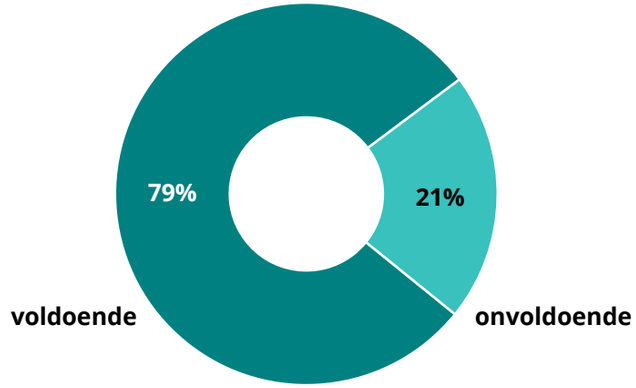
Zijn er voldoende overnachtingsmogelijkheden in de Krimpenerwaard?

Meer dan driekwart van de ondernemers (79%) met een verblijfsaccommodatie vindt het aantal overnachtingsmogelijkheden in de Krimpenerwaard voldoende. Met name de ondernemers met een B&B zijn van mening dat er zowel voldoende B&B's als andere soorten verblijfsaccommodaties in de Krimpenerwaard zijn.

"Het lijkt mij dat er ruim voldoende mogelijkheden zijn om in onze regio te overnachten. Vooral het aantal B&B's is de afgelopen 5 jaar enorm toegenomen."

Logischerwijs denken de ondernemers die nog niet over een verblijfsaccommodatie in de Krimpenerwaard beschikken, maar wel willen starten, daar anders over. Al deze geïnterviewde ondernemers zijn van mening dat er ruimte is voor meer verblijfsaccommodaties in de Krimpenerwaard.

"Er is nog ruimte voor meer verblijfsaccommodaties, zeker als het gaat om accommodatie typen die er nog niet zijn."
"Er zijn wel verblijfsaccommodaties, maar niet voldoende. Er is bijvoorbeeld nog geen hotelboot. En er zijn ook geen waterlodges."



Heeft u het idee dat er voldoende accommodaties zijn voor verblijfstoeristen in de Krimpenerwaard?
*(n=19, geïnterviewden **met** verblijfsaccommodatie)*

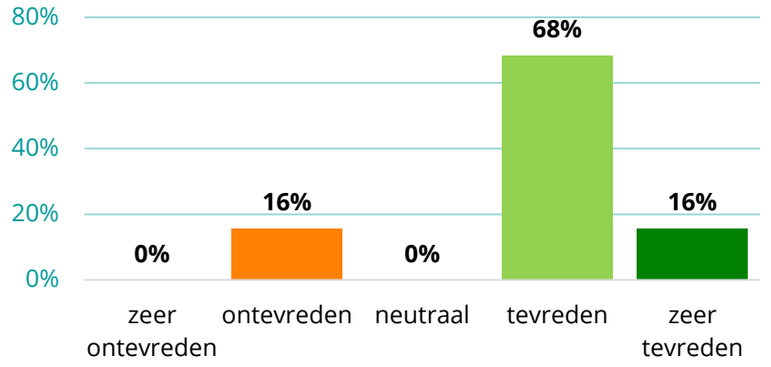
Tevredenheid over de diversiteit van het aanbod.

Als gevraagd wordt of men tevreden is over de diversiteit aan verblijfsaccommodaties, levert dit een soortgelijk beeld op als bij de vraag of er voldoende verblijfsaccommodaties zijn. De ondernemers met een verblijfsaccommodatie zijn in het algemeen tevreden over de diversiteit van het aanbod (zie bovenste grafiek). Zij hebben dit onderbouwt door de verschillende typen verblijfsaccommodaties in de Krimpenerwaard op te sommen.

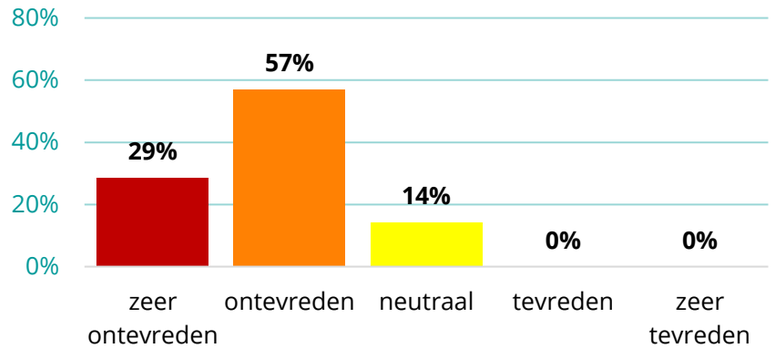
"We hebben hier alles, campings, hotels en B&B's. Geen idee wat we nog meer nodig hebben."

De ondernemers die nog geen verblijfsaccommodatie in de Krimpenerwaard hebben zijn minder tevreden over de diversiteit van het huidige aanbod (zie onderste grafiek). Het huidige aanbod is omschreven als 'niet divers' en als 'te veel van hetzelfde'. De ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie zien vooral kansen in het aanbieden van nieuwe nog ontbrekende soorten verblijfsaccommodaties.

"De diversiteit valt tegen. Er zijn bijvoorbeeld nog nauwelijks plekken voor campers."
"Er zijn wel hotels en campings maar geen waterlodges en woonboten of andere unieke verblijfsaccommodaties."
"Het aanbod is onvoldoende divers. Het is allemaal hetzelfde en niet uniek genoeg."



Mate van tevredenheid over de diversiteit aan accommodaties voor verblijfstoeristen in de Krimpenerwaard.
*(n=19, geïnterviewden **met** verblijfsaccommodatie)*



Mate van tevredenheid over de diversiteit aan accommodaties voor verblijfstoeristen in de Krimpenerwaard.
*(n=7, geïnterviewden **zonder** verblijfsaccommodatie)*

Welke verblijfsaccommodaties passen bij de Krimpenerwaard?

Gevraagd naar wat voor verblijfsaccommodaties bij de Krimpenerwaard passen, geven de ondernemers met een verblijfsaccommodatie aan dat dit vooral B&B's, kleinschalige hotels, accommodaties op/bij boerderijen en kleinschalige campings zijn. De ondernemers denken dat kleinschalige accommodaties passen bij de landelijke en groene omgeving van de Krimpenerwaard.

"Dit is een groen en landelijk gebied met kleine dorpjes. Daar passen ook kleine accommodaties bij. Geen groot resort of iets dergelijks."

De ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie zijn van mening dat naast het bestaande aanbod ook andere en meer unieke verblijfsaccommodaties bij de Krimpenerwaard passen. De meest genoemde zijn waterlodges, een hotelboot, accommodaties in de natuur zoals boomhutten of safaritenten en ook accommodaties in of rondom historische gebouwen en boerderijen.

"Kenmerkend voor de Krimpenerwaard zijn de rivieren en kanalen. Maar er zijn nauwelijks accommodaties op het water."
"Het is nu allemaal een beetje van hetzelfde. Ik denk dat we als Krimpenerwaard iets unieks moeten bieden, iets dat anders dan anders is."

Zowel ondernemers met als zonder verblijfsaccommodatie zijn het erover eens dat met name grootschalige vakantieparken niet bij de Krimpenerwaard passen. Genoemd is dat bijvoorbeeld een grootschalig bungalowpark, wellnessresort of grote camping niet bij het rustige en landelijke karakter van de Krimpenerwaard passen. Grootschalige verblijfsaccommodaties zorgen voor meer bezoekers, maar niet voor meer inkomsten voor de regio. Dit, aldus de ondernemers, omdat bezoekers van dergelijke grootschalige verblijfsaccommodaties vooral gebruik maken van faciliteiten binnen de accommodatie en vaak gedurende het verblijf niet van het park afkomen.

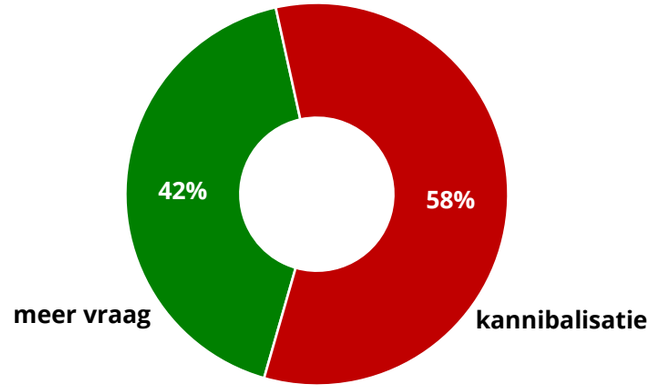
"Het is een rustig, mooi gebied. Daar past een grote sauna of een groot huisjespark niet bij."
"Als ondernemer heb je er niets aan. Gasten van bungalowparken doen hun inkopen op het park en gaan naar de restaurants in het park."

Zorgt een eventuele groei voor kannibalisatie?

De mening zijn verdeeld over of een eventuele groei van het aantal verblijfsaccommodaties zal zorgen voor meer vraag of kannibalisatie. Iets meer dan de helft van de ondernemers (58%) met een verblijfsaccommodatie vreest dat het voor kannibalisatie gaat zorgen. Echter, hierbij hebben ondernemers wel benoemd dat het met name tot kannibalisatie zal leiden als er verblijfsaccommodaties in de Krimpenerwaard komen, die vergelijkbaar zijn met die er al zijn (hotels, B&B's etc.). Ook denken zij dat kannibalisatie ontstaat als er te veel van dezelfde verblijfsaccommodaties bij elkaar komen.

"Ik denk dat als er nog meer hotels en B&B's komen dit gaat leiden tot kannibalisatie."
"Er kan wel wat bij komen als het maar niet allemaal hetzelfde is. Niet 5 extra hotels. En ook niet allemaal dicht bij elkaar."
"De Krimpenerwaard is groot genoeg om typen accommodaties te verspreiden. Daar moet beleid in komen."

De ondernemers zonder verblijfsaccommodatie zijn het unaniem met elkaar eens dat een eventuele groei gaat leiden tot een grotere vraag. Dit zal volgens deze ondernemers met name gebeuren als er nieuwe, in het huidige aanbod ontbrekende, verblijfsaccommodaties worden ontwikkeld.



Zorgt de eventuele groei volgens u voor meer vraag of kannibalisatie?
*(n=19, geïnterviewden **met** verblijfsaccommodatie)*

Hoe kan groei worden gerealiseerd?

Aan alle geïnterviewde ondernemers, dus zowel met als zonder verblijfsaccommodatie in de Krimpenerwaard, is gevraagd hoe groei van het aantal verblijfsaccommodaties kan worden gerealiseerd. Bijna alle geïnterviewde ondernemers zijn van mening dat groei van zowel het aantal verblijfstoeristen en groei van het aantal verblijfsaccommodaties in de Krimpenerwaard, mogelijk is. De ondernemers hebben verschillende meningen over hoe groei kan worden gerealiseerd, dit is hieronder samengevat.

1. **De Krimpenerwaard moet aantrekkelijker worden voor verblijfstoeristen.**
   Genoemd is dat de groei van het aantal verblijfsaccommodaties alleen kan worden gerealiseerd als de Krimpenerwaard aantrekkelijker wordt voor verblijfstoeristen. Dit door bijvoorbeeld meer activiteiten en evenementen te organiseren (zie ook 'Aantrekkelijkheid voor verblijfstoeristen', pagina 12) en hiervoor voldoende promotie te maken. Als ondernemers ervaren dat de vraag naar overnachtingsmogelijkheden stijgt zal het animo voor het starten en uitbreiden van verblijfsaccommodaties groter worden.

   "Een groei aan verblijfsaccommodaties kan worden gerealiseerd als er meer vraag komt. Het is niet alleen een kwestie van meer aanbod creëren."
   "Het begint bij meer toerisme. Als wij een aantrekkelijk gebied zijn komen er meer toeristen, wat zal leiden tot meer vraag aan overnachtingsmogelijkheden."

2. **Ontwikkel als gemeente meer visie en maak duidelijke keuzes.**
   Enkele ondernemers zijn van mening dat groei alleen kan worden gerealiseerd als de gemeente meer visie ontwikkelt en er keuzes worden gemaakt betreft waar de nadruk van het beleid op moet liggen. Ondernemers hebben het gevoel dat de gemeente Krimpenerwaard het als lastig ervaart om een beleid te voeren dat enerzijds de economie en het toerisme stimuleert en anderzijds het aanzien (karakter), de rust en de natuur van de Krimpenerwaard beschermt en ook voldoende rekening houdt met wensen van inwoners van de Krimpenerwaard die bijvoorbeeld waarde hechten aan zondagsrust.

   "Wat heeft prioriteit? Is dat het bouwen van een nieuwe brug, woonwijken en bedrijventerreinen of juist het behoud van het landschap?"
   "Er moeten keuzes worden gemaakt. Wil je meer toeristen en accommodaties dan moeten winkels en horeca op zondag open zijn. Als je dat niet wilt, dan is dat ook een keuze."
   "Christelijke en conservatieve inwoners van de Krimpenerwaard willen op zondag liever niet geconfronteerd worden met toerisme. Dat is prima, maar als de gemeente het toerisme wil bevorderen, dan is dat wel een onderwerp dat moet worden besproken en waarin keuzes moeten worden gemaakt."

3. **Meer samenwerking op het gebied van promotie.**
Meer samenwerking op het gebied van promotie zal leiden tot groei. Volgens de ondernemers is er onvoldoende samenwerking op het gebied van promotie voor de Krimpenerwaard. Hierdoor wordt de Krimpenerwaard niet eenduidig en onvoldoende gepromoot wat de groei van het verblijfstoerisme belemmert. Genoemd is dat er een wildgroei is ontstaan aan websites en organisaties die promotie maken voor de Krimpenerwaard of specifieke plaatsen binnen de gemeente. Voorbeelden hiervan zijn indekrimpenerwaard.nl, groenehart.nl en inschoonhoven.nl. De ondernemers zijn van mening dat ook het aantal organisaties dat zich voor de promotie inzet onoverzichtelijk is. Genoemde voorbeelden: Krimpenerwaard Marketing, Schoonhoven Partners en Krimpenerwaard Partners. Er lijkt volgens ondernemers nauwelijks sprake van samenwerking te zijn. De ondernemers denken dat als er één visie en één aanspreekpunt is, dit ten goede zal komen van de groei.

"Er zijn veel websites en organisaties. Dat komt omdat wij een fusiegemeente zijn. Maar het maakt het wel heel onoverzichtelijk. Ik zou graag één aanspreekpunt willen."
"Ik ervaar dat er geen samenwerking is als het gaat om promotie. Dit zorgt ervoor dat de promotie van ons gebied heel versnippert is. Dit is uiteraard van invloed op de groei."
"Het zijn allemaal eilandjes, er wordt te weinig samengewerkt. Daardoor komt er te weinig van de grond wat slecht is voor de ambitie om te groeien."

4. **Minder belemmerende en vertragende regel- en wetgeving.**
Aan de ondernemers is voorgelegd dat de gemeente Krimpenerwaard de ambitie heeft om de groei van overnachtingsmogelijkheden te stimuleren. Een deel van de ondernemers ervaart echter dat regel- en wetgeving vanuit de gemeente Krimpenerwaard en Rijkswaterstaat de groei van zowel toerisme als verblijfsaccommodaties in de weg staat. Ondernemers hebben bijvoorbeeld aangegeven op een specifieke locatie te willen starten of uitbreiden, maar dat dit door regel- en wetgeving wordt vertraagd of onmogelijk is.
"Het is met name de regelgeving van de gemeente Krimpenerwaard die mij in de weg staat. Ik wil heel graag uitbreiden, maar het is een lang traject."
"De gemeente moet soepeler omgaan met ideeën van ondernemers."
"Ik wilde uitbreiden maar het traject om een vergunning te krijgen duurde zo ontzettend lang dat wij het hebben opgegeven."

Meerdere ondernemers hebben in het kader van regel- en wetgeving aangegeven dat ook de door de gemeente Krimpenerwaard verhoogde toeristenbelasting een belemmerende factor voor groei is.
"Dat was echt schrikken. Ik heb bijvoorbeeld vaste gasten die elk jaar met z'n vieren drie weken bij mij verblijven. Dat is nu opeens een enorm totaalbedrag aan toeristenbelasting."
"Ik heb de gemeente al op de verhoging aangesproken. Door de verhoging waren gasten die al hadden geboekt behoorlijk boos. Er zijn boekingen geannuleerd."

2.5 Inventarisatie plannen

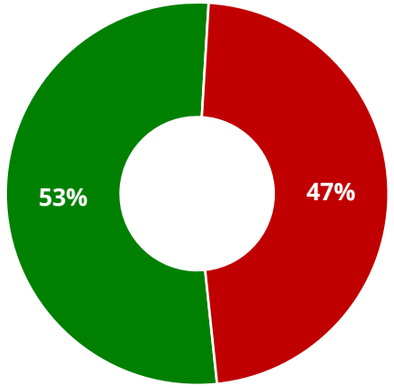
Hebben ondernemers met een verblijfsaccommodatie plannen om uit te breiden?

Meer dan de helft van de ondernemers (53%) met een verblijfsaccommodatie heeft op dit moment plannen, of heeft in het verleden plannen gehad, om te gaan uitbreiden en meer overnachtingsmogelijkheden aan te bieden. De geïnterviewde ondernemers met een camping, groepsaccommodatie of vakantiehuisje hebben allen al eens plannen gehad om te gaan uitbreiden, waarbij het vooral gaat om het uitbreiden van de huidige locatie(s).

"Ik heb zeker wel plannen. Ik wil graag op de huidige locatie uitbreiden."
"Ja ik zou graag willen uitbreiden zodat ik er 8 slaapplekken bij krijg."

De omvang van de uitbreiding is enorm verschillend. Bij de ene ondernemer gaat het om plannen voor het creëren van bijvoorbeeld maximaal 2 overnachtingsplekken, bij een andere ondernemer om 80 overnachtingsplekken. Vooral B&B eigenaren hebben geen uitbreidingsplannen.

"Ik heb deze B&B omdat ik het leuk en gezellig vind. Het is meer een hobby. Uitbreiden gaat niet gebeuren."
"Nee ik heb absoluut geen plannen. De B&B is een extraatje voor ons en een uitbreiding van de woning is ook niet mogelijk."



Heeft u op dit moment plannen, of heeft u in het verleden gehad, om te gaan uitbreiden, om meer overnachtingsmogelijkheden aan te gaan bieden?
*(n=19, geïnterviewden **met** verblijfsaccommodatie)*

Wat zijn de plannen van ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie?

Aan de ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie is gevraagd wat voor plannen zij hebben. Logischerwijs zijn de ondernemers erg terughoudend in het delen van hun plannen en heeft men slechts beperkt informatie hierover gedeeld. Gesteld kan worden dat het om zeer diverse plannen gaat waarbij ook het aantal overnachtingsplekken enorm varieert. Genoemd zijn:

- het ontwikkelen van verblijfsaccommodaties die nog niet in de Krimpenerwaard aanwezig zijn, specifiek voor op het water of in de natuur
- het ontwikkelen van een recreatiepark
- het verbouwen van oude woningen of voormalig industriële gebouwen tot een vakantiehuis
- het ontwikkelen van kampeerplekken in de natuur
- het creëren van zogenaamde camperplekken, voorzien van bepaalde faciliteiten.

Hoe groot is de kans dat ondernemers binnen nu en 5 jaar investeren in uitbreiding?

Ondernemers met een verblijfsaccommodatie

De kans dat ondernemers met een verblijfsaccommodatie binnen nu en 5 jaar gaan investeren in het aanbieden van overnachtingsmogelijkheden is een 3,2 op een schaal van 1 tot 10. Slechts drie van de 19 ondernemers met een verblijfsaccommodatie hebben de kans met een 7 of hoger beoordeeld.

Met name de B&B eigenaren hebben aangegeven dat de kans '0' is, zij willen niet uitbreiden. Zij zijn over het algemeen tevreden over de huidige omvang (aantal bedden) van de B&B.

De ondernemers die van mening zijn dat de kans dat er binnen 5 jaar geïnvesteerd wordt klein is, hebben hiervoor de volgende redenen genoemd:

1. Het ontbreekt aan financiële middelen om plannen te realiseren, of men is van mening dat het risico te groot is.

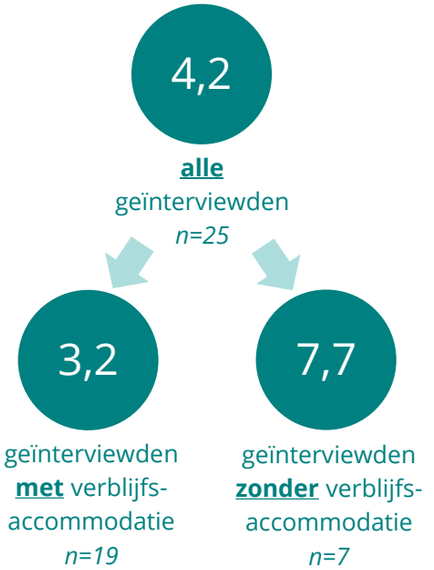
   "De uitbreiding is simpelweg te duur. Het financiële risico is te groot."

2. Ondernemers worden geconfronteerd met regels en wetgeving waardoor het moeilijk is om plannen te realiseren.

   "De kans dat ik mijn plannen realiseer is heel klein. Ik loop tegen allerlei regelgeving aan waardoor ik niet kan uitbreiden."
   "Ik denk niet dat ik mijn plannen ooit kan realiseren, want de regels van Rijkswaterstaat belemmeren de voortgang."

3. Ondernemers worden geconfronteerd met (niet financiële) beperkingen waardoor een gewenste uitbreiding niet mogelijk is.

   "Ik kan niet uitbreiden, want uit onderzoek blijkt dat onze B&B zich daar niet voor leent. Het gebouw is te oud."
   "Het plan is er wel, maar er is geen grond beschikbaar."



Zou u op een schaal van 1 tot 10 willen aangeven hoe groot de kans is dat u binnen nu en 5 jaar gaat investeren in het aanbieden van (meer) overnachtingsmogelijkheden?
(1 = zeer klein/10 = zeer groot)

Ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie

De kans dat de ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie plannen binnen nu en vijf jaar gaat realiseren is groter: een 7,7 op schaal van 1 tot 10. Zij zijn in het algemeen optimistisch over de realisatie van gemaakte plannen.

"Ja, de kans is vrij groot dat het plan doorgaat. Het ligt nu bij de gemeente Krimpenerwaard."
"We hebben al investeerders en het plan is uitgewerkt."

Als zij belemmeringen ervaren dan zijn dit regels en wetgeving waardoor de realisatie vertraagd of onzeker is.

"De gemeente staat mijn plannen enigszins de weg. De gemeente moet soepeler omgaan met wensen van ondernemers."
"Over ons plan wordt binnen de gemeente al behoorlijk gediscussieerd. We zijn afhankelijk van de gemeente of het door zal gaan."



Zou u op een schaal van 1 tot 10 willen aangeven hoe groot de kans is dat u binnen nu en 5 jaar gaat investeren in het aanbieden van (meer) overnachtingsmogelijkheden?
(1 = zeer klein/10 = zeer groot)

2.6 Kennis organisaties

Zijn de ondernemers bekend met organisaties en initiatieven voor ondersteuning en promotie?

Bijna alle geïnterviewde ondernemers zijn bekend met de verschillende organisaties en initiatieven die ondernemers in de Krimpenerwaard kunnen ondersteunen bij eventuele plannen en promotie.

De volgende vier organisaties zijn aan de ondernemers voorgelegd; de Stichting Promotie Krimpenerwaard, Stichting Krimpenerwaard Marketing & Promotie, Stichting Groene Hart en Schoonhoven Partners. Ondanks dat men bekend is met de organisaties, is het niet voor alle ondernemers duidelijk wat de organisaties doen. Dit komt ook, volgens enkele ondernemers, omdat deze organisaties heel onzichtbaar zijn en zichzelf niet genoeg kenbaar maken.

"Ik ken ze vooral van naam, maar ik weet niet precies wat ze behalve promotiemateriaal voor mij als ondernemer kunnen betekenen."
"Ik heb nog nooit iemand van deze organisaties gezien. Zoeken zij ook uit zichzelf contact met ondernemers?"

De ondernemers zouden het prettig vinden als er één aanspreekpunt voor ondersteuning en promotie komt. Genoemd is dat het nu te veel organisaties zijn waardoor het onduidelijk is bij welke organisatie men voor ondersteuning of promotie moet zijn.

"Bundel de organisaties die er zijn, zorg dat er één aanspeekpunt is."

Enkele ondernemers hebben aangegeven dat het lang onrustig is geweest binnen de organisaties voor ondersteuning en promotie. Men hoopt dat de onrust voorbij is en dat er daardoor meer structuur in de samenwerking komt.

"Het heeft lang gerommeld bij de organisaties die zich inzetten voor de promotie. De samenwerking was lastig, nu staat de structuur eindelijk op poten. Het is nu tijd dat ondernemers meer gaan samenwerken, het moet meer gaan bruisen.

2.7 Advies van ondernemers

Aan het einde van het interview is aan de ondernemers gevraagd om één advies te geven aan alle organisaties die zich inzetten voor toerisme in de Krimpenerwaard. De gegeven tips en adviezen zijn hieronder weergegeven.

Adviezen van ondernemers met een verblijfsaccommodatie in de Krimpenerwaard:

"Het belangrijkste advies is dat ik behoefte heb aan één aanspreekpunt. Dit zodat ik bij één organisatie informatie kan krijgen over cijfers omtrent toerisme, budgetten of subsidies die er zijn en of er wellicht nieuw promotiemateriaal of nieuwe promotiemogelijkheden zijn."

"Ik wil graag meer transparantie als het gaat om wat er met de toeristenbelasting gebeurd."

"Voeg alle organisaties voor promotie samen tot één organisatie. Vroeger was er één VVV, dat was veel handiger."

"Ga meer samenwerken met elkaar. De gemeente, promotie-organisaties en de ondernemers moeten meer met elkaar aan tafel gaan zitten en een gezamenlijk promotie-plan opzetten."

"Gemeente ga meer samenwerken met de ondernemers."

"Laten we de koppen bij elkaar steken. De gemeente, de ondernemers en iedereen die zich inzet voor promotie van de Krimpenerwaard."

"We missen in de Krimpenerwaard een toeristisch centrum. Een plek voor zowel toeristen, inwoners als ondernemers. Daardoor komt de promotie niet goed van de grond."

"We hebben in de Krimpenerwaard meer mogelijkheden en activiteiten voor gezinnen met kinderen nodig."

"Ondersteun elkaar als ondernemers. Op mijn website geef ik een tip om naar het Zilvermuseum te gaan, maar op de website van het Zilvermuseum staat niets over de regio vermeld."

"Als we als regio willen groeien hebben we meer toeristen nodig. Dan komen er vanzelf meer verblijfsaccommodaties."

"Het is prima als er meer toeristen en verblijfsaccommodaties komen, maar geen grootschalige parken of complexen. Dat geeft alleen maar overlast en kannibalisatie."

"Meer promotie maken voor de mooie en stille omgeving, dichtbij het stedelijk gebied en allerlei bekende bezienswaardigheden en attracties."

"Praat met ons als ondernemers als er plannen m.b.t. recreatie en toerisme zijn. We horen pas later dat er iets besloten is."

Adviezen van ondernemers zonder een verblijfsaccommodatie in de Krimpenerwaard:

“Betrek ondernemers bij plannen en beleidsveranderingen die van invloed zijn op het toerisme. Richt je vooral op wat op lange termijn goed is voor de regio.”

“Hak sneller knopen door, maak de regelgeving duidelijker zodat plannen sneller afgewezen dan wel goedgekeurd worden. Je wordt nu te veel van het kastje naar de muur gestuurd.”

“Deze regio is groen en mooi maar staat in een slaapstand. Dit komt doordat de gemeente nog jong en zoekende is. Probeer te blijven staan waarvoor je staat.”

“Wees niet stug in regelgeving. Plannen worden nu te snel afgewezen. Dat is in tegenstelling met de ambitie om meer overnachtingsmogelijkheden te creëren.”

3.

Onderzoeksverantwoording



Onderzoeksverantwoording

Aanleiding

De gemeente Krimpenerwaard bestaat bijna 5 jaar en zet in op recreatie en toerisme, want de gemeente heeft op dit gebied veel te bieden. De gemeente Krimpenerwaard heeft een stijging van 16% ervaren in het aantal toeristisch-recreatieve banen. De werkgelegenheid in de sector recreatie en toerisme in de gemeente Krimpenerwaard is tussen 2015 en 2019 met bijna 116 banen toegenomen tot 853 banen (16%). Om deze stijging te handhaven, is het van belang om het recreatieve aanbod te vergroten en sterker te profileren op toerisme met meer diversiteit in de verblijfssector. De doelstelling van de gemeente Krimpenerwaard is om meer bezoekers te genereren en deze bezoekers langer in de gemeente te behouden. De gemeente Krimpenerwaard geeft aan dat dit kan worden gerealiseerd door meer verblijfsaccommodaties te realiseren.

De gemeente Krimpenerwaard heeft in fase 1 door Right Marktonderzoek laten onderzoeken waar partijen in willen investeren als het gaat om overnachtingsaccommodaties en waar aandachtspunten liggen. In fase 2 wordt eventueel een kansenkaart ontwikkeld waarin de locaties nader worden onderzocht.

Doelstelling

De gemeente Krimpenerwaard heeft de doelstelling van dit onderzoek als volgt geformuleerd:

Aan welk soort accommodaties is er behoefte en wat past in het landschap van de Krimpenerwaard? Door middel van interviews worden de behoefte, kansen en aandachtspunten gepeild van projectontwikkelaars, erfeigenaren, campingeigenaren, B&B's en boeren. Het doel is om inzicht te krijgen in waar de behoefte en aandachtspunten liggen.

Doelgroep

De doelgroep wordt gevormd door:

1. ondernemers (ondernemers) binnen de gemeente die beschikken over overnachtingsaccommodaties*****
2. ondernemers binnen de gemeente zonder overnachtingsmogelijkheden maar die dit wel willen gaan aanbieden
3. ondernemers buiten de gemeente die beschikken over overnachtingsaccommodaties (met name partijen met (grootschalige) vakantieparken).

** Bij overnachtingsaccommodaties gaat het onder andere om: hotels, motels, pensions, appartementen, jeugdaccommodaties, B&B's, campings, huisjescomplexen, boerderijen, groepsaccommodaties en (grootschalige) vakantieparken.*

Methode

Het behoefte-onderzoek is uitgevoerd door middel van een kwalitatieve onderzoeksmethode in de vorm van diepte-interviews. Diepte-interviews geven diepgaande informatie doordat er kan worden ingegaan op achterliggende motivaties, meningen, behoeften en triggers. Het uitgangspunt was om face-to-face diepte-interviews af te nemen op een aangekondigde inloopdag in de gemeente Krimpenerwaard en middels diepte-interviews op locatie van de ondernemer. In verband met de corona uitbraak en het bijbehorende veiligheidsbeleid is besloten om de inloopdag te annuleren, geen interviews op locatie af te nemen maar alle interviews via de telefoon of een videoverbinding af te nemen.

Steekproef

In het onderzoeksvoorstel is afgesproken om n=30 diepte-interviews uit te voeren. De gemeente Krimpenerwaard heeft hiervoor de volgende contactgegevens aangeleverd:

1. ondernemers binnen de gemeente die beschikken over overnachtingsaccommodaties: 46 ondernemingen/contactpersonen
2. ondernemers binnen de gemeente zonder overnachtingsmogelijkheden maar die dit wel willen gaan aanbieden: 13 ondernemingen/contactpersonen
3. ondernemers buiten de gemeente die beschikken over overnachtingsaccommodaties: 8 ondernemingen/contactpersonen.

In de loop van het onderzoek zijn de doelgroep en steekproef van het onderzoek in overleg met gemeente Krimpenerwaard gewijzigd. Besloten is om doelgroep 3 (partijen met (grootschalige) vakantieparken) voorlopig niet te benaderen en het onderzoek volledig te richten op partijen binnen de gemeente (doelgroep 1 en 2). Deze wijziging is doorgevoerd in verband met veranderende economische omstandigheden, veroorzaakt door de corona uitbraak.

Voor de steekproef heeft de wijziging tot gevolg gehad dat er in februari t/m april 2020 n=26 interviews zijn afgenomen met ondernemers in de gemeente Krimpenerwaard, waarvan 19 ondernemers met een overnachtingsmogelijkheid en 7 ondernemers zonder overnachtingsmogelijkheid.
Met gemeente Krimpenerwaard is afgesproken om in het najaar van 2020 de resterende 4 interviews af te nemen met organisaties met (grootschalige) vakantieparken gevestigd buiten de gemeentegrenzen van Krimpenerwaard. De resultaten van deze interviews worden separaat gerapporteerd.

	geïnterviewden met verblijfsaccommodatie	geïnterviewden zonder verblijfsaccommodatie
aantal afgenomen interviews	**19**	**7**

Opbouw steekproef

De steekproef van ondernemers met een verblijfsaccommodatie in de Krimpenerwaard is als volgt opgebouwd:

type verblijfsaccommodatie	aantal
hotel	**2**
jachthaven	**3**
bed & breakfast	**8**
camping	**3**
groepsaccommodatie	**2**
vakantiehuis	**3**
totaal	**21***

** In totaal zijn 19 ondernemers met een verblijfsaccommodatie geïnterviewd. Enkele ondernemers beschikken over meer dan 1 type verblijfsaccommodatie, daarom komt het totaal aantal typen verblijfsaccommodaties op 21 uit.*

Rapportage

Deze rapportage laat een beeld zien van de behoefte en verwachtingen van ondernemers tijdens een veranderende economie en markt onder invloed van de corona uitbraak.

Appendix



Aanleiding en onderzoeksopzet

Aanleiding

Deze appendix beschrijft het resultaat van het kwalitatieve onderzoek (diepte-interviews) onder partijen met (grootschalige) vakantieparken die niet gevestigd zijn in de gemeente Krimpenerwaard. Deze doelgroep zou oorspronkelijk tegelijk worden benaderd met de ondernemers binnen de Krimpenerwaard, maar dit is gewijzigd in verband met veranderende economische omstandigheden, veroorzaakt door de corona uitbraak.

Met gemeente Krimpenerwaard is in juli 2020 afgesproken om in het najaar de resterende interviews af te nemen met organisaties met (grootschalige) vakantieparken, gevestigd buiten de gemeentegrenzen van Krimpenerwaard (doelgroep 3). Vanaf november 2020 is contact gelegd met eigenaren van vakantieparken om de bereidheid voor deelname aan een interview te inventariseren.

Resultaat

Ondanks diverse inspanningen bleek de bereidheid voor deelname niet groot te zijn. In december 2020 is het desalniettemin gelukt om drie interviews af te nemen, drie uitgebreide interviews met parkeigenaren die een groot deel van de markt vertegenwoordigen. Daarom geven deze interviews samen een goed beeld van de huidige markt, de aantrekkelijkheid van de Krimpenerwaard en de verwachtingen rondom de rol die de gemeente in het proces kan nemen.
In overleg met Gemeente Krimpenerwaard is besloten om het onderzoek af te ronden en het resultaat te rapporteren.

Rapportage

Deze appendix is een toevoeging aan het rapport ‘behoefte-onderzoek overnachtingsmogelijkheden gemeente Krimpenerwaard (van 6 juli 2020)’ en laat een beeld zien van de behoefte en verwachtingen van vakantieparkeigenaren rondom een eventueel te ontwikkelen vakantiepark in de gemeente Krimpenerwaard.

De markt voor verblijfstoerisme

Gekeken naar de actuele situatie, dan wordt de markt sterk beïnvloed door de coronacrisis; dit heeft ook bij de organisaties van vakantieparken voor onrust en onzekerheid gezorgd. Het jaar 2020 was een jaar vol schommelingen. Tijdens de eerste lockdown waren de vooruitzichten slecht, waarna het na het opheffen van de eerste lockdown zo druk werd dat het aantal boekingen nauwelijks konden worden verwerkt. Er wordt minder naar het buitenland gereisd; vakantie in eigen land lijkt de nieuwe trend of zelfs de maatstaf te worden.

"Vliegen en naar het buitenland gaan wordt nu meer als een risico beschouwd."

"Recreëren helpt bij deze pandemie. Het is gezond. Wij verwachten hierdoor een toename."

Het bezitten van een tweede huis, zowel voor vakantie als belegging, is door de coronacrisis populairder geworden en ook de zogenaamde 'workation' heeft zijn intrede gedaan; een combinatie van werken en vakantie door tijdelijk het thuiswerken te verplaatsen naar een vakantie-accommodatie. Hoe de markt zich op lange termijn gaat ontwikkelen, is onmogelijk te voorspellen, maar men ziet door deze crisis toch structurele kansen.

De markt was overigens al aan het veranderen. Nederlandse verblijfstoeristen zoeken in verband met het steeds instabielere klimaat en behoefte aan meer faciliteiten en mogelijkheden, andere parken en verblijfsaccommodaties dan bijvoorbeeld 10 jaar geleden. Verblijfstoeristen willen bij slecht weer (regen) indoor faciliteiten of een locatie dichtbij mogelijkheden voor een (droog) uitstapje. En juist op warmere dagen is er behoefte aan waterfaciliteiten, zoals een zwembad, meertje of de zee.

Geconstateerd wordt dat Nederlanders meer in eigen land gaan kamperen. Er worden daarom ook steeds vaker parken ontwikkeld met een combinatie van huisjes, mobile homes, tenten en open plekken voor kampeerders met een eigen tent of caravan.

"Recreatie is opeens belangrijker geworden. Zeker in eigen land. En we werken steeds minder dan vijf dagen op kantoor. Dat geeft extra mogelijkheden om er op uit te gaan."



Ontwikkeling

Parkeigenaren hebben vaak een eigen strategie als het gaat om de (her)ontwikkeling van vakantieparken. Hieronder volgen de genoemde voorbeelden.

Nieuwbouw of overname

Enerzijds zijn er parkeigenaren die ervoor kiezen om bestaande parken over te nemen en deze te (her)ontwikkelen, anderzijds zijn er parkeigenaren die bij voorkeur op een stuk grond een geheel nieuw park ontwikkelen. Deze strategieën vragen om een geheel andere benadering. Genoemd is dat de ontwikkeling van een geheel nieuw te bouwen park vaak om een ‘lange adem’ vraagt en tijdintensief is; er komt veel bij kijken.

Verhuren of verkopen

Een ander verschil is of een parkeigenaar er voor kiest om de vakantie-accommodaties in eigendom te houden en vervolgens zelf gaat verhuren, of dat de vakantie-accommodaties worden verkocht (aan particulieren). Dit heeft met name invloed op de omvang en de aanwezige faciliteiten. Vakantieparken met met name huisjes die in het bezit zijn van particulieren zijn veelal kleiner qua omvang en hebben vaak minder faciliteiten. Wanneer de huisjes verkocht worden, is het vaak lastiger om het onderhoud en kwaliteitsniveau van het gehele park op een bepaald gewenst niveau te houden.

Stand-alone of integratie in omgeving

Er worden zogenaamde stand-alone vakantieparken ontwikkeld, als ook vakantieparken die juist vergaand integreren met de directe omgeving van het vakantiepark. Een stand-alone vakantiepark wil de bezoekers bij voorkeur zoveel mogelijk ‘binnen de slagboom’ houden. Dit zijn vakantieparken die beschikken over verschillende recreatie- en horecamogelijkheden, waarmee de ontwikkelkosten logischerwijs aanzienlijk toenemen. De ligging en de directe omgeving van het vakantiepark is in mindere mate van belang.

Als de strategie is om een vakantiepark te ontwikkelen dat integreert met de omgeving, dan is de ligging en de directe omgeving juist heel sterk van belang. Er wordt gekozen voor bijvoorbeeld een locatie dichtbij een dorp met faciliteiten en bij voorkeur een gebied met veel recreatiemogelijkheden, waaronder groen en / of water.



Aantrekkelijkheid gebied

Een gebied is voor de ontwikkeling van een vakantiepark bij uitstek aantrekkelijk als het voldoet aan de volgende voorwaarden:

- de locatie / omgeving is dichtbij de kust of in ieder geval gelegen bij een meer, plas of rivier
- er zijn in de directe omgeving voldoende points of interest (recreatiemogelijkheden zoals water, bos, dorpjes, fietsroutes, musea, pretparken, dierentuinen, klimhallen, speeltuinen etc.)
- er wordt actief promotie gemaakt voor de regio en het aantrekken van verblijfstoeristen
- het gebied is bekend onder buitenlandse toeristen
- er is een relatief hoge dichtheid aan vakantieparken, hotels en campings (actieve concurrentie)
- er zijn regelmatig evenementen en activiteiten
- er is reeds een locatie (of meerdere locaties) beschikbaar voor de aanleg van een vakantiepark
- situationele afhankelijkheid; er wordt gekeken hoe een park het best past in de gehele omliggende situatie.



Voorbeelden

Als voorbeelden van gebieden waar op een succesvolle manier aan gebiedspromotie is gedaan, zijn onder andere Apeldoorn en Noordwijk genoemd. Twee verschillende gebieden (qua omgeving en locatie), maar beiden aantrekkelijk om er een vakantiepark over te nemen of een nieuw vakantiepark te starten.

Noordwijk

Noordwijk biedt op de eerste plaats de Nederlandse kust met mooie stranden. Het ligt dichtbij allerlei toeristische attracties en het is zowel onder Nederlandse als buitenlandse dagjesmensen en verblijfstoeristen een bekend gebied. Noordwijk Marketing is genoemd als een heel goed voorbeeld van een organisatie die veel promotie voor de omgeving maakt en zich actief richt op het aantrekken van (meer) toeristen (zie www.noordwijk.info).

"Noordwijk Marketing zorgt voor een toestroom van toeristen. Zij maken van het gebied een beleving."

De Veluwe

De driehoek Apeldoorn, Arnhem en Nijmegen ligt in een bosrijk gebied (Veluwe) met veel toeristische trekpleisters voor jong en oud zoals paleis het Loo, de Apenheul, pretpark Julianatoren, Het Openlucht Museum, de Piet Mondriaan Route etc. Het gebied wordt sterk gepromoot, onder andere middels het samenwerkingsverband Visit Veluwe. Visit Veluwe is gespecialiseerd in destinatiemanagement, -ontwikkeling en -marketing en werkt actief samen met lokale overheden en het bedrijfsleven. Het doel is om in samenwerking het gebied te ontwikkelen, aantrekkelijker te maken en hiermee het toerisme te stimuleren (zie www.visitveluwe.nl).

"We houden gebieden met veel concurrentie extra in de gaten. Dat betekent dat er veel toeristen komen, dat het een bekend gebied is met vaak voldoende faciliteiten en evenementen."



Krimpenerwaard

De Krimpenerwaard is een mooi en waterrijk gebied. Maar als ondernemers vanuit hun ervaring met het ontwikkelen van vakantieparken een blik werpen op het gebied en de lokale mogelijkheden is het voor de ontwikkeling van een vakantiepark niet aantrekkelijk genoeg. De genoemde redenen hiervoor zijn:

- het is een relatief onbekend gebied
- er zijn geen (landelijk) bekende activiteiten, evenementen of bezienswaardigheden
- er wordt weinig / geen promotie voor het gebied gemaakt
- er is (voor zo ver men weet) geen bestaand park dat men kan overnemen (of interessant genoeg is om over te nemen)
- er is (voor zo ver men weet) geen gebied aangewezen voor de ontwikkeling van een vakantiepark
- men vraagt zich af in hoeverre het gebied gemakkelijk voor verblijfstoeristen te bereiken is
- men vraagt zich af of er wel genoeg ruimte is (in hectare) voor de ontwikkeling van een vakantiepark.

“Mijn indruk is dat het een onbekend gebied is met weinig faciliteiten en toeristische trekpleisters.”
“Het is een in mindere mate recreatief ontwikkeld gebied. Het lijkt meer een gebied te zijn voor Rotterdammers die een tweede huis of stacaravan willen.”

Een positief punt is dat de Krimpenerwaard een waterrijk gebied is. Dit biedt mogelijkheden om vakantie-accommodaties direct aan het water te ontwikkelen. Daarnaast zien de parkeigenaren kansen omdat de Krimpenerwaard dichtbij Rotterdam is gesitueerd en hiermee ook aantrekkelijk is voor Rotterdammers die op zoek zijn naar een tweede (vakantie)huis.

“Het is een waterrijk gebied. Een verblijf dicht aan het water is altijd een beleving. Als er doorvaartmogelijkheden zijn, brengt dat weer andere mogelijkheden met zich mee.”
“Zo te zien hoort het tot het achterland van Rotterdam. Het is ideaal om er een tweede woning te bezitten.”
“Je moet er points of interest maken. Ik zie er nog te weinig, maar ze zijn er vast wel. Daar ligt juist een rol weggelegd voor gemeente(s) om die te ontdekken en vooral over te communiceren.”



Rol gemeente

Gevraagd is hoe de gemeente Krimpenerwaard zou kunnen inspelen op de behoefte van vakantieparken, zodat de kans groter wordt dat men in de Krimpenerwaard gaat investeren. De gemeente kan absoluut een rol spelen om het gebied aantrekkelijker te maken voor investeringen:

a) stel een partij aan die het project gaat leiden en beheren, bijvoorbeeld een projectontwikkelaar
b) creëer samen met de projectleider een routekaart waarin beschikbare locaties, omvang en eventuele drempels zijn omschreven
c) schep de juiste en benodigde voorwaarden, met name vergunningen en alles wat met regels en wetgeving te maken heeft
d) promoot het gebied en zet de Krimpenerwaard landelijk (eventueel ook in het buitenland) op de kaart
e) ontwikkel een uniek / bijzonder project (bijvoorbeeld een jaarlijks evenement, festival of attractie), waar toeristen op af komen.

De rol van een gemeente in een dergelijk project is met name faciliterend en verbindend. De gemeente schept de juiste voorwaarden en zorgt dat de betrokken / geïnteresseerde partijen bij elkaar komen en/of zorgt dat er een instantie / persoon wordt aangesteld die dit gaat bewerkstelligen.

"De gemeente zorgt met name voor verbinding van de betrokken partijen en voor promotie van het gebied."

Daarnaast kan een gemeente zorgen voor een soepel verloop van het project. Dit door bijvoorbeeld ervoor te zorgen dat regels niet tot vertraging of belemmeringen leiden en te proberen om de verschillende bij het project betrokken overheidsinstanties met de neus in dezelfde richting te krijgen.

"Volgens de letter van de vergunning mocht de glijbaan er niet komen; de gemeente bood hulp door de glijbaan iets anders te omschrijven, zodat het wel kon. Zo laat een gemeente zien ook mee te kunnen denken in oplossingen. Alleen stellen dat iets niet mag of kan, is iets wat we helaas ook nog steeds veel tegen komen."



RIGHT

MARKTONDERZOEK

Al 25 jaar een betrouwbaar en professioneel antwoord
op alle onderzoeksvragen.

Right Marktonderzoek en Advies B.V.
Emmawijk 55
8011CN Zwolle
T: 038 421 21 85
E: info@rightmarktonderzoek.nl

www.rightmarktonderzoek.nl