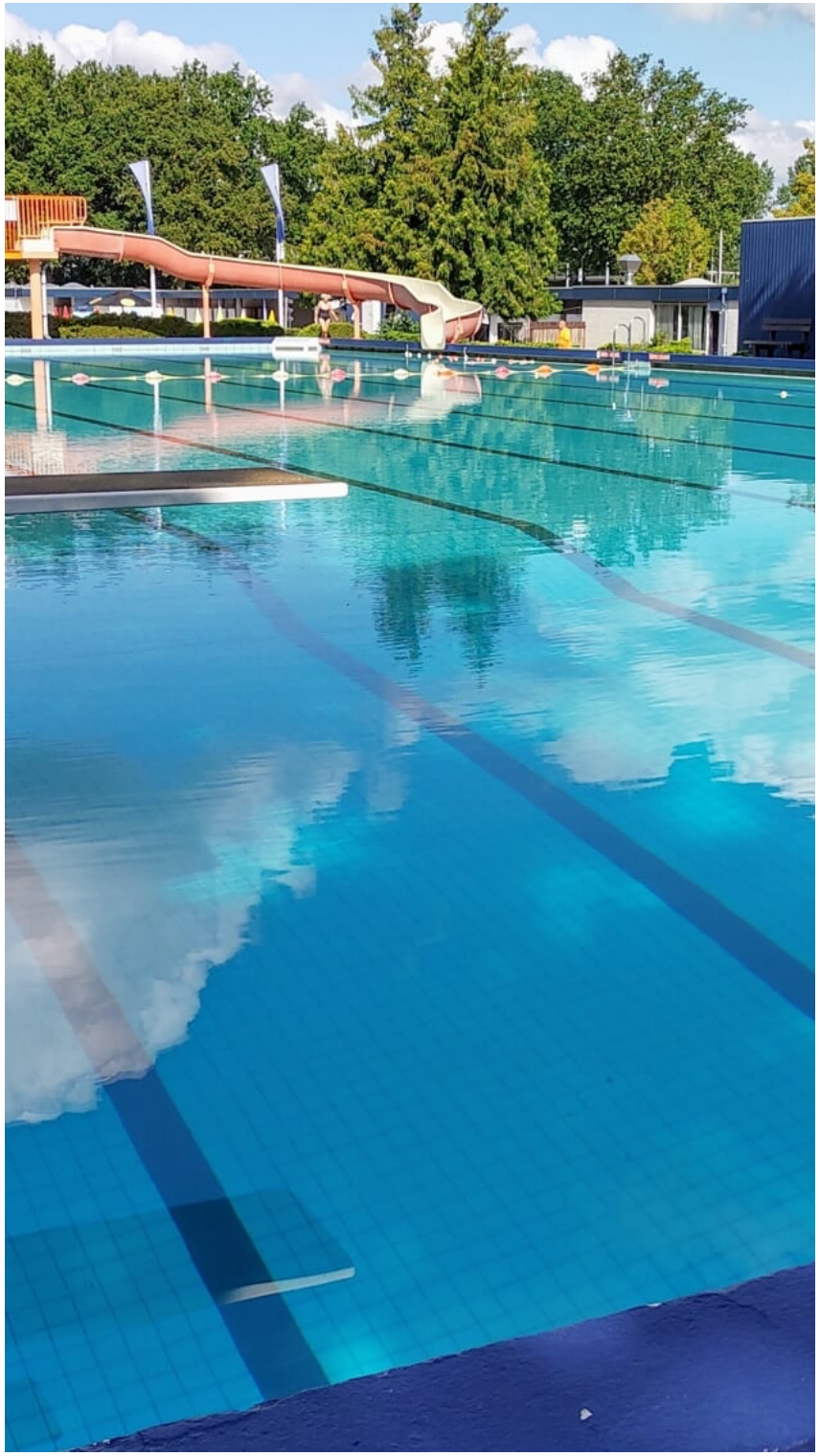
treem

bureau voor
doeltreffende
sportaccommodaties

Addendum notitie exploitatie openluchtbad Sportpark Prins Willem Alexander te Veghel



datum 22 mei 2024	**opdrachtgever** Gemeente Meierijstad	**versie / status** 1.0 definitief
geschreven door Treem	**aantal pagina's** 28	**ons kenmerk** n2022.188.002

inhoudsopgave

1 inleiding 3
2 visie/missie openluchtbad 5
3 aantrekkelijkheid 7
4 menukaart 10
5 exploitatie 14
6 onderzoek jeugd 22
7 conclusies en aanbevelingen 25
colofon 28

1 inleiding

1.1 aanleiding

1.2 opdrachtomschrijving en aanpak

1.3 leeswijzer

1 inleiding

1.1 aanleiding

In 2022 is een notitie uitgewerkt ten behoeve van toekomstscenario's van het openluchtbad in Veghel. Als aanvulling op deze notitie hebben we een addendum uitgewerkt waarin we de vragen van de raad nader uitgewerkt hebben.

1.2 opdrachtomschrijving en aanpak

Het verzoek aan Treem is om een plan van aanpak op te stellen voor het behoud van een opluchtzwembad in Veghel. Bij dit plan van aanpak moeten Laco en de initiatiefgroep Burgerinitiatief Openluchtbad Veghel betrokken worden.

Samen met de initiatiefgroep en een afspiegeling van raadsleden zijn door ons twee kennis- en inspiratiesessies georganiseerd om een visie uit te werken rondom de toekomst van het openluchtbad in Veghel. We hebben met de betrokken raadsleden afgesproken dat hun rol in deze fase alleen 'meedenken' is en dat er geen besluiten genomen worden! Op deze wijze kon iedereen 'zonder verplichtingen' ruimdenkend participeren en mogelijke ideeën inbrengen.

Wij vonden de kennis- en inspiratiesessie met raad/betrokkenen over de mogelijkheden van een openluchtbad inVeghel en de rol ervan in de toekomst, belangrijk zodat aan het eind van het proces, de raad tot goede besluitvorming kan komen. In overleg is besloten dat de gemeente Meierijstad zelf met Laco ging overleggen. In deze notitie / plan van aanpak hebben we de uitkomsten van de besprekingen met Laco, door de gemeente, niet meegenomen.

1.3 leeswijzer

In hoofdstuk 2 vindt u een beschrijving van de visie/missie van het openluchtbad. In hoofdstuk 3 bespreken we uitkomsten van de brainstormsessie die ging over het verhogen van de aantrekkelijkheid van het openluchtbad. In hoofdstuk 4 hebben we een menukaart uitgewerkt. Hoofdstuk 5 gaat in op de exploitatie van een mogelijk openluchtbad. In hoofdstuk 6 beschrijven we het interview wat we met de jeugd gevoerd hebben en u vindt in het laatste hoofdstuk 7 onze aanbevelingen en conclusies.

2 visie/missie openluchtbad

2.1 visie/missie

2.2 waarom een openluchtbad

2.3 doel/strategie

2 visie/missie openluchtbad

In dit hoofdstuk beschrijven we de visie van het openluchtbad, deze visie is tot stand gekomen in afstemming met vertegenwoordigers vanuit de raad, medewerkers van de gemeente en het burgerinitiatief. We hebben het waarom en doelen/strategie op hoofdlijnen beschreven.

2.1 visie/missie

Onze visie/missie luidt:
(Buiten) zwemmen in de gemeente Meierijstad:

- draagt bij aan de vitaliteit en gezondheid van alle inwoners;
- stimuleert inwoners, mensen uit de regio en toeristen om te bewegen, maar ook te recreëren;
- draagt bij aan de zwemvaardigheid van alle inwoners;
- is een sociale ontmoetingsplaats en verbindt verschillende doelgroepen;
- is aantrekkelijk, toegankelijk en betaalbaar;
- is goed bereikbaar;
- is fysiek en sociaal veilig;
- kan in het meest duurzame openluchtbad van de regio.

2.2 waarom een openluchtbad

Het openluchtbad in de gemeente Meierijstad is van belang omdat:

- men een buitenlucht beleving ervaart;
- alle doelgroepen kunnen recreëren;
- het bijdraagt aan vitaliteit/gezondheid;
- je er kunt spelen en leren;
- we zelf ook een fijne tijd gehad hebben in het openluchtzwembad;
- het in het coalitieakkoord afgesproken is;
- het toerisme trekt;
- het laagdrempelig/ betaalbaar is;
- het veilig is;
- je er verkoeling vindt in periode van temperatuurstijging;
- het inclusiviteit bevordert;
- je in een rustige omgeving kunt recreëren;
- het dichtbij is, het is goed te bereiken per fiets.

2.3 doelen/strategie

Wanneer je iets wilt veranderen, dan moet je het per definitie anders aanpakken of wel: Als je blijft doen wat je deed, krijg je wat je kreeg.

Wanneer we de doelstellingen rondom buiten zwemmen beschouwen, dan zien we hiervoor de volgende onderwerpen die naar onze mening hierop van invloed zijn:

- lange termijn bestaansrecht;
- maatschappelijk rendement vergroten;
- exploitatie versterken en de exploitatie ervan voorspelbaar(der) maken;
- financieel rendement vergroten.

We hebben in de volgende hoofdstukken deze onderwerpen verder uitgediept.

3 aantrekkelijkheid

3.1 uitkomsten

3.2 must have

3.3 bezoekers genereren

3.4 conclusie

3 aantrekkelijkheid

We beschrijven hier de uitkomsten die tijdens de brainstormsessies naar voren zijn gekomen. Het uitgangspunt was hoe de aantrekkelijkheid van het openluchtbad vergroot kan worden, waardoor er meer bezoekers naar het openluchtbad komen.

In de huidige situatie zijn er zo'n 22.000 bezoeken. Dat is te weinig voor een openluchtbad. Hiervoor moeten zaken gewijzigd worden, immers als je blijft doen wat je deed, krijg je wat je kreeg.

Het is van belang om aan te geven dat vertegenwoordigers vanuit de raad en gemeente een bijdrage hebben geleverd aan de brainstormsessies. Gedurende deze sessies wilden we dat zij vrijuit konden participeren gedurende het brainstormen, zonder dat er besluiten genomen werden. Hiermee konden zij vrijuit meepraten. Besluiten worden uiteindelijk in de raad genomen en niet tijdens deze brainstormsessie!

3.1 Uitkomsten brainstormsessies

De uitkomsten van de brainstorm op de vraag: "Hoe maken we het openluchtbad aantrekkelijker", waren:

- spelen
- horeca
- uitstraling
- bekendheid (imago, pr, social media, mond op mondreclame)
- betaalbaarheid
- bewegwijzering/ zichtbaarheid
- combinatiekorting of – lidmaatschap
- (flexibele) openingstijden
- 50 meter bad wedstrijden
- regionale aantrekkingskracht
- sociale veiligheid
- openstelling andere seizoenen
- sport en spel→ klimwand, padel, golf, …
- festival, camping
- opblaashal
- gilden

3.2 must have

Tijdens de brainstorm werden de volgende randvoorwaarden / must haves aangegeven om het openluchtbad aantrekkelijker te maken:

- horeca
- breed aanbod
- openingstijden die aansluiten bij de vraag
- moderniseren
- aantrekkelijk maken voor alle doelgroepen
- nadenken over ontwerp en ontsluiting
- ondernemerschap

3.3 bezoekers genereren

Om meer bezoekers naar het openluchtbad in Veghel te krijgen worden de volgende ideeën aangegeven:

- 365 dagen per jaar (recreatieve) openstelling;
- beach uitstraling, speeltuin, spraypark en horecaconcept;
- flexibele entreeheffing bijvoorbeeld op basis van buitentemperatuur;
- horeca ruime openstelling + kwalitatief aanbod in uitdagende omgeving;
- activity center / sport- en beweegomgeving aanbieden en de faciliteiten eromheen;
- inzetten op fietsers (elektrisch, triatlon, toerfietsers, wielrenners, mountainbikers ...);
- seizoen verlenging zwembad;
- vergroten van de regionale aantrekkingskracht;
- organisatie evenementen.

3.4 conclusie

Ondernemerschap is essentieel om een openluchtbad succesvol te kunnen exploiteren. In plaats van afwachten wie er naar het zwembad komt, proactief de potentiële doelgroepen/klanten 'halen'.

Traditioneel is een openluchtbad in Nederland maar 4 maanden geopend, zo'n buitenaccommodatie biedt natuurlijk veel meer mogelijkheden voor openstelling dan alleen deze 4 maanden. Er moet nagedacht worden over mogelijkheden om het seizoen te verlengen.

In de volgende hoofdstukken hebben we op basis van de uitgangspunten, als in de brainstorm bedacht, een voorbeeld exploitatie uitgewerkt via een 'menukaart methodiek'.

4 menukaart

4.1 horecaconcept

4.2 zwembadconfiguratie

4.3 seizoensverlenging

4.4 kwaliteitsimpuls

4.5 verblijfsrecreatie

4.6 duurzaam water verwarmen Sun Disc

4 menukaart

We hebben in dit hoofdstuk een soort menukaart uitgewerkt. Hier worden de volgende hoofdonderwerpen nader toegelicht:

1. horecaconcept
2. zwembadconfiguratie
3. seizoen verlenging
4. kwaliteitsimpuls
5. verblijfsrecreatie
6. duurzaam water verwarmen

Belangrijk om alvast te benoemen is dat deze hoofdonderwerpen (soms) als losse onderdelen beschouwd kunnen worden, maar niet allemaal toegepast hoeven te worden.

4.1 horecaconcept

Het horecaconcept moet de '*look and feel*' van een strandtent uitstralen. De strandtent biedt een ontspannen en gastvrije sfeer plek, met een sterke connectie naar het recreatie bad. Hier kunnen bezoekers genieten van niet alleen een prachtig uitzicht, maar ook van goede koffie en heerlijke huisgemaakte taartjes. Door het gebruik van een ingerichte 'horecacontainer' zorgt dit voor een flexibele en efficiënte oplossing, zonder dat het direct veel extra kosten met zich meebrengt. Er hoeven immers geen bouwkundige voorzieningen voor de strandtent getroffen te worden.

Een stretchtent overkapping boven het terras zorgt voor schaduw op zonnige dagen en bescherming tegen regen, daarnaast ziet het er ook nog eens aantrekkelijk uit.
Zo'n locatie is ideaal voor diverse bijeenkomsten en evenementen. Daarnaast biedt het een mogelijkheid om samen te gaan werken met lokale horecaondernemers.
Tot slot, is de strandtent toegankelijk voor zowel zwembadbezoekers als bijvoorbeeld fietsers, waardoor het een levendige ontmoetingsplaats wordt. Voor fietsers wordt een handige fiets hub geboden, waar zij hun fiets kunnen stallen, opladen, reinigen en zelfs kleine reparaties kunnen uitvoeren.

4.2 zwembadconfiguratie

De zwembadaanpassingen komen voor in alle drie de bassins: het peuter-, recreatie- en 50-meter bad. Hieronder zal per bassin toegelicht worden wat aangepast wordt. Hierbij zijn het peuterbad en recreatie bad samengenomen onder het kopje 'recreatiedeel'.

4.2.1 recreatiedeel

De focus in het recreatiedeel is om ervoor te zorgen dat het kwaliteit uitstraalt, wat bijdraagt aan een aantrekkelijke sfeer. Om te zorgen voor een kwaliteitsimpuls worden de bestrating, de lay-out met organische vormen en verlichting aangepakt.

Daarnaast komt er een '*beach entry look and feel*' die gekoppeld wordt aan de strandtent van het horecaconcept. We zien hier ook een mogelijkheid om ligbedden en parasols te verhuren. Dit moet de beleving van bezoekers positief verbeteren, alsof ze op vakantie zijn in het buitenland.

In het peuterbad komt een spraypark, wat voor meer speelplezier zorgt voor kinderen die met hun (groot) ouders / verzorgers komen.

In het recreatie bad wordt de glijbaan geplaatst die nu aan het 50-meterbad gekoppeld is. De glijbaan krijgt een aparte skim out.

4.2.2 50 meter bad

Het 50-meterbad krijgt een renovatie waarbij het zwembad wordt voorzien van hoogwaardige folie, wat zorgt voor een duurzame en aantrekkelijke uitstraling. Daarnaast wordt er een aparte toiletgroep geïnstalleerd bij het 50-meterbad voor het comfort van de bezoekers. De perrons worden voorzien van een overkapping, waardoor bezoekers beschutting hebben tegen de zon, wind en eventuele regen. Dit is ook een duurzaamheidsmaatregel om verdamping van het water tegen te gaan.

Onderwaterverlichting wordt toegevoegd om de sfeer te versterken en de beleving tijdens het zwemmen te verhogen wanneer het (schemer) donker is.

Voor de avontuurlijke zwemmers/sporters wordt er een 'Ninja cross parcours' opgezet, waarop ze hun klim- en klautervaardigheden kunnen testen.
Daarnaast worden opblaaselementen toegevoegd voor extra speelplezier in het water.

Er kunnen evenementen worden georganiseerd als bijvoorbeeld:
- NK bommetje;
- beach waterpolo;
- schoolreisjes;
- triatlon en/of trainingen;
- etc.

4.3 seizoensverlenging

Om ervoor te zorgen dat de accommodatie langer open kan blijven dan de maanden juni tot en met augustus, worden meerdere faciliteiten toegevoegd aan het terrein van het openluchtbad.
Er komt een Finse piste, die uitgerust wordt met slimme verlichting, waardoor bezoekers ook 's avonds veilig kunnen hardlopen, wandelen of aan Nordic Walking doen. Daarnaast worden calisthenics-toestellen, een gymcontainer en beweegbanken geplaatst, waardoor outdoor sporters de mogelijkheid hebben om diverse oefeningen uit te voeren en hun kracht en lenigheid te verbeteren. Dit biedt ook aan bijvoorbeeld 'life style'- en 'cross fit' trainers de mogelijkheid om in een mooie en uitdagende omgeving beweegactiviteiten te organiseren.

Naast deze faciliteiten wordt er een skill garden ontwikkeld, mogelijk met behulp van een ASM (Athletic Skills Model) systeem, waar kinderen uitgedaagd worden door hun omgeving om verschillende sporten en vaardigheden te trainen. Dit biedt een gevarieerd aanbod aan activiteiten en maakt het mogelijk voor mensen van alle niveaus om te genieten van sport en beweging in de buitenlucht.

Om extra binding met het verzorgingsgebied te krijgen wordt er gekeken naar samenwerkingen met lokale sportondernemers, gilden en sportbuurtwerk-coaches. Ze krijgen de ruimte om te ondernemen op het terrein.

4.4 kwaliteitsimpuls

De entree en gevel worden vernieuwd en geüpgraded om een gastvrije en aantrekkelijke indruk te geven aan de bezoekers. Hierbij wordt ook aandacht besteed aan de toegankelijkheid door middel van een ITS (Integrale Toegankelijkheid Standaard) systeem, hierdoor wordt het voor iedereen gemakkelijker om van de accommodatie gebruik te maken.

Voor fietsers wordt er een oplaadpunt voor e-bikes gefaciliteerd, met een slimme koppeling naar de horeca. Daarnaast wordt er een speeltuin, nabij het spraypark, aangelegd. Hierbij wordt bijvoorbeeld ook een kabelbaan voorzien, zodat kinderen zich kunnen vermaken en ouders zich kunnen ontspannen terwijl ze genieten van een kopje koffie.

4.5 verblijfsrecreatie

De verblijfsrecreatie komt in de vorm van een kleinschalige camperstaplek tot uiting. De bezoekers van de camperstaplek kunnen gebruik maken van de bestaande faciliteiten op het terrein. Er wordt gezorgd voor een aparte toegang en parkeergelegenheid specifiek voor campers, zodat bezoekers gemakkelijk kunnen arriveren en vertrekken zonder de andere activiteiten te verstoren. Natuurlijk kan er ook worden nagedacht om andere vormen van verblijfsrecreatie toe te voegen.

4.6 duurzaam verwarmen Sun Disc

Sun Disc[1] is een speciaal ontwikkelde technologie voor het verwarmen van buitenzwembaden. De royale, schijfvormige kap van de collector zorgt voor een optimale opvang van zonlicht, dat vervolgens direct wordt omgezet in warmte. Hiermee kan op eenvoudige wijze en met minimaal energieverbruik ‘warmer water’ gerealiseerd worden. Hierdoor wordt een openluchtbad voor meer mensen aantrekkelijk, door zonenergie in te zetten als natuurlijke bron voor het verwarmen van water.

[1] Zie ook: https://www.sun-disc.nl

5 exploitatie

5.1 programmering

5.2 bezoekaantal

5.3 tarifering

5.4 omzet per bezoek

5.5 personele inzet

5.6 overige lasten

5.7 investeringsraming

5.8 exploitatie

5 exploitatie

In dit hoofdstuk geven we een uiteenzetting van de exploitatie van het toekomstige openluchtbad op basis van alle onderwerpen en faciliteiten uit de vorige hoofdstukken. Hierbij is het belangrijk om te benoemen dat het allemaal 'circa berekeningen' zijn. Dit houdt in dat het geschatte kosten zijn. Daarnaast zijn de kosten exclusief btw en exclusief nader te detailleren ontwerpfase, onvoorzien, losse inventaris (tenzij vermeld), etc.

In een exploitatie kan er altijd aan verschillende 'knoppen' gedraaid worden, we hebben geprobeerd om vanuit een businessmodel te beredeneren en hebben hiervoor uitgangspunten gekozen. Deze uitgangspunten zijn soms op gevoel beredeneerd, maar wel onderbouwd. In een vervolguitwerking kan, nadat er keuzes gemaakt zijn, verder gedetailleerde uitwerking aan gegeven worden. Bij het uitwerken van dit businessmodel hebben we geprobeerd om zo veel mogelijk onderbouwing te geven. In de vervolgparagrafen leggen we uit hoe we tot deze onderbouwing zijn gekomen.

5.1 programmering

In de exploitatie is uitgegaan dat er seizoensverlenging zal plaats vinden. Dit betekent dat het openluchtbad vanaf maart geopend is en eind oktober gesloten zal zijn. De periode van juli en augustus wordt vanaf nu het hoogseizoen genoemd, de maanden daaromheen worden het laagseizoen genoemd. Er zijn variabele openingstijden.

uitgangspunten laagseizoen

In het laagseizoen zal het 50-meter openluchtbad voor banenzwemmen geopend zijn op maandag, woensdag en vrijdag van 07.00 - 10.00 uur en van 16.00 - 18.00 uur. In de weekenden is het zwembad voor banenzwemmen gesloten.

Het 50-meter zwembad kan in het laagseizoen gebruikt worden om Ninja cross parcours, evenementen, bedrijfsuitjes, etc. te organiseren. Hiervoor zal bij voldoende animo een programmering uitgewerkt worden.

Het recreatiedeel, hiermee bedoelen we het spraypark, het peuterbad en de speeltuin (dus niet het 50-meter bad), is in het laagseizoen dagelijks toegankelijk van 10.00 – 18.00 uur.

De overige sportfaciliteiten zijn gedurende het laagseizoen iedere dag geopend.

uitgangspunten hoogseizoen

In het hoogseizoen zal het 50-meter openluchtbad iedere werkdag geopend zijn voor banenzwemmen van 07.00 - 10.00 uur en in de weekenden van 08.00 - 10.00 uur.

Vanaf 10.00 uur op werkdagen, als de temperatuur boven de 25 graden Celsius is, dan is het zwembad tot 20.00 uur geopend.

Op de dagen dat de temperatuur onder de 25 graden Celsius is, dan sluit het 50-meter zwembad om 18.00 uur.

Het recreatiedeel, hiermee bedoelen we het spraypark, het peuterbad en de speeltuin (dus niet het 50-meter bad), is in het hoogseizoen dagelijks toegankelijk van 10.00 – 20.00 uur.

Het zwembad kan in het hoogseizoen gebruikt worden om Ninja cross parcours, evenementen, bedrijfsuitjes, etc. te organiseren.

De overige sportfaciliteiten zijn gedurende het hoogseizoen iedere dag geopend.

5.2 bezoekaantal

Het aantal bezoeken in 2022 was 20.684. Door de seizoensverlenging hebben we een raming gemaakt van de extra bezoeken die mogelijk kunnen komen. Deze raming hebben we aan de hand van aannames geanalyseerd en berekend. Natuurlijk is het zo dat er altijd meer of minder bezoeken kunnen komen. Maar dat is nou eenmaal het ondernemerschap wat in het businessmodel nieuw is. We hebben conservatieve aannames gedaan.

In de exploitatie uitwerking gaan wij uit van een totaal van 53.062 bezoeken die gebruik gaan maken van het openluchtbad. Daarnaast zullen er ook bezoekers komen die geen gebruik maken van het zwembad. Hieronder hebben we in een schema de door ons geraamde bezoeken per type bezoek uitgewerkt. Hiervoor zijn vanzelfsprekend nadere onderbouwingen beschikbaar:

type bezoeken	aantal bezoeken
banenzwemmen (buiten seizoen)	3.118
banenzwemmen (binnen seizoen)	2.078
vrij zwemmen (buiten seizoen)	21.823
vrij zwemmen (binnen seizoen)	18.186
spraypark	1.516
scholen	2.560
overige groepen	2.400
verhuur evenementen (zonder zwemgebruik)	400
verhuur camperplaatsen	2.196
'droge' sporter	300
totaal aantal bezoeken	**54.577**

tabel 1 - bezoekaantal

5.3 tarifering

Voor de tariefstelling adviseren we om de prijs van een toegangskaartje te verlagen. In vergelijkbare openluchtbaden ligt de prijs per kaartje gemiddeld genomen lager. Het resultaat in het bezoekaantal is in deze accommodaties een stuk hoger. In de vorige notitie hebben we voor 2022 geanalyseerd dat hoe warmer het wordt, hoe meer bezoeken er komen. Daarom adviseren we om te variëren in de kosten van de toegangsprijs. Dit maakt het aantrekkelijker om ook op niet piekmomenten te komen. We hebben de volgende tarifering gehanteerd:

type zwemmer		normale tarieven	onder 25 graden	boven 25 graden
banenzwemmen	p.p. per dag		€ 3,50	€ 5,50
recreatief zwemmen	p.p. per dag		€ 4,00	€ 6,00
spraypark	p.p. per dag	€ 1,50		
scholen	per leerling	€ 2,50		
groepen overig	per uur	€ 120		

tabel 2 – tarifering kaartverkoop

Naast de toegangskaartjes voor het openluchtbad adviseren wij ook om een abonnement te verkopen voor het 'droge' sportpark. Dit om meer mensen te stimuleren om naar de accommodatie te komen. Ons voorstel is om kinderen tot 13 jaar gratis entree te bieden en boven de 13 jaar 50 euro per jaar in de vorm van een abonnement per persoon te laten betalen.

5.4 omzet per bezoek

De omzet van het openluchtbad Veghel kan berekend worden aan de hand van het geprognotiseerde aantal bezoeken en de bijbehorende tarieven. We hebben een aanname gedaan dat per seizoen op basis van de programmering een bepaald aantal bezoeken per uur per dag komen. Dit hebben we onderverdeeld naar de volgende type bezoekers per jaar:

type bezoek	aantallen	tarief	omzet (afgerond)
banenzwemmen (laagseizoen)	3.118	€ 3,50	€ 11.000
banenzwemmen (hoogseizoen)	2.078	€ 5,50	€ 11.000
vrij zwemmen (laagseizoen)	21.823	€ 4	€ 87.000
vrij zwemmen (hoogseizoen)	18.186	€ 6	€ 100.000
spraypark	1.516	€ 1,50	€ 2.000
scholen	2.560	€ 2,50	€ 7.000
overige groepen	2.400	€ 625	€ 30.000
verhuur evenementen zonder zwemgebruik	400	€ 625	€ 5.000
verhuur camperplaatsen	2.196	€ 15	€ 16.000
'droge' sporter	300	€ 50	€ 15.000
totale omzet			**€ 284.000**

tabel 3 – omzet kaartverkoop

Naast de verkoop van de toegangskaarten zijn er ook nog extra inkomstenbronnen. Er is een horecagelegenheid waar eten en drinken gekocht kan worden en er zijn ligbedden met of zonder parasol die verhuurd kunnen worden.

Deze omzet hiervoor is als volgt berekend:

type omzet	omzet/bezoek horeca	bezoek/jaar	omzet (afgerond)
banenzwemmen	€ 0,25	5.196	€ 1.000
recreatief zwemmen	€ 1,75	41.525	€ 70.000
onderwijs	€ 0,50	2.560	€ 1.000
spraypark & speeltuin	€ 1,75	1.516	€ 3.000
evenementen	€ 22,50	2.800	€ 63.000
camperbezoek	€ 15,00	1.098	€ 16.000
ligbedden	€10,00	1.240	€ 12.000
totale horeca & overige omzet			**€ 166.000**

tabel 4 – horeca & overige omzet

5.5 personele inzet

In de exploitatie wordt rekening gehouden met het benodigd aantal personeelsleden per uur.

Tijdens de personeelsinzet worden diverse werkzaamheden verricht, zoals toezicht, instructie, schoonmaak, technisch beheer, receptie en administratie. We hebben zowel voor het hoog- als het laagseizoen een jaarrooster uitgewerkt en de personeelsbehoefte erin verwerkt.

Er dient aansturing plaats te vinden door bijvoorbeeld een locatiemanager. In de volgende drie tabellen is te zien wat de personeelskosten kunnen zijn per periode. We hebben als uitgangspunt de CAO-zwembaden gehanteerd.

We zijn van de volgende personeelsinzet uitgegaan:

type functie	prod. uren/jaar	fte	uurtarief	totaal loonkosten (afgerond)
toezicht banenzwemmen	195	0,14	€ 31,71	€ 6.000
toezicht recreatief zwemmen	2.910	2,04	€ 31,71	€ 92.000
beheer zwembad	208	0,20	€ 41,56	€ 9.000
management	650	0,41	€ 47,87	€ 31.000
receptie	195	0,14	€ 30,17	€ 6.000
horeca	727	0,49	€ 29,05	€ 21.000
totale personeelskosten				**€ 165.000**

tabel 5 – personeelskosten laagseizoen

type functie	prod. uren/jaar	fte	uurtarief	totaal loonkosten periode
toezicht banenzwemmen	65	0,05	€ 31,71	€ 2.000
toezicht recreatief zwemmen	2.182	1,53	€ 31,71	€ 69.000
beheer zwembad	139	0,13	€ 41,56	€ 6.000
management	260	0,16	€ 47,87	€ 12.000
receptie	65	0,05	€ 30,17	€ 2.000
horeca	727	0,49	€ 29,05	€ 21.000
totale personeelskosten				**€ 112.000**

tabel 6 – personeelskosten hoogseizoen

type functie	prod. uren/jaar	fte	uurtarief	totaal loonkosten periode
management overige maanden	139	0,09	€ 47,87	€ 7.000
techniek (technisch beheer)	X	X	X	€ 20.000
schoonmaak (externe inhuur)	X	420	€ 22,00	€ 9.000
beheer & onderhoud terrein (ook voor camper)	320	0,31	€ 41,56	€ 13.000
opleiding	X	X	X	€ 8.000
diverse personeelslasten	X	X	X	€ 3.000
totale personeelskosten				**€ 60.000**

tabel 7 – personeelskosten overig

De totale inzet voor personeelskosten komt uit op € 337.000 (afgerond). Dit is berekend aan de hand van verwachte arbeidsuren per week (op basis van de CAO-zwembaden).

5.6 investeringsraming

De lijst met nieuwe voorzieningen noemen wij ook wel de "menukaart". Opgemerkt dient te worden dat alle prijzen exclusief btw zijn en prijspeil december 2023 hebben. Hieronder volgt een overzicht van de kosten van de nieuwe voorzieningen:

	revitalisering accommodatie buitenzwembad te Veghel	prijs
A	horeca	€ 385.000
B	zwembad configuratie (peuter/kleuter)	€ 1.235.000
C	zwembad configuratie (50-meterbad)	€ 1.415.000
D	seizoensverlenging	€ 600.000
E	kwaliteitsimpuls	€ 365.000
F	verblijfsrecreatie	€ 115.000
G	Sun Disc	€ 175.000
		€ 4.290.000

tabel 8 – revitalisering Veghel

Wij hanteren 20% boven op de investeringsraming als bijkomende kosten, deze kosten bestaan uit:

- leges
- honoraria architect kosten
- directievoering / toezicht / kwaliteitsbewaking
- nuts- en rioolaansluitingen
- prijsstijgingen tot moment van bouwen
- onvoorzien

Dat maakt in totaal € 858.000 exclusief btw.

We hebben geen investering voor het verwerven van de grond meegenomen.

	bedragen
investering	€ 4.290.000
bijkomende kosten	€ 858.000
totale investering	**€ 5.148.000**

tabel 9 – totale investeringskosten

De berekening van de kapitaallasten is op basis van een annuïtaire afschrijvingsmethode met een rentepercentage van 3,5%.

De gehanteerde afschrijvingstermijnen zijn als volgt:

- bouwkundig: 40 jaar
- installaties: 15 jaar
- vaste inrichtingen: 20 jaar

De jaarlijkse kapitaallast bedraagt € 309.177.

5.7 overige lasten

De overige lasten ten behoeve van de exploitatie van openluchtbad Veghel wordt in onderstaande tabel weergegeven:

lasten	
accountant	€ 5.000
energie	€ 18.000
administratiekosten (o.a. salaris)	€ 5.000
kantoorkosten	€ 5.000
schoonmaakkosten (geen personele inzet)	€ 5.000
zout/chemicaliën	€ 3.000
verzekeringen	€ 10.000
belastingen	€ 10.000
materialen / verkoopkosten	€ 5.000
pr/reclame	€ 2.000
softwarekosten	€ 5.000
inkoop horeca	-
diverse kosten	€ 3.000
onvoorziene kosten	€ 5.000
totale lasten	**€ 81.000**

tabel 10 – overige lasten

Voor de energietarieven hebben we een genormaliseerd energietarief van € 0,25 per KWh gehanteerd.

5.8 exploitatie

Onze raming voor de exploitatie voor het openluchtbad in Veghel, indien alle optimalisaties toegepast worden, komt er dan als volgt uit te zien:

	bedragen
totale baten	€ 459.000
totale lasten	€ 565.000
exploitatie	**-€ 106.000**

tabel 11 – totale exploitatie exclusief dotatie & kapitaallast

Dit kan natuurlijk nog variëren als er andere keuzes gemaakt worden. In tabel 12 is de totale exploitatie te vinden, inclusief dotatie groot onderhoud & kapitaallast.

totale baten	€ 458.000
totale lasten	€ 565.000
dotatie groot onderhoud[2]	€ 78.000
kapitaallast	€310.000
exploitatie	**-€ 494.000**

tabel 12 – totale exploitatie inclusief dotatie & kapitaallast

[2] Hiervoor hebben we 1,5% van de totale investering als uitgangspunt genomen. Voor dagelijks onderhoud hanteren we 0,5%.

6 onderzoek jeugd

6.1 interview

6 onderzoek jeugd

Er wordt vaak veel over de jeugd gesproken, maar wij vonden het ook belangrijk om juist eens een keer met de jeugd te spreken. Wat vinden zij nou belangrijk? Waarom komen ze wel of niet in een openluchtbad? Hoe kunnen we zo'n zwemvoorziening aantrekkelijker maken?

We hebben daarom contact gezocht met het Zwijssen College, wat direct naast het openluchtbad gelegen is. In afstemming met de rector van de school werd een afspraak met leerlingen gepland.

6.1 interview

We mochten met een afvaardiging van de leerlingenraad van het Zwijssen College een interview voeren.

Een week voorafgaande aan het interview hebben we de leerlingen een aantal vragen gesteld, zodat ze alvast na kunnen denken over hun kijk op het openluchtbad.

Nadat we kort kennisgemaakt hadden werd eigenlijk al duidelijk dat de leerlingen het waardeerden dat er met hen gesproken werd. Ze vonden het leuk om betrokken te worden en hebben zelfs hun pauze opgeofferd om met ons in gesprek te gaan.

Ze hebben ons de volgende ideeën meegegeven.

Een openluchtbad is interessant wanneer:
- we er eenvoudig na schooltijd af kunnen spreken met vrienden;
- de kosten voor entree veel lager zijn;
- de openingstijden:
  - verruimd zijn tot later op de avond open (nu loont het niet om na school nog te gaan zwemmen, een entreekaartje is te duur t.o.v. de duur van openstelling);
  - aan een schooljaar en hun rooster gekoppeld is (een schooljaar start in september, maar dan is het zwembad alweer gesloten, terwijl het vaak nog mooi weer is);
- de hygiëne vooral rondom de omkleedhokjes verbeterd is;
- ze er iets kunnen eten (lunch en avondeten);
- er leuke muziek gedraaid wordt;
- de sfeer gezellig is;
- er thema's georganiseerd worden (Hawaï / disco / etc.);
- er kluisjes zijn om hun telefoon en andere waardevolle spullen veilig op te bergen;
- de bereikbaarheid goed is;
- er meer schaduwplekken zijn;
- de hele uitstraling van het complex uitdagend is.

We hebben ook een toelichting gegeven over de 'menukaart' van toekomstscenario's voor het zwembad, zoals in hoofdstuk 4 van deze notitie

beschreven. Er werd unaniem aangegeven dat wanneer er zoiets zou komen, dat ze dan er zeker van zijn dat er meer leerlingen/jeugd gaat komen. Met name het 'Ninja Warrior' idee zou wat hen betreft een schot in de roos zijn.

De leerlingen gaven ons verder nog mee dat er:

- meer reclame gemaakt moet worden rondom de opening / start van een seizoen onder de jeugd;
- nagedacht moet worden over de 'branding' van het openluchtbad, daarmee wordt zo'n accommodatie bekender onder de jeugd;
- meer schaduw bij de fietsenstalling gecreëerd moet gaan worden.

Op basis van de input van de leerlingen van het Zwijssen College kwamen we tot de conclusie dat we de leerlingen van het Fioretti College niet ook nog hoefden te interviewen, wat in eerste instantie het plan was. Onze verwachting is dat dit niet tot nieuwe inzichten zou leiden.

7 conclusies en aanbevelingen

7.1 conclusie

7.2 aanbevelingen

7 conclusies en aanbevelingen

In dit onderzoek is de toekomstige situatie met betrekking tot het openluchtbad in Veghel in kaart gebracht. Er is inzichtelijk gemaakt wat eventuele optimalisaties kunnen zijn en we hebben de optimalisaties ook financieel inzichtelijk gemaakt. Op basis van de voorgaande hoofdstukken wordt hierna ingegaan op de conclusies en aanbevelingen.

7.1 conclusies

In de gemeente Meierijstad is een openluchtbad met drie bassins. In de huidige situatie komen er 22.000 bezoekers per jaar. Dat is te weinig voor een openluchtbad van deze grootte en hiervoor moeten optimalisaties gezocht worden.

Er moet gekeken worden naar nieuwe oplossingen om het zwembad weer aantrekkelijk te maken. Want als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg.

We komen tot de volgende conclusies:

- ondernemerschap is essentieel om een openluchtbad succesvol te kunnen exploiteren.
- in plaats van afwachten wie er naar het zwembad komt, proactief de potentiële doelgroepen/klanten 'halen'.
- Er zijn een zestal-optimalisaties uitgewerkt die bezoekers aantrekken, waarvan we zeker zijn dat alle optimalisaties een grote bijdrage kunnen leveren aan een hoger bezoekaantal en aan een beter exploitatieresultaat:
  1. horecaconcept;
  2. zwembadconfiguratie;
  3. seizoensverlenging;
  4. kwaliteitsimpuls;
  5. verblijfsrecreatie;
  6. duurzaam water verwarmen Sun Disc.
- de jeugd wil graag gebruikmaken van een openluchtbad, indien het aangepast wordt aan hun wensen, op dit moment is er nauwelijks een match in hygiëne, sfeer en openingstijden;
- mede na ons interview met de leerlingenraad van het Zwijssen College werden we bevestigd in onze filosofie dat er daadwerkelijk anders gekeken moet worden naar een openluchtbad in Veghel.

Hieronder volgen de belangrijkste conclusies uit de optimalisaties.

7.1.1 horecaconcept

Het horecaconcept wordt een restaurant met de *'look and feel'* van bijvoorbeeld een strandtent. De strandtent moet, naast extra omzet in het hoogseizoen, ervoor gaan zorgen dat het aantrekkelijker wordt om in het laagseizoen naar het openluchtbad te komen.

7.1.2 zwembadconfiguratie

Voor een (aantrekkelijkere) uitstraling is het noodzakelijk om de bassins te gaan revitaliseren en een nieuwe uitstraling te geven.

7.1.3 seizoen verlenging

Door het toevoegen van meerdere faciliteiten wordt het openluchtbad meer dan alleen een zwembad. Door deze faciliteiten zijn er meerdere activiteiten die gedaan kunnen worden en biedt het (lokale) ondernemers mogelijkheden om activiteiten te organiseren.

7.1.4 kwaliteitsimpuls

Door een revitalisering / kwaliteitsimpuls te geven aan de bassins, de entree en de perrons kan een nieuwe sfeer gegeven worden aan de totale accommodatie.

7.1.5 verblijfsrecreatie

De verblijfsrecreatie in de vorm van bijvoorbeeld camperplaatsen zorgt voor extra aantrekkelijkheid en meer bezoekers. Toeristen krijgen de mogelijkheid te overnachten en kunnen maken van de faciliteiten van het openluchtbad.

7.1.6 duurzaam verwarmen Sun Disc

Een verwarmd openluchtbad biedt mogelijkheden om meer bezoekers te trekken. Duurzaam water verwarmen via bijvoorbeeld Sun Disc biedt deze mogelijkheid.

7.2 aanbevelingen

Meer bezoeken realiseren gaat niet vanzelf. Er kunnen keuzes gemaakt worden vanuit de ‘menukaart’. Niet alles hoeft ineens gerealiseerd te worden.

Wij denken dat in de gemeente Meierijstad veel kennis is op het gebied van de binnenzwembaden. Er zijn drie mooie binnenbaden binnen de gemeente.

Een openluchtbad trekt gemiddeld genomen andere bezoekers dan de binnenbaden en daarmee is de ‘customer journey’ dan ook een andere.

We doen de volgende aanbevelingen:

- zorg voor draagvlak binnen de gemeente (politiek, gemeente en inwoners);
- maak keuzes uit de menukaart;
- werk deze keuzes uit in concrete plannen;
- zorg voor een organisatie die de plannen moet gaan uitvoeren;
- blijf samenwerking met het burgerinitiatief onderhouden (draagvlak);
- ga in gesprek met (lokale) ondernemers en betrek hen bij de plannen;
- ga een samenwerking aan met de ondernemers;
- zorg voor investeringsbudget;
- investeer om op langere termijn een betere exploitatie te realiseren (en op deze wijze een toekomstbestendige openluchtaccommodatie in Veghel te hebben).

colofon

Dit is een notitie opgesteld door Treem b.v.

adres	Molensteyn 60 3454 PT De Meern Nederland
telefoon	+31 (0)85 30 33 418
e-mail	info@treem.nl
internet	www.treem.nl
kvk	64704521

De in document afgebeelde/opgenomen gegevens, waaronder begrepen teksten, berekeningen, producten, foto's, illustraties, grafisch materiaal, (handels)namen, woordmerken en logo's worden beschermd door auteursrecht, merkenrecht en/of enig ander intellectueel eigendomsrecht.
Het gebruik of registratie van intellectuele eigendomsrechten van Treem bv is voorbehouden aan Treem bv en is in geen enkele situatie toegestaan tenzij Treem bv daarvoor uitdrukkelijke toestemming heeft verleend.

© Treem bv, 22 mei 2024