



TOEKOMST VAN DE VASTE GAST BIJLAGE



Toekomst van de vaste gast Bijlagenrapport

© CELTH, 2015

Vlissingen, december 2015

Het onderzoek is mede mogelijk gemaakt door financiële bijdragen van NBTC Holland Marketing, Marketing Oost, Provincie Gelderland en Provincie Zeeland; met medewerking van RECRON en HISWA.

Auteurs:

Jorrit Bijl, Wies Buysrogge, Enno van der Graaf, Esther Groenendaal, Diana Korteweg Maris, Francis Neijenhof, Albert Postma, Margreet Toonen en Carmen Willemsen

Inhoudsopgave

1	Aanpak Onderzoek	3
2	Literatuuronderzoek	5
3	Resultaten interviews	9
4	Resultaten enquête	18
5	Marktomvang vaste gast	30
6	Accommodatie-aanbod vaste gast	36
7	Economische impact.....	42
8	Topiclist interviews - Toekomst van de vaste gast	52
9	Vragenlijst enquête.....	55
10	Deelnemers workshop 'Toekomst van de vaste gast'	63
	Literatuurlijst.....	64

1 Aanpak Onderzoek

In deze bijlage wordt de aanpak van het onderzoek toegelicht. Voor iedere fase wordt de gebruikte onderzoekstechniek uitgelegd.

Fase 1 literatuuronderzoek & deskresearch

Fase 1 van de onderzoeksmethode stond in het teken van een verkenning van bestaande literatuur over de vaste gast. Hierbij is vooral gekeken naar (internationale) wetenschappelijke literatuur. De veelal uit Noordwest-Europa afkomstige onderzoeken over tweede woningbezitters en stacaravanhouders bieden inzicht in de activiteiten, motivatie, uitgaven en waardering van de vaste gast. Uiteindelijk hebben deze inzichten geleid tot het kader van het onderzoek en een voorlopige definitie van de vaste gast.

Fase 2 Veldonderzoek

Interviews

Middels 19 semigestructureerde diepte-interviews is een beter beeld verkregen van de vaste gast in Nederland. Respondenten zijn via de sneeuwbalmethode benaderd, waarbij de selectie heeft plaatsgevonden op basis van type accommodatie, leeftijd (levensfase) en regio. Met deze aanpak is het mogelijk om meer details te ontdekken met betrekking tot motivaties, uitgaven en toekomstplannen. De topiclist voor de interviews is gebaseerd op de uitkomsten van fase 1 (het literatuuronderzoek).

De interviews vonden plaats bij de respondent thuis of op het vakantieverblijf. De interviews duurden gemiddeld ongeveer 1,5 uur en werden opgenomen met een voicerecorder. Kort na het interview is door de interviewer een kort verslag geschreven. Bevindingen die buiten de vooropgestelde topics vielen werden apart genoteerd.

Online enquête

De bevindingen uit voorgaande fasen zijn middels een online enquête getoetst onder vaste gasten. Vragen hebben betrekking op de motivatie, het bezit van de accommodatie, waardering van omgeving en park/haven, uitgaven, toekomstplannen en persoonlijke situatie. De vragenlijst is ontwikkeld op basis van o.a. vragenlijsten van Bureau Stedelijke Planning (De Nederlandse markt voor recreatiewoningen), Kenniscentrum Kusttoerisme (uitgaven, activiteiten) aangevuld met vragen uit de wetenschappelijke literatuur en interviews. Tevens is er gebruik gemaakt van de BSR leefstijlvragen van Smartagent Marketrespons.

Respondenten zijn geworven via ondernemers en verschillende digitale media. Hierbij is gebruik gemaakt van nieuwsbrieven van HISWA, RECRON en bladen als Yacht en Zeilen. Gezien de beperkte respons van ondernemers via bovenstaande kanalen zijn ondernemers ook rechtstreeks benaderd om de vragenlijst uit te zetten onder haar vaste gasten. Ondernemers ontvingen vervolgens een voorbeeld emailbericht met de link naar de vragenlijst. De vragenlijst was zowel in het Nederlands als Duits beschikbaar.

Ruim 2800 respondenten zijn begonnen aan de vragenlijst, uiteindelijk hebben 1586 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld. De resultaten zijn veelal beschrijvend gepresenteerd. Alleen indien er significante verschillen waren tussen leefstijlen, stedelijkheid, accommodatietypen of andere kenmerken (stedelijkheid) zijn deze benoemd.

Omvang markt

Op basis van de informatie zijn vervolgens middels deskresearch de omvang en ontwikkelingen van de vaste gast en haar accommodatie in beeld gebracht. Niet alleen is er gekeken naar de vraag, maar eveneens naar de omvang van het aanbod.

Economische impact

Op basis van de uitkomsten van het deskresearch en de enquête is de economische impact van de vaste gast geanalyseerd. Hierbij is gebruik gemaakt van het input/output model. Dit IO-model laat zien in welke sectoren de effecten van elke bestede euro terecht komen, uitgedrukt in output, toegevoegde waarde en sectoren. Het voordeel van dit model is dat het behalve de directe ook de indirecte effecten van de vast gast inzichtelijk maakt.

Fase 3 Scenario planning

Om als overheid en ondernemer in te kunnen spelen op de markt van de vaste gast van 2025 is er gebruik gemaakt van scenarioplanning. Middels een workshop met zowel beleidsmedewerkers, belangenorganisaties, experts als ondernemers zijn een viertal scenario's ontwikkeld. Op basis van een gezamenlijk analyse van het externe krachtenveld en de meest invloedrijke ontwikkelingen¹ in de periode tot 2025 zijn de 'driving forces of change', waarvan de meeste invloed wordt verwacht en die tegelijkertijd het meest onzeker zijn, benoemd. Deelnemers hebben deze vervolgens gegroepeerd in thematisch consistente clusters (scenario's). Op basis van de scenario's zijn er mogelijke strategische keuzes en relevant geachte product-markt combinaties uitgewerkt.

¹ Demografische, economische, sociale, technologische, ecologische en politiek-institutionele factoren

2 Literatuuronderzoek

Deze bijlage schetst op basis van (wetenschappelijke) literatuur de bestaande internationale kennis over de vaste gast. De onderzoeken zijn veelal afkomstig van Scandinavische of Amerikaanse bodem en gericht op een specifiek type accommodatie. De kennis is (hier nog) niet vertaald naar de Nederlandse situatie van de vaste gast. Desalniettemin tonen de resultaten van deze onderzoeken interessante invalshoeken en benaderingen met betrekking tot de motivatie, activiteiten en uitgaven van de vaste gast. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een voorlopige definitie van de vaste gast.

Kenmerken vaste gast

Vaste gasten hebben een vaste verblijfplaats op een plek anders dan hun woonplaats; een tweede woning of een vaste ligplaats voor hun boot. Deze plaats is tweede in rang als het gaat om bewoning, het eigen (of eerste) huis (huur of koop) vormt de hoofdplek.

Uit veel onderzoeken blijkt dat vaste gasten zich in een specifieke levensfase bevinden. Zo zijn met name pensionada in het bezit van een tweede woning. Ook Dijst et al (2005) tonen in hun onderzoek dat, - hoewel het tweede huis vaak al was aangekocht vóór de pensionering- in Nederland de helft van de onderzochte populatie gepensioneerd is (Dijst, Lanzendorf, Barendregt, & Smit, 2005). Dit komt overeen met onderzoeken elders in Europa (Oxley, 2008; Paris, 2008b In: Norris en Winston, 2010) waar met name koppels van middelbare leeftijd eigenaren zijn van een tweede woning. De studie van Dijst et al. (2005) in Nederland duidt bovendien dat, na de gepensioneerde koppels, de grootste groep tweede huis bezitters ouders met (jonge) kinderen zijn.

De financiële middelen en de aankoop van de tweede woning zijn volgens verschillende onderzoekers onlosmakelijk met elkaar verbonden. Al sinds de jaren 70 is er een wijdverbreide consensus over het belang van welzijn voor de aankoop van een tweede huis. Het debat rond de verschillende dimensies van welzijn (inkomen versus bezit) is echter tot op heden springlevend. Nuance wordt hierin aangebracht door Gallent en Tewdwr-Jones (In: Norris en Winston, 2010) en Dijst et al (2005) die beweren dat het beschikbaar inkomen in West-Europa zodanig gestegen is dat tweede woningbezit allang niet meer alleen voor de welgestelden is. Zij maken aannemelijk dat een tweede woning voor alle lagen van de bevolking betaalbaar is: het conventionele huis voor de hogere inkomensklassen en een caravan of stacaravan voor de lagere inkomenscategorie. Hoge inkomens hebben wel meer mogelijkheden om een tweede huis aan te schaffen dan lagere inkomensgroepen.

Motivatie

De vaste gast heeft een sterke behoefte aan rust en aan het ontsnappen aan de dagelijkse verplichtingen (Jaakson, 1986; Quinn, 2010; Quinn, 2004). Met daarbij een sterke hang naar familie en natuurrijke omgeving. Deze motivatie hangt nauw samen met de primaire woonomgeving van de vaste gast. Volgens Norris en Winston is de compensatietheorie van toepassing op de vaste gast. De theorie duidt op het willen compenseren van tekortkoming van de primaire woning zoals bijvoorbeeld de drukte door omwonenden of verkeer, gebrek aan privacy, beperkte grootte van de woning of problemen in de buurt. Dijst en Vermeulen (In: Norris en Winston, 2010) hebben in 1999 een onderzoek verricht in Nederland waaruit bleek dat mensen met een grote tuin bij hun eerste woning minder geneigd zijn in een tweede woning te investeren dan mensen met een kleine of geen tuin. Type woning (vrijstaand huis / appartement), locatie van het huis en de perceptie van 'ruimte' zijn hierbij leidend. In een latere studie (2005) claimen Dijst et al. dat in Nederland een gebrek aan vrijetijdsbestedingsmogelijkheden in de nabijheid van de eerste woning een reden is voor de aankoop van een tweede huis. Betreffende locatie en regio hebben Norris en Winston de mate van

verstedelijking van het gebied waar het eerste huis staat, en de mate van toegankelijkheid van het platteland eveneens in acht genomen. Toch is de relatie tussen de primaire woonomgeving en de vaste vakantieomgeving iets wat dubbelzinnig. Vaste gasten zoeken verschillen tussen beide leefomgevingen, maar hebben ook sterk de behoefte naar veiligheid en bekendheid, waardoor de verschillen tussen beide omgevingen niet te groot moeten zijn (Ryan in Quinn, 2010). Men zoekt minimale verschillen waardoor ze wel een veilige en bekende omgeving aantreffen die tegelijkertijd de rust biedt.

De afstand tussen beide omgevingen geldt als belangrijke factor in de keuze van de vaste vakantiebestemming. De vaste gast moet snel van haar primaire woonomgeving kunnen reizen naar de vaste vakantiebestemming. Een andere belangrijke factor om een vaste vakantiewoning aan te schaffen zijn de geluismomenten uit het verleden. (Quinn, 2010).

Gebruik

Volgens Jaakson (in Quinn, 2010) maken vaste gasten veelvuldig gebruik van de accommodatie. Het is onderdeel geworden van het dagelijkse leven. Men bezoekt, mede door hun mobiele en flexibele leefstijl, vaak vanaf Pasen tot en met eind oktober de verblijfsaccommodatie. Wanneer en hoe vaak de vaste gast gebruik maakt van de verblijfsaccommodatie is mede afhankelijk van de levensfase waarin de vaste gast zich begeeft. Pensionada en jonge families verblijven een langere periode dan families met pubers die vooral in de weekenden gebruik maken van de accommodatie.

Vaste gasten vinden het verhuren van de accommodatie aan 'vreemden' geen prettig vooruitzicht. Zij ervaren het als een inbreuk op de privacy. Ook het niet gebruiken van de accommodatie ervaren vaste gasten als niet prettig. Veel vaste gasten voelen zich verplicht om vaak en regelmatig gebruik te maken van de verblijfsaccommodatie. Vaste gasten zien daarentegen het verblijf niet als vakantie en zichzelf niet als toerist. Naast het verblijf in de vaste verblijfsaccommodatie gaat de vaste gast ook nog op andere vakanties (Quinn, 2010).

Activiteiten

Afhankelijk van de vakantieomgeving gaan vaste gasten o.a. wandelen, watersporten en maken verschillende dag uitstapjes, maar in sommige opzichten wijkt de vaste gast af van de 'reguliere' toerist. De vaste gast onderneemt veelal dezelfde activiteiten op de vakantie- als in de woonomgeving. Toch ervaren vaste gasten deze activiteiten anders. Er is namelijk, doordat het een lagere prioriteit heeft dan thuis, geen sprake van een strakke en georganiseerde planning. Dagelijkse activiteiten als koken, boodschappen en klussen zijn gesimplificeerd, vaste gasten nemen er meer tijd voor om gezamenlijk (vrienden/familie) van deze activiteiten te genieten. Volgens Pitkanen et al. maakt de vaste gast slechts vaag onderscheid tussen werk en vrije tijd, productie en consumptie. Activiteiten gaan in elkaar over, overlappen elkaar en worden niet als werk ervaren.

Tijdens het verblijf op de vaste verblijfsplaats staat de familie voor de vaste gast centraal. Ze hebben meer tijd voor elkaar, gaan op een relaxtere manier met elkaar om, zonder rigide routines. Hierbij waardeert de vaste gast de kleine rituelen en (familie) tradities. In veel gevallen zijn er meerdere generaties van de familie aanwezig. Ook vrienden worden regelmatig uitgenodigd in het vaste vakantieverblijf, waarbij in het geval van kinderen regelmatig voorkomt dat zij vriendjes en vriendinnetjes vanuit huis uitnodigen. De relatie met de 'buren' in de vakantieomgeving verschilt enorm, enerzijds biedt de vakantieomgeving veel ruimte om snel even met elkaar een praatje te maken of gezamenlijk te barbecueën, anderzijds zijn er ook vaste gasten die niet de behoefte hebben aan intensief contact met de omgeving (Quinn, 2010).

Waardering

Onderzoeken (Jorgensen en Stedman (2001), Matarrita, Stedman en Luloff (2010)) duiden op een hoge mate van positieve en intense gevoelens en perceptie van de vaste gast voor hun eigendom. Verder illustreren zij het grote belang van de omgeving in de waardering van het tweede huis. Waar de lokale bevolking juist een economisch belang heeft bij de ontwikkeling van het woongebied, heeft de tweede woningbezitter een meer conservatieve houding en streeft naar een natuurlijke ontwikkeling van het gebied. Mensen identificeren zich, hechten zich en laten in sommige gevallen zelfs hun gevoel van geluk afhangen van het vaste vakantieverblijf.

‘Thuis’ is in deze context een belangrijk concept. Vaste gasten voelen zich niet zozeer toerist, maar voelen zich thuis op hun vaste vakantieomgeving. Het zich ‘thuis’ voelen op een plek is niets meer of minder dan de betekenis die eraan gegeven wordt. Bovendien, beweert Torkington, geeft niet alleen het individu betekenis aan de plaats, maar kan de plaats ook het individu vormen. De wederzijdse relatie tussen plaats en individu noemt ze plaats-identiteit (place identity), een begrip dat een gevoel van ‘thuis’, of ‘ergens thuis horen’ bewerkstelligt. Het geeft weer wie we zijn, of hoe we ons voelen.

Uitgaven

Diverse onderzoeken besteden aandacht aan de uitgaven van een vaste gast. Zoals vaak wordt beweert zijn de dagelijkse uitgaven van de vaste gast volgens de case studie van Mottiar beduidend lager dan gasten die voor een ‘normale’ vakantie verblijven in een bungalow. Dagelijkse uitgaven worden in dit geval onderverdeeld in de volgende categorieën; dagelijkse boodschappen, overige aankopen in winkels, eten en drinken buitenshuis, entree/ toegang voor activiteiten en overige kosten. Het type accommodatie blijkt uit het onderzoek een belangrijke indicator te zijn voor uitgaven. Loyale toeristen (waaronder ook de vaste gast vallen) zijn volgens Petrick prijsgevoeliger. Zo besteden vaste gasten verhoudingsgewijs minder geld aan eten en drinken buitenshuis. Daarentegen geven zij meer geld uit aan boodschappen bij lokale supermarkten. Wel zijn de boodschappen, zoals brood, melk en kranten, die de vaste gast koopt vergelijkbaar met andere type toeristen (Müller, 1999). Ondanks het feit dat vaste gasten per dag minder geld besteden, spendeert de vaste gast veel tijd in de regio. Zij zorgen volgens Mottiar voor een bepaalde continuïteit en maakt regio's minder seizoensgebonden. Ook de jaarlijkse uitgaven dienen volgens Muller mee te worden gerekend. Dit zijn behalve kosten als huur, hypotheek, belasting, verzekeringen, ook uitgaven als, onderhoud, inrichting interieur, afval, gas, water en elektriciteit. Deze uitgaven meegerekend besteden 1000 vaste gasten volgens Mottiar op jaarbasis evenveel als 7000 ‘reguliere’ toeristen (Mottiar, 2006).

Resumé

Op basis van bestaande onderzoeken, veelal gericht op tweede woningbezitters en buitenlandse situaties, kan resumerend vastgesteld worden dat de volgende zaken van belang zijn met betrekking tot de vaste gast.

- Tweede woningbezitters bevinden zich veelal in een specifieke levensfase. Zij zijn of gepensioneerd of hebben een gezin met jonge kinderen.
- Men heeft een drang naar rust, ruimte en wil zich onttrekken aan dagelijkse verplichtingen.
- Deze motieven komen voort uit de tekortkomingen in de verstedelijkte primaire woonomgeving. Men wil op korte afstand deze tekortkomingen compenseren in het vaste vakantieverblijf.
- Er wordt gezocht naar minimale verschillen op relatief korte afstand waardoor ze wel een veilige en bekende omgeving aantreffen die tegelijkertijd rust verschaft.
- De verblijfsduur en –frequentie varieert van enkele korte weekendjes tot meer lange vakanties, dit is mede afhankelijk van de levensfase waarin men zich begeeft.
- De positieve gevoelens (veilig, huiselijk) jegens de vakantiewoning maakt dat de vaste gast zich thuis voelt en graag de omgeving wil behouden zoals het is.
- Er worden veelal eenvoudige activiteiten, zoals wandelen en fietsen ondernomen. Activiteiten als koken, boodschappen doen, en klussen, mede door het gezelschap en de tijd die men er aan kan besteden, worden als plezierig ervaren. Tijdens de activiteiten staat de familie centraal.
- De dagelijkse bestedingen liggen beduidend lager dan bij ‘normale’ verblijfstoeristen. Wel zorgt men voor een bepaalde continuïteit in een regio en is men minder seizoensgebonden. Behalve dagelijkse uitgaven zijn er ook jaarlijkse kosten als onderhoud, inrichting en gas, water en elektra.

Definitie: De ‘vaste gast’ is een individu dat een tweede verblijfsaccommodatie (boot, chalet, (sta)caravan, tent, tweede woning) voor recreatieve doeleinden bezit en hier regelmatig verblijft zonder daarvoor per verblijf te betalen. De verblijfsaccommodatie is voor eigen gebruik, maar kan daarnaast ook worden verhuurd aan derden². Wel staat de verblijfsaccommodatie minimaal een seizoen op dezelfde locatie.

² Hieronder worden niet de eigenaren van verblijfsaccommodaties gerekend die deze alleen verhuren.

3 Resultaten interviews

In deze bijlage worden de belangrijkste uitkomsten van de interviews beschreven. Deze schetsen de context van de vaste gast en bieden achterliggende informatie over het hoe en waarom. Achtereenvolgens worden de volgende zaken besproken: persoonskenmerken, motivatie, gebruik, activiteiten, waardering en uitgaven.

Kenmerken vaste gasten

Vaste gasten zijn opvallend genoeg over het algemeen in het bezit van een **koophuis**; mensen met een huurhuis als primaire woning lijken zich niet tot nauwelijks te oriënteren op een tweede verblijfsaccommodatie. Opvallend is dat de respondenten veel vertelden over het feit dat de **omgeving** waarin het vaste vakantieverblijf zich bevindt wezenlijk verschilt van de omgeving van de primaire woning. Landschappen zijn anders (dorps vs. bos of strand), bebouwing is anders (stadse woningen vs. vrijstaande bungalows / boten). Vaste vakantieverblijven staan over het algemeen in een compleet andere omgeving dan de primaire woning omdat mensen niet méér van hetzelfde willen. De verblijfsaccommodatie roept een vakantiegevoel op en dat is wezenlijk anders dan het gevoel van dagelijkse routine. Kanttekening hierbij is dat men de directe omgeving graag anders ziet dan thuis, maar dat de woning zelf juist huiselijke en herkenbare sferen moet hebben: de accommodatie wordt compleet ingericht naar de smaak van de bewoners. Dat impliceert weleens dezelfde sferen qua verlichting of wandversiering als in de primaire woning. Het wordt gezien als een aanvulling of een tegenhanger van wat men dagelijks om zich heen ziet en beleeft.

“Het huis voelt als tweede thuis. Alles is voor het huis gemaakt en blijft ook in het huis. Huis is persoonlijk maar niet met privéspullen ingericht. Geen foto’s wel persoonlijke ‘touch’ met meubels en boeken”.

“Het huis was gebruiksklaar toen we het kochten, het zag er piekfijn uit. Alleen aan de inrichting is veel veranderd om het ons eigen te maken. Veel zaken zijn hergebruikt maar het is kwalitatief hoogwaardig ingericht”.

Motivatie

Motieven waarom mensen een vast vakantieverblijf aanschaffen, liggen in de sfeer van ‘rust en ruimte zoeken’, ‘ontspanning’ en ‘ontsnapping aan de dagelijkse routine’. Deze motieven worden tevens genoemd als reden om het huisje of de boot te bezoeken. Het motief waarom mensen zo graag in hun chalet, tweede woning of op hun boot verblijven, verschilt uiteraard per mens. Toch vernemen we in de interviews een telkens terugkerend aspect: **rust en ruimte**. Het landelijke en weidse, de stilte en het ontbreken van een haastige sfeer vallen daar onder meer onder. Niets moet en alles mag....

“In een dorp kom je vaak bekende mensen tegen. Zeker als je een zaak hebt, moet je altijd open en vriendelijk blijven naar de dorpsgenoten. In Renesse hoeft dat allemaal niet, kan ik ook eens een dag door zonder iedereen te hoeven groeten.”

“Met de boot in de Bolswardervaart liggen. Zonsondergang...Er komen dan geen boten meer voorbij. Je zit daar helemaal alleen in een natuurgebied. Dat gelukzalige gevoel”.

De wijze waarop mensen in **bezit** komen van hun accommodatie kent twee alternatieven: men erft / krijgt het aangeboden òf men zoekt gericht en koopt vervolgens. Tweede accommodaties en vooral boten hebben iets nostalgisch. En de accommodatie of locatie hebben een relatie met verleden van de vaste gast. Zeker wanneer ze over gaan van generatie op generatie, wat nog wel eens wil gebeuren bij tweede accommodaties. Vorige generaties geven ogenschijnlijk de accommodatie graag door aan de volgende generatie. Jonge mensen zijn overigens wat minder bezig met het 'doorgeven' en weer meer met het upgraden van hun accommodatie. Mensen klussen graag aan de woning of boot. Het gevoel van eigendom werkt dat in de hand: het moet eigen gemaakt worden. Dat geldt voor zowel de woning of de boot als voor het park waar de accommodatie zich bevindt. De accommodatie moet 'van ons' worden.

"De stacaravan was in bezit van mijn schoonouders. Toen zij er van af wilden, werd aan de kinderen gevraagd wie er interesse in had. Wij waren de enigen. We hebben de caravan voor niets over kunnen nemen, maar zaten daarbij wel vast aan de plek, de caravan en de inventaris".

"Het schip is door vader gekocht voor mij en mijn twee broers. We zijn opgegroeid met zeilen. Onze familie heeft altijd boten gehad. Dit was het familieschip".

Mensen die op een andere wijze aan hun accommodatie komen, worden getipt door familie of vrienden. De koop van een tweede accommodatie geschiedt na tips en advies van vrienden en bekenden en/of mensen die ook op het park een woning / boot hebben. Internet (google maps, google earth) speelt eveneens een rol tijdens de zoektocht naar een tweede accommodatie. Mensen completeren tips en adviezen door ook zelf op zoek te gaan via internet of/en door adviezen digitaal te checken. Een (sta)caravan, tweede woning of boot dient aan voorwaarden en karakteristieken te voldoen. Mensen selecteren op een veelheid aan criteria, waaronder de afstand tussen de primaire woning en het vaste vakantieverblijf, de ligging van en de sfeer op het park, de status en faciliteiten van de woning of boot en de kosten / prijs.

"Zowel ikzelf als mijn man zijn fervent zeilers en liefhebbers van het water. We hebben vele jaren een boot gehad, eerst afzonderlijk van elkaar, nu samen. De huidige boot is een logisch gevolg van de vorige boot. Mijn man heeft de boot gekocht, precies wetend wat hij wilde qua afmetingen, materiaal e.d.".

"De rust opzoeken is één van de redenen om juist voor deze accommodatie te kiezen. Daarnaast komt de moeder van mijn vrouw uit de streek. Zij wil graag af en toe terug komen in de streek en dit is een mooi alternatief".

De afstand tussen de primaire en het vaste vakantieverblijf wordt belangrijk geacht; daar is bij de aanschaf al rekening mee gehouden. Het moet niet 'te ver' zijn, waarbij 'te ver' een volstrekt subjectief begrip blijkt te zijn.

"Mijn ouders hadden een eigen bedrijf. We wilden iets waar je snel heen kunt, maar waar je wel gelijk het gevoel hebt dat je weg bent."

"Binnen cirkel van een uur anders moet je er niet aan beginnen."

De interpretatie van de reistijd verschilt van ‘een noodzakelijk kwaad’ tot ‘onderdeel van het weekendje weg’. Tijdens de interviews kwamen hieromtrent overigens een aantal aardige weetjes boven tafel. Een voorbeeld hiervan is dat het tijdstip van vertrek bepaalt of men de reis als noodzakelijk kwaad of als stukje voorpret interpreteert: hoe dichterbij het file tijdstip aan, hoe meer men de reis als noodzakelijk kwaad ziet. Verder bleek onder meer dat mensen die thuis de koelkast leeg maken en eet- en drinkwaren meenemen naar het vaste vakantieverblijf relaxter tegen de reis aankijken dan degenen die bij aankomst nog naar de winkel moeten.

“Niets is teveel. We nemen altijd de fiets mee en kleding natuurlijk. Het eten dat open in de koelkast staat pakken we ook in. Dat scheelt een run naar de winkel bij aankomst op het park. Dat voelt een stuk ontspannender”.

Gebruik

De wijze waarop het vaste vakantieverblijf gebruikt wordt, is afhankelijk van een aantal factoren. Er is een algehele tendens tot het vaker en langer **gebruik** willen maken van de accommodatie dan dat men momenteel doet. Redenen waarom men niet (vaker) naar de accommodatie gaat hebben veelal te maken met onder meer gezinssituatie, leeftijd, beschikbaarheid en gezondheid. Externe factoren zoals de weeromstandigheden, sociale verplichtingen en beschikbare vrije tijd spelen eveneens een aanzienlijk rol hierin. Gasten bezoeken hun (sta)caravan, chalet, tweede woning / boot het liefst zo vaak mogelijk. Dit varieert van ieder weekend zolang het park open is tot een paar keer per jaar voor wat langer dan een weekend. Gezinnen met kinderen zitten vast aan de zomervakantie en gaan dan meestal voor een paar weken. Mensen zonder kleine kinderen zitten niet aan de schoolvakanties vast en vertonen dan een voorkeur voor het voorjaar (minder druk).

“We zijn iedere week op de camping. We proberen zo veel mogelijk te gaan. Vooral wanneer het mooi weer is want dan kunnen we van de zon genieten. Dat lukt in onze eigen tuin thuis niet. We voelen totaal geen weerstand om wekelijks naar de accommodatie te gaan. Ook niet om naar huis te gaan trouwens, omdat we weten dat we er het weekend erna wéér zijn”.

“Het gevoel van de tweede woning blijft goed omdat we er aankomen en ook weer weggaan. Als we langer zouden blijven is het ‘aankomst en vertrek’ gevoel weg en dan wordt het minder interessant.”

Mensen gaan graag naar hun vaste vakantieverblijf. Het geeft een **goed gevoel**, een gevoel van vrijheid en er tussen uit zijn. De (sociale) verplichtingen van de thuisomgeving worden tijdens de interviews volop benoemd en uiteengezet, al wil men deze graag tijdelijk ontlopen of op een laag pitje zetten. Het werk wordt zelden meegenomen naar de chalet, tweede woning of boot, een enkeling daargelaten die juist alleen naar de accommodatie gaat om rustig te kunnen werken. Verder wil men juist tijdens het verblijf in het vaste vakantieverblijf niet met werk bezig zijn, maar tijd besteden aan familie en partner. Families met kinderen ervaren dat met name de kinderen graag en vaak gaan, volop buiten zijn en het erg naar hun zin hebben. Jonge kinderen gaan relatief eenvoudig om met sociale contacten en maken makkelijk vriendjes. Daarmee creëren zij hun eigen veilige en fijne omgeving waarbinnen zij zich graag bewegen. Kinderen zijn een bepalende factor, zo erkennen ook grootouders die een tweede woning bezitten en hun kleinkinderen mee nemen naar het park.

Eigenaren van verblijfsaccommodaties gaan overigens niet uitsluitend naar de eigen accommodatie op **vakantie**. Met name in de winterperiode, als parken in Nederland gesloten zijn, worden er vakanties geboekt naar wintersport- of winterzon bestemmingen. Vakanties naar 'onbekende' bestemmingen worden overigens volstrekt anders beleefd dan die in het vaste vakantieverblijf. In het vaste vakantieverblijf zegevieren gevoelens van gemak, het zich thuis voelen en verbondenheid met de woning en omgeving. Op onbekende bestemmingen overheerst het gevoel van verrassing, het 'wel eens wat anders willen' en spanning.

"Wij verblijven niet de gehele zomer in de caravan. We reizen graag en gaan daarom ook graag naar andere bestemmingen in het buitenland. "

"Ieder jaar wordt er een reis gemaakt naar een niet-toeristische bestemming. Oostblok, Scandinavië. Dan is het belangrijk dat er niet veel mensen zijn, geen massa's, ook geen grote attracties, wel mooie natuur, of interessante steden. In de stacaravan wordt meestal de voorjaarsvakantie doorgebracht, Pasen, hemelvaart, en een stukje van de zomervakantie".

Verhuur of geen verhuur

Aan de ene kant doen vaste gasten hun eigendom niet graag in de **verhuur**. Het idee dat vreemden zich in hun domein bevinden is onaantrekkelijk. Familie, kleinkinderen en vrienden zijn wel welkom; zij maken doorsnee gratis gebruik van de verblijfsaccommodatie.

"Het huis is altijd voor eigen gebruik geweest. Er is nooit sprake geweest van verhuur. Huurders gaan niet zo om met je huis als jijzelf. Ook beheerders zijn vaak niet te vertrouwen, zo is de ervaring. Bovendien word je ook van alles opgelegd om het huis voor verhuur aantrekkelijker te maken en dat strookt niet altijd met de eigen wensen (flatscreen tv etc.)".

"We verhuren nooit. Dat vind ik een gedoe. Als mensen gebruik willen maken van de caravan dan kan dat, maar dan is het gratis".

Aan de andere kant is de verhuur van de tweede woning³ voor sommigen een must met een financieel tintje. Of soms is het ook gewoon een leuk zakcentje en een motief om zelf niet te gaan. Dan gaat de verhuur voor op het eigen gebruik; de opbrengst is aantrekkelijk:

"Ik laat niet een weekend opbrengst lopen om daar zelf plezier te hebben. Dan moet het echt specifiek een doel hebben.... De praktijk is gewoon dat je een weekendje weg wil en of dat nu dit weekend is of volgend weekend dat maakt niks uit"

"Het huisje is het hele jaar beschikbaar voor verhuur. De verhuur gaat meestal per mail of via opterschelling.nl (kost ongeveer 100 euro per jaar). De mensen maken het zelf schoon. De sleutel ligt in de fietstas en er wordt op basis van sociale controle gekeken of het huisje mooi schoon is. Het is in al die tijd maar 5x fout gegaan".

In het geval er aan vreemden wordt verhuurd dan wordt de deal in eigen handen gehouden en vrijwel zelden uitbesteed aan een parkexploitant of een externe partij. Reden hiervoor is met name dat men een vinger aan de pols wil houden betreffende de verhuur periode, en men hecht eraan te weten wie (welke types) er gebruik maakt van de woning. Het uitbesteden van de verhuur aan de parkexploitant of aan derden wordt als duur ervaren en geniet daarom geen populariteit.

³ Bij andere type accommodaties was er geen sprake van verhuur.

Booteigenaren zijn overigens aanmerkelijk terughoudender in het verhuren van hun eigendom dan woningbezitters. Dit wordt met name veroorzaakt door de technische kant van de boot en het gebrek aan vertrouwen of de huurders wel kunnen varen en aanmeren. Bovendien heeft een boot, vaker nog dan een woning, een emotionele lading omdat bootbezitters een bootverleden hebben.

“De boot wordt niet verhuurd. De boot is 48 jaar oud en ter vergelijking: ik zou ook geen oldtimer verhuren. Het is te eigen. Er worden wel vrienden meegenomen maar: de boot is van mij en er zijn er genoeg te huur!”

“De boot is nooit verhuurd en dat zal ook niet gaan gebeuren. Het geeft te veel rompslomp en bovendien moet je er dan voor zorgen dat alles spic en span is en dat is nou net wat ze niet willen op de boot.”

Activiteiten

Tijdens het verblijf in het vaste vakantieverblijf zijn de **recreatieve activiteiten** die men graag onderneemt divers en eenvoudig van aard. De bezigheden variëren van wandelen of fietsen tot een dagje weg met boerenactiviteiten; van klussen aan de woning / boot tot een dagje strand. De omgeving acht men belangrijk: nabijgelegen dorpjes/steden worden bezocht en bezichtigd. In en rond de accommodatie wordt met name gebruik gemaakt van het ‘eigen’ terrein (BBQ, spelletjes) alsook van het park terrein (midgetgolf, bonte avond). Met name voor kinderen is het sociale aspect (vrienden maken en behouden) belangrijk. Er wordt gehecht aan ‘vrienden en bekenden’ op het terrein. Voor ouders en ouderen wordt de accommodatie juist gezien als rustpunt; een tegenhanger van de drukte in de primaire omgeving (werk, verplichtingen).

“We doen niks bijzonders eigenlijk,.... de eekhoorntjes komen over het terras heen, wat zal ik daar dan iets anders gaan doen.”

“In ons chalet is de mobiele telefoon niet erg prominent aanwezig. Bovendien doet ook de Wi-Fi het niet de helft van de tijd. En dat vind ik prima, want dan doen we veel meer dingen samen.”

“Die zuiperij op een camping, daar heb ik geen zin in. Ik wil varen!”

Er zijn weinig activiteiten die de gasten als ballast ervaren. Zelfs onderhoudsactiviteiten zoals dak schoonmaken, snoeien en inkopen doen voor de woning / boot worden als prettig ervaren. Bij vergelijking met de primaire woning is het verschil opvallend: daar worden eerder genoemde activiteiten als een verplichting, en dus onprettig gezien. Vaste gasten gebruiken het vroege voorjaar om groot **onderhoud** te plegen en te klussen aan de woning of boot. Eigenaren kiezen er over het algemeen voor om het onderhoud zelf uit te voeren en het niet uit te besteden aan derden. Het gevoel van eigendom en trots speelt hierbij een rol. Bovendien voelt klussen aan de accommodatie als een nuttige en niet onplezierige bezigheid.

“Iedere vakantie, -we gaan ongeveer 6x per jaar een kort weekje of iets langer- wordt er wel onderhoud gepleegd. De stacaravan is een eenvoudig exemplaar en vraagt regelmatig onderhoud”.

“We zijn veel tijd en geld kwijt aan onderhoud. Maar dat geeft niet: het is een hobby. De boerderij is ruim 150 jaar oud en van hout dus vergt veel onderhoud. Elk weekend wordt er wel geklust. Maar onze primaire woning is onderhoudsarm.”

Een interessant onderdeel van het verblijf in en om het vaste vakantieverblijf is de mate waarin men **behoefte heeft aan sociale contacten**. Opvallend is dat juist de interesse om sociale contacten bij de tweede accommodatie te hebben en de intensiteit ervan per persoon sterk verschilt. Sommigen geven aan dat men in de (sta)caravan, tweede woning of boot sociale verplichtingen mijdt en juist alleen met elkaar bezig wil zijn. Die komen puur om te ontspannen met hun partner en eventueel (klein)kinderen. Daarbij komt het voor dat men wel de burens oppervlakkig kent, niet in het minst uit veiligheidsoverweging: men houdt elkaars spullen in de gaten wanneer de ander niet aanwezig is.

“Er is weinig tot geen contact met andere tweede woning bezitters. Juist omdat we rust en privacy zoeken, hebben we geen behoefte aan sociaal contact met anderen op het park. Daarbij worden veel huisjes verhuurd en komen er dus iedere keer weer nieuwe mensen in”.

“Je bent in het dagelijks leven de hele tijd onder de mensen en dan is het ook wel eens fijn om niks te hebben. Daar ben je met de mensen met wie je bent en heb je niet nog de behoefte om met de mensen van daar contact te zoeken. Dat doen we dan ook niet”.

Anderzijds geeft men aan dat juist de sociale contacten bij het vaste vakantieverblijf, stimuleren om naar de verblijfsaccommodatie toe te gaan. De gezelligheid en het makkelijk bij elkaar binnen lopen voor een praatje, zorgen voor een gevoel van laagdrempeligheid. Men voelt zich thuis; op zijn gemak. Er is verschil met de primaire woonomgeving, waar men dit gemak minder voelt en waar men contacten meer gestructureerd lijkt te onderhouden (afspraken, planning). Sociale contacten bij het vaste vakantieverblijf vinden alleen maar bij de accommodatie plaats en worden niet vanuit de primaire woning onderhouden.

“Ondanks dat ik alleen ben vind ik het heerlijk. Je kent zo veel mensen, meer dan in mijn primaire woning. Dus zo gauw het maar even kan ben ik dáár.”

“We gaan ieder weekend varen en maken dan afspraken met andere bootbezitters waar we naartoe gaan en waar we aanmeren. In de havens is het altijd heel gezellig. Het bootvolk is heerlijk! Het is makkelijk contacten leggen, borreltje, lekker eten. Mensen met een boot in de haven zijn allemaal wel levensgenieters. Hebben vaak kinderen. Ook pubers gedijen er goed”

Waardering

Bezitters van een tweede woning of een boot noemen herhaaldelijk dat men vooral over de rust en de ruimte zo tevreden is. Doorgaans wordt dit afgezet tegen de primaire woonomgeving: het hectische van de stad, of de routine van alledag. In die behoefte aan ‘slowing down’ voorziet de tweede woning. Opvallend is het thuisgevoel dat alle respondenten herkennen. Niemand voelt zich een toerist in de verblijfsaccommodatie.

“Een toerist passeert; ik heb hier (in stacaravan) vastigheid en voel me volledig thuis”.

“Het mooie is, als je daar bent heb je niet zoveel nodig. Je hebt daar zo veel gevoel voor ontspanning. Al ga je daar zitten en naar het kabbelende water kijken dan is dat nog steeds voldoende. Het is heerlijk om daar ‘s avonds aan het strandje te gaan zitten en de bootjes te zien binnenkomen. Dat is voor mij een vorm van geluk. Dan heb ik niet echt veel nodig”

Tevredenheid is voor sommigen een complex concept. Het zich thuis voelen op twee plaatsen brengt onbedoeld onrust met zich mee: er zitten een hoop voordelen aan, maar helaas ook nadelen. Dan blijkt dat de grens tussen ‘zich overal thuis voelen’ en ‘zich nergens thuis voelen’ soms flinterdun kan zijn:

“Diever is momenteel meer thuis dan Rotterdam. Rotterdam voelt als een hotel. We zijn het liefste in Diever maar momenteel voelen we ons nergens helemaal thuis. Ik ben lid van een golfclub in Diever maar daar kan ik niet 100 % meedraaien. Veel activiteiten vinden door de week plaats. In Rotterdam ben ik lid van een hardloopclub maar die traint weer op vrijdagavond. Ook voor de sociale contacten heeft dit ‘leven tussen twee plaatsen’ consequenties. Voor het onderhouden van vriendschappelijke contacten komen mensen niet een avondje langs, maar direct een weekend. Dan krijg ik weleens het gevoel een hotel te runnen. En dan blijkt helaas dat je met sommige mensen echt niet wakker wilt worden! Het kost vriendschappen. “

De mate waarin mensen tevreden zijn met hun verblijfsaccommodatie heeft direct te maken met de woning zelf. Die wordt zo omgevormd dat het als een thuis voelt. De omgeving speelt eveneens een belangrijke rol in de tevredenheid van mensen. Behalve veel verscheidenheid ten aanzien van de primaire woonomgeving, verwacht men wel de nodige faciliteiten nabij. Winkels, restaurantjes, speeltuinen en dergelijken worden over het algemeen gewaardeerd. Gevoel van veiligheid en een gevoel van ‘welkom zijn’ dragen eveneens bij aan de mate van tevredenheid.

Beleid

Gedurende de interviews kwam regelmatig het thema beleid aan de orde. Opvallend is dat de respondenten tamelijk uiteenlopend denken over het park-, haven- of overheidsbeleid. Niet iedereen voelt zich even betrokken bij het beleid. Sommigen hoeven geen inspraak, anderen vinden meer inspraak noodzakelijk. Vooral bij veranderingen, uitbreidingen en de aanleg van nieuwe attracties of faciliteiten vindt men inspraak belangrijk. Een aantal respondenten is tevreden over diverse basis regels omtrent de autosnelheid op het park en welstandeisen.

“Veel van de veranderingen worden wel overlegd maar echte inspraak is er niet en je moet wel goed bedenken dat dat ook maar tot op zekere hoogte kan. Zij nemen de beslissingen waarbij er eerst wel gemonitord wordt wat de mening is. Maar het uiteindelijke besluit ligt toch bij het management”.

“Ze hebben na verloop van jaren de statuten stevig dichtgetimmerd. Daar ben ik wel positief over. Je kunt nu niet zomaar bijvoorbeeld je huisje rood gaan verven of een enorme schuur neerzetten. Hierdoor blijft het wel 1 geheel”.

“Er zitten mensen in het park die hebben 12 woningen. Die verhuren alleen maar. Dat is een investering. Er zitten er ook die er alleen maar van willen genieten en niet het gedoe van verhuur willen hebben. Ik zit in de vereniging van eigenaren in het park. Ik denk mee over aanpassingen met betrekking tot het zwembad, de speeltuin, paden, herontwikkelingen. Iedereen met een huis in eigendom is lid en doet verplicht een geldelijke investering in het park. Dit geld komt overigens weer vrij bij verkoop van het huisje. Niet iedereen is even actief. Iedere unit echter heeft zijn eigen stem en mag dus een stempel drukken op parkvraagstukken”.

“Het beleid van de provincie ten aanzien van de verhuur van onze woning keur ik af. De woning heeft potentie om een bezettingsgraad van 80% te halen. Verhuur van de woning mag echter niet meer

vanwege het feit dat in het bestemmingsplan de woning niet voor recreatiedoeleinden is aangemerkt. Ik zie heel veel vraag en potentie in de buurt. De besluiten van overheidsinstanties zijn frustrerend”.

“Mijn belangen worden goed behartigd maar ik heb niet het gevoel dat ze erg toegankelijk zijn. Ik ben tegen bepaalde regels; bijvoorbeeld dispensatie in het opvangen van afvalwater voor oudere boten. Ik vind dat HISWA daar wat actiever in kan zijn. Verder ben ik voor meer ligplaatsen op bijzondere/rustige plekken. De provincie Friesland zorgt wel goed voor de vaart”.

Uitgaven

Kijken we nader naar de uitgaven aan de tweede accommodatie op jaarbasis, dan ligt dat op ongeveer € 2.000 à 3.000 per jaar, gebaseerd op vaste lasten (onderhoud, sta-/liggeld en gas, licht en water). Uitgaven van variabele aard betreffen onder meer dag activiteiten, eet- en drinkwaren en het upgraden van de woning (aankleding, vernieuwing). Deze uitgaven zijn niet te vangen in een patroon en verschillen per persoon en type accommodatie. Uit de interviews bleek verder dat de kosten voor de verblijfsaccommodatie ieder jaar hoger lijken te worden. Het gaat hier voornamelijk om de kosten om op een bepaalde plek te mogen staan. Redenen hiervoor worden met name gezocht in het feit dat park-, camping- en/of jachthaveneigenaren extra voorzieningen voor kort verblijf / seizoenplaats aanleggen. Deze kosten worden, naar men vermoedt, doorberekend in de prijs voor een sta- of ligplaats. Voor de vaste gast zijn deze voorzieningen vaak niet nodig. Toch gaat men er over het algemeen wel mee akkoord, hoewel dit laatste erg afhankelijk is van de kosten en het eventuele ongemak voor de vaste gast.

“Wat betreft de uitgaven en dat is dan inclusief liggeld en onderhoud dan kom je toch wel op enkele duizenden euro’s uit. Hij moet namelijk in de winter ook uit het water gehaald worden eventueel voor onderhoud van de bodem etc. “.

“Je moet ook een bijdrage leveren aan de vereniging van eigenaren die dan ook een deel van het onderhoud in z’n beheer neemt. Dit is verplicht. Daarnaast, als het gaat om het klein onderhoud, het vernieuwen van dingetjes, dan geven we ongeveer 1000 euro per jaar uit”

“Als we de boot niet zouden hebben zouden we niet in een rijtjeshuis wonen. De boot is alles bij elkaar vrij kostbaar. Het geld dat naar de boot gaat, gaat niet naar het huis. We hebben bewust een kleiner huis ten bate van onze dure boot.”

Toekomst

De toekomst van het vaste vakantieverblijf doet als thema een beroep op de vooruitziende blik van de tweede woning of boot bezitter. Degenen die de accommodatie hebben geërfd van de vorige generatie gaan er van uit dat zij de accommodatie weer aan de volgende generatie zullen overdragen. Mensen die het vaste vakantieverblijf zelf hebben gezocht en gekocht, zijn doorgaans wat kritischer en sceptischer ten aanzien van de toekomst van de woning en zijn rationeel in hun beslissingen. Geen van de respondenten geeft overigens aan de woning enkel te hebben gekocht uit investeringsoogpunt voor de toekomst.

Redenen om te verkopen zijn veelal van financiële- (woning wordt te duur, of de verhouding tijd-geld is zoek) of van persoonlijke aard (uitgekeken, veranderingen gezinssituatie, baanverlies of -wisseling). Mocht er niet of nauwelijks meer gebruik van worden gemaakt dan is dit ook een reden voor verkoop.

Opvallend is dat juist de wat oudere gast aangeeft op de huidige locatie te willen blijven en geen verkoop overweegt (tenzij financieel noodzakelijk).

“De belemmeringen om naar de boot te gaan zijn gegroeid. De kinderen worden groter en willen niet meer ieder weekend mee. Daarnaast zijn er door het sporten heel veel weekenden dat we als gezin pas op zaterdag aan het einde van de dag kunnen vertrekken. Met een reisafstand van ongeveer een uur wordt de barrière te hoog. Om die reden is de boot onlangs te koop gezet; er wordt gewoonweg te weinig gebruik van gemaakt in de weekenden. Voor alleen vakantiegebruik zijn de jaarlijkse kosten te hoog.”

“Wanneer ik met pensioen ga dan willen we graag richting Zeeland verhuizen. We gaan dan op zoek naar een goedkoop appartementje in de buurt van de camping en dan kunnen we nog meer tijd op de camping doorbrengen.”

“Ik zie geen enkele reden om de caravan van de hand te doen. Het idee dat ik het zou moeten opgeven bevalt me helemaal niet. Ik heb het nooit overwogen, en zal dat ook nooit doen. De herinneringen zijn te intens. Ik blijf in het huisje tot het in elkaar stort’.

“Mocht mijn vader ooit op een mooie respectabele leeftijd komen te overlijden dan is het de vraag wie wil het hebben. Ik weet wel dat er een aantal mensen zijn die daar interesse in hebben of dat we het met z’n allen houden. Dat is natuurlijk ook de vraag. Maar ik zie niet dat dit huisje de familie ooit verlaat”.

Resumé

Resumerend kunnen we vaststellen dat de vaste gast vele gezichten laat zien.

- Het vaste vakantieverblijf is anders dan de primaire woonomgeving, maar de (sta)caravan, tweede woning of boot heeft zelf juist huiselijke, herkenbare sferen.
- De ontspanning, rust en ruimte zijn belangrijke motieven om gebruik te maken van een vast vakantieverblijf.
- Er zijn twee mogelijkheden waarop vaste gasten in het bezit komen van (sta)caravan, tweede woning of boot: men erft / krijgt het aangeboden òf men zoekt gericht en koopt vervolgens.
- Het verleden van de vaste gast is van grote invloed op de keuze voor locatie en type accommodatie.
- Factoren waarom een vaste gast geen gebruik maakt van het vaste vakantieverblijf zijn: weeromstandigheden, vrijetijd (sociale verplichtingen van het gezin) en beschikbaarheid accommodatie.
- Slechts een enkeling verhuurt het vaste vakantieverblijf. Het merendeel, en met name boot bezitters vinden het verhuren van het persoonlijk eigendom onaantrekkelijk. Anderen zien de verhuur als financiële noodzaak. Wel houdt men de verhuur graag in eigen hand.
- Vaste gasten ondernemen vaak eenvoudige activiteiten, als fietsen en wandelen, maar ook activiteiten als boodschappen doen en klussen worden als plezierig ervaren.
- In het vaste vakantieverblijf gaat alles in een lager tempo (‘slow living’). Vaste gasten zijn tevreden en voelen zich thuis in plaats van toerist.
- Jaarlijks geven vaste gasten ongeveer tussen de €2000,- en €3000,- uit.
- Vaste gast verwachten of wel de accommodatie over te dragen aan volgende generaties of wel de accommodatie te verkopen. Oorzaken hiervoor hebben te maken met de mate van gebruik, financiële situatie of de gezondheid.

4 Resultaten enquête

In dit deel van de bijlage worden de resultaten van de enquête getoond. In de enquête zijn de uitkomsten uit de literatuurstudie en de interviews getoetst onder vaste gasten. Allereerst worden de persoonskenmerken van de vaste gast beschreven. Achtereenvolgens worden de onderwerpen motivatie, gebruik, activiteiten, waardering en uitgaven behandeld.

Kenmerken vaste gast

Gemiddeld is de vaste gast 56 jaar oud, waarbij een grote groep tweede accommodatiebezitters (44%) zich rond de pensioengerechtigde leeftijd bevindt (zie figuur 4.1). Meer dan de helft van de huishoudens van de ondervraagden bestaat uit 2 personen; 34 procent uit 3 of 4 personen; 8 procent uit 5 of meer personen. Slechts 7 procent van de ondervraagden heeft een eenpersoons huishouden. Van alle huishoudens bestaat ruim 65 procent van de huishoudens uit alleen volwassenen (18+); een kwart heeft kinderen jonger dan 12 en 10 procent heeft kinderen in de leeftijd van 13 t/m 17 jaar.

Het opleidingsniveau toont een zeer gevarieerd beeld: ongeveer een kwart heeft een MBO (24%) of HBO of WO-bachelor opleiding (25%) gevolgd. De andere helft heeft LBO/VMBO, HAVO/VWO of WO/doctoraal als hoogst genoten opleiding opgegeven. Vaste gasten in het bezit van een boot zijn in vergelijking met andere vaste gasten hoger opgeleid.

Responsverantwoording

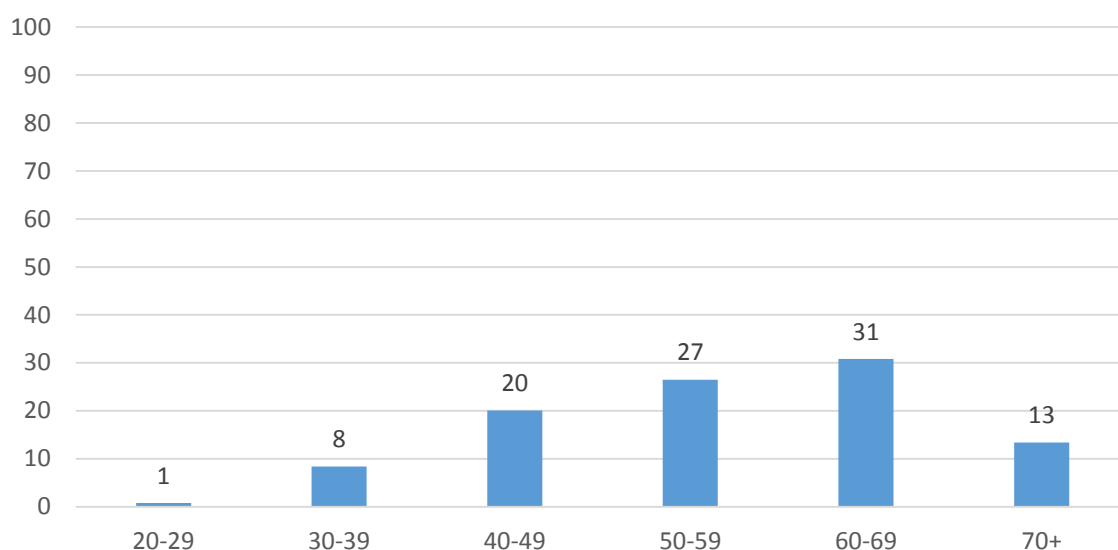
Ruim 2800 respondenten zijn begonnen aan de vragenlijst, daarvan hebben 1586 de online vragenlijst volledig ingevuld. Ruim de helft van de respondenten (56%) is vrouw.

In deze vragenlijst vormen de vaste gasten in het bezit van stacaravan op een jaarplaats de grootste groep (59%). Het kamperen op een seizoensplaats op een camping volgt als tweede (20%); de boot staat op drie (15%) en vaste gasten in het bezit van een tweede woning op 4 (6%). Vaste gasten in het bezit van een tweede woning zijn in deze vragenlijst ondervraagd.

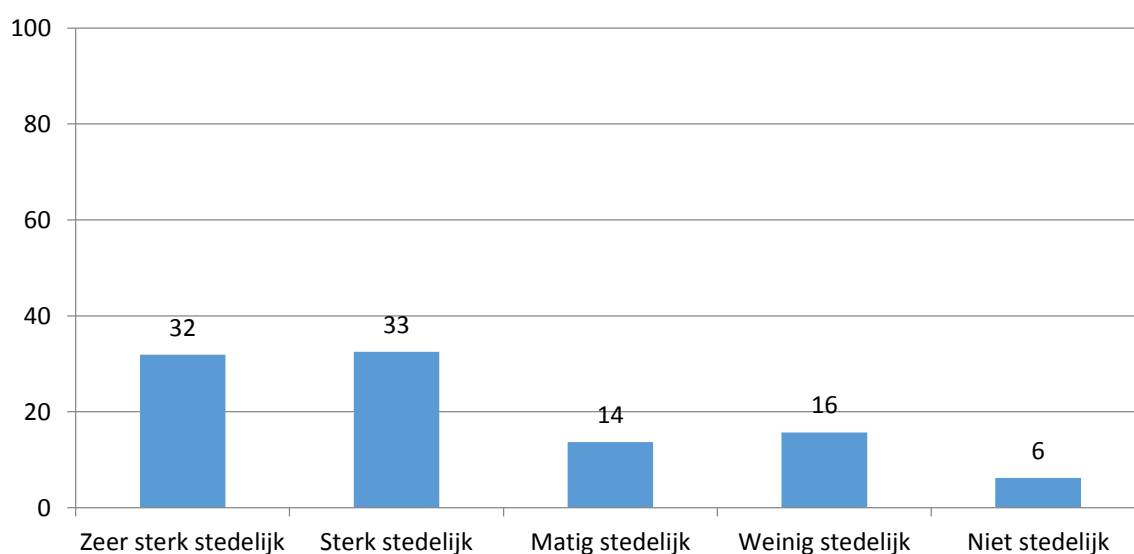
De vaste vakantieaccommodaties van de respondenten staan voornamelijk in de provincies Noord-Holland (23%), Zuid-Holland (20%), Zeeland (19%) en Gelderland (12%).

Het overgrote deel van de vaste gasten heeft hun primaire woning in Nederland; een kleine 11 procent in Duitsland en 5 procent in België. Voor regio's die niet aan de kust gelegen zijn, is het aandeel buitenlandse vaste gasten lager: 7 procent uit het buitenland en 93 procent uit Nederland.

Het merendeel van de vaste gasten woont in (zeer) sterk stedelijk gebied (65%). Slechts 6 procent van de vaste gasten woont in een niet-stedelijk gebied (figuur 4.2). Ver hoeft de vaste gast vaak niet te rijden. Ruim twee derde van de vaste gasten rijdt binnen een uur naar zijn vaste verblijfsaccommodatie.



Figuur 4.1 Leeftijd verdeling vaste gast (%)

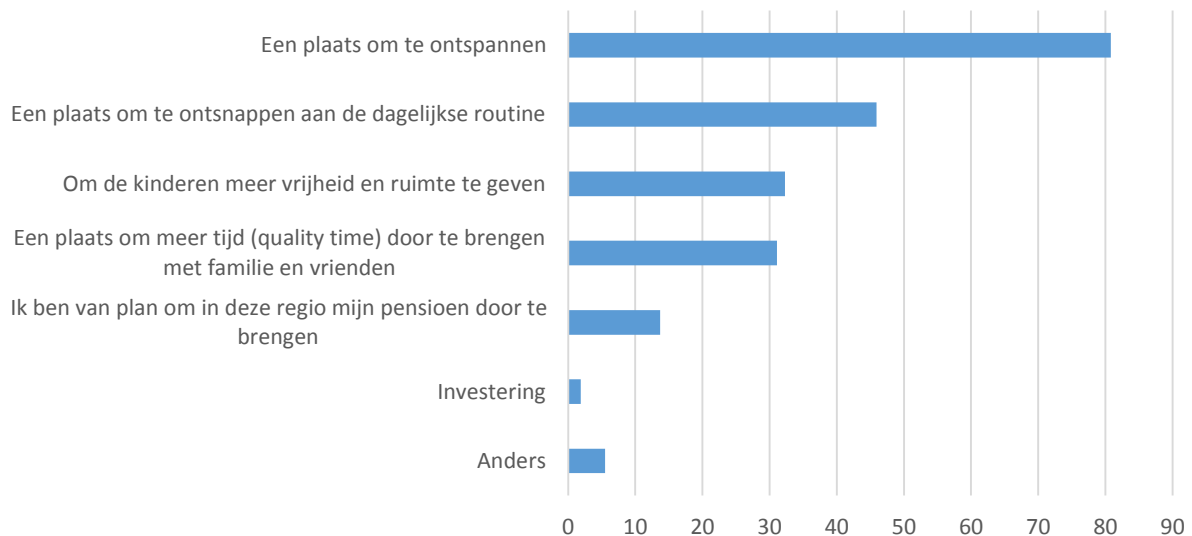


Figuur 4.2 Mate van stedelijkheid primaire woonomgeving (%)

Op de vraag 'hoe lang heeft u de accommodatie in bezit?' antwoordt 37 procent de accommodatie minder dan 5 jaar in bezit te hebben. Bijna 20 procent van de vaste gasten bezit de accommodatie langer dan 20 jaar. De waarde van de tweede verblijfsaccommodatie is door het merendeel ondervraagden (bijna 70%) ingeschat op minder dan € 25.000,-. Vaste gasten in het bezit van een boot of tweede woning schatten de financiële waarde beduidend hoger in. Zo schat ruim een kwart van de vaste gasten haar tweede woning op een vakantiepark €100.000 of meer. Ongeveer 20 procent van de vaste gasten schat dat de waarde van haar tweede woning op een vakantiepark tussen de €50.000 en €100.000 ligt. Ook ongeveer 40 procent van de vaste gasten in het bezit van een boot, verwacht dat de boot meer dan €50.000 waard is.

Motivatie

Redenen voor mensen om een vast vakantieverblijf te hebben liggen met name in de sfeer van ontspanning (81%), alsook het ontsnappen aan verplichtingen en dagelijkse routine (46%) (figuur 4.3). Daarnaast hechten vaste gasten waarde aan het feit dat aan de kinderen vrijheid en ruimte gegeven kan worden en dat er ruimte is voor 'quality time' met familie en vrienden. Het motief om kinderen meer vrijheid en ruimte te geven is voor de vaste gast op de kajuitboot in mindere mate aan de orde (10%). Ook geeft slechts een beperkt percentage (14%) vaste gasten aan dat zij van plan zijn om in deze regio zijn/haar pensioen door te brengen. Alleen een groter percentage vaste gasten in bezit van een tweede woning op een park (22%) heeft plannen om in deze regio pensioen door te brengen. Ook zien vaste gasten in het bezit van een tweede woning deze vaker als investering (13%) ten opzichte van de vaste gast als investering (2%).



Figuur 4.3 Motivatie vaste gast voor vast vakantieverblijf (%)

Als we kijken naar de open antwoorden die mensen hebben gegeven bij deze vraag, dan worden enerzijds bovenstaande categorieën onderstreept: 'mijn kinderen zijn woonachtig in de omgeving van onze tweede woning', 'mijn familie staat hier ook!'. Anderzijds geeft men bij de open antwoorden hele andere redenen voor het hebben van een tweede accommodatie als vaste plek. Er is een groot aantal verwijzingen naar gezondheid: 'we kunnen niet meer ver reizen met de caravan, daarom zijn we hier', 'herstel van ziekte' en 'we zijn gewoon blijven hangen door blind worden partner'. Ook huisdieren spelen een grote rol: 'omdat de hond er op het strand mag', 'alles voor de hond!'. Tot slot zien we verwijzingen naar de tweede accommodatie als tegenhanger van de primaire woonomgeving: 'als aanvulling op geen buitenruimte in appartement', 'kind laten ervaren dat naast stad ook leven is in de natuur' en 'ik heb geen tuin in Amsterdam'. Opvallend is dat slechts weinigen (2%) hun tweede accommodatie als een investering zien.

Bijna een kwart van de vaste gasten valt onder de uitbundig gele leefstijl, waarin onder meer gezelligheid, sociaal contact en veel activiteiten belangrijk zijn (tabel 4.4 volgende pagina). Hierbij komt de verdeling sterk overeen met de landelijke cijfers van verblijfsrecreatie. Verschillen zijn er tussen accommodatietypen. Een groter percentage vaste gasten in het bezit van een caravan, vouwwagen of tent op een seizoensplaats ten opzichte van andere accommodatietypen hebben een uitbundig gele leefstijl. Bij tweede woning bezitters op een vakantiepark en een boot op een vaste ligplaats is deze groep verhoudingsgewijs kleiner. Rustig groen en sportief en avontuurlijk paars vormt voor ongeveer een vijfde deel van de boot bezitters de voornaamste leefstijl.

Tabel 4.4 Leefstijlen per type accommodatie van de vaste gast (%)

BSR Verblijfsrecreatie						
	Stacaravan op een jaarplaats	Kamperen op een seizoenplaats	Een tweede woning	Boot op vaste ligplaats	Vaste gast	Landelijke Verblijfsrecreatie
Cultureel & inspirerend rood	10	9	12	12	10	9
Uitbundig geel	23	30	19	16	23	25
Gezellig lime	15	14	7	10	14	18
Rustig groen	19	14	15	22	18	15
Ingetogen aqua	17	17	19	10	16	15
Comfortabel & luxe blauw	8	8	13	11	9	10
Sportief & avontuurlijk paars	9	8	16	20	11	8
Totaal	100	100	100	100	100	100

Ongeacht de leefstijl hechten vaste gasten veel belang aan de nabijheid van het strand en/of het bos, maar ook aan de bereikbaarheid vanuit de primaire woonomgeving. Daarnaast vindt men het belangrijk dat er winkels dicht in de buurt zijn, voor de dagelijkse voorzieningen. Uiteraard vindt de vaste gast in het bezit van een kajuitboot het vaargebied erg belangrijk.

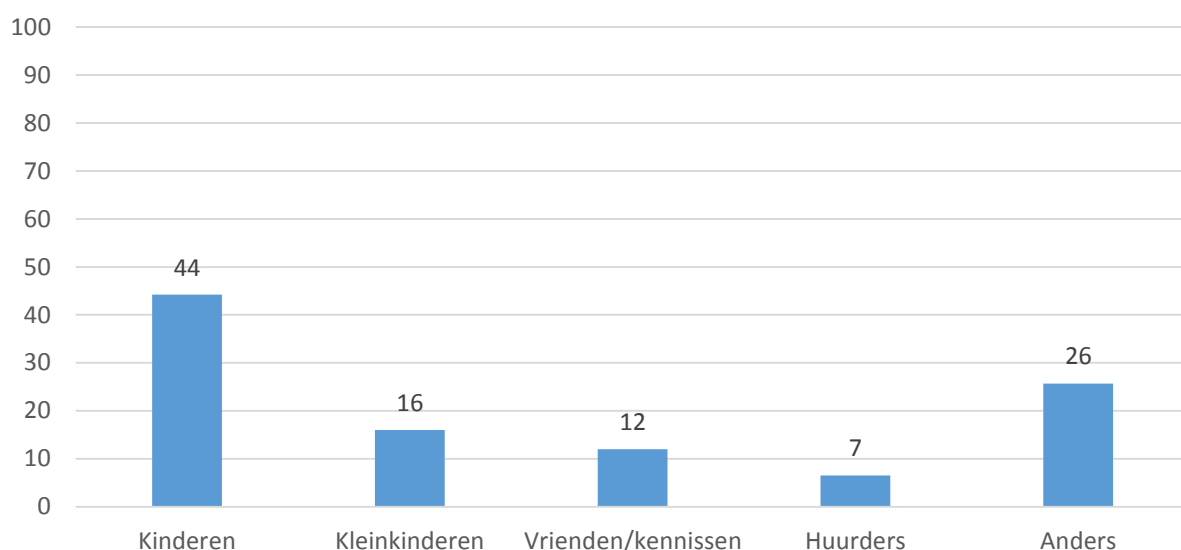
Gebruik

Mensen maken zeer verschillend gebruik van hun tweede accommodatie. Gemiddeld gaat de vaste gast 9,5 maal per jaar naar het vaste vakantieverblijf. Het varieert van 1x een lange periode (enkele weken) tot meerdere malen voor een kort tijdsbestek, of zelfs voor dagrecreatie. Maar liefst 80 procent zegt meer of langere tijd te willen doorbrengen in de verblijfsaccommodatie. De overige 20 procent is tevreden met de beschikbare tijd.

Tabel 4.5 Frequentie gebruik vaste vakantieverblijf vaste gast

	Aantal keer per jaar
Stacaravan op een jaarplaats	9,7
Kamperen op een seizoenplaats	8,9
Tweede woning	10,2
Boot op vaste ligplaats	7,4
Algemeen	9,3

Buiten het eigen gebruik stellen tweede accommodatiebezitters hun woning of (in mindere mate) boot eveneens ter beschikking aan andere partijen. Meestal blijft het echter in de familie of vriendenkring: 44 procent houdt het bij de kinderen, 15 procent bij de kleinkinderen en 12 procent laat ook vrienden en kennissen gebruik maken van de accommodatie (figuur 4.6 volgende pagina). Bij vaste gasten in het bezit van een boot ligt dit percentage een stuk lager. Slechts van 34% van de vaste gasten maken kinderen of kleinkinderen gebruik van de boot. Slechts 7 procent de vaste gasten verhuurt het vaste vakantie verblijf wel eens. Van de vaste gasten die het vaste vakantieverblijf wel eens verhuurt, houdt het merendeel de verhuur zelf in de hand. Slechts één procent laat het over aan een parkexploitant of een externe organisatie.

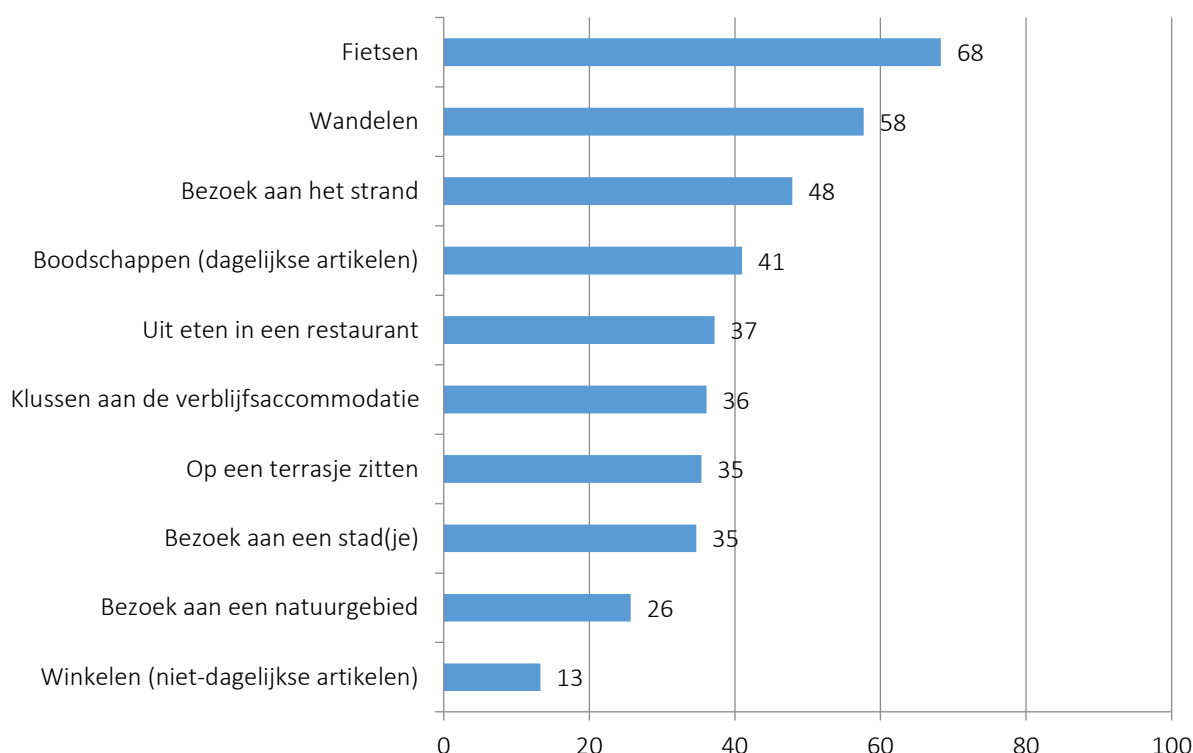


Figuur 4.6 Personen die zelfstandig gebruik maken van het vaste vakantieverblijf (%)

Omdat maar liefst 80 procent van de ondervraagden meer of langere tijd in de accommodatie zou willen doorbrengen, is er gekeken naar factoren die daarop van invloed zijn. Niet verrassend is dat de grootste invloed op de tijdsbesteding in de tweede woning of boot heeft: de beschikbare vrije tijd, ingegeven door werk en verplichtingen. Ruim 60 procent van de vaste gasten wordt hier in sterke mate door beïnvloed, en 23 procent in beperkte mate. Als tweede sterk bepalende factor worden de weersomstandigheden genoemd. Deze hebben voor 36 procent in sterke mate en voor 46 procent in beperkte mate invloed. Factoren die geen of nauwelijks invloed hebben op de tijd in de accommodatie zijn de verhuur aan derden en de reiskosten.

Activiteiten

De favoriete activiteiten van vaste gasten vanuit de verblijfsaccommodatie variëren van zeer sportief (bijv. duiken, watersport) tot aan zeer ontspannen (bijv. terrasje, bezoek aan natuurgebied). De top drie meest ondernomen activiteiten zijn fietsen (67%), wandelen (58%) en strandbezoek (48%) (figuur 4.7). Noemenswaardig is dat 36% 'klussen aan de verblijfsaccommodatie' als een favoriete bezigheid beschouwt. Voor de vaste gast in het bezit van een kajuitboot is het varen (87%) de meest ondernomen activiteit. Vaste gasten met kinderen gaan vaker naar het strand, waar vaste gasten waarbij het huishouden alleen uit volwassenen bestaat juist vaker wandelen.



Figuur 4.7 Ondernomen activiteiten door vaste gasten

Qua sociale contacten wordt tijdens het verblijf vooral contact gezocht / onderhouden met andere gasten op het park of in de omgeving van de accommodatie (74%). Een kleiner percentage vaste gasten in het bezit van een tweede woning (58%) onderhoudt contact met andere gasten in de omgeving van de accommodatie. Tevens zegt meer dan de helft van de vaste gasten familie en vrienden uit te nodigen en heeft ongeveer een kwart contact met gasten die bekend zijn uit de primaire woonplaats. Het contact met de lokale bevolking blijft beperkt tot slechts 16%. Slechts 3% heeft geen contacten tijdens een verblijf in de tweede accommodatie.

Tevredenheid/ waardering

Waardering omgeving

Over het algemeen is de vaste gast een tevreden gast als het gaat over aspecten in de omgeving van de woning of boot. Er bestaat relatief weinig ontevredenheid over stad en dorp in de omgeving, winkelaanbod, restaurants, dag attracties, evenementen, openbaar vervoer, wandel- en fietsroutes, watersport- en zwemmogelijkheden. Van deze aspecten is de woningbezitter het meest tevreden over de nabijgelegen steden en dorpjes (82 procent is tevreden tot zeer tevreden), de wandelroutes en – mogelijkheden (80%) en het winkelaanbod voor de dagelijkse boodschappen (77%). De drie aspecten die het belangrijkste worden geacht, zijn natuur (85% belangrijk tot zeer belangrijk), fietsroutes en – mogelijkheden (74%) en wandelroutes en – mogelijkheden (68%). Het aspect waar men het meest tevreden over is en waarvan het relatief belang het hoogst is, zijn derhalve de wandelroutes en – mogelijkheden in de omgeving van de tweede accommodatie.

Het meest ontevreden is men over het openbaar vervoer: 13 procent zegt daarover ontevreden tot zeer ontevreden te zijn. Overigens, voor iets meer dan een kwart van alle ondervraagden is het openbaar vervoer niet van toepassing (n.v.t.). Opvallend is dat in het kader van het relatief belang er weinig wordt gehecht aan openbaar vervoer: 21 procent van de ondervraagden zegt het openbaar vervoer (zeer) onbelangrijk te vinden. Bovendien heeft nog eens 21 procent bij deze categorie n.v.t. ingevuld. Omgekeerd geldt overigens dat de tevredenheid ook hier de overhand heeft: 59 procent beoordeelt het openbaar vervoer als neutraal of (zeer) belangrijk en 61 procent voelt zich neutraal of (zeer) tevreden over het openbaar vervoer.

Voor bootbezitters zijn, buiten de hierboven genoemde omgevingsaspecten, nog andere aspecten meegenomen in het onderzoek. Voor hen geldt een volle tevredenheid over vaarwegen en – mogelijkheden (93% tevreden tot zeer tevreden), nabijheid van jachthavens (88%) en openingstijden van bruggen en sluizen (78%). Bovendien worden al deze aspecten uitermate belangrijk geacht, respectievelijk 91 procent, 84 procent en 83 procent. Verder gelden de resultaten van de woningbezitters als hierboven gepresenteerd, ook voor booteigenaren in meer of mindere mate.

Waardering vakantiepark/ haven

De volgende stap in het onderzoek is het peilen van de tevredenheid van de gast met betrekking tot aspecten op het park waar de accommodatie gevestigd is, of de jachthaven waar de boot ligt. Ook hier toont het onderzoek een tevreden gast. Er bestaat relatief weinig ontevredenheid over rust en ruimte, sanitaire voorzieningen, winkels, recreatie (activiteiten o.a.), horeca, gas/water/elektra, personeel en de grootte van de lig-, seizoens- of jaarplaats.

Van deze aspecten is de woningbezitter het meest tevreden over de rust en de ruimte op het park (90% is tevreden tot zeer tevreden), de grootte van de lig-, seizoens- of jaarplaats (87%) en het personeel op het park (80%). De drie aspecten die het belangrijkste worden geacht zijn de rust en de ruimte (94% vindt dit belangrijk tot zeer belangrijk), de grootte van de lig- seizoens- of jaarplaats (90%) en het personeel (89%). Het aspect waar men het meest tevreden over is en waarvan het relatief belang het hoogst is, is derhalve de rust en de ruimte op het park.

Vaste gasten zijn relatief ontevreden tot zeer ontevreden over de prijs van een lig-, seizoens- of jaarplaats. 26 procent is niet tevreden. Het belang dat aan de prijs wordt gehecht is groot zoals blijkt uit de 80 procent die de prijs van de plek belangrijk tot zeer belangrijk vindt. Het meest ontevreden is men echter over Wi-Fi; de gelegenheid tot draadloos internetten (tabel 4.8). Deze ontevredenheid is aanzienlijk: 56 procent is ontevreden tot zeer ontevreden terwijl het belang dat aan deze service gehecht wordt groot is. Maar liefst 78 procent van de ondervraagden vindt Wi-Fi belangrijk tot zeer belangrijk. Slechts 24 procent van de ondervraagden is (zeer) tevreden. 5 procent vindt Wi-Fi onbelangrijk en voor 4 procent is Wi-Fi niet van toepassing. Het gat tussen tevredenheid en belangrijkheid is voor dit aspect groter dan voor alle andere aspecten in dit onderzoek.

Tabel 4.8 Tevredenheid en belang Wifi (%)

Zeer ontevreden	24 %	Zeer onbelangrijk	2 %
Ontevreden	32 %	Onbelangrijk	3 %
Neutraal	15 %	Neutraal	13 %
Tevreden	20 %	Belangrijk	42 %
Zeer tevreden	4 %	Zeer belangrijk	37 %
N.v.t.	6 %	N.v.t.	4 %

Onder de booteigenaren is de tevredenheid naar de winterstalling en de mogelijkheden om de boot te water te laten nader onderzocht. Beide aspecten vindt de booteigenaar belangrijk en over beide aspecten is de eigenaar relatief tevreden. Echter, voor 21 procent van de ondervraagden is de winterstalling niet van toepassing; 67 procent is tevreden tot zeer tevreden. Voor het te water laten geldt n.v.t. voor 8 procent en maar liefst 80 procent is (zeer) tevreden met deze mogelijkheid.

Uitgaven

In de vragenlijst is onderscheid gemaakt tussen twee soorten uitgaven. Allereerst is gevraagd hoeveel de vaste gast tijdens het laatste bezoek heeft besteed aan boodschappen, entree/ toegangsbewijzen activiteiten, winkelen, eten en drinken buitenshuis en overige zaken. Mocht men alleen het totaalbedrag weten dan had men de mogelijkheid om deze in te vullen⁴.

Vervolgens zijn vragen gesteld naar jaarlijkse uitgaven, als huur, onderhoud, gas, water en elektriciteit. Gemiddeld besteedt de vaste gast €13,19 per dag (figuur 4.9). Hiervan wordt ruim een derde besteed aan eten en drinken. Slechts een zeer beperkt deel van de bestedingen (€ 0,30) wordt uitgegeven aan entree/ toegangsbewijzen voor activiteiten (zie figuur 4.8 volgende pagina). De vaste gast op een boot spendeert significant meer aan eten en drinken (€6,58 t.o.v. €4,77 gemiddelde uitgaven vaste gast eten & drinken) buitenshuis maar minder aan dagelijkse boodschappen. In totaal geven zij bijna €19,- per dag uit.

⁴ Uiteindelijk zijn de categorieën per persoon per dag bij elkaar opgeteld. Deze uitkomsten zijn samengevoegd met de bedragen van de respondenten die alleen het totaal bedrag wisten. Vervolgens is het gemiddelde berekend: €13,19. De gemiddelden van de categorieën zijn omgezet tot percentages. Gezien het significante verschil tussen de accommodaties op land en water is deze berekening twee keer gemaakt. Op basis van deze percentages zijn de gemiddelden per categorie berekend voor zowel de vaste gast op het land als op de boot.



Figuur 4.9 Verhouding dagelijkse uitgaven van vaste gasten

Op de vraag “Waar koopt u uw levensmiddelen voor uw verblijfsaccommodatie” geeft 56 procent van de vaste gasten aan dat zij een gedeelte kopen in hun woon- maar ook in hun verblijfsomgeving. Daarnaast koopt ruim een derde deel van de ondervraagden alles in de regio waarin zij verblijft als vaste gast. Slechts 9 procent van de vaste gasten koopt thuis al haar levensmiddelen in voor hun verblijf in de accommodatie. Het percentage vaste gasten in het bezit van een boot brengt verhoudingsgewijs meer vanuit thuis mee dan de vaste gast met een accommodatie op het land (30% t.o.v. 9%).

Jaarlijks geeft de vaste gast ruim €3000,- uit aan zaken als o.a. belasting, gas, water, elektra en onderhoud (Tabel 4.10 op de volgende pagina). Deze uitgaven zijn per accommodatie en niet per persoon. Het grootste deel van de jaarlijkse kosten zijn voor de huur van de stand-/ ligplaats. Onderhoud, gas/ water/elektra, verzekeringen en de inrichting vormen een ander belangrijk deel van de jaarlijkse kosten. De posten van de jaaruitgaven verschillen gelang het type accommodatie. Zo geeft de eigenaar van een tweede woning op een vakantiepark relatief weinig geld uit aan de huur van de standplaats. Daarentegen zijn de belastinguitgaven aanzienlijk hoger dan bij de overige accommodatietypen. Voor dit type accommodatie zijn er nog mogelijke aanvullende kosten, namelijk hypotheek, bijdrage Vereniging van Eigenaren en een contributie aan het boekingssysteem/ website. Eigenaren van een boot op een vaste ligplaats betalen verhoudingsgewijs veel geld aan onderhoud. Eventuele winterstalling kost voor de bootbezitter gemiddeld € 428,-.

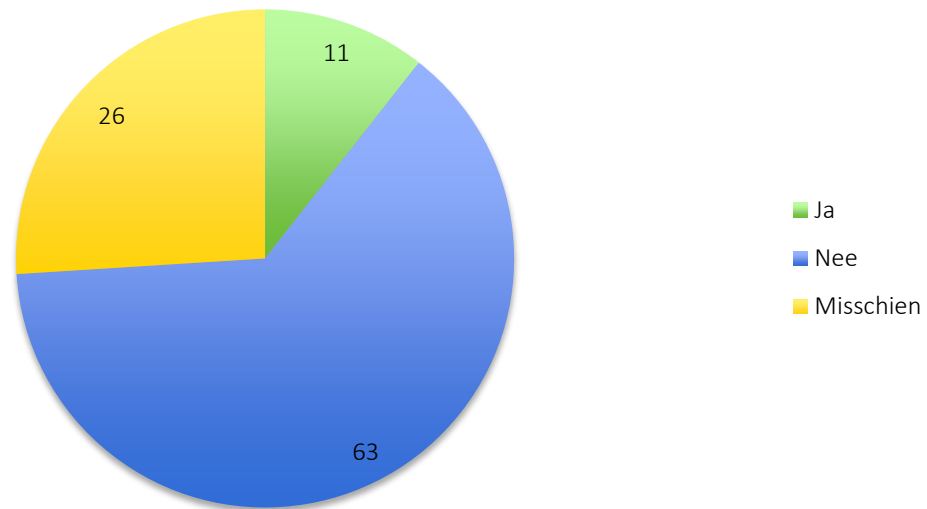
Tabel 4.10 Jaarlijkse uitgaven vaste gasten

	Stacaravan op een jaarplaats	Kamperen op seizoens- plaats	Tweede woning	Boot op vaste ligplaats	Gemiddeld
Huur van de standplaats	€ 2.125	€ 1.951	€ 1.060	€ 1.725	€ 1.965
Belasting	€ 30	€ 20	€ 382	€ 15	€ 47
Hypotheek verblijfsaccommodatie	€ 29	€ 0	€ 414	€ 292	€ 85
Bijdrage Vereniging van Eigenaren	€ 3	€ 0	€ 180	€ 0	€ 15
Gas/ water/ elektra	€ 181	€ 64	€ 438	€ 50	€ 154
Verzekeringen	€ 89	€ 63	€ 139	€ 485	€ 146
Stalling buiten het seizoen	€ 91	€ 191	€ 0	€ 428	€ 158
Onderhoud	€ 172	€ 97	€ 497	€ 1.030	€ 304
Schoonmaak	€ 15	€ 8	€ 31	€ 93	€ 26
Contributie boekingssysteem/ website/promotie (bijvoorbeeld VVV)	€ 3	€ 2	€ 62	€ 2	€ 6
TV/telefonie/internet	€ 35	€ 21	€ 71	€ 20	€ 32
Inrichting/meubilair/ tuinartikelen	€ 190	€ 109	€ 289	€ 126	€ 174
Totaal	€ 2.965	€ 2.526	€ 3.585	€ 4.268	€ 3.112

Toekomst

Ondanks het feit dat maar liefst 80 procent van de vaste gasten aangeeft meer tijd in de accommodatie te willen besteden, verwacht slechts een kleine 35 procent dat dat ook werkelijk gaat gebeuren in de nabije toekomst. Een ruime meerderheid (59%) verwacht dat het gebruik van de woning of boot gelijk zal blijven. De groep die in de toekomst minder gebruik denkt te maken van de accommodatie bestaat uit 7% van de totale onderzochte groep.

Bijna tweede derde van de vaste gasten is ervan overtuigd de woning of boot niet binnen 5 jaar in de verkoop te doen (figuur 4.11). Toch is het aantal mensen dat overweegt om de accommodatie binnen 5 jaar te verkopen aanzienlijk: 11% is er zeker van, bij nog eens ruim een kwart (26%) is dit wellicht aan de orde.



Figuur 4.11 Is uw verblijfsaccommodatie te koop of bent u van plan deze binnen 5 jaar te verkopen? (%)

Bijna 20 procent van de vaste gasten boven de 70 jaar oud zal de accommodatie binnen 5 jaar van de hand doen. Ongeveer een derde deel van de vaste gasten boven de 70 verkoopt misschien de komende vijf jaar de accommodatie. Redenen die leiden tot een (eventuele) verkoop zijn met name de zorg die men heeft over de eigen gezondheid en die van naasten. Ruim de helft van de ondervraagden acht het (zeer) waarschijnlijk dat de status van de gezondheid ten grondslag ligt aan de verkoop van de woning of boot. Op de tweede plaats staat de financiële situatie. 45 procent van de vaste gasten vindt de financiële situatie een (zeer) waarschijnlijke reden om het vaste vakantieverblijf te verkopen.

Andere redenen om het vaste vakantieverblijf te verkopen hebben te maken met de levensfase waarin men verkeert of komt te verkeren; 'De interesse van de kinderen neemt af' en 'overlijden partner'. Wat ook is genoemd als een reden tot verkoop, heeft niet per se te maken met persoonlijke omstandigheden of met de eigen accommodatie, als wel met 'de sfeer op het park: teveel lege plekken'.

Resumé

Op basis van de resultaten kunnen we vaststellen dat:

- Vaste gasten zich grofweg bevinden in twee levensfases. Aan de ene kant het oudere (pensioengerechtigde) echtpaar en aan de andere kant de gezinnen met 1 of 2 (jonge) kinderen. Beide groepen zijn woonachtig in sterk stedelijk gebied.
- Motivaties om een vast vakantieverblijf te hebben ontspanning en ontsnappen aan dagelijkse verplichtingen zijn.
- Bijna een kwart van de vaste gasten valt onder de uitbundig gele leefstijl. De verdeling van de vaste gasten komt sterk overeen met de landelijke cijfers van de verblijfsrecreatie. Alleen de vaste gasten in het bezit van een boot vallen verhoudingsgewijs meer onder de rustig groene en sportief & avontuurlijk paarse leefstijl.
- De vaste gast gemiddeld 9,5 maal naar zijn/haar vaste vakantieverblijf gaat. Het varieert van lange tot korte verblijven.
- Slechts de directe familieleden zelfstandig gebruik maken van het vaste vakantieverblijf. Vaste gasten in het bezit van een boot laten in verhouding tot andere type accommodatie nog minder mensen, ook vrienden en familieleden, gebruik maken van de boot.
- Slechts een zeer klein percentage vaste gasten de accommodatie verhuurt.
- Fietsen en wandelen de twee meest ondernomen activiteiten zijn. Ook klussen aan de accommodatie is een veel ondernomen activiteit.
- Vaste gasten veel waarde hechten aan natuur, wandel- en fietsmogelijkheden, over deze zaken is men tegelijkertijd zeer tevreden. Wat betreft het park, de haven of de camping vinden vaste gasten de rust, ruimte/grootte van de plaats, en het personeel belangrijk. Tevens is de vaste gast over al deze zaken tevreden. Minder tevreden is ze over de prijs en de Wi-Fi.
- De vaste gast per dag gemiddeld €13,19 besteedt, hiervan wordt ruim een derde deel besteed aan eten en drinken. Ook geeft de vaste gast ongeveer 30% uit aan dagelijkse boodschappen. Deze worden vaak gedeeltelijk in de woon- als de verblijfsomgeving gekocht. De vaste gast in het bezit van een boot geeft significant meer geld uit per dag maar neemt ook een groter gedeelte van de levensmiddelen mee vanuit huis.
- De vaste gast jaarlijks gemiddeld ruim €3000,- vaste kosten heeft. Het grootste deel besteedt men aan de huur van de stand-/ligplaats. Lang niet alle kostenposten zijn in dezelfde mate van toepassing op elk type accommodatie. Zo besteden vaste gasten in het bezit van een boot verhoudingsgewijs veel geld aan onderhoud en hebben met name zij te maken met kosten voor de winterstalling.
- Ongeveer een tiende van de vaste gasten van plan is het vaste vakantieverblijf de komende vijf jaar te verkopen. Een kwart weet het nog niet zeker. Hoe ouder de vaste gast is hoe groter het percentage is dat het vaste vakantieverblijf de komende vijf jaar wil verkopen.

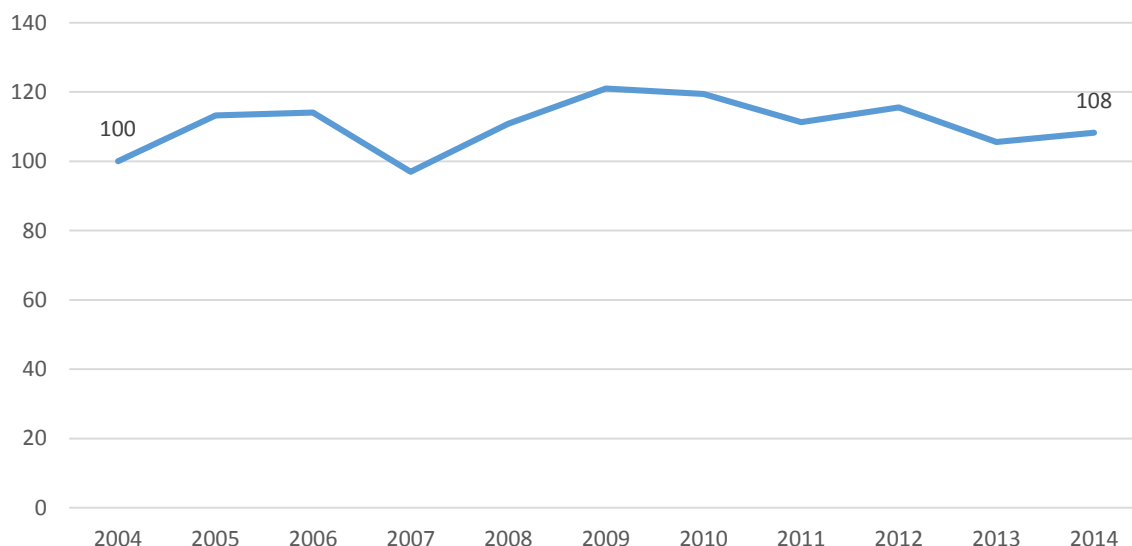
5 Marktomvang vaste gast

In deze bijlage wordt de omvang en ontwikkelingen van de markt van de vaste gast beschreven. Dit bevat een omschrijving van het aantal vaste gasten, vakanties en de gemiddelde verblijfsduur. Waar mogelijk worden aantallen uitgesplitst per type accommodatie en voor de provincies Gelderland, Zeeland en Overijssel. Cijfers zijn berekend op basis van het ContinuVakantieOnderzoek. Om de totale marktomvang inzichtelijk te maken heeft CELTH de uitkomsten van de enquête 'Toekomst van de vaste gast' gebruikt om de aantallen Nederlandse en buitenlandse vaste gasten te bepalen.

Nederlandse markt vaste gast

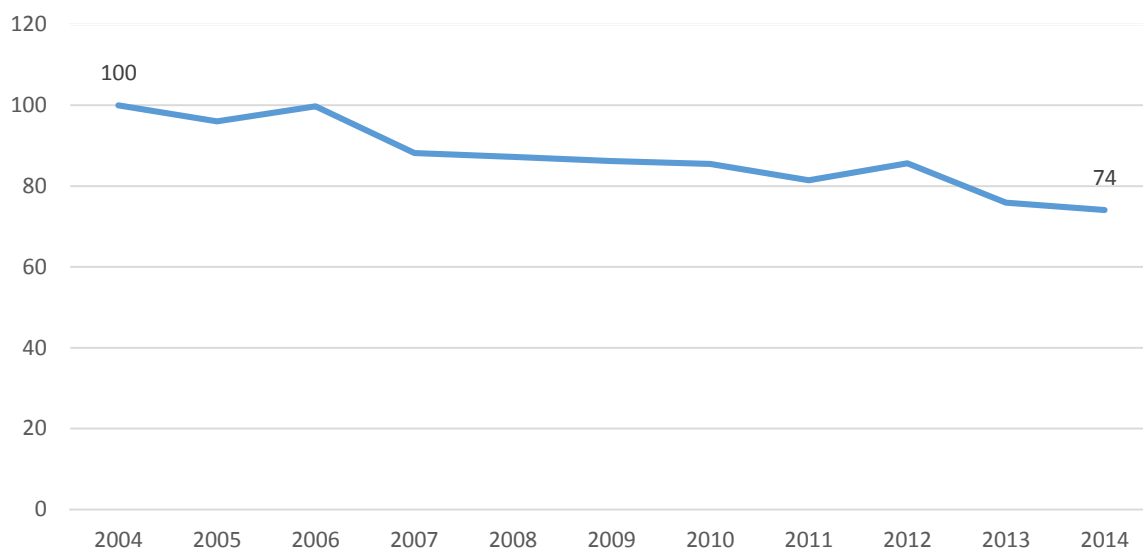
In 2014 telde Nederland 1.065.000 vaste gasten, waarvan 895.000 binnenlandse vaste gasten met een eigen vakantieverblijf in Nederland⁵. Gelderland is met 184.000 vaste gasten de populairste provincie. Andere populaire provincies onder vaste gasten zijn Noord-Holland (138.000) en Noord-Brabant (119.000). Het percentage buitenlandse vaste gasten verschilt per regio, waarbij kustprovincies Friesland en Zeeland meer intrek zijn bij Duitse en Belgische vaste gasten.

Sinds 2004 steeg het aantal vaste gasten gestaag. Waar een lichte stijging waarneembaar is in het aantal vaste gasten daalt het totaal aantal vakanties.



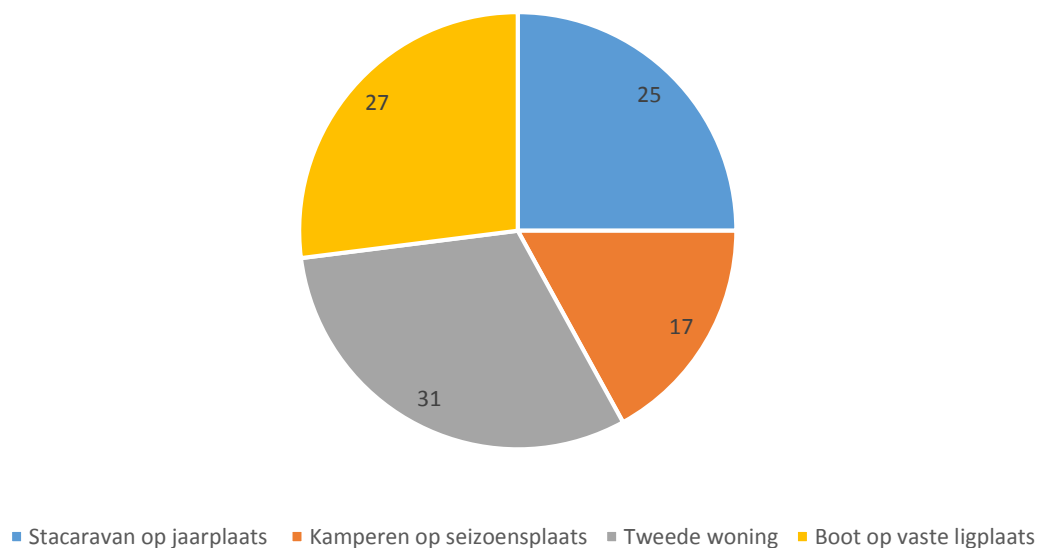
Figuur 5.1. Ontwikkeling aantal vaste gasten in Nederland, 2004-2014 (indexcijfers: 2004=100)

⁵ Uit zowel de enquête als onderzoek van Waterrecreatie Advies blijkt dat 16% van de vaste gasten uit het buitenland komt.



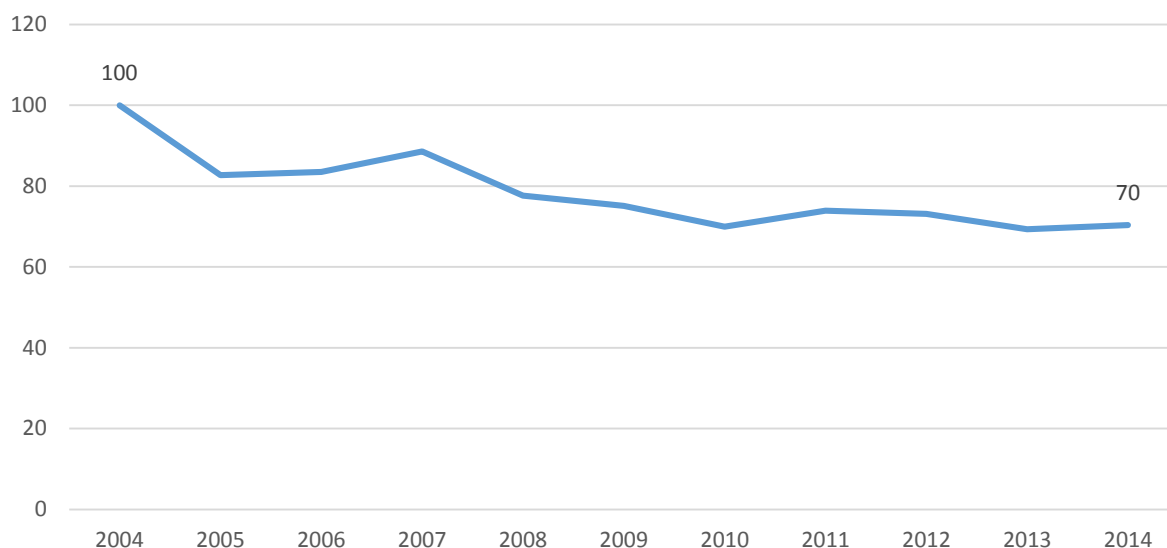
Figuur 5.2. Ontwikkeling vakanties van vaste gasten in Nederland, 2004-2014 (indexcijfers: 2004=100)

Gekeken naar het type accommodatie waar de binnenlandse vaste gasten verblijven, zijn dit tweede woningen (31%), boot op vaste ligplaats (27%) en stacaravan of chalet op een vaste standplaats (25%). (figuur 5.3).



Figuur 5.3. Verhouding vaste gast per type accommodatie (%)

Op basis van het ContinuVakantieOnderzoek verblijft de vaste gast gemiddeld 5,9 overnachtingen per vakantie in zijn / haar accommodatie. Sinds 2004 is de gemiddelde verblijfsduur nagenoeg hetzelfde gebleven. In tegenstelling tot de gemiddelde verblijfsduur gaan vaste gasten anno 2014 beduidend minder vaak naar de accommodatie dan in 2004 (figuur 5.4 volgende pagina). Dit geldt voor alle type accommodaties.

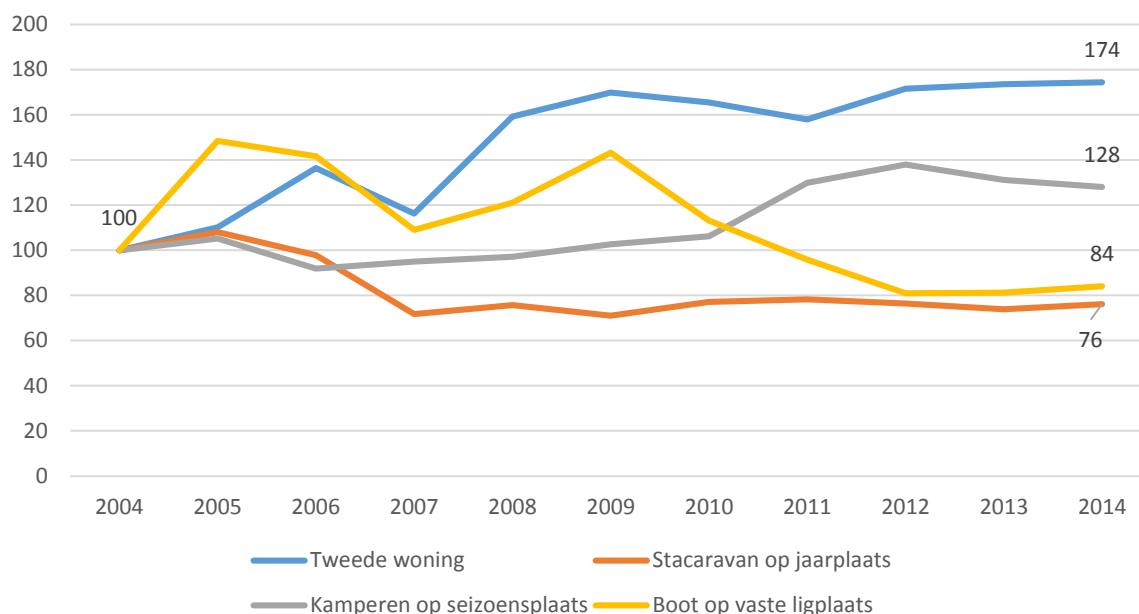


Figuur 5.4. Frequentie bezoek vaste gast aan eigen vakantieverblijf in Nederland, 2004-2014 (indexcijfers: 2004=100)

Type accommodatie

Tabel 5.5 Kerncijfers vaste gast type accommodatie

	Totaal aantal vaste gasten	Aantal binnenlandse vaste gasten	Aantal buitenlandse vaste gasten	Totaal aantal vakantie- dagen	Verblijfsduur
Stacaravan op jaarplaats	262.000	220.000	42.000	15,8 miljoen	6,2
Kamperen op seizoensplaats	181.000	152.000	29.000	10,9 miljoen	5,7
Tweede woning	330.000	277.000	53.000	19,2 miljoen	5,2
Boot op vaste ligplaats	293.000	246.000	47.000	11,4 miljoen	6,2
Totaal	1.065.000	895.000	170.000	57,4 miljoen	5,9



Figuur 5.6 Ontwikkeling aantal vaste gasten naar type accommodatie in Nederland, 2004-2014 (indexcijfers: 2004=100)

Vaste kampeerplaatsen

In totaal verbleven ongeveer 262.000 vaste gasten (waarvan ruim 220.000 Nederlandse vaste gasten) in een stacaravan of chalet op een vaste standplaats (Tabel 5.5 vorige pagina). Wel daalde het aantal vaste gasten in dit type accommodatie vanaf 2004 met bijna 25 procent (figuur 5.6). Zij verbleven gezamenlijk bijna 16 miljoen vakantiedagen in een stacaravan of chalet op een vaste standplaats. Ook hier daalde het aantal vakantiedagen ten opzichte van 2004. Gemiddeld verblijft de vaste gast in de stacaravan of chalet op vaste standplaats ruim 6 dagen.

Van de ruim 1 miljoen vaste gasten verbleven 180.000 vaste gasten op een seizoensplaats. De vaste gast verbleef ruim 10 miljoen dagen op een seizoensplaats. Het aantal vakantiedagen van vaste gasten op een seizoensplaats nam de afgelopen 10 jaar sterk af. Gemiddeld verbleef men bijna 6 dagen per ondernomen vakantie.

Tweede woningen

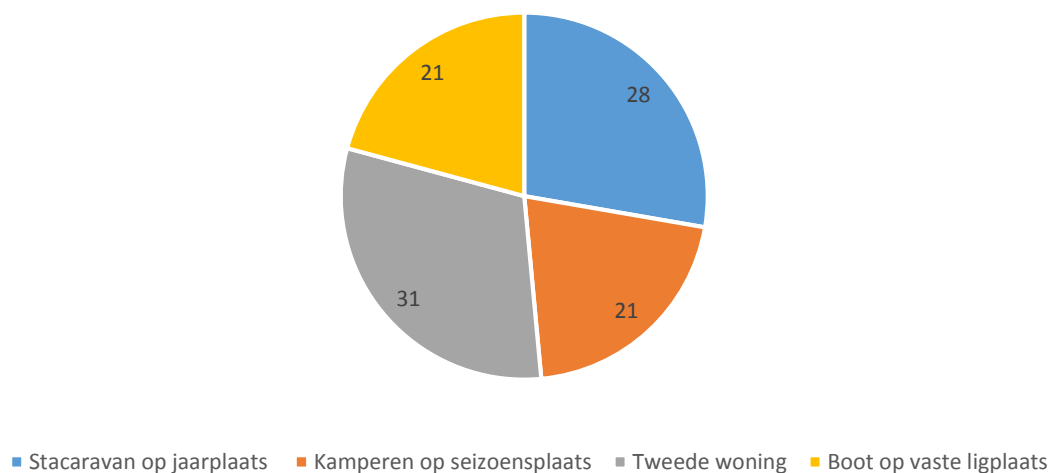
In 2014 verbleven ongeveer 330.000 vaste gasten in een zomerhuisje, bungalow of tweede woning. Sinds 2004 groeide het aantal binnenlandse vaste gasten. Zij verbleven bijna 20 miljoen dagen in een zomerhuisje, bungalow of tweede woning. Het verblijf duurde in 2014 gemiddeld ruim 5 dagen per vakantie, in 2004 was dit nog 6,5 dag.

Vaste ligplaatsen/ kajuitboot bezitters

Nederland telt 293.000 vaste gasten op een kajuitboot. Sinds 2004 nam het aantal vaste gasten op een kajuitboot met 16 procent af. In deze zelfde periode nam ook het aantal vakantiedagen op een kajuitboot af met ruim 35%. Wel verblijven vaste gasten op een kajuitboot met gemiddeld 6,2 dagen per vakantie in 2014 iets langer dan in 2004 (5,7).

Gelderland

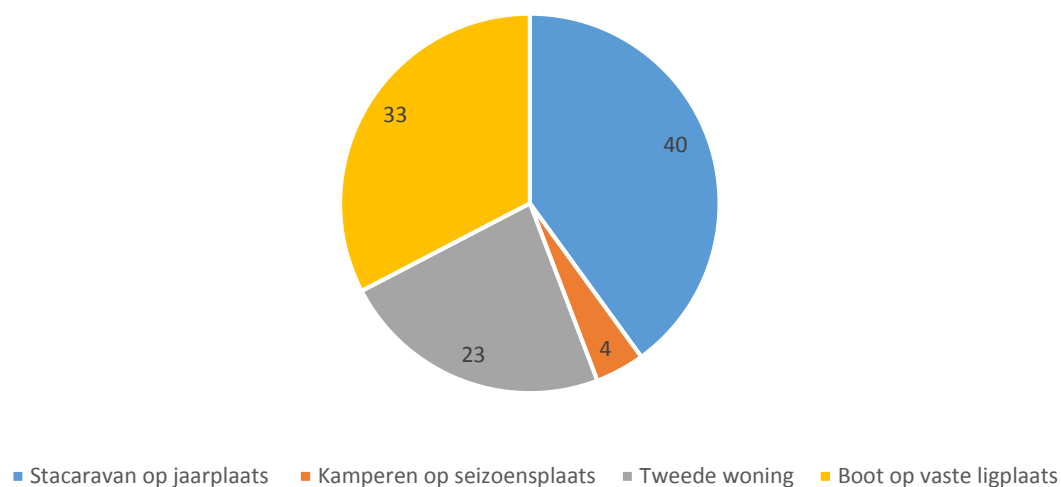
Gelderland is met 184.000 vaste gasten de populairste provincie. Op basis van de uitkomsten van de enquête 'Toekomst van de vaste gast' is circa 7 procent in de niet kust provincies buitenlandse vaste gast. Dit zijn ongeveer 14.000 vaste gasten. Bijna een derde van de vaste gasten in Gelderland verblijft in een tweede woning. Daarnaast verblijft 28 procent in Stacaravan op een jaarplaats. Sinds 2004 steeg het aantal vaste gasten met ongeveer 20%. Tegelijkertijd daalde het aantal vakanties in deze zelfde periode met 23 procent. Ruim twee derde deel van de vakanties van de vaste gast zijn op de Veluwe. Ongeveer 15 procent van de vakanties van het vaste gasten zijn in de Achterhoek.



Figuur 5.7. Vaste gasten Gelderland naar type accommodatie (%)

Overijssel

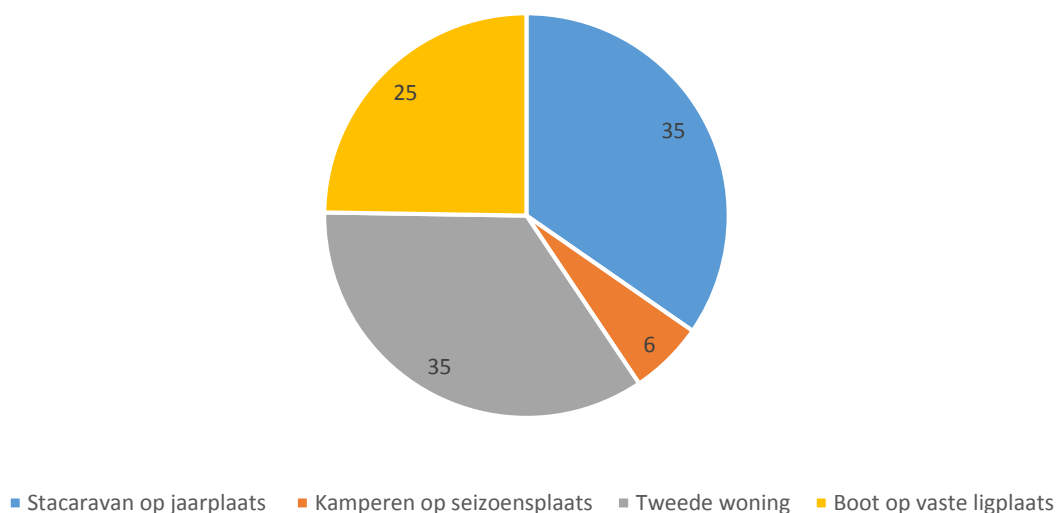
Overijssel telt ongeveer 95.000 vaste gasten, waarvan 88.000 vaste gasten uit Nederland kwamen (93% Nederlandse vaste gast 7% Buitenlandse vaste gast). De afgelopen 10 jaar nam het aantal binnenlandse vaste gasten in Overijssel met ruim 10 procent af. Het totaal aantal vakantiedagen nam in deze zelfde periode nog sterker af. Ruim 40 procent van de vaste gasten in Overijssel verblijft in een stacaravan of chalet op een vaste standplaats. Een derde van de vaste gasten verblijft op een vaste ligplaats in een kajuitboot. Ongeveer een kwart van de vaste gasten in Overijssel verblijft in een tweede woning. Slechts een klein percentage vaste gasten verblijft op een seizoensplaats.



Figuur 5.8. Vaste gasten Overijssel naar type accommodatie (%)

Zeeland

In totaal waren er in 2014 naar schatting ongeveer 100.000 vaste gasten. Ongeveer 17.000 vaste gasten kwamen uit het buitenland (84% Nederlandse vaste gast, 16% buitenlandse vaste gasten). Het aantal vaste gasten is sinds 2004 nagenoeg gelijk gebleven. Wel liep het aantal vakantiedagen sterk terug. Ruim een derde deel van de vaste gasten verblijft op een kajuitboot op vaste ligplaats of in een tweede woning. Een kwart van de vaste gasten verblijft op een jaarplaats.



Figuur 5.9. Vaste gasten Zeeland naar type accommodatie (%)

Resumé

- In 2014 telde Nederland ruim 1 miljoen vaste gasten waarvan 895.000 binnenlandse vaste gasten met een eigen vakantieverblijf in Nederland. Gelderland is met 184.000 vaste gasten de populairste provincie.
- Ondanks een lichte stijging (8%) van het aantal vaste gasten, daalt de afgelopen 10 jaar (vanaf 2004) het totaal aantal vakanties van de binnenlandse vaste gasten met bijna 25 procent.
- In tegenstelling tot een groeiend aantal binnenlandse vaste gasten in tweede woningen, daalt het aantal vaste gasten in seizoen, jaarplaatsen en kajuitboten.
- Waar het gemiddelde verblijfsduur (5,9 dagen) en groepsgrootte (3 personen) sinds 2004 nagenoeg hetzelfde zijn gebleven, gaat de vaste gast minder vaak naar het vakantieverblijf.

6 Accommodatie-aanbod vaste gast

In dit hoofdstuk wordt getracht inzicht te bieden in het aanbod van accommodaties voor vaste gasten. Dit inzicht is niet eenvoudig. Er is geen landelijke registratie van accommodaties voor vaste gasten. Diverse organisaties proberen wel inzicht te bieden, maar hanteren hierbij verschillende onderzoeksmethoden en verschillende definities.

Binnen het aanbod kan onderscheid worden gemaakt tussen:

- Vaste kampeerplaatsen, waarbij wordt ingezoomd op jaarplaatsen voor stacaravans en chalets. Het aantal seizoensplaatsen (voor toercaravans, vouwwagens en tenten) kan per jaar flink variëren, omdat campings afhankelijk van de vraag kunnen besluiten een kampeerplaats als seizoensplaats of als toeristische plaats aan te bieden.
- Tweede woningen, zowel op als buiten een vakantiepark. Vooral voor tweede woningen geldt dat er veel verschillende definities worden gehanteerd. Met de term tweede woningen doelt de Belastingdienst op alle woningen die niet worden gebruikt als hoofdverblijf, dit omvat dus ook woningen voor (al dan niet recreatieve) verhuur, woningen voor werk / deeltijdwonen etc. In dit rapport wordt zoveel mogelijk gefocust op tweede woningen voor eigen recreatief gebruik.
- Vaste ligplaatsen, waarbij wordt ingezoomd op kajuitboten met slaapplaatsen.

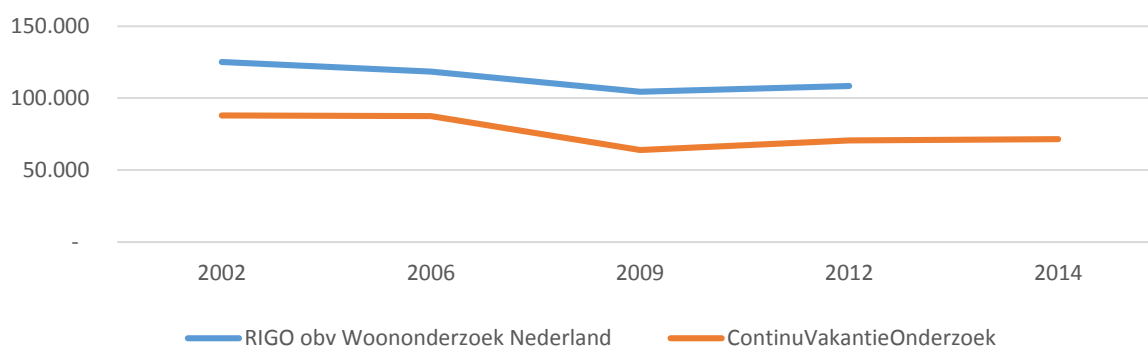
Vaste kampeerplaatsen

Tabel 6.1 Aanbod vaste kampeerplaatsen

	Schatting Rabobank ⁶	RIGO o.b.v. WoON 2012 ⁷	CVO 2014 ⁸	Onze berekening
- Jaarplaatsen van Nederlanders	---	108.300	71.500	90.000
- Jaarplaatsen van buitenlanders	---	---	---	17.000
- Seizoensplaatsen van Nederlanders	---	---	62.000	62.000
- Seizoensplaatsen van buitenlanders	---	---	---	12.000
Totaal	240.000			181.000

Voor het aantal jaarplaatsen is een gemiddelde genomen van de RIGO-cijfers en CVO-cijfers (alleen jaarplaatsen in het bezit van Nederlanders). Vanuit het Woononderzoek blijkt dat het aantal huishoudens met een stacaravan in de periode 2002 tot en met 2012 gedaald is. Aangenomen mag worden dat die daling heeft doorgezet. In de CVO-cijfers zijn ongebruikte accommodaties niet zichtbaar, aangenomen mag worden dat het aantal jaarplaatsen hoger ligt. Om landelijk het aantal jaarplaatsen en seizoensplaatsen van buitenlanders te bepalen, zijn de uitkomsten van de enquête onder vaste gasten gehanteerd: 84% Nederlanders, 16% buitenlanders.

Kijkend naar de ontwikkeling door de jaren heen, groeide het aantal minicampings de afgelopen decennia enorm. Zo groeide het aantal mini-campings in Drenthe in de periode 2003 -2012 met zo'n 38%, waarbij ook steeds meer vaste standplaatsen worden aangeboden (Koning, 2015; Ruimte & Vrije tijd, 2014). Daarentegen daalde het totaal aantal campings van 3.262 in 2012 naar 3.017 in 2015 (CBS Statline, 2015). Ook lijkt er een verschuiving plaats te vinden in de verhouding jaar-/seizoensplaatsen en toeristisch kampeerplaatsen. Jaarplaatsen worden vaker getransformeerd naar toeristische kampeerplaatsen (Alberti, 2014; ZKA, 2015). Dit is ook zichtbaar in onderstaande grafiek (figuur 6.2).



Figuur 6.2 Ontwikkeling jaarplaatsen van Nederlanders

⁶ Rabobank (2015), Rabobank Cijfers & Trends - Brancheinformatie Vakantiecentra

⁷ Analyse door RIGO van Woononderzoek 2012: aantal Nederlandse huishoudens dat aangeeft een stacaravan te bezitten. Bron: Keers, G, (2013), Tweede wonen groeit tijdens crisis. RIGO Research en Advies.

⁸ Analyse van ContinuVakantieOnderzoek: aantal Nederlanders dat heeft aangegeven minimaal één keer een overnachting in een eigen vakantie-accommodatie te hebben doorgebracht. Hierdoor blijven accommodaties die gedurende een jaar niet voor overnachtingen gebruikt zijn buiten beschouwing. Het aantal Nederlanders is gedeeld door de gemiddelde groepsgrootte (3,15) om het aantal gebruikte accommodaties te bepalen.

Tweede woningen

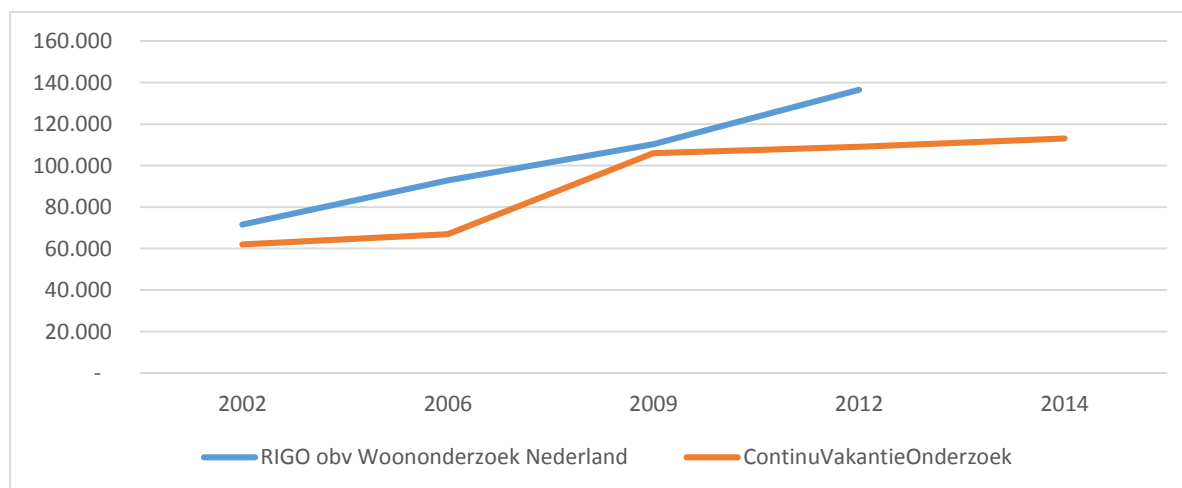
Tabel 6.3 Aanbod tweede woningen

	Bureau Stedelijke Planning 2014 ⁹	RIGO o.b.v. WoON 2012 ¹⁰	CVO 2014 ¹¹	Onze berekening
- Tweede woningen van Nederlanders		136.600	113.000	113.000
o <i>Op een park</i>			94.000	94.000
o <i>Buiten een park</i>			19.000	19.000
- Tweede woningen van buitenlanders		---	---	21.500
Totaal	110.000			134.500
o <i>Op een park</i>	55.000			111.500
o <i>Buiten een park</i>	50.000			23.000

De CVO-gegevens gelden als uitgangspunt, omdat bij deze cijfers het eigen recreatief gebruik van de tweede woning centraal staat. Bij andere bronnen is niet duidelijk of de woning ook daadwerkelijk zelf wordt gebruikt. Om het aantal tweede woningen van buitenlanders te bepalen, zijn de uitkomsten van de enquête onder vaste gasten gehanteerd: 84% Nederlanders, 16% buitenlanders.

De afgelopen 10 jaar is het aantal recreatiewoningen enorm toegenomen. Bureau Stedelijke Planning (in opdracht van NVM) spreekt over een groei van 15%, maar uit andere bronnen blijkt een veel grotere groei, tot wel 90%, zoals weergegeven in onderstaande grafiek.

Uit het onderzoek van het Bureau Stedelijke Planning blijkt dat recreatiewoningen in een bosrijk gebied, aan de kust en nabij de Randstad een positief marktperspectief hebben.



⁹ Het Bureau Stedelijke Planning heeft (in opdracht van NVM) een schatting gemaakt op basis van CBS-gegevens, enerzijds vanuit Basisregistraties Adressen en Gebouwen, anderzijds vanuit de registratie van toeristisch verhuurde recreatiewoningen. De definities hiervan hebben geen of slechts deels betrekking op tweede woningen voor eigen recreatief gebruik.

¹⁰ Analyse door RIGO van Woononderzoek 2012: aantal Nederlandse huishoudens dat aangeeft een recreatiewoning te bezitten. Bron: Keers. G, (2013), Tweede wonen groeit tijdens crisis. RIGO Research en Advies.

¹¹ Analyse van ContinuVakantieOnderzoek: aantal Nederlanders dat heeft aangegeven minimaal één keer een overnachting in een eigen vakantie-accommodatie te hebben doorgebracht. Hierdoor blijven accommodaties die gedurende een jaar niet voor overnachtingen gebruikt zijn buiten beschouwing. Het aantal Nederlanders is gedeeld door de gemiddelde groepsgrootte (3,15) om het aantal gebruikte accommodaties te bepalen. De verhouding tussen woningen op een park en niet op een park bedraagt volgens CVO 83% - 17%.

Tabel 6.4 Ontwikkeling tweede woningen van Nederlanders

Vaste ligplaatsen

Waterrecreatie Advies maakte in 2014 een inventarisatie van het aantal ligplaatsen in Nederland. Hieruit bleek dat de ongeveer 1365 jachthavens in ons land gezamenlijk beschikken over 167.500 vaste ligplaatsen. Daarnaast werd berekend dat er nog eens 43.500 boten bij (recreatie)woningen en in sloten en kanalen liggen. Het *aanbod* van vaste ligplaatsen is daarmee 211.000.

Bekend is dat niet al deze ligplaatsen daadwerkelijk worden gebruikt. Met een bezettingsgraad van gemiddeld 92% worden in jachthavens 154.000 ligplaatsen bezet. Uit de analyse van Waterrecreatie Advies blijkt dat de boten in de jachthavens voor 84% in het bezit zijn van Nederlanders en voor 16% van buitenlanders, dit komt overeen met de cijfers uit de enquête vaste gast.

De ligplaatsen worden niet alleen maar door vaste gasten bezet. Allereerst is het niet mogelijk om op alle boten te overnachten; volgens Waterrecreatie Advies beschikt 82% van de boten over slaapplaatsen. Van deze boten wordt naar schatting 5% verhuurd, uiteindelijk zijn er 119.500 vaste ligplaatsen die worden gebruikt als vast verblijf. Alle andere boten worden lang niet allemaal gebruikt als vast vakantieverblijf. Bekend is dat veel boten alleen worden gebruikt voor dagtochten. En als men met de boot buiten de thuishaven overnacht, is men eigenlijk een passant en geen vaste gast.

Sinds 2012 neemt het aantal boten af. Daarentegen groeiden in de afgelopen decennia de ligplaatsen in havens zowel in aantal als grootte. Een deel van de vloot in havens is verouderd. Lang niet alle verouderde boten in de havens worden nog gebruikt. Een kwart van de havens stelt te maken te hebben met boten die niet of nauwelijks worden gebruikt. (Waterrecreatie Advies, 2015).

Aanbod naar regio

In onderstaande tabellen is het aanbod voor de provincies Gelderland, Overijssel en Zeeland weergegeven. Waar mogelijk zijn inventarisaties gebruikt uit de regio zelf. Om het aantal vaste ligplaatsen te bepalen is gebruik gemaakt van de inventarisatie van Waterrecreatie Advies. Indien de omvang van een bepaalde type accommodatie onbekend is, is deze berekend op basis van CVO-gegevens en de uitkomsten van de enquête 'Toekomst van de vaste gast'¹²

Tabel 6.5 aanbod Gelderland¹³

	Gelderland	Noord-Veluwe	Achterhoek
Vaste kampeerplaatsen (CVO plus 7% buitenlandse eigenaren)	30.500	10.000	7.200
- <i>Jaarplaatsen met stacaravans of chalets</i>	17.500	---	---
- <i>Seizoensplaatsen voor caravans, vouwwagens en tenten</i>	13.000	---	---
Tweede woningen (CVO plus 7% buitenlandse eigenaren)	19.500	2.500 ¹⁴	onbekend
Vaste ligplaatsen (Waterrecreatie Advies, 2015)	12.750		
Totaal	62.750		

Tabel 6.6 Aanbod Overijssel

	Aantal
Vaste kampeerplaatsen	13.900
- <i>Jaarplaatsen met stacaravans of chalets (CVO plus 7% buitenlandse eigenaren)</i>	12.500
- <i>Seizoensplaatsen voor caravans, vouwwagens en tenten (MarketingOost, 2015)</i>	1.400
Tweede woningen (CVO plus 7% buitenlandse eigenaren)	7.000
Vaste ligplaatsen (Waterrecreatie Advies, 2015)	10.150
Totaal	31.050

¹² Berekening op basis van gegevens CVO: (Totaal aantal vaste gasten type accommodatie/gemiddelde groeps grootte)+ percentage buitenlandse vaste gast.

¹³ Cijfers omtrent het aanbod per regio in Gelderland zijn slechts beperkt beschikbaar. In de tabel zijn alleen cijfers weergegeven die aansluiten bij de omschrijving van het type accommodatie. Deze cijfers zijn beschikbaar gesteld door Vitale vakantieparken en de regio Achterhoek. Gezien de uiteenlopende aantallen van het CVO bieden deze geen houvast om bovenstaande berekening uit te voeren.

¹⁴ Vitale vakantieparken, 2015: De regio Noord-Veluwe telt 4.000 bungalows/huisjes. Hiervan worden ongeveer 1500 huisjes verhuurd. Ongeveer 500 huisjes zijn voor eigen gebruik en iets meer dan 2000 zijn voor zowel verhuur als eigen gebruik.

Tabel 6.7 aanbod Zeeland

	Aantal
Vaste kampeerplaatsen (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2014)	19.000
- <i>Jaarplaatsen met stacaravans of chalets</i>	16.300
- <i>Seizoensplaatsen voor caravans, vouwwagens en tenten</i>	2.700
Tweede woningen (CVO plus 16% buitenlandse eigenaren)	16.500
Vaste ligplaatsen (Waterrecreatie Advies, 2015)	11.850
Totaal	47.350

Resumé

- Er is slechts beperkt inzicht in het accommodatie-aanbod voor vaste gasten (m.u.v. het aanbod vaste ligplaatsen), waardoor landelijke en regionale cijfers uiteenlopen.
- Nederland telt naar schatting 107.000 jaarplaatsen voor stacaravans of chalets op een camping. Ook zijn er ongeveer 74.000 seizoensplaatsen voor caravans, vouwwagens en tenten.
- Er zijn 134.500 tweede woningen, waarvan 84% op een vakantiepark en 16% buiten een park staat.
- Het *aanbod* van vaste ligplaatsen is 211.000, maar dit wordt niet allemaal benut en ook zeker niet alleen door vaste gasten.
- De afgelopen 10 jaar is het verblijfsrecreatie aanbod sterk gegroeid, met name het aantal tweede woningen. Jaar- en seizoensplaatsen worden steeds vaker getransformeerd naar toeristische kampeerplaatsen. Behalve een groei in het aantal en grootte van de ligplaatsen zijn er steeds meer havens met boten die niet of nauwelijks worden gebruikt.

7 Economische impact

In dit hoofdstuk wordt de economische impact van de vaste gast voor Nederland en specifiek voor Gelderland, Overijssel en Zeeland weergegeven. De afgelopen decennia is er regelmatig onderzoek uitgevoerd naar de economische impact van toeristen. Toch gaven deze onderzoeken alleen het directe effect weer van toerisme. Iedere uitgave heeft eveneens een indirect effect. Middels het Input/Output-model (I/O-model) laten we zien in welke sectoren de (direct en indirecte) effecten van elke bestede euro terecht komen, uitgedrukt in output, toegevoegde waarde en sectoren. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de uitkomsten van voorgaande hoofdstukken met betrekking tot het aantal vaste gasten en uitgaven. Zoals reeds is beschreven zijn de jaarlijkse vaste uitgaven typerend voor de vaste gast. Deze uitgaven worden dan ook meegenomen in de berekening van de economische impact. Juist omdat ook de literatuur aangeeft dat deze uitgaven niet alleen in de toeristische sector terecht komen. Voor Gelderland, Overijssel en Zeeland worden bepaalde bestedingen niet meegenomen, omdat uitgaven aan verzekeringen, gas, water, elektriciteit en telefonie volgens Muller (1999) beperkte impact hebben op de regionale economie. Ook wordt in de berekening de aanschaf van de accommodatie niet meegerekend, omdat niet of nauwelijks te achterhalen is wanneer en waar deze uitgaven plaatsvinden.

7.1 Aantal vaste gasten

Het aantal vaste gasten dat in Nederland verblijft vormt het vertrekpunt om de economische impact te berekenen. De uitgaven die zij doen zorgen voor de economische impuls in de regio. Op basis van de uitkomsten van de enquête maken we onderscheid in het bezit van stacaravan op een jaarplaats, kamperen op een seizoensplaats¹⁵, tweede woning en boot op vaste ligplaats. In 2014 telde Nederland 1.065.000 vaste gasten (zie tabel 7.1), waarvan 895.000 Nederlandse vaste gasten en 170.000 buitenlandse vaste gasten¹⁶. In Gelderland waren er in datzelfde jaar 184.000 vaste gasten. Provincies Overijssel en Zeeland hadden achtereenvolgens 95.000 en 100.000 vaste gasten¹⁷. In onderstaande tabel staat de onderverdeling per type accommodatie.

Tabel 7.1 Aantal vaste gasten Nederland

Vaste gasten in het bezit van een:	Totaal aantal vaste gasten Nederland	Totaal aantal vaste gasten Gelderland	Totaal aantal vaste gasten Overijssel	Totaal aantal vaste gasten Zeeland
Stacaravan op een jaarplaats	262.000	51.000	38.000	35.000
Kamperen op een seizoensplaats	181.000	38.000	4.000	6.000
Tweede woning	330.000	57.000	22.000	35.000
Boot op vaste ligplaats	293.000	38.000	31.000	25.000
Totaal	1.065.000	184.000	95.000	100.000

¹⁵ Deze categorie bevat de volgende CVO categorieën: Tourcaravan, vouwcaravan, vouwwagen op vaste standplaats - eigen bezit & Tent, bungalowtent op vaste standplaats - eigen bezit.

¹⁶ Het aantal buitenlandse gasten is berekend op basis van de enquête van de Toekomst van de vaste gast; 84% kwam uit Nederland en 16% Duitsland, België en elders. Voor de provincies Overijssel en Gelderland zijn op basis van de enquête 93% binnenlands en 7% buitenlandse vaste gast aangehouden.

¹⁷ Doordat CVO data per accommodatie type op regionaal geen betrouwbare cijfers geeft is er gekozen om het totaal aantal vaste gasten (CVO + inclusief buitenlandse vaste gasten) te vermenigvuldigen met de verhoudingen van de type accommodaties van het aanbod.

7.2 Bestedingen tijdens het verblijf van vaste gasten

Toeristen en dus ook vaste gasten besteden tijdens het verblijf het geld aan grofweg vier verschillende sectoren (CBS categorieën), namelijk detailhandel, horeca, recreatie en vervoer. Hierbij zijn de jaarlijkse uitgaven die de vaste gast doet nog niet meegenomen. De gemiddelde uitgaven van vaste gasten uit het Continu Vakantie Onderzoek van NBTC-NIPO Research komen in sterke mate overeen met de uitkomsten van de enquête van de vaste gast. In deze berekening is gerekend met de cijfers afkomstig uit de enquête¹⁸. De uitgaven per persoon per dag zijn vervolgens vermenigvuldigd met het aantal vakantiedagen van de vaste gast per type accommodatie.

Tabel 7.2 Bestedingen vaste gasten Nederland, gespecificeerd per dag

	Detailhandel	Horeca	Recreatie	Vervoer
Stacaravan op een jaarplaats	€ 6,88	€ 4,77	€ 0,30	€ 1,24
Kamperen op een seizoensplaats	€ 6,88	€ 4,77	€ 0,30	€ 1,24
Tweede woning	€ 6,88	€ 4,77	€ 0,30	€ 1,24
Boot op vaste ligplaats	€ 8,65	€ 9,47	€ 0,44	€ 1,44

Tabel 7.3 Totale bestedingen gedurende het verblijf van vaste gasten - Nederland

	Totaal aantal vakantiedagen	Totaal uitgaven verblijf
Stacaravan op een jaarplaats	15.822.000	€ 208.680.000
Kamperen op een seizoensplaats	10.946.000	€ 144.369.000
Tweede woning	19.258.000	€ 253.998.000
Boot op vaste ligplaats	11.350.000	€ 215.580.000
Totaal	57.376.000	€ 822.626.000

Tabel 7.4 Totale bestedingen gedurende het verblijf van vaste gasten - Gelderland

	Totaal aantal vakantiedagen	Totaal uitgaven verblijf
Stacaravan op een jaarplaats	3.080.000	€ 40.623.000
Kamperen op een seizoensplaats	2.298.000	€ 30.309.000
Tweede woning	3.326.000	€ 43.867.000
Boot op vaste ligplaats	1.472.000	€ 27.959.000
Totaal	10.176.000	€ 142.758.000

¹⁸ Berekening uitgaven per dag per persoon: De gemiddelde uitkomsten per categorie per persoon per dag zijn bij elkaar opgeteld. Deze uitkomsten zijn samengevoegd met de bedragen van de respondenten die alleen het totaal bedrag wisten. Vervolgens is het gemiddelde berekend: €13,19. De gemiddeldes van de categorieën zijn omgezet tot percentages. Vervolgens is op basis van de percentages en het gemiddelde (13,19) het bedrag per categorie berekend. Tussen de accommodaties op het land en het water bestaat een significant verschil. Daarom is apart voor de bootbezitters deze berekening nogmaals gedaan met het bedrag €18,99. De overige kosten zijn toegewezen aan de categorie vervoer, dit komt overeen met de vervoerskosten van andere type toeristen.

Tabel 7.5 Totale bestedingen gedurende het verblijf van vaste gasten - Overijssel

	Totaal aantal vakantiedagen	Totaal uitgaven verblijf
Stacaravan op een jaarplaats	2.295.000	€ 30.269.000
Kamperen op een seizoensplaats	242.000	€ 3.192.000
Tweede woning	1.284.000	€ 16.935.000
Boot op vaste ligplaats	1.200.000	€ 22.935.000
Totaal	5.021.000	€ 73.188.000

Tabel 7.6 Totale bestedingen gedurende het verblijf van vaste gasten - Zeeland

	Totaal aantal vakantiedagen	Totaal uitgaven verblijf
Stacaravan op een jaarplaats	2.113.000	€ 27.869.000
Kamperen op een seizoensplaats	362.000	€ 4.774.000
Tweede woning	2.042.000	€ 26.932.000
Boot op vaste ligplaats	968.000	€ 18.368.000
Totaal	5.485.000	€ 77.962.000

7.3 Jaarlijkse bestedingen

In tegenstelling tot een dagrecreant of 'normale' verblijfstoerist heeft een vaste gast jaarlijkse uitgaven. Deze bestedingen worden naast de eerder genoemde sectoren ook gedeeltelijk toegeschreven aan energievoorziening, informatie & communicatie en financiële dienstverlening. Toch heeft niet iedere vaste gast te maken dezelfde jaarlijkse kosten. Deze kosten zijn gerelateerd aan het type verblijfsaccommodatie. De jaarlijkse kosten zijn vermenigvuldigd met het aantal verblijfsaccommodaties. Het aantal verblijfsaccommodaties is berekend op basis van het aantal vaste gasten.¹⁹

De jaarlijkse bestedingen zijn op regionaal niveau anders dan op nationaal niveau. Kosten voor gas, water en elektra, verzekeringen, tv, telefonie en internet vloeien in de meeste gevallen niet of nauwelijks terug in de regionale economie. Deze uitgaven zijn op regionaal niveau dan ook niet meegenomen.

Tabel 7.7 Jaarlijkse kosten vaste gast – gespecificeerd per accommodatie

	Stacaravan op een jaarplaats	Kamperen op seizoens- plaats	Tweede woning	Boot op vaste ligplaats	Gemiddeld
Huur van de standplaats	€ 2.125	€ 1.951	€ 1.060	€ 1.725	€ 1.965
Belasting	€ 30	€ 20	€ 382	€ 15	€ 47
Hypotheek verblijfsaccommodatie	€ 29	€ 0	€ 414	€ 292	€ 85
Bijdrage Vereniging van Eigenaren	€ 3	€ 0	€ 180	€ 0	€ 15
Gas/ water/ elektra	€ 181	€ 64	€ 438	€ 50	€ 154
Verzekeringen	€ 89	€ 63	€ 139	€ 485	€ 146
Stalling buiten het seizoen	€ 91	€ 191	€ 0	€ 428	€ 158
Onderhoud	€ 172	€ 97	€ 497	€ 1.030	€ 304
Schoonmaak	€ 15	€ 8	€ 31	€ 93	€ 26
Contributie boekingssysteem/ website/promotie (bijvoorbeeld VVV)	€ 3	€ 2	€ 62	€ 2	€ 6
TV/telefonie/internet	€ 35	€ 21	€ 71	€ 20	€ 32
Inrichting/meubilair/ tuinartikelen	€ 190	€ 109	€ 289	€ 126	€ 174
Totaal	€ 2.965	€ 2.526	€ 3.585	€ 4.268	€ 3.112

¹⁹ Het aantal vaste gasten per type accommodatie (CVO) is gedeeld door het gemiddeld reisgezelschap per type accommodatie (uitkomsten enquête)

Tabel 7.8 Totale jaarlijkse kosten van vaste gasten – Nederland

Jaarlijkse kosten	Aantal accommodaties	Totale jaarlijkse uitgaven
Stacaravan op een jaarplaats	107.000	€ 313.721.000
Kamperen op een seizoensplaats	74.000	€ 185.415.000
Tweede woning	134.500	€ 427.710.000
Boot op vaste ligplaats	119.500	€ 508.147.000
Subtotaal	435.000	€ 1.434.993.000

Tabel 7.9 Totale jaarlijkse kosten van vaste gasten – Gelderland

Jaarlijkse kosten	Aantal accommodaties	Totale jaarlijkse uitgaven
Stacaravan op een jaarplaats	17.500	€ 45.466.000
Kamperen op een seizoensplaats	13.000	€ 30.650.000
Tweede woning	19.500	€ 41.313.000
Boot op vaste ligplaats	12.750	€ 43.401.000
Subtotaal	62.750	€ 160.831.000

Tabel 7.9 Totale jaarlijkse kosten van vaste gasten – Overijssel

Jaarlijkse kosten	Aantal accommodaties	Totale jaarlijkse uitgaven
Stacaravan op een jaarplaats	12.500	€ 32.476.000
Kamperen op een seizoensplaats	1.400	€ 3.301.000
Tweede woning	7.000	€ 14.830.000
Boot op vaste ligplaats	10.150	€ 34.551.000
Subtotaal	31.050	€ 85.158.000

Tabel 7.10 Totale jaarlijkse kosten van vaste gasten – Zeeland

Jaarlijkse kosten	Aantal accommodaties	Totale jaarlijkse uitgaven
Stacaravan op een jaarplaats	16.300	€ 42.062.000
Kamperen op een seizoensplaats	2.700	€ 6.077.000
Tweede woning	16.500	€ 38.391.000
Boot op vaste ligplaats	11.850	€ 51.050.000
Subtotaal	47.350	€ 137.581.000

7.4 Totale bestedingen

De gegevens uit voorgaande paragrafen resulteren in onderstaande overzicht. Het overzicht toont de totale bestedingen bestaande uit zowel dagelijkse als jaarlijkse uitgaven van de vaste gast (tabel 7.11).

Tabel 7.11 Totale bestedingen vaste gasten naar accommodatietype in Nederland, Gelderland, Overijssel en Zeeland

	Nederland	Gelderland	Overijssel	Zeeland
Dagelijkse uitgaven vaste gasten				
Stacaravan op een jaarplaats	€ 208.680.000	€ 40.623.000	€ 30.269.000	€ 27.869.000
Kamperen op een seizoensplaats	€ 144.369.000	€ 30.309.000	€ 3.192.000	€ 4.774.000
Tweede woning	€ 253.998.000	€ 43.867.000	€ 16.935.000	€ 26.932.000
Boot op vaste ligplaats	€ 215.580.000	€ 27.959.000	€ 22.935.000	€ 18.368.000
Jaarlijkse kosten vaste gasten				
Stacaravan op een jaarplaats	€ 313.721.000	€ 45.466.000	€ 32.476.000	€ 42.062.000
Kamperen op een seizoensplaats	€ 185.415.000	€ 30.650.000	€ 3.301.000	€ 6.077.000
Een tweede woning	€ 427.710.000	€ 41.313.000	€ 14.830.000	€ 38.391.000
Boot op vaste ligplaats	€ 508.147.000	€ 43.401.000	€ 34.551.000	€ 51.050.000
Totale bestedingen	€ 2.257.619.000	€ 303.588.000	€ 158.346.000	€ 215.542.000

7.5 Economische impact

Bovengenoemde bestedingen moeten eerst gecorrigeerd worden voor BTW en worden vervolgens gedifferentieerd ingevoerd in het input-outputmodel. Bestedingen aan horeca worden ingevoerd in de bedrijfsklasse Horeca. Voor bestedingen aan vervoer moet een extra tussenstap worden uitgezet. Uitgaven aan openbaar vervoer worden toegewezen aan de bedrijfsklasse Vervoer en opslag. Uitgaven aan brandstof (auto, motor, bromfiets, camper etc) komen echter terecht in de detailhandel. Bestedingen aan “recreatie” worden toegekend aan de bedrijfsklasse Cultuur, sport & recreatie, evenals de jaarlijkse kosten voor Boot op vaste ligplaats. Gas/water/elektra valt onder de bedrijfsklasse energievoorziening, internet/ telefonie wordt toegewezen aan de bedrijfsklasse informatie en communicatie en tot slot wordt verzekeringen toegekend aan financiële dienstverlening.

Bestedingen in de detailhandel mogen niet volledig worden toegewezen aan de economie van Nederland en aan provincies, omdat slechts een beperkt deel van deze producten daadwerkelijk in Nederland en de provincies geproduceerd is. Dit deel wordt toegewezen aan de sector Industrie. Vervolgens worden marges van bestedingen in de detailhandel toegewezen aan de sectoren handel en vervoer. Na deze correcties kunnen consumentenbestedingen als input worden ingevoerd in het model.

Tabel 7.12 Economische impact van vaste gasten voor Nederland

Totale bestedingen van vaste gasten Nederland:	Gecorrigeerde bestedingen = Input	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (aantal banen)
€ 2.257.619.000			
A Landbouw, bosbouw en visserij	-	€ 11.134.000	96
B Delfstoffenwinning	-	€ 15.453.000	8
C Industrie	€ 279.567.000	€ 121.964.000	1.289
D Energievoorziening	€ 83.919.000	€ 51.357.000	191
E Waterbedrijven en afvalbeheer	-	€ 3.723.000	34
F Bouwnijverheid	-	€ 11.384.000	136
G Handel	-	€ 97.638.000	1.693
H Vervoer en opslag	-	€ 19.825.000	261
I Horeca	€ 825.983.000	€ 388.853.000	14.134
J Informatie en communicatie	€ 14.212.000	€ 34.495.000	294
K Financiële dienstverlening	€ 152.600.000	€ 148.678.000	763
L Verhuur en handel van onroerend goed	-	€ 24.388.000	55
M Zakelijke dienstverlening	-	€ 122.368.000	2.082
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten	-	€ 5.599.000	65
O Onderwijs	-	€ 6.106.000	105
P Gezondheids- en welzijnszorg	-	€ 2.105.000	50
Q Cultuur, sport en recreatie	€ 260.584.000	€ 166.301.000	1.873
R Overige dienstverlening	-	€ 5.799.000	209
Marges	€ 95.356.000	-	-
Totaal	€ 1.712.222.000	€ 1.237.171.000	23.300

Voor de gecorrigeerde bestedingen dragen verschillende sectoren bij aan het uiteindelijke product of dienst. Deze bijdrage is niet altijd direct, sectoren kunnen ook indirect werken aan deze productie. In 2014 leverde de ongeveer 2,2 miljard euro bestedingen ruim 1,2 miljard toegevoegde waarde (productie minus inkoop en belastingen) voor Nederland op. Wat goed is voor ruim 23.000 banen.

In Gelderland besteedde de vaste gast ruim 303 miljoen euro in de regio. Dit leidde tot ruim 100 miljoen euro aan toegevoegde waarde. Uiteindelijk betekent dit ongeveer 2.800 banen. De vaste gast in Overijssel besteedde ruim 158 miljoen euro per jaar in de regio. Dit betekent ruim 1.300 banen. In Zeeland gaven de vaste gasten ongeveer 126 miljoen euro uit.

Tabel 7.13 Economische impact van vaste gasten voor Gelderland

Totale bestedingen van vaste gasten in Gelderland:	Gecorrigeerde bestedingen = Input	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (aantal banen)
€ 303.588.000			
A Landbouw, bosbouw en visserij	-	€ 385.000	3
B Delfstoffenwinning	-	€ 201.000	0
C Industrie	€ 6.102.000	€ 4.806.000	51
D Energievoorziening	-	€ 934.000	4
E Waterbedrijven en afvalbeheer	-	€ 165.000	2
F Bouwnijverheid	-	€ 413.000	5
G Handel	-	€ 6.348.000	110
H Vervoer en opslag	-	€ 788.000	10
I Horeca	€ 135.685.000	€ 63.301.000	2.301
J Informatie en communicatie	-	€ 847.000	7
K Financiële dienstverlening	-	€ 1.552.000	8
L Verhuur en handel van onroerend goed	-	€ 1.599.000	4
M Zakelijke dienstverlening	-	€ 5.969.000	102
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten	-	€ 307.000	4
O Onderwijs	-	€ 331.000	6
P Gezondheids- en welzijnszorg	-	€ 133.000	3
Q Cultuur, sport en recreatie	€ 28.976.000	€ 17.407.000	196
R Overige dienstverlening	-	€ 463.000	17
Marges	€ 15.081.000	-	-
Totaal	€ 185.844.000	€ 105.948.000	2.800

Tabel 7.12 Economische impact van vaste gasten voor Overijssel

Totale bestedingen van vaste gasten in Overijssel:	Gecorrigeerde bestedingen = Input	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (aantal banen)
€ 158.346.000			
A Landbouw, bosbouw en visserij	-	€ 130.000	1
B Delfstoffenwinning	-	-	-
C Industrie	€ 3.182.000	€ 2.466.000	26
D Energievoorziening	-	-	-
E Waterbedrijven en afvalbeheer	-	-	-
F Bouwnijverheid	-	€ 210.000	2
G Handel	-	€ 2.357.000	41
H Vervoer en opslag	-	€ 340.000	4
I Horeca	€ 63.870.000	€ 29.781.000	1.082
J Informatie en communicatie	-	€ 358.000	3
K Financiële dienstverlening	-	€ 533.000	3
L Verhuur en handel van onroerend goed	-	€ 607.000	1
M Zakelijke dienstverlening	-	€ 2.547.000	43
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten	-	€ 121.000	1
O Onderwijs	-	€ 215.000	4
P Gezondheids- en welzijnszorg	-	€ 61.000	1
Q Cultuur, sport en recreatie	€ 22.206.000	€ 13.017.000	147
R Overige dienstverlening	-	€ 152.000	5
Marges	€ 7.865.000	-	-
Totaal	€ 97.122.000	€ 52.895.000	1.400

Tabel 7.14 Economische impact van vaste gasten voor Zeeland

Totale bestedingen van vaste gasten in Zeeland: € 215.542.000	Gecorrigeerde bestedingen = Input	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (aantal banen)
A Landbouw, bosbouw en visserij	-	€ 330.000	3
B Delfstoffenwinning	-	€ 3.000	0
C Industrie	€ 4.593.000	€ 2.134.000	23
D Energievoorziening	-	€ 632.000	2
E Waterbedrijven en afvalbeheer	-	€ 31.000	0
F Bouwnijverheid	-	€ 147.000	2
G Handel	-	€ 3.499.000	61
H Vervoer en opslag	-	€ 524.000	7
I Horeca	€ 86.359.000	€ 40.240.000	1.456
J Informatie en communicatie	-	€ 196.000	2
K Financiële dienstverlening	-	€ 137.000	1
L Verhuur en handel van onroerend goed	-	€ 455.000	1
M Zakelijke dienstverlening	-	€ 1.283.000	22
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten	-	€ 60.000	1
O Onderwijs	-	€ 100.000	2
P Gezondheids- en welzijnszorg	-	€ 30.000	1
Q Cultuur, sport en recreatie	€ 25.762.000	€ 14.490.000	242
R Overige dienstverlening	-	€ 170.000	5
Marges	€ 11.352.000	-	-
Totaal	€ 128.066.000	€ 64.461.000	1.800

Resumé

- De ruim 1 miljoen vaste gasten besteden jaarlijks ongeveer 2,2 miljard euro.
- Deze uitgaven maken dat er ruim 23.000 banen gerelateerd zijn aan de markt van de vaste gast.
- In de provincies Gelderland, Overijssel en Zeeland besteden de vaste gasten respectievelijk ongeveer 303, 158 en 215 miljoen euro. De vaste gast is goed voor bijna 3000 banen in Gelderland. Voor de provincies Overijssel en Zeeland zijn dit ongeveer 1400 en 1800 banen.

Tabel 7.15 uitkomsten I/O Model Nederland, Gelderland, Overijssel, Zeeland

2014	Bestedingen	Toegevoegde waarde	Aantal banen
Nederland	€ 2.257.619.000	€ 1.237.171.000	23.000
Gelderland	€ 303.588.000	€ 105.948.000	2.800
Overijssel	€ 158.346.000	€ 52.895.000	1.400
Zeeland	€ 215.542.000	€ 64.461.000	1.800

8 Topiclist interviews - Toekomst van de vaste gast

Achtergrond- doel

Vaste gasten zijn de trouwste gasten van een regio: zij hebben er namelijk voor gekozen hun vakantieaccommodatie voor lange tijd in een regio te plaatsen. De locatie van een tweede woning, het plekje voor de stacaravan, de ligplaats van de boot of het veldje voor een seizoensplaats: ze zijn allemaal zorgvuldig uitgezocht als dé plek waar deze gast veel van zijn vrije tijd gaat doorbrengen.

In 2013 waren er 872.000 Nederlanders met een eigen vakantieverblijf in Nederland. Het gaat dus om heel veel mensen! En dan hebben we het nog niet over vaste gasten uit het buitenland, denk bijvoorbeeld aan de vele Duitsers met een eigen accommodatie aan de kust of in watersportregio's.

Toch weten we als branche maar weinig van deze gast. Wie is de vaste gast?

Wie zijn wij

CELTH (een initiatief van hogescholen NHTV, HZ en Stenden) heeft als doel om samen met het werkveldpartijen kennis te ontwikkelen, om zo invulling te geven aan belangrijke vraagstukken in het domein van leisure, toerisme en hospitality. CELTH voert in dit onderzoek uit voor marktpartijen NBTC Holland Marketing, Kennispunt Oost, de provincies Zeeland en Gelderland en brancheorganisaties Recron en Hiswa.

Uitleg

- Duur van het gesprek (maximaal 1-1,5 uur)
 - Vragen of het gesprek opgenomen mag worden
 - Citaten worden gebruikt maar geanonimiseerd
 - Interviews dienen als input voor vragenlijst en rapport
 - *Eventuele digitale foto's van accommodatie..*
 - Mogelijkheid geven voor deelnemer om vragen te stellen
-

Topics

Algemeen

Datum:

Naam:

Leeftijd:

Locatie van verblijf:

Verblijfsaccommodatie type:

Aantal jaren in bezit:

Hoeveel mensen maken gebruik van de accommodatie:

PERSOON / BEZIT

- Levensfase? Omschrijving huidige fase. Werk?
- Omschrijving van de huidige woonomstandigheden (flat, tuin, vrijstaand, ruimte, stad, platteland, koop of huurwoning?)
- Hoe lang heeft men de verblijfsaccommodatie in het bezit? Beschrijving van setting, omgeving van accommodatie (o.a. natuurlijke omgeving, park, complex etc.)
- Hoe bent u in bezit van de accommodatie gekomen?
- (eigen aankoop, via vorige generatie? huis van partner? etc)
- Afstand tot vrijetijdbestedingsmogelijkheden primaire woning? Tweede woning?

MOTIVATIE

- Wat is uw initiële reden geweest om aan een 2^e acco te beginnen?
- Wat zijn de motieven van de gast om in een eigen accommodatie op vakantie te gaan? Oorspronkelijke reden, nog steeds dezelfde reden?
- Wat belemmert u om niet naar uw tweede acco te gaan?
- Om welke reden(en) zou u uw tweede acco van de hand doen?
- Om welke reden heeft u juist deze plek gekozen voor uw secundaire verblijf?

GEDRAG

- Voelt het tweede huis echt als 2^e thuis? Welke inspanning heeft u verricht om er uw huis van te maken?
- Heeft u een maximale reistijd in uw keuze van bestemming meegenomen?
- Hoeveel tijd besteedt u aan onderhoud van de accommodatie?
- Hoeveel geld besteedt u gemiddeld op jaarbasis aan de accommodatie?
- Welk deel van het besteedbaar inkomen wordt besteed aan de accommodatie?
- Hoe lang moet u reizen naar uw tweede bestemming?
- Tegen welk onderdeel van een bezoek aan uw tweede acco ziet u het meest op? (reis, schoonmaak, inpakken, afzeggen sociale verplichtingen primaire woning)
- Voor welk jaargetijde heeft een voorkeur bij uw bezoek aan de 2^e acco? Waarom?
- Heeft u veel contact met andere tweede woning bezitters? Tijdens verblijf? Anderszins? Zoekt u hen op? Waarom? Behoeft?
- Hoe zien uw vakanties eruit? Besteedt u alle tijd in 2^e acco?

WAARDERING / GEVOEL

- (1^E ACCO)
 - Wat waardeert u het meest aan uw primaire woning?
 - Wat waardeert u het meest aan uw primaire woonomgeving?
 - Wat mist u het meest in uw primaire woning? (woning/voorzieningenniveau omgeving)
- (2^E ACCO)
 - Wat waardeert u het meest aan de secundaire woning?
 - Wat waardeert u het meest aan de secundaire woonomgeving / kampeerterrein? (belang van bepaalde voorzieningen (accommodatie en park/complex)
 - Wat mist u het meest in uw secundaire woning?
- Is met de jaren de waardering voor uw tweede woning / woonomgeving veranderd?
- Wat betekent het huis voor u? (emotie achterhalen, intentie, gevoel, beleving). Anekdote/herinnering? Kunt u in een aantal woorden weergeven welk gevoel domineert bij verblijf in de 2^e woning in vergelijking met de primaire woning?
- Voelt u zich toerist als u in uw tweede woning verblijft? Waarom? Als geen toerist > hoe dan wel?
- Wat is uw mening over het beleid dat gevoerd wordt mbt het terrein waarop uw tweede acco staat / ligt? Worden uw belangen behartigd?

ACTIVITEITEN / GEBRUIK

- Frequentie? Hoe gebruikt men de accommodatie? Hoe lang blijft u gemiddeld?
- Wie gebruiken allemaal de accommodatie?
- Wat voor activiteiten onderneemt men tijdens het verblijf? (lokaal, regionaal etc)
- Hoe ziet een gemiddelde dag eruit in uw tweede accommodatie?
- Wordt uw tweede accommodatie gebruikt voor de verhuur? Waarom wel/niet?
- Heeft u inspraak in de keuze van de huurders (intermediair)? Wilt u dat? Waarom belangrijk?
- Werkt u wel eens vanuit uw tweede woning?
- Customer journey- wanneer , wie en hoe (lang) bepaalt men om naar vakantieverblijf te gaan.

BEHOEFTE

- In welke behoefte voorziet de accommodatie?
- Compenseert u met tweede accommodatie de primaire woonomstandigheden? Welke omstandigheden compenseert u?
- Wat mist u nog in uw 2^e woning? Wat zou u nog graag willen veranderen?

TOEKOMSTPLANNEN

- Hoe verwacht de vaste gast zijn vakanties in de toekomst door te brengen? Redenen voor verandering. (financiële drempels, betere kwaliteit/voorzieningen etc)

9 Vragenlijst enquête

In de onderstaande vragenlijst staan de vragen die gesteld zijn aan de vaste gast. Wel zijn sommige vragen voor bepaalde type accommodatie, met name voor bootbezitters op een vaste ligplaats in een jachthaven, anders geformuleerd. De vragen die betrekking hebben op de BSR-leefstijlen staan niet in onderstaande vragenlijst, maar zijn wel opgenomen de verstuurde vragenlijst.

1. Welk type accommodatie heeft u?
 - ☐ Een stacaravan of chalet op een camping
 - ☐ Een caravan, vouwwagen of tent op een seizoensplaats op een camping
 - ☐ Een tweede woning, op een vakantiepark
 - ☐ Een tweede woning, niet op een vakantiepark
 - ☐ Een boot op een vaste ligplaats in een jachthaven
 - ☐ Geen
2. Waar staat uw verblijfsaccommodatie? (Naam vakantiepark, plaats of dichtstbijzijnde plaats)
 - ☐ Friesland, namelijk:
 - ☐ Groningen, namelijk:
 - ☐ Noord-Holland, namelijk:
 - ☐ Flevoland, namelijk:
 - ☐ Drenthe, namelijk:
 - ☐ Overijssel, namelijk:
 - ☐ Utrecht, namelijk:
 - ☐ Zuid-Holland, namelijk:
 - ☐ Gelderland, namelijk:
 - ☐ Zeeland, namelijk:
 - ☐ Noord-Brabant, namelijk:
 - ☐ Limburg, namelijk:
3. Hoe lang moet u vanuit huis reizen naar uw verblijfsaccommodatie?
 - ☐ Minder dan een half uur
 - ☐ Half uur - 1 uur
 - ☐ 1 uur - 2 uur
 - ☐ Langer dan 2 uur
4. Kunt u aangeven welke omgevingskenmerken van toepassing zijn op uw huidige verblijfsaccommodatie? (meerdere antwoorden mogelijk)
 - ☐ Het strand bevindt zich op korte loop- of fietsafstand van de verblijfsaccommodatie
 - ☐ De verblijfsaccommodatie bevindt zich in een bosrijke omgeving
 - ☐ De verblijfsaccommodatie bevindt zich aan of dichtbij (open) water
 - ☐ De verblijfsaccommodatie ligt in een polderlandschap
 - ☐ De verblijfsaccommodatie ligt in of nabij een historische stad(je) of dorp
 - ☐ De verblijfsaccommodatie bevindt zich in de buurt van een jachthaven
 - ☐ De verblijfsaccommodatie bevindt zich dicht bij winkels voor dagelijkse voorzieningen
 - ☐ In de buurt van de verblijfsaccommodatie bevinden zich één of meerdere toeristische attracties (zoals pretparken of musea)
5. Hoe lang heeft u deze accommodatie? Graag het aantal jaren noemen.

Motivatatie

De volgende vragen gaan over waarom u hebt gekozen voor uw verblijfsaccommodatie.

6. Waarom heeft u gekozen voor een vaste plek voor uw verblijfsaccommodatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Een plaats om te ontspannen
- ☐ Een plaats om te ontsnappen aan de dagelijkse routine
- ☐ Een plaats om meer tijd (quality time) door te brengen met familie en vrienden
- ☐ Om de kinderen meer vrijheid en ruimte te geven
- ☐ Ik ben van plan om in deze regio mijn pensioen door te brengen
- ☐ Investering
- ☐ Anders, namelijk:

7. Hoe belangrijk waren de volgende aspecten bij de keuze van uw huidige verblijfsaccommodatie?

	Ze er on be lang rijk	On be lang rijk	Ne u traal	Be lang rijk	Ze er Be lang rijk	N.v.t.
Nabijheid kust						
Nabijheid natuur						
Mooie uitstraling van woonomgeving in de regio						
Aanbod winkels voor dagelijkse boodschappen						
Aanbod winkels (o.a. kleding etc)						
Aanbod cafés/restaurants						
Beschikbaarheid sportfaciliteiten						
Nabijheid jachthaven						
Sociale contacten in de regio						
Ik heb in het verleden in de regio gewoond of vakantie gevierd						
Bereikbaarheid vanuit eerste woning						
Betaalbaarheid van tweede woning						

Tevredenheid

De volgende vragen gaan over uw tevredenheid ten aanzien van de verblijfsaccommodatie.

8. Hoe tevreden bent u over onderstaande aspecten in de omgeving van uw verblijfsaccommodatie en hoe belangrijk vindt u deze?

	Tevreden	Belang
Natuur		
Stad en dorpje		
Winkelaanbod (dagelijkse boodschappen)		
Winkelaanbod (o.a. kleding)		
Restaurants, (eet)cafés : Tevredenheid		
Dagattracties (o.a. musea en pretparken)		
Evenementen; festival, braderië		
Openbaar vervoer : Tevredenheid		
Wandelroutes / mogelijkheden		
Fietsroutes / mogelijkheden		
(Water) sportmogelijkheden		
Zwemmogelijkheden		
Vaarwegen/ mogelijkheden		
Nabijheid van jachthavens/ ligplaatsen		
Bediening (openingstijden) sluizen/ bruggen		

9. Hoe tevreden bent u over onderstaande aspecten op het park waar uw verblijfsaccommodatie gevestigd is, en hoe belangrijk vindt u deze?

	Tevreden	Belang
Rust / ruimte		
Sanitair		
Winkels		
Recreatie (o.a. activiteiten)		
Horeca		
Gas / water / licht		
Wi-Fi		
Prijs van lig-/ seizoen- of jaarplaats		
Personeel		
Grootte van de lig-/ standplaats		
Winterstalling		
Mogelijkheden om de boot te water te laten (kraan/helling)		

10. Wat mist u nog in de omgeving van uw verblijfsaccommodatie?

11. Wat mist u nog op het park van uw verblijfsaccommodatie?

Gebruik

De volgende vragen gaan over uw gebruik van de verblijfsaccommodatie.

12. Hoe vaak bent u in 2014 in uw accommodatie geweest?

Wilt u dit aangeven voor de verschillende verblijfsduren?

	4 keer of minder	5 tot 9 keer	10 tot 14 keer	15 tot 19 keer	20 keer of meer	NVT	Totaal
1 dag							
2 - 4 dagen							
5 - 8 dagen							
9 dagen of meer							

13. Wie maakt er, behalve u, zelfstandig gebruik van uw verblijfsaccommodatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Kinderen
- ☐ Kleinkinderen
- ☐ Vrienden/kennissen
- ☐ Huurders
- ☐ Anders, namelijk:

14. Indien u de verblijfsaccommodatie wel eens verhuurt, hoe heeft u dit dan geregeld?

- ☐ De verblijfsaccommodatie is in eigen beheer en wordt door uzelf verhuurd
- ☐ De verblijfsaccommodatie wordt beheerd en verhuurd door de parkexploitant
- ☐ De verblijfsaccommodatie wordt op afstand beheerd en verhuurd door een externe organisatie
- ☐ N.v.t.
- ☐ Anders, namelijk:

15. Wat zijn de belangrijkste activiteiten die u tijdens uw verblijf onderneemt? (maximaal 5 antwoorden) Zou u waar mogelijk, deze activiteiten kunnen specificeren.

- ☐ Wandelen
- ☐ Fietsen
- ☐ Duiken
- ☐ Watersport, namelijk:
- ☐ Overige sport, namelijk:
- ☐ Boodschappen (dagelijkse artikelen)
- ☐ Winkelen (niet-dagelijkse artikelen)
- ☐ Bezoek aan het strand
- ☐ Bezoek aan een stad(je)
- ☐ Bezoek aan een attractie
- ☐ Bezoek aan een evenement
- ☐ Bezoek aan een museum of bezienswaardig gebouw
- ☐ Bezoek aan een natuurgebied
- ☐ Bezoek aan een beauty-/wellnesscentra of sauna
- ☐ Uit eten in een restaurant
- ☐ Op een terrasje zitten
- ☐ Klussen aan de verblijfsaccommodatie
- ☐ Anders, namelijk:

16. Met wie heeft u contact tijdens het verblijf in uw accommodatie?
- ☐ Andere gasten bekend vanuit woonplaats
 - ☐ Vrienden/familie uitgenodigd in verblijfsaccommodatie
 - ☐ Andere gasten ontmoet in de omgeving van de verblijfsaccommodatie
 - ☐ Lokale bevolking
 - ☐ Niemand

17. Zou u meer tijd willen doorbrengen in uw verblijfsaccommodatie?
- ☐ Ja
 - ☐ Nee

18. In welke mate beïnvloeden de volgende factoren de tijd die u doorbrengt in uw verblijfsaccommodatie?

	Niet	In beperkte mate	In sterke mate
Mijn beschikbare vrije tijd			
De reiskosten			
De afstand van mijn huis naar de verblijfsaccommodatie			
Mijn interesse in de verblijfsaccommodatie			
De weersomstandigheden			
De verhuur van de accommodatie aan derden			
Anders, namelijk			

Uitgaven

De volgende vragen gaan over uw uitgaven tijdens uw laatste recreatieve verblijf in de accommodatie (dus niet het bezoek voor onderhoud).

19. Hoe lang duurde dit verblijf?
Graag het aantal dagen noemen.

20. Met hoeveel personen was u tijdens dit verblijf?

21. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel geld u tijdens dit laatste verblijf heeft uitgegeven aan de volgende categorieën?

Het gaat hierbij om alle uitgaven, tijdens het hele verblijf, voor alle personen.

	Bedragen in €
Dagelijkse boodschappen	
Overige aankopen in winkels	
Eten en drinken buitenshuis	
Entree/ toegang voor activiteiten (bijv. attractie/musea/evenement)	
Overig	
Ik weet alleen het totaal	

22. Waar koopt u levensmiddelen voor uw verblijfsaccommodatie?
- ☐ Ik breng alles mee vanuit mijn woonplaats
 - ☐ Ik neem een deel van mijn levensmiddelen mee vanuit mijn woonplaats
 - ☐ Ik koop alles in de regio van mijn verblijfsaccommodatie

23. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel geld u gedurende het hele jaar 2014 heeft uitgegeven aan de volgende categorieën?

	Bedragen in €
Huur van de standplaats	
Hypotheek verblijfsaccommodatie	
Belasting	
Bijdrage Vereniging van Eigenaren	
Gas/ water/ elektra	
Verzekeringen	
Stalling buiten het seizoen	
Onderhoud	
Schoonmaak	
TV/telefonie/internet	
Inrichting/meubilair/tuinartikelen	
Contributie boekingssysteem/website/promotie (bijvoorbeeld VVV)	

24. Kunt u een schatting geven van de waarde van uw verblijfsaccommodatie?
- ☐ Minder dan €24.999
 - ☐ €25.000 - €49.999
 - ☐ €50.000 - €99.999
 - ☐ €100.000 - €149.999
 - ☐ €150.000 - €199.999
 - ☐ €200.000 - €249.999
 - ☐ €250.000 - €299.999
 - ☐ €300.000 of meer

Toekomst

De volgende vragen hebben betrekking op de toekomst.

25. Verwacht u de komende jaren meer of minder gebruik te maken van uw verblijfsaccommodatie?

- ☐ Veel minder
- ☐ Minder
- ☐ Gelijk
- ☐ Meer
- ☐ Veel meer

26. Is uw verblijfsaccommodatie te koop of bent u van plan deze binnen 5 jaar te verkopen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Misschien

27. Wat zouden redenen kunnen zijn om uw verblijfsaccommodatie te verkopen?

	Ze er on waar- schijnlijk	On waar- schijnlijk	Waar- schijnlijk	Ze er waar- schijnlijk
Gezondheid van mezelf of naasten				
Financiële situatie				
Weinig tot geen gebruik maken van de verblijfsaccommodatie				
Interesse in huidige verblijfsaccommodatie				
Relationeel; relatie partner, samenstelling gezin				
Anders, namelijk:				

Persoonlijke kenmerken

Deze laatste vragen gaan over uw persoonlijke situatie.

28. Bent u:
- ☐ Man
 - ☐ Vrouw
29. Wat is uw leeftijd (in jaren)?
30. Ik woon in
- ☐ Nederland
 - ☐ België
 - ☐ Anders, namelijk
31. Wat is uw postcode?
32. Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden, uzelf meegerekend?
33. Hoe is uw huishouden samengesteld?
- ☐ Huishouden met alleen volwassenen (18 jaar en ouder)
 - ☐ Huishouden met kinderen (jongste kind 0 t/m 12 jaar)
 - ☐ Huishouden met kinderen (jongste kind 13 t/m 17 jaar)
34. Hoeveel kinderen zijn er aanwezig in uw huishouden?
- ☐ Geen
 - ☐ 1 kind
 - ☐ 2 kinderen
 - ☐ 3 kinderen of meer
35. Wat is uw hoogst genoten opleiding?
- ☐ Geen onderwijs/ basisonderwijs
 - ☐ LBO/VBO/VMBO (kader- en beroepsgerichte leerweg)
 - ☐ MAVO/ eerste 3 jaar HAVO en VWO/VMBO (theoretische en gemengde leerweg)
 - ☐ MBO
 - ☐ HAVO en VWO bovenbouw/ WO en HBO-propedeuse
 - ☐ HBO/WO-bachelor of kandidaats
 - ☐ WO-doctoraal of master

Vragen: leefstijlen ontbreken

10 Deelnemers workshop 'Toekomst van de vaste gast'

Deelnemers:

- Karin Mazier, Regio Noord-Veluwe
- Jasper Blom, Jachthaven 't Anker
- Michaël ten Holder, Provincie Gelderland
- René Duijm, Recreatieoord De Striene
- Annemiek Riefel, Marketing Oost
- Bernard Boeve, Molecaten park Rondeweibos
- Bert Post, RECRON
- Geert Dijks, HISWA
- Madeline Buining, Provincie Zeeland
- Marcel van den Berge, Gemeente Schouwen-Duiveland

Moderators:

- Albert Postma, European Tourism Futures Institute / Stenden Hogeschool, CELTH
- Margreet Toonen, NHTV, CELTH

Literatuurlijst

Alberti, F. (2014). Jaarplaatsen veranderen in Trendý's. Afstudeerscriptie.

Bijl, J. & Broers, A. (2013). Trendanalyse. Innovatie van de logistiek. Tilburg: Brabantse Netwerkbibliotheek.

Boland, C., Bosma, T., Bullinga, M., Eilander, G., Kniesmeijer, T., Lamb, R., Mirani, N., Rohde, C., Roothart, H., Tabarki, F., Van den Hoff, R., Witmer, R-L., (2014). Trendrede. Geraadpleegd op 21 mei 2015 via <http://www.startplaza.com/pdf/TrendRede2014.pdf>

Bokslag, M., & Stappen, T. (2015). Op verkenning is een uitgave van het programma Vitale vakantieparken. Harderwijk: Programma Vitale vakantieparken regio Noord-Veluwe

Bureau Ruimte & Vrije tijd (2014). Verblijfsrecreatie in Drenthe. Onderzoek naar het toekomstperspectief voor de sector.

Bureau Stedelijke Planning (2014). De Nederlandse markt voor recreatiewoningen

Centraal Bureau voor de Statistiek (2015). Tabellen bevolkingsontwikkeling en bevolkingsprognoses, geraadpleegd via <http://statline.cbs.nl>

Centraal Planbureau (2013). De toekomstige inkomenspositie van AOW'ers: drie scenario's voor 2025. CPB Achtergronddocument. <http://www.cpb.nl/publicatie/de-toekomstige-inkomenspositie-van-aow-ers-drie-scenarios-voor-2025>

Dijst, M., Lanzendorf, M., Barendregt, A., & Smit, L. (2005). Second homes in Germany and the Netherlands: ownership and travel impact explained. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(2), 139-152.

European Tourism Futures Institute (2015). Innovatiepotentieel IOTO. Onderzoek naar de mogelijkheden ter versterking van de innovatiekracht van Innovatief Ondernemen Toeristisch Overijssel.

GfK (2014). Nieuwe meting GfK Trends in Digitale Media. Geraadpleegd op 19 mei 2015 via <http://www.gfk.com/nl/news-and-events/press-room/press-releases/paginas/evenveel-nederlanders-met-tablet-als-vaste-computer.aspx>

Jaakson, R. (1986). Second-home domestic tourism. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 367-391.

Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of environmental psychology*, 21(3), 233-248.

Krabben, E. & Wolff, H. (2014). Re-creatie door arbeidsmigratie. Tijdelijke huisvesting arbeidsmigranten op recreatieparken: vereniging van beleidsmatige, juridische en economische voorwaarden.

Laar, S. (2010). Tweede woningen, kans voor krimpgebieden? Den Haag: Kenniscentrum Recreatie.

Matarrita-Cascante, D., Stedman, R., & Luloff, A. E. (2010). Permanent and Seasonal residents' community attachment in natural amenity-rich areas exploring the contribution of landscape-related factors. *Environment and Behavior*, 42(2), 197-220.

Myboatstatus. (2015). Geraadpleegd op 20 mei via <http://myboatstatus.com/>

Mottiar, Z. (2006). Holiday home owners, a route to sustainable tourism development? An economic analysis of tourist expenditure data. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 582-599.

Müller, D. K. (1999). German second home owners in the Swedish countryside: on the internationalization of the leisure space.

Norris, M., Paris, C., & Winston, N. (2010). Second homes within Irish housing booms and busts: North-South comparisons, contrasts, and debates. *Environment and planning. C, Government & policy*, 28(4), 666.

NBTC-NIPO Research (2010). *Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2020*. Den Haag: NBTC-NIPO Research.

NBTC-NIPO research (2015). *ContinuVakantieOnderzoek*. Geraadpleegd via CVO Holiday Tracker. Den Haag: NBTC-NIPO Research.

Pitkänen, K., Adamiak, C., & Halseth, G. (2014). Leisure activities and rural community change: Valuation and use of rural space among permanent residents and second home owners. *Sociologia Ruralis*, 54(2), 143-166.

Quinn, B. (2004). Dwelling through multiple places: a case study of second home ownership in Ireland.

Quinn, D. N. (2010). Holiday Home, Sweet Home: A Phenomenological Approach to Second Home Living in Ireland.

RIVM (2014). Een gezonder Nederland. Kernboodschappen van de Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2014. Bilthoven: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM).

RLI (2015). Wonen in verandering. Over flexibilisering en regionalisering in het woonbeleid. Den Haag: Raad voor de leefomgeving en infrastructuur.

Schutten, I. (2015). Van tijdelijk gebruik naar ontwikkeld beheer. In *Essays: toekomst van de stad*. Den Haag: Raad voor de leefomgeving en infrastructuur.

Sigmaonline. (2015). Geraadpleegd op 12 juni 2015 via <http://www.sigmaonline.nl/2014/12/10-consumententrends-10-innovatiekansen-voor-2015-2/>

Torkington, K. (2013). Lifestyle migrants, the linguistic landscape and the politics of place. Contested spatialities, lifestyle migration and residential tourism, 77-95.

Koning, M. (2015). Vekabo wil meer mogelijkheden voor mini-campings in Sluis.
<http://www.pzc.nl/regio/zeeuws-vlaanderen/vekabo-wil-meer-mogelijkheden-voor-mini-campings-in-sluis-1.4717901>

Vitale vakantieparken (2015). Geraadpleegd op 19 augustus 2015 via
<http://www.vitalevakantieparken.nl/default.aspx>

Waterrecreatie Advies (2010). Ontwikkeling watersport IJsselmeergebied 2010.

Waterrecreatie Advies (2014). Kerncijfers watersport in Nederland 2014.

Waterrecreatie Advies (2015). Aantal 'end of life' boten in Nederland en potentiële afvalstromen.
Lelystad

Wolff, H. (2014). Kansrijke instrumenten voor vitalisering vakantieparken. Delft: Technische Universiteit delft

ZKA (2015). Vitaliteit Verblijfsrecreatie Zeeland. Waalwijk