

Afdeling: Ruimtelijke Ontwikkeling
Behandelaar: Gijlers, Alfred
Telefoonnummer: **0342 495607**

Voorstelnr. 1040
Barneveld, 10 november 2020
Portefeuillehouder: D.J. Dorrestijn-Taal

☒ Ter kennisname naar de raad
Nummer beleidsproduct:

☐ Op overzicht Bestaand beleid (website)

Onderwerp: **Visie Verblijfsrecreatie**

Gevraagde beslissing:

1. Kennis te nemen van de bijgestelde aanpak omtrent de Visie Verblijfsrecreatie.
2. In te stemmen met opdrachtverstrekking aan Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd voor het uitvoeren van een vitaliteitsonderzoek op de vakantieparken in de gemeente Barneveld, bestaande uit de volgende in de offerte opgenomen stappen: startgesprek, vitaliteitsscan, rapportage en ondernemersbijeenkomst (stappen 1,2, 5 en 6).

1. Inleiding

Op 10 juli 2019 heeft de gemeenteraad besloten in te stemmen met de Startnotitie actualisatie Visie Verblijfsrecreatie. In het afgelopen jaar is duidelijk geworden dat een aantal ontwikkelingen consequenties heeft voor de oorspronkelijk beoogde aanpak, te weten:

- De vaststelling van de Visie Recreatie en Toerisme op 7 juli 2020 door de gemeenteraad.
- De afspraak binnen het programma Vitale Vakantieparken om van alle ca. 500 parken op de Veluwe de vitaliteit te bezien en dit vanuit toeristisch-recreatief oogpunt in beeld te brengen.
- De uitbraak van Covid 19 en de consequenties daarvan voor de toeristisch-recreatieve sector.
- Personele wisselingen.

Als gevolg van deze ontwikkelingen wordt de aanpak uit de Startnotitie op onderdelen anders ingevuld dan oorspronkelijk beoogd. Van fundamentele wijzigingen is echter geen sprake, zodat volstaan wordt met uw college mee te nemen in deze aanpassingen.

Eén van de gevolgen is het uitvoeren van Vitaliteitsonderzoek. Bureau Ruimte & Vrije Tijd is benaderd om onderzoek te gaan doen. De eerste werkzaamheden (startgesprek) zijn inmiddels gestart. Met dit voorstel wordt u ook daarin meegenomen.

Aanpassingen aanpak

Op de volgende punten krijgt de startnotitie een andere invulling:

1. De Visie Verblijfsrecreatie wordt de nadere uitwerking/verfijning van het thema Logiesaanbod uit de Visie Toerisme en Recreatie en borduurt voort op de onderzoeksgegevens uit deze visie. Het document krijgt een puur fysiek ruimtelijke strekking en gaat complementair werken aan het op te stellen actieprogramma.
2. De analyse van vakantieparken wordt breder aangevlogen conform de aanpak die binnen Vitale Vakantieparken is afgesproken. Bureau Ruimte & Vrije Tijd (BR&VT) is hiervoor benaderd, wat geresulteerd heeft in bijgevoegde offerte. De bedoeling is BR&VT opdracht te geven om van alle parken in Barneveld de vitaliteit in beeld te brengen.
3. De planning is niet meer actueel en moet worden bijgesteld. Q4 2020 en Q1 2021 worden gebruikt voor het uitvoeren van de onderzoeken, afstemming met de sector en het opstellen van de concept-actualisatie (fase 2 uit de Startnotitie). Fase 3 en 4 uit de Startnotitie volgen aansluitend in de afgesproken tijdsbestekken.

2. Beoogd effect

Het besluit geeft uitvoering aan fase 2 uit de startnotitie (het verzamelen van gegevens) en leidt tot inzicht in de vitaliteit van de verblijfsrecreatieve sector als geheel in Barneveld en de parken afzonderlijk, en welke maatregelen nodig zijn om de vitaliteit te verbeteren.

3. Argumenten

1.1 Met de aanpassing wordt uitvoering gegeven aan de besluitvorming door de raad op de Visie Toerisme en Recreatie.

In het raadsvoorstel is de relatie tussen de Visie Toerisme en Recreatie als volgt verwoord:

“Gelijktijdig met het opstellen van het uitvoeringsprogramma zal ook de Visie Verblijfsrecreatie opgesteld worden. Hierin zal een ruimtelijke vertaling komen van de activiteiten die voortvloeien uit

de Visie Recreatie en Toerisme 2030. De Visie Recreatie en Toerisme dient hiermee dus als overkoepelend beleid en als kapstok voor het Uitvoeringsprogramma en de Visie Verblijfsrecreatie."

De Visie Verblijfsrecreatie staat dus naast dit uitvoeringsprogramma met daarin onderwerpen als innovatie, marketing etc, die meer binnen het economisch domein liggen. De visie zal daarnaast, zeker voor de minder vitale vakantieparken, raakvlakken hebben met het sociale domein, wonen, openbare orde en veiligheid. Aangehaakt wordt bijvoorbeeld ook op het onderzoek dat vanuit ondermijningsoogpunt is gedaan met betrekking tot deze parken. De ervaringen binnen Vitale Vakantieparken maar ook elders in het land leren dat juist voor dit soort parken een brede integrale aanpak nodig is om de problematiek effectief aan te pakken.

1.2. De bijgestelde aanpak leidt tot een beter inzicht in de sector en daarmee een beter vertrekpunt voor eventuele beleidsaanpassingen en de te maken plannen voor de afzonderlijke parken.

Om gericht ruimtelijk beleid te kunnen voeren, is het hebben van een goed inzicht in de staat van onze parken (zowel de huidige kwaliteit als het toekomstperspectief) cruciaal. Hiermee wordt tegelijk ook invulling gegeven aan een aangenomen motie in de gemeenteraad bij de besluitvorming over deelname aan de Ontwikkelingsmaatschappij Vitale Vakantieparken (OMVV).

Binnen het programma Vitale Vakantieparken hebben gemeenten zich verplicht om per park met een plan te komen (de "één park, één plan"-aanpak). De bijgestelde aanpak met vitaliteitsonderzoek naar de parken, geeft per park een goed beeld hoe de vlag erbij hangt en vormt een goed vertrekpunt voor het op te stellen plan.

1.3. Covid-19 heeft grote consequenties voor de verblijfsrecreatieve sector.

De beleidsmatige hoofddoelstelling voor verblijfsrecreatie is duidelijk verwoord in de Visie Toerisme en Recreatie:

"We willen het bestaande aanbod kwalitatief (door-)ontwikkelen en aanvullen met bijzondere en vernieuwende concepten. Daarnaast is aandacht voor de kwaliteit van minder vitale vakantieparken door het Programma Vitale Vakantieparken."

Zoals ook geconstateerd in het raadsvoorstel bij deze visie, zorgt Covid 19 voor veel onzekerheid. Daarmee is ook flexibiliteit gevraagd in de aanpak, omdat simpelweg op dit moment niet alles kan worden overzien en Covid 19 gevolgen kan hebben voor het aanzien van het recreatielandschap.

Dat heeft consequenties voor de planning, die vertraagd is, maar kan ook consequenties hebben voor de inhoud. Voor de planning is relevant dat de sector met name bevroegd gaat worden in – wat traditioneel heet – het laagseizoen (eind okt – mrt). Inhoudelijk gezien kunnen er andere zaken gevraagd worden vanuit de sector. In de totstandkoming van het beleid willen we daarop kunnen inspelen.

2.1. De vitaliteit van vakantieparken moet in beeld worden gebracht.

Binnen het programma Vitale Vakantieparken is afgesproken dat van alle 500 parken de vitaliteit op uniforme wijze in beeld wordt gebracht. Daarnaast heeft de gemeenteraad met een motie ook uitgesproken een goed beeld van de parken te willen hebben (zie ook argument 1.2).

2.2. Het ontbreekt aan capaciteit en kennis om dit in eigen beheer te doen.

Binnen Vitale Vakantieparken is ervoor gekozen om gemeenten vrij te laten hoe zij hun parken in beeld willen laten brengen. Een aantal gemeenten heeft ervoor gekozen om dit in eigen beheer te doen. Die mogelijkheid hebben wij niet, aangezien hiervoor de noodzakelijke capaciteit niet aanwezig is. Bovendien vereist het op goede manier in kaart brengen van de sector en hier ook kwalificaties aan te hangen, specifieke kennis en gevoel voor de materie, die onvoldoende in de organisatie aanwezig is. Tot slot heeft het de voorkeur om de sector door een onafhankelijke ter zake kundige partij in beeld te laten brengen. De ervaring elders leert dat het een beter en completer beeld geeft en dat de onafhankelijkheid een grote pre is in het vervolgtraject.

2.3. Bureau Ruimte & Vrije Tijd is een ter zake kundig bedrijf, die bovendien verantwoordelijk is voor de systematiek die binnen alle andere Veluwegemeenten ook gehanteerd wordt.

Binnen VVP is BR&VT gevraagd om gemeenten te begeleiden om dit voor hun parken in kaart te brengen. BR&VT werkt met een set van parameters om de parken in beeld te brengen, wat uiteindelijk leidt tot een rangschikking van parken variërend van voorlopers tot achterblijvers. Bij elke kwalificatie hoort ook een set van maatregelen, waarbij de kwaliteit van een park wordt verbeterd (vitaliseren) of waarbij afscheid wordt genomen van een park (transformatie).

Deze aanpak is in veel andere regio's van het land ook gehanteerd, zoals bijvoorbeeld in Twente, de Achterhoek en de provincie Utrecht).

Geen gebruik wordt gemaakt van de stappen 3 (analyse marktruimte) en 4 (analyse leefstijlvinder), omdat de meerwaarde daarvan ten opzichte van wat al onderzocht is door ZKA bij de Visie Toerisme en Recreatie beperkt is.

2.4. De middelen voor het uitvoeren van het vitaliteitsonderzoek zijn beschikbaar.

Binnen de bestaande begrote middelen kan het onderzoek worden uitgevoerd. Er hoeft geen afzonderlijk krediet te worden aangevraagd.

4. Kanttekeningen

Bij een aantal parken speelt de wens om te transformeren, maar kan dit op grond van de huidige Visie Verblijfsrecreatie niet gehonoreerd worden. Deze parken wachten op het nieuwe beleid en hopen dat dit meer perspectief gaat bieden voor de door hen beoogde plannen.

5. Financiën

Bij de vaststelling van de startnotitie heeft de raad besloten het nog openstaande budget voor de uitvoering van de Visie Verblijfsrecreatie te benutten voor dekking van kosten van de voorgenomen actualisatie. Daarbij was inhuur van externe expertise al ingecalculleerd.

In ons financieel systeem is een post Vitale Vakantieparken opgenomen (FCL 6848), waarbinnen op dit moment aan middelen nog € 39.805 beschikbaar is. De kosten voor het Vitaliteitsonderzoek bedragen op basis van de offerte € 28.059 excl. B.t.w.

6. Uitvoering

Planning:

De doorlooptijd van de actualisatie is langer. De planning is nu als volgt:

- Fase 2: Q4 2020 en Q1 2021
- Fase 3: Q2 2021 doorlopend tot zomerreces 2021
- Fase 4: op te pakken na zomerreces 2021

Communicatie:

De raad is middels de LTA reeds geïnformeerd over de vertraging in de planning. Onderhavig voorstel wordt via Rubriek B ter kennisname aan de raad gestuurd.

Het toeristisch platform is op 29 oktober jl. geïnformeerd over de ontwikkelingen met betrekking tot de Visie Verblijfsrecreatie en het uit te voeren Vitaliteitsonderzoek op de parken.

Onderdeel van de aanpak van het vitaliteitsonderzoek is dat elk park persoonlijk benaderd wordt. Zij krijgen daartoe een brief waarin ze geïnformeerd worden over het onderzoek, de te nemen stappen daarin en de afspraken die daartoe met hen gemaakt worden.

Tot slot is het de bedoeling om de Barneveldse aanpak van vakantieparken met gerichte communicatie ook in de (sociale) media naar voren te brengen. Enerzijds biedt dat de mogelijkheid om het huidige beleid te belichten (inclusief aanpak permanente bewoning) en anderzijds om vooruit te kijken naar het uit te voeren vitaliteitsonderzoek en de daarop te baseren aanpak om de parken te kunnen versterken.

7. Bijlagen

- Offerte Bureau Ruimte & Vrije Tijd

Vitaliteit vakantieparken Barneveld

Offerte voor vitaliteitsonderzoek





ruimte & vrije tijd

Colofon

©Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, juli 2020. Offertenummer 2020-133

Opdrachtgever

Gemeente Barneveld
t.a.v. Alfred Gijlers

Aanbieder

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Jan Jaap Thijs & Annemiek Riefel
Newday Offices Arnhem
Jans buitensingel 30
6811 AE Arnhem
T 06 51174193 (Jan Jaap) & 06 15640284 (Annemiek)
E-mail: thijs@ruimteenvrijetijd.nl & riefel@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

De foto's in deze offerte komen van website van toeristische bedrijven in Barneveld. Bij het samenstellen van een openbare publicatie zullen we bronhouders altijd om toestemming vragen en/of onze eigen foto's gebruiken.



1 Inleiding

De gemeente Barneveld werkt sinds enkele jaren samen met andere gemeenten op de Veluwe aan de vitalisering van de vakantieparken. Op programmaniveau (Vitale Vakantieparken) is er behoefte om de basisinformatie over de Veluwse vakantieparken beter op orde te krijgen. Om de gemeenten in de regio te helpen om zichzelf de 'vitaliteitsmethodiek' eigen te maken, organiseert ons bureau voor alle betrokken gemeenten een training. Ook uw gemeente is daarbij betrokken.

U heeft ons als gemeente Barneveld aanvullend gevraagd om een vitaliteitsonderzoek uit te voeren in uw gemeente. U vindt het prettig om het onderzoek te laten uitvoeren door een bureau die hier veel ervaring in heeft en zo te komen tot een duidelijk beeld van hoe de vakantieparken in uw gemeente er voor staan. Bovendien kunt u met een dergelijk onderzoek op een goede manier invulling geven aan een motie vanuit uw gemeenteraad om een analyse te maken van het aanbod aan vakantieparken en de karakteristieken. Het volgen van de training is voor u een mooie aanvulling, omdat het u helpt in het duiden en interpreteren van alle onderzoeksgegevens. Immers; u wordt volledig deelgenoot gemaakt van de methodiek zoals wij die hanteren. Bovendien kunt u tijdens de training ervaringen uitwisselen met uw collega's in andere gemeenten.

Voor u ligt de offerte voor het vitaliteitsonderzoek in de gemeente Barneveld. We danken u hartelijk voor uw aanvraag.

1.1 Uw vraag

U heeft ons gevraagd een vitaliteitsonderzoek uit te voeren, daarbij gebruik maken van het door ons bureau ontwikkelde vitaliteitsmodel, dat gebaseerd is op twee assen:

- Kwaliteit. Wat is de toeristische kwaliteit van het park? Deze variabele zegt iets over hoe aantrekkelijk het park nog is voor verblijfsrecreanten.
- Perspectief. Wat is het toeristisch toekomstperspectief van een park? Deze variabele zegt iets over de toekomst van een park: zijn er zorgen over of het park over een aantal jaren nog wel bestaat of een toeristische functie heeft of zijn er geen redenen tot zorg?

Door de vakantieparken (campings, bungalowparken en gemengde bedrijven) in te schalen in het vitaliteitsmodel, krijgt u inzicht in de stand van zaken per park en hoe groot de opgave is als het gaat om het transformeren van parken, het revitaliseren en het excelleren.

U heeft daarbij aangegeven dat het voor u van belang is niet alleen een totaalbeeld te hebben voor alle parken binnen de gemeente, maar ook een onderbouwd beeld per park. U heeft ons gevraagd dit uit te werken in een korte factsheet per park, zodat u met deze factsheet in de hand het gesprek aan kunt gaan met de betreffende ondernemer, Vereniging van Eigenaren of andere betrokken organisatie. U heeft deze uitkomsten per park ook nodig om uiteindelijk tot de afgesproken 1-park-1-plan-aanpak op Veluwe-niveau te komen.

U heeft aangegeven dat het in de gemeente Barneveld in totaal om 58 recreatieparken gaat. Voor u is van belang dat alle parken worden benaderd voor het onderzoek.

1.2 Optionele vragen

Toen we u onlangs spraken over uw verzoek, hebben we u ook gevraagd of u aanvullend op het vitaliteitsonderzoek ook nog inzicht wilt in twee aanvullende zaken (die we in veel van onze onderzoeken naar vakantieparken meenemen):

1. Is er nog marktruimte voor nieuwe initiatieven in de sector? Via een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod en extrapolatie naar de toekomst (mede op basis van bij u bekende planvoorraad) kunnen we hier inzicht in verschaffen. Het geeft een indicatie van eventuele verzadiging van de markt. *Tijdens een recente Team-meeting met u en uw collega's concludeerden we dat deze optie zeker interessant voor u kan zijn, maar mede door de coronacrisis mogelijk beter in 2021 een plek kan krijgen. Dat is uiteraard ook een mogelijkheid.*
2. In hoeverre sluit het aanbod in kwalitatieve zin aan op de vraag van de doelgroepen aan Barneveld/de Veluwe? Daarbij kunnen we gebruik maken van de Leefstijlvinder, een in de vrijetijdsector veelgebruikte manier om doelgroepen te segmenteren op basis van karakterkenmerken en belangrijke waarden. Dit geeft vooral inzicht in voor welke doelgroepen al veel aanbod is en voor welke relatief weinig, en waar dus kansen liggen voor ontwikkelingen, om zo vraaggericht te opereren. *In uw visie recreatie en toerisme gebruikt u de leefstijlsegmentatie ook al. Daar is de benadering echter redelijk globaal, waardoor u aangaf deze optie mogelijk wel interessant te vinden. We hebben besproken dat indien deze optie voor u interessant is, het wel raadzaam is deze tegelijkertijd met het huidige onderzoek uit te voeren. Immers: dan hoeven bedrijven niet nog een keer benaderd te worden.*

U vroeg ons beide onderzoeksvragen als optie aan u aan te bieden, zodat u met uw portefeuillehouder kunt bespreken of deze vragen voor u van voldoende toegevoegde waarde zijn.

1.3 Resultaat

Met het onderzoek wilt u inzicht in de belangrijkste opgaven voor de Barneveldse vakantieparken. Het gaat om de opgaven op het gebied van innovatie, kwaliteitsverbetering, revitalisering en ook de transformatie op parkniveau en op gemeenteniveau. U wilt de onderzoeksresultaten graag ontsloten hebben via een helder onderzoeksrapport.





2 Plan van aanpak

In dit hoofdstuk beschrijven we ons plan van aanpak.

Wij stellen het volgende stappenplan voor, waarbij stap 3, 4 en 6 optioneel zijn, dus in de 'basisaanpak' betreft het onderzoek in totaal drie stappen.

1. Startgesprek.
2. Vitaliteitsscan
3. *Optioneel: analyse van marktruimte*
4. *Optioneel: vraag-aanbodanalyse m.b.v. Leefstijlvinder*
5. Rapport schrijven.
6. *Optioneel: bijeenkomst met ondernemers*

Stap 1: Startgesprek

Doel: afstemming over inhoud en aanpak project

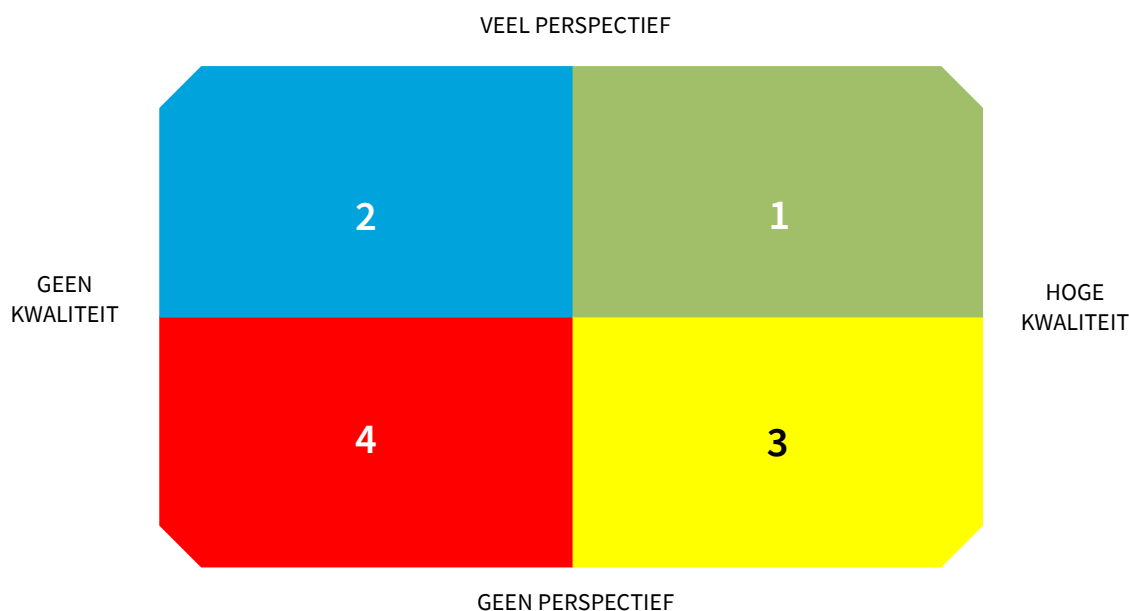
We starten het traject met een startgesprek met u als opdrachtgever¹ en bespreken het plan van aanpak. We willen dit moment ook gebruiken om goed stil te staan bij het doel (het waarom) van dit onderzoek, de gewenste resultaten en verwachtingen ten aanzien van het proces en eindproduct. Daarnaast maken we in dit overleg praktische afspraken met u, onder meer over de planning, de mee te nemen bedrijven voor het vitaliteitsonderzoek en beschikbaar te stellen bronnen. Wij bereiden het overleg uiteraard voor in afstemming met u.

¹ We kunnen ons voorstellen dat u een begeleidingsgroep opricht, met uw collega's binnen de gemeente, indien wenselijk uw bestuurder, en mogelijk ook betrokkenen vanuit de sector (bijvoorbeeld vertegenwoordiger ondernemersvereniging of brancheorganisatie). We denken hierover graag met u mee.

Stap 2: Vitaliteitsscan

Doel: met de vitaliteitsscan krijgen we inzicht in de kwaliteit én het toekomstperspectief van het aanbod

Om inzicht te krijgen in de kwaliteit en het toekomstperspectief van de verblijfsrecreatie in Barneveld zetten we onze vitaliteitsscan in. De vitaliteitsscan bestaat uit een set van vragen over de kwaliteit en het toekomstperspectief van het bedrijf. Op basis van de scores op kwaliteit en perspectief delen we de bedrijven in het 'vitaliteitsmodel' in.



Het vitaliteitsmodel dat wij hanteren en in het onderzoek en dat ook in het handboek dat u bij de training krijgt uitgebreid staat beschreven.

Voor het uitzetten van de vitaliteitsscan hanteren we de volgende aanpak:

- Uitzetten online vitaliteitsscan. De vitaliteitsscan wordt allereerst digitaal uitgezet onder de parken. Onze ervaring is dat ongeveer 25% tot 30% van de ondernemers, parkmanagers of VvE's de vragenlijst online invult. De resultaten uit de scan worden geanalyseerd en aan elk resultaat wordt een score gehangen, zodat het bedrijf een positie krijgt in het vitaliteitsmodel.
- Aanvullende schouws per bedrijf. Vervolgens bezoeken we **alle** bedrijven die de online scan hebben ingevuld kort om zelf een indruk te krijgen van het bedrijf. De ondernemers of VvE's worden geïnformeerd over de bedrijfsbezoeken. Het gaat hier dus alleen om het schouwen van bedrijven en een kort aanvullend gesprek met liefst de ondernemer of vertegenwoordiger van de VvE van het park of bedrijf.
- Afnemen face-to-face vitaliteitsscan. Uit ervaring weten we dat niet elke ondernemer of VvE de online vragenlijst invult. Daarom nemen we aanvullend face-to-face enquêtes af. We plannen hiervoor afspraken in met de ondernemers of VvE's. Uiteraard schouwen we ook deze bedrijven.

Wij stellen op deze manier een diagnose op bedrijfsniveau **nooit enkel vanaf ons bureau**. Ieder bedrijf dat een vitaliteitscore krijgt, zullen we daadwerkelijk bezoeken. Per bedrijf leveren we vervolgens een **factsheet** aan. Hierin staat benoemd hoe vitaal het park is en waarom, en wat het ontwikkelperspectief is voor de locatie: excelleren, (re)vitaliseren of transformeren.

Om de participatie van parken/accommodaties zo hoog mogelijk en het onderzoek werkbaar te houden, stellen we het volgende voor:

- De factsheets per bedrijf stellen we alleen ter beschikking aan het park/accommodatie zelf en de gemeente. We stellen voor dat deze factsheets in principe als **vertrouwelijk** worden behandeld, als

gespreksstof tussen overheid en ondernemer/VvE en niet openbaar toegankelijk zijn voor collega-bedrijven, pers of andere belangstellenden.

- We zijn volledig transparant naar ondernemers/VvE's in wat we zullen ontsluiten. Zij krijgen gedurende de scans ook de gelegenheid om aan te geven dat bepaalde informatie sowieso als vertrouwelijk dient te worden behandeld en niet ontsloten mag worden. Wij willen dit dan respecteren.

We streven ernaar om bij alle 58 parken een vitaliteitsscan af te nemen. In de praktijk zal dat nooit helemaal lukken, omdat parken niet willen deelnemen of dat het niet lukt om een juiste contactpersoon te vinden. Als het echt niet lukt om de parken te laten deelnemen, dan stellen we voor deze bedrijven te 'schouwen vanaf de weg' (dat wil zeggen: een indruk krijgen van het park zonder het park te betreden en te kijken welke informatie er online vindbaar is over gebruik, kwaliteit, waardering, marketing etc). We geven aan deze parken dan geen vitaliteitscore maar in een minder uitgebreide factsheet wel onze indruk van het park.

Stap 3 (OPTIE) Analyse van marktruimte

Meerwaarde van deze optie: met deze optie krijgt u nader inzicht in de mate van verzadiging van de kampeer- en bungalowsector in de regio met een verwachting voor de toekomst. Is er nog ruimte voor nieuwe initiatieven in de regio?

In de kwantitatieve vraag-aanbodanalyse kijken we naar drie elementen:

1. De ontwikkeling van de vraag, via het aantal vakanties en overnachtingen (over de laatste 5 jaar).
2. De ontwikkeling van het aanbod, via het aantal accommodaties en het aantal slaapplekken (idem).
3. De ontwikkeling van de bezettingsgraden, als graadmeter tussen de verhouding vraag-aanbod (idem).

We willen hiervoor onder andere putten uit bronnen en gegevens waarover Visit Veluwe en u als gemeente zelf beschikt. Het gaat onder meer over gegevens vanuit de toeristenbelasting, maar ook over ontwikkelingen qua vraag en aanbod over de afgelopen jaren. Om op gemeentelijk niveau uitspraken te kunnen doen (NB dat kan veelal niet op basis van bestaande monitors), hebben we ook gegevens op gemeenteniveau nodig (bijv. adressenlijsten en toeristenbelastinggegevens uit het verleden en die van nu, om een vergelijking te kunnen maken).

Forecasting

Om te voorkomen dat de kwantitatieve analyse alleen een terugblik is, kijken we ook graag vooruit. Enerzijds doen we dat door een trendprognose op basis van de data over de vraagontwikkeling. Anderzijds kijken we naar de **planvoorraad** om inzicht te krijgen in de hoeveelheid accommodaties en bedden in de toekomst. Het is van belang voor de planvoorraad dat we de bij u bekende initiatieven voor nieuwe initiatieven aangeleverd krijgen.

Door ook naar deze twee elementen te kijken en de bezettingsgraden te relateren aan de **normbezetting**, kunnen we tevens voor de toekomst een goede inschatting maken of een capaciteitstekort of -overschot in de gemeente te verwachten valt (en in welke segmenten).

NB u kunt deze optie zonder enige problemen ook op een later moment laten uitvoeren.

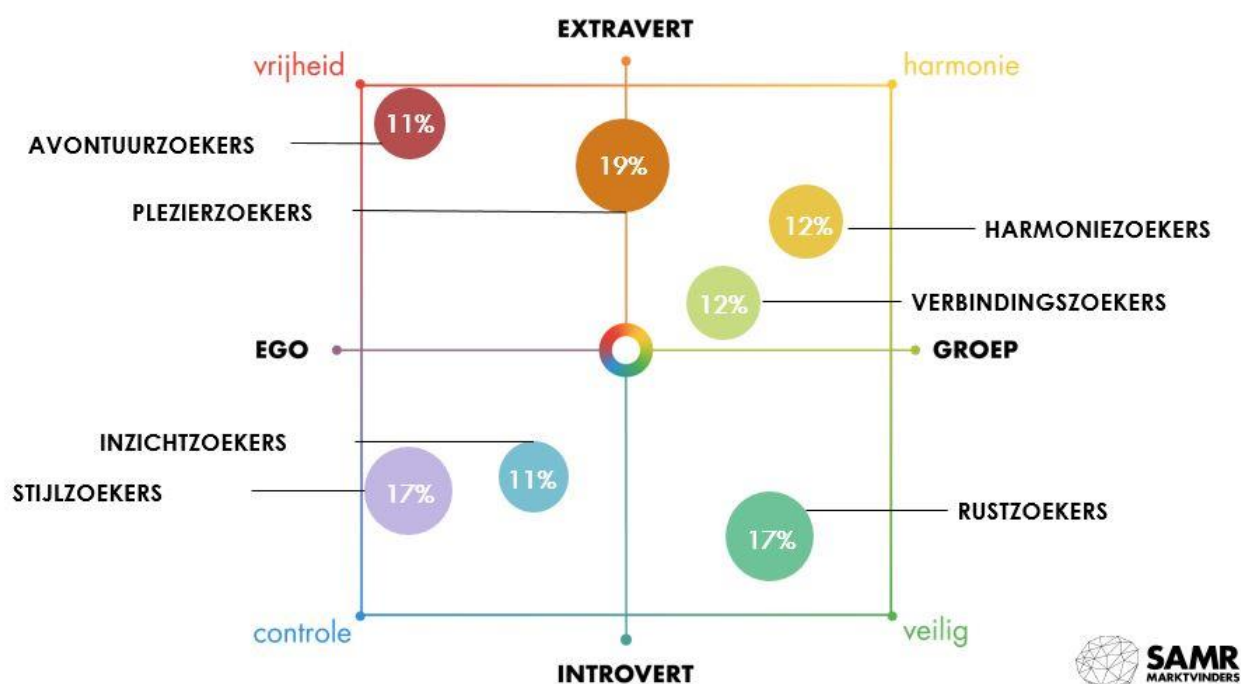
Stap 4: OPTIE Leefstijlanalyse

Meerwaarde van deze optie: met deze optie krijgt u inzicht in kansrijke ontwikkelrichtingen en de match tussen het huidige aanbod en de vraag van de toerist. Wat voor soort concepten voegen vooral iets toe aan de markt?

Met een leefstijlanalyse krijgen we inzicht in de match tussen het profiel van de toerist en het aanbod in de regio en kansrijke ontwikkelrichtingen. We maken hiervoor gebruik van de Leefstijlvinder.

NB u heeft ons laten weten dat er in de visie recreatie en toerisme die u nu aan het ontwikkelen bent al enig inzicht wordt gegeven in de verschillende leefstijlgroepen. Omdat we niet weten hoe diepgravend dat is gedaan, en of dat ook voor de verblijfsrecreatie al gedaan is, zijn we zo vrij u deze optie wel aan te bieden. Deze stap is goed te combineren met een vitaliteitsscan (bijvoorbeeld bij het bezoeken van de parken), waardoor de extra kosten relatief laag zijn, maar u én de ondernemer wel een inzicht heeft in de leefstijlgroepen die het beste bij de betreffende ondernemer passen.

Figuur Model Leefstijlvinder, Marketresponse 2018



In onze aanpak maken we gebruik van twee bouwstenen, namelijk: inzicht in de vraag (welke leefstijlgroepen bezoeken de Veluwe) en inzicht in het aanbod; voor welke leefstijlgroepen is het verblijfsrecreatie aanbod met name aantrekkelijk. Hieronder hebben we een toelichting per bouwsteen opgenomen.

Analyse van de vraag

Via de koppeling van de Leefstijlvinder aan het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) hebben we inzicht in welke leefstijlgroepen de Veluwe bezoeken (op een lager schaalniveau is deze informatie helaas niet beschikbaar).

Analyse van het aanbod

Om te achterhalen voor wie de kampeer- en bungalowparken in de gemeente met name aantrekkelijk is, bepalen we voor alle bedrijven die we ook in de vitaliteitsscan meenemen de aantrekkelijkheid op de leefstijlgroepen. We gebruiken hiervoor onze unieke online leefstijlscan (die we gecombineerd inzetten met onze online vitaliteitsscan) en het bezoeken van de bedrijven (die we inzetten voor de schouw en het afnemen van vitaliteitsscan). Zo hebben we uiteindelijk ieder bedrijf dat we 'op leefstijl zetten' ook daadwerkelijk gezien.

Het resultaat van deze stappen is een expert judgement van het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd en geeft aan op welke leefstijlen het aanbod met name aantrekkingskracht heeft. Dit oordeel hoeft niet noodzakelijkerwijs overeen te komen met het leefstijlprofiel van de daadwerkelijke bezoeker aan de voorziening. De resultaten geven we weer op kaart.

Vraag-aanbodanalyse

We zetten vraag- en aanbod tegen elkaar af en geven aan voor welke leefstijlen ten opzichte van de vraag er relatief veel aanbod is en waar juist kansen voor ontwikkeling liggen. We zullen deze ontwikkelrichtingen concreet illustreren aan de hand van passende voorbeelden.

Rustzoeker



Kenmerken van de ideale accommodatie

- Privacy, rust en stilte.
- Qua voorzieningen geen bijzondere wensen, maar wel goed en verzorgd.
- Huiselijke sfeer.
- Als rustzoekers buiten de deur slapen, dan boeken zoeken ze iets herkenbaars zoals een bekende hotelketen of bungalowpark of een familiehotel.
- Mogelijkheden voor rustige uitstapjes: wandelen, fietsen en bezoek aan monumenten en musea.



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies

Screenshot uit een factsheet die wij ontwikkelden voor ondernemers in de verblijfsrecreatie volgens de Leefstijlvinder. We zijn als bureau zonder twijfel voorloper als het gaat om toepassing van de Leefstijlvinder in de vrijetijdsector.

NB vanuit het oogpunt van efficiëntie (we gaan de bedrijven toch bezoeken in het kader van het vitaliteitsonderzoek) is het raadzaam deze optie (als u daarvoor kiest) wel gelijktijdig te laten uitvoeren met de vitaliteitsscan. Belangrijk om te beseffen is dat daarmee enkel de vakantieparken op leefstijl worden 'gekleurd'. Het is uiteraard ook mogelijk om het totale verblijfsrecreatieve aanbod te kleuren (we beschikken daarvoor onder meer over een online leefstijlscan met veel vragen die via foto's sectorspecifiek ingaan op de beleving). Dat zou eventueel ook op een later moment kunnen. In het kostenoverzicht is nu rekening gehouden met alleen de vakantieparken.

Stap 5: Rapporteren

Doel: heldere weergave van alle onderzoeksresultaten

De resultaten uit bovengenoemde stappen (al naar gelang uw keuze inclusief de opties) worden verwerkt in een prettig leesbaar rapport. We maken een overzichtelijke en professioneel opgemaakte **factsheet** van de belangrijkste uitkomsten, zodat de onderzoeksuitkomsten direct helder leesbaar zijn.

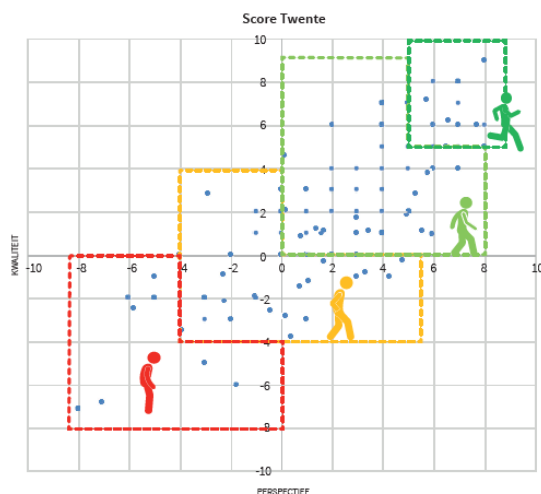


Vitaliteit

In de grafiek aan de rechterkant staan de scores van alle bedrijven in Twente op het gebied van kwaliteit (horizontale as) en perspectief (verticale as). Bij kwaliteit kijken we o.a. naar toeristische aantrekkingskracht, uitstraling, onderhoud, ligging en marketing. Onder perspectief verstaan we o.a. (belemmerende) omgevingsfactoren, tevredenheid over de bezetting, toekomstplannen en ondernemerschap.

De verblijfsrecreatiesector in Twente is over het algemeen zeer vitaal: het kwadrant met een positieve score op kwaliteit en perspectief vertegenwoordigt 78% van de bedden. Bij slechts 4% van de bedden zien wij geen recreatieve toekomst meer.

Factsheet vitaliteit verblijfsrecreatie Twente

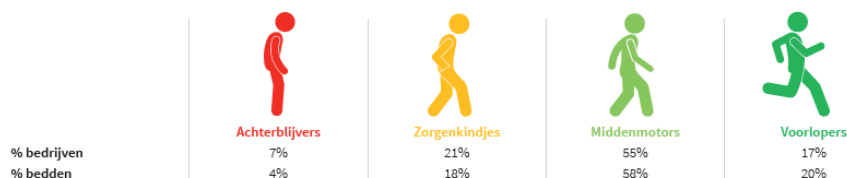


De **voorlopers** (donkergroene omlijning) hebben een voorbeeldfunctie voor de sector. Dit zijn bedrijven met een hoge kwaliteit en zeer gunstig toekomstperspectief.

De **middenmotors** (lichtgroene omlijning) doen het ook goed. Deze bedrijven hebben een positieve kwaliteit en gunstig toekomstperspectief.

Bij de **zorgenkindjes** (oranje omlijning) is diverse problematiek reden tot zorg. Bij deze bedrijven is een impuls nodig om ze niet verder te laten afglijden naar de achterblijvers. Bedrijven scoren hier negatief op kwaliteit of perspectief en in sommige gevallen beide.

De **achterblijvers** (rode omlijning) scoren dermate slecht op kwaliteit en perspectief, dat wij voor deze bedrijven in de huidige situatie geen toekomst zien als toeristisch bedrijf. Hierbij is het advies om in te zetten op een transformatie naar een andere functie dan verblijfsrecreatie.



Leefstijlen



- De avontuurzoeker is**
- ✓ Avontuurlijk
 - ✓ Creatief
 - ✓ Assertief
 - ✓ Gericht op zelfontwikkeling
 - ✓ Extravert
 - ✓ Eigenwijs



- De plezierzoeker is**
- ✓ Spontaan
 - ✓ Avontuurlijk
 - ✓ Eigenwijs
 - ✓ Vrijlijk
 - ✓ Impulsief
 - ✓ Sociaal



- De harmoniezoeker is**
- ✓ Sociaal
 - ✓ Vrijlijk
 - ✓ Hartelijk
 - ✓ Zachtmoedig
 - ✓ Gemoeidelijk
 - ✓ Iemand van 'doe maar normaal'



- De stijlzoeker is**
- ✓ Gedreven
 - ✓ Doelgericht
 - ✓ Ambitueus
 - ✓ Zelfverzekerd
 - ✓ Ondernemend
 - ✓ Sportief



- De verbindingszoeker is**
- ✓ Behulpzaam
 - ✓ Gewoon
 - ✓ Geïnteresseerd in anderen
 - ✓ Evenwichtig
 - ✓ Hartelijk
 - ✓ Rustig



- De inzichtzoeker is**
- ✓ Bedachtzaam
 - ✓ Rationeel
 - ✓ Introvert
 - ✓ Leergierig
 - ✓ Op zoek naar zelfontplooiing
 - ✓ Serius

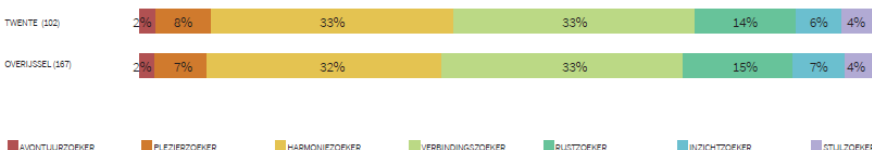


- De rustzoeker is**
- ✓ Kalm
 - ✓ Behulpzaam
 - ✓ Gewoon
 - ✓ Bedachtzaam
 - ✓ Zachtmoedig
 - ✓ Huiselijk

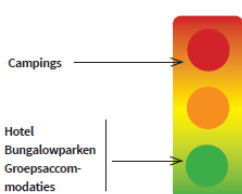
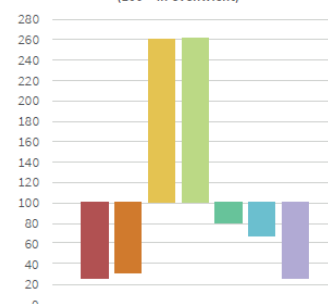
In de grafiek hieronder staat de verdeling van het aanbod op basis van de leefstijlvinder, ten opzichte van de gehele provincie. In de grafiek rechts zetten we vraag en aanbod tegen elkaar af op index. Dat betekent: een score boven de 100 duidt op relatief veel accommodaties (bedden) ten opzichte van de vraag, een score onder de 100 duidt op relatief weinig accommodaties ten opzichte van de vraag.

We zien vooral dat er relatief weinig aanbod is voor avontuur-, stijl-, plezier- en inzichtzoekers. Daar liggen kansen voor ontwikkeling!

Kleuring per regio (op basis van capaciteit)



Vraag-aanbodvergelijking op index Regio Twente (100 = in evenwicht)



Kwantitatieve analyse

In het figuur wordt, middels een stoplichtmodel, aangegeven in welke sector nog marktruimte zit. Duidelijk wordt dat in Twente alleen voor campings weinig marktruimte is, voor de overige sectoren is er nog ruimte voor groei. Belangrijk om te weten is dat aanbod weliswaar vraag kan creëren, alleen dat het onderscheidend vermogen in deze sector hiermee aan belang wint.



Bovenstaand een voorbeeld van een factsheet die we ontwikkelden voor het vitaliteitsonderzoek in Twente (NB dit betreft nog een concept dat besproken moet worden met de begeleidingsgroep. Definitieve versie zou er dus anders uit kunnen zien).

Daarnaast geven we een **factsheet** van de vitaliteitsscan (en optioneel: leefstijlkleuring) **per park**, zodat u én het park helder inzicht hebben in de uitkomsten per park. In de bijlage geven we een voorbeeld van hoe zo'n factsheet (of kansenkaart zoals we ze veel noemen) eruit kan zien, voor een in dit geval fictief bedrijf.

We bespreken dit onderzoeksrapport en de factsheets heel graag met de begeleidingsgroep en verwerken alle feedback. Zo hebben we een gedragen betrouwbaar onderzoeksrapport, dat voor iedereen helder en navolgbaar is.

Stap 6 (OPTIE) Bijeenkomst met ondernemers

Meerwaarde van deze optie: met deze optie gaan we samen met u met ondernemers het gesprek aan over de uitkomsten van het onderzoek en de betekenis van het onderzoek voor de vakantieparken in Barneveld.

We kunnen de uitkomsten van het onderzoek presenteren tijdens een bijeenkomst (als de coronamaatregelen dat weer toelaten) waar we ondernemers informeren over de uitkomsten, maar hen ook samen met u vragen naar wat de betekenis van het onderzoek zou kunnen zijn voor de parken zelf, hun eigen rol en die van de gemeente. Onze ervaring leert dat een dergelijke bijeenkomst zonder meer bijdraagt aan meer begrip van het onderzoek en meer draagvlak voor eventuele vervolgstappen.

U gaf al aan dat u een visie op de verblijfsrecreatie wilde ontwikkelen. Het ligt voor de hand een eventuele bijeenkomst met ondernemers te combineren met het proces om te komen tot een dergelijke visie.



3 Organisatie en kosten

3.1 Tijdspad

We kunnen in september een start maken met het onderzoek. Als doorlooptijd dient u rekening te houden met 3 tot 4 maanden. Dat betekent dat u er rekening mee moet houden dat het onderzoek eind 2020, of wellicht begin 2021 opgeleverd wordt. We maken graag voor u een gedetailleerde projectplanning, op het moment dat u ons de opdracht zou gunnen. Deze kan dan besproken worden tijdens het startoverleg.

3.2 Projectteam

De projectleiding van het traject ligt in handen van Annemiek Riefel, senior adviseur en zeer ervaren met vitaliteitsonderzoeken én bekend met de Veluwe. Annemiek wordt daarbij ondersteund door adviseurs Martijn Huijgen en Ellen Ruiter. Martijn heeft u ontmoet op de Veluwe-brede training. Martijn houdt zich bij ons bureau bijna uitsluitend bezig met vitaliteitsvraagstukken en is ook zeer bekend met de leefstijlmethodiek. Datzelfde geldt ook voor Ellen; zij heeft zich de afgelopen jaren vooral toegelegd op leefstijltoepassingen en -trainingen en vitaliteitsonderzoeken, onder meer in Overijssel en de Achterhoek.



3.3 Kosten

Het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd hanteert een gemiddeld dagtarief van €912,50,- voor een senior/medior adviseur (exclusief 21% BTW). In onderstaand schema hebben we de kosten per onderdeel weergegeven.

Onderdeel	Dagen	Kosten basisaanpak	Optionele kosten
Stap 1: Startgesprek	1	€ 912,50	
Stap 2: Vitaliteitsscan (inclusief factsheets per park)	24,25	€ 22.128,13	
Stap 3: Analyse marktruimte (optie)	3		€ 2.737,50
Stap 4: Analyse Leefstijlvinder (optie)	6		€ 5.475,00
Stap 5: Rapporteren	4	€ 3.650,00	
Stap 6 Bijeenkomst ondernemers (optie)	1,5		€ 1.368,75
Totaal	Basis: 29,25	€ 26.690,63	€ 9.581,25

Kiest u voor de 'basisaanpak' (een gedetailleerd vitaliteitsonderzoek met een totaaloverzicht voor de gemeente én de uitkomsten per park), dan zijn de totale kosten **€26.690,63** excl. BTW.

De kosten van de opmaak van de factsheets nemen we daarbij voor eigen rekening

Kiest u voor alle opties (analyse marktruimte, analyse leefstijlvinder en een bijeenkomst voor ondernemers), dan zijn de totale kosten **€36.271,88** excl. BTW. U kunt uiteraard er ook voor kiezen om slechts 1 of 2 opties af te nemen.

5 Ervaring en referenties

5.1 Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, in 2011 opgericht door dhr. J.J. Thijs en dhr. T. Lycklama, heeft officieel de adviesproducten en -diensten van het Kenniscentrum Recreatie overgenomen. Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd is een adviesbureau op het gebied van vrije tijd, toerisme en recreatie. We richten ons op beleidsvraagstukken voor overheden en marktonderzoek voor het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven. Onze diensten ondersteunen ondernemers, beleidsmakers en brancheorganisaties. We helpen met het creëren van een ideaal vrijetijdslandschap en een groeiende vrijetijdseconomie.

Waarom Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd?

Enthousiast, betrokken en deskundig, dat is wat we terugkrijgen van onze [opdrachtgevers](#). Voor ons advies doen we gedegen onderzoek. We zetten onze recreatieve bril op en kruipen in de huid van de recreant of toerist. Dat doen we al jaren en altijd ter plaatse. We zijn hierbij goed op de hoogte van trends op lokaal, regionaal en (inter)nationaal niveau. Het creëren van draagvlak onder belanghebbenden is van essentieel belang voor een effectieve aanpak. Het thema vitaliteit is één van de kernexpertises van ons bureau.

5.2 Referentieprojecten Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

Uit diverse studies die wij hebben verricht, blijkt onze relevante ervaring en kennis. Een aantal voorbeelden:

Vitaliteit van de verblijfsrecreatie in het Vechtdal met verdieping op oneigenlijk gebruik (2017-2018)

Een uitgebreid onderzoek naar de verblijfsrecreatie in het Vechtdal, waarbij we ruim 90 vitaliteitsscans hebben afgenomen bij kampeer- en bungalowbedrijven. Voor parken waar oneigenlijk gebruik plaats vond of werd vermoed hebben we aanvullende analyses uitgevoerd en factsheets opgeleverd, om zo aanknopingspunten te bieden voor vervolgstappen: heeft handhaving op oneigenlijk gebruik hier zin of ligt er een ander toekomstperspectief voor deze parken? Deze verdiepende analyses lagen aan de basis van een werkbezoek van de gedeputeerde aan meerdere van deze parken, waarna de provincie in nauwe samenwerking met de gemeenten vijf pilot-parken heeft benoemd, waar stap voor stap gewerkt wordt naar transformatie (en in een enkel geval naar revitalisering).



Vitaliteit verblijfsrecreatie in de Achterhoek (2018-2019)

Ons bureau heeft een uitgebreid onderzoek gedaan naar de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in de Achterhoek. Bij ongeveer 150 campings, bungalowparken, hotels en groepsaccommodaties hebben we een vitaliteitsscan afgenomen.

Vitaliteit vakantieparken in de provincie Utrecht (2019-2020)

Ons bureau heeft een uitgebreid onderzoek gedaan naar de vitaliteit van vakantieparken in de provincie Utrecht.

Vitaliteit vakantieparken in Noord-Holland Noord (2019-2020)

Een vergelijkbaar onderzoek hebben we uitgevoerd onder vakantieparken en hotels in Noord-Holland Noord.

Onderzoek vitaliteit Noord Veluwe (Vitale Vakantieparken) en follow-up in Kwaliteitsteam Veluwe (2015 tot nu)

Het doel van het programma Vitale Vakantieparken is om de kwaliteit van het aanbod te versterken, meer recreanten naar Noord-Veluwe te trekken en het aantal overnachtingen te laten stijgen. Daarbij wordt gekeken naar de economie, leefbaarheid, veiligheid en ruimtelijke ontwikkelingen in de regio. Binnen Vitale Vakantieparken werken ondernemers samen met de acht gemeenten en de provincie om deze doelen na te streven. Als start van het programma Vitale Vakantieparken inventariseerde het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd de vitaliteit van het bestaande aanbod, het toekomstperspectief, kansrijke ontwikkelrichtingen en belemmeringen. Het onderzoek gaf op bedrijfsniveau, gemeenteniveau en regionaal niveau een helder beeld van de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in de regio. Zowel voor de regio als voor de gemeenten zijn overzichtelijke rapportages opgesteld. Het onderzoek is opgeleverd in de opstartperiode van het programma 'Vitale Vakantieparken op de Veluwe'. In het programma wordt het verblijfsrecreatie aanbod op de Veluwe geoptimaliseerd aan de hand van verschillende tools, zoals het Kwaliteitsteam Veluwe. Jan Jaap Thijs aan is verbonden als één van de leden van het kernteam en is als zodanig ook actief in de gemeente Barneveld.

