

Titel: Quick scan toekomstperspectief recreatie en toerisme Veluwe - 2011

Inleiding

In 2009 hebben RGV, het VBT en de provincie Gelderland gezamenlijk een start gemaakt met het beeldverhaal Veluwe. In maart 2009 heeft er een bijeenkomst plaatsgevonden in Radio Kootwijk waarvoor bedrijven, overheden en intermediaire organisaties op het gebied van recreatie en toerisme en andere relevante beleidsterreinen waren uitgenodigd. Ter voorbereiding op deze bijeenkomst is een imago onderzoek uitgevoerd, een onderzoek naar relevante beleidsontwikkelingen en is er een overzicht gemaakt van "best practices", relevante voorbeeldprojecten elders in de wereld. Tijdens de sessie in Radio Kootwijk zijn diverse thema's en projectideeën benoemd, maar hebben zich geen initiatiefnemers met projecten gemeld.

De RGV en de provincie hebben initiatief genomen voor een vervolg op de sessie in Kootwijk. Samen met Molencaten en de provincie heeft de RGV geconcludeerd dat als eerste stap in dit vervolg een quick scan uitgevoerd zou moeten worden. Doel van de quick scan is het op basis van interviews maken van een kwalitatieve analyse van de situatie op de Veluwe: hoe zal de vrijetijdsector op de Veluwe zich de komende jaren ontwikkelen bij ongewijzigd beleid? Daarnaast zou de quick scan input moeten leveren voor een wenkend perspectief: wat kunnen sector en overheid doen om eventuele negatieve ontwikkelingen in de sector te verbeteren?

De resultaten van de quick scan moeten aangeven hoe urgent een beeldverhaal Veluwe is. Gekozen is voor een quick scan snel een eerste analyse gereed te hebben.

Opzet quick scan

De quick scan bestond uit het houden van interviews met vertegenwoordigers van relevante organisaties/bedrijven. Daaronder vallen branche- en belangenorganisaties, kennisorganisaties, banken, makelaars, gemeenten en terreinbeheerders. Er zijn geen individuele vrijetijdsbedrijven geïnterviewd. De lijst met geïnterviewden is als bijlage bijgevoegd

Alle gesprekken zijn gevoerd door dhr. Droogh van de RGV en mw van Kleef van de provincie Gelderland.

Aan de geïnterviewden is gevraagd zo goed mogelijk hun eigen beeld van de sector op de Veluwe en niet een "bedrijfsstandpunt" weer te geven. Afgesproken is dat uitspraken niet herleidbaar tot individuen in het verslag weergegeven zouden worden. De volgende vragen zijn gesteld aan de geïnterviewden:

- a. Doemscenario: autonome ontwikkeling: hoe ziet dat er uit?
 - Trend: verzadigde markt, nieuwe toetreders, kopieergedrag
 - Mate van samenwerking
 - Ontwikkeling aan de rand van de Veluwe en in het hart
 - Verzorgingsgebied
 - Concurrentie die op de markt komt
- b. Wenkend perspectief: trendbreuk: hoe ziet dat er uit?
 - USP's van de Veluwe
 - gewenste ingrepen, door wie waar gedaan,
 - wat is de impact van die ingrepen, landschappelijk en economisch (MKBA)

Resultaten Quick scan

In grote lijnen waren de antwoorden op de gestelde vragen consistent. Uiteraard was er wel een accentverschil tussen de antwoorden van de verschillende geïnterviewden. Ook was er duidelijk verschil in de mate waarin organisaties bezig zijn met denken over toekomstontwikkelingen.

Belangrijke ontwikkelingen maatschappij

Ontgroening (van het platteland) en vergrijzing zijn belangrijke trends. De huidige grijze golf is rijk: deze rijke golf is er nog ca. 10 jaar. De huidige grijze golf maakt meer dan vroeger hun geld op. De toekomstige grijze generatie zal dus minder erfenis hebben dan de huidige. De komende generatie vakantiegangers is meer dan nu individueel gericht en zoekend naar zingeving. Die generatie zal

minder gericht zijn op bezit dan de huidige. Zij zitten niet te wachten op bv een tweede huis of boot: liever zullen zij huren op wisselende locaties.

De groep allochtonen, die Nederlandse gewoontes overneemt, wordt groter.

Landbouw zal in oppervlak grondgebruik afnemen. De vrijvallende grond moet een andere bestemming krijgen.

Economische groei zoals wij gewend zijn verdwijnt. We moeten rekening houden met gelijkblijvende economie of zelfs daling. De levensstandaard zal afnemen.

De vakanties in het hoogseizoen nemen af: het schouderseizoen zal steeds belangrijker worden.

Nederland heeft meer vrijetijd en sterkere vakantiespreiding dan andere landen. De vrijetijd zal afnemen.

Het aantal beschikbare werknemers neemt af. Dat betekent dat we misschien minder moeten denken in de trend van minder werkgelegenheid in de sector ipv meer.

Marktpotentie sector

De omvang van de totale Nederlandse marktvraag naar vakanties en dagrecreatie zal niet groeien. Op dit moment is er een overaanbod als het gaat om kamperen en bungalows. Ook op het gebied van dagrecreatie is een overaanbod.

Mede oorzaak van het overaanbod is de verbrede landbouw: in ieder geval voor campings. Een van de schattingen is dat er de afgelopen jaren in Nederland ca. 9000 boeren een minicamping zijn gestart met 25 plaatsen per camping. Ook andere zogenaamde hobbymarkten hebben capaciteit toegevoegd. Als voorbeelden worden genoemd bed en breakfast en 'Vrienden van de fiets'.

Voor de basiskwaliteit en lagere campings en bungalows is er zeker sprake van een overcapaciteit. Voor specifieke doelgroepen en hoge kwaliteit lijkt wel ruimte. Ook voor dagrecreatief aanbod lijkt er een overaanbod, zeker voor mindere kwaliteit.

Veel is gezegd dat de sector bezig is met een koude sanering of dat die eraan komt.

Professionaliteit ondernemers

Het ontbreekt bij veel bedrijven in de sector aan professionaliteit. Ondernemers zijn laaggeschoold.

Veel eigenaren bezitten de bedrijven door overerving. Ook ontbreekt het aan echt ondernemerschap.

Veel bedrijven zijn zogenaamde papa en mama bedrijven. De marges zijn laag en bij de marginale bedrijven wordt niet geïnvesteerd. De gemiddelde leeftijd van eigenaren is hoog: de bedrijven worden gezien als pensioenvoorziening. Aankoop van een nieuw bedrijf is zonder overerving bijna niet mogelijk. De exploitatiewaarde is in de meeste gevallen lager dan de vervangingswaarde.

Investerings zijn dan ook vaak moeilijk gefinancierd te krijgen.

In de landbouwsector is inmiddels vaak sprake van minimaal hbo-niveau. In de recreatiesector is dat zeker niet het geval.

Een van de geïnterviewden gaf aan de weinige jonge ondernemers vaak de beste ondernemers te vinden.

Gelijk speelveld

De recreatiesector heeft last van concurrentie van ondernemers uit andere sectoren, waar regels minder streng zijn en/of subsidie verleend wordt voor toeristische nevenactiviteiten. Verbrede landbouw is een belangrijk voorbeeld. Er zijn subsidies mogelijk voor minicampings en andere toeristische activiteiten. Terreinbeheerders zijn nieuwe toetreders tot de markt. Zij ontvangen in de meeste gevallen geen subsidie, maar hebben de grond in bezit en hebben dus geen rentelasten voor aanschaf van de grond. Een andere categorie is bed en breakfast, waarvoor minder hoge eisen gelden. Voor de horeca zijn door de overheid gesubsidieerde cultuurhuizen en evenementen concurrenten.

Aanbieders van overnachtingen moeten toeristenbelasting afstaan. Deze belasting zet de lage marges verder onder druk en verschilt ook nog van gemeente tot gemeente. Het gaat voor de ondernemers om substantiële bedragen in relatie tot winstmarges.

Watersport

Jachthavens lopen relatief goed. De verkoop van nieuwe boten is enorm gedaald, de verkoop van tweede hands boten loopt redelijk. De prijzen van jachthavens staan onder druk: klanten stellen steeds meer eisen zoals bredere steigers terwijl prijzen gelijk blijven. Meer combinatie met verblijfsrecreatie is nodig. Naar verwachting gaat er bij de jachthavens overcapaciteit ontstaan, ook vanwege de onder maatschappelijke ontwikkelingen geschetste dalende behoefte aan het bezit van tweede huizen en boten.

Horeca

De horeca bestaat uit een aantal heel goede en heel slechte bedrijven met weinig middengroep. In de horeca worden de komende jaren grote ontwikkelingen verwacht. Ook hier zijn de lage marges en de omzet een groot probleem. De sector lijdt onder de recessie. Veel kleine bedrijven zullen verdwijnen. Er staan veel bedrijven te koop. Voor goodwill wordt op het moment meestal niet betaald. De brouwerijen, een grote financier van de horeca, trekken zich terug. Er vindt steeds meer ketenvorming plaats, voordeel: marketing en herkenning. De detailhandel in de centra zal deels verdwijnen, waardoor ook het horecabezoek in centra zal afnemen.

Verblijfsrecreatie en uitponding

Er is een overaanbod aan campings, mede vanwege het grote aantal minicampingplaatsen dat de afgelopen jaren op de markt is gekomen. Ook is er een overaanbod aan vakantiebungalows. Voor speciale campings en bungalows is er nog wel ruimte.

Veel terreinen zijn de afgelopen jaren uitgepond: huisjes, chalets en en stacaravans zijn verkocht aan individuele eigenaren. Schatting is dat ca. 850 ha van de totale 45000 ha verblijfsrecreatie is uitgepond. Het aantal toeristische plaatsen is hierdoor afgenomen.

Uitgeponde parken zijn moeilijk te beheren. Gesteld is dat zeker 1 x per 10 jaar geïnvesteerd moet worden in de huisjes om deze te laten voldoen aan de eisen van de vakantieganger. Bij individuele eigenaren is dat lastig te regelen. Verwacht wordt dat binnen 10 jaar problemen ontstaan met verpauperde parken en de consequenties daarvan voor de omgeving. Veel is bewoning door Polen ter sprake gekomen. De ontwikkeling dat de vraag naar tweede huisjes afneemt zal leiden tot dalende prijzen en daarmee ook lager rendement van investeringen. De verkoop van huisjes van individuele eigenaren concurreert met de verkoop door projectontwikkelaars. Er zijn weinig bungalowparken volledig in handen van een eigenaar. De meeste bungalowparken bestaan uit huisjes van individuele eigenaren, al dan niet met individueel grondeigendom.

Dagrecreatieterreinen/attracties/fietsen en wandelen

Ook op het gebied van attracties en dagrecreatieterreinen is een overaanbod. Hier speelt ook de oneerlijke concurrentie, met als voorbeeld de overheidsinvesteringen in dierenpark Emmen en de gesubsidieerde dierentuinen in Rotterdam en Amsterdam. Alleen als er continu verbeterd en geïnvesteerd wordt in de grote attracties, zijn deze op termijn levensvatbaar. De Efteling is een groot voorbeeld. De prijzen van de attracties staan zwaar onder druk, zie prijzenacties met als voorbeeld de AH actie voor de Efteling. De verwachting is dat er een aantal parken/attracties zal verdwijnen.

Voor dagrecreatieterreinen loopt Nederland breed de vraag terug. De Veluwe doet het goed mede door activiteiten gericht op seizoensverlenging zoals evenementen. Opvallend is dat de lage inkomens relatief weinig gebruik maken van deze dagrecreatieterreinen.

Tegelijk is opgemerkt dat er voor de kapitaalkrachtige bezoeker te weinig aanbod aan dagactiviteiten is op de Veluwe.

Het gebruik van wandelpaden lijkt af te nemen: wel wordt meer met bijvoorbeeld gps gewandeld buiten de paden en neemt het mountainbiken toe.

Fietsen loopt wel goed, al is de verwachting dat dat op termijn ook zal gaan dalen. In ieder geval is het de vraag of het fietsen tot veel bestedingen leidt.

Marges en Financiering

Om rendabel te kunnen draaien is de vuistregel dat campings een minimale omvang van 10 ha en 400 eenheden moeten hebben, bungalowparken minimaal uit 200 bungalows moeten bestaan, hotels 150 bedden moeten hebben en de minimale omzet voor horecabedrijven uitgaande van een eenmansbedrijf 40 a 50 euro is. Tenzij er sprake is van een speciaal concept.

Groot probleem is dat de bedrijfswaarde /vervangingswaarde hoger is dan de exploitatiewaarde. Met andere woorden: het rendement op de investeringen is te laag, waardoor het ook moeilijk is om investeringen gefinancierd te krijgen bij de bank. De horeca en recreatie vormen voor de banken een bovengemiddeld risico.

Daarbij speelt ook een rol dat het recreatieproduct een kortcyclisch product is, waarvoor als vuistregel een rendement van 12% wordt gehanteerd. In de recreatiesector is dat vaak niet meer dan 6%.

Huisjes moeten in ca. 30 jaar worden afgeschreven. De prijselasticiteit in de sector is laag. Mede daardoor heeft de toeristenbelasting een groot effect op de marges: de belasting kan niet zonder meer doorberekend worden aan de consument. Er wordt veel met prijzen gestunt, al dan niet via aanbieders als bookit.

De sector ervaart dat zij gebruikt wordt als melkkoe: enerzijds wordt veel (toeristen)belasting betaald anderzijds is de aandacht voor de sector vanuit de overheid vaak laag. Bij de huidige bezuinigingen

lijkt de sector vaak als eerste te worden aangepakt. Toeristenbelasting wordt door verschillende gemeentes aanzienlijk verhoogd. Verkoop van recreatieterreinen voor andere bestemmingen is lastig om dat de grondwaarde daarvoor te hoog is.

Kennis

Het ontbreekt in de sector en overheden aan de juiste kennis. Benchmarks zijn daardoor lastig en het is lastig voor bedrijven om te reageren op ontwikkelingen. Veel partijen hebben kennis nodig, de samenwerking bij het vergaren van kennis is slecht. Gegevens zijn daardoor vaak slecht vergelijkbaar.

Ontwikkelruimte

De Veluwe staat beleidsmatig vrijwel geheel op slot. Bedrijven hebben geen of weinig ontwikkelruimte, waardoor kwaliteitsverbeteringen soms achterwege blijven. Aan de andere kant is ook opgemerkt dat er ook kwaliteitsverbetering / innovatie binnen de grenzen van het bedrijf mogelijk is. De uitvoering van Groei en krimp blijft achter, doordat bestemmingsplannen niet altijd op tijd worden aangepast. De termijnen die in de praktijk nodig zijn voor vergunningen zijn lang: dat staat op gespannen voet met de snel wisselende eisen en vraag van consumenten.

Marketing en promotie

Goede marketing en promotie is belangrijk voor ondernemers. Het huidige product en promotie trekken niet de juiste doelgroep: de bestedingen liggen gemiddeld € 5,- lager dan gemiddeld in Nederland. Bedrijven werken niet goed samen bij de promotie. Opgemerkt is dat de betrokkenheid van de ondernemers bij het VBT te laag is. Het VBT zou eigenlijk als coöperatie moeten fungeren. Ook moet meer gebruik gemaakt worden van ICT mogelijkheden. Social media worden nog onvoldoende ingezet, terwijl het effect groot is.

De overheid speelt een belangrijke rol bij de promotie: faciliterend en financierend.

Het VBT richt haar activiteiten op het binnenhalen van de toerist van buiten Gelderland. Eenmaal binnen moeten bedrijven zelf de toerist naar zich toe trekken. Het VBT voert geen promotieactiviteiten uit gericht op Gelderlanders. Bedrijven zouden meer samen moeten werken in promotie bv in gezamenlijke marketingconcepten. Landelijk opereren en herkenbaarheid zijn belangrijk

Rol Overheid

Gemeenten hebben geen "Veluwe gevoel" en opereren te individueel. Er is afhankelijk van het thema noodzaak tot breder opereren dan de regio bv op het gebied van zakelijk toerisme.

Rol van de overheid is investeren in promotie, kwaliteitsverbeteringen en publieke voorzieningen.

Gemeenten hebben een kennisachterstand. R&T heeft weinig prioriteit bij gemeenten: R&T staat als eerste onder druk bij bezuinigingen.

De overheid zou door streng handhaven bv op brandveiligheid een rol kunnen spelen bij bedrijfsmatige exploitatie van eigen huizen.

Opgemerkt is dat de overheid een rol zou kunnen spelen in het organiseren van meer samenwerking tussen de bedrijven.

Veel is gezegd dat de overheid niet de rol van financier van investeringen op zich moet nemen, dat is een taak van de markt. Wel zou de overheid een rol kunnen spelen bij borgstelling.

Samenwerking

De samenwerking tussen bedrijven is beperkt. Mede daardoor heeft de sector een slechte lobby. Beter organiseren van de sector is noodzakelijk.

Wervend perspectief

Voor het wervend perspectief is een aantal punten genoemd:

- Meer ruimte door de overheid niet te gedetailleerde plannen
- Betere opleiding ondernemers, bv aanbieden door de banken
- Op de juiste locaties de juiste producten ontwikkelen
- Speciale producten bv voor racefietsers, astma huizen en combinatie van verblijfsrecreatie met wellness
- Publiek private samenwerking door de ondernemer een rol te geven in natuurbeheer
- Samenwerking met andere sectoren bv door realiseren van zorghotels en zorg bungalowcomplexen

- Aanbieden van activiteiten/thema's als wildspotten, culinair en de betere wandeling met de boswachter
- Bij RO vraagstukken meer uitgaan van ja mits dan nee tenzij
- Bedrijven moeten meer komen tot schaalvergroting en ketenvorming
- Kleine campings kunnen clusteren zoals ook gebeurt op Terschelling
- Een grondbankconstructie zou een oplossing kunnen zijn
- Er zou meer gebruik gemaakt moeten worden van PPS constructies waardoor bv winkels, zwembad en tennisbanen aangeboden kunnen worden bij recreatiebedrijven
- Mediation kan een oplossing bieden als bedrijven er niet uit kunnen komen bij de gemeente