



gemeente  
NOORDOOSTPOLDER

# *Bijlagen*

*Nota Toeristische  
Verblijfsaccommodaties  
Noordoostpolder*



# Bijlage 1

## Vraagzijde

In paragraaf 1.1 worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen op het gebied van verblijfstoerisme aan de vraagzijde van de markt samengevat. In deze bijlage worden deze trends en ontwikkelingen uitgebreid beschreven.

Figuur 1.1 geeft de belangrijkste macrotrends in de maatschappij schematisch weer met daarnaast verwachte en geconstateerde veranderingen en ontwikkelingen op het gebied van toerisme, recreatie en vrije tijd direct of indirect voortvloeiend uit deze macrotrends.



## Figuur 1.1

### Macro trends en ontwikkelingen en effect op toerisme, recreatie en vrije tijd

#### Trends 2011/ 2012

##### Demografisch

- ◆ Beperkte bevolkingsgroei
- ◆ Sterke vergrijzing/ ontgroening
- ◆ Kleinere huishoudens
- ◆ Toename aantal nieuwe Nederlanders
- ◆ Verstedelijking en bevolkingskrimp periferie

##### Economisch

- ◆ Voorzichtig economisch herstel, maar gevolgen crisis nog niet voorbij :
- ◆ Consumentenvertrouwen laag
- ◆ Sterke bezuinigingen overheden
- ◆ Oplopende werkloosheid
- ◆ Koopkracht onder druk
- ◆ Toenemende concurrentie door globalisatie
- ◆ Stijgende globale mobiliteitsbehoefte
- ◆ Stagnerende regionale mobiliteit

##### Technologisch

- ◆ Toenemende informatiebehoefte
- ◆ Groeiende 'dichtheid' aan smartphones
- ◆ Intensief gebruik social media
- ◆ Toename toepassingsmogelijkheden augmented reality

##### Ecologisch

- ◆ Aandacht voor klimaat en milieu
- ◆ Dalende Nederlandse uitstoot, echter stijgende vakantie uitstoot

##### Maatschappelijk

- ◆ Kritische, mondige consument
- ◆ Vertrouwenscrisis
- ◆ Glocalisatie (lokale identiteit uitdragen)
- ◆ Aandacht voor gezondheid en 'wellness'

#### Invloed op de vrijetijdssector

- ◆ Groei vrijetijdsparticipatie
- ◆ Toenemend belang 50+ markt
- ◆ Toenemend belang singles
- ◆ Opkomst markt extended family
- ◆ Vraag naar aangepast aanbod voor ouderen
- ◆ Kansen voor combinatie zorg en toerisme
- ◆ Kansen voor spreiding seizoenen en week
- ◆ Consument heeft minder te besteden
- ◆ Dalende subsidies cultuur, natuur en recreatie
- ◆ Afnemende reisbereidheid/ dagtochten
- ◆ Kansen/ noodzaak voor productontwikkeling op basis informatie-electronica
- ◆ Grotere online informatiebehoefte op plek van bestemming (via smartphone!)
- ◆ Real time delen van beleving en mening via social media
- ◆ Verschuiving van traditionele gegevensbronnen naar onlineklant beoordelingen
- ◆ Augmented reality toepassingen in aanbod (layers, hologram, et cetera)
- ◆ Kansen in- of zelfs noodzaak van 'groen' toerisme
- ◆ Uitdaging voor de toekomst: de wereld en natuur ontzien of liever nog verrijken
- ◆ Steeds meer dagtochten en vakanties in het teken van ontspannen, uitrusten, natuur
- ◆ Aandacht voor streekproducten
- ◆ Meer samenwerking tussen lokale ondernemers
- ◆ Stijgende vraag naar wellnessproducten en faciliteiten

Bron: CBS, NRIT, SCP, 2011;  
bewerking Leisure Result



Voor de verblijfstoeristische markt in Noordoostpolder zijn de demografische ontwikkelingen van belang: het is belangrijk om in te spelen op de veranderende doelgroep. Door de vergrijzing wordt bijvoorbeeld de 50+ markt steeds belangrijker. Verder vormen alleenreizenden (vaak singles) en extended families steeds interessantere doelgroepen. Al deze doelgroepen hebben behoefte aan bepaalde voorzieningen, daar moeten aanbieders op in spelen.

Verder is het belangrijk om in te spelen op de behoeftes die ontstaan door technologische en maatschappelijke trends. Bijvoorbeeld de behoefte om real time de beleving te delen en de mening via social media te verspreiden. Slimme aanbieders faciliteren in deze behoefte.

### 1.1 Landelijke marktontwikkelingen binnenlands verblijfstoerisme

Het Trendrapport toerisme, recreatie en vrijetijd (2011) beschrijft de volgende belangrijke marktontwikkelingen voor de verblijfstoeristische markt:

#### **Vakantieparticipatie – korte vakanties nemen af**

De participatiegraad voor vakanties van Nederlanders ligt al jaren tussen 80% en 82% (% bevolking dat minimaal één keer per jaar met vakantie gaat in binnenland of buitenland). Door de wereldwijde, financiële crisis was er in 2009 een terugval in de vakantieparticipatie. In 2010 is deze weer toegenomen tot 81,5% (een toename van 100.000 Nederlandse vakantiegangers ten opzichte van 2009). De toename in vakantieparticipatie heeft alleen betrekking op lange vakanties. De participatie voor korte vakanties is in 2010 met 0,2% afgenomen. Dit geldt vooral bij de vakantiegangers die zowel een korte als lange vakantie ondernamen. In 2010 ondernam ruim de helft (51%) een korte vakantie, meestal in combinatie met lange vakanties.

#### **Lagere vakantie-intensiteit, maar langere verblijfsduur**

Een vijftal achtereenvolgende jaren was er een stijging te zien in het totaal aantal vakanties van Nederlanders. In 2010 heeft er een daling plaatsgevonden van 0,6%. In totaal waren er 230.000 minder vakanties dan in 2009. Het aantal daarbij behorende vakantieovernachtingen is wel gestegen. In 2010 waren er ruim 1,6 miljoen meer overnachtingen dan in 2009. Er worden dus minder vakanties ondernomen, maar wanneer men wel op vakantie gaat, verblijft men langer dan in 2009. De toename van het aantal overnachtingen is vooral zichtbaar bij de binnen- en buitenlandse zomervakanties.



### **Vakantiebestemming – buitenland populair**

Ongeveer 8,3 miljoen Nederlanders (53%) ondernamen één of meerdere vakanties in eigen land. De toename in de vakantieparticipatie bestaat voornamelijk uit de toename in buitenlandse vakanties. De meeste vakantiegangers kiezen in 2010 voor een buitenlandse vakantie. De vakantieparticipatie in eigen land is, net als in 2009, afgenomen. De meeste lange vakanties hebben een buitenlandse bestemming. Korte vakanties worden grotendeels doorgebracht in eigen land (72% in 2010).

### **Zomerperiode wint het van de winterperiode**

Binnen de vakantieparticipatie kunnen de zomer- en de winterperiode worden onderscheiden. De zomerperiode loopt daarbij van mei tot en met september. Alle vakanties in oktober tot en met april worden geschaard onder de noemer 'wintervakantie'. Voorgaande jaren was er een stijging te zien van het aantal vakanties in de winterperiode. In 2010 was deze trend niet zichtbaar en gingen er juist meer mensen in de zomer op vakantie (11,7 miljoen) en ondernamen 8,3 miljoen mensen een vakantie in de winterperiode. Er is een toename te zien in personen die uitsluitend in de zomer op vakantie gaan.

### **Zomerhuisje meest gebruikte logiesvorm**

De overnachtingen op de toeristische standplaatsen zijn in 2010 toegenomen met 11,3%. Er is een forse afname in het aantal binnenlandse vakantieovernachtingen in een bungalow/ zomerhuisje/ tweede woning (-6,8%). Dit is te verklaren door de forse afname in het aantal binnenlandse vakantieovernachtingen. Het blijft echter met 35,6% de meest gebruikte logiesvorm in Nederland.

Tien procent van het totaal aantal binnenlandse overnachtingen vindt plaats in een hotel of pension. Het aantal overnachtingen op de zeil-/ motorboot heeft ten aanzien van 2009 geen verandering doorgemaakt. Het minst wordt er gebruik gemaakt van de tent op de toeristische standplaats, 3,7% van de overnachtingen.

### **Seizoensrecreatieve vakanties nemen af**

Vakanties kunnen onderverdeeld worden in toeristische en seizoensrecreatieve vakanties. Onder seizoensrecreatieve vakanties vallen mensen die de nacht doorbrengen in een eigen logiesmiddel op een vaste standplaats (tent/ caravan), op een vaste ligplaats (boot) of in een tweede woning. Ongeveer 13% van alle vakanties van Nederlanders wordt doorgebracht in de vorm van een seizoensrecreatieve vakantie. De seizoensrecreatieve vakanties zijn afgenomen met 7,5%. Het aantal overnachtingen op de vaste standplaats is gelijk gebleven. Deze vakanties worden vooral in Nederland doorgebracht (21%) en slechts een klein aantal in het buitenland (5%). De daling in de seizoensrecreatieve vakanties is in alle vakantiesegmenten te merken, zowel korte als lange vakanties en winterseizoen als zomerseizoen. De gemiddelde duur van deze vakanties ligt op 7 overnachtingen.

### **Afname in vakantie-uitgaven**

In 2008 was er een forse stijging in de vakantie-uitgaven (+10,5%). Het jaar daarna was er sprake van een afname van 1,0% en in 2010 zette de dalende lijn zich voort en was er opnieuw een afname van 0,7%. Dat betekent een daling van ruim 100 miljoen euro. Vooral aan buitenlandse vakanties wordt minder besteed. De bestedingen per dag tijdens korte vakanties zijn hoger dan bij lange vakanties. In 2010 werd tijdens een korte, binnenlandse vakantie gemiddeld € 34,- per dag besteed, en bij een lange vakantie € 22,- per dag.

### **Vakantie in Nederland het meest aan zee**

De meest populaire bestemming in Nederland zijn de Noordzeebadplaatsen. Het aantal overnachtingen in de Noordzeebadplaatsen stijgt. In 2010 vond 13% van alle binnenlandse overnachtingen daar plaats. Een andere populair gebied zijn de Groningse, Friese en Drentse zandgronden. Al is daar wel sprake van een afname in 2010. Andere populaire gebieden zijn de Veluwe, gevolgd door Oost-Brabant, Noord- en Midden-Limburg en het Rijk van Nijmegen.

## 1.2 Landelijke marktonwikkelingen inkomend verblijfstoerisme

Uit het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2010/ 2011 blijken de volgende ontwikkelingen met betrekking tot inkomend verblijfstoerisme.

### **Aantal buitenlandse gasten weer op niveau**

In 2010 hebben bijna 11 miljoen buitenlandse gasten één of meerdere nachten in een Nederlandse, toeristische verblijfsaccommodatie doorgebracht. Dit is een toename van 9,7% ten opzichte van 2009. Deze stijging is opvallend omdat het aantal gasten in de twee voorgaande jaren daalde met 10%.

### **Verblijfsduur buitenlandse gast**

Gemiddeld verbleef een buitenlandse toerist 2,46 aaneengesloten nachten in Nederland. Het totaal aantal overnachtingen was bijna 27 miljoen. Dit zijn 1,8 miljoen overnachtingen meer dan in 2009.

### **Bestemming**

Noord-Holland blijft de provincie met het meeste inkomend toerisme. Dit is te verklaren door grote internationale trekpleisters als Amsterdam, de Noordzeebadplaatsen en de IJsselmeerkust. In de provincies Groningen en Friesland is een forse daling zichtbaar.

De provincies Noord-Brabant (+24%), Overijssel (+20,3%) en Noord-Holland (+11,5%) laten de grootste stijgingen zien. Flevoland heeft sinds 2006 geen opmerkelijke stijging doorgemaakt en is vrij stabiel in het aantal buitenlandse gasten. Geen gemeente in de provincie Flevoland valt onder de belangrijkste Nederlandse toeristengebieden voor inkomend toerisme.

### **Voorkeur accommodatietype**

De buitenlandse bezoeker overnacht bij voorkeur in een hotel (of pension/ jeugdaccommodatie). In 2010 koos 80% van de buitenlandse gasten voor een hotel. Het aantal overnachtingen in bungalowcomplexen is met 3% toegenomen, terwijl er de vorige jaren een daling zichtbaar was. De kampeervernachtingen laten duidelijk een fluctuerend beeld zien. In 2008 was er een daling van 22%, in 2009 een stijging van 11%, maar in 2010 weer een afname van 6%. Opvallend is dat er, in tegenstelling tot de Nederlandse gasten, een stijging in de groepsaccommodaties zichtbaar is. Echter, in absolute cijfers, gaat het om geringe aantallen.

In Flevoland, Drenthe en Zeeland brengen bezoekers in vergelijking met andere provincies weinig overnachtingen in een hotel door. Hier is het aandeel overnachtingen in huisjes erg hoog.



### **Europese toeristen de grootste groep internationale toeristen**

70% Van de buitenlandse overnachtingen in 2010 was afkomstig van gasten uit Duitsland, België, Groot-Brittannië, Frankrijk en Italië.

De Spanjaarden hebben meer belangstelling in Nederland gekregen, 3% van de overnachtingen was daarvan afkomstig. Dit komt mede door het groeiend aantal (lowcost)vliegtuigverbindingen tussen Spanje en Nederland.

Vanuit de andere werelddelen kiezen buitenlandse gasten Nederland naast een zakelijke bestemming, ook steeds vaker als een toeristische bestemming. De meeste buitenlandse gasten vanuit een ander werelddeel komen uit Amerika en Azië. In het aantal bezoekers uit Australië en Oceanië is een stijgende lijn te zien van 2005 tot aan 2010.

### **Internationale toerist geeft meer uit aan winkels en souvenirs**

In 2009 verbleven 9,9 miljoen internationale verblijfstoeristen in Nederland. Zij hebben gezamenlijk 4,8 miljard euro uitgegeven aan hun bezoek aan Nederland, waarvan ongeveer 4 miljard ook werkelijk ten goede komt aan de Nederlandse economie. In Nederland hebben internationale toeristen in 2009 gezamenlijk 2,6 miljard euro uitgegeven en 2,2 miljard voor aankomst in Nederland. Ongeveer 800 miljoen gaat naar buitenlandse luchtvaartmaatschappijen.

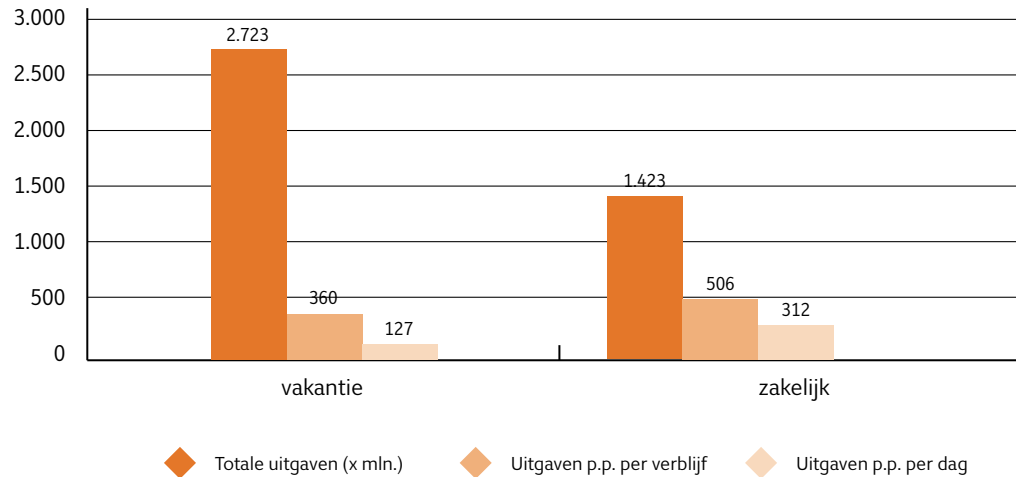
De buitenlandse gast geeft gemiddeld €404,- euro uit per verblijf en €182,- euro per dag. In vergelijking met 2005 is er in 2009 tijdens het verblijf minder geld uitgegeven.

Dit geldt voornamelijk voor bestedingen aan de accommodatie. Door lagere bezettingsgraden van hotels, daalden de hotelkamerprijzen. Bezoekers gaven in 2009 relatief gezien wel meer uit aan winkelen en souvenirs. Een stijging van 15% naar 18%.



**Figuur 1.2**  
**Bestedingen inkomende verblijfstoeristen**

**Bestedingen inkomende verblijfgasten naar motief van bezoek aan Nederland in 2010 (in €)<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Kerncijfers gastvrij Nederland en Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen 2010

**Nederland is vakantieland**

Ruim 6,9 miljoen buitenlandse bezoekers geven ‘vakantie’ aan als hoofdmotief om Nederland te bezoeken. Dit betekent dat zeven op de tien internationale bezoekers voor een (korte) vakantie naar Nederland komt.

Een kwart van het totaal aantal bezoekers overnacht in Nederland om zakelijke reden en 5% noemt andere motieven zoals familie/ vrienden bezoek, het bezoeken van sportwedstrijden of een studie- of schoolreis. Er is een daling zichtbaar in het zakelijke motief, ten gevolge van de economische crisis.

### **Zorgtoerisme in opkomst**

Een belangrijke markt die de laatste jaren steeds meer tot ontwikkeling aan het komen is, is de markt voor zorgtoerisme. Exacte cijfers over deze markt zijn (nog) niet beschikbaar, maar er wordt in brede zin van uitgegaan dat dit een groeimarkt is. De markt voor zorgtoerisme bestaat uit drie deelmarkten. Allereerst de Care-markt: dit is de markt voor toeristen en recreanten die een handicap hebben en daardoor met een zekere regelmaat zorg nodig hebben. Een voorbeeld van aanbod voor deze markt zijn de hotelschepen van de Zonnebloem of de VisionVilla's van Landal. De tweede deelmarkt is de Cure-markt. Hier betreft het de vraag naar verblijfsaccommodatie van mensen die ergens verblijven om te genezen. Een voorbeeld hiervan zijn de appartementen bij het Van der Valkhotel in Assen: patiënten van de oogkliniek in Assen herstellen hier. De derde (en grootste) markt is de Preventie-markt: dit betreft gezonde mensen die graag gezond willen blijven en bijvoorbeeld op wellnessaccommodaties verblijven of een weekend op retraite gaan.

### **Zakelijke markt**

Voor de zakelijke markt geldt hetzelfde: dit is een markt die uit een aantal deelmarkten bestaat. Per deelmarkt zijn er helaas geen gedetailleerde marktgegevens beschikbaar, maar er kan wel een indicatie gegeven worden van de ontwikkelingen per deelmarkt.

De eerste deelmarkt is die van de zakelijke overnachtingen. Deze zijn vaak verbonden met de reis naar een locatie die te ver weg ligt om in één keer vanuit het huis- of kantooradres te reizen. Om een voorbeeld te geven: een monteur die uit Breda komt en 's ochtends al vroeg in Friesland aan de slag moet, zal kiezen voor een overnachting in (de buurt) van Friesland. Over het algemeen kiezen bedrijven die hun medewerkers of managers op deze wijze 'onderbrengen' voor ketenhotels waar landelijke afspraken mee gemaakt worden. De tweede groep is de groep van de meerdaagse trainingen: zaalhuur en overnachtingen. Deze markt staat onder druk door de economische situatie, maar is vaak een van de eerste markten die weer aantrekt als het economisch beter gaat. De derde groep betreft vergaderingen en trainingen die één dag of dagdeel in beslag nemen. Deze markt is met name regionaal gericht (circa 30 kilometer vanaf de bedrijfslocatie) en is conjunctuurgevoelig. Tot slot de markt voor bedrijfsuitjes of bedrijfsfeesten. Het marktvolume is naar alle waarschijnlijkheid gelijk gebleven in de afgelopen jaren, maar de bestedingen staan sterk onder druk.

Tot slot moet ook het Nieuwe Werken niet onvermeld blijven: dit zal voor een groei in de marktvaart vanuit de zakelijke markt zorgen. Werknemers zullen vaker flexibele werkmomenten willen benutten in horecabedrijven zoals hotels en wegrestaurants. Dit kan een kansrijke nieuwe markt zijn voor bedrijven in de Noordoostpolder, gelet op de belangrijke verbindingsweg die door het gebied loopt.

### 1.3 Marktontwikkelingen verblijfstoerisme in Flevoland

#### **Aantal overnachtingen in Flevoland gestegen**

Uit de Monitor Toerisme en Recreatie Flevoland 2011 blijkt dat de overnachtingen in Flevoland in 2010 met 0,7% gestegen zijn ten opzichte van 2009. Vooral binnen de hotellerie is een behoorlijke stijging te zien in de middenklasse en luxe hotels (+8,2%).

Het aantal bungalowovernachtingen nam ook toe, dit mede door de toename van twee nieuwe bungalowparken. De grootste stijging is te zien in de minicampings, het aantal overnachtingen daar groeide met 31,3%. Het aantal overnachtingen in de groepsaccommodaties en watersport passanten is gedaald. De daling van groepsaccommodaties vindt sneller plaats dan de landelijke cijfers, -21% in Noordoostpolder versus -0,7% landelijk. Dit in tegenstelling tot de andere cijfers, waarin Flevoland er positiever voor staat dan de landelijke cijfers. Het aantal overnachtingen in hotels steeg met 8,2% versus 7,1% landelijk. Het aantal overnachtingen in bungalows steeg met 1,9% tegenover een daling van -3,6% landelijk. Campingovernachtingen daalden met 2,8% versus 3,9% landelijk.

#### **Kwart van de toeristen is buitenlands**

Toeristen die in Flevoland overnachten komen voor 11% uit de provincie, 19% uit de Randstad, 44% uit overig Nederland en 26% uit het buitenland. Hotels en vakantiewoningen trekken relatief veel buitenlandse gasten. Het zijn voornamelijk Duitse toeristen.

#### **Een derde van zakelijke toeristen is buitenlands**

De zakelijke toerist die naar Flevoland komt, komt voor 9% uit eigen provincie of de Randstad, 56% komt elders uit Nederland en 33% uit het buitenland. Ten opzichte van de toeristische gasten, bezoeken zakelijke hotelgasten Flevoland relatief minder vaak.

#### **Toerist uit Flevoland kiest groepsaccommodatie**

Door de bezoekers uit Flevoland wordt veel gebruik gemaakt van de groepsaccommodatie (30%) en de reguliere campings (22%). Bezoekers uit de Randstad kiezen ook vaak voor een groepsaccommodatie (38%), minicamping (31%) en reguliere camping (23%). Bezoekers uit de overige gebieden in Nederland kiezen juist voor een middenklasse en luxe hotel (62%) en standaard hotel (50%). Deze bezoekers vertegenwoordigen ook een grote groep watersportpassanten (58%).

#### **Verblijfsduur meer dan twee nachten**

Een zeer groot deel van de gasten (90%) blijft twee of meer nachten in Flevoland. Ruim 55% blijft zelfs vier of meer nachten. Hotelgasten en watersporters hebben de kortste verblijfsduur, voor campings en bungalowparken is de gemiddelde verblijfsduur beduidend langer.

### **Reisgezelschap**

Binnen het dagtoerisme in Flevoland bestaat 49% van de bezoekers uit gezinnen met kinderen, 24% uit stellen zonder kinderen, 9% uit volwassenen uit meerdere huishoudens, 7% uit alleengaanden en 12% uit groepen (bijvoorbeeld met een vereniging, schoolreis, grote groep). Voor de verblijfsaccommodaties in Flevoland zijn gezinnen met kinderen ook de belangrijkste doelgroep: 57% van de gasten bestaat uit gezinnen met kinderen. Ook stellen zonder kinderen zijn een belangrijke doelgroep (34%), voornamelijk voor minicampings, hotels/ Bed & Breakfasts en passanten in Jachthavens. Reisgezelschappen bestaande uit volwassenen komen met name voor bij hotels.

### **Bezoekmoment – vooral in het hoogseizoen en accent op het weekend**

De verdeling van het verblijfstoerisme in Flevoland is 28% in het voorjaar, 34% in het hoogseizoen, 15% in het najaar en 23% in de winter. Voor vrijwel alle accommodaties geldt dat het voorjaar en hoogseizoen het belangrijkste seizoen is. Uitzonderingen zijn de hotels en groepsaccommodaties die relatief veel bezoekers in het najaar trekken.

De vakantiewoningen trekken als enige in de winter veel bezoekers aan, dit komt vooral door het jaarrond karakter van Center Parcs de Eemhof.

Zowel voor het dagtoerisme als het verblijfstoerisme in Flevoland geldt dat het accent op het weekend (vrijdag tot en met zondag) ligt. Alleen bij de standaardhotels ligt het aantal verblijven op weekdays hoger (64% tegenover 36% in het weekend).

### **Bezoekers komen voor rust en ruimte**

De vijf belangrijkste motieven voor toeristen om Flevoland te bezoeken zijn rust en ruimte, fietsen, de natuur, eigen accommodatie en watersport. Ten opzichte van 2009 is er in 2010 een stijging in het aantal bezoekers voor de watersport. Het bezoek aan een evenement werd ook vaak genoemd. Het bezoek van attracties en bezienswaardigheden wordt minder vaak genoemd. Het bezoekmotief verschilt per verblijfsaccommodatie. Rust en ruimte spelen een mindere rol bij een hotelovernachting, terwijl het voor de minicamping het belangrijkste aspect is. Het motief wandelen en fietsen komt vooral voor bij (mini) campings en standaard hotels.

### **Bestedingen in de provincie**

In 2010 genereerden de toeristische en recreatieve activiteiten €575 miljoen aan bestedingen in Flevoland. De meeste bestedingen kwamen ten goede aan horeca (€183,4 miljoen), de detailhandel (€132,1 miljoen) en entreegelden (€112,8 miljoen).

## 1.4 Landelijke marktontwikkelingen per toeristische verblijfsaccommodatie

### Bed & Breakfast

De Bed & Breakfast sector groeit structureel. De economische crisis is de laatste jaren van invloed geweest op deze groei; gasten zochten een goedkoper alternatief voor hotelovernachtingen. Daarnaast is het runnen van een Bed & Breakfast voor veel mensen een leuke bijverdienste (Bed & Breakfast Nederland, 2009). Andere belangrijke trends en ontwikkelingen in de Bed & Breakfast sector zijn de toenemende mate waarin gasten eisen stellen aan luxe, comfort, voorzieningen en beleving wensen, de toename van de 55+ markt en de afname van de huishoudengrootheid (Rabobank, 2010; Bed & Breakfast Nederland, 2010). In totaal zijn er in Nederland ongeveer 5.000 Bed & Breakfasts. Gemiddeld heeft een Bed & Breakfast 2,4 kamers met gemiddeld 5,7 bedden. De meeste Bed & Breakfasts hebben twee gastenkamers (35%), gevolgd door 30% met 1 kamer en 17% met drie kamers. Gemiddeld heeft een Nederlandse Bed & Breakfast per jaar 196 gasten die samen voor 365 overnachtingen per bedrijf zorgen (Bed & Breakfast Nederland, 2009).

### Hotels en pensions

Volgens het CVO (2011) werden in 2010 23% van alle vakanties in Nederland in een hotel ondernomen. Dat komt neer op ongeveer 3 miljoen hotelvakanties in een jaar. Het NRIT gaat uit van 11 miljoen Nederlanders die in 2008 een korte of lange vakantie hebben ondernomen in een Nederlands hotel. Het aantal hotels schommelt de afgelopen jaren tussen de 2.750 en 2.900 (NRIT, 2009);

### Buitenlandse gasten in hotels, pensions en Bed & Breakfast

In 2010 steeg het aantal Nederlanders dat een vakantie doorbracht in een hotel, Bed & Breakfast of pension met circa 3%, tot bijna 11,4 miljoen. In Groningen, Friesland en Noordwest-Overijssel was er een groei zichtbaar in het aantal hotelovernachtingen van Nederlanders. In 2010 steeg ook het aantal internationale gasten naar 8,7 miljoen. De Duitsers zijn het sterkst vertegenwoordigd onder de buitenlandse hotelgasten met een aandeel van 19%. Daarna volgen de Britten (16%), de Verenigde Staten (10%), de Belgen (8%) en overige Europeanen (8%). Het aantal Chinezen nam in 2010 met 15,6% af. De afname werd opgevangen door het groeiende aantal Russen. Ook vanuit Brazilië en India komen steeds meer hotelgasten (NRIT, 2011).

## Vakantiewoningen

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (2011) laat zien dat er in 2010 een daling is geweest in het aantal verblijfsrecreatieve vakantiewoningen.

Een daling van 4,4%, dat een afname van 843 naar 806 betekent. In totaal zijn er 224.000 slaapplekken in de sector. Het grootste aantal is gevestigd in Gelderland (14%), daarna Limburg met eveneens 14% en Drenthe met 13%.

Net als in de campingsector, wordt er in de vakantiewoningensector gezocht naar initiatieven om onderscheidend te zijn.

Vakantiewoningen onderscheiden zich door zich te richten op speciale doelgroepen of thema's als milieuvriendelijkheid.

De grootste vakantiebungalowverhuurder in Nederland is Roompot Vakanties (150 bungalowparken), gevolgd door Landal GreenParks (47 vakantieparken) en Center Parcs (24 vakantieparken). Center Parcs de Eemhof is in 2011 uitgebreid met 100 luxe vakantiewoningen.

NBTC-NIPO Research geeft in haar toekomstvisie aan dat verwacht wordt dat de Nederlandse markt in 2020 verzadigd is en er geen groei meer is in bungalowvakanties.

## Campings

In Nederland waren er in 2010 volgens de cijfers van Centraal Bureau voor de Statistiek (2011) 2.256 kampeerterreinen. Behalve in Flevoland (+1) is het aantal kampeerterreinen in alle provincies afgenomen. De daling geldt ook voor het aantal slaapplekken, dat nam met 716.000 af. De meeste kampeerterreinen zijn in Gelderland (19%) te vinden.

Binnen de branche is zichtbaar dat er steeds meer innovatieve kampeerconcepten worden geïntroduceerd, zoals kamperen op een houten vlot op het water en 'glamping' (een tent of andere accommodatie met kampeergevoel, maar luxe van een bungalow). Ook richten campings zich steeds meer op duurzaamheid. Het internationale milieukeurmerk Green Key wordt vaak nagestreefd. Gasten betalen bijvoorbeeld alleen wat zij werkelijk gebruikt hebben in plaats van een vast tarief en er worden zonnepanelen op toiletgebouwen geplaatst.

Het aantal vakanties en het aantal overnachtingen op vaste standplaatsen namen beide in 2010 met 5% af ten opzichte van 2009. Het aantal vakanties op vaste standplaatsen fluctueert door de jaren heen behoorlijk. De buitenlandse overnachtingen op Nederlandse kampeerterreinen stabiliseert. Ook de herkomst van de buitenlandse gasten is nagenoeg hetzelfde. Dit zijn vooral Duitsers (73%), Belgen (10%) en Britten (5%).

NBTC-NIPO Research voorspelt dat er in 2020 een verdere daling van het aantal kampeervakanties zal zijn. Van 2010 tot 2020 zullen binnenlandse kampeervakanties met 13,1% afnemen. Het aantal vakanties op reguliere kampeerplaatsen en minicampings laat per saldo een daling van het aantal vakanties per kampeerplaats van 24,3% zien.

### **Camperplaatsen**

Op vakantie gaan met een camper wordt steeds populairder in Nederland. In 2002 werden er nog 71.000 binnenlandse vakanties ondernomen met een camper. In 2010 werden er al 260.000 campervakanties ondernomen. Er zijn drie groepen campers:

- ◆ 33% gaat nooit naar een camping en gebruikt Gereguleerde Overnachtings Plaatsen met voorzieningen (GOP's) of kampeert in landen waar dat mag gewoon langs de weg of op parkeerplaatsen
- ◆ 33% gaat altijd naar een camping
- ◆ 33% wisselt campings en GOP's of parkeerplaatsen af.

### **Groepsaccommodaties**

In 5 jaar tijd daalde het aantal groepsaccommodaties met 9% van 787 naar 720. Het aantal slaapplekken verminderde met 12% tot net onder de 50.000. West- en Midden-Brabant hebben het grootste aantal slaapplekken in groepsaccommodaties. Het aantal overnachtingen steeg in 2010 ten opzichte van 2009 doordat er meer buitenlandse overnachtingen in groepsaccommodaties plaatsvonden. De buitenlandse gasten zijn voornamelijk afkomstig uit Duitsland (82%) en België (12%). Het aantal overnachtingen van Nederlanders is verdrievoudigd op de Waddeneilanden in 2010.

### **Jachthavens**

In Nederland zijn 1.067 jachthavens met meer dan 20 ligplaatsen. In totaal zijn er circa 178.000 ligplaatsen voor pleziervaartuigen. Volgens de ondernemersupdate van de Rabobank in 2009 hebben de jachthavens weinig last van de recessie. Dit komt vooral door de groter wordende groep koopkrachtige vijftigplussers. De consument is wel veeleisender geworden en daarom hebben gemoderniseerde jachthavens een beter toekomstperspectief. Volgens HISWA ondernemen jachthavens steeds milieubewuster. Haveneigenaren ontwikkelen en beheren jachthavens met respect voor mens, natuur en milieu.

In Nederland zijn er 1,5 miljoen watersporters en 176.000 vaartuigen in het water.

In Flevoland liggen er 9.000 vaartuigen in de havens (HISWA, 2011).



### **1.5 Marktontwikkelingen per toeristische verblijfsaccommodatie in Flevoland**

Deze marktontwikkelingen staan volledig in subparagraaf 1.1.5. beschreven. (Er is dus geen samenvatting van gemaakt zoals bij de voorgaande paragrafen in deze bijlage.).





# Bijlage 2

## Belangrijkste punten uit interviews en gesprekken

*Tijdens de totstandkoming van dit accommodatiebeleid zijn gesprekken gevoerd met diverse stakeholders, zowel beleidsmedewerkers van gemeente Noordoostpolder, als ondernemers uit Noordoostpolder.*

*Ook zijn NORT, OMFL en de provincie Flevoland telefonisch geïnterviewd. In deze bijlage worden de belangrijkste punten uit de gesprekken en interviews opgesomd.*

### **Vraag**

- ◆ De behoefte aan luxe stijgt, de mate van luxe die gewenst wordt varieert echter. Er is daardoor vraag naar accommodaties in diverse segmenten in luxe;
- ◆ Noordoostpolder trekt veel groepen. De vraag is erg verschillend per groep: scholen willen nog slaapzalen, vriendengroepen willen meer luxe;
- ◆ Bij de vraag naar meer luxe hoort ook een vraag naar grotere oppervlakten per eenheid. Er is vraag naar oppervlakten van gebouwde accommodaties groter dan 75 m<sup>2</sup>;
- ◆ Van de hotelgasten is circa 80% zakelijk, en 20% toeristisch;
- ◆ De vraag naar vakantiewoningen neemt toe;
- ◆ 's Winters wordt er om groepsaccommodatie gevraagd;
- ◆ Campers is een groeiende markt en campers komen ook steeds vaker in de winter;
- ◆ Ondernemers zien dat toeristen veel korte vakanties ondernemen, snel beslissen, en een goede accommodatie wensen;
- ◆ De markt vraag in Noordoostpolder is redelijk stabiel;
- ◆ Noordoostpolder is relatief onbekend, veel mensen komen voor de tulpen of Scandinaviëmarkt en dan ontdekken ze dat er veel te doen en te zien is. Bovendien trekken evenementen gasten aan voor verblijfsaccommodaties;
- ◆ Campers willen naast plaatsen op campings ook Gereguleerde Overnachtings Plaatsen (GOP's);
- ◆ Een aantal ondernemers geeft aan dat camperplaatsen vooral bij campings (op de parkeerplaats) gemaakt zouden moeten worden, hier is niet iedereen het mee eens;

- ◆ Het aanbod in de gemeente Noordoostpolder is niet heel relevant voor Overijssel, maar kan dat wel worden. De Weerribben hebben (vanwege de natuurwaarden) grote beperkingen ten aanzien van het ontwikkelen van accommodatie. Daar zal het aanbod dus niet erg sterk groeien. Dat betekent dat accommodaties in de gemeente Noordoostpolder zich uitstekend kunnen lenen voor uitstapjes naar de Weerribben. Van die kansen wordt nu nog weinig gebruik gemaakt;
- ◆ In Lemmer (Friesland) is ook onvoldoende bungalowaanbod. Daar liggen marktkansen voor Noordoostpolder.

### **Aanbod**

- ◆ Er lijkt voldoende hotelcapaciteit te zijn;
- ◆ Er is te weinig aanbod aan vakantiewoningen;
- ◆ Er zijn veel minicampings en die doen het goed;
- ◆ Reguliere campings lijken overcapaciteit te hebben;
- ◆ Er heerst een zorg over of reguliere campings nog wel rendabel zijn;
- ◆ Reguliere campings moeten uit kunnen breiden om levensvatbaar te blijven;
- ◆ Campingeigenaren geven aan graag een mix van toeristische plaatsen en vaste plaatsen te hebben. Toeristische plaatsen leveren meer op, maar vaste plaatsen geven meer zekerheid.
- ◆ Er is bovengemiddeld veel aanbod aan groepsaccommodaties, daar ligt de markt voor Noordoostpolder;
- ◆ Er is ruimte voor groepsaccommodatie in het luxere segment;
- ◆ De kwaliteit van het aanbod is niet overal even goed: sommige ondernemers beginnen wat achter te lopen op de marktvrage (verouderd aanbod);

- ◆ Rond Kraggenburg liggen veel projecten die nog ontwikkeld worden;
- ◆ Evenementen als de tulpenroute en de Scandinaviemarkt trekken veel mensen;
- ◆ Belangrijk is: kwaliteit en onderscheidend vermogen. Het aanbod moet onderscheidend en aantrekkelijk zijn.

### **Beleid**

- ◆ Ondernemers willen ontwikkelruimte krijgen: als iemand een goed plan heeft, moet er fysieke ruimte voor beschikbaar zijn;
- ◆ De regelgeving belemmert nu soms uitbreiding van bedrijven, gemeente Noordoostpolder zou meer mogelijk moeten maken. Regels zijn nu dichtgetimmerd. Ondernemers geven wel aan dat er verbetering merkbaar is;
- ◆ Ondernemers vinden dat de RO-regels niet te 'dichtgetimmerd' moeten zijn, er moet ruimte zijn voor eigen invulling van ontwikkelingen en uitbreiding. De interpretatie van regels moet niet te star gebeuren, er moet ruimte zijn voor creativiteit van ondernemers. Een vrij vestigingsbeleid gaat de ondernemers te ver;
- ◆ Gemeente Noordoostpolder hoeft van ondernemers geen acquisitie voor toeristische bedrijven te doen, maar ondernemers die zich melden met een plan moeten worden gesteund en gefaciliteerd;
- ◆ Ondernemers moeten zelf kansen zien en grijpen, concurrentie is goed en stimuleert ondernemers om hun aanbod kwalitatief op peil te houden;

- ◆ Trekkershutten en chalets moeten in het huidige beleid na het zomerseizoen afgebroken worden. Daarmee kunnen kansen door toenemende vraag naar vakantiewoningen minder benut worden. Ondernemers zouden dit liever anders zien;
  - ◆ Ondernemers geven aan dat er voordat er ontwikkeld of uitgebreid kan worden enorm veel procedures doorlopen moeten worden die veel tijd en geld kosten, bijvoorbeeld bodemonderzoek. Ondernemers zouden graag willen dat er meer gekeken wordt naar de noodzaak van procedures en procedures niet alleen maar uitgevoerd worden omdat dat volgens de regels moet;
  - ◆ Ondernemers zien gemeente Noordoostpolder graag een helpende, stimulerende rol spelen. Het zou fijn als er een accountmanager zou zijn die de ondernemer aan de hand neemt en 'gidst' door de regelgeving;
  - ◆ Gemeente Noordoostpolder geeft aan: een beetje reguleren moet wel, maar ondernemers moeten ruimte krijgen. Er moet eerst goed worden nagedacht over ruimtelijke plaatsing, daarna moeten ondernemers de ruimte krijgen;
  - ◆ In de ruimtelijke structuurvisie wordt vastgelegd hoe het landschap mag worden ingericht;
  - ◆ De toegestane omvang van accommodaties, en het aantal eenheden, is vastgelegd in het bestemmingsplan. Het moet inpasbaar zijn in het gebied en er moeten geen grote bungalowparken ontstaan;
  - ◆ Er zijn veel agrarische erven die niet meer agrarisch gebruikt worden. Erven die vrijkomen kunnen gebruikt worden voor recreatieve doeleinden, zeker voor kleinschalige ontwikkelingen;
  - ◆ Gemeente Noordoostpolder staat positief tegenover grootschalige ontwikkelingen, maar het moet passen in het landschap;
  - ◆ Er moet rekening gehouden worden met provinciale regelgeving;
  - ◆ Er is voorkeur voor het verder ontwikkelen van bestaande locaties boven de ontwikkeling van nieuwe locaties;
  - ◆ Gemeente Noordoostpolder staat open voor innovatieve concepten die aansluiten bij historie;
  - ◆ Gemeente Noordoostpolder vindt oppervlakten van maximaal 100 m<sup>2</sup> per eenheid realistisch;
  - ◆ Ondernemers vinden het niet nodig dat gemeente Noordoostpolder actief gaat acquireren. De provincie en NORT/OMFL vinden het wel belangrijk dat gemeente Noordoostpolder actief gaat acquireren om internationale spelers aan zich weet te binden die onderscheidend en aantrekkelijk aanbod ontwikkelt.
- De volgende punten vinden ondernemers belangrijk ontwikkelingen:
- ◆ Natuurbelang moet beschermd worden;
  - ◆ Ontwikkelingen moeten het maatschappelijk belang dienen en rekening houden met de omgeving (bijvoorbeeld burens);
  - ◆ Ontwikkelingen moeten passen binnen het landschap.

## Bedreigingen

- ◆ Permanente bewoning komt voor, het is een probleem voor gemeente Noordoostpolder, maar niet voor de ondernemers. Er moet duidelijkheid worden gegeven over regelgeving. Er wordt nu wel gehandhaafd;
- ◆ Er wordt beleid geschreven omtrent arbeidsmigranten;
- ◆ Tijdelijke arbeidskrachten uit MOE-landen: er is veel vraag vanuit hen naar accommodatie. Een groot deel van de ondernemers wil hen niet weren;
- ◆ Ondernemers vinden dat zij zelf moeten kunnen besluiten over permanente bewoners en MOE-landers;
- ◆ Er mogen 3 accommodaties voor arbeidsmigranten ontwikkeld worden met een capaciteit van 300, 10 accommodaties met een capaciteit van 100 en een aantal met een capaciteit van 20 tot 50;
- ◆ In het bestemmingsplan is voor het asielzoekerscentrum een wijzigingsbevoegdheid opgenomen zodat deze locatie in de toekomst mogelijk kan worden herontwikkeld tot verblijfsaccommodatie.

## Geografische spreiding

- ◆ De wens van ondernemers is geen lappendeken van bestemmingen. Ondernemers vinden dat grotendeels aan de markt overgelaten moet worden waar wat ontwikkeld wordt. Gemeente Noordoostpolder moet dat binnen kaders faciliteren;
- ◆ Gemeente Noordoostpolder geeft aan dat het gebied in de ruimtelijke structuurvisie niet wordt ingedeeld in 'taartpunten'. Het karakter van het landschap en de polderstructuur zijn leidend. Er komen vlekken op de kaart met een bepaald karakter;
- ◆ Gemeente Noordoostpolder wijst plekken aan die de voorkeur hebben voor bepaalde ontwikkelingen. Zo zijn er ontwikkelzones aangewezen waarin grootschalige ontwikkelingen mogelijk zijn;
- ◆ Kleinschalige ontwikkelingen kunnen gemakkelijker worden ingepast op andere plaatsen.;
- ◆ Vakantiewoningen kunnen het beste ontwikkeld worden in de oostrand en de corridor;
- ◆ In de oostrand kunnen agrarische en toeristische functies gemengd worden;
- ◆ De oostrand is al het gebied waar toeristische bedrijven zich clusteren;
- ◆ Ook rond Schokland zou meer aanbod ontwikkeld kunnen worden;
- ◆ De provincie ziet vier locaties waar accommodatieaanbod ontwikkeld zou moeten worden: het Kuinderbos, het Voorsterbos/ Netl, Schokland/ Schokkerhaven en Emmeloord-Noord: bij de Casteleynsplas komt al allerlei dagrecreatief aanbod. Hier kan ook toeristische verblijfsaccommodatie aan toegevoegd worden.





# *Buitengewoon verblijven in Noordoostpolder*

*Gemeente  
Noordoostpolder*

Harmen Visserplein 1  
8302 BW Emmeloord  
T: 0527 - 633 911  
E: [info@noordoostpolder.nl](mailto:info@noordoostpolder.nl)  
I: [www.noordoostpolder.nl](http://www.noordoostpolder.nl)

Januari 2013