

Uitbreiding Vakantiepark Landal Stroombroek

onderbouwing marktbehoefte



rapport

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	1
2.	Vakantiepark Landal Stroombroek.....	2
3.	Marktbehoefte.....	5
4.	Samenvatting.....	16

Apeldoorn, 14 januari 2021
R12847 – NvdR/ap

Van der Reest Advies
Anklaarseweg 15
7316 MA Apeldoorn
T: 055-5382460
E: info@vanderreestadvies.nl
I: www.vanderreestadvies.nl

Rapportverzoek van: BJZ.nu
Opgesteld door: N.A. van der Reest



1. Inleiding

Vakantiepark Landal Stroombroek omvat 227 recreatiewoningen (2-4-6 persoons) en diverse recreatievoorzieningen zoals een overdekt zwembad, horeca (restaurant, brasserie, snackbar), bowlingbanen, parkshop, indoor-speelparadijs, escaperoom, wellnesscenter, midgetgolfbaan en een omvangrijke recreatieplas met strand.

Landal Greenparks is voornemens om het park uit te breiden met 21 luxe, vrijstaande recreatiewoningen welke geschikt zijn voor groepen van 8/12/16 personen (13 achtpersoons, 7 12 persoons en 1 zestienpersoons). Uitgangspunt bij deze uitbreiding is een logische aanvulling op het bestaande accommodatieaanbod te creëren, op een bij het park passende wijze (bouwstijl, ruimtelijke inpassing).

De gemeente Montferland is in beginsel bereid medewerking te verlenen aan het uitbreidingsplan middels een wijzigingsbevoegdheid. Daartoe dient een goede ruimtelijke onderbouwing te worden opgesteld. Onderdeel daarvan is het aantonen van de regionale marktbehoefte. In dit rapport wordt daarop nader ingegaan (marktbehoefte naar grotere recreatiewoningen).

Van der Reest Advies is specialist op het gebied van recreatie & toerisme. Al vele jaren voeren wij opdrachten uit voor recreatiebedrijven, projectontwikkelaars, banken en overheden. Het accent in onze werkzaamheden ligt op de bedrijfsmatige kant van de recreatie: bedrijfsvoering, exploitatie, markt & haalbaarheid. Wij zijn erkend RECRON Top Adviseur en gecertificeerd adviesbureau op het gebied van Leisure Leefstijlen (Leefstijlvinder), deelnemer in het project Vitale Vakantieparken en lid van recreatie-expertteams in diverse regio's, onder meer op de Veluwe (Kwaliteitsteam Vitale Vakantieparken) en in Drenthe.



2. Vakantiepark Landal Stroombroek

Park in de Achterhoek

Vakantiepark Landal Stroombroek is gelegen aan recreatieplas Stroombroek nabij Doetinchem. De Achterhoek is een aantrekkelijke toeristische regio met tal van interessante attracties en bezienswaardigheden. Het is een karakteristieke regio die zich door bij uitstek leent voor buitenactiviteiten als wandelen en fietsen, stads- en dorpsbezoek, genieten van het buitenleven.

Het park zelf beschikt over vrijstaande bungalows en heeft als trekkers een grote recreatieplas met tal van faciliteiten en een goed geoutilleerd wellnesscentrum. Daarnaast beschikt het park over diverse horecavoorzieningen, een supermarkt voor de dagelijkse boodschappen, diverse spel- en sportfaciliteiten, een zwembad, minigolf enz. Genoeg ingrediënten voor een geslaagde vakantie of 'short break'!

Hoge klantwaardering

Landal Stroombroek is één van de voorbeeldparken in de Achterhoek. Hoogwaardige recreatiewoningen en fraaie recreatievoorzieningen, een aantrekkelijke locatie en een hoogwaardige dienstverlening. Kortom, een kwaliteitspark waar het goed toeven is. De klantwaardering (8,1) is daarmee in overeenstemming.



Green Key

Landal parken zijn gecertificeerd met een Green Key, het internationale keurmerk voor duurzame bedrijven in de gastvrijheidssector. Naast dat deze parken zich sterk maken voor het comfort van hun gasten en de kwaliteit van hun verblijf, zetten ze zich ook in voor de natuur en de samenleving. Al 3 keer op rij is Landal het meest duurzame reismerk van Nederland en staat op nummer 1 in de *Sustainable Brand Index* binnen de categorie 'Travel en Leisure'.



Landal GreenParks

Landal GreenParks is een dynamische organisatie die toonaangevend is in het management, beheer en verhuur van bungalowparken. Ruim 95 parken met in totaal ca. 15.000 bungalows. De organisatie onderscheidt zich van andere aanbieders door het open karakter van de parken. De begrippen rust, ruimte en natuur zijn de belangrijkste karakteristieken die daar bij horen.

Innovatie

Marktverbreding door middel van grotere bungalows is het streven. Het huidige aanbod bestaat uit 2-, 4- en 6-persoons huisjes. Daar wil men graag grotere recreatiewoningen aan toevoegen. Op deze wijze wordt ingespeeld op de markttrend naar 'driegeratiewoningen': opa en oma mee, twee gezinnen in 1 bungalow, geschikt voor vriendengroepen, fiets- en wandelclubjes enz. Op steeds meer parken wordt het aanbod verbreed met dit soort 'groepswohnungen' die in een ruime behoefte voorzien. Door Landal wordt deze ontwikkeling dan ook van harte ondersteund. De toevoeging van nieuwe duurzame 'meergeneratiewoningen' completeert het accommodatieaanbod op dit park.



Koppeling aan bestaand park

Het plan voorziet in een toename van 21 recreatiewoningen, verdeeld over 3 typen (8/12/16 personen). Het uitbreidingsplan wordt aan twee zijden (noodoostzijde en noordwestzijde) omarmd door het bestaande park. Het nieuwe plan ligt in het verlengde van de groene zuidoostgrens van het bestaande park en vormt eigenlijk meer een inbreidingsplan dan dat het om een uitbreidingsplan gaat. Het nieuwe plan valt min of meer binnen de grove plangrenzen van park Stroombroek. De verkaveling van de recreatiewoningen versterkt het landelijk karakter van het uitbreidingsplan. De kavels zijn ruim en speels van opzet en hebben een groen karakter. Het plan wordt gerealiseerd binnen het wijzigingsgebied dat is opgenomen in het vigerende bestemmingsplan Buitengebied van de gemeente Montferland..



Bron: VAB architecten

Klassiek toeristengebied

De Achterhoek en zeker de regio Montferland is al van oudsher een geliefde vakantie regio, die zijn aantrekkingskracht primair ontleent aan de natuurlijke en landschappelijke kwaliteiten van het gebied. Natuur (heuvels!), fiets- en wandelmogelijkheden en het nabije Duitsland geven dit gebied net iets extra's en zorgen voor een positief imago. Dit neemt niet weg dat de concurrentie groot is. Andere regio's zitten ook niet stil en profileren zich ook met soortgelijke kwaliteiten als 'karakteristiek platteland', 'noaberschap' en 'binnenste buitenland'. Daarom is het zaak alert te blijven en continu te innoveren. Het onderhavige plan getuigt daarvan.



3. Marktbehoefte

3.1 Trends en ontwikkelingen in recreatie & toerisme

Algemeen

- Toename aantal ouderen ('vergrijzing').
- Steeds meer personen met migratieachtergrond.
- Kleinere huishoudens.
- Relatief snelle bevolkingsgroei (van 17,2 nu naar 18,4 in 2060)¹.
- Digitalisering van de samenleving.
- Toenemende mobiliteit en globalisering.
- Aandacht voor duurzaamheid in alle facetten van het leven.
- Blijvende vraag naar luxe en comfort.
- Behoeftes aan veiligheid en menselijke maat.
- Groeiende belangstelling voor beleving en unieke ervaringen.
- Waardering voor natuur, rust en ruimte als tegenhanger van de dagelijkse hectiek.
- Toenemende aandacht voor fysieke en mentale gezondheid.
- Belangstelling voor *roots* & regio.
- Verschuiving van bezit naar gebruik.

Recreatie & vrije tijd

- Groei internationaal toerisme.
- Binnenland steeds meer bestemming voor korte tussendoorvakanties.
- Regionale en lokale kwaliteiten als positieve associaties voor een bezoek (*Bourgondisch Brabant, Rustiek Twente, Oer & Stoer Drenthe, Mooi Montferland, Ontdek de Achterhoek, het geluk van Nederland*).
- Logiesverschaffing is onderdeel van totaalpakket (recreatieprogramma, activiteiten, eten & drinken, attracties, bezienswaardigheden, natuurlijke omgeving).



Wensen en voorkeuren verblijfsrecreanten.

- Toenemende behoefte aan privacy en comfort.
- Meer ruimte nodig. Hierdoor worden standplaatsen op campings, bungalows, hotelkamers, boten en dergelijke steeds groter.
- De locatie is en blijft een belangrijk criterium bij de keuze van een recreatiebedrijf.
- Steeds meer vraag naar accommodaties met mogelijkheid voor dagelijkse aankomst en vertrek.
- Kleinschalige campings met veel ruimte en groen, maar zonder grootschalige centrale recreatievoorzieningen aan de ene kant en vakantiecentra met 'alles erop en er aan' aan de andere kant, mogen zich in een ruime en groeiende belangstelling verheugen. Wat hier tussenin zit, heeft het moeilijk.
- Profilering is van groot belang in het huidige 'internettijdperk' met een alsmaar toenemende mate van transparantie. Een aansprekende, goed vindbare website en een gebruiksvriendelijk online boekingsstelsel is daarom een must.
- De meeste toeristische recreanten zonder kinderen hechten aan goede informatie over de omgeving van het recreatiebedrijf. Zij ondernemen in hoofdzaak activiteiten buiten het park/de camping, zoals wandelen en fietsen door de natuur, bezoek van evenementen, attracties en bezienswaardigheden.

¹ Bevolkingsprognose 2020-2060 (CBS)

- Gezinnen met kinderen richten zich in hun keuze voor een bepaald bedrijf primair op het bedrijf zelf: zwembad, speelvoorzieningen, recreatieactiviteiten/animatieprogramma, slechtweercfaciliteiten). Ook de aanwezigheid van toeristische attracties in de nabije omgeving speelt voor deze doelgroep een belangrijke rol.
- Aan de kwaliteit van het recreatieverblijf (standplaats, caravan, huisje) worden hoge eisen gesteld.

Vakanties

- Bij Nederlanders zijn **vakanties gericht op de natuur** én de **relaxvakanties** het meest in trek. Beide vertegenwoordigen respectievelijk 15% en 14% van alle binnenlandse vakanties².
- 46% van de vakantiegangers verblijft in een recreatiewoning/huisje of een particuliere woning, 28% in een hotel, appartement of pension en 19% gaat kamperen.
- 17% van de binnenlandse vakanties wordt op de bonnefooi ondernomen. Het merendeel wordt vooraf en veelal via internet geboekt (70%).
- Campings: dalende tendens in kamperen, wel toename vraag naar verhuuraccommodaties.
- Vakanties in bungalowparken zijn in Nederland het meest in trek. De recreatiewoning is de populairste logiesaccommodatie onder Nederlanders.
- Groeiende markt voor campers.
- Agrotourisme stabiliseert.
- Natuurkampeerterrinen in de lift.
- Toename vraag naar B&B (bed & breakfast) kamers.
- Nederland steeds meer bestemming voor korte tussendoorvakanties. De lange vakantie in de zomer wordt in toenemende mate in het buitenland doorgebracht (huidige verhouding 60-40). Hierdoor worden tussendoor vakanties in voor- en najaar voor Nederlandse recreatiebedrijven steeds belangrijker. Het seizoen wordt daardoor langer, maar de hoogseizoenpiek vlakkt af.
- Behoeftte aan 'menselijke maat' en persoonlijke service.
- Gezondheidstoerisme en actieve buitenrecreatie doen het goed.
- Toename groepsactiviteiten, zowel in de familiesfeer (3 generaties, familiereünies) als in informele groepen (vrienden, sport- en hobbyclubs).
- Toenemende vraag naar unieke accommodaties (safari tenten, boomhutten, hooibergen, lodges, floathouses enz.) en unieke ervaringen ('met een verhaal thuis kunnen komen').
- Vraag naar op maat gesneden aanbod en bijzondere logiesaccommodaties ('beleving').



Recreatiewoningensector

- Meest populaire overnachtingsaccommodatie in Nederland. 2019: 39,4 miljoen overnachtingen. Dat is ongeveer 1/3 van het totale aantal overnachtingen³.
- Populair bij alle leeftijdsgroepen en soorten huishoudens.
- Gebruikt voor korte verblijven ('short break') én lange vakanties.
- Vakanties in recreatiewoningen zijn voor gezinnen vaak een extra vakantie (conjunctuurgevoelig).

² Bron: Continu Vakantie Onderzoek (NBTC/NIPO, 2019)

³ Bron: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd (NRIT, 2019)

- Vergroting van recreatiewoningen ten behoeve van groepsrecreatie en hang naar meer luxe. Wellicht als reactie op de voortschrijdende individualisering is in de verblijfsrecreatie een tendens zichtbaar van meer groepsgericht op stap gaan, zowel in de familiesfeer (de bekende drie generaties, maar ook familiereünies) als in de vorm van informele groepen (vrienden en bekenden, sport- en hobbygroepen, collega's uit het werkveld enz.). Dit zorgt voor meer vraag naar 'groepswohnungen'.
- Nieuw aanbod zorgt voor algehele toename kwaliteitsniveau maar tegelijkertijd voor verdringing aan de onderkant van de markt. Verouderde en veelal kleine huisjesparken hebben het moeilijk.
- *Coronaproof*. Een recreatiewoning is zelfvoorzienend, in tegenstelling tot een hotelkamer of kampeeraccommodatie.

Succesfactoren

- Goede locatie
- Hoge kwaliteit
- Onderscheidend profiel
- Belevingswaarde

Voor een onderscheidend aanbod op goede locaties is het toekomstperspectief gunstig, mits er sprake is van een professionele bedrijfsvoering en een marktgerichte oriëntatie. Verhuurorganisaties als Landal, Roompot, Center Parcs, Belvilla e.d. zijn een must om voldoende bezetting te genereren en de forse concurrentieslag vol te houden.

Conclusie

Het draait in de bungalowsector primair om **kwaliteit en belevingswaarde**. Daar dient nieuw aanbod op gericht te zijn. Als dat lukt is er op goede locaties voldoende toekomstperspectief. Waarbij wel geldt dat goede kwaliteit als vanzelfsprekend wordt beschouwd en niet als onderscheidingscriterium. De consument kan immers kiezen uit een ruim aanbod dat via internet heel transparant wordt aangeboden.



Bijzonder overnachten

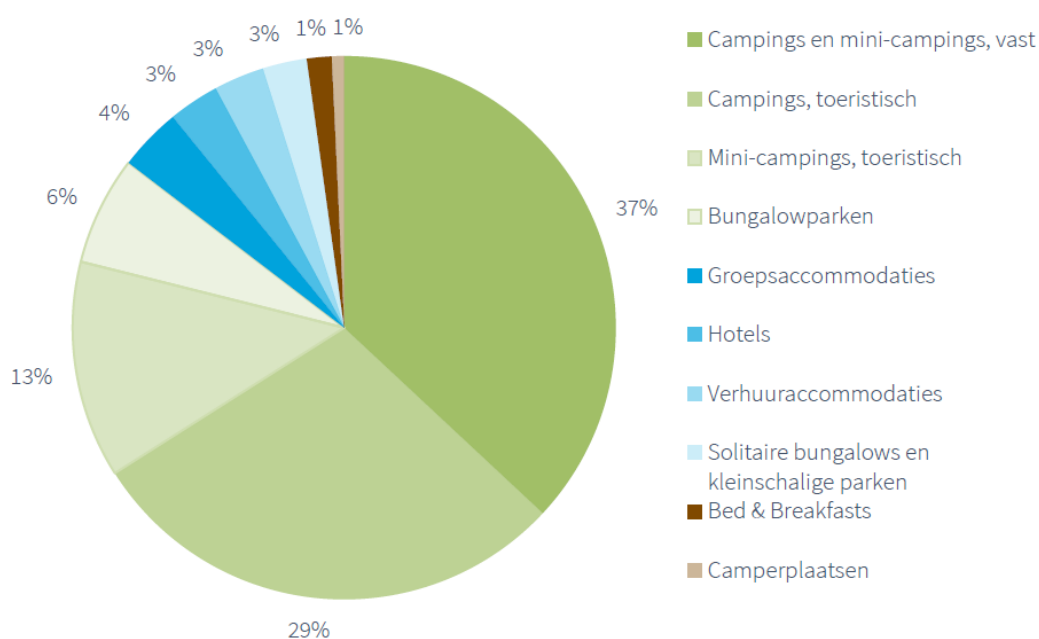
Montferland heeft zoveel moois te bieden, dat je aan één dag eigenlijk niet genoeg hebt. Om de fraaie omgeving in alle rust te verkennen, kun je kiezen voor een meerdaags verblijf. Daar zijn voldoende verrassende mogelijkheden voor in Montferland.

3.2 Aanbod en vraag

Verblijfsrecreatie in de Achterhoek

In opdracht van de gemeenten Aalten, Berkelland, Bronckhorst, Doetinchem, Doesburg, Lochem, Montferland, Oost Gelre, Oude IJsselstreek, Winterswijk en Zutphen is in 2019 onderzoek gedaan naar de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in de Achterhoek⁴ (hierna te noemen: het Vitaliteitsrapport). Daaraan ontleen we de volgende gegevens.

De Achterhoek telt bijna 90.000 slaappleatsen bij hotels, bed & breakfasts, bungalowparken, solitaire bungalows, groepsaccommodaties, (mini-)campings, verhuuraccommodaties en camperplaatsen. Samen realiseerden deze plaatsen zo'n drie miljoen overnachtingen. Deze regio wordt gekenmerkt door relatief veel campingaanbod. Bijna 80% van de slaappleatsen betreft kampeerplaatsen. Bungalowparken zorgen voor slechts 6% van het aanbod.



Over het algemeen is de verblijfssector in de Achterhoek vitaal volgens de onderzoekers. Het merendeel (72% van de bedrijven en maar liefst 79% van de bedden) scoort zowel positief op het gebied van kwaliteit als op perspectief. Daarbinnen is ongeveer 12% als echte voorlopers in de verblijfsrecreatie, dit betreft 15% van de bedden. Belangrijk voor deze kopgroep is wel om vitaal te blijven door te (blijven) vernieuwen en te investeren om de koppositie vast te houden aldus het rapport.

Groei toeristische overnachtingen

Het totaal aantal toeristische overnachtingen in 2019 is ten opzichte van 2017 gegroeid met 10% tot ruim 3,3 miljoen. In alle sectoren is sprake van groei in het aantal overnachtingen. **De sterkste groei is te zien in de bungalowsector** (hogere bezettingsgraad). Dit is in lijn met de landelijke trend. Er is een groeiende vraag naar meer luxe en comfort en de bungalowsector speelt daar het beste op in. De recreatiewoning is in Nederland veruit de populairste overnachtingsaccommodatie met 42.780.000 overnachtingen per jaar en dit neemt nog jaarlijks toe (Ter vergelijking: kamperen 21.874.000)⁵.

⁴ Verblijfsrecreatie in de Achterhoek (Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, september 2019)

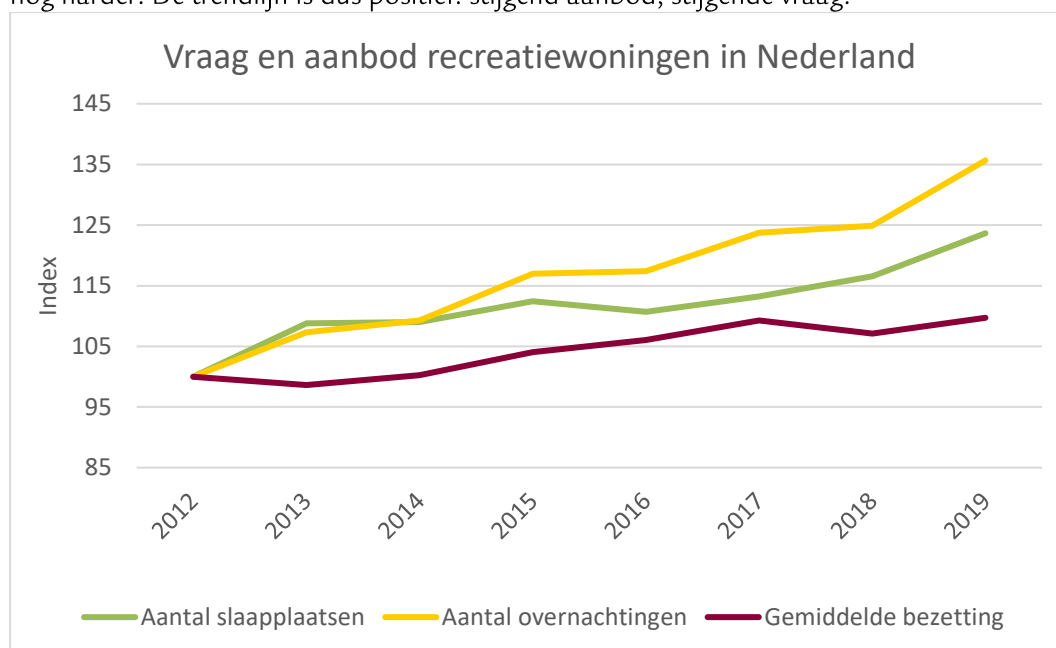
⁵ Statistiek logiesaccommodaties (CBS, 2019)

Aandeel buitenlandse toeristen wordt groter

Nederland blijft met 72% de belangrijkste herkomstregio voor de Achterhoek. Het aandeel buitenlandse toeristen in de Achterhoek wordt echter steeds groter (van 22% in 2017 naar 28% in 2019). Duitsland is de grootste herkomstmarkt. Duitse gasten verblijven het liefst in bungalows en in huuraccommodaties op campings.

Conclusie

De bungalowparkensector is een groeimarkt. Het aanbod neemt toe maar de vraag stijgt nog harder. De trendlijn is dus positief: stijgend aanbod, stijgende vraag.



Bron: Statistiek Logiesaccommodaties (CBS), bewerking Van der Reest Advies

Het voorgaande neemt niet weg dat er in de Achterhoek bovengemiddeld sprake is van kleinschalig aanbod en dat de kwaliteit daarvan vaak niet (meer) voldoet aan de huidige normen. In het Vitaliteitsrapport wordt dan ook geconcludeerd dat er wel ruimte is voor nieuw hoogwaardig aanbod maar dat dit voor de onderkant van de markt tot daling van de bezettingsgraad kan leiden. Nieuw aanbod moet gericht zijn op het ontwikkelen van nieuwe vraag. Anders gezegd: niet ‘meer-van-hetzelfde’ maar toegevoegde waarde bieden. De vraag vanuit de markt is vooral gericht op comfortabele logiesaccommodatie met een eigentijds karakter. Aan deze vraag wordt in de Achterhoek nog in onvoldoende mate voldaan. Dit zorgt voor knelpunten in de zin dat aanbod en vraag niet of onvoldoende op elkaar afgestemd zijn.

Toegevoegde waarde bieden én bedrijfsmatig exploiteren

Landal Stroombroek is één van de weinige grootschalige bungalowparken in deze regio. Het accommodatieaanbod is nu nog eenzijdig gericht op kleine gezelschappen (voornamelijk 4- en 6-persoons huisjes). Door de toevoeging van huisjes voor grotere groepen (8/12/16 personen) wordt nadrukkelijk ingespeeld op verbreding van het aanbod voor nieuwe kansrijke doelgroepen. De markt vraagt er om en Landal GreenParks wil als marktleider passend reageren op deze ontwikkeling.

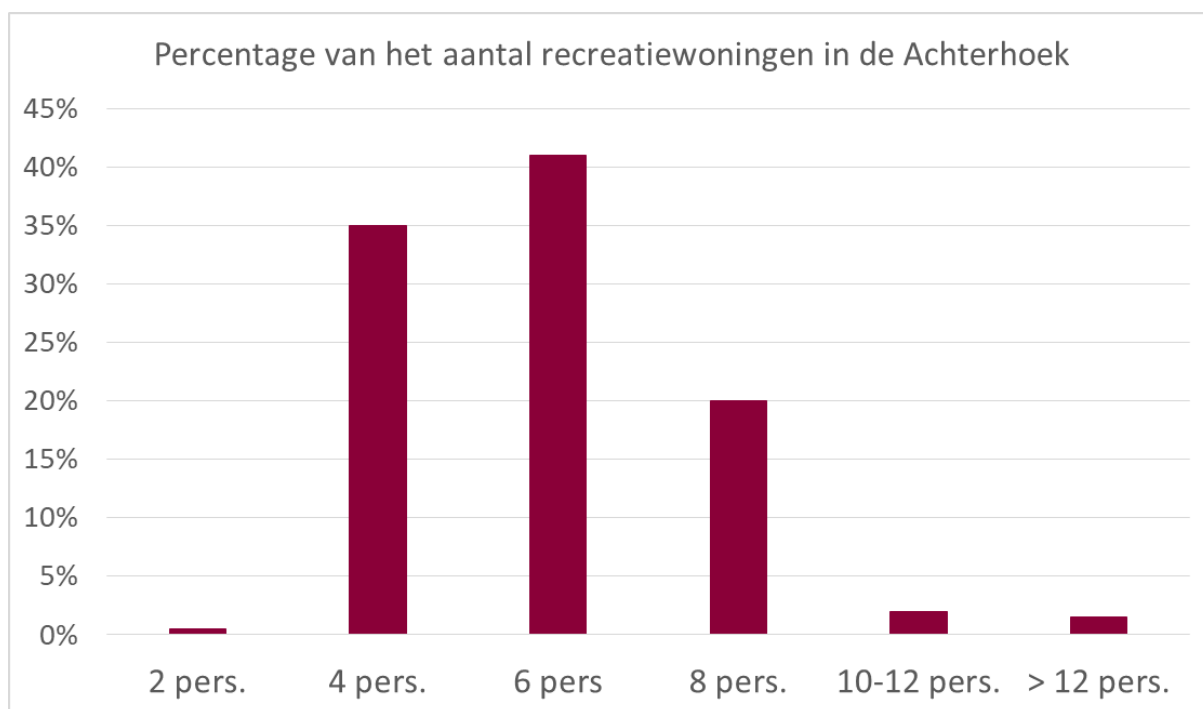


In het Vitaliteitsrapport wordt daar nog aan toegevoegd dat nieuw bungalowaanbod niet alleen toegevoegde waarde moet hebben maar zich ook op bedrijfsmatige exploitatie moet richten. Landal GreenParks voldoet voor 100% aan deze voorwaarde. Alle huisjes worden bedrijfsmatig verhuurd aan steeds wisselende huurders.

3.3 Concurrentieanalyse

Het huisjesaanbod in de Achterhoek is divers van kwaliteit en over het algemeen kleinschalig. Landal Stroombroek bevindt zich aan de bovenkant van de kwaliteitsstandaard. Het is dus zinvol om dit park te vergelijken met soortgelijk aanbod. In het volgende overzicht hebben wij dit nader uitgewerkt naar aantal en type (verhuur)woningen.

Naam bedrijf	Aantal recreatiewoningen						Totaal
	2 pers.	4 pers.	6 pers	8 pers.	10-12 pers.	> 12 pers.	
Marveld - Groenlo	-	78	62	149	-	-	289
't Sikkeler - Ruurlo	-	13	16	8	-	-	37
Roompot Winterswijk	-	38	35	-	-	-	73
Twee Bruggen - Winterswijk	-	-	-	10	-	-	10
Kattenberg - Winterswijk	-	-	2	3	2	4	11
Den Möllenhof - Winterswijk	-	-	12	-	-	-	12
Wolferswoud - Zelhem	-	-	36	-	-	-	36
TopParken Lichtenvoorde	-	41	95	-	7	6	149
EuroParcs Lochem	-	162	128	85	11	7	393
Onthaasten in Lievelede	1	4	7	-	-	-	12
Villapark Ehzerbrug - Almen	-	8	8	-	-	-	16
Landgoed de Bollert - Neede	-	4	4	4	2	-	14
Landal Stroombroek	6	106	115				227
Totaal	6	454	520	259	22	17	1279
Percentage	0,5%	35%	41%	20%	2%	1,5%	100%



Conclusie

- Meer dan driekwart van het aanbod bestaat uit 4 en 6 persoons huisjes.
- Alleen Landal Stroombroek heeft 2 persoons accommodaties.
- Het percentage 8 persoons huisjes is redelijk (20%) maar dat wordt veroorzaakt door één grote aanbieder (Marveld).
- Het percentage grote recreatiewoningen (10 en meer) is erg klein: 3,5%. Bijna alle huisjes in deze laatste categorie dateren van de laatste jaren.

Landal GreenParks

Landal constateert een stijgende vraag naar grotere woningen, ook wel 'driegeratiewoningen' genoemd. Deze naam komt voort uit het feit dat deze woningen vaak gehuurd worden door opa's en oma's met kinderen en kleinkinderen. Deze stijgende vraag naar grote woningen is enerzijds een logisch gevolg van de positieve economische omstandigheden maar anderzijds ook goed te verklaren vanuit de trend dat men korter op vakantie gaat. De kortere vakanties onderneemt men vaker met familie en/of vrienden. De grote recreatiewoningen worden gehuurd door families of groepen om verjaardagen te vieren of een familieweekend, de feestdagen met elkaar door te brengen enz. Het liefst zoekt men dan een comfortabel huis voor gezamenlijk gebruik op een park dat voor iedereen wat te bieden heeft: horeca, speelvoorzieningen, zwembad, maar ook voldoende ruimte en privacy. De Achterhoek is een prima locatie omdat de omgeving ook veel te bieden heeft. De vraag naar grotere woningen is al enige jaren aan het stijgen en de verwachting is dat dit verder doorzet.



Grote woningen zijn bij Landal GreenParks woningen die voor meer dan 10 personen geschikt zijn. Vaak worden deze woningen gehuurd door families bestaande uit opa/oma, kinderen en kleinkinderen. De afgelopen jaren neemt de vraag naar deze woningen landelijk gestaag toe en is de aanwezigheid van dit type woningen op Landal-parken nog steeds zeer beperkt. Daarnaast hebben we kunnen concluderen dat Landal Stroombroek niet beschikt over 8 persoons woningen. Ook de vraag naar deze woningen is groot en een goede bezetting is hier prima te realiseren gezien de resultaten op vergelijkbare parken binnen Landal.

Bron: Directie Landal, 2020

3.4 Doelgroepen

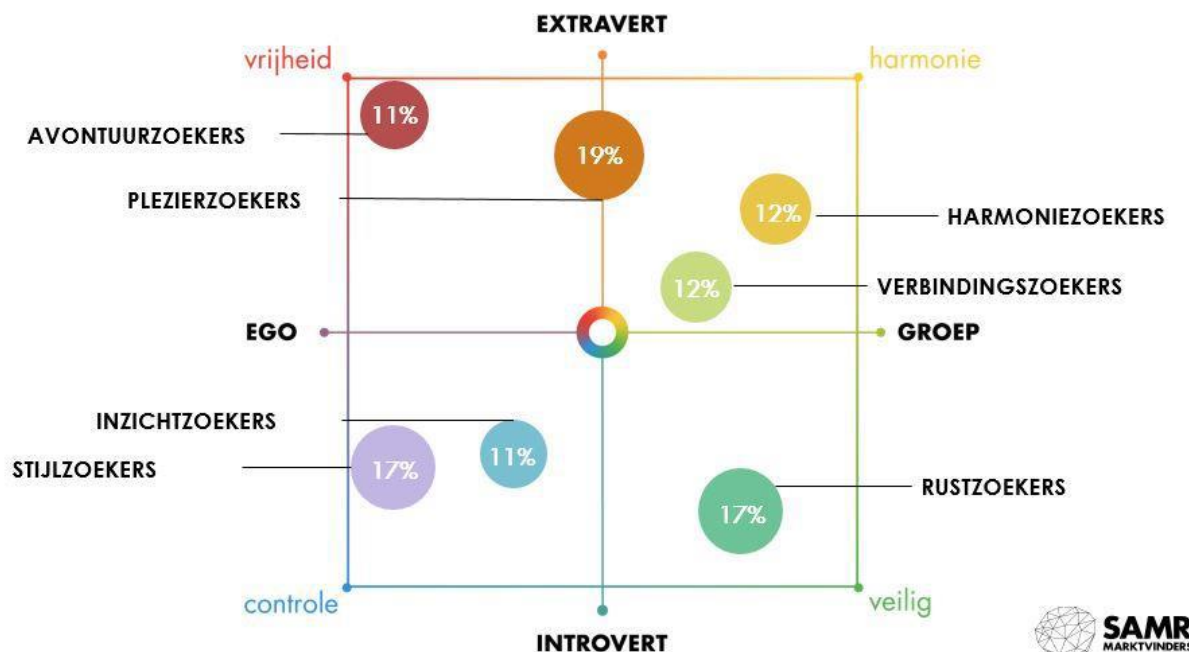
Leisure Leefstijlen

Voor de recreant is de belevingswaarde van de camping of het vakantiepark een belangrijke factor. Het gaat daarbij om zaken als sfeer, inrichting, aard en omvang van de voorzieningen, kwaliteitsniveau, de dienstverlening (gastheerschap) en de omgeving. Niet iedereen stelt daaraan dezelfde eisen en wat voor de ene recreant van groot belang is hoeft voor de andere juist helemaal niet. Het ene gezin is de andere niet en dat geldt ook voor stellen zonder kinderen of voor senioren. Per doelgroep kunnen de wensen aanzienlijk verschillen.

Om het onderscheid in doelgroepen te onderkennen wordt daarom steeds meer de nadruk gelegd op *leefstijlkenmerken c.q. belevingswerelden* in plaats van demografische en/of sociaal-economische kenmerken als leeftijd, opleiding en inkomen.

Focussen op 'gezinnen' of 'senioren' of 'jongeren' heeft alleen zin als je als aanbieder weet op welke gezinnen, welke senioren of welke jongeren je wilt richten. Daar is kennis voor nodig over gedrag en voorkeuren van mensen in hun vrije tijd. Als dat bekend is kun je daar als ondernemer/recreatiebedrijf gericht op inspelen met je specifieke aanbod en aldus recreanten aan je binden.

Met behulp van het *Brand Strategy Research (BSR)-model* is voor de recreatiesector een *Leisure leefstijlenmodel* ontwikkeld: de *Leefstijlvinder* (SAMR, 2018; www.leefstijlvinder.nl), waarmee een goede oriëntatie op de verschillende doelgroepen mogelijk is. Hierbij worden de recreanten in vier belevingswerelden en daarbinnen in zeven leefstijlprofielen ingedeeld. In de volgende illustratie is de omvang van deze 7 leefstijlgroepen en de plaatsing binne het model weergegeven.



Hieronder worden de kenmerken van de verschillende doelgroepen kernachtig beschreven. Op basis daarvan kunnen planinitiatieven nader worden ingevuld en worden getoetst.

Avontuurzoekers (11%)

Moderne kunst? Graag. Andere culturen? Interessant. Slapen op een vulkaan? Doen!

- Zijn avontuurlijk en creatief.
- Doen lekker hun eigen ding en zijn ruimdenkend.
- Zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling.
- Op zoek naar authentieke ervaringen.
- Trekken veel rond op vakantie.
- Zoeken naar bijzondere, gekke of verrassende locaties om te overnachten.



Plezierzoekers (19%)

Lang leve de lol!

- Plezier hebben; gekke dingen doen en vermaakt worden. Gezellig!
- Er op uit gaan met familie of een groep vrienden.
- Zon- en strandvakanties, feestvakantie, avontuurlijke vakantie.
- Camping, huisje, hotel is prima; als er voor iedereen maar wat te doen is.
- Vrolijk en uitbundig; extravert.





Harmoniezoekers (12%)

Hè, gezellig!

- Als het maar voor iedereen gezellig is
- Gaan graag met eigen gezin, familie of vrienden op vakantie.
- Park of camping met veel voorzieningen.
- Lekker ontspannen en rustig aan doen.
- Hartelijk, gemoedelijk, interesse voor anderen.
- Vrolijk maar niet uitbundig; primair op het eigen gezelschap gericht.



Verbindingszoekers (12%)

Gewoon, samen even lekker ontspannen

- Er zijn voor elkaar, je inzetten voor anderen, vrijwilligerswerk.
- Natuurbeleving, wandelen, fietsen.
- Museum en theaterbezoek is ook fijn.
- In vakantie niet gebonden aan één plek.
- Camping met goede faciliteiten, hotel van keten.
- Als ze tevreden zijn komen ze terug en delen hun waardering met anderen.



Rustzoekers (17%)

Dichtbij huis is genoeg moois te zien

- Letterlijk en figuurlijk dichtbij huis blijven. Eigen land is prima.
- In vertrouwde omgeving lekker je gang kunnen gaan; er verandert al zoveel op de wereld.
- Geen verrassingen, weten waar je aan toe bent. Vooraf reserveren geeft zekerheid.
- Terugkomen op de plek waar je al eens geweest bent en waar ze je kennen is fijn.
- Niet teveel drukte om je heen. Rust is belangrijk.



Inzichtzoekers (11%)

Kunst, cultuur en wandelingen houden je fit!

- Inspirerende en rustige activiteiten. Natuur en cultuur.
- Weer tijd voor interesses.
- Willen blijven meedoen met de tijd.
- Dingen willen (blijven) leren. Bewust omgaan met je vrije tijd.
- Musea en bezienswaardigheden.
- Iets ouder, klein gezelschap.
- Goede recensies achterna. Of bekende ketens. Mag best wat kosten.
- Lezers. Kwaliteitskranten. NPO.



Stijlzoekers (17%)

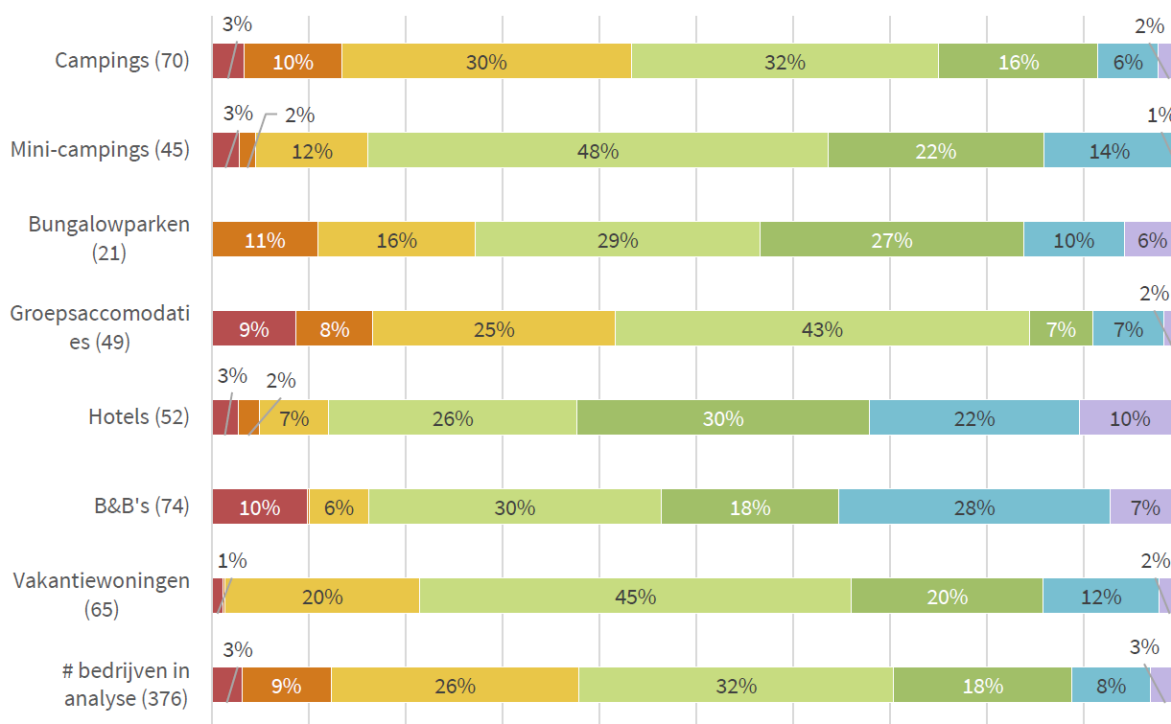
Work hard, play hard.

- Zelfverzekerd en doelgericht. Ambitieus.
- Chic hotel, wellnesscentra, grote sportwedstrijden bezoeken.
- Actief, ook in de vakantie.
- Luxe & comfort, verwend worden, exclusiviteit.
- Ons soort mensen. Netwerken met gelijkgestemden.



Huidig aanbod niet in balans met de vraag

In het Vitaliteitsonderzoek is het logiesaanbod in de Achterhoek naar leisure leefstijl ingekleurd (in absolute aantallen bedrijven en in percentage slaappleatsen). Onderstaande figuur vormt daarvan de weerslag.



■ Avontuurzoeker ■ Plezierzoeker ■ Harmoniezoeker ■ Verbindingszoeker ■ Rustzoeker ■ Inzichtzoeker ■ Stijlzoeker

Bron: Vitaliteitsonderzoek verblijfsrecreatie Achterhoek (Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, 2019)

Toelichting

Bovenstaand diagram is als volgt te lezen: op 70 campings in de Achterhoek is 3% van de slaappleatscapaciteit aantrekkelijk voor de Avontuurzoekers, 10% voor de Plezierzoekers enz.

N.B.: een bedrijf kan aantrekkelijk zijn voor meerdere leefstijlen.

Conclusie

- De meeste bungalowparken zijn aantrekkelijk voor de *Verbindingszoekers* (29%) en de *Rustzoekers* (27%). In totaal is dit meer dan de helft (56%) van het aanbod, gerekend in slaappleatsen. Meestal gaat het dan om oudere huisjes op kleinere parken.
- Deze leefstijlgroepen vormen echter slechts 29% (12% + 17%) van de totale populatie. Vraag en aanbod zijn dus niet in balans.
- De marktruimte zit aan de linkerkant van het leefstijlenmodel. De doelgroepen die zich daar bevinden hebben een voorkeur voor ruime en eigentijdse accommodaties met veel comfort, een behoorlijk voorzieningenniveau (zwembad, wellness, luxe sanitair, indoor speeltuin/hal) en iets wat het park een onderscheidend karakter geeft (bijvoorbeeld een strandplas of enkele bijzondere verblijfsaccommodaties).
- Nieuwe initiatieven zijn welkom om het gat tussen vraag en aanbod te helpen verkleinen. De marktruimte zit in het opschuiven naar de linkerkant van het leisure leefstijlenmodel.
- Voor Landal Stroombroek denken we dan aan de Avontuur- en Plezierzoekers maar ook aan de Stijl- en Verbindingszoekers. Voor al deze leefstijlen is het park aantrekkelijk.

Meer diversificatie in het aanbod gewenst

Voor parken die investeren in productontwikkeling & innovatie en daarbij de marktontwikkelingen volgen, is er groeiperspectief. Concreet betekent dat: meer diversificatie van het aanbod, toename van het aantal grote(re) woningen, hoge kwaliteit als norm en niet als onderscheidingsfactor. Het Vitaliteitsrapport adviseert nieuw aanbod te creëren dat leemtes in het bestaande aanbod opvult en nieuw aanbod voor doelgroepen die thans nog onvoldoende bediend worden. Dit is precies wat het uitbreidingsplan van Landal Stroombroek omvat.



Verouderd aanbod



Nieuw aanbod

Om nieuwe doelgroepen naar de Achterhoek te halen is nieuw onderscheidend aanbod nodig. Daar is zeker marktruimte voor, zoals in dit rapport is aangetoond. Het gaat daarbij om verblijfsaccommodatie gericht op doelgroepen in het linker deel van het leisure leefstijlenmodel: mensen gericht op een hoge belevingswaarde van zowel het park als de omgeving; en veeleisend op het gebied van kwaliteit en entourage. En om woningen die ruimte bieden aan grotere gezelschappen.

Steeds meer gezinnen en grootouders kiezen voor een 'drie-generatievakantie'. Logisch ook, omdat 'quality time' steeds schaarser is, worden er bewust momenten voor ingepland. Tijdens een 'familievakantie' worden de banden tussen opa/oma, ouders en kleinkinderen eens goed aangehaald. 'Samen zijn' is belangrijk, maar de Nederlander hecht ook aan privacy. De drie-generatievakantie biedt voor iedere generatie voordeel: grootouders brengen tijd door met de kinderen en kleinkinderen, de ouders hebben ook gelegenheid om samen op pad te gaan, de kleinkinderen hebben immers een zeer vertrouwde 'oppas'.

Bron: weblog Pretwerk.nl

4. Samenvatting

Kwaliteitspark

Landal Stroombroek is één van de parels van de gemeente Montferland. Een voorbeeld van een vitaal vakantiepark, dat al jaren mag rekenen op een goede en nog steeds groeiende belangstelling vanuit de markt. De hoge klantwaarderingen laten er geen twijfel over bestaan dat dit een geliefd park is.

Wel eenzijdig aanbod

Landal Stroombroek beschikt over 227 2-, 4- en 6-persoons huisjes, waarbij die voor 4 en 6 personen de hoofdmoot vormen (221 van de 227). Hierdoor is sprake van een vrij eenzijdig aanbod. Zeker voor grotere gezelschappen ontbreekt het aan passende logiesaccommodatie. Ook elders in de Achterhoek is het segment grote(re) recreatiewoningen nog niet ruim vertegenwoordigd terwijl er wel veel vraag naar is. De aanwezigheid van faciliteiten voor jong en oud (zwembad, animatie, saunacomplex) maakt Landal Stroombroek een geschikte locatie om het aanbod in dit segment uit te breiden.

Recreatiewoningen zijn populair

Vakanties en korte verblijven in recreatiewoningen zijn populair. De recreatiewoning is in Nederland de populairste logiesaccommodatie. Aanbod (aantal recreatiewoningen) en vraag (aantal overnachtingen) nemen nog steeds toe, waarbij de vraag sneller stijgt dan het aanbod. De bezettingsgraad van recreatiewoningen groeit dus nog altijd en ligt landelijk op gemiddeld 45% en in Gelderland op 41,4% (CBS, 2019). Landal parken en vergelijkbare parken van andere grote spelers in de markt doen het aanzienlijk beter met bezettingsgraden van 75% en hoger.



Ruimte voor nieuw aanbod voor nieuwe doelgroepen

CBS-cijfers tonen aan dat er nog marktruimte is. De vraag stijgt sneller dan het aanbod. Daar komt bij dat de aanbodtoename in het segment grote recreatiewoningen in de Achterhoek ruimschoots achter blijft bij de vraag waardoor scheefgroei dreigt en nieuwe doelgroepen aan deze regio voorbij zullen gaan omdat ze er niet kunnen vinden wat ze zoeken. Juist parken als Landal Stroombroek, die nog ruimte hebben op eigen terrein, zijn bij uitstek geschikt om het gat in de markt op te vullen. Niet door meer-van-hetzelfde te ontwikkelen maar door nieuw innovatief aanbod voor kansrijke doelgroepen te creëren en daarmee marktsegmenten te bedienen die nu nog onvoldoende aanbod komen in de Achterhoek.

Vitaliteitsrapport

Het Vitaliteitsonderzoek Verblifsrecreatie Achterhoek bevestigt dat de bungalowsector een groeiemarkt is. Tegelijkertijd waarschuwt het rapport voor het creëren van nieuw aanbod dat niets toevoegt aan het bestaande. De onderzoekers bepleiten wel om voortdurend te blijven investeren in innovatie en marktverbreding. En op ruimte voor bedrijfsmatig geëxploiteerde parken want de bungalowparken die het slecht doen worden niet commercieel geëxploiteerd.

Markt: behoefte aan grote(re) recreatiewoningen

De laatste jaren is er een groeiende belangstelling voor grote(re) recreatiewoningen. De marktontwikkelingen laten steeds meer groepsactiviteiten en vakanties samen met oma & opa of samen met andere gezinnen zien. Samen in één huisje is dan de wens. Dit maakt huisjes voor 8 personen en meer populair, getuige ook de bezettingsgraad van deze woningen, die als regel hoger ligt dan bij 4- en 6-persoons huisjes.

In de Achterhoek is dit segment nog maar zeer matig vertegenwoordigd. Het totale aanbod bij de betere huisjesaanbieders komt nog niet verder dan 3,5%, terwijl 4 en 6 persoons huisjes meer dan 75% van het aanbod vormen. Op Landal Sroombroek is de eenzijdigheid nog groter: op 6 tweepersoons huisjes na bestaat het volledige aanbod hier uit 4 en 6 persoons huisjes. Het beoogde uitbreidingsplan is derhalve een welkome aanvulling op het accommodatieaanbod en zal nieuwe doelgroepen aantrekken.



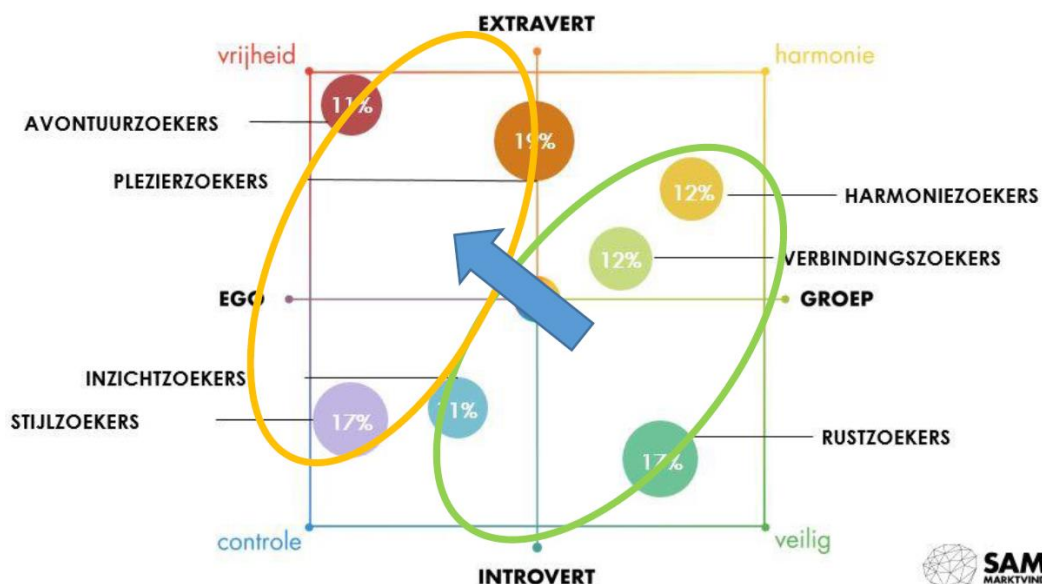
Bron: VAB architecten/Landal GreenParks

Diversificatie van het aanbod breed gedragen

Zowel verhuurorganisaties als overheden pleiten voor diversificatie van het aanbod. Hierdoor wordt bijgedragen aan het streven naar vitale vakantieparken dat overal in het land wordt bepleit, mede onder impuls van de rijksoverheid en de provincies.

Plan vult gat in de markt op

In de Achterhoek zijn vraag en aanbod niet in balans. Kwantitatief is er een tekort aan huisjes voor kleine en grote gezelschappen, kwalitatief is er te weinig aanbod voor kansrijke doelgroepen aan de linkerkant van het leisure leefstijlenmodel.



Bron: Vitaliteitsonderzoek Verblifsrecreatie Achterhoek (Bureau voor Ruimte & Vrije tijd, 2019)

Toelichting: groene cirkel is de huidige situatie, blauwe cirkel geeft aan waar nog weinig aanbod is c.q. geeft de marktruimte weer.

Bedrijf is er op berekend

De beoogde uitbreiding zal plaatsvinden op daarvoor reeds gereserveerde ruimte direct aansluitend op het huidige park. Logistiek, infrastructuur, voorzieningenniveau en parkorganisatie zijn hierop berekend. In ruimtelijke zin is sprake van een volstrekt logische en verantwoorde locatie.

In lijn met beleid provincie en gemeente

Innovatie, diversificatie, doelgroepverbreding en duurzaamheid: al deze elementen uit het beleid ten aanzien van Vitale Vakantieparken zijn hier aan de orde. De invulling is eigentijds en stijlvol. Ideaal voor groepen, grote gezinnen of families. Een welkome aanvulling voor Montferland en de Achterhoek.

Apeldoorn, 14 januari 2021
Van der Reest Advies