

Visie Verblijfsrecreatie Hoeksche Waard



Rapportage in opdracht van:
Commissie Hoeksche Waard



Maart 2006

Projectnummer
T14.5.038

ZKA *Consultants & Planners*
Postbus 4833
4803 EV Breda
tel.: 076-5658877
fax: 076-5656489
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

SAMENVATTING

Aanleiding

In het voorjaar van 2005 heeft de stuurgroep RIHW opdracht verleend aan het adviesbureau ZKA Consultants en Planners om een visie op verblijfsrecreatie te formuleren. In de recreatieve visie 'Hoeksche Waard, waard om te beleven' kwam de verblijfsrecreatie slechts beperkt aan bod. Voor de Hoeksche Waard is een visie op verblijfsrecreatie noodzakelijk. Als Nationaal Landschap zijn er juist kansen voor diverse vormen van verblijfsrecreatie. Deze moeten optimaal worden benut.

Aan de basis van de visie liggen: de beleidsstukken van de gemeenten en de gezamenlijke producten van de regio. Bij het opstellen van de visie is het adviesbureau begeleid door een klankbordgroep waarin vertegenwoordigd waren: de gemeenten, de ondernemers (KvK, KIHw), de recreatieondernemers (VVV en RECRON), het Hoekschewaards Landschap en de Commissie Hoeksche Waard. Verder is er een werkbijeenkomst gehouden waarvoor (recreatie) ondernemers waren uitgenodigd. Uiteraard is er ook een uitgebreide analyse gemaakt van de ontwikkelingen in en buiten de Hoeksche Waard.

Voor de Hoeksche Waard geldt de status Nationaal Landschap. Hiermee is 'behoud door ontwikkeling' het uitgangspunt voor het ruimtelijk beleid. De ontwikkeling van de verblijfsrecreatieve sector past hierbinnen en kan een bijdrage leveren aan de ruimtelijke kwaliteit en aan de vitaliteit (regionale werkgelegenheid, impulsen voor het MKB en de voorzieningen en het starten van nieuwe activiteiten).

Samenvatting analyse

De Hoeksche Waard biedt mogelijkheden tot groei, zowel in ruimte als omzet. Recreatief gezien staat het alleen nog in de kinderschoenen. De huidige voorzieningen zijn niet altijd van goede kwaliteit en eenzijdig ontwikkeld. Binnen de verblijfsrecreatie neemt de watersport een dominante positie in. Het gebied moet nog een duidelijk gezicht krijgen, voor de verblijfsrecreant is de identiteit van de Hoeksche Waard nog onvoldoende scherp. Het vergroten van het onderscheidend vermogen (icoon, labels) is een groot en gemeenschappelijk belang. Transformatie is een vereiste.

Er zijn **kansen**, recreatie en toerisme is de laatste decennia uitgegroeid tot één van de voornaamste groeisectoren in Nederland, onder andere door de vele korte en extra vakanties.

Binnen de verblijfsrecreatie zijn voldoende segmenten met groeipotentieel (volume, bestedingen). Voorwaarde is wel dat een product ontstaat op basis van reële behoeften van bereikbare markten¹. Een belangrijk(st)e markt is de bevolking in het omliggende stedelijke gebied ('second home', semi-recreatieve markten). Ook voor de watersport is een verdere groei te verwachten. Voor een groter marktgebied (short breaks) zal de Hoeksche Waard als product meer onderscheidend vermogen moeten ontwikkelen. Kleinschalig logies ('bijzonder slapen') geven indicaties voor mogelijke marktpotenties, hoewel sprake blijft van nichemarkten (kleine volumes).

¹ Voorwaarde is dat aansluiting bestaat bij markttrends zoals: comfort en kwaliteit, gezondheid, zingeving, participatie, identificatie, avontuurlijk (anders dan thuis of dagelijks).

Strategie

We streven naar een dynamisch en leefbaar Nationaal Landschap met niet alleen voldoende, maar ook een gevarieerd, verblijfsrecreatief aanbod. De ontwikkeling hiervan vraagt tijd. Tijd om de markt te enthousiasmeren, tijd om een draagvlak te creëren bij inwoners en tijd om afstemming te bereiken tussen overheden. Om die reden is gekozen voor een marktstrategie opgedeeld in drie fases. De strategieën hebben een economische oriëntatie, waarbij het vergroten van verblijfsrecreatieve bestedingen en het creëren van toegevoegde waarde centraal staan.

Implementatie Strategie	Vanaf 2006	Vanaf 2008	Vanaf 2010	Doel	
'Recreatief stedelijk achterland' (Marktpenetratie)	Voorbereidings- en realisatie fase			Identiteit	Recreatief Imago
'Gezonde sector' (Productontwikkeling)	Bedrijfsplannen	Voorbereidings- en realisatie fase		Kwaliteit	Synergie
'Krachtige toeristische regio' (Marktontwikkeling)	Integrale projectstudies		Voorbereidings- en realisatie fase	Impuls	Grootschalige ontwikkeling

Toelichting en rode draad:

- Vanaf 2006:
 - In het kader van het recreatief stedelijk achterland werken we aan een onderscheidende identiteit voor de Hoeksche Waard met een sterk promotioneel karakter;
 - De (kleinschalige) verblijfsrecreatie ondersteunt de dagrecreatie en draagt bij aan identiteitsversterking, bijvoorbeeld in bijzondere logiesvormen;
 - Het succes hangt af van het vernieuwend ondernemerschap en betrokken burgerschap. Dit betekent actief meedenken met burgers en ondernemers om initiatieven op te roepen.

Het beleid moet uitgaan van kansen: 'het lage fruit plukken mits van voldoende kwaliteit'.

- Vanaf 2008:
 - De strategie omschreven als de gezonde sector richt zich op de bestaande verblijfsrecreatie. Deze bestaande producten worden verder ontwikkeld en verbeterd;
 - Een meer marktconform product zal zich vertalen in hogere bezettingen en prijzen. Door in kwaliteit te investeren krijgt deze sector een impuls;
 - We moeten echter wel voorkomen dat eenzijdig wordt gericht op schaalvergroting en 'meer van hetzelfde'.

Het beleid moet inzetten op verantwoord ondernemen; een omslag maken van beheer naar ontwikkeling en innovatie. De voorbereidingen van deze strategie zullen al in 2006 opgestart worden.

- Vanaf 2010:
 - Een krachtige toeristische regio geeft een forse impuls aan de verblijfsrecreatie (capaciteit, kwaliteit en spin-off). Er ontstaat een economisch draagvlak voor een concurrerend, zelfstandig en compleet product;
 - De ontwikkeling gaat uit van een integrale, projectmatige aanpak met 'plussen' voor de omgeving (natuur, voorzieningen, banen, impuls, MKB, etc) en professioneel management.

Het beleid richt zich op het gaan formuleren van heldere randvoorwaarden op basis waarvan marktpartijen (investeerdere en exploitanten) verleid en geselecteerd worden. Daarnaast zal voorgesorteerd gaan worden op projecten, door de omgeving geschikt te gaan maken voor renderende ontwikkelingen. De voorbereidingen van deze strategie zullen ook in 2006 opgestart kunnen worden.

Realisatie

Het te behalen duurzame succes wordt in sterke mate bepaald door de mate waarin de Hoeksche Waard zich als totaal product ontwikkeld. De haalbaarheid van een forse impuls moeten we niet overschatten, de markt laat zich niet forceren. Daarom is het niet de vraag voor welke strategie wordt gekozen, maar hoe de markt wordt verleid om te investeren in de ontwikkeling van verblijfsrecreatie. Het advies is te kiezen voor een realistisch ambitieniveau: stapje voor stapje. We starten met het 'recreatief stedelijk achterland', vervolgens gaan we samen aan de slag voor een 'gezonde' sector, ondertussen sorteren we voor op de 'krachtige toeristische regio'.

Om sturing te geven aan de duurzame ontwikkeling van de verblijfsrecreatie zijn toetsingscriteria noodzakelijk. Deze criteria sluiten aan op het bijzondere karakter van het product (omgeving, voorzieningen en exploitaties). Verblijfsrecreatie lijkt soms op vastgoedprojecten, maar is dat niet. Het zijn diensten, die bepaalde ruimtelijke faciliteiten nodig hebben. De verblijfsrecreatie kan zich ontwikkelen als:

- tegemoet wordt gekomen aan de criteria van markt (beleving, comfort, kwaliteit) en exploitatie (kritische massa, rendement);
- concurrerende omgevingskwaliteiten beschikbaar zijn;
- draagvlak bij de bevolking bestaat.

Of op termijn marktconforme kwaliteit en beleving ontwikkeld wordt, is sterk afhankelijk van de ontwikkelende kritische massa. Het gaat om de kritische massa op regioniveau (synergie sectoren), in deelgebieden (clustervorming exploitaties) en van bedrijven (rendement).

In de lijst Investerings Landelijk Gebied (ILG) 2007-2013 zijn financiële middelen opgenomen om de recreatieve ontwikkelingen zoals deze, verder te stimuleren.

Aanbevelingen

Het Nationaal Landschap heeft het motto 'behoud door ontwikkeling' als uitgangspunt voor het ruimtelijk beleid. De ontwikkeling van verblijfsrecreatie kan op verschillende manieren hieraan een duurzame invulling geven. 'Behoud door ontwikkeling' betekent dat er een afstemming tussen de verblijfsrecreatieve activiteit en de culturele/landschappelijke omgeving moet bestaan. Door een gelijktijdige investering in de omgevingskwaliteit of de ruimtelijke kwaliteit

ontstaan 'plussen' voor de omgeving en wordt de sector partner bij de ontwikkeling en het beheer van het Nationaal Landschap.

Bestaande ondernemers nodigen we uit voor het indienen van plannen gericht op uitbreiding van de capaciteit en de kwaliteit. Voor de beoordeling van bedrijfsplannen gebruiken we de criteria: professionaliteit, potentiële toeristische capaciteit, productiviteit, evenwichtige product/marktmix, gezonde financieringsbasis en de visie op het product.

Vormen van plattelandstoerisme als kleinschalig kamperen zijn een goede aanvulling op het overige aanbod van verblijfsrecreatie en dragen bij aan de verbrede landbouw; desalniettemin is quoteringsgewenst.

Om op een samenhangende en efficiënte wijze tot een beleidsuitvoering te komen, kan een één loket model worden ingevoerd. Het doel is het vergroten van de inhoudelijke en procedurele afstemming van wet- en regelgeving, organisatie en informatie.

Om de plannen te beoordelen die betrekking hebben op de 3^{de} strategie "Krachtig toeristische regio" is het voorstel om een vast team te creëren met kennis op het gebied van verblijfsrecreatie. Dit team beoordeelt plannen strikt inhoudelijk (landschap, cultuur, markt en exploitatie) en op interactieve wijze. Hierdoor komt kennis beschikbaar om plannen inhoudelijk te beoordelen, deze deskundigheid ontbreekt momenteel in de regio. En omdat grootschalige plannen consequenties hebben voor ontwikkelingen in een andere gemeente is transparantie en zorgvuldigheid geboden. Dit soort ontwikkelingen kunnen maar in één keer goed gedaan worden.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Doelstelling onderzoek	1
1.3.	Aanpak	2
1.4.	Leeswijzer	2
2.	Aanknopingspunten voor ontwikkeling in markt en ruimte	3
2.1.	Inleiding	3
2.2.	Markt	3
2.3.	Ruimtelijke kwaliteit	6
2.4.	Draagvlak omgeving	8
2.5.	Conclusies	11
3.	Alternatieve strategieën	12
3.1.	Inleiding	12
3.2.	SWOT	12
3.3.	Alternatieven	13
3.3.1.	'Recreatief stedelijk achterland'	14
3.3.2.	'Gezonde sector'	16
3.3.3.	'Krachtige toeristische regio'	17
3.4.	Afweging van alternatieven	18
4.	Behoud door ontwikkeling	20
4.1.	Inleiding	20
4.2.	Toegevoegde waarde voor exploitatie en omgeving	20
4.3.	Bedrijfsplannen	21
4.4.	Kleinschalig kamperen	23
4.5.	Onafhankelijk toetsing	24
5.	Besluit	27
5.1.	Inleiding	27
5.2.	Gemeenschappelijke koers	27
5.3.	Aanzet voor actiepunten	28

Bijlage 1.	Speelruimte voor verblijfsrecreatie in regio en beleid	30
1.1	Plangebied Hoeksche Waard	31
1.2	Dynamiek van het bodemgebruik	32
1.3	Nationaal Landschap	32
1.4	Beleidskaders	33
Bijlage 2.	Structuur en betekenis verblijfsrecreatie Hoeksche Waard	39
2.1.	Inleiding	39
2.2.	Structuur en gebruik	39
2.3.	Resultaten bedrijfsenquête	42
2.4.	Economische betekenis	46
2.5.	Conclusies	46
Bijlage 3.	Toerisme en recreatie, een samengesteld product	48
Bijlage 4.	Vragenlijst	52
Bijlage 5.	Populatie en respons	58
Bijlage 6.	Perspectieven verblijfsrecreatie	60
Bijlage 7.	Trends in de vrijetijdsmarkt	66
Bijlage 8.	Marktstrategieën	68
Bijlage 9:	Initiatieven i.r.t. strategieën	69
Bijlage 10:	RECRON standpunt 'Rood voor Groen'	70

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

De Hoeksche Waard heeft als gevolg van de relatief geïsoleerde ligging belangrijke karakteristieken van het landschap en de cultuur weten te behouden. Inmiddels heeft het gebied een status van Nationaal Landschap. Voor de toekomst van het gebied is het van belang dat voldoende vitaliteit bestaat om de ruimtelijke kwaliteiten te waarborgen. Als drager van het landschap en de cultuur neemt de landbouw in betekenis af. Plannen voor groenblauwe dooradering van het landschap en buitendijkse natuurontwikkeling geven het gebied natuurlijke en landschappelijke impulsen. Om de economische kwetsbaarheid van het gebied te verkleinen wil de Hoeksche Waard verder inzetten op recreatie en toerisme. Voor het bevorderen van recreatie en toerisme zijn een sectorale visie en uitvoeringsprojecten ontwikkeld. In deze stukken is het onderdeel verblijfsrecreatie buiten beschouwing gebleven.

ZKA Consultants & Planners is gevraagd om een (aanvullende) studie uit te voeren voor een verblijfsrecreatieve beleidsvisie, welke een samenhangende koers geeft voor markt en beleid. De resultaten geven een handzaam beleidskader voor de gemeentelijke beleidsvoering en afstemming. Daarnaast zal het stuk gebruikt worden als bouwsteen in de voorbereiding van een streekplanherziening.

1.2. Doelstelling onderzoek

Het doel van deze studie is een passend beleid voor de ontwikkeling van de verblijfsrecreatie op de Hoeksche Waard beschikbaar te krijgen. Vanuit het doel om een actueel en praktisch beleidskader te ontwikkelen, zijn de belangrijkste producten te benoemen:

- Het verkrijgen van inzicht in het ruimtelijk-economisch functioneren van de verblijfsrecreatieve sector;
- Het bepalen van de ontwikkelingspotenties (tijdshorizon circa 10 jaar);
- Praktisch beoordelingsinstrumentarium voor aanvragen op gemeentelijk niveau.

In het onderzoek dienen in ieder geval de volgende vragen te worden beantwoord:

- Wat is het actuele beleidskader van de overheden in relatie tot de verblijfsrecreatieve sector?
- Wat is de huidige ruimtelijk-economische uitgangspositie van de verblijfsrecreatieve sector in de Hoeksche Waard en welke onderlinge functionele relaties bestaan er tussen deelgebieden in de streek?
- Welke perspectiefrijke marktsegmenten en/of conceptformules ontbreken nog en waar zouden aan deze segmenten en formules nog ontwikkelingsruimte geboden kunnen worden?
- Hoe kunnen de partijen op de Hoeksche Waard zo optimaal mogelijk inspelen op de marktontwikkelingen en ruimtelijk-economische dynamiek?
- Welke concrete beleidsdoelen en aanbevelingen kunnen aan de zes gemeenten (middels een concrete aanpak voor de implementatie en een aanzet voor een gezamenlijke kaderstelling) worden aangereikt, teneinde het verblijfstoerisme te faciliteren/stimuleren?

1.3. Aanpak

Deze rapportage is tot stand gekomen door:

- Deskresearch van documenten en data (bestaande structuur);
- Veldbezoeken;
- Gesprekken met vertegenwoordigers van de gemeenten en andere stakeholders in het toerisme;
- Analyse van sterkten/zwakten en kansen/bedreigingen. De sterkten/zwakten analyse is gericht op het product Hoeksche Waard (inclusief omgeving) en de analyse van kansen en bedreigingen op de markt en externe omgeving;
- Interpretatie van de analyseresultaten;
- Uitwerken van discussiemodellen;
- Presentatie van tussentijdse resultaten en discussie met een breed samengestelde werkgroep, portefeuillehouders en ondernemers/belanghebbenden;
- Rapportage.

1.4. Leeswijzer

Deze rapportage heeft de volgende opbouw:

- In hoofdstuk 2 worden de aanknopingspunten voor ontwikkeling van verblijfsrecreatie van de markt en de ruimtelijke kwaliteiten beschreven;
- In hoofdstuk 3 worden een SWOT-analyse en uitwerking in een drietal alternatieve strategieën geformuleerd, met daarbij de beoordelingscriteria. Tevens wordt een rode draad voor de ontwikkeling van de verblijfsrecreatie geïntroduceerd;
- In hoofdstuk 4 worden nadere uitwerkingen voor het beleid beschreven;
- In hoofdstuk 5 wordt de gemeenschappelijke koers en vrijblijvende aanzetten voor vervolgstappen beschreven.

In de bijlage zijn resultaten van inventarisaties en analyses als achtergronddocumenten opgenomen.

2. Aanknopingspunten voor ontwikkeling in markt en ruimte

2.1. Inleiding

De structuur van de verblijfsrecreatie op de Hoeksche Waard karakteriseert (zie bijlage 1) zich door:

- Een relatief sterk ontwikkelde watersportsector;
- Een kampeer- en logiesector met een relatief beperkte omvang.

Gesteld kan worden dat de ontwikkeling van de Hoeksche Waard als een vrijetijdsgebied feitelijk nog moet plaats vinden. De middelen voor een concurrerende positionering vanuit de sector zelf mogen niet worden overschat. Wil de Hoeksche Waard meer uit de verblijfsrecreatie halen, als een basis voor een leefbaar en dynamisch Nationaal Landschap, dan zal het gebied aansluiting moeten vinden bij kansrijke markten (volume, bestedingen, perspectief) en locaties moeten inzetten met marktconforme ruimtelijke kwaliteiten. Daarnaast is het van belang dat er draagvlak bestaat in de omgeving (burgers, landbouw, natuur, water) om medegebruik te bevorderen.

In dit hoofdstuk worden:

- De relevante marktontwikkelingen beschreven (2.2.);
- Een verblijfstoeristische ruimtelijke zonering geïntroduceerd (2.3.);
- Op hoofdlijnen de effecten van de verblijfsrecreatie op de omgeving beschreven (2.4.).

Het hoofdstuk wordt afgesloten met een aantal richtinggevende conclusies (2.5.) die aanknopingspunten geven voor de ontwikkeling van verblijfsrecreatie.

2.2. Markt

Vakantiemarkt: groeimarkt

Binnen de totale uitgaven aan vrije tijd, wordt met name aan vakanties veel geld uitgegeven. Binnen deze groeiende vakantiemarkt vallen twee aspecten op:

- De groeiende populariteit van het buitenland, meer dan vier keer zoveel wordt in het buitenland uitgegeven;
- Korte vakanties groeien beduidend harder dan de lange vakanties.

Vakanties van Nederlanders

In 2003 ging 82% van de Nederlandse bevolking op vakantie. Dit komt absoluut gezien neer op 12,5 miljoen personen. Ze waren goed voor in totaal 34,5 miljoen vakanties. Bij ruim de helft van deze vakanties bleef men in eigen land.

In Nederland werden 9,0 miljoen lange vakanties doorgebracht. De gemiddelde duur daarvan was 9,9 dagen. Daarnaast trok men er 9,0 miljoen keer op uit voor een korte vakantie. Deze duurden gemiddeld 3,2 dagen. Het totaal aantal overnachtingen voor binnenlandse vakanties bedroeg 101 miljoen.

Voor overnachtingen zijn in Nederland vooral de kampeer- en bungalowsector van belang. In 2003 werden ruim 4 van de 10 lange vakanties in een zomerhuisje, vakantiebungalow of tweede woning doorgebracht. Het aantal kampeervakanties bleef daar ruim bij achter. Voor een korte binnenlandse vakantie zijn hotels (23%) en gehuurd huisjes of bungalows (21%) erg in trek.

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek

Type logiesvorm veranderd

Begin jaren negentig vormden de bungalows samen met de kampeermiddelen de belangrijkste logiesvormen voor korte toeristische vakanties. Sinds halverwege de jaren negentig heeft een verschuiving plaatsgevonden naar meer korte hotelvakanties waardoor momenteel bungalows en hotels de belangrijkste logiesvormen zijn.

De ontwikkelingen in de belangrijkste segmenten van de verblijfsrecreatie zijn (zie ook bijlage 6):

- Kampeervakanties:
 - Het aantal toeristische overnachtingen daalt;
 - De verhuur van vaste standplaatsen stabiliseert;
 - Er kan onvoldoende worden geprofiteerd van de groei van korte vakanties;
 - De belangrijkste doelgroep, gezinnen met kleine kinderen, is wel groot maar slinkt in demografisch opzicht. Hiertegenover staat wel een groei van het aantal huishoudens, maar dit biedt vooral kansen voor hotels;
 - De vraag groeit niet meer vanzelf en bedrijven zullen zelf marktkansen moeten scheppen.
- Hotels
 - De zakelijke vraag is de belangrijkste deelmarkt, maar hotels spelen in toenemende in op meerdere markten;
 - De vraag is conjunctuurgevoelig;
 - De marktcontext is gunstig, maar locatie en management zijn van groot belang voor de werkelijke groei.

Hotels: kostenbeheersing en service

Kostenbeheersing is van groot belang, in combinatie met aandacht en een uitstekende service voor de gast. De zakelijke gast wil dat de organisatie van congressen goed verloopt en dat een deel van de organisatie uit handen wordt genomen. Voor opleidingen moeten zalen beschikken over een goede akoestiek; er mag geen geluidsoverlast zijn van bijvoorbeeld verkeer en klimaatbeheersing. De toeristische gast wil gastvrij ontvangen worden en op een eenvoudige wijze kunnen kiezen uit vermaakmogelijkheden. Gezondheid en onthaasten zijn belangrijke redenen voor een korte vakantie. Met arrangementen kan hierop ingespeeld worden.

Bron: Rabobank cijfers & trends

- Bungalowvakanties
 - Er is sprake van een afvlakkende groei;
 - Professionele aanbieders zien op goede locaties en door sterkere productdifferentiatie nog ontwikkelingsmogelijkheden.
- Jachthavens
 - Door technologische ontwikkelingen en demografische trends treden er verschuivingen op;
 - De nautische kwaliteiten van het vaargebied draagt bij aan de doelgroep afbakening (marktsegmentatie);
 - Jachthavens moeten steeds meer in staat zijn een breed pakket diensten (beheer, onderhoud, handel, berging) en ondersteunende voorzieningen (sport, spel, vermaak, horeca) aan te bieden;
 - De groei van de toervaartvloot bedraagt circa 1% per jaar. De verwachting is dat de groei de komende jaren gelijk blijft;

- Verder wordt gerekend wordt op een groei van de chartervaart in de Delta.

Jachthavens lijden niet onder economie

De ondernemers zien de slechte economische gang van zaken niet in het bestedingspatroon bij jachthavens terug. Hoewel de vraag naar nieuwe boten stagneert, zal naar verwachting de vraag naar ligplaatsen de komende jaren stabiel blijven of licht stijgen. Grotere jachthavens presteren bedrijfseconomisch beter dan de kleine en middelgrote jachthavens. De omvang biedt kansen om meer en betere voorzieningen aan te brengen. Dit vertaalt zich in een hoger tarief per m² ligplaats en in hogere inkomsten uit nevenactiviteiten, zoals camping, jachtbemiddeling en de verhuur van schepen.

Bron: Rabobank cijfers & trends

- Overig
 - Er is een breed pakket met bijzondere logiessoorten, gericht op nichemarkten;
 - Een aantal soorten, zoals mini-campings, behoeven regulering om niet te bedreigend te zijn voor de toch al marginale kampeersector;
 - De marktcontext is gunstig, maar volumes blijven klein. De economische betekenis moet daarom niet worden overschat. Het belang ligt in de inkomensondersteuning (agrotourisme) en het stimuleren van marktconforme creativiteit.

Gesteld kan worden dat er sprake is van een volwassen markt waarin de zwakkere marktpartijen doorgaans verdwijnen terwijl de sterke aanbieders door continue ontwikkeling kunnen overleven. Essentieel hiervoor zijn voldoende impulsen om aan te (blijven) sluiten bij hedendaagse motieven en criteria (innovatie). Anno 2005 moeten aanbieders zelf markten gaan aanboren. Dit vereist daarop gerichte concepten. Een ander belangrijk aandachtspunt is de productiviteit. Thans valt een deel van het aanbod weg door omzetting in chaletparken en uitponding.

Behoeftes centraal

Voor de nabije toekomst zullen de ontwikkelingen van rationalisering ('de onttovering van het wereldbeeld') en individualisering (nieuwe vormen van sociale samenhang en betrokkenheid) naar verwachting ook gevolgen hebben voor de verblijfsrecreatie. Wellicht de belangrijkste verandering is dat er een hogere toegevoegde waarde ('het doet je iets') moet bestaan. De belangrijkste markttrends voor nu en in de komende jaren zijn (zie ook bijlage 7):

- Behoeftes aan avontuur;
- Behoeftes aan verzorging;
- Behoeftes aan saamhorigheid;
- Behoeftes aan gemoedsrust;
- Behoeftes aan identificatie;
- Behoeftes aan overtuigingen.

Naar (bestedings)volume zijn belangrijke voor de Hoeksche Waard markten:

- De seniorenmarkt groeit snel. Niet alleen het aantal senioren neemt de komende decennia snel toe, maar ook zijn de bestedingen van senioren sterk toegenomen en zullen verder groeien². Deze doelgroep stelt wel specifieke eisen aan: bereikbaarheid, fysieke toegankelijkheid, comfort,

² Bron: Het nieuwe consumeren, SCP, 2001.

- veiligheid, gezondheid, snelheid van bediening en persoonlijke aandacht. Senioren zijn vooral geïnteresseerd in natuur, cultuur, comfort en verzorging;
- Er bestaat een groeiende behoefte voor semi-recreatieve markten (families, vriendenclubs, bedrijven, verenigingen) aan ontmoetingsplekken voor feestelijke bijeenkomsten, groepsbinding, uitstapjes, etc. Hierbij bestaat een voorkeur voor goed bereikbare locaties met een aantrekkelijk landschap (groen, kust of stad), betaalbare accommodaties en een redelijk basispakket aan voorzieningen (sport, spel, entertainment, eigentijds comfort);
 - Door de vergrijzing, de inkomensgroei en de verstedelijking zal de vraag naar een tweede verblijf de komende decennia toenemen. In eerste instantie zal er sprake zijn van een inhaalvraag (in veel andere landen is het bezit van een 'second home' hoger). Dit is geen homogene maar een sterk gesegmenteerde markt. De motieven en de criteria lopen soms parallel, maar zijn ook vaak strijdig. Het is daarom niet zo dat met één product alle segmenten bereikt kunnen worden. Gekozen moet worden voor meer differentiatie;
 - De korte vakanties hebben een enorme vlucht genomen. Hierbij gaat het om korte trips (weekend, midweek). Deze 'tussendoortjes' sluiten met een programma/arrangement aan op een groeiende behoefte aan bijzondere belevingen: extreem, intensief of vluchtig. Thema's zijn cultuur, platteland, natuur, gezondheid, verzorging, zelf actief/avontuurlijk bezig zijn.

'Lekker weg' met 49plussers

Recent onderzoek van het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) heeft aangetoond dat de 49plussers graag in Nederland willen reizen, omdat ze niet te ver van huis willen. Het eigen land is als vakantiebestemming vertrouwd, bekend en heeft goede voorzieningen.

'Grote interesse heeft die groep Nederlanders vooral voor, wat de Engelsen noemen, de countryside. In gewoon Nederlands betekent dat het platteland met zijn karakteristieke dorpjes, stadjes, landschap en horizon', aldus Maartje Schouten van het NBTC. En die countryside is niet alleen te vinden in Drenthe, Brabant of de Achterhoek. 'Ook in de drukke Randstad zijn er nog veel plekjes waar rust en zelfs ruimte is te vinden. Toeristisch gesproken is Nederland nog lang niet vol'. Een belangrijk punt is echter dat velen van die groep Nederlanders niet precies het nieuwste en leukste van 'Lekker weg in eigen land' weten te vinden. 'Er is zoveel aanbod, ze zien soms door de bomen het bos niet meer'. De groep Nederlandse 49plussers is in grootte niet gering. Nederland kent nu al ruim 5,1 miljoen landgenoten boven de 49 jaar en dat getal zal in de komende jaren fors groeien. Van de 18 miljoen vakanties in eigen land worden er 6,2 miljoen gehouden door deze actieve senioren en ook dat aantal zal sterk toenemen. Immers, het gaat veelal om mensen met relatief veel geld en ook veel vrije tijd. Binnen dat kader is het opmerkelijk dat nu zo'n 80 procent van de reclame-marketing zich richt op 49minners. 'Terwijl veel 49plussers juist meer informatie willen over uitjes en (korte) vakanties in eigen land'.

2.3. Ruimtelijke kwaliteit

Het product verblijfsrecreatie heeft een samengesteld karakter (zie bijlage 3). Concepten in de verblijfsrecreatie zijn sterk afgeleid van de kwaliteiten van de omgeving. Hierbij gaat het om aspecten van esthetiek, recreatieve belevings- en gebruikswaarde, hinder (geluid, stank, etc.), bereikbaarheid, positionering, etc.

Vanuit een verblijfsrecreatieve optiek zijn de aanknopingspunten in de ruimte voor de ontwikkeling van verblijfsrecreatie de volgende:

- Het gebied ligt in/aan de waterrijke Delta (dijken, polders, kernen, open water, getijden, etc.) en direct aan het riviereengebied. Het water, vooral ook in samenhang met de aanliggende vaargebieden (o.a. basis toervaart net), vormt een bijzonder potentieel voor de verblijfsrecreatie. De huidige structuur

van de verblijfsrecreatie met een dominante positie van de watersport bevestigt dit. Het verzilveren van het water door de verblijfsrecreatie vindt plaats aan de oevers en in de havens, dus op en aan het land. Kortom, daar waar een interactie tussen water en land kan bestaan, ligt een kans voor de verblijfsrecreatie;

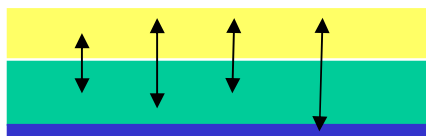
- Op het eiland zelf is er een onderscheid tussen een gebiedsdelen met een belangrijke stedelijke invloedssfeer (fysieke en mentale beleving) en een overwegend plattelandskarakter. Deze tweedeling is ook in het Ontwikkelingsprogramma Hoeksche Waard beschreven. De grens wordt, conform de waarschijnlijke begrenzing van het Nationaal Landschap, gelegd op de N217 (zie figuur 2.1). Uitgezonderd hotels, met een sterke oriëntatie op de zakelijk gebruiker, liggen de kansen voor verblijfsrecreatie met name in een groene omgeving met een landelijk karakter.

Figuur 2.1. Zonering stedelijk-landelijk



- Binnen het landelijke deelgebied ten zuiden van de N217 zijn te onderscheiden kernen, gebouwen en landschapseenheden. Voor de kernen en gebouwen gelden dat culturele kwaliteiten sterk de verblijfsrecreatieve potenties bepalen. Culturele kwaliteiten zijn: erfgoed, tradities, gastvrijheid, voorzieningen, levendigheid, etc. Voor de polders is de kwaliteitszonering reeds benoemd (zie figuur 1.3 bijlage 1). Er is sprake van een groot, aaneengesloten, open middengebied. Aan de randen van het gebied liggen verschillende landschapseenheden op een korte afstand naast elkaar. Deze verscheidenheid geeft een grotere belevingswaarde (droog-nat, open-dicht, hoog-laag, etc.) vooral als haaks op de gradiënt wordt bewogen (zie figuur 2.2.).

Figuur 2.2. Recreatieve beleving haaks op de landschappelijke gradiënt



- Als laatste punt kan worden genoemd dagrecreatieve voorzieningen, zoals wandel- en fietspaden, stranden, bezoekerscentra, veren en het Recreatieoord Binnenmaas.

Op basis van deze criteria kan, los van de reeds gevestigde bedrijven, als meest kansrijk de randzone van het gebied ten zuiden van de N217 worden aangewezen, en de kernen met havens en waterfronten als de parels daarbinnen. Waar de verblijfsrecreatie in de praktijk zal 'landen', hangt van vele

factoren af, zoals de mogelijkheden voor grondverwerving (timing, hectares, bruikbare gebouwen of infrastructuur, passende randvoorwaarden). Vanuit de markt is het eerder logisch te sturen op concepten (capaciteit, differentiatie) dan op locaties (zoals gangbaar voor woningbouw of bedrijven). Denken vanuit mogelijkheden en niet vanuit beperkingen is noodzakelijk maar vraagt een cultuuromslag.

2.4. Draagvlak omgeving

De verblijfsrecreatie genereert circa € 11 mln. aan bestedingen. In bijlage 3 wordt de sociaal-economische betekenis van de verblijfsrecreatie toegelicht. Naast werkgelegenheid (direct en indirect) heeft de bevolking profijt van het extra draagvlak voor meer en completere voorzieningen. Voor de overheden bestaan er inkomsten. Het openstellen voor publiek van natuur of agrarische bedrijven creëert ambassadeurs voor (de financiering van) het behoud.

Deze waarde van verblijfsrecreatie voor de omgeving komt alleen tot stand als de omgeving ook wordt opengesteld voor de recreant. Dit betekent: delen van ruimte en voorzieningen, gastvrijheid, etc. De mate waarin dat kan, wordt sterk bepaald door het:

- Sociale draagvlak;
- Fysieke draagvlak.

Sociale draagvlak

Het sociale draagvlak is te omschrijven als de acceptatie, de instemming van de bevolking, en daarmee de bestuurders, voor een beleid. Het sociale draagvlak laat zich afleiden uit meningen, de publieke opinie of het opinieklimaat.

Over het sociale draagvlak kan, zonder specifiek onderzoek, het volgende worden opgemerkt:

- Geen toeristische traditie: Het gebied heeft geen traditie in de verblijfsrecreatie, zoals in grote delen van de Delta. Hierdoor is er weinig gewenning aan extra bezoek en de pieken in het seizoen;
- NIMBY-effect: Een deel van de bevolking is forens. Vanuit de stad is men in een groen, landelijke omgeving komen wonen. Er is een behoudende houding (en daarmee een lage dynamiek) als het gaat om veranderingen ('rust, ruimte en groen') of het openstellen van gebieden en voorzieningen voor medegebruik (alleen 'kleinschalig');
- Waarden en normen: Er is sprake van een relatief besloten gemeenschap. Een deel van de bevolking is gelovig. Het respecteren van de normen en waarden is belangrijk, zoals de zondagsrust.

De verblijfsrecreatie zal zich passend binnen dit sociale draagvlak moeten ontwikkelen. Het draagvlak is naar verwachting relatief klein. Dit draagvlak is echter niet in-elastisch.

Voor veranderingen in het sociale draagvlak is het van belang dat de sector in staat is om de waarde van de verblijfsrecreatie beter te communiceren. Hiermee ontstaat een gedragen probleemperceptie of probleembesef. Dit vormt een legitimatie voor de overheid en andere actoren om aan oplossingen te werken. Bij overheidsbeleid is het belangrijk dat dit zich concentreert op waarden en issues die bij de bevolking daadwerkelijk leven. Vaak komen deze waarden en issues overeen met die van de verblijfsrecreant.

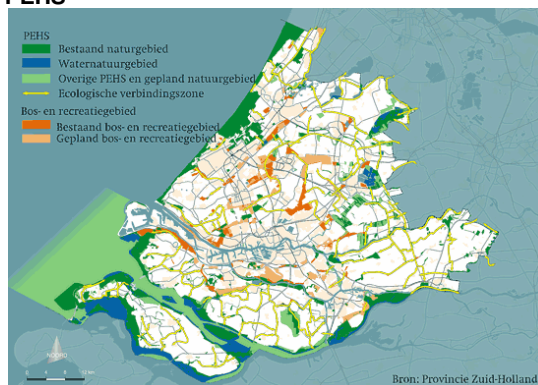
Fysieke draagvlak³

Het fysiek draagvlak omvat de mogelijkheden van een gebied om verblijfsrecreanten duurzaam te ontvangen zonder dat onevenredige schade in de omgeving wordt veroorzaakt. Hierbij gaat het om technische capaciteiten van o.a. de infrastructuur, de lengte van oevers en kade of de draagkracht van de bodem. Voor het Nationaal Landschap zijn ook de effecten op natuur en landschap van belang.

In relatie tot de natuur is het belangrijk om te stellen dat niet ieder ecosysteem en niet iedere component daarvan even gevoelig is voor een bepaalde factor. Gebieden kunnen dus niet zonder meer 'op slot' worden gedaan, maar maatwerk is vereist. Inzicht is vereist in de aanwezige natuurwaarden en de gevoeligheden van de natuurwaarden in relatie tot het gedrag van de recreant.

Een inventarisatie van de natuurwaarden valt buiten het bereik van deze studie. Kwetsbare gebieden zijn te herleiden aan de Provinciale Ecologische Hoofdstructuur (PEHS, figuur 2.3.), zoals Haringvliet, Tiengemeten, Korendijkse Slikken en Oudeland van Strijen.

Figuur 2.3. PEHS



Recreatie heeft verschillende effecten op natuur, zoals:

- Verstoring van broedvogels en grote zoogdieren. Daarbij gaan we uit van kritische perioden in de levenscycli, bijvoorbeeld het broedseizoen voor vogels, of de periode met jongen voor zoogdieren;
- Schade aan de vegetatie en fauna door bijvoorbeeld betreding of het plukken van planten;
- Verontreiniging van wateren.

Fietsen en wandelen belangrijkste activiteiten

Recreëren buiten verblijfsrecreatieterreinen heeft de meeste invloed op natuur in de omgeving van de verblijfsrecreatieterreinen. De belangrijkste vormen van recreatie buiten verblijfsrecreatieterreinen zijn wandelen en fietsen:

- Uit het onderzoek blijkt dat in het voor- en hoogseizoen gemiddeld anderhalf uur per dag wordt gewandeld. Uitgaande van een snelheid van gemiddeld 4 km/u komt dit overeen met een invloedssfeer van maximaal ± 3 km afstand tot verblijfsrecreatieterrein. Wandelen met honden wordt als een sterk negatieve invloed op natuur gezien;

³ De tekst is ontleend aan de expertise zoals in samenwerking met Grontmij is ontwikkeld voor een studie 'Groeï en krimp op de Veluwe', 2005

- Bij wandelen hangt de grootte van de druk samen met de afstand tot het verblijfsrecreatieterrein, bij fietsen niet. Daarbij is de bereikbaarheid van paden de belangrijkste factor. Betreding en verstoring door wandelen zal daarom in de buurt van verblijfsrecreatieterreinen groot zijn, door fietsen niet.

De onderstaande tabel geeft indicatief de invloedssfeer van verblijfsrecreatie weer:

Tabel 2.1. Invloedssfeer van verblijfsrecreatie

Afstand tot recreatieterrein	Type recreatie	Risico voor natuur
1. <i>Binnen</i> recreatieterrein	Zeer hoge recreatiedruk	• Vernietiging • Verstoring • Verontreiniging
2. <i>Tot 50 m</i> van recreatieterrein	Hoge recreatiedruk (intensief gebruik)	• Verstoring • Verontreiniging • Plukken • Betreding
3. <i>Tot 1 km</i> van recreatieterrein	Matige recreatiedruk (rondje om)	• Verstoring • Verontreiniging • Betreding
4. <i>Tot 3 km.</i> Van recreatieterrein	Extensieve recreatie	• Verstoring • Betreding

Bij aantasting van bestaande en beschermde ecologische kwaliteiten is compensatie aan de orde. Op afstanden groter dan 3 km is er sprake van een laag risico als gevolg van de grotere verspreiding. Op grotere afstanden zijn 'attracties' in de omgeving (bestemmingen) meer bepalend voor de recreatiedruk.

Maatregelen

Voor een goede inpassing zal, in gebieden waar daartoe aanleiding bestaat, in bedrijfsplannen aandacht bestaan voor de externe werking. Er bestaan diverse mogelijkheden (waarvan de haalbaarheid op bedrijfsniveau moet worden bepaald) om in het concept en de inrichting van het terrein sturing te geven aan de effecten op de directe omgeving, zoals:

- **Extensivering:** Door het aantal slaapplekken omlaag te brengen, verkleint de invloedssfeer van de externe werking. De opgave is om bij een extensivering de omzet op peil te houden, bijvoorbeeld door hogere prijzen en meer (betaalde) services aan te bieden;
- **Voorzieningen op het terrein:** Recreatiebedrijven met een hoger voorzieningenniveau houden hun gasten meer op het eigen terrein. Dit komt ten goede aan de rust van de natuur;
- **Doelgroepen:** Goed stuurbare doelgroepen (zoals gezinnen met kinderen en 65+) zijn meer voorspelbaar in hun gedrag en makkelijker te weren uit kwetsbare gebieden. Natuurlijk is dit geen algemeen geldende regel en kan voorlichting over de kwetsbaarheid in bepaalde perioden en gebieden de verstoring ook verminderen;
- **Zonering in de tijd – seizoensspreiding:** De kwetsbare perioden in het jaar voor de natuur (broedseizoen, periode met jongen) valt gelijk met de piekbelasting op de recreatiebedrijven. De draagkracht van de natuur buiten deze kwetsbare perioden is nog hoog (in het najaar, de winter en de vroege lente);
- **Duurzaamheidsaspecten:** Het parkbeheer kan zich op veel manieren richten op een duurzame bedrijfsvoering. Gedacht kan worden aan tegengaan van verontreiniging van water, hergebruik van water, afvalverwerking, energieverbruik, etc. Door de sector zelf is de Milieubarometer

geïntroduceerd als een middel om de milieuprestaties te meten en te communiceren naar de gasten;

- Ruimtelijke zonering: De recreanten kunnen door middel van een zonering uit gevoelige gebieden worden geweerd. Hierbij kan een onderscheid worden gemaakt tussen een zonering in de tijd (zoals bij seizoensspreiding als aan bod is geweest) en in de ruimte. Hierbij kan gedacht worden aan een aantrekkelijke en afwisselende padenstructuur in de nabijheid van het kampeerterein en op afstand van de gevoelige natuur, aan rustzones voor fauna door afscherming van recreanten, of aan het verminderen van het aantal uitgangen nabij kwetsbare natuur.

2.5. Conclusies

Op basis van de analyse van de marktcontext en de ruimtelijke context voor de verblijfsrecreatieve ontwikkelingen kan het volgende worden geconcludeerd:

- Naar potenties bestaat er een gedifferentieerd beeld naar vormen van verblijfsrecreatie. Indien er een sterk marktvolgende strategie bestaat, is het perspectief niet positief. Echter, de markt is groot en er zijn reële groeimogelijkheden (segmentatie) voor het verwerven van een eigen marktpositie;
- De grootste kansen bestaan in de vraag naar recreatie in het 'groen' vanuit de steden. De Hoeksche Waard krijgt de rol van 'urban wood' voor de stedelijke bevolking uit de omliggende gemeenten;
- Daarnaast kunnen bijzondere overnachtingsmogelijkheden nichemarkten in Nederland, en eventueel Vlaanderen, aanboren;
- De grootste potenties voor een marktconforme ontwikkeling van verblijfsrecreatie Hoeksche Waard bestaan aan de waterrijke randen in de regio (landschappelijke overgangen, gebruikswaarde), met name in combinatie met kernen (cultuur, voorzieningen);
- De ontwikkeling van verblijfsrecreatie, met name aan de zuidrand, zal in goede afstemming met de omgeving moeten plaatsvinden. Dit is maatwerk vanuit een marktgerichte benadering, waarbij niet het product centraal staat maar de (bestaande en potentiële) gast;
- Omdat het draagvlak (perceptie van lusten en lasten) niet overschat mag worden en er sprake is van 'dure' grond, zal de sector zelf toegevoegde waarde moeten ontwikkelen voor andere belangen (o.a. grondeigenaren, burgers, landbouw, natuur, cultuur). Dit vereist een integrale benadering en verantwoord ondernemerschap.

3. Alternatieve strategieën

3.1. Inleiding

Om te komen tot een rode draad voor de ontwikkeling van de verblijfsrecreatie in de Hoeksche Waard worden in dit hoofdstuk:

- Op een kernachtige wijze een SWOT-analyse gepresenteerd die resulteert in randvoorwaarden voor de ontwikkeling (3.2.);
- Een drietal strategieën beschreven (3.3);
- En vervolgens afgewogen, wat uitmondt in een advies (3.4.)

Ontwikkelen van beleid maakt ook handhaving daarvan noodzakelijk. Dit betekent dat de visie wordt uitgedragen naar de afdelingen en organisaties die zijn belast met het vergunningenbeleid. Door juiste prioriteiten te stellen, is uitvoering (controleren, sanctioneren) mogelijk.

3.2. SWOT

De sterkte/zwakte analyse is gericht op het product Hoeksche Waard en de analyse van kansen en bedreigingen op de markt en externe omgeving. Onderstaand schema geeft de belangrijkste resultaten kernachtig weer

Tabel 3.1. Resultaten SWOT-analyse

Sterkten	Zwakten
• Platteland onder rook Rijnmond/Drechtsteden • Onderdeel Delta (landschappelijk/cultureel) • Waterrijke randen met uiteenlopende nautische kwaliteit • Samenhangende recreatieve infrastructuur	• Geen traditioneel vakantiegebied (onbekend) • Toeristische recreatieve ontwikkeling moet nog plaatsvinden • Draagvlak voor voorzieningen is nog beperkt (omvang/versnippering) • Recreatieve belevingswaarde grote delen landschap matig • Sociaal draagvlak
Kansen	Bedreigingen
• Middelen beschikbaar voor groen-blauwe impuls • Behoeftte stedelijke huishoudens aan verblijf in groen • Groei in watersport • Groeiende belangstelling voor bijzonder slapen • Omvorming Tiengemetten tot natuureiland (icoon?) • Initiatieven tot meer afstemming lokale overheden	• Stagnatie en verzadiging in verschillende verblijfsmarkten, zonder marktgerichte differentiatie weinig perspectief • Voortgaande schaalvergroting in landbouwsector of ongecontroleerde en weinig marktgerichte verbreding • Recreatieve waarde van robuuste natuur • Verdringing van verblijfsrecreatieve exploitaties door vastgoed als gevolg van een te lage productiviteit • Doorgaande verstedelijking Hoeksche Waard door wonen, werken en infrastructuur • Noodzakelijke mobiliteit van grond komt niet tot stand of tegen hoge prijzen • Vanuit perspectief verblijfsrecreatie is bij overheid sprake van “veelkoppig monster”

Thans liggen de belangrijkste kwaliteiten voor de ontwikkeling van verblijfsrecreatie aan de randen van het gebied. De synergie tussen het open water en de vitaliteit van de regio is moeizaam te ontwikkelen door bestaande kwetsbaarheden en beschikbare infrastructuur. Wil de Hoeksche Waard de verblijfsrecreatie een pijler laten zijn voor de vitaliteitagenda, dan zullen ook de andere vormen van verblijfsrecreatie tot ontwikkeling gebracht moeten worden. Om dit bereiken is transformatie noodzakelijk.

Uit de voorgaande analyses mag blijken dat er voldoende reële aanknopingspunten bestaan voor een verblijfsrecreatieve ontwikkeling. De belangrijkste randvoorwaarden zijn:

Tabel 3.2. Randvoorwaarden

<i>Uit analyse:</i>	<i>Randvoorwaarden:</i>
• Groter gronddruk door nabijheid stad • Identiteit: 'landelijk', christelijke waarden en normen • Huidige gasten: eenvoudig, rustig, pretentieloos • Economisch draagvlak: sterke versnippering en kleinschaligheid	➤ Hoge productiviteit ➤ Niet te mondain
• Kansrijke markten: recreatie stedelijke bevolking • Kansrijke markten: 'second home', korte vakanties/uitjes, kleine groepen, watersport • Thema's: actief, gezond, comfort, avontuur, verzorging, zingeving, leren	➤ Niet consumptief, vooral convenience ➤ Concentratie: kritische massa, draagvlak voor voorzieningen en integrale exploitatie dag/verblijf uitlokken ➤ Hoge belevingswaarde, schaalniveau ➤ Differentiatie verblijfsaccommodaties ➤ Formules sluiten hierop aan

3.3. Alternatieven

Vanuit de analyse zijn een drietal strategieën ontwikkeld voor een duurzame ontwikkeling van verblijfsrecreatie. De strategieën zijn gebaseerd op Ansoff's Product-/Marktmatrix (zie ook bijlage 8):

Tabel 3.3. Product-/Marktmatrix

	Product	Bestaand	Nieuw
Markt			
Bestaand		Marktpenetratie	Productontwikkeling
Nieuw		Marktontwikkeling	Diversificatie

Onderstaand worden drie alternatieven beschreven die richting geven aan een beleid voor de verblijfsrecreatie. De drie alternatieven zijn:

- Marktpenetratie: 'Recreatief stedelijk achterland' (3.3.1).
- Productontwikkeling: 'Gezonde sector' (3.3.2);
- Marktontwikkeling: 'Krachtige toeristische regio' (3.3.3);

3.3.1. 'Recreatief stedelijk achterland'

- *Doel: identiteitsversterking*
Het eerste alternatief gaat uit van een duurzame en onderscheidende ontwikkeling/innovatie van het totale toeristisch product, zodat beter wordt aangesloten op de motieven en voorkeuren van de 'recreanten in de grote, nabij-markten' anno 2010.

Nederlanders zien veel mogelijkheden in platteland als recreatiegebied

De meeste Nederlanders zien veel mogelijkheden in het platteland als recreatiegebied, zo blijkt uit onderzoek in opdracht van het ministerie van LNV. Veel consumenten bezoeken het platteland om er te recreëren. In de zomer is driekwart er gemiddeld 1 keer per week te vinden, vanwege de rust en ontspanning (92%) en de gezondheid en frisse lucht (87%). Bijna alle Nederlanders (94%) vinden het platteland belangrijk voor Nederland. Toch bezoekt niet iedereen het platteland. Met name stedelingen gaan zelden naar het platteland, omdat ze niet weten wat er te doen is. Daarnaast vinden ze het te ver en kunnen ze moeilijk de stad uit komen. Liever recreëren ze in bijvoorbeeld de Ardennen, omdat daar het landschap anders is en zij zich daar in het buitenland voelen terwijl het toch dichtbij is. Volgens het LNV Consumentenpanel zouden stedelingen meer op het platteland recreëren, als zij weten wat er te doen is. Het Consumentenplatform vindt dan ook dat ondernemers op het platteland hun producten beter op de kaart moeten zetten.

Bron : Recreatie & Toerisme

- *Opgave: ontginnen*
De ontwikkeling van verblijfsrecreatie begint met het werken aan het vergroten van de recreatieve belevingswaarde en gebruikswaarde van (delen) van de Hoeksche Waard. Het accent ligt hierbij op dagrecreatie (dichtbij markten) en bijzondere vormen van logies (nichemarkten). De verblijfsrecreatieve ontwikkelingen versterken de onderscheidende identiteit en ondersteunen de integrale exploitatie van dagrecreatieve voorzieningen. Voor dagrecreatie zijn een belevingswaarde en capaciteit beschikbaar voor activiteiten van tenminste een dagdeel. Er zijn daarom bijvoorbeeld:
 - vele mogelijkheden om te 'doen';
 - bijzondere plekken om te spelen of te genieten ('tenminste anders dan dicht bij huis');
 - locaties en infrastructuur (grote differentiatie naar o.a. afstanden, type verhardingen, omgeving, thema, comfort) voor (soft active) sporten in het groen, zoals golf, paardrijden, fietsen, wandelen, varen, zwemmen, etc.

In het gebied zijn enkele centrale belevingsplekken. Door het aanbod te concentreren wordt eerder de kritische massa voor een gezonde exploitatie bereikt. Voor de recreant zijn deze plekken duidelijke doelen tijdens een dagje uit en een logisch begin- of eindpunt. Het recreatief gebruik van de omgeving kan hierdoor meer gestuurd en gezoneerd worden. Voor de thematieken van de centrale punten en bestemmingen op het eiland (de belevingsplekken) kan gedacht worden aan:

- Verstillen: monument, kreek, vergezicht, natuurgebied;
 - Actief: speeltuin, oevers, kanosteiger, trapveld, sport;
 - Genieten: restaurant, pannenkoekenhuis, museum, picknick, 'bij de boer', terras.
- *Randvoorwaarden: identiteitversterking en kwaliteit*
Om te voorzien in de groeiende behoefte aan een bijzonder verblijf in het 'groen' ontstaat een grote differentiatie aan verblijfsrecreatieve mogelijkheden. De verblijfsrecreatie sluit aan op de recreatieve

gebruiksmogelijkheden in de omgeving en bij voorkeur is er sprake van integrale exploitaties. Met name identiteitsversterkende activiteiten en voorzieningen, zoals logeren bij boer, B&B, waterrecreatie, worden ondersteund. In hoofdstuk 4 is voor het kleinschalig kamperen een regeling beschreven, en is het principe van toegevoegde waarde eveneens van toepassing. Hierbij staan niet primair de bedrijfseconomische aspecten centraal (immers, het zijn vaak neveninkomsten), maar de mate waarin aansluiting wordt gevonden bij en vernieuwingsimpulsen worden gegeven aan de ruimtelijke en culturele kwaliteiten en de bruikbaarheid daarvan voor de recreant.

In het bijzonder wordt gericht op het hergebruik van de vrijkomende agrarische bedrijfsgebouwen. Door de voortschrijdende schaalvergroting en bedrijfsbeëindigingen in de akkerbouw in de Hoeksche Waard komen soms omvangrijke agrarische bedrijfsgebouwen vrij. De huidige praktijk is dat vrijkomende agrarisch bebouwing door particulieren wordt gekocht en de dienstwoning wordt omgezet in een burgerwoning. Bij het omzetten van vrijkomende agrarische bebouwing worden onderscheiden beeldbepalende, cultuurhistorisch waardevolle bebouwing en niet beeldbepalende bebouwing. Een inventarisatie zal de cultuurhistorische waarde van de bebouwing moeten benoemen. Wonen is een geschikte vorm van (her)gebruik van vrijkomende beeldbepalende cultuurhistorisch waardevolle agrarische bebouwing, waarmee behoud van de bebouwing gestimuleerd wordt. Ook 'second homes' zijn hierbij denkbaar of splitsing in appartementen. Voor niet-beeldbepalende vrijkomende agrarisch bebouwing/bouwkavels zijn regeling als 'ruimte voor ruimte' ontwikkeld, zodat één of meerdere woningen met een architectuur die passend is bij de omgeving kunnen ontstaan. Het verblijfsrecreatief gebruik wordt met name bevorderd nabij de kernen en gekoppeld aan toeristisch-recreatieve structuren, zoals het fietsknooppuntensysteem.

Toch zeggen dergelijke voorwaarden weinig over de werkelijke slagingskansen. Deze worden vooral bepaald door het creatieve ondernemerschap. Daarom wordt voorgesteld op ruimhartige wijze initiatieven te faciliteren in de verwachting dat goede initiatieven zullen overleven. Daarom is het devies: het lage fruit plukken, mits van passende kwaliteit.

Vernieuwing op het platteland komt van onderop

Het Nederlandse platteland is vitaal en vervult een belangrijke rol in de nationale economie. Plaatselijk kunnen er wel knelpunten zijn, zoals een tekort aan banen of aan woonruimte, verrommeling van natuur en landschap of verschraling van voorzieningen in dorpen. Vernieuwend ondernemerschap en betrokken burgerschap blijken op tal van plaatsen de sleutel voor het oplossen van deze knelpunten. Lokale overheden kunnen daaraan bijdragen door actief mee te denken met burgers en ondernemers en ruimte te bieden aan hun initiatieven.

Bron: Kansen voor het platteland, SER, 2005

- **Locaties: 'lage fruit plukken'**

Faciliteren van nieuwe ontwikkelingen, en daarmee het genereren van nieuwe dynamiek en identiteitsversterking, vormen de hoofddoelstellingen. Nieuwe initiatieven doen zich voor in zeer verschillende vormen en maten. Daarom is het niet logisch te kiezen voor een plan dat exact aangeeft wat op welke plaats wel en niet kan. Flexibiliteit is noodzakelijk om op nieuwe ontwikkelingen te kunnen inspelen. Tegelijkertijd geldt dat die nieuwe initiatieven niet ten koste mogen gaan van de ruimtelijke kwaliteit. Omdat deze kwaliteiten niet overal in gelijke mate aanwezig zijn, dient ook niet

overal op gelijke wijze met de omgevingskwaliteiten omgegaan te worden. Maatwerk is vereist.

3.3.2. 'Gezonde sector'

- **Doel: kwaliteitsverbetering**
In de afgelopen jaren heeft het gebied een aanzienlijk groei gerealiseerd in toeristisch-recreatieve bestedingen (zie bijlage 5.4.). Inmiddels is de economische betekenis van de verblijfsrecreatie in de Hoeksche Waard te ramen op € 11 mln. De afgelopen jaren is er een gemiddelde groei van de omzet gerealiseerd van ruim 10 % per jaar. Deze ontwikkeling geeft profijt voor de gemeenschap door de directe en indirecte economische impulsen.
- **Opgave: vergroten productiviteit**
Voor de vitaliteit van de gemeenschap en een gezonde sector is een verdere omzetgroei nodig. Op basis van de gerealiseerde groei wordt als ambitieniveau gesteld een verdubbeling voor de komende 10 jaar. Deze groei komt voor 50% voort uit hogere bestedingen (betere prijzen, meer vermaak en voorzieningen in de omgeving) en voor 50% uit toename van de capaciteit. Een groei van circa € 6 mln. uit capaciteit komt overeen (op basis van bestedingen van heden, excl. aankoop duurzame goederen) met:
 - 1.000 tot 1.500 kampeerplaatsen, of
 - 300-350 bungalows (goede kwaliteit, toeristisch gebruik), of
 - 1.500 ligplaatsen, of
 - Een mix daarvan.

Hotel-camping-eetgelegenheid

Temidden van de weidse Friese ruimte, omringd door vele eeuwenoude terpdorpjes, vindt u WeidumerHout.

- WeidumerHout is een eigenzinnig driesterren hotel met een uitgesproken landelijke ligging en is daarmee zeer rustig. Voor de wat guurdere momenten is er een lounge met bibliotheek, of kunt U onze sauna-accommodatie dan wel solarium reserveren;
- Op onze kleinschalige toeristische camping (30 plaatsen), geclassificeerd met 3 sterren, vindt u alle gebruikelijke voorzieningen, zoals o.a. een wasserette, babywasruimte, speelvoorzieningen en telefooncel;
- In onze eetzaal of bij mooi weer op ons bloemrijke terras, kunt u desgewenst van het ontbijt en lunch tot en met kopje-koffie-na-de-maaltijd genieten;
- Onze verhuurvloot bestaat voornamelijk uit eenpersoons kajaks. Tevens hebben we enkele Canadese kano's en kinder-, zee- en expeditiekano's;
- Bezettingsgraad: in de zomer 100%, gemiddeld in het hele jaar rond de 45%;
- Opbouw omzet: hotelovernachtingen 34%, staangeld 16% en horeca 50%.

Bron: www.Weidumerhout.nl/Financieel Dagblad, 24-09-'05

- **Randvoorwaarden: toegevoegde waarde**
Voor deze ontwikkeling ligt het primaat bij bestaande bedrijven en voorzieningen in het gebied. Zij worden in de gelegenheid gesteld een kwaliteitsimpuls te realiseren. Om deze kansen voor de professionele sector te optimaliseren, is het gewenst om het 'kamperen bij de boer' te quoteren. Per gemeente kunnen maximaal 3 tot 4 kleinschalige kampeerbedrijven worden toegestaan. Uitgangspunt is de vraag vanuit de toeristische markt naar deze vorm van kamperen en niet de economische ontwikkeling van de agrarische sector. Verder is het principe van toegevoegde waarde van toepassing (zie hoofdstuk 4).

Een deel van de opgave kan worden ingevuld op basis van de initiatieven

zoals uit de bedrijfsenquête zijn gebleken (totaal circa 1.000 verblijfseenheden). Deze initiatieven zijn inhoudelijk niet beoordeeld. Het is wenselijk om met name die initiatieven te honoreren die ruimtelijk en economisch een meerwaarde hebben. Het is daarom van belang dat haalbare plannen beschikbaar komen. De beoordeling wordt uitgevoerd vanuit een 'één loket'-gedachte.

- *Locaties: aansluitend op bestaand*
De ontwikkeling gaat uit van de bestaande verblijfsrecreatieve bedrijvigheid. Figuur 2.1. in bijlage 2 geeft de denkbare locaties op basis van de beschikbare data globaal weer. De ontwikkeling is met name betekenisvol als synergie kan ontstaan tussen dag- en verblijfsrecreatie. Daarom is het wenselijk dat de ontwikkelingen aan of bij bestaande bezoekersstromen in het gebied worden bevorderd. Een voorbeeld hiervan is het fietsknooppuntensysteem.

3.3.3. 'Krachtige toeristische regio'

- *Doel: impuls economische pijler*
De 'Krachtige toeristische regio' richt zich op het genereren van voldoende bezoekers op het eiland (nadruk op landgebonden recreanten), als basis (kritische massa) voor belevingswaarde, exploitatie van ondersteunende voorzieningen en marketing.

Op basis van ervaringscijfers wordt een drempelwaarde gesteld op 7.500 verblijfsrecreanten (excl. watersporters). Om dit te genereren zullen circa 2.500 tot 3.000 eenheden (camping, huisjes, kamers) beschikbaar moeten zijn met hoofdzakelijk een toeristisch karakter (wisselend gebruik).

- *Opgave: kritische massa*
Het bestaande aanbod eenheden (vast en toeristisch, excl. watersport) bedraagt circa 900 eenheden. Om het ambitieniveau voor een zelfstandige verblijfsrecreatieve regio ('op de kaart') te realiseren, zijn aanvullende circa 1.800 eenheden nodig.
Er bestaan initiatieven (op basis van de bedrijfsenquête) voor circa 400 eenheden (excl. watersport). Hierbij is (nog) geen rekening gehouden met initiatieven zoals Parc Binnenmaas, Molenpolder Cromstrijen of Swaneblake. Resteert een extra impuls van 1.400 eenheden. Indicatief zou een volgend programma opgezet kunnen worden voor de extra eenheden:
 - 900 eenheden in twee of drie bungalowparken;
 - 100 eenheden in één of twee hotels;
 - 400 eenheden in een chaletpark/kampeerbedrijf.

Aanvullend hierop kan de watersport zich ontwikkelen tot eigentijdse watersportcentra, dit eventueel gekoppeld aan vastgoedontwikkelingen in de waterfronten van kernen. Een watersportcentrum bestaat uit een nautische boulevard waaraan diverse winkels, showrooms of dienstverleners zijn gevestigd op het gebied van watersport. Te denken valt bijvoorbeeld aan showrooms (boten), trainingslocatie, makelaardij, reparatiebedrijven etc.

- *Randvoorwaarden: waarborgen exploitatie*
Voor een succesvolle ontwikkeling dient rekening gehouden te worden met een voldoende differentiatie in het aanbod van (toeristische) eenheden. Tevens is vanwege de schaal en omvang van deze projecten een grote mate

van professionaliteit noodzakelijk. Voor de marktbewerking is daarnaast aansluiting bij een ketenbedrijf sterk gewenst.

- **Toetsingscriteria: 'plussen'**
Voor de nieuwe ontwikkelingen is het van belang dat tenminste wordt voldaan aan de vigerende beleidskaders. Naast het contourenbeleid zijn waarborgen voor een bedrijfsmatige exploitatie van belang. De handhavinglast zal hierdoor afnemen. Voor de realisatie van de complexen zijn grote investeringen noodzakelijk. Daarnaast is het maatschappelijke draagvlak een aandachtspunt. Daarom is een integrale ontwikkeling het uitgangspunt. Gekozen is voor het principe van toegevoegde waarde ('plussen'). Hierdoor geeft de ontwikkeling een stimulans aan de ruimtelijke kwaliteit en de leefbaarheid in de kern. In hoofdstuk 4 wordt op dit principe verder ingegaan.
- **Locaties: synergie omgeving en exploitatie**
In hoofdstuk 2 is reeds beschreven waar de aanknopingspunten liggen voor ontwikkeling van verblijfsrecreatie. De haalbaarheid van de verblijfsrecreatieve ontwikkeling is sterk afhankelijk van de kritische massa en het management. Investeerders zullen vooral ook kijken naar de locatie. Vanuit criteria van markt en exploitatie worden daarom projecten gestimuleerd bij het (open) water en nabij kernen. Op deze wijze worden de grote open ruimte gehandhaafd. Per locatie kan een onderscheidende positionering worden gekozen door thema's zoals waterfront, wellness (o.a. verzorging, gezondheid), genieten (o.a. verwennen, culinair), ontdekken (o.a. natuur, boerenland, tuinen) of sport (o.a. golf, varen).

3.4. Afweging van alternatieven

Wegingcriteria

In het voorgaande zijn een drietal alternatieven beschreven om het toeristisch-recreatieve product Hoeksche Waard te versterken. De beoordeling van een voorkeursstrategie dient plaats te vinden vanuit een groot aantal aspecten. Een afweging van denkbare effecten is ontwikkeld. Hierbij zijn de volgende aspecten betrokken:

- Banen: het effect op de werkgelegenheid;
- Identiteit: de mate waarin een eigen, heldere, toeristisch-recreatieve identiteit voor de Hoeksche Waard wordt ontwikkeld (o.a. open, cultuur, waterrijk, polder);
- Productiviteit: de verbetering van rendementen en het duurzaam ondernemerschap (continuïteit);
- Effect op natuur: de belasting voor de natuur voornamelijk door ongecontroleerd betreding. Een sterke, eenzijdige concentratie van het bezoek aan kwetsbare natuurgebieden (vaak in korte perioden) belast de omgeving sterker;
- Landbouw: impulsen voor de landbouwsector, om waar nodig te komen tot verbreding van bedrijfsactiviteiten;
- Ruimtebeslag: de extra ruimte vooral in het (groene, agrarische) buitengebied en kwetsbare natuurgebieden.

Matrix van 'plussen en minnen'

In het onderstaande schema is een indicatieve afweging van de effecten (positief, neutraal of negatief) van verschillende alternatieven weergegeven.

Tabel 3.4. Afwegingsmatrix

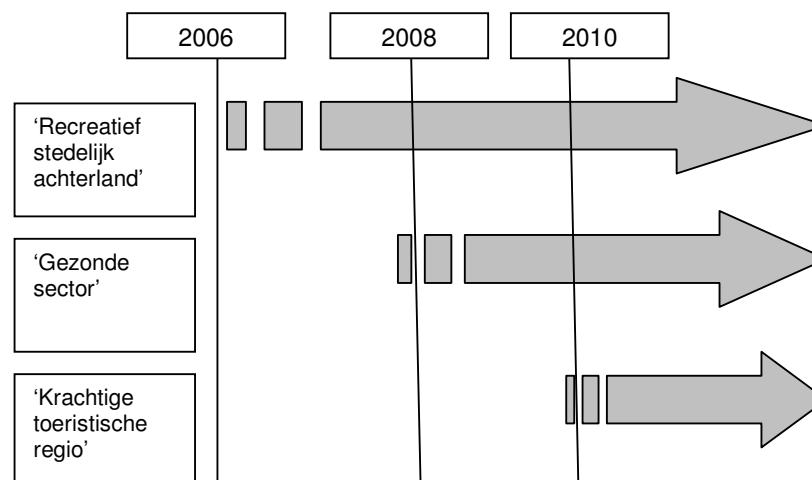
	<i>'Krachtige toeristische regio'</i>	<i>'Gezonde sector'</i>	<i>'Recreatief stedelijk achterland'</i>
Banen	++	+	0
Identiteit	+	+	++
Productiviteit	++	+	-
Natuur	+/-	0	-
Landbouw	+	0	+
Ruimtebeslag	0/-	-	0/-

Stap voor stap naar een haalbare verblijfsrecreatieve ontwikkeling

Omdat het toeristisch-recreatief product feitelijk nog tot ontwikkeling moet komen, is het investeren in en kiezen voor een scherpe koers thans risicovol. De markt laat zich niet forceren maar moet eerder worden verleid. Het creëren van draagvlak en de afstemming tussen de overheden (cultuuromslag) vragen enige doorlooptijd.

Het is daarom raadzaam om eerst 'op koers' te komen. Dit betekent een meer geleidelijke ontwikkeling. Voortbouwend op al bestaande initiatieven kan begonnen worden met het krachtig uitwerken van het 'Recreatief stedelijk achterland'. Als er stromen zijn gecreëerd en er ontstaat een identiteit, dan kan aan de alternatieven 'Gezonde sector' en 'Krachtige toeristische regio' worden gewerkt. Voor deze alternatieven geldt dat voor 'Gezonde sector' partijen in het gebied reeds aanwezig zijn. Terwijl voor 'Krachtige toeristische regio' nieuwe partijen en middelen noodzakelijk zijn, en een projectmatige en integrale aanpak het uitgangspunt is.

Voor de komende periode van circa 10 jaar kan als volgt uitvoering worden gegeven aan de ontwikkeling van de verblijfsrecreatie:

Tabel 3.5. 'Rode draad'

In bijlage 9 is voor de thans bekende initiatieven bepaald binnen welke strategie deze passen.

4. Behoud door ontwikkeling

4.1. Inleiding

‘Behoud door ontwikkeling’ is het uitgangspunt voor het ruimtelijk beleid. In het Ontwikkelingsprogramma Hoeksche Waard worden de als belangrijke uitgangspunten voor de ontwikkeling van het gebied krachtig benoemd:

- De gelijktijdige investering in de omgevingskwaliteit of de ruimtelijke kwaliteit is voorwaarde voor het bieden van de gewenste ontwikkelingsmogelijkheden;
- Het landschap als basis voor de ontwikkeling.

In dit hoofdstuk wordt beschreven op welke wijze bij de ontwikkeling van verblijfsrecreatie hieraan een duurzame invulling kan worden gegeven.

Achtereenvolgens is ingegaan op:

- Toegevoegde waarde voor exploitatie en omgeving (4.2);
- Bedrijfsplannen (4.3);
- Kleinschalig kamperen (4.4);
- Onafhankelijk toetsing (4.5).

4.2. Toegevoegde waarde voor exploitatie en omgeving

‘Behoud door ontwikkeling’ betekent voor de ontwikkeling van de verblijfsrecreatie (bijv. uitbreiding en nieuwsvestiging van verblijfsrecreatie, hotelvestiging, kleinschalig kamperen, jachthavenontwikkeling) dat een synergetische afstemming met de landschappelijke en/of culturele omgeving moet bestaan. De uitwerkingen hiervan kunnen sterk uiteenlopen: bijdrage aan het behoud en herstel van erfgoed, streekeigen architectuur en inrichting (redelijke eisen van welstand), bijdrage aan natuurontwikkeling, -beheer en -behoud, bijdrage aan waterhuishouding, publieke toegankelijkheid voorzieningen (o.a. horeca, zwembad, speeltuin, steigers), etc.

Van belang is dat er sprake is van een balans met de bedrijfsmatige mogelijkheden, anders worden initiatieven onevenredig belast. De gelijktijdige investering is voorwaarde voor het bieden van de gewenste ontwikkelingsmogelijkheden. De betekenis en haalbaarheid van te creëren toegevoegde waarde wordt bepaald door aspecten zoals:

- De aard en omvang van het project en de benodigde investeringen;
- De mate waarin dit past bij de functie van de omgeving;
- De mate van aantasting van de omgevingskwaliteiten;
- De maatschappelijke en/of economische betekenis.

Hiermee ontstaan ‘plussen’ voor (of synergie met) de omgeving en wordt de sector partner bij de ontwikkeling en het beheer van het Nationaal Landschap. Deze ‘plussen’ gelden niet alleen voor de omgeving, maar zijn profijtelijk voor de exploitatie zelf:

- De kwaliteit in relatie tot de omgeving wordt gewaardeerd door de gast en vetaalt zich potentieel in hogere omzetten;
- Verbreding op bedrijfsniveau is mogelijk door het aanhaken bij meerdere geldbronnen (zoals Projectenboek GroenBlauw) en markten. Met name het creëren van praktische allianties is dé opgave voor de sector.

Een onafhankelijke toetsingscommissie (zie 4.5.) kan de toegevoegde waarde objectiveren.

Vanuit de uitgangspunten voor een dynamisch en leefbaar Nationaal Landschap en de aard van de verblijfsrecreatieve exploitaties (geen vastgoed, maar diensten voor regionale en bovenregionale consumentenmarkten!), zal geen bijdrage geheven moeten worden aan een op te richten regiofonds. Eenduidig is gesteld dat dit fonds wordt gevoed door de uitgifte van grond voor bovenregionale ontwikkelingen, zoals bedrijventerrein, woningbouw en glastuinbouw, te belasten. Het fonds is bestemd voor (mede-)investeringen in projecten (zoals te benoemen in het Projectenboek GroenBlauw) van regionaal belang op het terrein van landschapsinrichting, landschapsreconstructie en regionale voorzieningen voor toerisme en recreatie. De maatregelen kunnen door de inbreng vanuit de sector een grotere waarde krijgen.

In bijlage 10 is het standpunt van RECRON⁴ inzake compensatieregelingen opgenomen.

Duurzame bedrijfsvoering

De recreatiesector, die vaak met een been in het 'groen' en met een been in het 'rood' staat, staat op het platteland voor de opgave de groei goed in te passen in de groene ruimte. De kwaliteit van de groene ruimte is immers het kapitaal van de recreatie aldaar.
Bron: Kansen voor het platteland, SER, 2005

4.3. Bedrijfsplannen

Criteria

De bestaande ondernemers worden uitgenodigd om plannen in te dienen voor uitbreiding gericht op capaciteit en kwaliteit. Van belang is dat 'niet meer van hetzelfde' ontstaat en er een stimulans bestaat voor de vitaliteit van het gebied. Daarom zijn een aantal criteria opgesteld voor de beoordeling bedrijfsplannen:

- **Professionaliteit:** De kwaliteit van het gastheerschap wordt in belangrijke mate beïnvloed door de professionaliteit van de onderneming. Als belangrijke parameters zijn benoemd: ingeschreven staan in het beroepsregister (handelsregister), het ondernemerschap is een voltijdbaan i.p.v. deeltijd of nevenactiviteit, de continuïteit (opvolging) is gewaarborgd;
- **Potentiële toeristische capaciteit:** Verschillende vormen van verblijf kennen een uiteenlopend, potentieel aantal overnachtingen per jaar en per hectare. Dit heeft in belangrijke mate te maken met de bruikbaarheid van accommodaties gedurende het gehele jaar. Een potentiële overnachting heeft weer een economische betekenis in bestedingen op het park en daarbuiten. Hoe groter het aantal potentiële overnachtingen, des te groter het profijt dat kan bestaan;
- **Productiviteit:** Naast een potentieel aantal overnachtingen dat is te ramen op basis van kengetallen, is het belangrijk om ook inzicht te hebben in de mate waarin dit ook werkelijk wordt gerealiseerd. Een graadmeter is de gerealiseerde productiviteit (of omzet per ha.) op het bestaande bedrijf. Van

⁴ RECRON, de Vereniging van Recreatieondernemers Nederland, streeft naar een zo optimaal mogelijk ondernemersklimaat in de recreatiebranche en behartigt de collectieve en individuele belangen van de leden.

een bedrijf dat thans reeds een hoge productiviteit weet te realiseren, mag worden verwacht dat dit ook op de uitbreiding mogelijk kan zijn. Voor bedrijven met een lage productiviteit kan een prioriteit eerst gelegd worden bij het verbeteren van de productiviteit van het bestaande bedrijf. Voor kampeerbedrijven, logiesbedrijven en bungalowparken zijn richtlijn voor productiviteit te ontwikkelen. Voor gemengde bedrijven en voor de watersport is sprake van een meer complexe situatie. Een nader afbakening is noodzakelijk (definities, activiteiten, etc.). Om op een transparante wijze tot een beoordeling voor de verblijfsrecreatie in de Hoeksche Waard te komen is aanvullend onderzoek voor dit aspect noodzakelijk;

- Evenwichtige product/marktmix: In algemeenheid is het minder gewenst om in een te grote eenzijdige marktoriëntatie te bevorderen. Dit maakt het gebied kwetsbaar voor marktontwikkelingen en beperkt de levendigheid. Voor het totale gebied geldt als uitgangspunt dat het aandeel eenheden voor vaste gebruikers niet meer mag bedragen dan 70% (excl. watersport);
- Gezonde financieringsbasis: De uitbreiding van de capaciteit vergt aanzienlijke investeringen van de ondernemingen voor bijvoorbeeld, grondverwerving, infrastructuur terreininrichting, voorzieningen, gebouwen, etc. Voor een aantal bedrijven geldt dat de grond reeds (voor een deel) in eigendom is. Ook zal er sprake zijn van een gefaseerde realisatie. Niettemin zullen er voldoende middelen beschikbaar moeten zijn en komen voor de financiering. De basis van de financiering ligt in de balans van het eigen vermogen en het vreemd vermogen;
- Visie op product: Verschillende ondernemers hebben hun plan toegelicht via (telefonische) gesprekken, de enquête en of meegestuurde informatie. De concreetheid van de plannen loopt sterk uiteen, en daarmee de hardheid en haalbaarheid van de gepresenteerde visie. Bijzondere aandacht zal moeten bestaan voor relevante marktbehoeften, de landschappelijke inpassing en de synergie met de bestaande onderdelen van het bedrijf.

Voor de uitwerking van deze punten en het opstellen van een 'score' in samenwerking met het veld zijn de kosten (honoraria) voor de externe ondersteuning te ramen op circa € 7.500 (excl. BTW).

Ondersteuning door NORT

De Kamer van Koophandel heeft, met ondersteuning van brancheorganisaties, provincie en Europese fondsen, een initiatief ontwikkeld voor een NORT-project. NORT wil samen met de ondernemers de toeristisch/recreatieve sector in de regio versterken en vernieuwen door een impuls te geven aan kwaliteitsverbetering, professionalisering en samenwerking.

NORT ondersteunt ondernemers bij de ontwikkeling van bedrijfsplannen. Alle NORT-projecten kennen subsidieregelingen voor opleiding of advies bij uitbreiding of ondernemingsplan. Voorbeelden van werkzaamheden zijn:

- Bespreken van plannen voor uitbreiding of investeringen;
- Ondersteuning bij subsidieaanvragen;
- Informeren over procedures bij gemeenten (bestemmingsplannen, bouwvergunningen, milieuwetgeving, etc.);
- Informatie verstrekken over leveringsvoorwaarden, verzekeringen, automatisering, bedrijfsopvolging, marketing en promotie, etc.;
- Informeren over relevante subsidiemogelijkheden voor uitbreiding, restauratie en kwaliteitsverbetering;

- Leggen van relevante contacten;
- Klankbordgesprekken met startende ondernemers.

Onafhankelijke beoordeling

Voor een onafhankelijke beoordeling van de bedrijfsplannen kan een toetsingscommissie worden ingesteld (zie 4.5.). Verwacht mag worden dat een dergelijke procedure ondernemers stimuleert tot échte kwaliteitsverbetering en productdifferentiatie.

4.4. Kleinschalig kamperen

In de Hoeksche Waard heeft het kleinschalig kamperen zich nog in beperkte mate ontwikkeld. Niettemin zijn enkele partijen hier reeds succesvol in. Gesteld kan worden dat deze vormen van plattelandstoerisme een goede aanvulling op het overige aanbod van verblijfsrecreatie (differentiatie) en bijdragen aan de verbrede landbouw.

Minicamping

Het intrekken van de Wet op de Openluchtrecreatie (WOR)⁵ verwacht van de gemeenten en provincie dat zij per 2008 een beleidlijn hebben. Voor de Hoeksche Waard is van belang dat het unieke en kleinschalige karakter van het product behouden blijft. Uitgangspunt is daarom dat het beleid voor de minicampings na intrekking van de wet hetzelfde blijft. Dat betekent dat wordt vastgehouden aan het maximale aantal van 15 eenheden voor minicampings. Alleen als sprake is van een substantiële kwaliteitsimpuls of innovatie kan sprake zijn van groeimogelijkheden.

Landschapscamping, boerenboscamping, hofstedencamping, etc.

Naast de minicamping zijn andere vormen van kleinschalig kamperen de afgelopen jaren geïntroduceerd. Bij deze campings worden meerdere doelen gediend: ondersteuning gezinsinkomen, natuurontwikkeling en/of behoud erfgoed en er vindt verbreding plaats van het toeristische product.

Uitgangspunten en randvoorwaarden kunnen zijn⁶:

- Koppeling aan het agrarisch bouwblok en aan reële agrarische bedrijfsvoering;
- De oppervlakte cultuurgrond dient ten opzichte van oppervlakte camping minimaal een verhouding van 2:1 te hebben;
- Te realiseren natuur- en landschapselementen sluiten aan op de elementen en waarden in de omgeving;
- Maximaal 60 eenheden; minimaal 10 eenheden;
- Maximale dichtheid 30 eenheden per hectare;
- Gebouwde voorzieningen zoveel mogelijk concentreren op bouwblok;
- Geen permanente kampeermiddelen en alleen in recreatieseizoen;
- In combinatie met de planologische inpassing in het bestemmingsplan worden per geval in contractvorm de zaken vastgelegd die niet in het bestemmingsplan of in de kampeervergunning kunnen worden geregeld;
- Geen beperkingen voor omliggende agrarische bedrijven;

⁵ De kern van de WOR, het vergunningstelsel voor kamperen, blijft tot 1 januari 2008 van kracht. Deze periode geldt als een overgangperiode. De overige onderdelen van de wet komen op 1 november 2005 te vervallen, waaronder de bepalingen over het vestigen van volkstuintcomplexen.

⁶ De indicatieve richtlijnen zijn ontleend aan beleid elders in de Delta.

- Minimale afstand van kampeermiddelen tot erfgrans van omwonenden 25 meter en tot bedrijfsgebouwen andere bedrijven 100 meter.

Vanuit het beginsel van non-discriminatie wordt voorgesteld om de vereisten met betrekking tot de toegevoegde waarde van toepassing te laten zijn op deze kleinschalige activiteiten in het buitengebied.

4.5. Onafhankelijk toetsing

Eén loket

De gemeenten willen vanuit een gezamenlijk beleid de ontwikkeling van de verblijfsrecreatie bevorderen. Hiermee wordt een door de ondernemers genoemde blokkade aangepakt. Zelfstandige bevoegdheden en bestuurlijke verantwoordelijkheden van de gemeenten zullen hierbij wel blijven bestaan.

Blokkades

Ondanks het ruimtebiedende rijksbeleid kunnen ontwikkelingsinitiatieven van recreatiebedrijven op het platteland stuiten op langdurige blokkades op decentraal niveau. Recreatieondernemers menen dat gemeenten niet altijd over de deskundigheid beschikken die nodig is om initiatieven goed te beoordelen in het licht van de bestaande wetgeving (bijvoorbeeld de Flora- en faunawet). Het gebrek aan kennis en informatie wordt dan al snel afgewenteld op de ondernemer; problemen die te moeilijk worden gevonden, lijkt men 'over de schutting te gooien'. Ook op provinciaal niveau ervaren ondernemers weerstanden, voortkomend uit een verkokerde handelwijze.

Bron: Kansen voor het platteland, SER, 2005

Om op een samenhangende en efficiënte wijze tot een beleidsuitvoering te komen, kan een één loket model worden ingevoerd. Het doel is het vergroten van de inhoudelijke en procedurele afstemming van wet- en regelgeving, organisatie en informatie. Helemaal optimaal is een situatie waarbij ook een integrale vergunning voor het realiseren van een fysiek project bestaat.

Bij de implementatie van de samenwerking van overheden zullen vele bestuurlijke, organisatorische en inhoudelijke vragen zich voordoen. Het beantwoorden kan worden vormgegeven in een pilot. Deze pilot moet leiden tot:

- Aanbevelingen voor een transparante bestuurlijke informatievoorziening en besluitvorming;
- Aanbevelingen om de samenwerking tussen verschillende diensten en afdelingen te bevorderen en te optimaliseren;
- Oplossingsrichtingen om de informatie-uitwisseling te realiseren.

Case: Een jachthaven in Utrecht, op de grens met Noord-Holland

Het bedrijf houdt zich bezig met de volgende activiteiten: jachthaven, werf voor onderhoud- en reparaties, loodsen voor stalling van boten, een aantal woonboten die permanent in de haven liggen, zeilschool, klein winkeltje, horecagelegenheid, een aantal recreatiewoningen. Door de verschillende disciplines heeft het bedrijf te maken met een stortvloed aan regels en heffingen. De eigenaar schat dat hij er wekelijks anderhalve dag mee bezig is. Hij heeft ooit op een rijtje gezet met welke overheidsinstanties hij te maken heeft. Het bleken er 39 te zijn. Het aantal regelingen waarmee het bedrijf te maken heeft is nog groter.

(Bron: Wetten, regels en heffingen voor de toeristische sector; Ministerie van EZ; 1997)

De verblijfsrecreatieve bedrijven bestaan uit een bundeling van vele, vergunningplichtige activiteiten. De onzekere doorlooptijd van procedures, de gebrekkige afstemming, de vele dublures en niet in de laatste plaats de kosten

zijn voor veel ondernemers een doorn in het oog. Een spanning bestaat tussen de dynamiek van de markt en de eisen die dit stelt aan de bedrijfsvoering en de mate waarin procedures dit mogelijk maakt. Praktijk toont aan dat het bedrijfsleven niet goed op de hoogte is van de besluitvorming met betrekking tot vergunningverlening, de termijn en de inspraakmogelijkheden en –procedures. Er bestaat daarom veel (wederzijds) onbegrip, een communicatie probleem.

Zowel de overheid als het bedrijfsleven hebben baat bij betere werking. De pilot één loket is gericht op het zoeken naar een passende oplossing voor de kernproblematiek: communicatie en coördinatie. Vanuit het streven naar een regionale afstemming van het beleid verdient het de voorkeur om dit 'loket' op regionaal niveau te organiseren. Hierbij gaat het om de front- en back office van de gemeentelijke organisaties en niet om de bestuurlijke behandeling. Voorkomen worden dat een nieuwe laag ontstaat met averechtse effecten of een bestuurlijk draagvlak ontbreekt.

De pilot kan de volgende invulling hebben:

- Op regionaal niveau bestaat een eenduidig contact- en informatiepunt, dat zich richt op het bedrijfsleven, organisaties én overheden;
- Ten behoeve van het regionaal beleid en een intergraal beleid, wordt toegezien op de doorwerking. Er is expertise beschikbaar om de effecten van beleid en maatregelen op recreatie en toerisme te beoordelen (te vergelijken met de toetsing voor aspecten van milieu, waterhuishouding of veiligheid);
- Een coördinatie bij de behandeling van (aan)vragen uit het veld, waarbij de inhoudelijke en zelfstandige beoordeling door de experts van de gemeenten en andere organisaties blijft gehandhaafd. Hierdoor blijven de regionale, bestuurlijke verschillen gewaarborgd. De coördinator treedt in overleg met de aanvrager (toelichting op het plan, speelruimte in het plan, regelgeving, compleetheid dossier, termijnen, etc.) en maakt een mijlpalenplanning (o.a. doorlooptijd, producten, overleg). Voorkomen wordt worden dat de coördinatie wordt opgevat als het zijn van de probleemeigenaar: nooit wordt de plaats van de ondernemer overgenomen. Omdat de (aan)vragen meestal een beoordeling vanuit verschillende sectoren behoeven, omvat de coördinatie in het bijzonder het direct uitzetten van het dossier naar de juiste plaatsen en het in overleg bewaken op de voortgang van de behandeling.

De kosten van deze pilot zijn overzichtelijk. Zo veel mogelijk wordt gebruik gemaakt van bestaande middelen en formatie. Het gaat om stellen van prioriteiten.

Toetsingscommissie

Blijft de vraag over hoe expertise beschikbaar komt om plannen inhoudelijk te beoordelen. Een gebruikelijke werkwijze is het formeren van een team van onafhankelijke deskundigen, dat een niet-bindend advies uitbrengt (toetsingscommissie). Te mobiliseren deskundigheid betreft: landschap, cultuur, markt en exploitatie. Om de consistentie in de advisering te bevorderen, is er sprake van een vast team met kennis van het gebied en de verblijfsrecreatie. Dit team beoordeelt strikt inhoudelijk en op interactieve wijze.

Het is efficiënt om het team te laten werken aan meerdere initiatieven (maximaal 4) tegelijkertijd. Om niet onnodig te vertragen, worden initiatieven binnen een termijn van maximaal 6 maanden behandeld. Uitgaande van een gemiddelde frequentie van twee bijeenkomsten per jaar zijn de kosten (honoraria, excl. BTW) indicatief te bepalen op € 7.500 per jaar, exclusief secretariaat en

ondersteuning⁷. Door een opstuwning van initiatieven (een daarom een hogere frequentie van bijeenkomsten) kunnen de kosten incidenteel hoger zijn.

⁷ Raming is gebaseerd op de werkwijze van het project 'Rondom het Veerse Meer'

5. Besluit

5.1. Inleiding

In dit afsluitende punten worden de belangrijkste punten voor het vervolg opgesomd. Achtereenvolgens komen aan de orde:

- De implementatie van een gemeenschappelijke koers (5.2);
- Denkbare eerste acties (5.3.).

De actiepunten in dit hoofdstuk hebben een vooral een inspirerende betekenis en maken geen onderdeel uit van het advies.

5.2. Gemeenschappelijke koers

Samen verder

De gemeenten in de Hoeksche Waard stellen zich op het standpunt, dat voor een dynamisch en leefbaar Nationaal Landschap de ontwikkeling van de economische pijler cruciaal is. Voor een effectief beleid is het van belang het beleid in samenhang te ontwikkelen en uit te voeren (ofwel het beleid te 'verknopen'). Daarom maken de gemeenten een plan gericht op samenwerking. Deze aanpak gaat verder dan afstemming. Het is ook een mentaliteitskwestie, een persoonlijke instelling.

Volg een consistente lijn

Het einddoel is duidelijk, de strategieën en de criteria staan in dienst hiervan. In de toekomst zal het zeker voorkomen dat er zich nieuwe kansen voordoen die van invloed zijn op de verblijfsrecreatie in de regio, welke niet in de visie zijn voorzien. Voorwaarde is dat deze nieuwe activiteit een bijdrage levert aan één van de opgestelde strategieën. De consequentie is ook dat de criteria op gelijke wijze worden gehanteerd.

Stel de kansen centraal

Gedurende het implementatieproject zullen de gemeenten, de ondernemers en de omgeving (fysiek en sociaal) onvermijdelijk voor een aantal problemen komen te staan. Dit is op zich geen punt van zorg. Bedenk dat de ontwikkeling een kans is (i.p.v. beperking) om er samen beter van te worden, de hindernissen zijn daarbij neembaar.

De kost gaat voor de baat uit

Ook in financieel opzicht is verblijfsrecreatie niet een zorg maar een kans. Weliswaar zal de gemeenten de eerste jaren behoorlijk in omgevingskwaliteit moeten bijdragen, op termijn worden de investeringen (direct of indirect) terugverdiend.

Communiceer open en helder met het veld

Verblijfsrecreatie in de Hoeksche Waard is er door de inwoners en ondernemers (gastheren), maar ook voor de inwoners en ondernemers (banen, voorzieningen, etc.). Bij het hele implementatietraject dienen deze geïnformeerd te blijven. Wat zijn hun wensen en ideeën?

Minder nieuwe organisaties maar vooral coördinatie

Er bestaat een neiging om voor een nieuw beleid ook een nieuwe organisatie op te tuigen. Een gevaar hierbij is dat deze in de praktijk vaak relatief geïsoleerd raken van de rest van het ambtelijk apparaat, waardoor doublures e.d. ontstaan. Het is van belang dat vooral de bestaande organisatie zich inzet voor het implementatietraject.

Flexibel naar nieuwe partners en middelen

Elke strategie vraagt in zekere zin weer een andere aanpak, met andere partners en andere financiële middelen. Tevens zijn er uiteenlopende bijdrageregelingen met eigen voorwaarden. Het is daarom van belang om per onderdeel te bezien welke partijen en middelen kunnen worden ingezet.

Eenheid in benadering naar de markt

De identiteit van de Hoeksche Waard is voor een belangrijk deel afhankelijk van mensen (gastvrijheid, cultuur, tradities e.d.). Dit vraagt om een duidelijke en eendrachtige benadering van iedereen. Dit geldt ook bij de handhaving. De verblijfsrecreant heeft als gast ook rekening te houden met de plaatselijke waarden en normen. Stel daarom huisregels, die voor iedereen helder zijn.

5.3. Aanzet voor actiepunten

De implementatie komt tot stand door besluitvorming en samen aan de slag te gaan. Een aantal denkbare actiepunten om verder te komen zijn:

1. Stel *middelen- en beleidsprioriteiten* vast voor het verblijfsrecreatief beleid aan de hand van gemeenschappelijk plan. Onderdeel hiervan is het beschikbaar stellen van middelen (geld, menskracht, tijd, ruimte). Prioriteiten worden bepaald aan de hand van een jaarplan dat in overleg met de sector ('platform') wordt ontwikkeld (wat willen we?, en wat kunnen we?). Samenwerking in de regio wordt afgestemd. Zonodig kunnen op basis van het jaarplan meer of minder middelen worden ingezet.
2. *Veranker intergraal karakter* van het product in de organisatie en de uitvoering. Coördinatie is van belang, zowel binnen de overheden (ontwikkeling, beheer, administratie) als naar andere partijen (één loket gedachte). Het verblijfsrecreatief beleid moet collegebreed worden gedragen. Een recreatie toets kan hieraan bijdragen. Een specifieke werkwijze moet worden ontwikkeld (ref. watertoets).
3. Stel een '*één loket*' in voor de termijn van een pilot (2 jaar) om acties in samenhang en met alle relevante partijen op te starten. Van belang is enthousiasmeren, werkprogramma's (jaarplan) maken en bestaande budgetten en belangen in beeld brengen (om toerisme en recreatie 'inclusief' te maken).
4. Stel een *heldere, gemeenschappelijke identiteit* vast en veranker dit als gemeenschappelijke basis voor beleid, beheer, exploitatie en marketing.
5. Als *Tiengemeten* als icoon hét visitekaartje is, dan moet de toegankelijkheid van het gebied en de cultuurhistorie verbeterd worden. De beleevingswaarde moet beter tot zijn recht moeten komen. Maak hiertoe afspraken.
6. Realiseren van aantrekkelijke *verbindingen tussen verblijfsplekken*.

7. *Vermaak en services in de kernen.* Inrichtingsmaatregelen en klein vermaak verhogen de attractiviteit van de publieke ruimte. Deze 'stofferings' creëert een veelzijdige gezelligheid en vormt een attractie op zich. Ook evenementen zijn belangrijk.
8. *Eis geschikte strategische locaties op* voor bestaande en nieuwe aanbieders van verblijfsrecreatie, zonder dat de flexibiliteit wordt geblokkeerd. Exploitanten moeten een kans krijgen (gunstige voorwaarden) om gebieden voor toerisme duurzaam te ontsluiten. Een acquisitiebeleid kan bijdrage aan het vinden van de juiste partners ('match' van belangen en mogelijkheden).
9. Het ontwikkelen van een *recreatiekaart*. Dit is een wervend-informatieve kaart voor de Hoeksche Waard en die informatie geeft over mogelijkheden voor routegebonden recreatie dicht bij huis en vrijetijdsvoorzieningen in de eigen omgeving. De kaart richt zich vooral op de eigen bevolking en wordt huis aan huis verspreid. De thuismarkt zal zo niet alleen beter benut kunnen worden maar ook de toeristisch-recreatieve ontwikkeling waardeert (sociaal-draagvlak).

Bijlage 1. Speelruimte voor verblijfsrecreatie in regio en beleid

In deze bijlage is achtereenvolgens ingegaan op:

- Het eiland als plangebied (1.1);
- De dynamiek van het bodemgebruik (1.2.);
- De Hoeksche Waard als Nationaal Landschap (1.3);
- Beleidskaders (1.4.).

1.1 Plangebied Hoeksche Waard

De belangrijkste karakteristieken van het plangebied zijn:

- De Hoeksche Waard is één van de Zuid-Hollandse Eilanden;
- Het gebied wordt begrensd door het Spui (scheiding met Voorne-Putten), de Oude Maas (scheiding met IJsselmonde), het Dordtse Kil (scheiding met het Eiland van Dordrecht) en het Haringvliet en het Hollands Diep. In het Haringvliet ligt het historische natuureiland Tiengemeten;
- Zowel landschappelijk als cultureel maakt het gebied deel uit van de Delta;
- In het landschap is de ontstaansgeschiedenis nog helder te lezen: het eiland ligt vol met dijken. Herhaald afgedamde kreken met hun binnendijkse verbredingen horen bij het bedijkingspatroon. De wielen en de Binnenbedijkte Maas zijn bijzondere relictten in het landschap;

Hoeksche Waard, van moeras tot polder

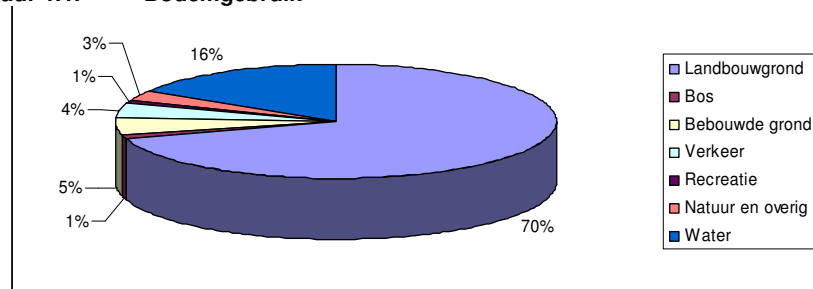
Met hun brede armen omsluiten Haringvliet, Hollands Diep, Dordtse Kil, Oude Maas, en het Spui een eiland dat met zijn uitgestrekte polders een overweldigende indruk van rust en ruimte geeft. Dit is de Hoeksche Waard...

Het eerste stukje land van de huidige Hoeksche Waard is de Sint Anthoniepolder. Rondom slibden stukken land aan, die droog vielen bij eb. Door om de slikplaten steeds een dijk aan te leggen veranderde de Hoeksche Waard langzamerhand van een moeras in een polder. Langgerekte akkers, hoge rijk beboomde dijken met karakteristieke dijkbebouwing en oude kreken bepalen binnendijks het landschap. Buitendijks langs de rivieren vormen slikken, gorzen, grienden en uitgestrekte watervlakten het landschap.

Bron: VVV Hoeksche Waard

- De Hoeksche Waard heeft een plattelandskarakter. Circa 70% van de bodem is in gebruik voor landbouwdoeleinden. Het onderstaande figuur geeft het bodemgebruik weer (CBS)⁸.

Figuur 1.1. Bodemgebruik



- Karakteristiek is verder de policentrische structuur. Het eiland telt zes gemeenten: Binnenmaas, Cromstrijen, 's-Gravendeel, Korendijk, Oud-Beijerland, Strijen. Verspreid over het eiland ligt een groot aantal kernen met

⁸ De groep recreatie omvat de categorieën parken en plantsoenen, sportterreinen, dagrecreatieve objecten en terreinen, volkstuinen en verblijfsrecreatie.

een grote mate van zelfstandigheid. Oud Beijerland heeft zich inmiddels ontwikkeld tot het belangrijkste voorzieningencentrum. Verder zijn karakteristiek de bebouwingen van linten en boerderijen in het landschap.

Figuur 1.2. Kernen Hoeksche Waard



Bron: VVV Hoeksche Waard

1.2 Dynamiek van het bodemgebruik

De Hoeksche Waard is van een plattelandsregio, gedomineerd door een hechte, informele elite en groeiende op basis van klassieke parameters, terechtgekomen in de stroomversnelling van de Rijnmond en de Drechtsteden. Van een primaire productieruimte ontwikkelt het eiland zich tot een meervoudige gebruiksruijme. Wonen, werken, infrastructuur, water en natuur leggen ruimteclaims op het gebied. De ruimte moet beschikbaar komen door inkrimping van de landbouwsector.

De oppervlakte akkerbouw is de laatste tientallen jaren niet veel veranderd, ondanks het relatief grote aandeel⁹ kleine bedrijven (in NGE¹⁰). De landbouw ontwikkelt zich in twee richtingen:

- Een deel zal het bedrijf zodanig inrichten dat zij op langere termijn hun producten concurrerend op de wereldmarkt kunnen afzetten;
- Een andere mogelijkheid is het verbreden van de bedrijfsvoering naar aanverwante functies zoals agrotourisme, agrarisch natuurbeheer en huisverkoop.

De mate waarin landbouwgronden op vrijwillige basis beschikbaar komen voor andere doeleinden moeten niet worden overschat. Voor de programmering van glastuinbouw, woningbouwcontingenten, bedrijventerreinen voor bovenregionale opvang en de ontwikkeling van infrastructuur, zoals HSL en toekomstige A4, zullen gronden worden onttrokken aan de landbouw. Dit verstedelijkingsproces concentreert zich in het gebied ten noorden van de N217.

Voor de zuidrand is er de druk om tot natuurontwikkeling te komen. Nu is het middengebied een soort 'scharniergebied' dat er tussenin ligt. Planologisch is de ontwikkeling hiervan moeilijk te voorspellen. In algemeenheid zijn agrarisch eerder geneigd gronden in erfpacht te geven dan te verkopen.

⁹ Op basis van de statistieken van de landbouwstellingen

¹⁰ Nederlandse grootte-eenheid: Maatstaf voor economische omvang van agrarische bedrijven en de afzonderlijke productierichtingen binnen een bedrijf, gebaseerd op bruto standaard saldi (bss) per diersoort en per ha gewas. De bss wordt uitgedrukt in ECU (Europese rekeneenheid). Voor de landbouwstelling van 1997 komt een NGE overeen met een bss van 1400 ECU.

Voor de verblijfsrecreatie is het de vraag of de gronden beschikbaar komen op locaties met voldoende ontwikkelingsmogelijkheden (om op concurrerende wijze te beantwoorden aan de behoeften en motieven van de relevante doelgroepen). Daarnaast is het de vraag of de verblijfsrecreatie voldoende concurrerend is ten opzichte van vormen van vastgoed die op basis van de haalbare rendementen hogere prijzen kunnen betalen. De dynamiek van de verblijfsrecreatie wordt daarom in belangrijke mate bepaald door de haalbaarheid van grondverwerving, en daarmee door de productiviteit die wordt gerealiseerd.

Productiviteit

De productiviteitsprestatie van een onderneming of sector wordt uitgedrukt in een afzetwaarde, omzetcijfer en/of brutomarge per bedrijfsmiddel. Soms gebeurt dat per full time arbeidskracht, vaak ook per m2 bedrijfsoppervlak etc. De productiviteitscijfers zijn belangrijke parameters voor een onderneming of sector. Zij geven aan of bedrijven en sectoren in staat zijn marktconforme prijzen te betalen voor locaties, gebouwen en arbeidskrachten. Zolang dat het geval is, kunnen zij in de concurrentiestrijd voldoende kwalitatief hoogwaardige middelen inzetten. Indien bedrijven of sectoren niet marktconform presteren, wordt de continuïteit bepaald door (lage) kosten en is het beleid noodzakelijkerwijs gericht op kostenbesparing. Een te lang voortdurend beleid van kostenbesparing leidt vaak tot 'grading down' van bedrijven c.q. bedrijfstak en/of verdringing door andere sectoren.

1.3 Nationaal Landschap

In de Nota Ruimte van het ministerie van VROM heeft de Hoeksche Waard de status gekregen van Nationaal Landschap. Belangrijkste kernkwaliteiten zijn:

- Het patroon van open polders omzoomd door smalle dijken met beplanting en soms lintbebouwing;
- De restanten van kreken met kreekruggen en veenresten met een onregelmatige strokenverkaveling in het Oudeland van Strijen.

De status van Nationaal Landschap betekent een extra impuls van het Rijk voor de gebiedsontwikkeling van deze kernkwaliteiten.

Hoeksche Waard toch Nationaal Landschap

De vlag kan uit in de Hoeksche Waard; onder druk van de Tweede Kamer gaat minister Dekker de Nota Ruimte aanpassen en het geplande industrieterrein van 300 hectare schrappen. De Hoeksche Waard wordt zodoende toch een Nationaal Landschap. Alleen de noordrand van het Zuid-Hollandse eiland wordt aangewezen als bedrijventerrein, vooral ter ondersteuning van de Rotterdamse haven.

In haar bijgestelde plannen reserveert Dekker nog maar 180 hectare voor bedrijven. Een deel hiervan is bestemd voor al eerder geplande plaatselijke industrie. De rest van het terrein moet worden gevuld met bedrijven die een relatie hebben met de Rotterdamse haven. Ook reserveert de minister ruimte voor doortrekking van de A4 tussen Hoogvliet en Klaaswaal. Het gebied dat niet voor deze weg en de industrie is gereserveerd, vormt straks het Nationaal Landschap.

Bron: Algemeen Dagblad 5-2-2005

De provincie Zuid-Holland is verantwoordelijk voor de uitwerking van het beleid voor dit Nationaal Landschap. 'Behoud door ontwikkeling' is het uitgangspunt voor het ruimtelijk beleid. Landschappelijke kwaliteiten zijn medesturend voor de wijze waarop gebiedsontwikkeling plaatsvindt. Uitgangspunt is dat nationale landschappen zich sociaal-economisch voldoende moeten kunnen ontwikkelen, terwijl de bijzondere kwaliteiten van het gebied worden behouden of worden versterkt.

Het Nationaal Landschap is een mooi predikaat om de kwaliteit van het gebied meer bekendheid te geven en de streekidentiteit te versterken. In de nationale landschappen zal rekening moeten worden gehouden met ruimte voor nieuwe vormen van toerisme en recreatie en uitbreiding van bestaande voorzieningen (waaronder horeca en verblijfsrecreatie) voorzover die aansluiten en passen in de kernkwaliteiten van het betreffende gebied. Daarnaast is van belang het segment van de extensieve, op de beleving van natuur en landschap gerichte recreatie. Met name voor deze vorm van recreatie dient de publieke toegankelijkheid van het landelijk gebied te worden vergroot, door middel van de aanleg van wandel-, fiets- en ruitersporen, vooral in landbouw- en natuurgebieden.

1.4 Beleidskaders

Rijk

Het nieuwe ruimtelijk beleid is weergegeven in de Nota Ruimte (VROM, 2004) en de Agenda Vitaal Platteland (LNV, 2004). Naast dit Nederlandse beleid speelt het Europese beleid een steeds belangrijkere rol, bijvoorbeeld de Vogel- en Habitatrichtlijn. Met de Nota Ruimte is in vergelijking met de voorgaande nota's de toon gezet voor een meer liberaal ruimtelijk orderingsbeleid met minder regels en meer vrijheden voor provincies.

Voor verblijfsrecreatie zijn thans de volgende beleidsuitspraken en –intenties bekend:

- De Rijksoverheid legt het accent op het bevorderen van het inkomende toerisme. Centraal in de benadering staan de economische potenties en knelpunten met een nationaal belang. Het regionaal economisch beleid (kabinetsnotitie 'Pieken in de Delta') noemt Amsterdam en de kust als toeristentrekkers;
- Het beleid voor verblijfsrecreatie is gericht op het geven van ruimte aan bedrijven om aan de eisen van de consument te voldoen en hun concurrentiepositie te behouden. De waterrecreant zal een uitgebreid landelijk net voor de recreatietoervaart geboden worden, dat op kaart wordt aangegeven in de Nota Ruimte. Het Rijk zal het recreatief medegebruik van oevers van rijkswateren regelen. Ook zal de ruimte voor toeristisch-recreatieve activiteiten worden vergroot door het wegnemen van belemmerende wet- en regelgeving;
- In de Nota Ruimte is het zogenoemde 'ruimtelijk kader voor recreatiewoningen' opgenomen. Als uitgangspunt voor de nieuwbouw van recreatiewoningen staat vermeld: "De ruimtelijke mogelijkheden voor nieuwbouw van recreatiewoningen zijn gelijk aan de mogelijkheden voor nieuwbouw van woningen in het buitengebied: een aanvraag tot de bouw van een recreatiewoning kan alleen door een gemeente worden toegestaan, indien op die plaats ook een reguliere woning kan worden toegelaten. Als uitzondering op deze hoofdregel geldt, dat voor complexen van recreatiewoningen waar het recreatieve gebruik door middel van een bedrijfsmatige exploitatie kan worden verzekerd, een positieve planologische beoordeling kan worden gegeven" ;
- De koppeling van bedrijfsontwikkeling aan het vereiste van de 'bedrijfsmatige exploitatie' is van belang voor het behoud van gronden met de bestemming verblijfsrecreatie en het helpen terugdringen van het oneigenlijke gebruik van recreatiegronden. "Onder bedrijfsmatige exploitatie wordt in dit kader verstaan het via een bedrijf, stichting of andere rechtspersoon voeren van

een zodanig beheer/exploitatie, dat in de recreatieverblijven daadwerkelijk recreatief verblijf plaatsvindt”;

- Ook ondernemers in het agrotourisme wil het Rijk ruimte geven, mits wordt bijgedragen aan een vitale plattelandseconomie.

Provincie

Zoals reeds is genoemd, heeft de provincie Zuid-Holland een belangrijke taak bij de uitwerking van het Nationaal Landschap. Een partiële streekplanherziening is in voorbereiding. De nota Regels voor Ruimte (2005) vormt naast het streekplan het beoordelingskader voor gemeentelijke ruimtelijke plannen en bevat beleidsregels ten behoeve van de goedkeuring van ruimtelijke plannen.

De Provinciale Ruimtelijke StructuurVisie (2004) geeft het provinciaal ruimtelijk beleidskader voor het gebied weer:

- De Hoeksche Waard is voor het overgrote deel onderdeel van het landschap van de Zeeuws/Zuid-Hollandse Delta, een landschap van (inter)nationale betekenis en kwaliteit;
- Het eiland is geen landschapsreservaat, maar de landschappelijke kwaliteiten moeten op grond van een kwaliteitszoning verbeterd worden en de vitaliteit van de kernen en de landbouw moet bevorderd worden;
- De noordrand is een overgangsgebied tussen de Zuidvleugel en het Deltalandschap, en daar is sprake van een combinatie van landschappelijke en recreatieve kwaliteiten, suburbane kernen en economische functies. In dit overgangsgebied zal ruimte gevonden moeten worden voor de ruimtevraag voor werken en in beperkte mate voor specifieke woonmilieus.

Voor het sectorale beleid geeft de 'Agenda Vrijetijd 2006-2010' de keuzen weer. Het is de ambitie van het college (programma 2003-2007) om 10% meer toeristische bestedingen te behalen.

Voor de verblijfsrecreatie zijn relevante uitspraken:

- Om verrommeling van het landelijk gebied tegen te gaan worden beperkingen gesteld aan nieuwe ontwikkelingen die geen relatie hebben met de ontwikkeling van de hoofdfuncties van het gebied;
- Mogelijkheden worden geboden aan het verder verbreden van de agrarische sector, zoals het verruimen van de mogelijkheden waar het gaat om de schaalvergroting en het ontwikkelen van nevenactiviteiten bij agrarische bedrijven;
- Nieuwe economische dragers zijn mogelijk, maar moeten bijdragen aan de vitalisering van het landelijk gebied;
- Ingezet wordt op het oplossen van knelpunten in de waterverbindingen in de driehoek Goeree-Overflakkee, Voorne-Putten Rozenburg en de Hoeksche Waard door: het openstellen of ontwikkelen van vaarverbindingen, het verbeteren van watersportvoorzieningen, passantenplaatsen, milieuvoorzieningen en dergelijke;
- Het inzetten van coördinatoren in de regio (NORT) ten behoeve van kwaliteitsverbetering van het bestaande aanbod, door ondernemers te stimuleren tot het opstellen van bedrijfsplannen, te voldoen aan kwaliteitsnormen in de sector en samen te werken zowel op bedrijfs- als gebiedsniveau.

In aansluiting op het rijksbeleid hebben de provincie en gemeenten het 'Afsprakenkader ontwikkelingsperspectief Hoeksche Waard' (2004) opgesteld voor de regio. Eén van deze afspraken is dat de provincie de verantwoordelijkheid draagt voor een partiële streekplanherziening waarin:

- De woningbouwmogelijkheden worden verruimd met als systematiek passende 'bebouwingscontouren';

- Gewenste ontwikkelingen zullen in deze systematiek worden meegenomen, zoals het Oeverzone project waaronder 't Hooft van Prooijen in de gemeente Cromstrijen, Swaneblake in de gemeente Korendijk, de locatie HKS/Heuvelman in de gemeente 's-Gravendeel en de ontsluitingsproblematiek van PKF te Heinenoord;
- De extra woningen ten gunste van bovenregionale opvang van bedrijven zullen hoofdzakelijk worden gerealiseerd in Oud-Beijerland, 's-Gravendeel en Binnenmaas;
- Het bestemmingsplan de Tienvoet te Heinenoord wordt opgenomen, zodat de vastgestelde woningbouwlocatie tot ontwikkeling kan worden gebracht;
- De 'ruimte voor ruimte' regeling en de regeling nieuwe landgoederen mogelijk worden gemaakt, zodat de gemeenten deze regelingen kunnen toepassen;
- Een bedrijventerrein van 180 ha netto en een locatie voor glastuinbouw van maximaal 50 ha netto worden geacommodeerd.

Verder wordt gezamenlijk uitvoering gegeven aan het RIHW programma 'GroenBlauw', zoals natuurontwikkeling en recreatieontwikkeling. Partijen verplichten zich tot het investeren in groenblauwe projecten gelijktijdig met de stedelijke ontwikkelingen in het gebied.

Regio

Om de efficiëntie en effectiviteit van het beleid te vergroten willen de gemeenten samen met de provincie en het waterschap komen tot een betere afstemming van het beleid. Met de provincie is afgesproken dat de gemeenten zelf kaders ontwikkelen voor de gebiedsontwikkeling. Het samenwerkingsverband Ruimtelijke Inrichting Hoeksche waard (RIHW) is een belangrijke organisatie die vorm geeft aan de ambitie.

Het 'Ontwikkelingsprogramma Hoeksche Waard: Leefbaar en dynamisch Nationaal Landschap' (2002) is thans de leidraad voor de uitwerkingen van het beleid zoals heden plaatsvinden. Drie uitgangspunten staan centraal:

- De Hoeksche Waard is één en ondeelbaar;
- De Hoeksche Waard biedt open ruimte met stedelijke context;
- Het bestaande landschap is basis voor ontwikkeling.

Voor de Hoeksche Waard als geheel wordt een kwaliteitszonering voorgesteld:

- Ten noorden van de N217 ruimte voor ontwikkeling van wonen en werken aansluitend op de in de huidige situatie al bestaande hogere bebouwingsdichtheid, zwaardere infrastructuur en versnippering van het landschap;
- Ten zuiden van de N217 ontwikkeling van natuur en landschap.

Op het niveau van de landschapseenheden zijn de volgende kwaliteitszones binnen de Hoeksche Waard onderscheiden (zie onderstaand figuur):

- Categorie 1 (op de kaart bruin): In de buitendijkse gebieden is ruimte voor meer water, meer natuur en meer recreatief medegebruik. Extra bebouwing is uitgesloten;
- Categorie 2 (op de kaart groen): In de kwetsbare landschapseenheden die tevens deel zijn van de Ecologische Hoofdstructuur (EHS) wordt ingezet op de ontwikkeling van natuur, van natuurwaarden gekoppeld aan de landbouw en van recreatief medegebruik. Er is geen ruimte voor extra bebouwing. Het betreft de oudere polders van Strijen vanwege de cultuurhistorische waarde, de landschappelijke eenheid en de integrale ecologische waarde;

- Categorie 3 (op de kaart fel geel): In de kwetsbare landschapseenheden buiten de EHS is ruimte voor de ontwikkeling van natuurwaarden binnen de landbouw, voor meer recreatief medegebruik en voor meer kleinschalige voorzieningen voor extensieve dag- en verblijfsrecreatie. Aan extra bebouwing wordt geen ruimte geboden. In deze categorie vallen de polders grenzend aan het Haringvliet vanwege hun landschappelijke gaafheid, de aansluiting op het landschap van het Haringvliet en de ecologische waarde verbonden met het Haringvliet (o.a. ganzenfoerageergebieden);
- Categorie 4 (op de kaart licht geel): In de overige, minder kwetsbare landschapseenheden is ruimte voor de verbreding van de landbouw met natuur en met recreatiemogelijkheden, voor meer voorzieningen voor dag- en verblijfsrecreatie, en voor uitbreidingsmogelijkheden voor wonen en werken.

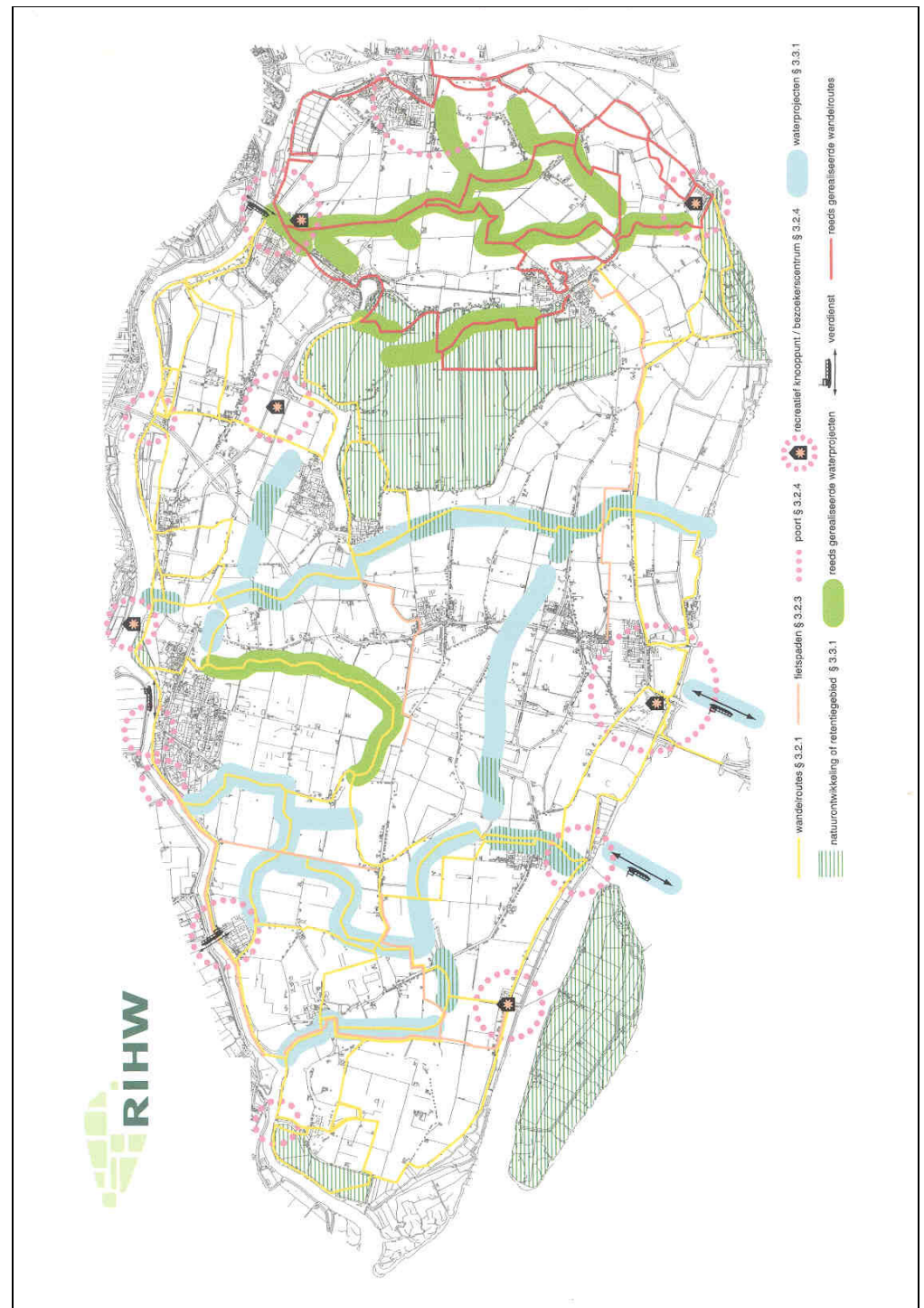
[illegible]

Er is een gebiedsprogramma ontwikkeld met prioriteit voor zes thema's:

- Behoud en versterking van de ecologische, cultuurhistorische en landschappelijke kwaliteiten;
- Vergroten van de mogelijkheden voor inwoners, recreanten en toeristen om de kwaliteiten te beleven;
- Behoud van de grondgebonden landbouw als landschapsdrager;
- Waarborging van de leefbaarheid;
- Tegemoetkomen aan de vraag naar ruimte voor wonen en werken (maar wel zodanig dat het karakter van de Hoeksche Waard behouden blijft);
- Vergroten van het waterbergend vermogen.

Het RIHW voert het gebiedsprogramma GroenBlauw uit dat is gericht op de kwaliteitsverbetering van het landelijke gebied. De onderstaande kaart geeft een overzicht van de fysieke projecten. Geconcentreerd wordt op routes en bezoekersdoelen in het buitengebied.

Figuur 1.4. Fysieke projecten GroenBlauw



Bron: RIHW

De recreatieve visie “De Hoeksche Waard om te beleven” is een position paper. De Hoeksche Waard kiest voor zonering van snellere en tragere recreatiebeleving. Voor het totale gebied ligt het accent op ‘vertragen’ en het behoud van het eigen karakter.

Een viertal ontwikkelingspolen zijn benoemd:

- Oud-Beijerland: winkelen en evenementen;
- Recreatieoord Binnenmaas in combinatie met het ontwikkelingsgebied Hoeksche Waard-noord: intensieve dagrecreatie;
- Numansdorp: verblijfsrecreatie en watersport;
- Tiengemeten: natuurtoerisme.

Specifiek worden voor de verblijfsrecreatie als toekomstbeelden gegeven:

- Versterken kleinschalig verblijf:
 - Mogelijkheden voor particulieren om Bed & Breakfast te ontwikkelen;
 - ‘Hoeksche Kamers’ als luxe verblijfskamers op het platteland;
 - Voor zover passend in de openheid van het landschap bevorderen kleinschalig kamperen;
- Verblijfsaccommodaties in de bestaande bebouwing op Tiengemeten en aanvullende ontwikkelingsmogelijkheden bij Zuid-Beijerland;
- Nieuwe ontwikkelingen van concentratiepunten bij Piershil (plan Swaneblake) en Numansdorp (Molenpolder);
- Verbeteren van de nautische kwaliteiten en gebruiksmogelijkheden voor watersport van de havens in Goudswaard, Piershil, Numansdorp, Strijen en Stijensas;
- Boulevardontwikkeling met logiesaccommodatie in Oud-Beijerland;
- Een vakantiepark als onderdeel van het Recreatieoord Binnenmaas.

Andere ‘deltaopgaven’ zijn Ruimte voor de Rivier en de versterking van de zeewering, beide gericht op vergroting van de veiligheid tegen overstromingen. Ook hier is sprake van integrale opgaven met onder andere kansen voor het ontwikkelen van nieuwe natuur en nieuw toerisme.

Bijlage 2. Structuur en betekenis verblijfsrecreatie Hoeksche Waard

De studie richt zich op het segment verblijfsrecreanten. Dit zijn die recreanten die in de Hoeksche Waard gebruik maken van accommodaties zoals kampeerterreinen (tent, vouwwagen, toercaravan, kampeerauto, kamperen bij de boer), logiesaccommodaties (pensions, hotels, Bed & Breakfast) bungalowparken en jachthavens.

Hoewel de indruk kan bestaan dat een visie op de verblijfsrecreatie op de Hoeksche Waard zich richt op accommodaties en voorzieningen, is het van groot belang dat er een besef bestaat van het samengestelde karakter van het verblijfsrecreatief product. De verblijfsrecreatieve ondernemers bieden slechts een 'halffabrikaat' aan, en zijn afhankelijk van anderen. De samenhang maakt het product. In bijlage 1 wordt dit samengestelde karakter van het product nader toegelicht.

In deze bijlage is achtereenvolgens ingegaan op:

- Het beschikbare aanbod verblijfsrecreatieve voorzieningen op de Hoeksche Waard en het gebruik daarvan (2.1.);
- De resultaten van de bedrijfsenquête (2.2.);
- De economische betekenis van de verblijfsrecreatie (2.3.);
- De conclusies (2.4.).

2.1 Structuur en gebruik

Op basis van de bedrijfsenquête wordt het ruimtebeslag van de verblijfsrecreatie ruimtebeslag geschat op 30 ha. (exclusief gebruik water). Dit komt overeen met circa 0,1% van het totale bodemgebruik (zie bijlage 1).

De verblijfsrecreatie ligt als confetti verspreid over het gebied (zie figuur 2.1), een stip geeft indicatief een vestigingsplaats weer van één of meerdere bedrijven). Hierbij bestaat een patroon van vestiging in en bij de kernen of aan de randen van het gebied. Blijkbaar zijn dit gunstige vestigingslocaties.

Figuur 2.1. Ruimtelijke spreiding huidige verblijfsrecreatie



Eind 2004 zijn de resultaten van een studie van ZKA gepresenteerd over de economische betekenis van toerisme en recreatie in de Hoeksche Waard en Zuid-Holland Zuid in 2003 en de ontwikkeling tussen 1999 en 2003. In deze

paragraaf zijn de belangrijkste en meest relevante resultaten voor de Hoeksche Waard uit deze studie weergegeven.

Campings vooral vaste plaatsen

De schaalgrootte van de (reguliere) campings is het grootst in de Hoeksche Waard (gemiddeld 195 plaatsen) en het kleinst in de Alblasserwaard-Vijfheerenlanden (gemiddeld 126 plaatsen).

De verhouding tussen vaste standplaatsen en toeristische plaatsen is bepalend voor de toeristische capaciteit. In de Hoeksche Waard is 93% van de plaatsen een vaste standplaats en 7% een toeristische standplaats. In vergelijking met de andere twee regio's in Zuid-Holland Zuid heeft de Hoeksche Waard een relatief (zeer) laag aandeel toeristische standplaatsen.

Tabel 2.1. Aanbod reguliere campings (2003)

Regio	Bedrijven	Plaatsen	Toeristische plaatsen	Vaste plaatsen	Aandeel toeristische plaatsen
Hoeksche Waard	4	778	51	727	7%
Drechtsteden	5	734	119	615	19%
Alblasserwaard-Vijfheerenlanden	6	754	289	465	62%
Totaal	15	2.266	459	1.807	25%

Bron: VVV Zuid-Holland Zuid en Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme

Logiesaccommodaties beperkt in omvang

De logiescapaciteit in de Hoeksche Waard is relatief klein vergeleken met de andere regio's in Zuid-Holland Zuid; er zijn ca. 75 kamers beschikbaar (circa 8% van het aanbod in de regio). Wel is het aanbod in deze regio behoorlijk gegroeid ten opzichte van 1999 (met circa 80%).

Tabel 2.2. Aanbod hotels, pensions, bed & breakfast (2003)

Regio	Bedrijven	Kamers	Bedden	% bedden
Hoeksche Waard	9	72	138	8%
Drechtsteden	15	465	893	49%
Alblasserwaard-Vijfheerenlanden	18	381	776	43%
Totaal Zuid-Holland Zuid	42	918	1.807	100%

Bron: VVV Zuid-Holland Zuid en Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme.

De logiesverstrekkers in de Hoeksche Waard zijn gemiddeld genomen kleinschalig: een bedrijf heeft gemiddeld 15 bedden. In de Drechtsteden zijn dat er 60 en in de Alblasserwaard-Vijfheerenlanden gemiddeld 43.

Overnachten bij de boer matig ontwikkeld

Naast de reguliere kampeerbedrijven zijn in Zuid-Holland Zuid diverse locaties waar men kan overnachten bij de boer. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen:

- Kamperen bij de boer (bijv. SVR minicampings, Vekabo minicampings, plattelandcampings, etc);
- Logeren bij de boer (bijv. groepsaccommodatie (kampeerboerderij), kamers bij de boer, etc).

Tabel 2.3. Aanbod agrarisch verblijfstoerisme (2003)

Regio	Kamperen bij de boer (plaatsen)	Logeren bij de boer (bedden)
Hoeksche Waard	35	9
Drechtsteden	17	0
Alblasserwaard-Vijfheerenlanden	259	84
Totaal	311	93

Bron: VVV Zuid-Holland Zuid, ZHBT, Vekabo Gids.

In de Hoeksche Waard is een bescheiden aanbod van agrarisch verblijfstoerisme. Uit bovenstaande tabel blijkt dat het agrotourisme het best ontwikkeld is in de regio Alblasserwaard-Vijfheerenlanden (zowel voor kamperen als logeren).

Watersport redelijk volume, kleinschalig karakter

In de Hoeksche Waard waren in 2003 in totaal 15 jachthavens gevestigd (havens van watersportverenigingen zijn hierin meegenomen). In totaal telden deze circa 1.700 ligplaatsen.

Tabel 2.4. Aanbod jachthavens (2003)

Regio	Havens	Plaatsen	Passanten plaatsen	Vaste plaatsen	Gem . haven
Hoeksche Waard	15	1.714	134	1.580	114
Drechtsteden	9	1.729	38	1.691	192
Alblasserwaard-Vijfheerenlanden	10	1.486	302	1.184	149
Totaal	34	4.929	474	4.455	145

Bron: VVV Zuid-Holland Zuid, Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme.

Omdat de Hoeksche Waard in de Delta ligt, is het voor de watersport relevanter om een vergelijking te maken met een gebied zoals Goeree Overflakkee. Dit eiland telt circa 3.000 ligplaatsen in jachthavens. Hiermee zijn er gemiddeld per jachthaven 300 ligplaatsen. Exclusief Marina Port Zélande (circa 1.000 ligplaatsen) is de capaciteit nagenoeg vergelijkbaar, maar de gemiddelde omvang van jachthavens op Goeree Overflakkee is ruim 220 ligplaatsen. In vergelijking met de havens in de andere regio's zijn de havens in de Hoeksche Waard gemiddeld relatief kleinschalig (gemiddeld 114 ligplaatsen per haven).

Ook met betrekking tot de jachthavens geldt dat de verhouding tussen passantenplaatsen en vaste ligplaatsen bepalend is voor de toeristische capaciteit. De capaciteit voor (toeristische) passanten is in de Hoeksche Waard minder dan 10%. In de Alblasserwaard-Vijfheerenlanden is deze het grootst: 20% van het totaal aantal ligplaatsen in dat gebied is bestemd voor passanten. Op Goeree Overflakkee is dit circa 10%. Als Marina Port Zélande buiten beschouwing wordt gelaten is dit aandeel circa 6%. Overigens moet hierbij worden opgemerkt dat het gebruikelijk is passanten toe te laten op vaste ligplaatsen waarvan de ligplaatshouder is uitgevaren.

Bezetting relatief hoog

Op basis van de beschikbare cijfers is een inschatting gemaakt van de gemiddelde bezetting. Uit tabel 3.5 mag blijken dat de bezetting in de Hoeksche Waard met uitzondering van hotels en pensions relatief hoog is.

Tabel 2.5. Bezetting toeristische capaciteit

	Hoeksche Waard	Drechtsteden	Alblasserwaard- Vijfheerenlanden	Zuid-Holland Zuid
Logies	17,9%	36,7%	38,8%	36,2%
Verblijf	15,9%	9,9%	5,4%	7,7%
Agrologies	43,9%	0,0%	43,9%	43,9%
Agroverblijf	15,0%	14,5%	8,9%	9,9%
Jachthaven	8,6%	-	5,3%	-

Opvallend hierbij is dat in de Hoeksche Waard in de afgelopen periode de capaciteit is vergroot zonder dat de bezetting is gedaald. Gesteld kan worden dat de groei door de markt is opgenomen. Er is sprake van een inhaalslag. Hieruit kan worden geconcludeerd dat verdere groei mogelijk is, zonder onevenredige verdringingseffecten.

Trekkers ontbreken

Als het bestaande aanbod wordt overzien, kan worden gesteld dat:

- De watersport het grootste segment is;
- De structuur van de bedrijven relatief kleinschalig is;
- De gasten voor een belangrijk deel vaste bezoekers zijn;
- Het ontbreekt aan accommodaties met een grootschaliger karakter (kritische massa) en een relatief compleet aanbod eigentijdse voorzieningen voor voeding, sport, spel en vermaak;
- Het aan een volwaardige hotelaccommodatie ontbreekt, groepsaccommodatie en recreatiebungalowpark. Juist deze accommodaties hebben een mogelijkheid voor jaarrondexploitaties en aansluiting op zakelijke markten;
- Er geen bekend merk aanwezig is, met een landelijke naamsbekendheid en een aanzienlijke promotionele en sales organisatie.

2.2 Resultaten bedrijfsenquête

In het kader van deze studie is een bedrijfsenquête uitgevoerd. In bijlage 4 is het vragenformulier opgenomen. Gecorrigeerd voor dit type onderneming bedroeg de respons 60%. In bijlage 3 is een verantwoording van de populatie en de respons opgenomen. De resultaten bevestigen de boven beschreven structuur: de schaal van de logiesaccommodaties in de Hoeksche Waard is relatief kleinschalig.

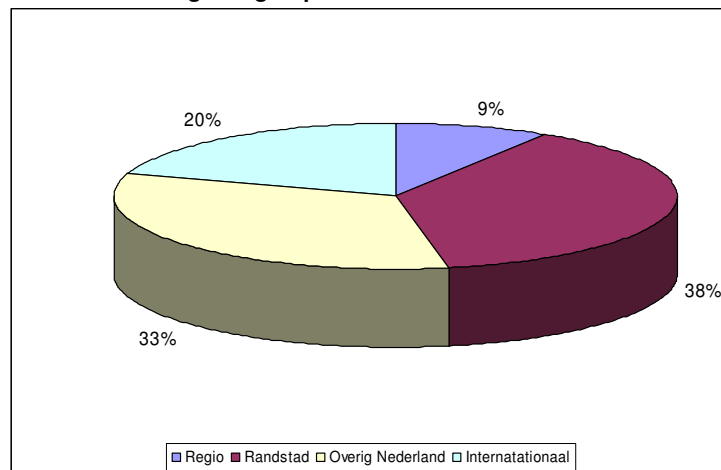
Productiviteit laag

De belangrijkste karakteristieken van het product zijn:

- Circa 80% van de respondenten heeft een zelfstandige onderneming en is volledig ongebonden. De overige 20% betreft verenigingen (watersport) en ideële organisaties. Sommige respondenten vermelden dat men niet voltijd met de onderneming bezig is;
- Van de respondenten met logiesaccommodaties geeft 27% aan dat men geclassificeerd is, bij de verblijfsrecreatieve ondernemers is niemand geclassificeerd. De indruk bestaat dat op basis van algemene normen de kwaliteit van het aanbod laag is;
- De gemiddelde omvang van de verschillende typen respondenten zijn:
 - Logiesaccommodatie: 5 kamers en 10 bedden;
 - Kampeerbedrijven: 160 jaarplaatsen en 10 toeristische plaatsen;
 - Watersport: 139 vaste ligplaatsen en 5 toeristische ligplaatsen;

- Gezamenlijk hebben de respondenten jaarlijks bijna 8.500 toeristische overnachtingen. Overnachtingen op jaarplaatsen, vaste ligplaatsen of zakelijke overnachtingen in logies zijn hierbij buiten beschouwing gelaten;
- De gasten uit de (zuidelijke) randstad vormen de grootste doelgroep. Het marktgebied van de recreatieondernemingen is hiermee (boven) regionaal. Vooral logiesaccommodaties trekken gasten uit overig Nederland en het buitenland (zakelijke vraag), terwijl de verblijfsrecreatieve ondernemingen een relatief groter deel uit de regio en de (zuidelijke) randstad trekken;

Figuur 2.2. Verdeling doelgroepen naar herkomst



- Voor de meeste respondenten zijn de senioren de belangrijkste doelgroep (75%). De andere potentiële doelgroepen, zoals gezinnen met kinderen, stellen zonder kinderen en jongeren, zijn voor circa een kwart van de respondenten een belangrijke doelgroep;
- Op basis van de beschikbare antwoorden bestaat de indruk dat de prijzen in vergelijking met andere delen van Nederland relatief laag zijn. Zo is de gemiddelde prijs voor een kamer voor een nacht voor twee personen in een logiesaccommodatie € 55. Het gemiddelde tarief voor een jaarplaats bedraagt ongeveer € 1.300. In een recente studie op de Veluwe bleek dat het gemiddelde tarief voor een jaarplaats daar € 1.500 bedroeg (+15%). Dit betekent dat een gemiddelde verblijfsrecreatieve onderneming in de Hoeksche Waard in vergelijking met de Veluwe jaarlijks (160 x € 200=) € 32.000 minder omzet genereert;
- De omzet is bij de respondenten in de afgelopen 5-10 jaar licht gestegen (van 2% tot 5%). Dit is vergelijkbaar met de algemene inflatie. De absolute groei van de omzet is dus relatief beperkt geweest de afgelopen 5 tot 10 jaar.

Op basis van deze resultaten kan worden gesteld dat:

- De exploitatie van verblijfsaccommodaties sterk afhankelijk van vaste gebruikers is: verenigingsleden, vaste ligplaatsen, jaarplaatsen. Dit betekent dat er voor de omzet zekerheden bestaan en de bezetting is gewaarborgd;
- De gemiddelde kwaliteit matig is, maar deze vaste gebruikers hechten weinig belang aan centrale voorzieningen en entertainment;
- Het gemiddeld aantal eenheden beperkt is. De relatief lage capaciteit beperkt de omzet, en daarmee de (her)investeringsmogelijkheden;
- Bovendien bestaat de indruk dat de prijzen lager zijn. Dit heeft te maken met de gemiddelde kwaliteit, de doelgroep en het management.

Deze combinatie van factoren (capaciteit, bezetting en prijs) doet vermoeden dat de productiviteit (omzet per ha of m²) relatief laag is. Dit is een belangrijk bedrijfseconomisch vraagstuk, met effecten op de ruimtelijke kwaliteiten en de economische spin off.

Uitbreiding: 1.000 eenheden

Van de respondenten heeft bijna 40% plannen voor aanpassing of verbetering van het bedrijf richting de toekomst. Van de plannen is circa 30% alleen gericht op het verbeteren van het huidige product (kwaliteit, aanbod voorzieningen). De andere plannen richten zich (ook) op de uitbreiding van de capaciteit van het bedrijf.

De verschillende plannen kennen een sterk uiteenlopende schaal en stadium van uitvoering. Gezamenlijk betekenen de plannen een uitbreiding van de capaciteit met circa 1.000 eenheden. Deze uitbreiding betreft 60% ligplaatsen.

Deze uitbreidingsbehoefte komt bij benadering overeen met een ruimteclaim van 65 ha. (excl. water). Hierbij wordt echter wel opgemerkt dat dit sterk wordt bepaald door het plan Veldhoeve. Deze ruimte ligt direct grenzend aan bestaande bedrijven. Het is de vraag of op deze concrete locaties ook ruimte tegen passende voorwaarde beschikbaar is. Zoals in hoofdstuk reeds is beschreven heeft vaak de landbouw hierbij een sleutel in handen. De (on)mogelijkheden blijken uit het antwoord, dat de grondverwerving en de regelgeving (bestemmingsplan, vergunning) belangrijke obstakels zijn. In een discussie met de ondernemers op 28 september 2005 is door hen sterk benadrukt dat er veel afstemmings- en communicatieproblemen bestaan. De dynamiek van de markt(trends) verwacht dat de ondernemers relatief snel maatregelen kunnen uitvoeren. Echter, de doorlooptijd van de vergunningaanvragen belemmert noodzakelijke innovaties. Dit wordt niet als een stimulans voor een slagvaardig ondernemerschap ervaren.

Deze uitbreiding van de toeristische capaciteit betekent indicatief een groei van de economische betekenis van de verblijfsrecreatie (zie 2.4.) met circa 35% à 40%.

Nationaal Landschap: een kans

Toch nog één respondent is niet op de hoogte van de status van de Hoeksche Waard als Nationaal Landschap.

Allen zien deze status als een kans voor de onderneming. Men ziet zowel kansen voor het aantrekken van meer bezoekers als voor meer kwaliteit van de omgeving en een beter imago van het gebied. Elk van deze kansen wordt door ongeveer de helft van de ondernemers genoemd. Eén respondent ziet als een bedreiging voor het bedrijf als gevolg van de status Nationaal Landschap dat er meer aanvullende eisen voor gebruik en inrichting worden gesteld.

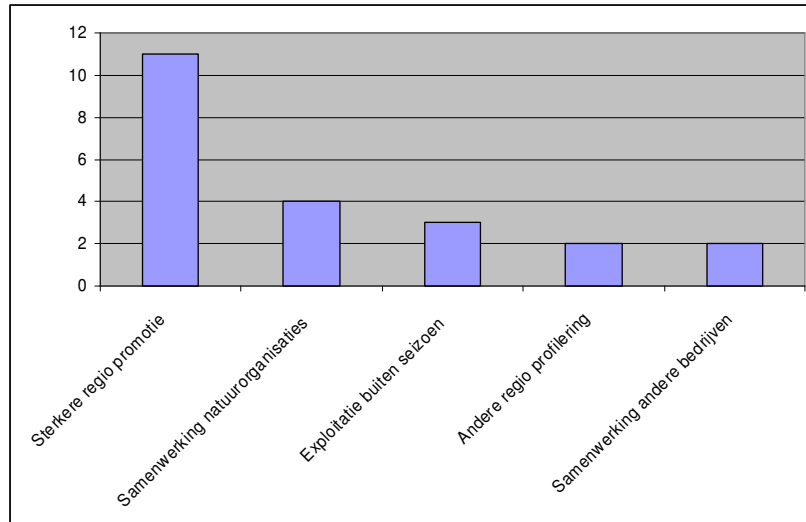
Maatregelen

Ten slotte is gevraagd of men aan kon geven welke andere maatregelen noodzakelijk zijn voor een gezonde toekomst van het bedrijf. In deze maatregelen is een onderscheid gemaakt naar markttechnische maatregelen en maatregelen voor de omgeving.

De respondenten verlangen met name een sterkere regio promotie als maatregel voor een gezonde toekomst van het eigen bedrijf. Daarnaast noemt men in mindere mate het zoeken van samenwerking tussen toeristische - en

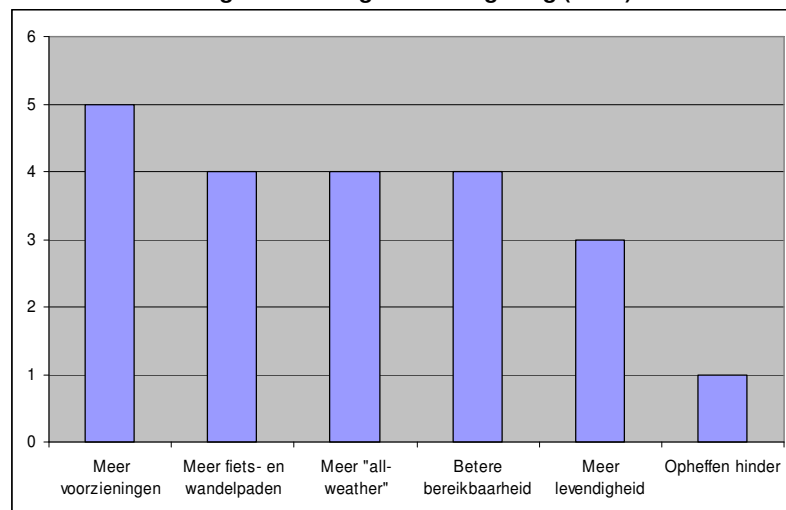
natuurorganisaties en maatregelen gericht op het verbeteren van exploitaties buiten het hoogseizoen.

Figuur 2.3. Verdeling van markttechnische maatregelen (N=12)



In de omgeving ziet men met name maatregelen gericht op het bieden van meer recreatieve voorzieningen als noodzakelijke maatregel. Naast de in figuur 2.4 onderscheiden typen voorzieningen noemt men specifiek drinkgelegenheden en een congrescentrum/hotel. De bereikbaarheid (ook met veerdiensten) is een punt dat men ook naar voren brengt als belangrijk voor de toekomst. Tevens gaat men in op negatieve elementen in de omgeving zoals zwaar verkeer in de kernen, Shell/moerdijk en de algemene dreiging op de kwaliteit van het landschap.

Figuur 2.4. Verdeling van maatregelen in omgeving (N=10)



2.3 Economische betekenis

Verblijfsrecreatie: € 11 miljoen

In Hoeksche Waard bedroegen in 2003 de totale verblijfsrecreatieve bestedingen circa € 11 miljoen. Meer dan de helft van de bestedingen wordt gegenereerd door de watersport. Samen met de circa € 27 miljoen aan dagrecreatieve bestedingen waren de totale toeristische en recreatieve bestedingen circa € 38 miljoen.

Tabel 2.5. Verblijfsrecreatieve bestedingen (x € 1 mln.)

Categorie	Hoeksche Waard	Drechtsteden	Alblasserwaard-Vijfheerenlanden	Totaal Zuid-Holland Zuid
Verblijfsrecreatie				
Hotels, pensions	2,0	18,4	15,3	35,7
Campings (regulier)	3,1	2,8	2,4	8,3
Groepsaccommodaties	0,0	1,3	0,1	1,4
Overnachten bij de boer	0,3	0,1	1,7	2,0
Watersport	5,6	6,3	4,6	16,5
Totaal	11,0	29,0	24,1	64,0

De totale bestedingen resulteerden in een werkgelegenheidseffect van 650 banen (3% van de totale werkgelegenheid in de Hoeksche Waard). Dit is hoger dan in de Drechtsteden (1,8%) of Alblasserwaard-Vijfheerenlanden (2,1%).

De toeristisch-recreatieve bestedingen in de Hoeksche Waard zijn tussen 1999 en 2003 gegroeid van € 24,3 miljoen tot € 38,3 miljoen; een groei van 57,4% (zie tabel 3.6.). De groei in de Drechtsteden en Alblasserwaard-Vijfheerenlanden is met 35% kleiner.

Tabel 2.6. Ontwikkeling toeristisch-recreatieve bestedingen 1999-2003

Regio	Bestedingen 1999	Bestedingen 2003	Groei 1999-2003
Hoeksche Waard	€ 24,3 miljoen	€ 38,3 miljoen	+ 57,4%
Drechtsteden	€ 89,7 miljoen	€ 121,3 miljoen	+ 35,2%
Alblasserwaard-Vijfheerenlanden	€ 58,5 miljoen	€ 79,1 miljoen	+ 35,4%
Totaal Zuid-Holland Zuid	€ 172,5 miljoen	€ 238,7 miljoen	+ 38,4%

Uit een nadere analyse blijkt dat de groei van de bestedingen – net als elders – voor een belangrijk deel het gevolg is van een bestedingseffect (hogere bestedingen p.p.p.d., ook door hogere prijzen).

De vraag kan gesteld worden of andere sectoren op de Hoeksche Waard op basis van een 'autonome' ontwikkeling een vergelijkbare groei hebben gerealiseerd. Tevens is er op basis van de bedrijvenenquête een verdere economische groei te verwachten. Hiermee geeft de sector een bijdrage aan een dynamisch en leefbaar Nationaal Landschap. Wat is het perspectief voor de landbouw en de waarde daarvan voor de leefbaarheid?

2.4 Conclusies

Op basis van de resultaten uit de enquête onder verblijfsrecreatieve ondernemers in de Hoeksche Waard kan het volgende worden geconcludeerd:

- Met een ruimtebeslag van circa 30 ha. is de verblijfsrecreatie (direct) een relatief kleine ruimtegebruiker;
- In de Hoeksche Waard is inmiddels een redelijk aanbod verblijfsrecreatie aanwezig, maar is enigszins eenzijdig van karakter;

- De verblijfsrecreatie genereert circa € 11 mln. aan bestedingen voor vervoer, verblijf, voeding, vermaak, etc.;
- Watersport is naar omvang en betekenis het belangrijkste segment;
- Er is sprake van een relatief kleinschalig karakter van de accommodaties;
- De relatief lage productiviteit beperkt de duurzame, bedrijfsmatige mogelijkheden om onderscheidende beleving te creëren en daarom interessante markten (volume, bestedingen) aan zich te binden;
- Het Nationaal Landschap kan een vliegwiel zijn om de productiviteit te verhogen (met name betere prijzen), en dan;
- Meer bereikt kan worden door betere samenwerking en een sterkere regio promotie;
- Ongeveer één op de drie ondernemers heeft plannen om de capaciteit uit te breiden. In totaal zijn plannen bekend voor een uitbreiding van circa 1.000 eenheden. Deze plannen zijn voor een deel van groot belang voor de continuïteit van de bedrijven (kritische massa).

De verblijfsrecreatie op de Hoeksche Waard heeft een kwetsbaar karakter. De sector is zelfstandig onvoldoende in staat om concurrerend te zijn in het ruimtelijk-economische krachtenveld op de Hoeksche Waard. Dit betekent dat een ontwikkeling van de verblijfsrecreatie moeizaam tot stand komt, terwijl voor de economie en leefbaarheid op het eiland dit wel wenselijk is. Ook bijdragen aan het behoud en de ontwikkeling van het landschap en de natuur zijn thans nauwelijks op te brengen. Het is daarom van belang dat het beleid deze kwetsbaarheid verkleint. Dit betekent een streven naar marktconforme producten: meer differentiatie en kritische massa.

Bijlage 3. Toerisme en recreatie, een samengesteld product

Het toeristisch-recreatieve product heeft een samengesteld karakter. Anders dan 'gewone' producten heeft het niet één vaste prijs of een uniform uiterlijk, maar voor iedere consument kan het toeristisch-recreatief product weer anders zijn. Het bestaat uit een aantal elementen, die gezamenlijk het product vormen.

Hieronder zijn deze elementen in drie groepen verdeeld:

- De *oorspronkelijke elementen* zijn niet specifiek of primair voor recreatie en toerisme ontwikkeld, maar de belangrijke toeristisch-recreatieve potenties kunnen er wel van worden afgeleid. Dit is relatief inelastisch, c.q. ligt voor lange tijd vast. Voorbeelden zijn de geografische ligging, de sociaal-economische structuur, de natuurwaarden, de landschappelijke kwaliteiten, de infrastructuur en de cultuurhistorie;
- De *afgeleide elementen* zijn specifiek c.q. mede voor recreatie en toerisme ontwikkeld en zijn meer flexibel van karakter. Voorbeelden zijn campings, hotels, horeca-aanbod, attracties en bewegwijzering. De private sector biedt hoofdzakelijk dit aanbod aan. Het betreft vooral midden- en kleinbedrijf naast enkele grotere aanbieders (ketens);
- Onder het *organiserend vermogen* vallen alle (commerciële) organisaties, die te maken hebben met toerisme, waarbij de verleende diensten niet direct een toeristisch product aanbieden, maar hiertoe toegang verschaffen. Deze diensten zijn: promotie, informatievoorziening, hotelboekingsystemen, arrangementen en dergelijke. Voorbeelden zijn: VVV's, boekingsbureaus, overkoepelende organisaties etc.

Gesteld kan worden dat de structuur van het toeristisch-recreatief product een samengesteld karakter heeft. De sector zelf, zoals verblijfsrecreatieve ondernemers, ontwikkelt slechts een 'halffabrikaat'. Bij het beheer en de ontwikkeling van het toeristisch-recreatief product zijn een groot aantal aspecten en beleidsterreinen betrokken. De samenhang maakt het product. Deze elementen worden op hun beurt weer gevormd en beïnvloed door verschillende actoren. De toeristische sector zelf is niet in staat om te investeren in het totale toeristische product. Het is voor de sector ook beter om te investeren in de eigen productie in plaats van in de omgeving.

De taak van de gemeente is het ontwikkelen van een geïntegreerd toeristisch-recreatief beleid, dat de samenhang en de inzet van middelen waarborgt. De verschillende onderdelen van het toeristisch product hebben elk andere financierende partijen:

- Oorspronkelijke elementen: Voornamelijk de overheid en (publieke) gebiedsbeheerders investeren in het landschap, de wegen, het water, etc. Het doel van de investeringen is het behoud en versterken (van de identiteit) van het gebied en de positie van de bewoners;
- Afgeleide elementen: Hoofdzakelijk private partijen investeren in hotels, attracties, etc.. Het doel van de beleggers, financiers en ondernemers is rendement op geïnvesteerd vermogen;
- Organiserend vermogen: Een mix van publieke en private partijen investeert in de commerciële organisatie. Hiervoor worden verschillende budgetten ingezet, variërend van eenmalige bijdragen, giften, fondsen en structurele subsidies. Het doel van de partijen is door middel van marktwerking het toeristisch product beter in de markt te zetten.

Toerisme en recreatie zijn door de ogen van de consument niet gebonden aan de perceelgrenzen, gemeentegrenzen of grenzen van beheergebieden. Het is daarom van belang om bij de beleidsvorming en ontwikkeling andere partners in ogenschouw te nemen. Afstemming wordt gevraagd.

Al met al vraagt toeristisch-recreatief beleid veel coördinatie, samenwerking en afstemming tussen veel actoren. De rol van een 'toeristisch-recreatief beleidsmaker' is vooral die van coördinator.

Bedrijfsenquête Hoeksche Waard

Naam bedrijf:
Kamer van Koophandel: (plaats & nummer of naam)
Ingevuld door:
Functie:

Voor nadere informatie kunt u contact open met:

Ruimtelijke Inrichting Hoeksche Waard (RIHW)
Mevrouw Soet Huijbregts
Projectleider GroenBlauw
Tel: 078 648 06 55
Email: SHuijbregts@regiozhz.nl

ZKAConsultants & Planners
De heer Niels Schipper
Tel: 076 5658877
Email: N.Schipper@zka.nl

De verstrekte gegevens zullen uitsluitend gebruikt worden ten behoeve van dit onderzoek

Soort bedrijf

Vraag 1: Bedrijfscategorie? (meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- ☐ Camping
- ☐ Kamperen bij de boer
- ☐ Chalet-/huisjespark
- ☐ Vakantiebungalows
- ☐ Hotel/pension
- ☐ Bed & Breakfast
- ☐ Groepsaccommodatie
- ☐ Jachthaven
- ☐ Overig,

Vraag 2: Classificatie?

- ☐ Ja, met sterren
- ☐ Nee

Eigendomsituatie

Vraag 3: Het bedrijf is

- ☐ Zelfstandige onderneming, volledig ongebonden
- ☐ Onderdeel van ketenbedrijf of holding
- ☐ Verbonden met een ideële organisatie
- ☐ Vereniging (beheer, administratie)

- ☐ Anders:

Vraag 4: Totaal ruimtebeslag, zoals in exploitatie gebracht ten behoeve van verblijfsrecreatie

➤ Oppervlakte: **ha***

*Jachthavens inclusief water

Capaciteit verblijf

Vraag 5: Aantal eenheden in exploitatie en/of beheer en omvang (meerdere antwoorden zijn mogelijk)

	Aantal eenheden	Gemiddelde grootte	Vergelijkings tarief*	Bezetting of overnachtingen
Jaarplaatsen		M ²	€	
Seizoensplaatsen		M ²	€	
Toeristische plaatsen		M ²	€	
Ligplaatsen (vast)		M	€	
Ligplaatsen (toeristisch)		M	€	
Kamers		Bedden	€	
Bungalows/huisjes		Bedden	€	
Overig				

*: Prijs/tarief 2005:

- De tarieven van 2005 voor het hoogseizoen, vermeld in euro's en inclusief BTW
- Jaarplaatsen: tarief inclusief electraverbruik, waterverbruik, rioolkosten, een autoparkeerplaats, milieuheffingen en winterstallingskosten (indien van toepassing), en exclusief toeristenbelasting, eenmalige aansluitingskosten, voor electra, water centrale antenneaansluiting, telefoon en/of gas, gasverbruik en gebruik centrale antenneaansluiting.
- Seizoenplaatsen: tarief per seizoen uitgaande van een gemiddeld aanwezige standplaats voor een tent/toercaravan/vouwwagen, inclusief electraverbruik, waterverbruik, een autoparkeerplaats, milieuheffingen en exclusief toeristenbelasting, gebruik centrale antenne en winterstallingskosten (indien van toepassing),

- De totaalprijs voor toeristische plaatsen is gebaseerd op het ANWB-vergelijkingstarief: tarief per overnachting voor 2 volwassenen, 2 kinderen (één van 6 en één van 9 jaar), tent of caravan en de auto bij kampeermiddel of op de parkeerplaats, alsmede 4 maal douchen en eventueel 4 maal toeristenbelasting
- Ligplaatsen vast: tarief per jaar per m²
- Ligplaatsen toeristisch: tarief per nacht per strekkende meter
- Bungalows/Huisjes: tarief voor een gemiddeld 4-persoonshuisje per week inclusief 'verplichte' additionele kosten. Gebruik wordt gemaakt van de aanwezige nutsvoorzieningen (gas, water, elektra) en parkeert bij het huisjes of op de parkeerplaats.
- Kamers: prijs voor twee personen inclusief ontbijt en eventueel toeristenbelasting

Gasten

Vraag 6: Hoeveel toeristische overnachtingen vinden jaarlijks op uw bedrijf plaats?

Vraag 7: Marktbereik/herkomst voornaamste doelgroep (woonplaats)?

• Regionaal (straal van circa 30 kilometer rond bedrijf)	%
• Randstad	%
• Overig Nederland	%
• Internationaal	%
	100 %

Vraag 8: Samenstelling gezelschap (voornaamste doelgroep)

- ☐ Senioren (stellen 50+)
- ☐ Gezinnen met kinderen 0-6 jaar
- ☐ Gezinnen met kinderen 6-14 jaar
- ☐ Stellen zonder kinderen (tweeverdieners, empty nesters)
- ☐ Jongeren
- ☐ Groepen: families, verenigingen, vriendenclubs, bedrijven
- ☐ Anders, nl.....

Exploitatie

Vraag 9: Bedrijfsomzet voor de verblijfsrecreatieve activiteiten: €
.....

- ☐ Geen opgave

Vraag 10: Wat is het aandeel van de verblijfsrecreatieve omzet in de gehele bedrijfsomzet?

- ☐ Marginaal
- ☐ Klein
- ☐ Redelijk
- ☐ Groot
- ☐ 100%

- ☐ Geen opgave

Vraag 11: Indicatie ontwikkeling van de verblijfsrecreatieve omzet in de afgelopen 5-10 jaren?

- ☐ Sterk stijgend (meer dan 10%),
nl.....
- ☐ Stijgend (van 5% tot 10%)
- ☐ Licht stijgend (van 2% tot 5%)
- ☐ Stabiel (van -2% tot +2%)
- ☐ Licht afnemend (van -2% tot -5%)
- ☐ Afnemend (van -5% tot -10%)
- ☐ Sterk afnemend (minder dan -5%),
nl.....

- ☐ Geen opgave

Ontwikkelingsmogelijkheden bedrijf

Vraag 12: Zijn er plannen voor aanpassing of verbetering van het bedrijf richting de toekomst?

- ☐ Ja, indien documenten beschikbaar zijn, zou u die willen meezenden?
- ☐ Nee

Vraag 13: Het plan of verbetering richt zich op het:

- ☐ uitbreiden van de capaciteit
- ☐ toevoegen van nieuwe voorzieningen
- ☐ verbeteren of vervangen van de bestaande voorzieningen
- ☐ grotere eenheden
- ☐ toevoegen van nieuwe activiteiten, namelijk
- ☐ verbeteren van de infrastructuur op het bedrijf
- ☐ aanleggen/toevoegen van groen
- ☐ overig:.....

Vraag 14: Kunt u het plan op hoofdlijnen toelichten?

1. Aanleiding/doel/knelpunt

--

2. Maatregelen op terrein, zoals voorzieningen, horeca, infrastructuur, etc.;

3. Belangrijkste doelgroepen

4. Effecten op het bedrijfsresultaat

Vraag 15: Stadium planvorming?

- ☐ Idee
- ☐ Initiatief gemeld bij overheid
- ☐ Bedrijfsplan beschikbaar
- ☐ Uitvoering in voorbereiding

Vraag 16: Is extra ruimte nodig?

- ☐ Nee
- ☐ Ja: totaal extra ruimtebeslag circa ha.

Vraag 17: De haalbaarheid is vooral afhankelijk van: (meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- ☐ Bestemmingsplanwijziging
- ☐ Mogelijkheden voor grondverwerving
- ☐ Haalbare grondprijs
- ☐ Verkrijgen vergunning(en)
- ☐ Financiering
- ☐ Geen bezwaar omgeving
- ☐ Anders, namelijk

Hoeksche Waard als Nationaal Landschap

Vraag 18: Bent u op de hoogte van Hoeksche Waard als een Nationaal Landschap?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Vraag 19: Wat betekent het Nationaal Landschap Hoeksche Waard voor uw bedrijf?

- ☐ Kans, namelijk:
 - ☐ Meer bezoekers
 - ☐ Meer kwaliteit van de omgeving
 - ☐ Beter imago van het gebied
 - ☐ Anders, namelijk
- ☐ Bedreiging, namelijk:
 - ☐ Minder ruimte
 - ☐ Verminderde toegankelijkheid van de omgeving
 - ☐ Aanvullende eisen voor gebruik en inrichting
 - ☐ Anders, namelijk
- ☐ Geen mening

Vraag 20: Welke andere maatregelen zijn voor een gezonde toekomst van uw bedrijf noodzakelijk? (meerdere antwoorden zijn mogelijk)

- **MARKTTECHNISCH**
 - ☐ sterkere regio promotie
 - ☐ andere regio profilering
 - ☐ exploitatie buiten het huidige seizoen
 - ☐ samenwerking met andere bedrijven
 - ☐ samenwerking met natuurorganisaties
 - ☐ betere afstemming van investeringen in bedrijven en omgeving
 - ☐ overig, nl.
- **OMGEVING**
 - ☐ meer fiets- en wandelpaden
 - ☐ betere bereikbaarheid
 - ☐ opheffen hinder, zoals stank
 - ☐ meer winkels en voorzieningen
 - ☐ meer levendigheid, o.a. evenementen
 - ☐ meer recreatieve "all-weather" voorzieningen,
 - zoals:
 - ☐ overig, nl.

U kunt het ingevulde enquêteformulier terugsturen aan **ZKA Consultants & Planners** in de bijgevoegde (portvrije) antwoordenvelop.

Zou u deze enquête willen retourneren voor woensdag 22 juni.

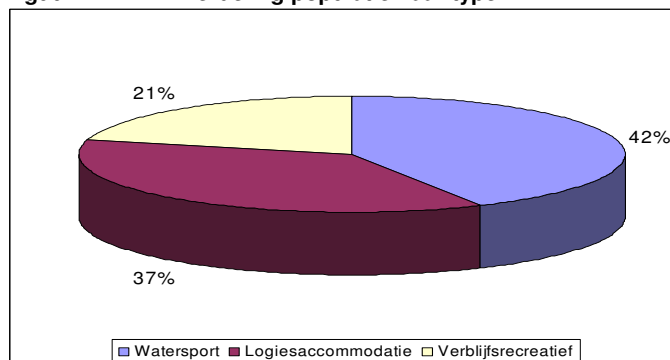
Voegt u foldermaterialen van uw bedrijf, inclusief tarieven, en mogelijke informatie betreffende plannen toe in deze envelop?

Bedankt voor uw medewerking.

Bijlage 5. Populatie en respons

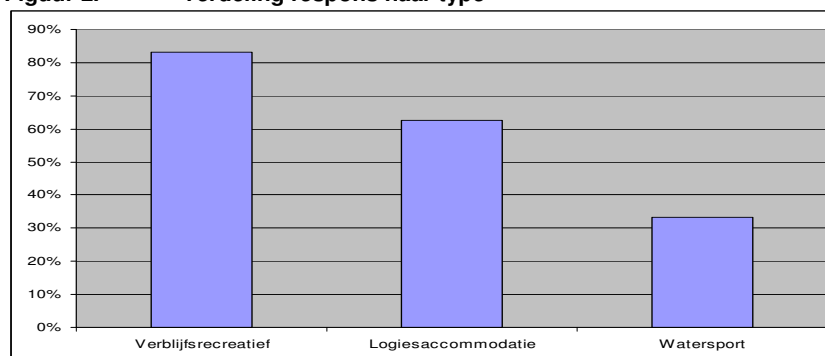
In overleg met de opdrachtgever is een adressenlijst opgesteld van bijna 40 adressen waarnaar de enquête is verstuurd (zie onderstaande adressenlijst). Enkele van de verkregen adressen betroffen plannen of recent gestarte ondernemingen. Het grootste aandeel van de enquêtes is verstuurd naar ondernemingen in de watersport (waaronder veel watersportverenigingen) en logiesaccommodaties (hotels, logies, Bed & Breakfast). Ongeveer 21% van de enquêtes is verstuurd naar verblijfsrecreatieve ondernemingen (campings en minicampings). Onder de adressen bevonden zich geen groepsaccommodaties en bungalowparken.

Figuur 1. Verdeling populatie naar type



Vanuit de totale populatie heeft de helft geantwoord. De non-respons bestaat voor een belangrijk deel uit watersportverenigingen (zie figuur 5.2). Door de structuur van dit type recreatieonderneming is men minder in staat om binnen een bepaalde tijd te reageren. De ervaring leert dat deze structuur zich meestal richt op het behoud en onderhoud van de bestaande voorzieningen. Gecorrigeerd voor dit type onderneming bedroeg de respons 60%.

Figuur 2. Verdeling respons naar type



Adressenlijst:

Naam	Adres	Postcode	Plaats
Camping Bonaventura	Oud Bonaventuradk 76 a	3291 CL	STRIJEN
Hotel-restaurant De Hoogt	Raadhuisstr 3	3299 AP	MAASDAM
De Kreek	Zinkwg 182	3262 BH	oud-BEIJERLAND
WSV NUMANSDORP	Wilhelminastraat 34	3274 AP	HEINENOORD
Jachthaven Oud-Beijerland	Zinkweg 43	3262 BB	oud-BEIJERLAND
Camping Pors	Brabersweg 10	3271 LD	MIJNSHEERENLAND
Pension Sas	Wilhelminastr 1	3292 AK	STRIJENSAS
Herberg Het Wapen van Strijen	Molenstr 7	3291 EE	STRIJEN
Jachthaven Strijensas	Sassedk 6	3292 LD	STRIJENSAS
W. Bijl & Zonen V.O.F.	Nieuwendk 1	3284 KR	ZUID-BEIJERLAND
Camping 'T Volgerland	Volgerlandsewg 12	3281 KV	NUMANSDORP
Het Wapen v. Nieuw-Beijerland	Spuidk 15	3264 LC	NIEUW-BEIJERLAND
/Tuin op zuid	Westdijk 9	3274 KG	HEINENOORD
Hotel Moods	Marktplaats 8	3262 AG	oud BEIJERLAND
W.S.V. Heinenoord	Trompstraat 12	3274 LT	HEINENOORD
Minicamping De Bommel	Molenweg 1	3274 LM	HEINENOORD
WSV De Strikhoek	Mastland 15	3273 AN	WESTMAAS
WSV Eeuwes	Postbus 5521	3270 AA	MIJNSHEERENLAND
't Zwanegat	Zwanegatsedijk 21	3299 LT	MAASDAM
De Gouden Leeuw	Gatsedijk 45	3299 LA	MAASDAM
Pension De Achterstraat	Achterstraat 4	3291 EA	STRIJEN
B&B Vertway	Molendijk 117	3284 LH	ZUID-BEIJERLAND
De Meijtuin	Oudcromstrijendijk wz 49	3286 BS	KLAASWAAL
B&B Dahlia Lodge	Molendijk 57	3284 LG	ZUID-BEIJERLAND
Hotel-'Eetcafe 't Wissel	Rijksstraatweg 57	3281 LV	NUMANSDORP
Veldhoeve	Sluisjesweg 2	3284 KX	ZUID-BEIJERLAND
Rose Mary Cottage Garden	Oud Cromstrijensedijk 59	3286 BS	KLAASWAAL
Steakhouse & Hotel Newland	Rijksstraatweg 30	3286 LS	NUMANSDORP
Jachthaven De Put	Andries Woutershof 2	3274 CA	HEINENOORD
Marina Numansdorp	Dorpshaven 3	3281 HB	Numansdorp
Veerhaven			
Nieuwendijk/Zeearend	Nieuwendijk 1	3284 KR	ZUID-BEIJERLAND
WSV Beijerland	Wilhelminastraat 53=6	3264 XT	NIEUW BEIJERLAND
WV De Hitsert	Dorpstraat 77	3284 AD	Hitserse Kade
WV Goudswaard	Oldenbarneveldstraat 1	3264 VB	Goudswaard
Watersportcentrum Kats	Buitenhavenstraat 5	3262 AC	oud-BEIJERLAND
WSV Het Spui	Postbus 1006	3260 AA	Oud-Beijerland
WV Westhaven	Buitendyk 22	3292 LB	Strijensas
Natuurbezoekerscentrum Klein Profijt	Postbus 1080	3260 AB	oud-BEIJERLAND
Fam. J. van der Pligt	Ranonkelstraat 84	3261 BW	oud-BEIJERLAND
Partyland	Zinkweg 222	3262 BH	oud-BEIJERLAND

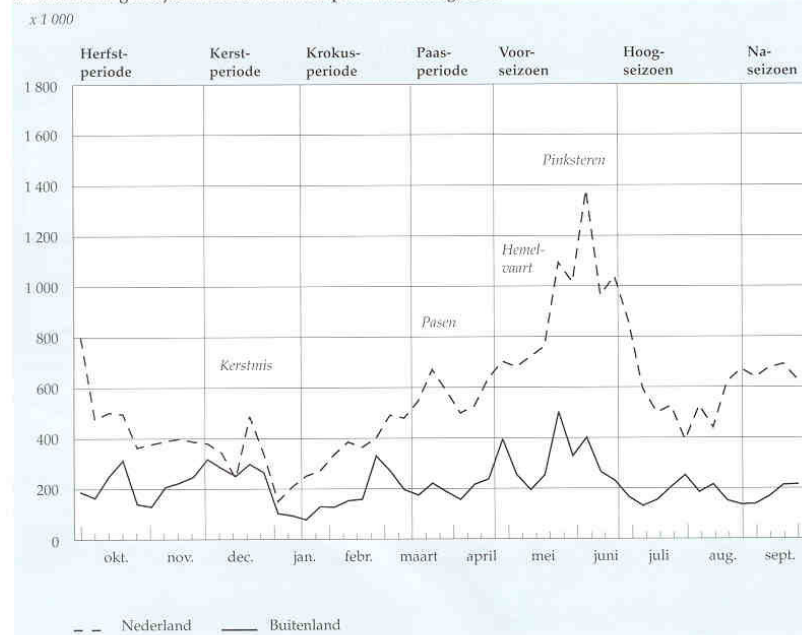
Bijlage 6. Perspectieven verblijfsrecreatie

Voor de relevante marktsegmenten zijn de volgende ontwikkelingen te noemen:

- Kampeervakanties
 - Met uitzondering van de regio's kust en grote steden, is de bezetting van campings (incl. de gemengde bedrijven¹¹) sterk afhankelijk van de vraag naar binnenlandse (lange) zomervakanties;
 - Voor vaste standplaatsen op campings mikt men vooral op de stedelijke bevolking binnen circa een uur reistijd;
 - Campings verkleinen hun kwetsbaarheid c.q. verbeteren hun bezetting of opbrengsten door substitueren van plaatsen: van vast naar toeristisch en omgekeerd en van kampeerplek naar chalet of zomerhuis. In het laatste geval gebeurt dat veelal in combinatie met 'uitponding', waardoor de functie van de ondernemer zich beperkt tot operationeel beheer;
 - De prognose voor de vraag naar Nederlandse campings is niet gunstig: juist in de zomermaanden boeken veel Nederlanders een plaats op campings in bijv. Frankrijk, Italië Duitsland, Spanje of Oostenrijk. De korte vakanties spreiden zich meer over het hele jaar (zie figuur 1), maar in de winter is de camping gesloten en kan het niet meeprofiten van deze vraag;

Figuur 1: Spreiding korte vakanties

4. Vakantiedagen tijdens korte vakanties per bestemming, 2002

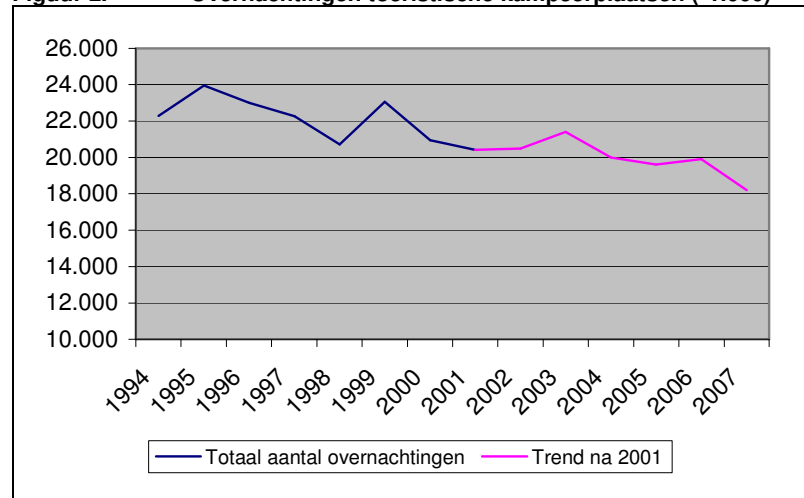


Bron: Continu Vakantie Onderzoek.

- Er is sprake van een dalende tendens van het aantal overnachtingen. Een verdere voortzetting hiervan wordt verwacht, al kan deze door de laagconjunctuur tijdelijk worden gekeerd;

¹¹ Dit zijn terreinen met kampeerplaatsen en zomerhuisjes of bungalows

Figuur 2. Overnachtingen toeristische kampeerplaatsen (*1.000)

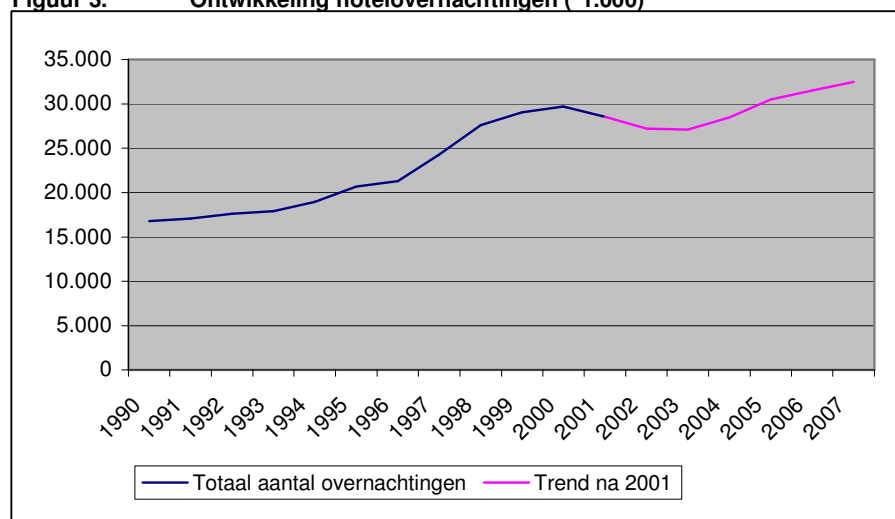


- In de komende jaren is in veel kampeerbedrijven een neergang in de afzet en omzet te vrezen. De campingsector moet in zijn levenscyclus een nieuwe fase in. Andere, nieuwe motieven voor (korte) kampeervakanties in Nederland moeten worden aangeboden. Nieuwe concepten zullen moeten worden ontwikkeld. Er moet een eigen onderscheidende toegevoegde waarde worden gevonden. Het succes van minicampings, boerencampings, landschapscampings enz. is illustratief voor de groeiende behoefte aan meer beleving. Deze vormen van kleinschalige kampeerbedrijven zijn veelal een neventak en kunnen met relatief lage prijzen en lage kosten redelijke opbrengsten (bijdragen voor gezinsinkomen) creëren. In een aantal gebieden kan de ontwikkeling van minicampings de bezetting van professionele campings aantasten.
- Logiesaccommodaties
 - De professionele hotelsector kent een lange traditie. Door de relatief beperkte reisafstanden is de sector in Nederland kleiner dan in bijv. Frankrijk, Scandinavië en de Verenigde Staten;
 - De hotelsector bedient van oudsher meerdere markten: toerisme, zakelijk bezoek en meerdaagse bijeenkomsten. De laatste tijd slagen hotels er steeds beter in al deze markten te bedienen: toeristenhotels spelen in op de vraag naar conferenties en zakenhotels in grote steden weten steeds meer toeristen aan te trekken;
 - Het aantal hotelkamers in Nederland is tussen 1994 en 2001 toegenomen met ruim 16% (van ongeveer 77.000 naar circa 90.000 kamers). Dat is lager dan de groei van de vraag. De omzet per kamer is mede hierdoor in zeven jaar tijd toegenomen van € 21.300 in 1994 naar € 30.200 in 2001;
 - Het MKB (familiebedrijf, pension) heeft niet altijd navenant geprofiteerd van deze ontwikkeling. De MKB bedrijven liggen vaak in de periferie en beschikken over een minder sterke positie in internationale reserveringssystemen. De achterstand blijkt ook uit een omzetvergelijking. Een viersterren hotel van een internationale

groep haalde anno 2001 een gemiddelde kameromzet¹² van ongeveer € 25.000,00. Familiebedrijven, die viersterrenhotels runnen, scoren gemiddeld € 12.500,00 per kamer;

- De logiesbedrijven kennen een zekere conjunctuurgevoeligheid in verband met het zakelijk gebruik. Ook ontwikkelingen in het (inter)nationale toerisme zijn van belang, maar effecten zijn vaak tijdelijk. Zo laten de afgelopen jaren een dip in de vraag naar logies zien. Echter, de verwachtingen op langere termijn zijn positief. Door de economische ontwikkeling en de internationale vervlechting neemt het zakelijk reizen toe. Daarnaast is er een toename van recreatieve reismotieven: bedrijfsuitstapjes, excursies van verenigingen, familiereünies zijn tegenwoordig vaak meerdaags. Om die reden wordt een herstel van de groei van de vraag naar logies verwacht.

Figuur 3. Ontwikkeling hotelovernachtingen (*1.000)

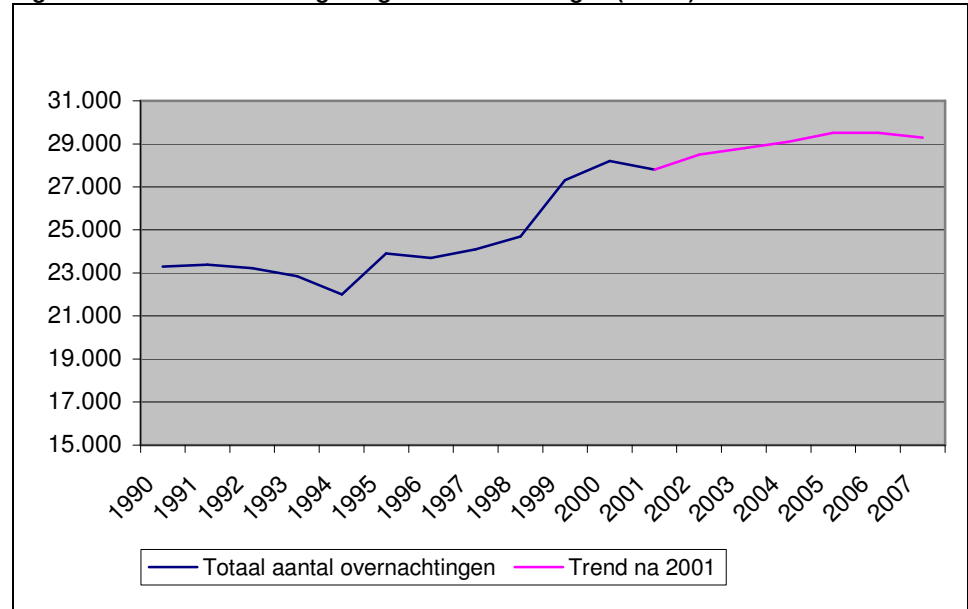


- De zakelijke vraag blijft de belangrijkste deelmarkt. De zakelijke gast is gebonden aan een bepaalde stad of streek en aan een bepaalde periode (vooral door de week en buiten de vakantiemaanden). Hierdoor kunnen de prijzen redelijk op peil worden gehouden. Toeristen- en conferentiehotels opereren daarentegen in een meer concurrentieel markt. Voor een vergadering of vakantie kan de gast immers uit veel meer regio's kiezen;
- De successen van hotels zijn dus afhankelijk van de vestigingsplaats (grote regionale verschillen) en de economische ontwikkeling in het algemeen. Daarnaast is het management van grote betekenis voor het resultaat. In ieder geval moet het hotel weten aan te sluiten bij de behoeften van meer deelmarkten. Inmiddels zorgt de opkomst van themahotels en bijzondere vormen van logies voor aansluiting op interessante niche.

¹² Exclusief food, beverage en overige opbrengsten, is alleen opbrengst uit logies

- Bungalowparken
 - Recreatiebungalows zijn sinds enkele decennia een serieus commercieel product. De Nederlander ontdekt het midweek- en weekendarrangement. Binnen de vakantiemarkt (overnachtingen) blijft het aandeel van Nederlanders dominant. Er is een lichte toename van de vraag van buitenlanders (mede gestimuleerd door de internationalisering van de sector);
 - Er is sprake van een afvlakkende groei, die - mits geen compenserende vraag in bijv. het nabije buitenland kan worden aangeboord - omslaan in een stabilisatie of zelfs een lichte afname;

Figuur 4. Ontwikkeling bungalowovernachtingen (*1.000)



- Op korte termijn – en in feite vindt dit al plaats – wordt een ‘shake out’ verwacht van oude bedrijven en een nieuwe ordening van de markt: aan de ene kant enkele grote spelers met voldoende vermogen en netwerk om de markt te bewerken en aan productontwikkeling te kunnen doen en aan de andere kant bedrijven met lage kosten en een perfecte locatie. Nicheplayers completeren het beeld. Bedrijven die de aansluiting missen, worden –zeker buiten de conventionele vakantieperiodes- verdrongen en behalen onvoldoende productiviteit.
- Jachthavens
 - Na een periode van forse groei (inhaalslag) van het aantal watersporters wordt thans gesproken van een stabilisatie van het aantal watersporters. De groei van de toervaartvloot bedraagt circa 1% per jaar. De verwachting is dat de groei de komende jaren gelijk blijft;

- In Nederland zijn circa 800 jachthavens met circa 110.000 ligplaatsen¹³. Gemiddeld heeft een jachthaven 139 ligplaatsen. In Zuid-Holland zijn circa 225 jachthavens met in totaal ruim 22.500 ligplaatsen;

Gebruiksprofiel

- Biesbosch: aantrekkelijk gebied voor open zeilboten en (kajuit)motorboten, goed ontwikkeld voor watersport.
- Haringvliet en Hollands Diep: aantrekkelijk vaarwater voor grotere zeilvaart en motorbootvaart, met goede kansen voor verdere ontwikkeling wegens suboptimale ontwikkeling van de watersport. Een groot deel van het gebied is aangewezen als snelvaargebied.

(bron: Watersportontwikkeling Nederlands deel Rijn Schelde Delta, Stuurgroep Rijn Schelde Delta, Kamers van Koophandel, juli 1998)

- Naar schatting bestaat ongeveer 90% van de ligplaatsen uit vaste ligplaatsen en 10% uit toeristische ligplaatsen;
- Voor een zelfstandige jachthaven geldt een bezetting van 92% als een bedrijfseconomische eis voor een gezond functioneren. Van belang is verder dat havens een steeds groter pakket services (beheer, onderhoud, handel, berging) en ondersteunende voorzieningen (sport, spel, vermaak, horeca) aanbieden;
- Een speerpunt in het beleid van de watersportsector vormt thans de aanwas van jongeren. Er is sprake van een veroudering van de watersporters. Als oorzaken worden genoemd de grote hoeveelheid tijd die het onderhoud van de boot en het varen vragen en onvoldoende differentiatie ('voor ieder wat wils') en kwaliteit (comfort en ambiance) in havens en vaargebieden. De verplichtingen van een vereniging, zoals zelfwerkzaamheid, worden als ongewenst neveneffect ervaren (vergelijkbaar met ontwikkelingen in sporten zoals tennis). Steeds minder mensen 'dragen' de vereniging en in toenemende mate worden professionals ingehuurd voor onderhoud en beheer;
- De vergrijzende watersporters stappen over op een motorboot. Dit zal resulteren in een toenemend gebruik van de binnenwateren. Daarnaast vindt een verschuiving plaats naar steeds groter open vaarwater. Dit is mede het gevolg van het steeds groter, completer (techniek en navigatie) en luxueuzer worden van de schepen. Het accent in de verkoop ligt op schepen rond de 10-12 meter;
- Naast grotere schepen bestaat ook een toenemende vraag naar comfortabele compacte schepen (o.a. sloepen), vooral bedoeld voor het varen in de steden. Een boot ontwikkelt zich steeds meer tot een 'hebbedingetje';
- De stichting recreatietoervaart Nederland schat dat er voor de komende 25 jaar 40.000 aanleggelegenheden gerealiseerd moeten worden om te voldoen aan de verwachte vraagontwikkeling. Over de aanlegplaatsen voor de kleine watersport zoals in- en uitstapplaatsen voor kano's, trailerhellingen en dergelijke zijn geen cijfers bekend¹⁴;
- Binnen de watersport vormt de chartervaart een bijzonder segment. De chartervaart met zeil- en motorpassagiersschepen is in Nederland groeiende. Jaarlijks groeit de vloot met ongeveer 10 zeilschepen en 5 motorschepen. Ongeveer 10% van deze schepen

¹³ Bron: RekreaVakkrant, januari 2005

¹⁴ Bron: Cijfermateriaal boven water

vaart in de Delta. Rotterdam is de thuishaven voor drie zeilende zeepassagiersschepen. Deze liggen als ze in Rotterdam zijn in de Veerhaven. Gerekend wordt op een groei in 2010 tot ongeveer 30 schepen met een thuishaven in Zeeland en tot ongeveer 15% van de vaardagen van de totale vloot;

- Door het ambulante karakter van de chartervaart zijn de eigenaren afhankelijk van ligplaatsen, die worden aangeboden door de beheerders van havens. Door de verschillende vaarpatronen zullen lang niet altijd ligplaatsen voor chartersschepen ook daadwerkelijk door chartersschepen worden bezet. Dit betekent dat de inrichting zodanig multifunctioneel moet zijn dat ook andere gebruikers er gebruik van kunnen maken, zodat de exploitatie voor de eigenaar gunstiger wordt. Voor de aanlegvoorzieningen is het van belang dat deze passend zijn voor de afmetingen van het schip (gewicht, lengte, diepgang)> Naast veiligheid zijn voldoende voorzieningen voor elektriciteit, drinkwater, vuilwater en sanitair van belang.

Chartervaart

De traditionele chartervaart in Nederland bestaat uit meer dan 500 traditionele zeil- en motorschepen die verhuurd worden aan gasten. Met deze schepen kan een vaarvakantie gemaakt worden van 1 dag tot meer dan 4 weken. In 2002 ging het om meer dan 1,5 miljoen overnachtingen met een totale omzet van 40 miljoen euro. De chartervaart bestaat uit zeilende passagiersschepen (ook wel bruine vloot genoemd) en motorpassagiersschepen, vaak omgebouwde vrachtschepen, tot 45 meter met een maximum capaciteit van 40 passagiers.

Bijlage 7. Trends in de vrijetijdsmarkt

Behoeft aan avontuur

Voor de meeste mensen is het dagelijks leven een aaneenschakeling van veiligheidsregels. Geen wonder dat veel mensen er af en toe eens helemaal uit willen¹⁵. De mens is daarom op zoek naar uitdagingen, naar zaken die (in positieve) zin afwijken van het dagelijkse leven¹⁶. Niet alleen in fysieke zin, maar kan ook in de vorm van een vlucht in de fantasie. Hierbij wordt zo veilig mogelijk naar steeds meer opwindning gezocht¹⁷. Het is avontuur door associatie, een afgeleide sensatie.

Behoeft aan verzorging

De consument legt steeds meer nadruk op gezondheid en welzijn¹⁸. De mens zoekt tegenwoordig verder, niet alleen naar een beter leven, maar naar een beter, gelukkiger en vooral langer leven¹⁹. De mens heeft meer behoefte aan het ontvangen van zorg²⁰. De mens is op zoek naar het in evenwicht brengen van geest en lichaam met twee aspecten:

- Aandacht voor de fysieke/meer hedonistische kant;
- Aandacht voor de geestelijke/spirituele kant.

Behoeft aan saamhorigheid

Individualisme gaat het de komende jaren verliezen van de behoefte aan sociaal contact²¹. Mensen willen steeds vaker dingen samen doen, vanuit gemeenschappelijk referentiekader of om banden weer aan te halen, dan wel samen iets te vieren in kleine of grote groepen.

Behoeft aan gemoedsrust

In een veranderlijke wereld bestaat een behoefte aan gemoedsrust en bestendigheid²². Als tegengewicht tegen de gehaaste drukte van het digitale tijdperk zoeken steeds meer consumenten naar rustpunten²³. Er ontstaat behoefte aan een product, waarin teruggegrepen wordt naar oude waarden zoals het geromantiseerde (boeren)buitenleven, de ongerepte natuur etc. Zo gaat de consument de komende jaren ook terug naar rust tijdens de vakantie²⁴. De groeiende hang naar meer rust tijdens een vakantie betekent niet dat van activiteit geen sprake zal zijn. Mensen blijven ondernemend, alleen zal het allemaal wat minder extreem worden, vandaar dat de vraag naar themareizen fors zal groeien (uitrusten, maar wel vermaakt worden).

Behoeft aan identificatie

De consument heeft steeds vaker de behoefte om een zelfbeeld te creëren²⁵. Antwoorden op de vragen Wie ben ik? Waar identificeer ik mij mee? worden gevonden in de producten en diensten die de consument koopt. Het product, de service wordt gecreëerd als een middel om aan zichzelf uitdrukking te geven²⁶.

¹⁵ Bron: Trends voor de toekomst: werken, wonen, leven na 2000, 1997

¹⁶ Bron: DIT reismanagement, dossier trends, nummer 2, 2002

¹⁷ Bron: Clicking, strategieën voor een nieuwe lifestyle, 1996

¹⁸ Bron: Trends voor de toekomst: werken, wonen, leven na 2000, 1997

¹⁹ Bron: Trends van overmorgen, 1991

²⁰ Bron: De droommaatschappij, 2001

²¹ Bron: DIT reismanagement, dossier trends, nummer 2, 2002

²² Bron: De droommaatschappij, 2001

²³ Bron: Trends voor de toekomst: werken, wonen, leven na 2000, 1997

²⁴ Bron: DIT reismanagement, dossier trends, nummer 2, 2002

²⁵ Bron: De droommaatschappij, 2001

²⁶ Bron: Clicking, strategieën voor een nieuwe lifestyle, 1996

Producten en diensten worden steeds vaker een manier om een zelfbeeld te creëren. Eén van de belangrijkste trends van deze tijd is het ontwikkelen van bedrijfseigen merken²⁷. Niet zozeer de keuze voor een bepaald product levert het zo verlangde onderscheid op, maar de voorkeur voor het ene merk ten opzichte van het andere²⁸. Zie de successen van merken (brands) die een bepaalde lifestyle uitdragen, zoals Nike, Benetton.

Behoeftte aan overtuigingen

De tijd waarin de mens zijn overtuigingen deelde met de maatschappelijke groep waartoe men behoorde is voorbij. In de komende jaren zal de mens steeds meer zijn onafhankelijke, individuele keuze maken. Werd men voorheen van een standaard reeks aan normen en waarden voorzien, tegenwoordig is dit veel minder het geval. Zo ontstaat de vraag naar normen en waarden en overtuigingen.²⁹ In deze markt spelen overtuigingen als ethiek, ecologie en milieu, energie en religie een rol³⁰.

²⁷ Bron: Recreatie & Toerisme, nummer 6, 2001

²⁸ Bron: EYE zicht op trends, nummer 6, 2002

²⁹ Bron: De droommaatschappij, 2001

³⁰ Bron: Trends van overmorgen, 1991

Bijlage 8. Marktstrategieën

Achter de geïntroduceerde strategieën rust een marktgerichte filosofie. Dit houdt in dat op *alle abstractieniveaus* gedacht wordt in 'producten en markten'. De te introduceren marktstrategieën zijn hieronder schematisch weergegeven en vervolgens beschreven:

Product \ Markt	Bestaand	Nieuw
	Bestaand	Nieuw
Bestaand	Marktpenetratie	Productontwikkeling
Nieuw	Marktontwikkeling	Diversificatie

Vier alternatieven:

1. *Marktpenetratie* (bestaande producten en markten verder ontwikkelen). Concreet betekent dit onder andere: het intensiever benutten van capaciteit, het scheppen van randvoorwaarden. Bijvoorbeeld door uitbreiden capaciteit, klantenservice, subsidies, oplossen knelpunten infrastructuur, et cetera. Veelal zijn dit acties met de bestaande partijen in gebieden te realiseren.
2. *Productontwikkeling* (vanuit bestaande markten nieuwe producten). Dit betekent dat de verschillende productonderdelen ontwikkeld kunnen worden voor de bestaande markten, wat tot gevolg heeft dat de regio als 'product' aantrekkelijker wordt. Het ontwikkelingstraject van de productelementen dient goed bewaakt te worden, vooral om te bepalen of de bestaande partijen werkelijke in staat zijn tot productontwikkeling te komen. Soms is de inbreng van nieuwe spelers onontbeerlijk.
3. *Marktontwikkeling* (vanuit bestaande producten nieuwe markten ontwikkelen). Met deze strategie wordt getracht om de regio te verkopen aan 'nieuwe doelgroepen en markten', dit vanuit het bestaande aanbod aan productelementen. De uitvoering van deze strategie vraagt een gerichte marketinginspanning. Voor het product geldt dat tot een goede afstemming van partijen dient et worden gekomen.
4. *Diversificatie* (nieuwe producten voor nieuwe markten). Aan twee kanten dient deze strategie van de grond af aan opgebouwd te worden. Indien de strategie slaagt, zijn de gevolgen groot, echter ook de risico's zijn groter: het nieuwe product kan een 'fremdkörper' zijn in haar omgeving, bovendien heeft de regio vaak hierin weinig aanknopingspunten of ervaring (alles is nieuw). Indien de situatie zich voordoet (bijvoorbeeld een investeerder meldt zich met een plan aan), zal een zorgvuldige afweging gemaakt dienen te worden. Heldere en objectieve criteria zijn derhalve nodig om een afweging te maken.

Strategische alternatieven: kiezen of combineren?

Deze marktstrategieën sluiten elkaar niet uit, maar kunnen naast elkaar worden uitgevoerd. Ieder strategisch 'alternatief' heeft een eigen ontwikkelingsperiode, benadrukt verschillende markten en/of productelementen, of kent andere betrokken partijen.

Bijlage 9: Initiatieven i.r.t. strategieën

	'Krachtige toeristische regio'	'Gezonde sector'	'Recreatief stedelijke achterland'
<i>Binnenmaas</i>			
	- Parc Binnemaas	- Tuin op Zuid	- Uitbreiding Fruitgaarde Mevrouw Monster
<i>Oud-Beijerland</i>			
		- Hotelaccommodatie Oude Tol - WSV Spui	- Camping Pligt - Camping Klein Profijt
<i>Korendijk</i>			
	- SwaneBlake	- Bungalowpark Veldhoeve - Hotel-Restaurant Zeearend - minicamping Costa del Spui	- Tiengemeten
<i>Strijen</i>			
		- Uitbreiden jachthaven Strijensas - Bonaventura - Herberg Het Wapen van Strijen	- Deltanatuur "paalkamperen"
<i>Cromstrijen</i>			
	- Molenpolder Cromstrijen / Veerhaven Numansdorp	- Marina Numansdorp - Volgerland	- Bed & Breakfast Numansdorp - Bed & Breakfast
<i>'s Gravendeel</i>			
			- Mini-camping

Bijlage 10: RECRON standpunt 'Rood voor Groen'

'Rood voor Groen' - regeling

De Natuurbeschermingswet en de Vogel & Habitat Richtlijn (VHR) hebben als uitgangspunt dat de natuur prevaleert. In die gebieden wordt dan ook het compensatie en/of salderings-beginsel gehanteerd. Dat komt er op neer dat ingeval van uitbreiding van een recreatiebedrijf, dat ligt in een gebied dat onder genoemde wet of richtlijn valt, er in principe gecompenseerd of gesaldeerd moet worden.

Voor gebieden die **niet** vallen onder de Natuurbeschermingswet of VHR maar die wel in de Ecologische Hoofdstructuur vallen en/of liggen in de Nationale Landschappen, is RECRON van mening dat het principe van compensatie en/of saldering hier dus niet mag worden toegepast. Toch proberen overheden ook voor uitbreidingen in dit soort gebieden, op basis van aanvullende beleidsmaatregelen, tot vergelijkbare compensatie en salderingsverplichtingen te komen.

Blijven over de gebieden die niet vallen onder de natuurbeschermingswet, VHR, noch EHS of Nationale Landschappen. Ook voor uitbreidingen van recreatiebedrijven, of zelfs voor investeringen in gebouwen op deze recreatiebedrijven, proberen overheden als tegenprestatie voor toestemming tot uitbreiding een regeling te treffen tot betaling van forse geldbedragen die worden ingezet om in de regio of in de directe omgeving te investeren in natuur: de zogenoemde 'Rood voor Groen' regeling. De regeling houdt dan in dat recreatiebedrijven die willen uitbreiden of binnen hun grenzen voorzieningen of bungalows willen bouwen, een geldbedrag moeten betalen aan de provincie waarmee dan elders door de provincie groen wordt gerealiseerd.

Verblijfsrecreatiebedrijven zijn gevestigd in de natuurlijke en groene omgeving. Het recreatiebedrijf kan in feite niet functioneren zonder die binding met de 'groene ruimte' en is in die zin vergelijkbaar met bedrijven in de agrarische sector die ook gebonden zijn aan de groene ruimte. Recreatiebedrijven beschikken over gebouwde voorzieningen met een recreatiefunctie die noodzakelijk zijn voor de uitoefening van het recreatiebedrijf, net zoals boerderijen, schuren en stallen de agrarische functie faciliteren.

Recreatiebedrijven zijn gebonden aan de 'groene ruimte' en daarom is het een RECRON-uitgangspunt dat recreatiebedrijven, in het kader van de 'nota Ruimte', als een direct aan de groene ruimte van het buitengebied gelieerde vorm van bedrijvigheid moet worden gezien. Vanwege de noodzakelijke functionele gebondenheid van het (verblijfs-) recreatiebedrijf aan zijn omgeving, zou een recreatiebedrijf volgens RECRON niet als een 'Rode' functie gezien mogen worden.

Standpunt

RECRON is nationaal van mening dat verblijfsrecreatie buiten de 'Rood voor Groen' regeling moet vallen, nu grond een productiemiddel is en vestiging in de groene ruimte een functionele voorwaarde. Regionale uitzonderingen hierop hoeven niet op voorhand te worden afgewezen, maar zouden in ieder geval met grote omzichtigheid en in echt uitzonderlijke gevallen tot stand mogen komen.

N.B. Overigens maken wij een scheiding tussen recreatiebedrijven en tweede woningenparken. Voor de totstandkoming van de laatst genoemde parken, die o.i. als een als een 'rode' functie gezien kan worden, zou wel de 'Rood voor Groen' regeling mogen gelden. Deze visie sluit overigens aan bij de stellingname van het Ministerie van VROM, dat er bij de beoordeling van aanvragen voor de vestiging van nieuwe niet-bedrijfsmatig geëxploiteerde tweede woningcomplexen

uitgegaan dient te worden van het toelatingsregiem dat van toepassing is op het bouwen van reguliere woningen in het buitengebied.