



Van der Reest Advies
recreatie is ons vak

De Betteld Cadzand bedrijfskundige onderbouwing



rapport

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
2.	Uitgangspunten	2
3.	Marktontwikkelingen	3
4.	De kopersmarkt	7
5.	Verhuurmarkt recreatiewoningen.....	14
6.	Bedrijfsconcept de Betteld Cadzand	18

4 april 2018
N12277 - NvdR/ap

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

Notitieverzoek van: De Betteld Cadzand
Gerhard Hobelman

Opgesteld door: Van der Reest Advies
Nemi van der Reest

1. Inleiding

Vakantiepark en conferentiecentrum De Betteld heeft het plan opgevat om de voormalige Camping Elzenhof in Cadzand te saneren en in plaats daarvan een nieuw recreatiepark op te richten met een herkenbaar 'De Betteld profiel'.

Op grond van de gemeentelijke regelgeving kan er een project van 100 eenheden worden gerealiseerd, verdeeld over 20 stenen recreatiewoningen (130 m² grondoppervlak) en 40 chalets (70 m² grondoppervlak) en 40 toeristische verhuureenheden. Voorts een bedrijfswoning, technische ruimte en een centrumgebouw.

De initiatiefnemers hebben samen met hun adviseurs een planontwerp opgesteld dat recht doet aan de gemeentelijke randvoorwaarden (kwaliteitsimpuls) en tevens bedrijfseconomisch haalbaar is. In deze notitie wordt het geheel nader toegelicht en onderbouwd.

Achtereenvolgens worden de uitgangspunten van het plan benoemd, worden de relevante trends en ontwikkelingen in de markt geduid, wordt ingezoomd op de kopers- en huurderssegmenten en tot slot wordt de toepassing van deze kennis naar het bedrijfsconcept gemaakt als onderbouwing van de noodzaak van schaalvergroting en transformatie.



2. Uitgangspunten

Van camping Elzenhof naar De Betteld Cadzand

- Camping Elzenhof met 81 toeristische kampeerplaatsen op nog geen 2 ha. transformeren naar een eigentijds kwaliteitspark met 100 toeristische verhuureenheden op een bruto-oppervlakte van 5 ha.:
 - 40 toeristische kampeerplaatsen
 - 40 (verhuur)chalets
 - 20 (verhuur)huisjes
- Een passende landschappelijke inbedding van het project.
- Nieuw product voor nieuwe doelgroepen.
- Toegevoegde waarde voor de regio.
- Kwaliteitsslag maken. Kwaliteitsverbetering vraagt ruimte.
- Voldoende openheid tussen Cadzand Dorp en Cadzand Bad.
- Bedrijfseconomisch haalbaar plan.
- Inspelen op kansrijke marktontwikkelingen.
- Spreiding van de toeristische druk over het jaar.
- Duurzame opzet.
- In lijn met provinciaal en gemeentelijk beleid.



3. Marktontwikkelingen

3.1 Trends en ontwikkelingen

Algemeen

- Toename aantal ouderen.
- Steeds meer differentiatie in bevolkingssamenstelling.
- Kleinere huishoudens.
- Ontvolking diverse regio's.
- Digitalisering, Mobiliteit, Duurzaamheid.

Consumententrends

- Blijvende vraag naar luxe en comfort.
- Groeiende belangstelling voor beleving en zingeving.
- Toenemend belang van natuur, rust en ruimte als tegenhanger van de dagelijkse hectiek.
- Kwaliteit en service.
- Persoonlijke aandacht.
- Toenemende aandacht voor fysieke en mentale gezondheid.
- Belangstelling voor 'roots & regio'.

Recreatie & vrije tijd

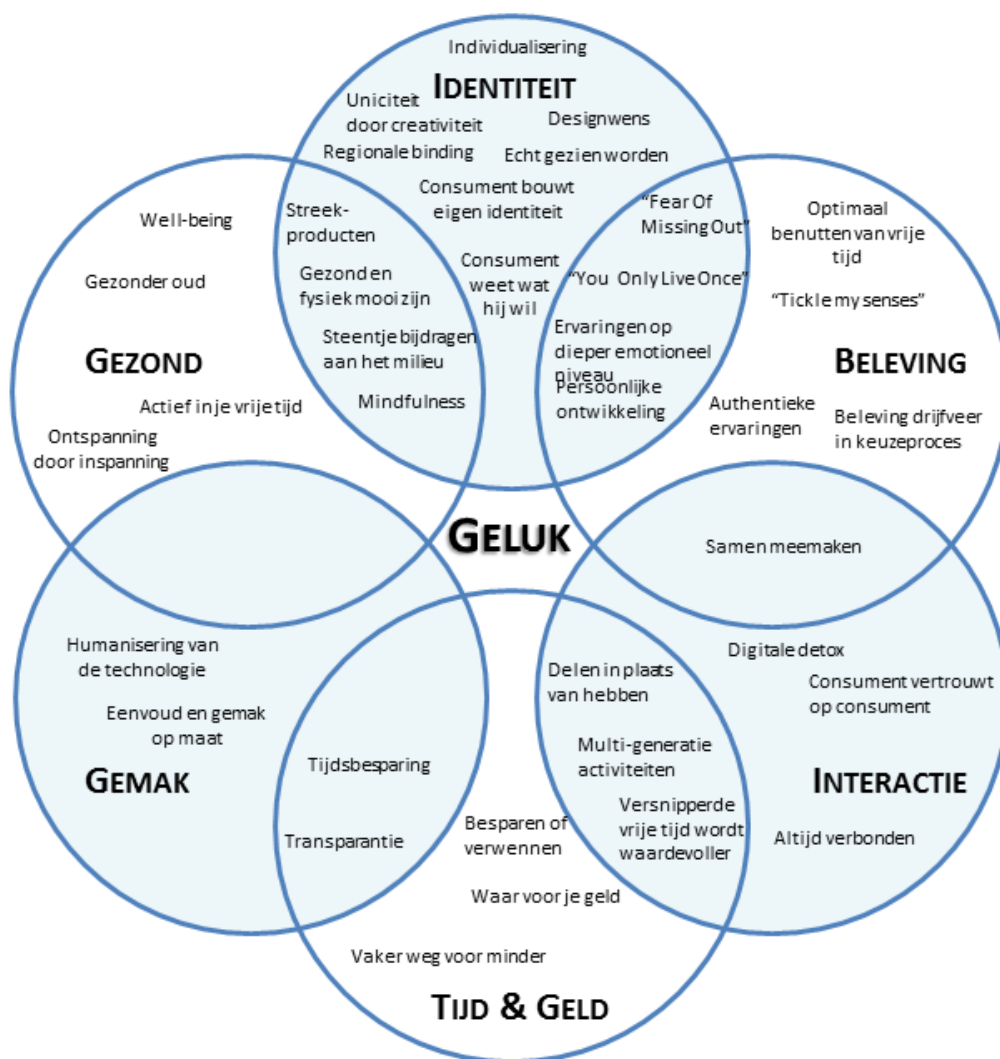
- Lokale kwaliteiten als onderscheidingsmiddelen.
- Sfeer en beleving, authenticiteit.
- Behoeftes aan kleinschaligheid, knusheid en actieve buitenrecreatie.
- Campings: toenemende vraag naar verhuuraccommodaties.
- Logiesverschaffing is onderdeel van totaalpakket (eten & drinken, attracties, omgeving).
- Toenemende vraag naar unieke overnachtingsaccommodaties.
- Toenemende vraag naar doelgroepgerichte recreatiebedrijven.
- Binnenland steeds meer bestemming voor korte tussendoorvakanties.
- Recreatiewoningen populairste logiesaccommodatie in Nederland. Vraag blijft stijgen.

Conclusies

- De **locatie** c.q. omgevingsfactor is het belangrijkste keuzecriterium voor de recreant. Pas daarna kiest men een bedrijf c.q. logiesaccommodatie.
- De recreant is steeds meer op zoek naar unieke ervaringen c.q. een **hoge belevingswaarde**. Het gewone is al lang niet meer bijzonder genoeg. Dit vraagt om een scherp profiel c.q. een groot onderscheidingsvermogen.
- **Lifestyle** is daarom belangrijker dan demografische of sociaaleconomische kenmerken van de doelgroepen. Dit vergt kennis van wat gasten willen. Zij zoeken niet een dak boven het hoofd, maar een ervaring die bij hun leefstijl past.
- Behoeftes aan **privacy en comfort** beperkt zich niet tot de thuissituatie, ook het recreatiemilieu dient hieraan tegemoet te komen. Gevolg is dat de belangstelling voor kamperen daalt en de vraag naar meer comfortabele logiesaccommodaties toeneemt.
- **'Kwaliteit bieden'** is een must voor elk recreatiebedrijf. Dit geldt zowel voor het fysieke product als voor de immateriële aspecten (dienstverlening, sfeer). Beide onderdelen zijn van even groot belang; het ene kan niet zonder het andere.
- De **vergrijzing** neemt toe: het aandeel 55+ers groeit van 33% nu naar 40% in 2025. Deze groep is primair gericht op kleinschaligheid en authenticiteit en minder op uitgebreide centrale voorzieningen.
- Toename **groepsactiviteiten**. Mensen gaan er steeds vaker in groepsverband op uit, zowel in de familiesfeer als in informele groepen. Hierdoor stijgt de vraag naar passende accommodaties voor twee of drie generatiegezelschappen.

Samenvatting

Het consumentengedrag wordt beïnvloed door een groot aantal maatschappelijke ontwikkelingen (bijvoorbeeld demografisch, economisch, politiek). Het samenspel van deze ontwikkelingen zorgt ervoor dat consumenten in hun vrijetijdsgedrag bepaalde prioriteiten hebben. Deze prioriteiten worden weergegeven in onderstaande figuur: identiteit, gezond, gemak, beleving, interactie en tijd & geld. Samen opgeteld leiden ze tot het belangrijkste streven van een consument tijdens vakantie en vrije tijd: het ervaren van geluksmomenten.



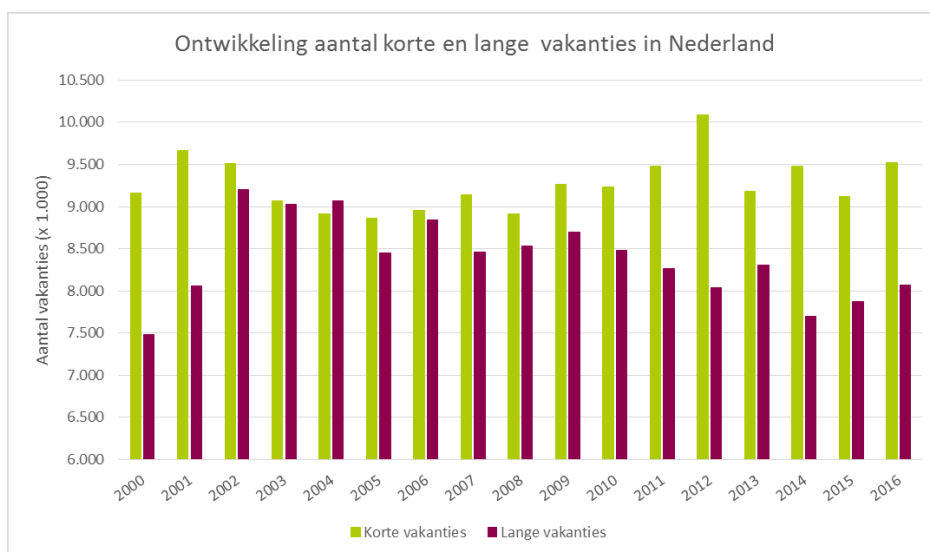
Bron: Kenniscentrum Kusttoerisme (2017)

Het draait in de recreatiesector om **kwaliteit en belevingswaarde**. Op die punten dient nieuw aanbod zich te onderscheiden. Als dat lukt is er voldoende toekomstperspectief op een locatie aan de kust.

3.2 Vakanties in Nederland

Korte en lange vakanties in Nederland

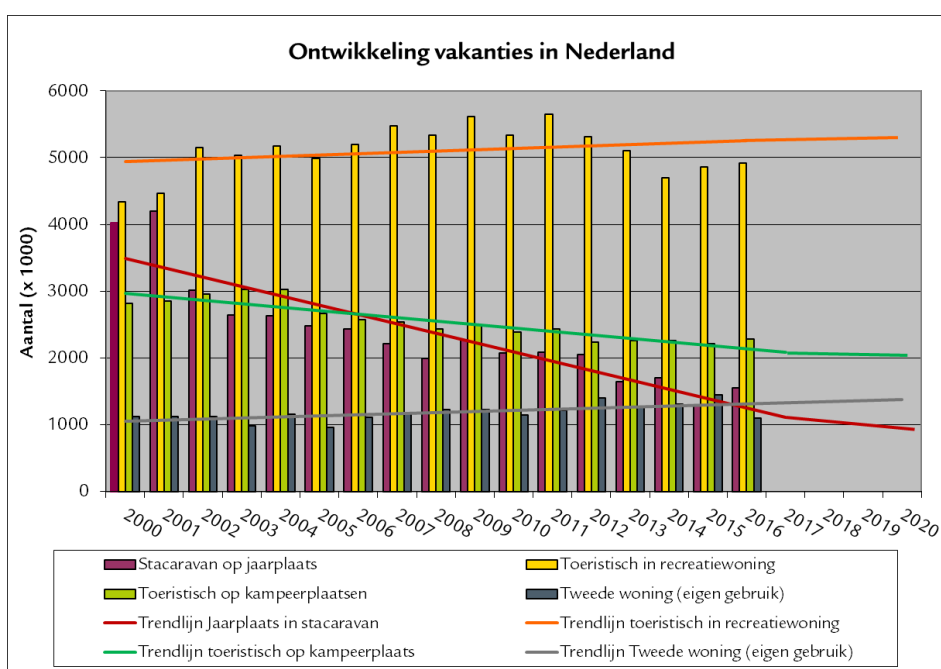
Trend: het aantal lange vakanties (≥ 4 aaneengesloten overnachtingen) daalde maar laat de laatste twee jaar weer een lichte stijging zien. Het aantal korte vakanties stabiliseert. Per saldo blijft het totale aantal overnachtingen de laatste jaren stabiel behalve in de kampeersector. Daar is sprake van een structurele daling.



Bron: CBS 2017

Gebruikte accommodaties in de Nederlandse vakantiemarkt

In Nederland houdt het CBS gegevens bij ten aanzien van de accommodaties die tijdens vakanties in Nederland worden gebruikt. In de volgende tabel is het trendbeeld zichtbaar gemaakt.



Bron: CBS 2017

De gegevens laten het volgende beeld zien:

- De structureel dalende trend in de belangstelling voor jaarplaatsen met stacaravans gaat door, terwijl de trendlijn eigen gebruik tweede woningen een stijgende lijn laat zien. Deze tendens maakt zichtbaar dat de belangstelling voor accommodaties met meer luxe stijgt. Dit biedt mogelijkheden voor bedrijven die oog hebben voor innovatie en kwaliteitsverbetering van vaste standplaatsen waarvan het toeristisch gebruik voorop blijft staan.
- Het aantal vakanties op toeristische plaatsen is licht dalend. Deze daling is niet spectaculair maar heeft wel een structureel karakter (elk jaar een beetje minder).
- Het aantal toeristische vakanties in bungalows en daarmee vergelijkbare (huur)accommodaties laat een stijgende lijn zien. Verwachting voor de komende jaren is een stabilisering van het aantal vakanties in bungalows.

Conclusie

Er is een verschuiving gaande van de kampeerplaats naar luxere accommodatievormen zoals recreatiebungalows en vergelijkbare accommodaties. Dit past in de trend naar meer luxe en comfort. Dit dwingt de bedrijven wel tot het maken van keuzes (profilering). De ontwikkeling van luxe recreatiebungalows biedt perspectief.

3.3

Zeeland

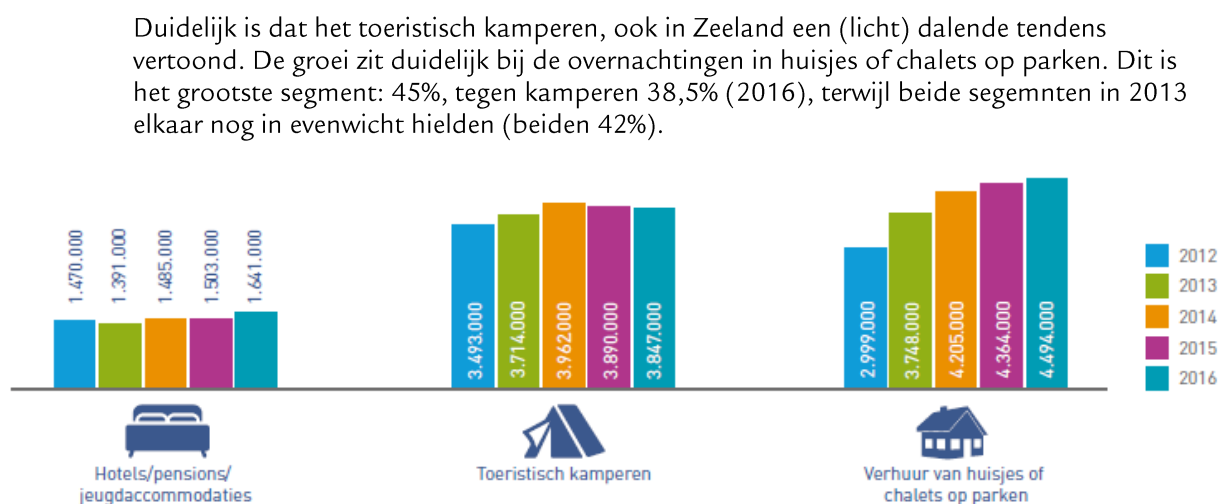
Groei in aantal overnachtingen

Het CBS telde **10,1 miljoen overnachtingen** in Zeeland in 2016 (toeristische accommodaties); 50,7% hiervan betreft Nederlandse gasten, 49,3% komt uit het buitenland. De buitenlandse markt groeit al vijf jaar op rij, alhoewel de groei in 2016 minder sterk was dan in voorgaande jaren. De Nederlandse markt stabiliseert zich de laatste jaren.

Het Kenniscentrum Kusttoerisme komt tot een veel hoger aantal: **17.768.000**, inclusief overnachtingen op vaste plaatsen en in particuliere accommodaties¹. Voor de gemeente Sluis gaat het naar schatting om bijna 3,5 mln. overnachtingen per jaar.

Verschuiving van kamperen naar luxere accommodaties

De verdeling van de overnachtingen over de verschillende accommodatiesoorten wordt getoond in onderstaande figuur.



Bron: Kenniscentrum Kusttoerisme (2017)

¹ Kerncijfers Vrijtijdseconomie Zeeland 2016 (Kenniscentrum Kusttoerisme).

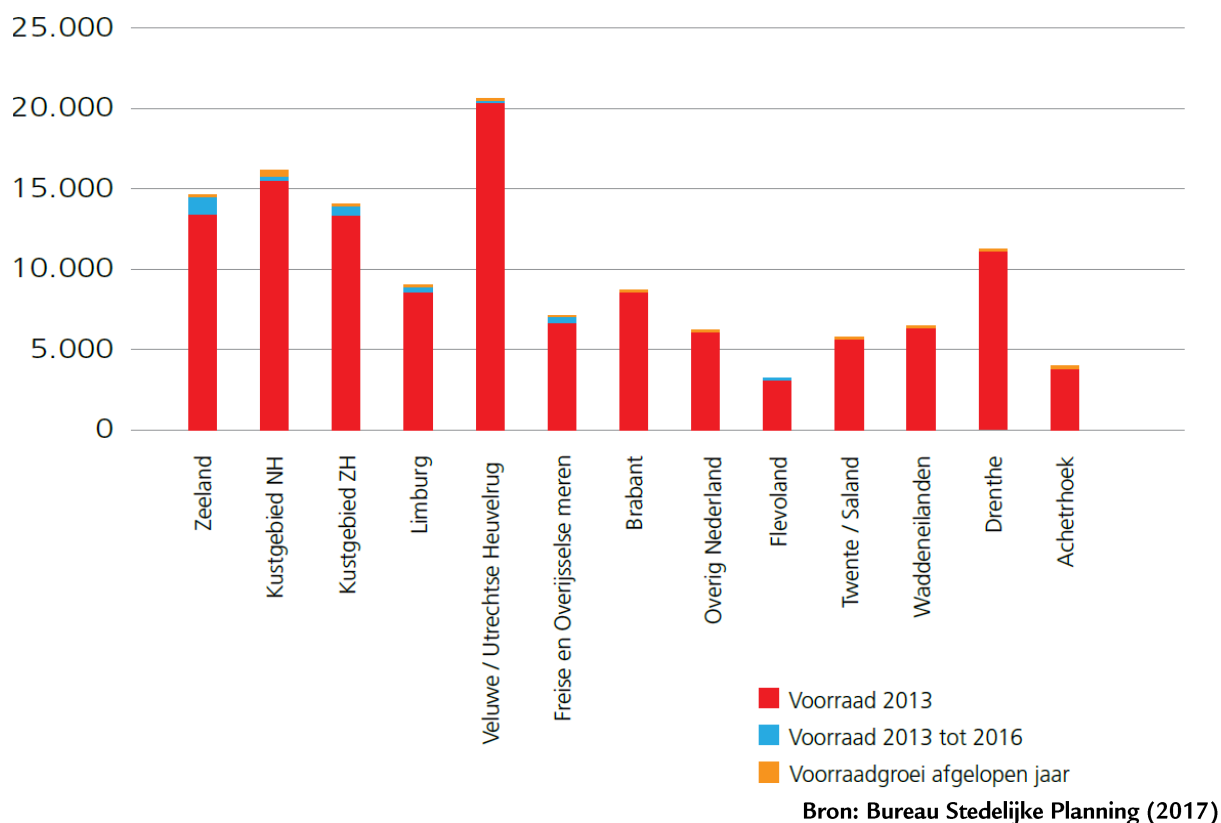
4. De kopersmarkt

4.1 Aanbod

In Nederland staan in 2017 naar schatting ongeveer 130.000 recreatiewoningen. Het exacte cijfer is onbekend omdat instanties zoals het CBS, de BAG en het Kadaster verschillende definities hanteren en ook geen eenduidige manier van registratie hanteren.

Sinds 2014 doet het Bureau Stedelijke Planning in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Makelaar en Taxateurs (NVM) jaarlijks onderzoek naar de markt voor recreatiewoningen². De volgende grafiek geeft de ontwikkeling van het aanbod weer (figuur 2).

Ontwikkeling voorraad recreatiewoningen Nederland 2013-2017



Sinds 2013 is het aantal recreatiewoningen gegroeid met 4.500. De grafiek laat zien dat het aantal recreatiewoningen in Zeeland het hardst is gegroeid (+ 1.200 recreatiewoningen). Daarna volgen de twee andere kustprovincies. De kustregio's en de Waddeneilanden zijn de populairste gebieden. Dit komt omdat de vraag van Nederlandse maar ook Duitse en Belgische koper hier bijzonder groot is. Het aanbod is hier aanzienlijk kleiner dan de vraag (opdroging) waardoor de prijzen stijgen. Omgekeerd kennen van oudsher toeristische regio's als de Veluwe, Utrechtse Heuvelrug en Drenthe veel verouderd aanbod met prijsdalingen en stagnatie in de markt als gevolg.

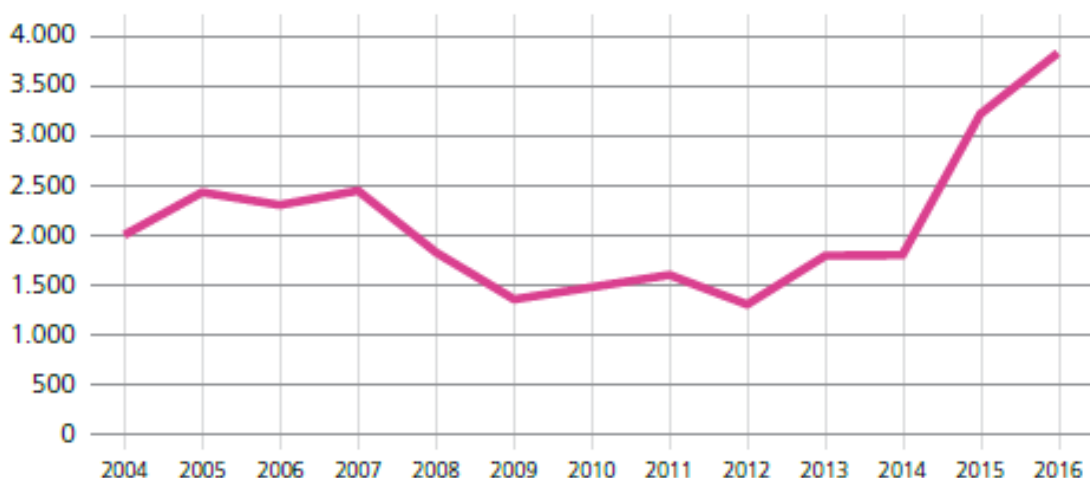
² De Nederlandse markt voor recreatiewoningen (NVM, 2017).

Nederland heeft ruim 1.500 recreatieparken. Hier staat circa 95% van het aanbod. Slechts 5% zijn solitaire recreatiewoningen. Ruim 50% van het aanbod staat op parken met meer dan 200 woningen (ruim 65.000 woningen op 270 parken). Dit zijn over het algemeen parken met veel centrale voorzieningen (horeca, zwembaden, spel- en sportvoorzieningen) die worden uitgebaat door grote verhuurorganisaties als Center Parcs, Landal en Roompot.

4.2 Vraag

- Naar schatting 70.000 landgenoten hebben momenteel een recreatiewoning³ en de belangstelling neemt nog altijd toe. Veel mensen overwegen een recreatiewoning aan te schaffen. De lage rentestand is een belangrijke aanjager voor de toegenomen vraag naar recreatiewoningen, gekoppeld aan de verwachtingen van goede rendementen en waardeinstijgingen van recreatief onroerend goed. Daar staan echter ook weer berichten tegenover van tegenvallers als gevolg van snelle veroudering en hoge onderhoudslasten. Recreatiewoningen verouderen sneller dan reguliere woningen omdat de eisen en wensen van toeristen snel veranderen. Dit leidt tot een tweedeling in de markt: enerzijds nieuw, modern aanbod met veel comfort en een hoge beleevingswaarde, anderzijds een oude voorraad bestaande recreatiewoningen die snel in belangstelling dalen. Kwaliteitseisen van kopers van recreatiewoningen worden steeds hoger. Dit zorgt voor een toename van de kwaliteit c.q. voornamelijk nieuw aanbod in het hogere prijssegment.

Stijgend aantal transacties



Bron: Kadaster 2017, bewerking Bureau Stedelijke Planning

- Onderscheidend vermogen* is van doorslaggevend belang bij een nieuwe ontwikkeling. In de eerste plaats gaat het daarbij om aantrekkelijke locaties (kust!) maar ook om de woningen zelf (veel luxe) en het totale onderscheidend vermogen (park, woning, omgeving).
- Een nieuwe trend is de opkomst van gezondheid & wellness, eco-toerisme en *Tiny houses*, compacte woningen met een hoge duurzaamheidsfactor en een bijzonder karakter.
- Verblijfsrecreatieparadox* dreigt: aan de ene kant is sprake van nieuwe, moderne, luxe en kwalitatief hoogwaardig aanbod van recreatiebungalows die voldoen aan de wensen en eisen van de consument. Aan de andere kant is sprake van verouderd aanbod dat niet meer geschikt is voor toeristische verhuur, waardoor verloedering, leegstand, permanente bewoning en huisvesten van arbeidsmigranten op de loer ligt.

³ Woon Onderzoek Nederland (CBS, 2012).

- De toegenomen vraag leidt (nog) niet tot sterke prijsstijging. In 2016 bedroeg de gemiddelde transactieprijs van een recreatiewoning ruim € 140.000, een stijging van 4% ten opzicht van 2015. De transactiepreizen liggen ook nog fors onder de gemiddelden van voor de crisis. In 2008 lag de gemiddelde transactieprijs op circa € 170.000, bijna 17% hoger dan afgelopen jaar. Dat de sterk aangetrokken vraag niet samengaat met een prijsstijging, heeft ongetwijfeld te maken met de eveneens sterk gestegen oplevering van nieuwe recreatiewoningen. Zowel vraag en aanbod zijn zeer sterk toegenomen en de markt is in balans.
- Opvallend is ook het verschil in prijsniveau tussen nieuwbouwrecreatiewoningen en bestaande woningen. In 2016 was de gemiddelde transactieprijs per m² in Nederland € 2.400 voor een nieuwe recreatiewoning. Voor een bestaande woning werd gemiddeld € 1.900 per m² betaald, een verschil van circa 25% (NVM, 2017).
- Kopers van recreatiewoningen geven de voorkeur aan nieuwbouw. In de periode 2005-2015 lag het gemiddeld aantal verkochte recreatiewoningen op 1.850 per jaar. 2016 en 2017 waren met ruim 3.130 en 3.750 transacties de beste jaren. Naar verwachting zal de groei zich de komende tijd voortzetten.

Regionale verschillen

Het marktperspectief voor de kust is zonder meer goed. Regionaal zijn er echter wel verschillen, mede door verschillen in aanbod. De kansen voor ontwikkelingen in het binnenland worden minder gunstig ingeschat.

Inschatting marktperspectief

	LIGGING	LANDSCHAP	AANBOD	PLANCAPACITEITPRIJS	ONTWIKKELING	MARKTPERSPECTIEF
Limburg	-	++	+	++	++	+
Brabant	+	0	0	--	+	-
Zeeland	0	++	+	--	0	+
Kustgebied ZH	++	++	++	+	++	++
Kustgebied NH	++	++	++	-	-	+
Veluwe /						
Utrechtse Heuvelrug	+	++	--	-	--	--
Twente / Salland	-	0	-	++	0	+/-
Achterhoek	-	0	--	++	++	+/-
Drenthe	-	0	--	++	+	+/-
Friese en						
Overijsselse Meren	-	+	--	++	+	+/-
Waddeneilanden	-	++	+	++	++	++
Flevoland	-	--	+	++	+	+

Bron: Bureau Stedelijke Planning 2017

Kopersprofiel

Kopers van een recreatiewoning zijn in twee doelgroepen in te delen:

- a. De eigen gebruikers.
- b. De (kleine) beleggers.

Eigen gebruikers

Deze groep is primair op zoek naar een eigen tweede huis. Hier wil men ongestoord zijn vrije tijd doorbrengen. Verhuur van deze woningen vindt veelal plaats uit het oogpunt van kostenreductie en fiscale voordelen (aftrek van BTW koopsom). Het eigen gebruik staat voorop; het behalen van een hoog economisch rendement speelt voor deze doelgroep geen overheersende rol. In de praktijk zijn deze huisjes 60-80% van de tijd beschikbaar voor verhuur.

Beleggers

Voor de beleggers onder de kopers van recreatiewoningen is het behalen van rendement op het geïnvesteerde vermogen de belangrijkste drijfveer. Een recreatiewoning is een interessante optie binnen een gespreide beleggingsportefeuille. Het rendement wordt gerealiseerd door een zo hoog mogelijke huuropbrengst te realiseren. Deze doelgroep is niet primair geïnteresseerd in het eigen gebruik van de recreatiewoning. Sommigen komen er nooit, anderen sporadisch en meestal op de niet-courante verhuurmomenten. Bij beleggers draait het dus hoofdzakelijk om rendement uit verhuuropbrengsten. Een verhuurgarantie bij aankoop van de woning is daarbij een pré. Veel huizen van Landal- en Roompotlabels worden door deze kopersgroep gekocht.

Voor deze doelgroep is de hoogte van het investeringsbedrag van wezenlijk belang. Onderstaande tabel geeft een indicatie van de maximale prijsstelling (V.O.N., exclusief BTW) voor een bepaald type recreatiewoning bij een gegarandeerd rendement van circa 6%.

Bungalowtype	Minimaal	Maximaal
4-persoons	170.000	200.000
6-persoons	190.000	225.000
8-persoons	220.000	240.000
12 persoons	300.000	325.000

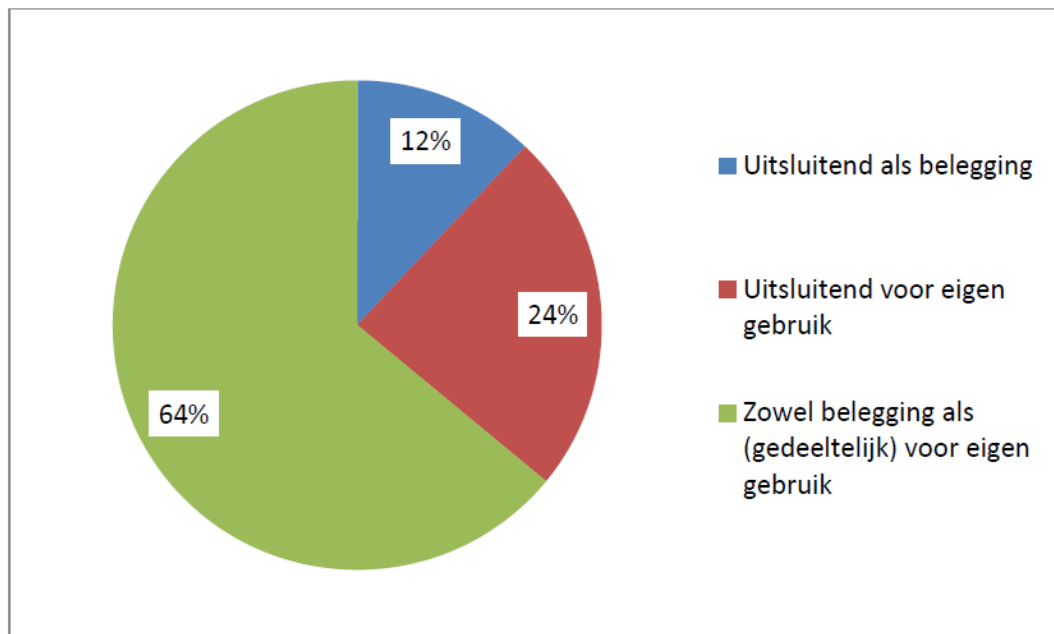
Recreatiewoningen die wat prijsstelling betreft ver buiten deze grenzen vallen zijn voor beleggers onvoldoende interessant. Uiteraard zijn hierbij de locatie en de voorzieningen op het park van grote betekenis. Recreatiewoningen op locaties met een hoge bezettingsgraad mogen meer kosten omdat de opbrengst veel hoger is door de hoge bezettingsgraad en de hoge prijsstelling.

Combi-groep is het grootst

De meeste particuliere kopers van recreatiewoningen kiezen voor een combinatie van verhuur en (beperkt) eigen gebruik. De zuivere belegger-kopers zijn veelal institutionele beleggers die vooral interesse hebben in de aankoop van meerdere woningen tegelijk. Deze laatste kopersgroep vinden we voornamelijk bij de grote ketenparken als Landal en Roompot.

Enige tijd geleden is door Arcus Projectontwikkeling een behoeftenonderzoek onder (potentiele) kopers van recreatiewoningen. De uitkomsten geven een goed inzicht in de drijfveren en overwegingen die een rol spelen bij de aankoop van een recreatiewoning.

Aankoopmotief recreatiewoning



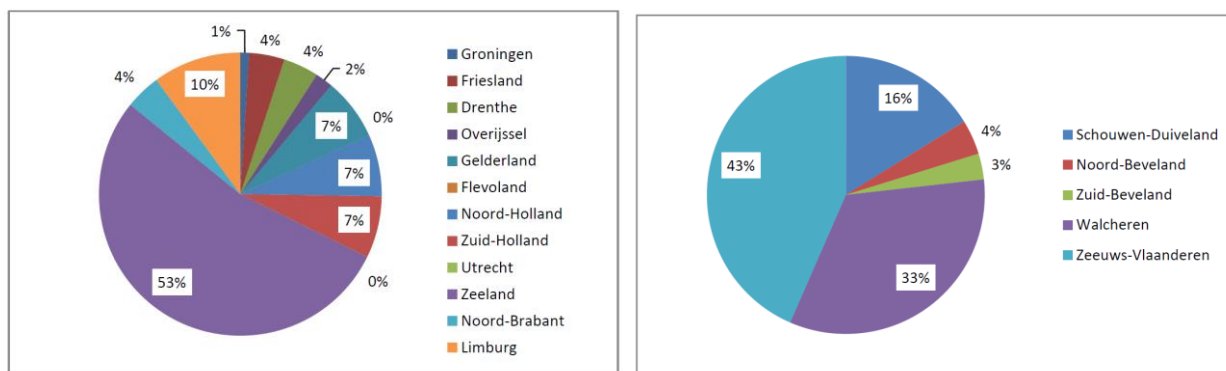
- Een kleine minderheid koopt de recreatiewoning uitsluitend als beleggingsobject.
- Circa 2/3 van de kopers wil de woning gecombineerd voor verhuur en eigen gebruik benutten.
- Circa een kwart wil niet verhuren.

De meeste kopers willen dus wel verhuren maar streven niet naar een maximaal financieel rendement. Men wil ook zelf van de eigen recreatiewoning genieten. Het koopmotief is derhalve een combinatie van economisch en sociaal rendement. Op dit moment is de situatie dat 70% van de eigenaren de recreatiewoning verhuurt op momenten dat men de woning niet zelf gebruikt.

Voorkeur voor Zeeland

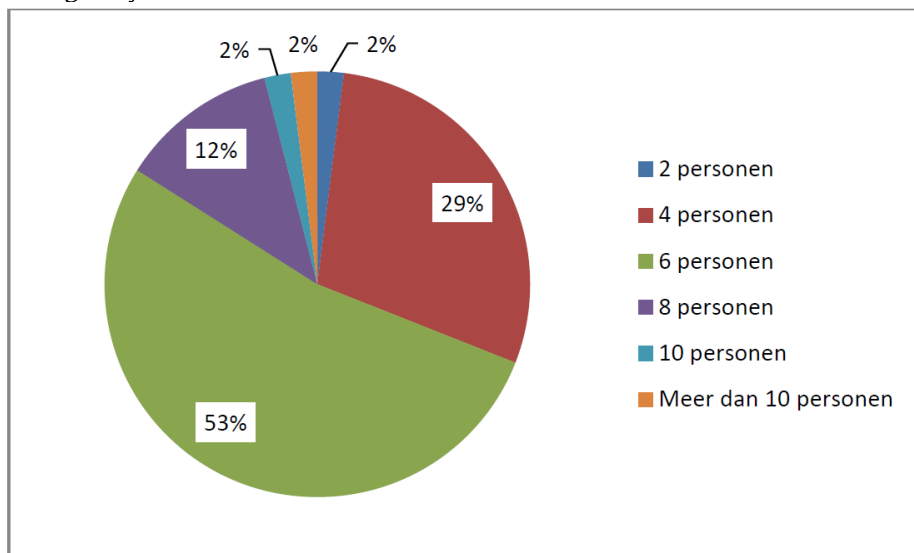
In het onderzoek is tevens gevraagd naar de voorkeur voor een locatie.

Meer dan de helft van de ondervraagden geeft aan een grote voorkeur te hebben voor Zeeland, waarbij Zeeuws-Vlaanderen en Walcheren het hoogst scoren. Schouwen-Duiveland neemt met 16% de derde plaats in.



4 en 6 persoonsaccommodaties het meest in trek

Ten aanzien van de schaal van de recreatiewoningen laat het onderzoek zien dat de vraag naar 6-persoonsrecreatiebungalows het grootst is. Ook 4 en (in mindere mate) 8 persoonswoningen zijn in trek.



Prijs

Regelmatig wordt door ons bureau informatie over diverse nieuwe parken in Nederland verzameld. De volgende tabel geeft een overzicht van de prijsstelling van recreatiewoningen. De genoemde prijs is v.o.n. en exclusief BTW. Dit is een prijsstelling die bij de verkoop van nieuwe projecten gebruikelijk is. Bij de prijsstelling is uitgegaan van een recreatiewoning inclusief de grondkavel.

Prijsontwikkeling recreatiewoningen

Van	Tot	in %	cummulatief in %
0	50.000	0%	0%
50.000	100.000	0%	0%
100.000	150.000	11%	11%
150.000	200.000	24%	35%
200.000	250.000	14%	49%
250.000	300.000	16%	65%
300.000	350.000	14%	78%
350.000	400.000	11%	89%
400.000	450.000	3%	92%
450.000	Meer	8%	100%

Bron: Van der Reest Advies

De tabel laat zien dat onder de € 100.000 geen (nieuwbouw) bungalows worden aangeboden. De tabel laat ook zien dat in de helft van de gevallen de prijsstelling maximaal € 250.000 bedraagt. In een onderzoek dat enkele jaren geleden door ons bureau is uitgevoerd was dit nog 80% van de woningen. Dit geeft aan dat nieuwe recreatiewoningen de laatste jaren fors in prijs zijn gestegen. Deels kan dit verklaard worden door een toename van het aanbod grote recreatiewoningen voor 10 of meer personen

Concurrerend aanbod

De afgelopen jaren is er in Zeeland en op Goeree-Overflakkee een behoorlijk aantal recreatiewoningenprojecten ontwikkeld. Om hiervan een beeld te schetsen is een inventarisatie gemaakt van parken die de afgelopen 5 jaar in de verkoop zijn gegaan en parken die nog in voorbereiding zijn. Met name de parken in Zeeuws-Vlaanderen zijn belangrijk voor de ontwikkeling van De Betteld Cadzand.

Provincie	park	Plaats	Aantal	Nog te koop	kaveloppervlak		Oppervlak bungalow		Prijs (excl. BTW)	
					min	max	min	max	min	max
Zuid-Holland	Punt West	Ouddorp	72	1		1.050	127	134	399.000	799.000
Zuid-Holland	Brouwerseiland	Ouddorp	350	110					279.000	1.200.000
Zeeland	Harbour Village	Arnemuiden	79	40			176	209	665.000	1.600.000
Zeeland	Villapark Renesse (de Horizon)	Renesse	24		400	650	129	158	400.000	520.000
Zeeland	De Groote Duynen	Kamperland	106	10	800	1.245			285.000	400.250
Zuid-Holland	Duynhille	Ouddorp	205	20	322	970	70	96	189.400	295.000
Zuid-Holland	Ouddorp Duin	Ouddorp	240	0	449	1.245	90	318	226.700	600.000
Zeeland	Noordzee Resort Largo Nature	Vlissingen	19	19					185.000	
Zeeland	Duinlicht Fase 2	Renesse	26	3			45	80	139.000	195.000
Zeeland	Zonnedorp	Renesse	32	2	309	426	120	120	265.000	305.000
Zeeland	Zilthus	Renesse	23				105	135	247.000	
Zeeland	Westerduyn	Burgh-Haamstede	8				82	82	269.000	349.000
Zeeland	Resort Haamstede	Burgh-Haamstede	115		115		80		179.500	489.000
Zeeland	Duinresidentie Klein Dishoek	Koudekerke	89	0	203	350			247.500	350.000
Zeeland	Noordzee Residence	Cadzand-bad	450	0	349	1.251			216.000	485.000
Zeeland	De Parade Noordzee Résidence	Cadzand-bad	10	0	813	1.195			527.500	648.000
Zeeland	Noordzee vakantiepark Nieuwvliet	Nieuwvliet bad	460	0					134.000	469.000
Zeeland	Resort Nieuwvliet Bad	Nieuwvliet bad	206		333	785	73	145	188.600	368.000
Zeeland	Roompot Water Village	Kamperland	85	24						
Zeeland	Noordzee Vakantiepark	Renesse	330				55	75	140.000	
Zuid-Holland	Ridderstee Ouddorp Duin	Ouddorp	29							

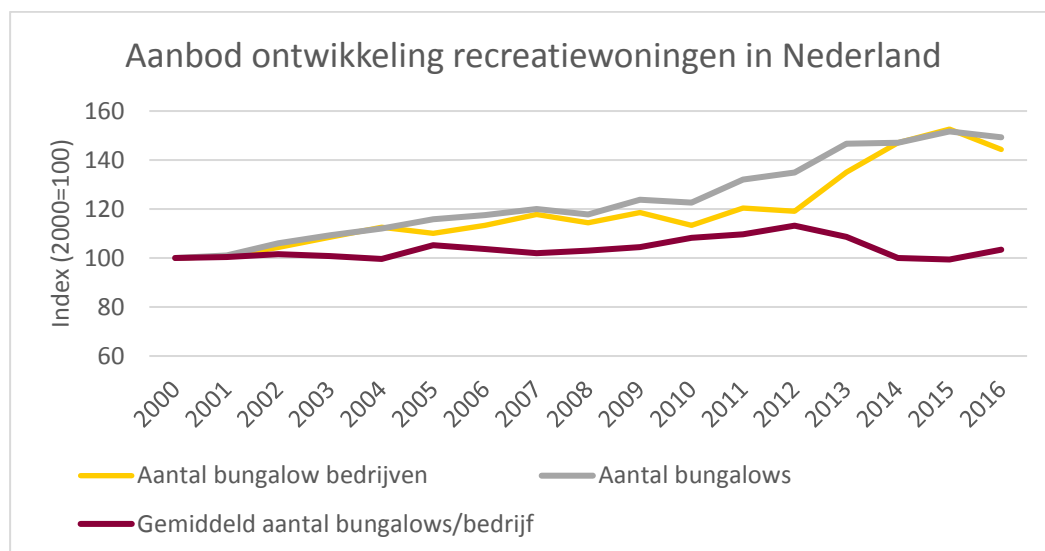
De grootte van de kavels begint globaal bij 250 m² en loopt door naar grote kavels van wel 1.250 m². Het gros van de kavels varieert tussen de 400 en 500 m². De prijsstelling van recreatiebungalows start iets boven de € 200.000 en loop door tot boven de € 600.000. Deze hoge prijzen worden meestal betaald voor groepsbungalow van 12/14 personen. Prijzen op parken met meer chaletachtige woningen starten meestal zo rond de € 130.000. De kavels zijn tevens iets kleiner (300-350 m²).



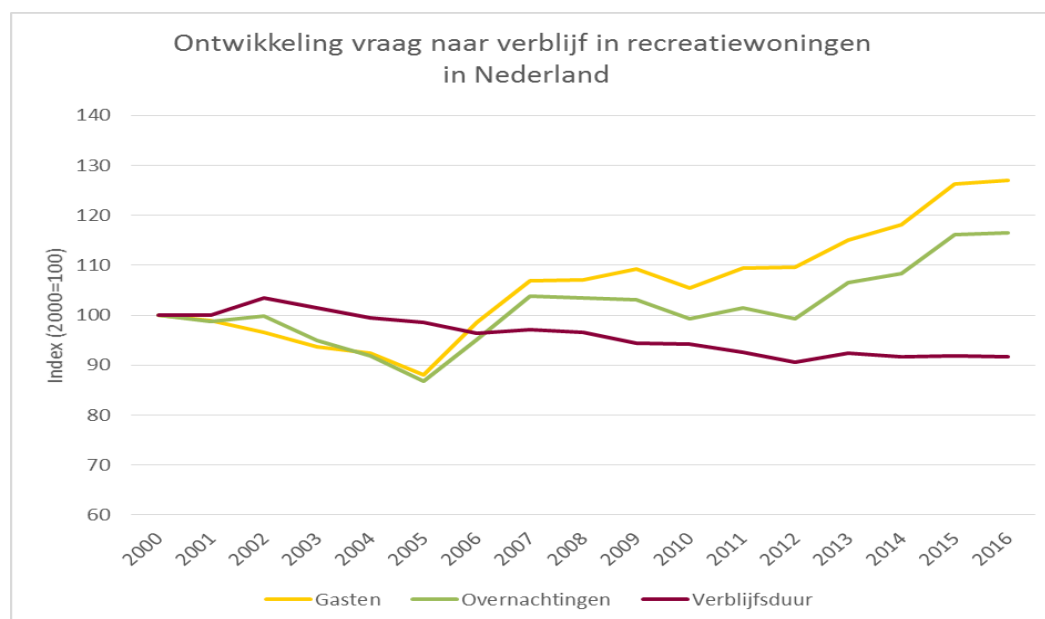
5. Verhuurmarkt recreatiewoningen

5.1 Ontwikkelingen in Nederland

In Nederland neemt het aanbod van recreatiebungalows nog steeds toe (van 48.348 in 2012 naar 53.527 in 2016). Wel worden de parken steeds kleinschaliger (van gemiddeld 38,9 in 2012 naar 35,6 huisjes in 2016)⁴.



Onderstaande grafiek laat zien dat het aantal gasten in recreatiewoningen een stijgende lijn laat zien. Ook het aantal overnachtingen stijgt, vooral na 2012. Waarschijnlijk is dit het gevolg van de toename van nieuw aanbod. De gemiddelde verblijfsduur is afgenomen maar blijft de laatste jaren stabiel.



⁴ Statistiek Logiesaccommodaties (CBS, 2017).

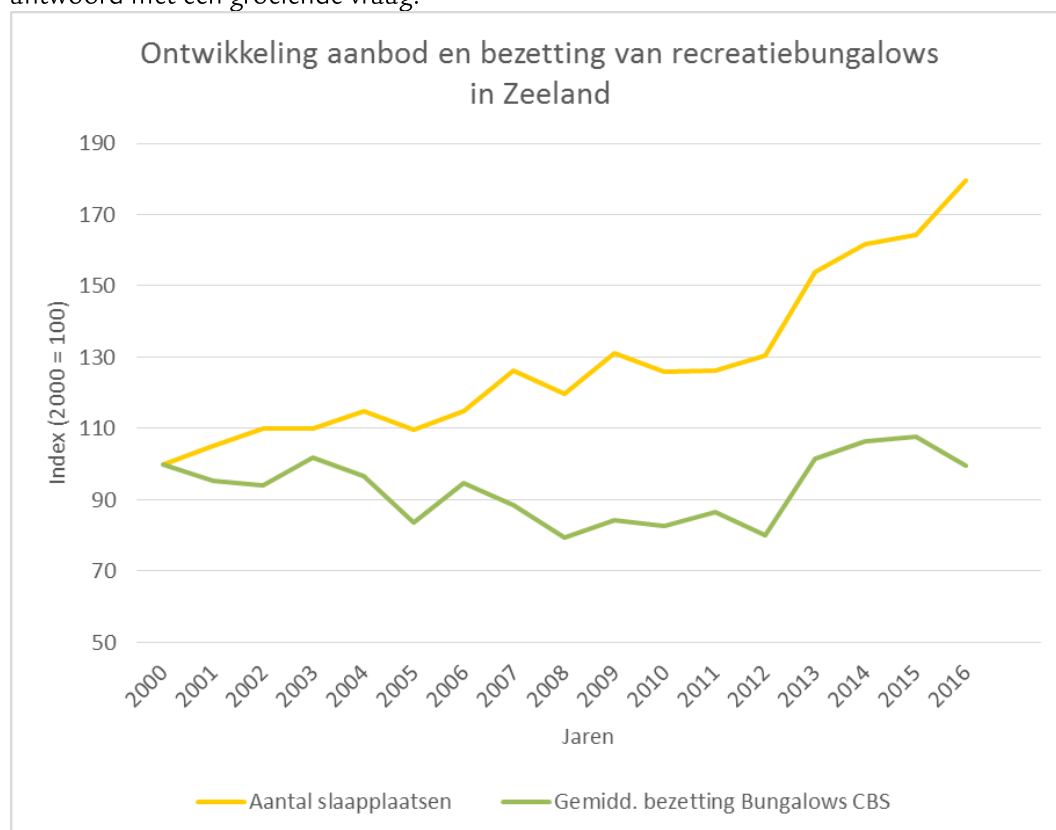
Conclusie

- Omdat gasten steeds meer luxe en comfort wensen hebben parken aan de onderkant van de markt het moeilijk. De recreatiewoningen zijn er meestal klein en ouder, hebben minder kwaliteit/voorzieningen en zijn vaak moeilijk aan te passen; opwaarderen van deze woningen is te kostbaar. De bezetting van deze parken staat daarom onder druk, waardoor parken vaak genooddaakt zijn om andere niet recreatieve doelgroepen aan te trekken, met als gevolg nog minder aantrekkelijk voor de toeristische gast en zo ontstaat een neerwaartse spiraal waar men niet meer uit dreigt te komen.
- De vraag naar overnachtingen in recreatiewoningen stijgt, maar het aanbod van recreatiewoningen stijgt sneller. De concurrentie is dan ook groot waardoor verhuurprijzen onder druk komen te staan. Het gevolg is vele kortingsacties die het rendement van parken onder druk kunnen zetten. Het is daarom belangrijk om een onderscheidend product neer te zetten, dat de strijd met de concurrentie aankan, niet (alleen) op prijs, maar vooral op een onderscheidend productaanbod.
- In de markt blijft er daarom behoefte aan nieuw modern aanbod met onderscheidende kenmerken en gelegen op toeristisch aantrekkelijke locaties. Landelijk gezien is sprake van een verzadigde markt maar op toeristische A-locaties (Zeeuwse kust, eilanden, regio Amsterdam) allerm minst.

5.2 Ontwikkelingen in Zeeland

Vraag en aanbod nemen toe

In deze eeuw is het aantal bungalowbedrijven verdubbeld en het aantal huisjes/bedden is ook fors toegenomen. Toch vertoont de bezetting sinds 2013 weer een stijgende lijn. Het lijkt er dus op dat de markt een uitbreiding met nieuw modern aanbod in Zeeland heeft beantwoord met een groeiende vraag.



Stijgend marktaandeel recreatiewoningen

- Uit de aanbodgegevens blijkt dat campings beschikken over 65% van de totale slaapplaatscapaciteit beschikken. De omvang van het aantal overnachtingen is echter maar 38,5%. Dit duidt op een relatief lage bezetting op campings. Dit komt omdat deze vorm van verblijfsrecreatie sterk weer- en seizoenafhankelijk is. Bovendien staat de bezetting op campings onder druk.
- De meeste overnachtingen (45%) vinden plaats in recreatiewoningen. Dit is voor Zeeland dan ook het belangrijkste segment. De capaciteit van het aanbod is 25%. Dus hier is de ontwikkeling omgekeerd aan die van de kampeersector. Reden waarom het aanbod de laatste jaren is toegenomen.

Concurrentie

Om een beeld te krijgen van de concurrentie in de directe omgeving is een inventarisatie gemaakt van de parken in Zeeuws-Vlaanderen die recreatiebungalows en chalets verhuren. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de parken. In de tabel is de prijsstelling per week van 6- en 8-persoons verhuureenheden vermeld. Hiervoor is gekozen omdat De Betteld in Zeeland 6- en 8-persoons verhuureenheden wil aanbieden (de doelgroep van de Betteld heeft gemiddeld grotere gezinnen). Onderscheid is gemaakt tussen een standaard accommodatie en een luxe accommodatie met extra faciliteiten als een sauna, luxe keuken enz.

Naam bedrijf	Standaard		Luxe		Reserverings- kosten	Schoonma- ak-kosten	Bedlinnen p.p.	TB p.p
	Week		Week					
	Min	Max	Min	Max				
6 persoons								
RP Kustpark Zeebad Breskens	370,00	1.090,00	370,00	1.090,00	25,00			1,93
RP Pannenschuur	370,00	1.055,00			25,00			1,93
Village Scaldia	365,00	945,00	400,00	1.040,00	17,50	65,00	11,50	1,45
Landal Strand Resort Nieuwliet Bad	410,00	1.310,00	470,00	1.530,00	24,50	incl.	7,50	1,20
RP Noordzee Residence Cadzand Bad	435,00	1.380,00	455,00	1.460,00	25,00			1,93
Faro Greenpark	560,00	1.350,00			22,50			1,20
Droompark Schoneveld	409,00	1.028,00	n.v.t.	n.v.t.	12,50	45,00	8,00	1,20
Ooststappen Marina Beach	336,00	819,00	n.v.t.	n.v.t.	16,50	incl.	9,50	0,95
Ardourcamping Zwinhoeve	455,70	812,70						1,15
Park Welgelegen	390,00	775,00			22,50			1,15
Molecaten park Hoogduin	460,00	1.058,00			n.v.t.	incl.		1,15
8 persoons								
RP Kustpark Zeebad Breskens	370,00	1.090,00			25,00			1,93
RP Pannenschuur	370,00	1.055,00			25,00			1,93
Landal Strand Resort Nieuwliet Bad	490,00	1.545,00	530,00	1.708,00	24,50	incl.	7,50	1,20
RP Noordzee Residence Cadzand Bad			580,00	1.600,00	25,00	0,00		1,93
Faro Greenpark	695,00	1.495,00			22,50			1,20
Droompark Schoneveld	n.v.t.	n.v.t	n.v.t.	n.v.t				
Ooststappen Marina Beach	357,00	861,00	n.v.t.	n.v.t	16,50	incl.	9,50	0,95

In de tabel vallen de volgende zaken op:

- Lang niet alle parken bieden 8-persoonsaccommodaties aan. Het aanbod hiervan is in Zeeuws-Vlaanderen vrij beperkt. Hier ligt dus een kans mede gelet op de doelgroep van De Betteld.
- Ook de verhuur van luxe accommodaties in Zeeuws-Vlaanderen is beperkt. De nadruk ligt op standaard. Alleen RP Noordzee Résidence Cadzand Bad biedt hier luxe 8-persoonsaccommodaties aan.
- In het laagseizoen ligt de prijsstellingen van recreatiebungalows en chalets dicht bij elkaar. De campings lijken relatief hoge prijzen te vragen van rond de € 460 per week. Dit komt echter omdat deze bedrijven in de winterperiode zijn gesloten en weer instappen in april op een moment dat de prijzen bij de bungalowparken al niet meer op het laagste punt zitten.

- Afgezien van Faro Greenpark liggen de prijzen in het laagseizoen zo rond de € 400 voor een week voor een standaard bungalow. Het maakt zelfs nauwelijks uit of dit een 6- of een 8-persoonsbungalow is. De prijzen van de luxe bungalows liggen maar iets hoger.
- In het hoogseizoen (juli/augustus) zijn de prijsverschillen groot. Bij de nieuwe parken ligt de prijsstelling voor een week in een 6-persoonsaccommodatie tussen de € 1.300 en € 1.400. Bij de oudere bungalowparken en chaletparken ligt de prijsstelling tussen de € 1.050 en € 1.100. Voor een chalet op een camping is men rond de € 800 per week kwijt. Voor een luxe accommodatie is men op de nieuwe parken rond de € 1.500 voor een week kwijt. Voor een 8-persoonsbungalow kan dit oplopen tot € 1.600/€ 1.700 per week.
- De reserveringskosten zijn niet afhankelijk van de grootte van de accommodatie. Deze kosten variëren in de meeste gevallen tussen de € 20 en € 25.
- Schoonmaakkosten worden nauwelijks in rekening gebracht. Bij Roompot is de schoonmaak niet verplicht. Wel wordt een borg gevraagd die achteraf wordt terugbetaald als de accommodatie in goede en schone staat is achtergelaten. Bij Landal, Oostappen en Molecaten zijn de schoonmaakkosten bij de prijs inbegrepen.
- Ook bedlinnen is lang niet in alle gevallen verplicht. Alleen Village Scaldia, Landal, Droomparken en Ooststappen is afname van bedlinnen verplicht. Hiervoor wordt een prijs van € 7,50 tot € 11,50 per persoon gerekend.

Conclusie

Voor nieuw onderscheidend aanbod op goede locaties is nog steeds voldoende marktruimte in Zeeland, zeker als dat in een kleinschalige persoonlijke setting wordt gerealiseerd en gericht is op specifieke doelgroepen die nog onderbedeeld zijn.



6. Bedrijfsconcept de Betteld Cadzand

Recreatieparadox

Door middel van het onderzoek *Vitaliteit Verblijfsrecreatie Zeeland* (ZKA, 2015) is inzicht verkregen in de vitaliteit van de Zeeuwse verblijfsrecreatie. Conclusie: de sector staat er goed voor; verreweg de meeste bedrijven zijn vitaal. Toch is er één belangrijk mankement: het aanbod is te eenzijdig van samenstelling en weinig onderscheidend bovendien. Bevordering van de differentiatie van het aanbod en het stimuleren van innovatieve ontwikkelingen is gewenst.

De onderzoekers zien enerzijds een forse aanbodtoename in het huisjessegment maar tegelijkertijd wordt gesteld dat er voor bijna 1.400 bestaande recreatiewoningen geen markt meer is (vanwege veroudering, verloederende of anderszins). Dat is 23% van het huidige aanbod! Dit verschijnsel wordt de *recreatieparadox* genoemd en is een pleidooi voor sanering van bestaand verouderd aanbod ten gunste van kansrijk nieuw aanbod in de verblijfsrecreatie.

Van camping naar recreatiepark

De transformatie van camping Elzenhof naar recreatiepark De Betteld Cadzand past hier precies in. De huidige camping is te klein van omvang (<2 ha.) en biedt te weinig kwaliteit voor een volwaardig en eigentijds recreatiebedrijf. Zoals in het voorgaande is aangeduid vraagt de markt in toenemende mate om comfort & beleving. Toeristisch kamperen krimpt terwijl de belangstelling voor huuraccommodaties over de hele linie groeit (van huurcaravans en strandhuisjes tot echte recreatiewoningen). Voor de beoogde vitaliteitslag is schaalvergroting en productontwikkeling c.q. een transformatie 'monocultuur' (enkel kampeerplaatsen) naar 'multicultuur' (naast kampeerplaatsen ook en vooral verhuuraccommodaties in diverse geledingen) vereist. Overal in Zeeland en in Nederland zien we deze ontwikkeling die noodzakelijk is voor een duurzaam rendabele exploitatie.

Specifiek product voor specifieke doelgroepen

De Betteld Cadzand richt zich bovendien primair op evangelisch-christelijke doelgroepen. Dit is een gemêleerd gezelschap, variërend van 'vrolijk orthodoxe' stromingen tot vrije evangelische bewegingen en pinkstergroepen en alles wat zich daartussen bevindt. Deze achterban heeft zich, hoe verschillend ook, in grote meerderheid verzameld onder de vlag van de Evangelische Omroep. Met uitzondering van de bevindelijk-gereformeerde stroming ('refo's'), die hun eigen campings hebben en buiten de kring van De Betteld vallen, heeft De Betteld in de loop der jaren een grote schare trouwe fans in het christelijke volksdeel aange trokken. Het is allemaal begonnen in de Achterhoek (Zelhem) waar het 'moederbedrijf' gevestigd is. Later zijn daar De Betteld Amerongen en Het Brandpunt in Doorn bijgekomen. De Betteld Cadzand is de jongste loot aan de stam. Bovendien is Gerhard Hobelman (algemeen directeur van de Betteld) ook de drijvende kracht achter de Vereniging van Christelijke Recreatieondernemers (VCR), een promotioneel samenwerkingsverband van meer dan 70 recreatiebedrijven van diverse pluimage in binnen- en buitenland.

Het karakter van De Betteld komt tot uitdrukking in de sfeer op het bedrijf en in het aangeboden programma. Bovendien geeft de mix van kamperen en andere verblijfsaccommodaties een bijzonder tintje aan het bedrijf. Deze ontwikkeling zien we overigens veel vaker, al overheerst op Zeeuws Vlaanderen nog de 'monocultuur' (óf camping óf bungalowpark).



Het christelijke karakter van De Betteld maakt het park bijzonder.

Gelijkgestemden ontmoeten er elkaar, kinderen vinden er een veilige omgeving om te spelen en tieners ontmoeten leeftijdsgenoten die ook in God geloven. Enkele reacties van gasten:

- *Ik heb mij bijzonder veilig gevoeld op christelijke camping De Betteld. Mijn zoon is 9 jaar en ik vond het heel fijn te ervaren dat hij veilig is op de camping. Op het park is een zeer goede sfeer met christenen tezamen.*
- *Wat ik heel fijn vond op de christelijke camping is de aanbidding, de bijbelstudies en kinderclub MEGAKIDS. De Here God is hier echt aanwezig! Daar komen we voor.*
- *Op christelijke camping De Betteld voel ik overal een heerlijke rust. Ik heb genoten van de gesprekken met andere gasten en de gezelligheid.*

Kernactiviteit: verhuur van toeristische verblijfsaccommodaties

De Betteld Cadzand is een toeristische onderneming met als kernactiviteit de verhuur van toeristische verblijfsaccommodaties. Het bedrijf is derhalve gebaat bij een zo hoog mogelijke bezettingsgraad.

Om dat te bereiken wil men naast de verhuur van kampeerstandplaatsen, chalets en huisjes voor vakanties en korte verblijven het bedrijf ook inzetten voor specifieke doelgroepsactiviteiten als conferenties, thema-weekenden, trainingen voor geloofsverdieping, scholierengroepen, jongerenweekends e.d. Het centrumgebouw fungeert daarbij als ruimte voor groepsbijeenkomsten en de chalets en huisjes als verblijfs- en overnachtingsaccommodatie.

Sale & lease back formule

De Betteld Cadzand heeft geen belang bij vaste plaatsen of bij exclusief gebruik van chalets en huisjes door individuele eigenaren. Zij streeft immers naar een optimale verhuurexploitatie. Dat is haar *core-business*. Uit financieringsoverwegingen zal De Betteld wel chalets en huisjes verkopen aan individuele eigenaren, echter met de verplichting het eigendom in de verhuurpool van het bedrijf onder te brengen. Deze zogenaamde *sale & lease back-constructie* is algemeen gebruikelijk bij de bekende concerns in de recreatiesector als Landal, Roompot en diverse anderen. Kopers van de accommodaties zullen op beperkte schaal zelf gebruik mogen maken van hun bezit.

Kwaliteitsimpuls

De Betteld Cadzand vervangt de huidige Camping Elzenhof, een kleine intensief benutte camping(meer dan 80 plaatsen op minder dan 2 ha.) met kleine plaatsen en een laag voorzieningsniveau. Anders gesteld: een product dat niet meer voldoet aan de eisen van nu.

In de nieuwe situatie ontstaat een nieuw recreatiebedrijf met een frisse uitstraling dat is opgezet volgens de huidige normen, waarbij naast ruime kampeerplaatsen ook andere logiesaccommodaties als chalets en huisjes worden aangeboden, voor mensen die op zoek zijn naar ontmoeting en zingeving in een inspirerende omgeving aan de Zeeuwse kust.

Naast betere basisvoorzieningen dan op Camping Elzenhof zal ook op het gebied van recreatievoorzieningen en landschapsbeleving veel meer kwaliteit geboden worden: een multifunctioneel recreatiegebouw, sport- en speelvoorzieningen, een openbaar wandelpad dat door De Betteld wordt aangelegd en onderhouden t.b.v. recreatief medegebruik door streekbewoners en dagrecreanten (wandelaars), een goede landschappelijke inpassing, met streekeigen beplanting en passend in de omgeving. Gebruik van duurzame materialen en aandacht voor het milieu (afvalscheiding, zuinig gebruik van energie) is vanzelfsprekend.

Toegevoegde waarde voor de regio

Het moge duidelijk zijn dat De Betteld Cadzand geen 'gewoon' recreatiepark is maar een bedrijf met een uitgesproken profiel dat thans nog niet aanwezig is in het verblijfsrecreatie-aanbod binnen de gemeente Sluis en de regio West Zeeuws-Vlaanderen. Er is dus geen sprake van 'meer van hetzelfde' maar van een bedrijf dat met zijn specifieke kenmerken nieuwe doelgroepen naar West Zeeuws-Vlaanderen trekt. Een analyse van de ledenlijst van de VCR leert dat Zeeland geen VCR-leden kent. Dus ook voor de doelgroep 'evangelische christenen' is dit nieuwe aanbod een toegevoegde waarde. Zij kunnen voortaan ook in Zeeland terecht. Het laat zich raden dat velen van deze mogelijkheid gebruik zullen maken. Dit initiatief leidt derhalve tot een toename van de verblijfsrecreatie in Sluis, geheel in lijn met de gemeentelijke doelstellingen.

Financiële haalbaarheid

De financiële noodzaak en haalbaarheid van het plan is genoegzaam aangetoond in het bedrijfsplan van december 2017 (hoofdstuk 3 Exploitatie). Dit rapport kan vertrouwelijk bij de stukken worden gevoegd.

Conclusie

Markt en overheid vragen om kwaliteitsverbetering. De markt vraagt bovendien om comfort en beleving. Om aan al deze wensen te voldoen is een bepaalde omvang nodig voor een duurzaam rendabele bedrijfsvoering. De Betteld Cadzand wil geen tweede woningencomplex zijn maar een eigentijds vakantiebedrijf voor een specifieke doelgroep. Dit is een aanvulling op het reeds bestaande aanbod in West Zeeuws-Vlaanderen. Daarmee biedt zij toegevoegde waarde voor de regio.



Van der Reest Advies
Apeldoorn, 4 april 2018