



Intergemeentelijke Samenwerkingsorgaan Waterland (ISW)

Onderzoek verblijfsaccommodaties in de ISW-regio

Eindrapportage



Inhoud

| | |
|--|-----------|
| Samenvatting | 3 |
| 1 Inleiding en vraagstelling | 8 |
| 1.1 Aanleiding | 9 |
| 1.2 Afbakening en vraagstelling onderzoek | 9 |
| 1.3 Leeswijzer | 10 |
| 2 Aanbodanalyse verblijfsaccommodaties ISW-regio | 11 |
| 2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's | 12 |
| 2.2 Aanbod vakantieparken | 15 |
| 2.3 Aanbod campings | 17 |
| 2.4 Totaalaanbod verblijfsaccommodaties | 20 |
| 2.5 Benchmark verblijfsaccommodaties | 21 |
| 3 Ontwikkeling overnachtingen en bezetting verblijfsaccommodaties | 23 |
| 3.1 Overnachtingen en bezetting hotels | 24 |
| 3.2 Overnachtingen en bezetting vakantieparken | 26 |
| 3.3 Overnachtingen en bezetting campings | 28 |
| 3.4 Totaaloverzicht overnachtingen en segmentering | 30 |
| 4 Vraagmarktanalyse | 31 |
| 4.1 Toeristische karakteristieken van de regio | 32 |
| 4.2 Vraagmarkt toeristisch | 33 |
| 4.3 Vraagmarkt zakelijk | 35 |
| 5 Toekomstanalyse | 37 |
| 5.1 Geplande toevoeging verblijfsaccommodatie aanbod | 38 |
| 5.2 Toeristische ambities gemeenten Waterland | 42 |
| 5.3 Toeristische, infrastructurele en zakelijke projecten | 44 |
| 5.4 Vraagprognoses | 46 |
| 6 Marktruimte per sector | 53 |
| 6.1 Normatieve bezetting | 54 |
| 6.2 Marktruimte per sector | 55 |
| 7 Beleidsaanbevelingen | 59 |
| 7.1 Beleidsaanbevelingen hotelaanbod | 60 |
| 7.2 Beleidsaanbevelingen vakantieparken | 62 |
| 7.3 Beleidsaanbevelingen campings | 63 |
| 7.4 Beleidsaanbevelingen flankerend | 64 |
| Colofon | 66 |
| Bijlagen | 68 |

Samenvatting

Twee onderzoeksvragen

Deze samenvatting geeft de belangrijkste resultaten van het onderzoek naar de verblijfsaccommodatiemarkt van de regio Waterland. Dit onderzoek heeft als hoofdvragen:

A. *Wat is de toekomstige marktruimte voor verblijfsaccommodaties in de regio Waterland?*

B. *Welk beleid dienen de gemeenten te voeren voor de verschillende typen verblijfsaccommodaties?*

Het onderzoek richt zich op de verblijfsvormen 1) vakantiewoningen, 2) campings (inclusief camperplaatsen) en 3) hotels (inclusief pensions en bed & breakfasts).

Huidig aanbod per verblijfsaccommodatiesector

Er zijn in totaal afgerond 2.150 verblijfseenheden in de regio. De campingsector (987 standplaatsen) en de hotellerie (783 kamers) hebben hier het grootste aandeel in. Het vakantiepark aanbod bestaat uit 259 woningen totaal. De sterkste concentratie aan verblijfsaccommodaties is te vinden in de gemeenten Edam-Volendam en Waterland. Voor de hotelsector geldt dat het aanbod als vrij evenwichtig beschouwd kan worden. Het aanbod aan vakantieparken wordt vrijwel volledig bepaald door Marina-park Volendam. Het campingaanbod in de regio is divers en varieert van relatief grote campings met vaste standplaatsen, campings met toeristische standplaatsen tot aan kleine boerencampings. De kwaliteit van het aanbod is door de bank genomen redelijk goed, hoewel er wel wat sprake is van verouderd aanbod. Uit een benchmark met andere (deels) vergelijkbare regio's kan opgemaakt worden dat het aanbod in de regio Waterland voor wat betreft hotels wat groter dan gemiddeld is, maar dat het camping- en vakantieparkaanbod in de regio in verhouding tot de omvang van het gebied beduidend kleiner is.

Bezettingsgraden staan onder druk

De bezetting is een belangrijke indicator voor het presteren van een verblijfsaccommodatie. Voor de hotellerie geldt dat de kamerbezetting in de regio Waterland de afgelopen jaren rond het landelijk gemiddelde lag, maar met circa 60% in 2012 echter wel aanzienlijk achter blijft bij de bezetting in Noord-Holland; (65% exclusief Amsterdam en Schiphol). Evenals de andere regio's heeft de regio Waterland sinds 2008 te lijden gehad onder de economische laagconjunctuur. Er lijkt nog geen sprake te zijn van een herstel. De regio Waterland heeft hiernaast te kampen met het wegvallen/ verminderen van de overflow van vraag uit Amsterdam. In het verleden profiteerden veel hotels in de regio van het kamertekort in Amsterdam. De laatste jaren zijn er echter veel hotelkamers bijgekomen in Amsterdam, wat ook de komende jaren het geval zal zijn. De overflow vanuit Amsterdam zal dan ook naar verwachting nog verder afnemen.

Voor vakantieparken geldt dat de gemiddelde *slaapplaatsbezetting* in de regio Waterland met 28% onder die van Noord-Holland en van Nederland als geheel ligt. De algemene markttenens (in Nederland) laat een dalende lijn zien in de afgelopen vier/vijf jaar. De tendens in de regio Waterland laat een wisselend beeld zien. Vanwege het kleine aanbod vakantieparken kan dit beeld niet als een generiek beeld voor de regio worden gezien.

Voor campings ten slotte gaat op dat het aantal overnachtingen in de afgelopen vijf jaren zich wisselend heeft ontwikkeld. Dit omdat niet alleen de economie maar ook het (zomer) weer een factor van belang is voor de ontwikkeling van de vraag. Op basis van gegevens van de gemeentelijke toeristenbelasting kan opgemaakt worden dat de *slaapplaatsbezetting* tussen 2010 en 2012 aanzienlijk afnam: van bijna 14% naar bijna 12%. Desalniettemin ligt deze nog boven het landelijk gemiddelde.

Samenvatting

Vraagmarkt: individueel toerisme belangrijk – nadruk op zomermaanden

Uit de analyse van de vraagmarkt kan opgemaakt worden dat 63% van alle overnachtingen in de regio toebehoort aan de individueel toeristische markt. Daarnaast geldt dat de regio het met name van de zomermaanden moet hebben. Door de betrekkelijk kleine omvang van de zakelijke markt (20% van alle overnachtingen) valt de vraag buiten de zomermaanden (en het schouderseizoen) in aanzienlijke mate terug. Deze terugval wordt mede veroorzaakt door het ontbreken van slechtweerattracties en voorzieningen met een bovenregionale aantrekkingskracht in de regio. Op grond van de waargenomen terugvallende vraag moet geconcludeerd worden dat de nabijheid van Amsterdam onvoldoende is om ook buiten de zomer toeristen naar het gebied te trekken. Regiopromotie blijft dan ook een factor van belang. Groepstoerisme is goed voor circa 14% van de vraag in de regio. Deze markt kent een sterke piek van eind maart tot eind mei (met de opening van de Keukenhof) en in de zomermaanden. Voor de komende jaren is ook in dit segment meer concurrentie vanuit het groeiende Amsterdamse hotelaanbod te verwachten.

Aanzienlijk aantal plannen nieuwe accommodaties, realisatie onzeker

Er zijn in de regio 15 plannen voor (kleine en grote) nieuwe hotels. Goed voor 680 tot 800 kamers, met name in het 4-sterren segment. Veel van deze plannen zijn echter onzeker. De zekere toename van het aanbod is met circa 10 kamers zeer beperkt. Indien we echter kijken naar de ontwikkelingen in de regio rondom Waterland, dan is de toename van het hotelaanbod daar aanzienlijk. Voor vakantieparken geldt dat het aantal plannen in en net buiten de regio relatief klein is, maar dat er bij realisatie ervan wel een flinke uitbreiding van het aanbod is (tot maximaal 264) vakantiewoningen. In de campingsector zijn er maar betrekkelijk weinig plannen voor uitbreiding. Het aanbod aan camperplaatsen breidt zich wel wat uit maar blijft in totaliteit vrij gering.

Toeristische ambities en projecten

Er worden in de regio de nodige projecten opgezet en gerealiseerd om het toeristisch product te versterken, zoals de realisatie van een sloepen-netwerk. Het is echter niet te verwachten dat de plannen een grote impuls zullen geven aan het toeristisch imago en de aantrekkingskracht van de regio en aan de vraag naar verblijfsaccommodaties. Hiervoor ontbreekt het aan echt grote ontwikkelingen voor de toeristische en/of zakelijke markt. Voor een grote impuls zou bijvoorbeeld een grootschalige (slechtwee) attractie of een grote (internationaal gerichte) bedrijfsontwikkeling kunnen zorgen.

Geprogностiseerde ontwikkeling vraag verblijfsaccommodaties

Op grond van onder meer macro-economische prognoses, socio-demografische trends en prognoses voor de binnenlandse en inkomende toeristische markt is de ontwikkeling van de vraag tot 2018 geraamd. Hierbij is ook rekening gehouden met regionale ontwikkelingen, zoals de afname van de *overflow* van hotelvraag uit Amsterdam, de lichte toename van het aantal buitenlandse toeristen dat de regio aan zal doen, en een afname in de interesse in het 'standaard' kampeerverblijf versus de toenemende interesse in kamperen bij de boer en 'glamping' (luxe kamperen). In de onderstaande alinea staan de prognoses voor de ontwikkeling van de vraag tot 2018 beschreven.

Theoretische marktruimte in de ISW-regio wisselt sterk per segment

Uit de groeiprogноses kan afgeleid worden dat de vraag naar verblijfsaccommodaties in de ISW-regio zich tot 2018 per segment geheel verschillend zal ontwikkelen. Op de volgende pagina staan de cijfers samengevat respectievelijk voor een behoudend en voor een optimistisch scenario. Voor hotels en vakantiewoningen zal de vraag nog toenemen, maar voor campings zal naar verwachting sprake zijn van krimp.

Samenvatting

| Type accommodatie | Ontwikkeling vraag tot 2018 | Omvang vraag ISW-regio in 2018 | Groei vraag ISW-regio t.o.v. 2013 |
|-------------------|-----------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| Hotels | +3,3% tot +8,6% | 176.200 - 189.000 kamernachten | +5.700 tot +18.500 kamernachten |
| Vakantieparken | +8,2% tot +13,6% | 158.000 - 165.900 overnachtingen | +12.000 tot +19.900 overnachtingen |
| Campings | -/-8,2% tot -/-3,5% | 76.800 - 80.800 overnachtingen | -/-6.900 tot -/-2.900 overn. |

Onderzocht is hoe het aanbod in de ISW-regio zich de komende jaren zal ontwikkelen, voor wat betreft concrete bouwplannen. De tabel hieronder geeft aan wat die verwachting is. Wanneer de vraag in 2018 wordt gekoppeld aan de geplande groei van het aanbod en aan de zogenaamde normatieve bezetting*, dan kan worden berekend hoeveel marktruimte er (theoretisch gesproken) is voor nieuwe kamers of slaapplekken tot 2018:

| Type accommodatie | Geplande groei aanbod tot 2018 | Normatieve bezetting | Marktruimte extra aanbod 2018 |
|-------------------|--------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Hotels | 9 kamers | 62,5% kamerbezetting | -/-22 tot +38 kamers |
| Vakantieparken | 250 slaapplekken | 35% slaapplekken-bezetting | -/-156 tot -/-96 slaapplekken |
| Campings | 50 slaapplekken | 11% slaapplekken-bezetting | -/-108 tot +92 slaapplekken |

* De bezetting waarbij er voor de gasten voldoende aanbod is aan verblijfsaccommodaties op momenten dat dit nodig is, en de accommodaties nog in voldoende mate een boterham kunnen verdienen.

Op basis van deze theoretische benadering blijkt er voor wat betreft de hotelmarkt en de campingmarkt in de ISW-regio ongeveer sprake te zijn van marktevenwicht in 2018. Voor de sector vakantiewoningen lijkt er de komende jaren overaanbod te ontstaan.

Ruimte geven aan accommodaties met meerwaarde

Hotelmarkt

Voor de hotelmarkt wordt, ondanks de beperkte marktruimte, aanbevolen om in lijn met de binnen de MRA ontwikkelde hotelstrategie, ruimte te bieden voor een grotere dan berekende groei. Deze (tijdelijke) overdimensionering biedt de mogelijkheid om hotels met meerwaarde toe te voegen aan het nu nog vrij standaard hotelaanbod in de regio. Bijvoorbeeld niche hotels met een sterke eigen vraagmarkt. Of hotels op bepaalde plekken in de regio waar vestiging van een hotel van grote waarde is voor de locatieontwikkeling ('kansengebied'). Wij adviseren de regio om de komende vier jaar plannen te faciliteren tot een totaal van maximaal 200 nieuwe hotelkamers, in aanvulling op de huidige 780 kamers.

Om te beoordelen of een hotelinitiatief meerwaarde heeft, wordt een toetsingskader voorgesteld dat aansluit bij de binnen de MRA ontwikkelde 'hotelladder'. De voorgestelde criteria zijn, in het kort:

- Bijzonder karakter voor wat betreft het vestigingspand, het hotelconcept en/of aanvullende voorzieningen.
- Nader op gemeenteniveau vast te stellen stedenbouwkundige criteria.
- Nader op gemeenteniveau vast te stellen locaties, liggend in een kansengebied.
- Met een onderbouwing van de initiatiefnemer dat de hotelontwikkeling extra vraag naar de regio trekt.

Bovendien dient de gemeente waar het initiatief valt, flankerend beleid te hebben geformuleerd waarin groei van het hotelaanbod opgenomen is, en dient de gemeente een actief toeristisch promotiebeleid te hebben afgestemd op de regiopromotie.

Samenvatting

Vakantiewoningen

Voor de markt van vakantiewoningen geldt hetzelfde als voor de hotelmarkt, maar om een andere reden. Dit is nu nog een erg kleine markt in de ISW-regio. De gehanteerde rekenmethodiek is dan al snel te theoretisch, waarbij het kleine huidige aanbod en de beperkte voorziene groei de markt in feite 'op slot' zouden zetten. En juist in de sector vakantiewoningen geldt dat aanbod vraag creëert. Wij bevelen aan om nieuwe parken die aan onderstaande voorwaarden voldoen, de kans te geven zich te vestigen in de regio:

- Hoogwaardige voorzieningen (ook centrumvoorzieningen).
- Een sterke marketing/marktpositie (onderdeel keten).
- Een voldoende grote schaal (t.b.v. centrumvoorzieningen).

Qua omvang kan voornamelijk uit worden gegaan van 250-500 nieuwe woningen. Maar ook als een groter plan zich aandient, zou de regio naar onze mening daar in principe positief naar moeten kijken, mits kritisch naar de genoemde criteria/voorwaarden wordt gekeken.

De komst van een groot vakantiepark is slechts beperkt concurrerend en op onderdelen juist versterkend voor het bestaande aanbod in de regio, omdat het zorgt voor diversificatie van het aanbod, qua niveau en prijsklasse en zorgt voor een beter draagvlak voor nieuwe dagattracties of dagrecreatievoorzieningen. Ook biedt een groot nieuw park zoals bijvoorbeeld Center Parcs zelf ook nieuwe dagrecreatieve voorzieningen voor de regio.

Campings

Aangezien de campingmarkt te maken heeft met krimp, adviseren wij om – als hoofdlijn – geen nieuw aanbod toe te laten. Tegelijkertijd moeten gevestigde campings de kans krijgen zich aan te passen aan nieuwe eisen van de markt. Daarvoor kan schaalvergroting nodig zijn. Om die reden

adviseer wij bestaande campings toe te staan om uit te breiden met maximaal 100% van de huidige capaciteit aan toeristische standplaatsen, dus maximaal een verdubbeling daarvan (met een absoluut maximum van 50 extra toeristische plaatsen). Gedeeltelijke 'verstening' van bestaande campings kan worden toestaan, als dat hun overlevingskans vergroot. Maar dan alleen in aanvulling op een upgrade van de camping. In afwijking van de hoofdlijn kunnen, gezien de toenemende vraag naar vernieuwende producten binnen de campingsector, ook nieuw initiatieven worden toegestaan die aan het volgende toetsingskader voldoen:

- Innovatief concept of gericht op bepaalde niches (bv. glamping, boerencamping of een kleine ecologische camping).
- Maximaal 20 standplaatsen per vestiging, met totaal in een beleidsperiode maximaal 100 standplaatsen in de ISW-regio;
- Alleen toeristische standplaatsen.

Evenals bij de hotelmarkt dient binnen de gemeente die een dergelijk initiatief toestaat, sprake te zijn van flankerend beleid met betrekking tot verblijfstoerisme en toeristische promotie.

Camperplaatsen

De campermarkt is te klein om daar marktruimteberekeningen op los te laten. Maar het is wel een groeiemarkt, en meer aanbod in dit segment draagt ook bij aan versterking van het toeristisch-recreatieve product binnen de regio. Beleid op dit terrein zal zich vooral moeten richten op voorkoming van overlast. Nieuwe camperplaatsen moeten bij voorkeur worden gerealiseerd bij bestaande verblijfsaccommodaties. Dan kan er gebruik worden gemaakt van daar beschikbare voorzieningen. Nieuwe solitaire locaties zouden alleen moeten worden toegestaan als er voldoende basisvoorzieningen worden aangeboden en er een marktconforme overnachtingsvergoeding wordt gevraagd.

Samenvatting

Flankerend beleid

Aanbevolen wordt om bij het vaststellen van het accommodatiebeleid aansluiting te zoeken bij zowel de nieuwe hotelstrategie van de MRA-regio (voor wat betreft hotelbeleid) als bij het bredere beleid dat de provincie Noord-Holland aan het ontwikkelen is om het aanbod aan verblijfsaccommodaties in de provincie waar nodig te stimuleren of af te remmen.

Op gemeenteniveau zal er aandacht moeten blijven voor ruimtelijke kwaliteit c.q. beeldkwaliteit, onder andere met betrekking tot bouwhoogten, zichtlijnen (vanaf de openbare weg), en inrichting van de terreinen en van de openbare ruimte rondom de voorziening.

Op het niveau van de ISW-regio is het belang te blijven investeren in collectieve regionale promotie, al dan niet via Bureau Toerisme Laag Holland, om de komst van slechtweerattracties te blijven stimuleren en om te blijven werken aan verbetering van de bereikbaarheid van de regio.

Aanbevelingen streven evenwichtig verblijfsaanbod na

De ISW-regio stelt zich ten doel om alle bezoekersgroepen aan de regio Waterland een adequaat verblijfsaanbod te bieden, en tegelijkertijd structurele onevenwichtigheden in de markt te voorkomen. Wij zijn van mening dat de voorgestelde aanbevelingen met beide aspecten rekening houden. Tegelijkertijd gaan de ontwikkelingen in de wereld van verblijfsaccommodaties zo snel dat de horizon voor deze maatregelen niet te ver weg mag liggen. Het is dan ook verstandig om uiterlijk over vier jaar de effecten daarvan te ijken en deze eventueel te heroverwegen voor de jaren daarna.





1. Inleiding en vraagstelling

1. Inleiding en vraagstelling

1.1 Aanleiding



De gemeenten Beemster, Edam-Volendam, Landsmeer, Purmerend, Waterland, Wormerland en Zeevang vormen de regio Waterland. Zij werken samen via het ISW: Intergemeentelijk Samenwerkingsorgaan Waterland. Binnen dit samenwerkingsverband is er behoefte aan een helder beeld van de huidige en toekomstige marktruimte voor verblijfsaccommodaties in de regio en het te voeren beleid voor deze sector.

In 2013 heeft Buck Consultants International (BCI) in samenwerking met Horwath HTL een rapport opgesteld over actualisatie van het regionaal hotelbeleid voor de samenwerkende gemeenten en regio's in de Metropoolregio Amsterdam (MRA) (waar ook Waterland in ligt). Ter verdieping van dit onderzoek heeft de regio Waterland LAGroup verzocht om nader onderzoek te doen naar de verblijfsaccommodatiesector in de regio Waterland. De voorliggende rapportage beschrijft de resultaten van dit onderzoek.

Het onderzoek richt zich naast hotels en pensions ook op B&B's, campings, camperplaatsen en vakantiewoningen/-parken. De analyses spitsen zich specifiek toe op de situatie in de regio Waterland (rekening houdend met de ontwikkelingen in de MRA). Ook de geprognosticeerde marktruimten en beleidsaanbevelingen hebben specifiek toepassing op de regio Waterland.

Het onderzoek heeft de volgende hoofddoelen:

1. Het beter kunnen toetsen van nieuwe aanvragen voor verblijfsontwikkelingen, en;
2. Het mogelijk maken dat de regio zich binnen de MRA onderscheidend blijft ontwikkelen als het gaat om verblijfsaccommodaties en zodoende een sterke positie behoudt binnen de MRA.

1.2 Afbakening en vraagstelling onderzoek

Afbakening onderzoek

- Het onderzoek heeft betrekking op de typen verblijfsaccommodaties:
 1. Vakantiewoningen;
 2. Campings (met daarbinnen ook nog een onderscheid naar camperplaatsen);
 3. Hotels, pensions/bed & breakfasts, short stays;
- De prognoses hebben betrekking op de periode van 2013 tot circa 2018.
- De onderzoeksresultaten gelden voor het gehele ISW Waterlandgebied. Waar mogelijk en relevant worden de aanbevelingen ook op het niveau van logische deelgebieden binnen de regio uitgewerkt.

1. Inleiding en vraagstelling

Het onderzoek heeft de volgende kernvraag en opbouw:

Kernvragen

Wat is de toekomstige marktruimte voor de verschillende typen verblijfsaccommodaties in de regio Waterland? En welk beleid dienen de gemeenten te voeren voor de verschillende typen verblijfsaccommodaties?

Ter beantwoording van deze kernvragen is het onderzoek in de volgende deelonderwerpen onderverdeeld:

- A. *Status quo: de huidige verblijfsaccommodatiemarkt in de ISW-regio (inclusief een benchmark van de omvang van het aanbod in vergelijking met een aantal vergelijkbare regio's);*
- B. *Context: toeristisch-recreatieve profielen en plannen van (de gemeenten in) de regio;*
- C. *Actoren (marktorganisaties en ondernemers), ondernemersvisies, kansen en knelpunten in de markt;*
- D. *Toekomst: Trends en ontwikkelingen, plannen voor nieuwe accommodaties, infrastructurele/toeristische plannen en (macro-economische) prognoses;*
- E. *Prognoses marktruimten verblijfsaccommodaties – Wat is de marktruimte tot aan 2020 voor de verschillende typen verblijfsaccommodatie? Onder meer op grond van de bevindingen van de voorgaande deelaspecten.*
- F. *Beleidsaanbevelingen.*

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 vindt u een beschrijving van het aanbod aan verblijfsaccommodaties in de regio. Hoofdstuk 3 geeft per segment (de ontwikkeling van) het aantal overnachtingen/verhuringen en de bezetting. De analyse van de vraagmarkt staat weergegeven in hoofdstuk 4, gevolgd door de toekomstanalyse in hoofdstuk 5. Op grond van de bevindingen uit de voorgaande hoofdstukken wordt in hoofdstuk 6 de marktruimte bepaald voor de verschillende segmenten. Het afsluitende hoofdstuk 7 geeft ten slotte de beleidsaanbevelingen.

Voorin het rapport treft u een uitgebreide managementsamenvatting aan van de uitkomsten.



2. Aanbodanalyse verblijfsaccommodaties ISW-regio

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

In dit hoofdstuk beschrijven we de huidige aard, omvang en structuur van de verblijfsaccommodatiemarkt in de regio Waterland.

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

In de regio Waterland zijn per 2013 18 hotels (en pensions) gevestigd. Deze zijn gezamenlijk goed voor 606 kamers. Daarnaast zijn er 86 Bed & Breakfasts (B&B's) gevestigd die gezamenlijk goed zijn voor 177 kamers (23% van het totaal kameraanbod). Het totale kameraanbod in de gemeente komt hiermee op 783 kamers (zie de tabel hiernaast)*. Het totaal aantal beschikbare bedden ligt op circa 1.750.

De grafiek op de volgende pagina laat de verdeling naar aantal sterren zien. Wij baseren ons hier op de Nederlandse Hotelclassificatie (NHC), kamers die niet geregistreerd zijn, zijn toegerekend aan het 0 tot 2-sterren segment.

Segmentatie

- Het 5-sterren segment is - evenals in veel andere landelijke gebieden - niet vertegenwoordigd.
- De vier hotels in het 4-sterren segment zijn gezamenlijk goed voor 31% van het kameraanbod (244 kamers).
- Het 3-sterren-aanbod (215 kamers) omvat 28% van het aanbod.
- Het 0-2 sterrensegment - waaronder kamers in B&B's maar ook de 128 kamers van het Lake Land Hotel - is sterk vertegenwoordigd. Liefst 41% van het aanbod (324 kamers) zit in dit segment. Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat een deel van het B&B-aanbod weliswaar gecategoriseerd is in dit laagste segment, maar dat een deel van dit aanbod een hoger niveau heeft dan de sterrenclassificatie doet vermoeden.

| Nr. | Naam | Gemeente | Type accommodatie | Sterren | | |
|-----|-------------------------------------|---------------|-------------------|---------|--------|--------|
| | | | | NHC | Kamers | Bedden |
| 1 | Van Der Valk Hotel Volendam | Waterland | Hotel | 4 | 129 | 280 |
| 2 | Hampshire Golfhotel Waterland | Purmerend | Hotel | 4 | 97 | 220 |
| 3 | Fort Resort Beemster | Beemster | Hotel | 4 | 12 | 24 |
| 4 | Suitehotel De Posthoorn | Waterland | Hotel | 4 | 6 | 12 |
| 5 | Best Western Hotel Spaander | Edam-Volendam | Hotel | 3 | 79 | 160 |
| 6 | Van der Valk Purmerend | Beemster | Hotel | 3 | 40 | 80 |
| 7 | Hotel Old Dutch | Edam-Volendam | Hotel | 3 | 33 | 66 |
| 8 | Hotel & Restaurant De Fortuna | Edam-Volendam | Hotel | 3 | 23 | 48 |
| 9 | Hotel Beemster | Beemster | Hotel | 3 | 6 | 16 |
| 10 | L'Auberge Damhotel | Edam-Volendam | Hotel | 3 | 11 | 25 |
| 11 | Hotel Restaurant Hof van Marken | Waterland | Hotel | 3 | 9 | 18 |
| 12 | Hotel Bordwalser | Wormerland | Hotel | 3 | 8 | 16 |
| 13 | t Wapen van Middellie | Zeevang | Hotel | 3 | 6 | 12 |
| 14 | Lake Land Hotel | Waterland | Hotel | 2 | 128 | 300 |
| 15 | Hotel café restaurant Van Den Hogen | Edam-Volendam | Hotel | 2 | 4 | 8 |
| 16 | Hotel pension De Harmonie | Edam-Volendam | Pension | 2 | 5 | 12 |
| 17 | Pension Zonneweelde | Zeevang | Pension | 2 | 6 | 12 |
| 18 | Noemie's Pension | Edam-Volendam | Pension | 1 | 4 | 10 |
| | Totaal aanbod in hotels en pensions | | | | 606 | 1.319 |
| | Aanbod in B&B's - 86 totaal | Div. | B&B's | 0-2 | 177 | 429 |
| | Totaal aanbod | | | | 783 | 1.748 |

Bron: inventarisatie opdrachtgever.

Bewerking: LAGroup, 2013

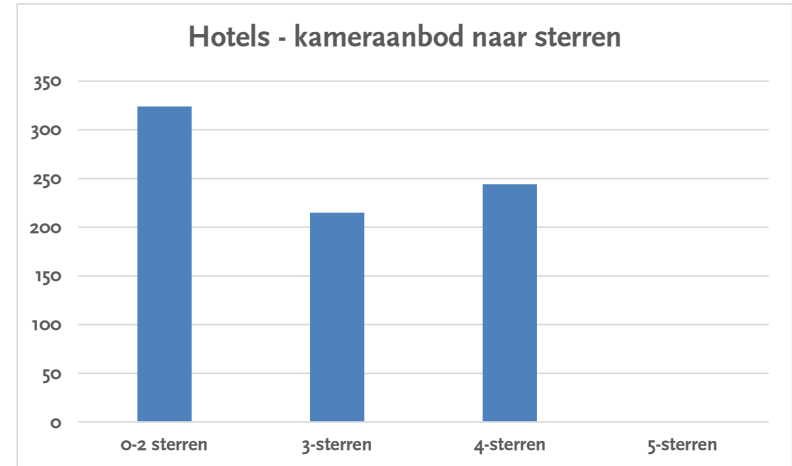
* Het aantal kamers ligt hiermee 100 kamers boven het aantal kamers zoals door het Bedrijfschap Horeca en Catering geregistreerd. De verschillen komen met name voort uit B&B's die niet geregistreerd zijn (met name in Edam-Volendam en in Waterland), kleine registratieverschillen en bijvoorbeeld de 12 4-sterren kamers in Fort Resort Beemster die (nog) niet geregistreerd zijn. De als hotel gepresenteerde appartementen in Roompot Marinapark Volendam worden door het Bedrijfschap Horeca en Catering niet als hotel geclassificeerd. Ook in dit onderzoek scharen we deze appartementen onder het aanbod aan vakantieparken.

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

- **Situering hotels:** de meest toeristische gemeenten Waterland en Edam-Volendam hebben de sterkste concentratie van hotelaanbod. Purmerend (Golfhotel Waterland) en Beemster volgen op enige afstand. Het kameraanbod in de overige gemeenten is beperkt.
 - De gemeente Waterland kent een groot aanbod aan kamers in het 0-2 sterren segment (met name door het met twee sterren geclassificeerde Lakeland Hotel), maar ook het 4-sterren aanbod is ruim (Van der Valk Hotel Volendam ligt namelijk net in de gemeente, maar is in feite meer op Volendam gericht).
 - Edam-Volendam zelf beschikt in Volendam over een vrij divers aanbod (met Hotel Spaander en Hotel Old Dutch als bepalende elementen, maar ook de kamers van het zojuist genoemde Van der Valk Hotel Volendam). Het hotelaanbod in de eveneens toeristische kern van Edam is in omvang beperkter (met name Hotel De Fortuna en het Damhotel).
- De situering op locatieniveau kan grofweg in de volgende groepen worden verdeeld:
 - Hotels in de toeristische dorps-/stadskernen: bijvoorbeeld Hotel Spaander, Hotel De Fortuna, Suitehotel De Posthoorn en het Hof van Marken.
 - Hotels aan/nabij doorgaande wegen en aan de randen van kernen: bijvoorbeeld Van der Valk Purmerend en Van der Valk Volendam.
 - Hotels in de buitengebieden: bijvoorbeeld de combinatiehotels Golfhotel Waterland en Fort Resort Beemster, maar ook 't Wapen van Middelie.
 - Hotels primair gelegen nabij het water: met name het Lakeland Hotel.

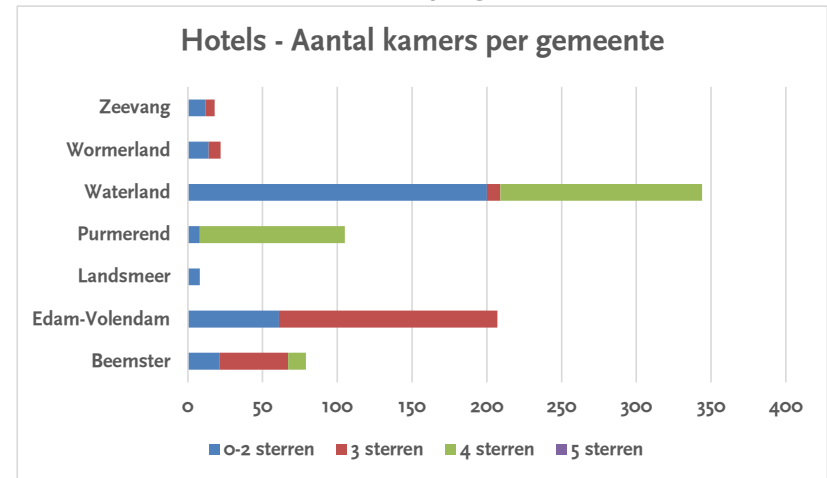
Voor het grote aanbod aan B&B's geldt dat deze feitelijk ook op al de vier genoemde typen locaties te vinden zijn.

Hotels – kameraanbod regio Waterland naar sterren



Bron: Eigen inventarisatie, gegevens Bedrijfschap Horeca en Catering, 2013
Bewerking: LAGroup, 2013

Hotels – kameraanbod naar sterren per gemeente



Bron: Eigen inventarisatie, gegevens Bedrijfschap Horeca & Catering, 2013
Bewerking: LAGroup, 2013

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

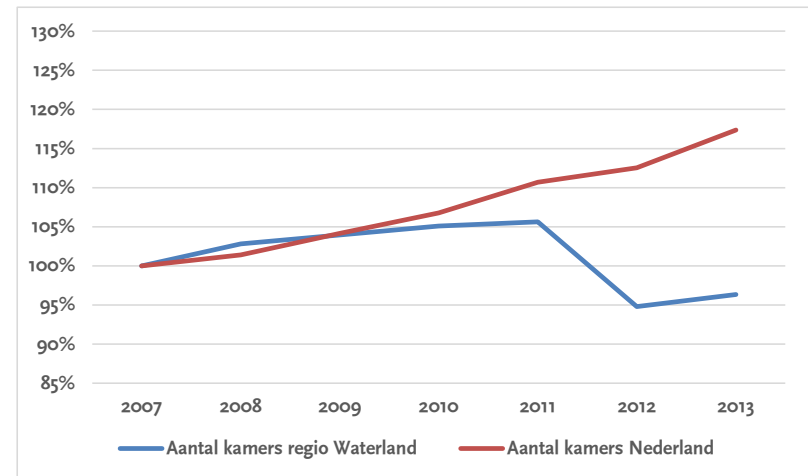
- **Omvang hotels:** kijkend naar de omvang van de individuele hotels in relatie tot hun sterren-classificatie, dan geldt dat het aanbod vrij evenwichtig verdeeld is. Zowel in het lagere segment, het 3-sterren segment als het 4-sterren segment is er zowel sprake van grote hotels (>80 kamers) als kleinere hotels. Middelgrote (circa 40 kamers) hotels ontbreken wel in het 4-sterren segment en in het 0-2 sterren segment.
- **Hotels met grotere vergaderaccommodatie:** in de regio zijn geen echte conferentiehôtels (hotels die zich sec op de conferentiemarkt richten). Wel zijn er hotels die beschikken over de nodige vergaderruimte (minimaal 200 m² vergaderruimte), zoals Van der Valk Purmerend, Van Der Valk Volendam, Hotel Spaander en Golfhotel Waterland.
- **Aanbod kwalitatief hoogwaardig en kleinschalig:** onder dit type van kleine, bijzondere accommodaties vallen met name Suitehotel De Posthoorn (6 kamers) en Fort Resort Beemster (12 kamers), maar ook een aantal B&B's. In aantal kamers is dit aanbod vrij beperkt.
- **Aanbod combinatiehotels:** Met Burggolf Waterland (gekoppeld aan een golfbaan) en met Fort Resort Beemster (gekoppeld aan een wellnessresort) beschikt de regio over twee combinatiehotels. Dit zijn hotels die, naast 'reguliere' kamervraag, het ook in sterke mate moeten hebben van hun combinatie met een andere functie.
- **Nichehotels:** nichehotels zoals jeugdhotels en een zorghotel zijn niet gevestigd in de regio.
- **Staat van de hotels:** Er zijn de nodige recentelijk vernieuwde hotels in de regio, maar een deel van het aanbod verkeert ook in een minder goede staat van onderhoud (aan pand en/of inrichting).
- **Marktorientatie hotels:** voor veel van de hotels zal gelden dat zij zich enerzijds richten op bezoekers aan de regio, maar dat zij ook profiteren van de *overflow* van hotelvraag uit Amsterdam. Daar was de

afgelopen decennia sprake van een tekort aan kamers. De laatste jaren is dit kamer te kort echter afgenomen. Dit heeft implicaties voor de omvang van de *overflow* uit Amsterdam.

Ontwikkeling aanbod in de tijd

De onderstaande grafiek zet de ontwikkeling van het kameraanbod in de regio Waterland af tegen dat van geheel Nederland voor de periode 2007 tot en met 2013 (beiden op basis van door het Bedrijfschap Horeca en Catering geïnventariseerde kamers). Het aanbod in Waterland groeide tot 2009 even hard als in geheel Nederland. Waar het aanbod in Nederland in de jaren daarna verder groeide (uiteindelijk met 17% in 7 jaar tijd), was er in Waterland sprake van een daling van 4% van het aanbod sinds '07.

Geïndexeerde ontwikkeling aantal hotelkamers Waterland vs. Nederland (kameraanbod in 2007 = 100)



Bron: Gegevens Bedrijfschap Horeca & Catering, 2013
Bewerking: LAgrouP, 2013

2.2 Aanbod vakantieparken

De daling van het hotelaanbod in de regio komt met name doordat het HEM Hotel het Tolhuus (39 kamers) en Hotel De Purmer Eend Kwadijk (28 kamers) (beiden in de gemeente Zeevang) hun deuren voor toeristen hebben gesloten.

Conclusie aanbod hotelmarkt

Het hotelaanbod in de regio heeft - mede door het grote aantal B&B's - relatief veel aanbod in het lagere segment. Daar staat echter ook het nodige aanbod aan 3- en 4-sterren kamers tegenover. Kijkend naar de omvang van de hotels, de situering van de hotels, de beschikbaarheid van hotels met vergaderaccommodatie en van combinatiehotels kan het aanbod als vrij evenwichtig beschouwd worden. Binnen het aanbod is het aanbod kwalitatief hoogwaardig en modern wel relatief beperkt. Daarnaast is ook een deel van het aanbod qua pand en/of inrichting enigszins gedateerd. De ontwikkeling van het aanbod in de regio blijft achter bij de groei in aantal hotelkamers dat zich op landelijk niveau heeft voorgedaan.

Aanbod groepsaccommodaties

In de regio zijn tevens 8 groepsaccommodaties gevestigd. Deze beschikken totaal over 176 bedden en variëren in omvang van 12 tot 32 bedden. Liefst vijf van deze locaties zijn in de gemeente Waterland gevestigd. Het betreft vooral aanbod in voormalige boerderijgebouwen, maar ook twee charterschepen die een deel van het jaar op locatie liggen (beiden in Waterland).

2.2 Aanbod vakantieparken

Het aanbod aan vakantiehuizen wordt gedomineerd door Roompot Marinapark Volendam. In totaal telt de regio bijna 260 vakantiehuizen, goed voor circa 1.400 beschikbare bedden. Hiervan behoren 248 huizen (inclusief de als hotel in de markt gezette appartementen) aan het Marinapark. Het overige aanbod bestaat uit een aantal losse vakantiehuizen c.q. appartementen.

Het Marinapark profiteert van haar ligging aan het IJsselmeer en in Volendam. Het park is gebouwd in een stijl refererend aan de typische houten bouw en groene kleurstelling die gebruikelijk is in de regio. Zoals ook bij veel vergelijkbare parken, is een uitgebreide variëteit aan typen vakantiehuizen beschikbaar. Van 1 - 2 persoons(hotel)kamers, tot vakantiehuizen oplopend in capaciteit van 4 personen tot en met 12 personen. Het gemiddelde aantal bedden per vakantieverblijf op het park ligt op 5,5. Het park beschikt onder meer over centrumfaciliteiten (restaurant, eetcafé, supermarkt, overdekt zwembad, kleinschalige wellness, speeltuin), een jachthaven (inclusief sloepverhuur) en camperplaatsen.

Marinapark bevindt zich in het middensegment van de markt, iets onder bijvoorbeeld de nieuwere parken van Centerparcs, is vergelijkbaar met veel Landal Greenparks parken, en ligt qua segmentering boven veel van de parken van bijvoorbeeld Molecaten. Interieur en exterieur van het park lijkt in goede staat te zijn. Er is – niet zoals bij veel parken elders in het land – geen sprake van verouderd aanbod. Het Marinapark richt zich met haar 30 appartementen/hotelkamers op dezelfde deelmarkt als de hotels in de regio.

Het overig aanbod bestaat uit slechts 11 huizen en is over het algemeen in goede staat. In tegenstelling tot veel andere regio's is er in Waterland (nog) geen sprake van vakantieparken met tweede (recreatie)huizen.

2.2 Aanbod vakantieparken

| Nr. | Naam | Gemeente | Aantal vakantie-woningen | Aantal Bedden |
|-----|---------------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|
| 1 | Roompot Marinapark Volendam | Edam-Volendam | 248 | 1.357 |
| 2 | Holiday Apartments Swanenburgh | Edam-Volendam | 5 | 22 |
| 3 | Idyllisch vakantiehuis | Edam-Volendam | 1 | 2 |
| 4 | Landsmeer House | Landsmeer | 1 | 4 |
| 5 | Logement Het Voorhuys | Waterland | 1 | 3 |
| 6 | De Koggenbungalow | Zeevang | 1 | 4 |
| 7 | Country and Lake apartments | Zeevang | 2 | 4 |
| | Totaal aanbod vakantiewoningen | | 259 | 1.396 |

Bron: inventarisatie opdrachtgever
Bewerking: LAGroup, 2013



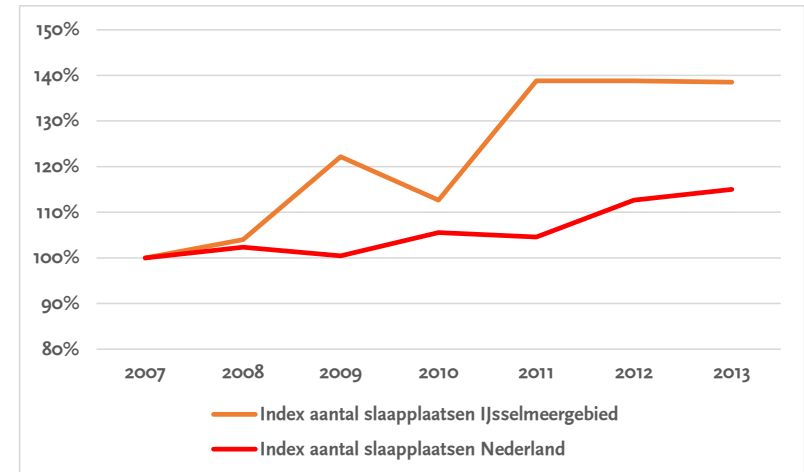
Luchtfoto Roompot Marinapark Volendam

Ontwikkeling aanbod in de tijd

De nevenstaande grafiek zet de ontwikkeling van het slaappleatsenaanbod in het toeristisch deelgebied 'IJsselmeergebied' (het gebied rondom het gehele IJsselmeer) af tegen de ontwikkeling in Nederland voor de periode 2007 tot en met 2013. Het aanbod in geheel Nederland nam toe met circa 15%. De groei in het IJsselmeergebied was onstuimiger: een stijging van 39% van het aantal slaappleatsen.

Cijfers over de ontwikkeling van het aanbod in Waterland ontbreken. Op basis van onze inventarisatie en raadpleging van ondernemers ontstaat het beeld dat het aantal slaappleatsen in de regio sinds 2007 (nagenoeg) gelijk is gebleven. Deze constante lijn steekt (schril) af tegen de groei in Nederland in het algemeen en in het IJsselmeergebied in het bijzonder.

Geïndexeerde ontwikkeling slaappleatsen op vakantieparken/huisjesterreinen Nederland vs. IJsselmeergebied (aantal slaappleatsen 2007 = 100)



Bron: Gegevens CBS en inventarisatie LAGroup, 2013
Bewerking: LAGroup, 2013

Conclusie aanbod vakantieparken

Roompot Marinapark Volendam 'domineert' het aanbod aan vakantieparken in de regio. Noemenswaardig aanbod elders in het gebied ontbreekt. Het Marinapark bevindt zich in het middensegment, verkeert in goede staat en is gekoppeld aan een binnen Nederland sterke exploitant/verkooporganisatie. Met de kamers in het park begeeft het Marinapark zich ook op de hotelmarkt. In vergelijking met andere regio's blijft de ontwikkeling van het aanbod in de regio Waterland achter.

2.3 Aanbod campings

2.3 Aanbod campings

Het campingaanbod bestaat uit 15 campings die gezamenlijk goed zijn voor iets minder dan 1.000 standplaatsen. Hiervan is 63% toeristisch: 618 totaal. De overige standplaatsen zijn vaste standplaatsen of seizoenplaatsen*. Het totaal aantal slaapplekken op campings komt op circa 3.950, waarvan circa 2.450 toeristisch. Het totale ruimtebeslag van de campings is bijna 40 hectare.

De volgende pagina geeft een overzicht van het aantal standplaatsen per gemeente. Hieruit blijkt dat – in totaal aantal standplaatsen – Edam-Volendam, Zeevang en Waterland het grootste aanbod hebben. Het aanbod in de overige gemeenten is beperkter - en in het geval van Purmerend nihil. Kijkend naar standplaatsen voor toeristische verhuur dan geldt dat de gemeenten Waterland en Edam-Volendam het grootste aanbod hebben. Zij zijn goed voor respectievelijk 34% en 35% van het totale aanbod aan toeristische standplaatsen in de regio. Zeevang heeft betrekkelijk veel vaste standplaatsen.

“Vaste” vs. “toeristische” campings

11 van de 15 campings zijn (gemeten naar standplaatsen) met name toeristisch. De overige vier hebben meer vaste standplaatsen.

SVR-/boerencampings

Met de campings Zeevangshoeve, In het Fruit, De Leek, De Boerenhemel, Hemmeland, Weidevogelzicht, Frikkee en Kleine Weel beschikt de regio over de nodige campings die zich presenteren als SVR- of andersoortige kleinschaliger boerencamping.

| Nr | Naam | Gemeente | Aantal hectare terrein | Totaal standplaatsen | Toeristische standplaatsen | Vaste standplaatsen |
|----|----------------------------------|---------------|------------------------|----------------------|----------------------------|---------------------|
| 1 | In het fruit | Beemster | 1,5 | 30 | 30 | 0 |
| 2 | Camping Strandbad | Edam-Volendam | 4,5 | 280 | 170 | 110 |
| 3 | SVR Camping Zeevangshoeve | Edam-Volendam | 1 | 37 | 27 | 10 |
| 4 | Camping de Dijk | Edam-Volendam | 0,6 | 25 | 17 | 8 |
| 5 | Camping Het Rietveen | Landsmeer | 1,5 | 82 | 82 | 0 |
| 6 | Camping Uitdam | Waterland | 14 | 160 | 160 | 0 |
| 7 | Kampeeterrein De Leek | Waterland | 0,2 | 10 | 10 | 0 |
| 8 | Minicamping De Boerenhemel | Waterland | 0,2 | 10 | 10 | 0 |
| 9 | Natuurkampeeterrein Hemmeland | Waterland | 1 | 28 | 28 | 0 |
| 10 | Caravanpark De Akker | Wormerland | 0,2 | 40 | 10 | 30 |
| 11 | Camping de Eenhoorn | Zeevang | 8 | 145 | 10 | 135 |
| 12 | Camping voor Anker | Zeevang | 4 | 80 | 20 | 60 |
| 13 | Boerderijcamping Weidevogelzicht | Zeevang | 1 | 30 | 30 | 0 |
| 14 | Camping Kleine weel | Zeevang | 1 | 25 | 9 | 16 |
| 15 | Boerencamping Frikkee | Zeevang | 1 | 5 | 5 | 0 |
| | Totalen | | 40 | 987 | 618 | 369 |

Bron: inventarisatie opdrachtgever

Bewerking: LAGroup, 2013

Segmentatie en kwaliteit aanbod

Op grond van de campingwebsites en gegevens van beoordelingsite Zoover kan opgemaakt worden dat het gros van de campings zich in het middensegment bevindt. Evenals campings elders in het land is er deels sprake van verouderd aanbod. Er zijn geen campings in het hoge segment (ter referentie: zie www.5sterrencampingsnederland.nl of www.anwb.nl/kamperen/nieuws/2013/januari/overzicht-best-camping-nederland).

* Dit zijn standplaatsen ter beschikking gesteld voor de duur van het gehele seizoen (vaak van maart/april tot oktober/november), waarop het kampeermiddel in de winterperiode kan blijven staan (specifiek voor vaste standplaatsen).

2.3 Aanbod campings

Aanvullend aanbod

Een klein deel van het aanbod zoals geïnventariseerd bestaat uit andersoortige accommodatievormen, zoals chalets en trekkershutten. Zo hebben camping Strandbad en camping Achter de Dijk een aantal sober ingerichte trekkershutten. Door de aard en omvang van dit aanbod, is er slechts sprake van geringe concurrentie vanuit deze trekkershutten met het aanbod aan vakantiehuizen in de regio.

Omvang

Alle campings met 100 of minder standplaatsen kunnen als middelgroot tot klein worden beschouwd. Campings met 40 plaatsen of minder als klein. Met camping Strandbad, camping Uitdam en camping de Eenhoorn beschikt de regio over drie relatief grote campings (goed voor 60% van het totaal aanbod en 55% van het aanbod aan toeristische standplaatsen). De omvang van deze campings is echter – in vergelijking met campings elders nog relatief beperkt te noemen. Het aanbod aan kleine campings is met onder meer de reeds genoemde boeren/SVR-campings goed vertegenwoordigd. Dit kleine aanbod is goed voor 28% van het aanbod aan toeristische standplaatsen. Het aanbod aan toeristische standplaatsen op middelgrote campings komt hiermee op 17%.

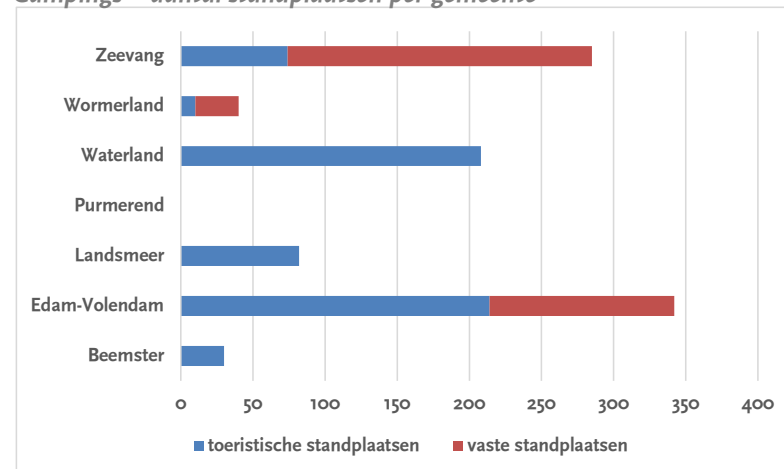
Situering campings

Logischerwijs zijn de campings in het buitengebied gelegen. Veel ervan hebben daarnaast een ligging aan het IJsselmeer als *selling point*.

Ontwikkeling aanbod in de tijd

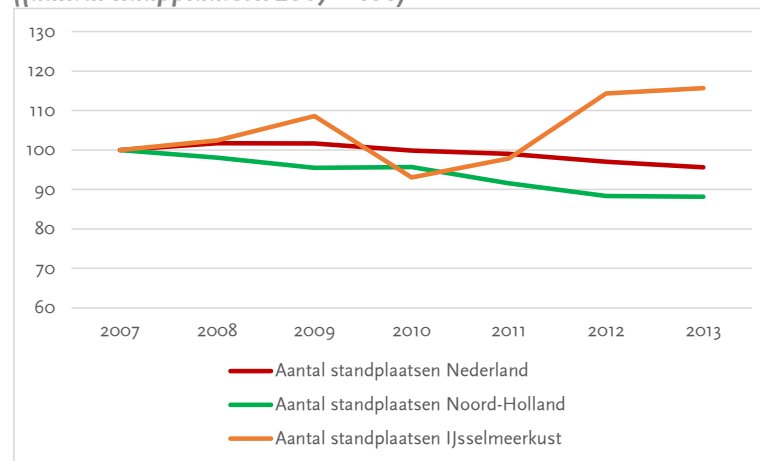
De grafiek hiernaast laat de ontwikkeling van het aantal standplaatsen zien. Een cijfermatige inventarisatie van de regio Waterland is niet beschikbaar, maar het algemene beeld is dat het aanbod (nagenoeg) gelijk of licht afgenomen is de afgelopen jaren. De algemene landelijke tendens is dat het aanbod aan standplaatsen geleidelijk afneemt – de afname in Noord Holland met circa 11% in zeven jaar is substantieel.

Campings – aantal standplaatsen per gemeente



Bron: Eigen inventarisatie.
Bewerking: LAgrou, 2013

Geïndexeerde ontwikkeling standplaatsen op campings/kampeerterrinen ((aantal slaapplekken 2007 = 100))



Bron: Gegevens CBS, 2013
Bewerking: LAgrou, 2013

2.3 Aanbod campings

Conclusie aanbod campings

Het campingaanbod is van substantiële omvang. Zowel de toeristische als de vaste standplaatsen zijn goed vertegenwoordigd. Het aanbod concentreert zich in Edam-Volendam, Zeevang en Waterland, meer concreet aan de IJsselmeerkust. Er zijn zowel kleine (niche-) als redelijk grote campings. Wel is er sprake van een sterke concentratie van het aanbod in het middensegment. Aanbod in het luxe segment (ANWB Best Camping) ontbreekt. Dit geldt ook voor substantieel aanbod dat inspeelt op de trend van 'glamping' (zie bij trends en ontwikkelingen in hoofdstuk 5). De kwaliteit van het aanbod is redelijk goed, hoewel er her en der ook sprake is van deels verouderd aanbod. Dit aanbod is kwetsbaar, te meer omdat soms de gelden voor de benodigde verbeteringen ontbreken. Zo ontstaat voor sommige bedrijven het risico van een negatieve spiraal. In geheel Nederland en in Noord-Holland is sprake van een gestage afname van het aanbod aan standplaatsen. Opvallend is de groei van het aanbod aan de IJsselmeerkust elders, deze groei doet zich echter niet voor in de regio Waterland; hier is het aanbod namelijk vrij constant gebleven.

Aanbod camperplaatsen

In de regio zijn naar opgave van de Nederlandse Kampeerauto Club 8 locaties met aanbod aan camperplaatsen. Deze zijn goed voor 83 plaatsen. 5 van de 8 plaatsen bevinden zich in Waterland. Roompot Marinapark Volendam is goed voor 35 van de 83 camperplaatsen. Het merendeel van de plaatsen is betaald. Zie bijlage 3 voor een overzicht.

2.4 Totaalaanbod verblijfsaccommodaties

2.4 Totaalaanbod verblijfsaccommodaties

Op grond van de voorgaande inventarisaties ontstaat het onderstaande beeld van het totaalaanbod aan verblijfsaccommodaties:

- Er zijn in totaal afgerond 2.150 verblijfseenheden in de regio. De campingsector en de hotellerie hebben hier het grootste aandeel in.
- Het grootste aanbod is te vinden in Edam-Volendam, dat over de hele linie van type aanbod veel verblijfseenheden kent. Ook Waterland heeft een groot aanbod en dan met name in de hotellerie. Het aanbod in Wormerland, Landsmeer, de Beemster, Purmerend is beduidend kleiner. Zeevang vormt 'de middenmoot'. Deze onderlinge aanbodverhouding in de regio laat zien dat de gemeenten die (gedeeltelijk) aan de IJsselmeerkust liggen een beduidend groter aanbod hebben dan de gemeenten in het 'binnengebied'.

Totaaloverzicht verblijfsaccommodaties in regio Waterland

| Gemeente | Hotels, pensions & B&B's - kamers | Vakantie-parken - vakantie-woningen | Campings - toeristische stand-plaatsen | Campings - vaste stand-plaatsen | Groepsacco. kamers/ slaapruintes | Camper-plaatsen | Totaal |
|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|--|---------------------------------|----------------------------------|-----------------|--------------|
| Beemster | 79 | 0 | 30 | 0 | 5 | 0 | 114 |
| Edam-Volendam | 207 | 254 | 214 | 128 | 10 | 35 | 848 |
| Landsmeer | 8 | 1 | 82 | 0 | 0 | 0 | 91 |
| Purmerend | 105 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 110 |
| Waterland | 344 | 1 | 208 | 0 | 31 | 41 | 625 |
| Wormerland | 22 | 0 | 10 | 30 | 6 | 0 | 68 |
| Zeevang | 18 | 3 | 74 | 211 | 0 | 2 | 308 |
| Totaal aanbod | 783 | 259 | 618 | 369 | 52 | 83 | 2.164 |

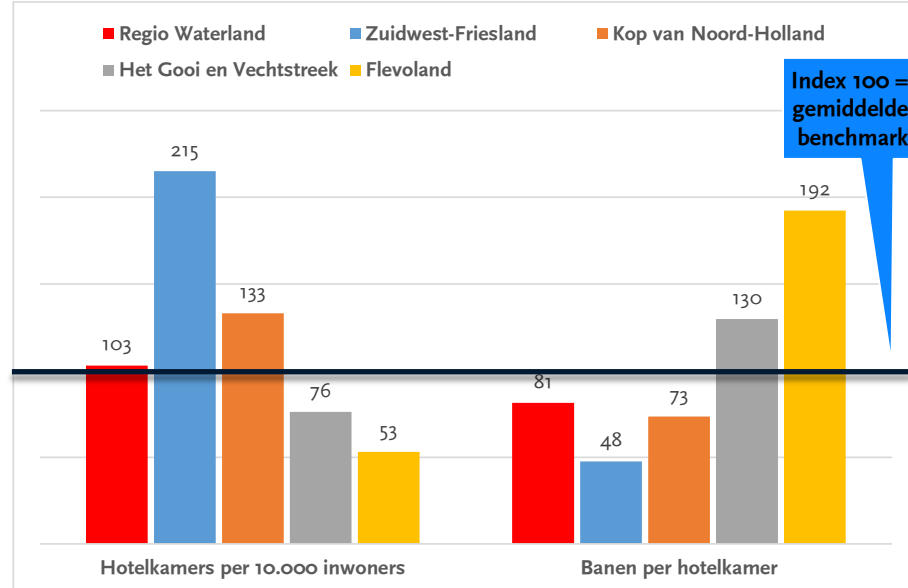
2.5 Benchmark verblijfsaccommodaties

2.5 Benchmark verblijfsaccommodaties

Om de relatieve omvang van het verblijfsaccommodatie-aanbod in de regio Waterland te kunnen beoordelen, is het aanbod vergeleken met dat van een viertal andere gebieden. Het betreffen de vier COROP-gebieden Het Gooi en Vechtstreek, Kop van Noord-Holland, Zuidwest-Friesland en Flevoland. Deze gebieden zijn geselecteerd vanwege hun situering aan het IJsselmeer, evenals bij de regio Waterland het geval is. De kaart rechtsonder geeft, met rood omlijnd, de vier COROP-gebieden weer.

De grafiek hieronder laat voor de regio Waterland en voor de vier benchmarkgebieden het relatieve **hotelaanbod** zien (het aantal hotelkamers per inwoner en per baan), in de vorm van een index. Daarbij heeft het gemiddelde van de vier benchmarkgebieden de index 100.

Resultaten benchmark: relatief aanbod hotelkamers (geïndexeerd, gemid. benchmark = 100)



Ter illustratie: de eerste waarden links in de grafiek zijn als volgt tot stand gekomen: gemiddeld heeft de benchmark 46 hotelkamers per 10.000 inwoners (index = 100); de regio Waterland heeft er 47 (index = 103) en Zuidwest-Friesland 98 hotelkamers per 10.000 inwoners (index = 215). De benchmark leert:

- Het hotelkeraanbod (gerelateerd aan het aantal inwoners) in Waterland ligt net iets boven het gemiddelde, maar blijft bijvoorbeeld beduidend achter bij dat van Zuidwest-Friesland. Anderzijds hebben Flevoland en Het Gooi en Vechtstreek weer relatief veel minder kamers dan de regio Waterland.
- Bedrijvigheid in een regio kan, naast het toerisme aan een regio, zorgen voor kamervraag in hotels. Indien we de werkgelegenheid meten aan de hand van het aantal banen in een regio, dan kan gesteld worden dat: hoe meer banen er zijn per hotelkamer, hoe meer potentie er in principe zou moeten zijn dat de beschikbare hotelkamers gevuld worden vanuit bedrijvigheid. Het aantal banen per hotelkamer in de regio Waterland blijft achter bij het gemiddelde van de benchmark. De hotels in de regio Waterland hebben dus een lager dan gemiddelde ‘visvijver’ in de eigen regio waaraan zij hun hotelkamers kunnen verkopen. Ondanks dat Flevoland verhoudingsgewijs veel banen heeft, zijn er maar betrekkelijk weinig hotelkamers. Dit komt vermoedelijk doordat de regio maar weinig verblijfstoeristen trekt.
- Gerelateerd aan het inwonertal én aan de bedrijvigheid lijkt het aanbod aan hotelkamers in de regio Waterland net wat hoger te liggen dan op grond van de (indicatoren van de) vraagpotentie te verwachten zou zijn.



Kaart COROP-gebieden Nederland, rood omlijnde gebieden vormen de benchmark

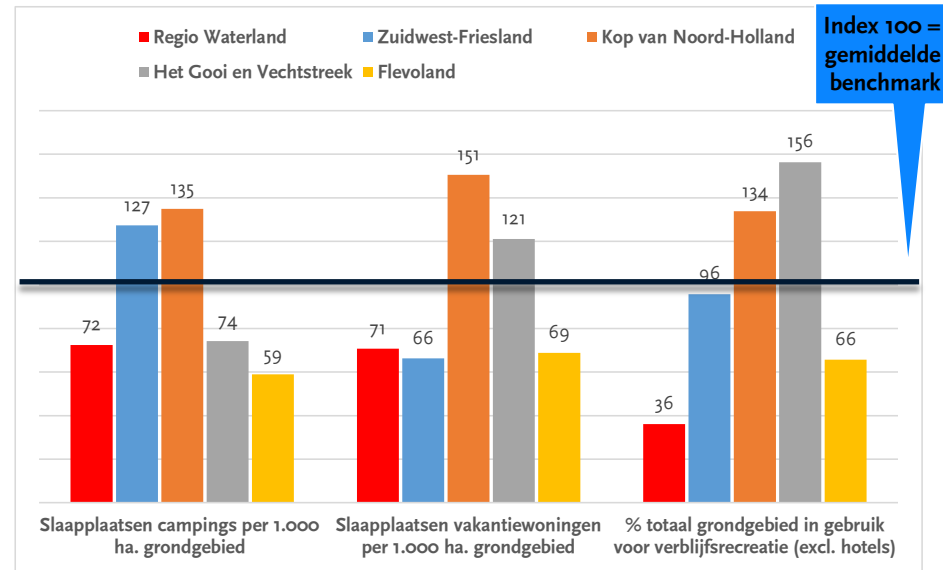
2.5 Benchmark verblijfsaccommodaties

In aansluiting op de benchmark voor hotels werd ook een benchmark uitgevoerd voor het aanbod aan **campings** en **vakantieparken**. Daarbij is een iets gewijzigde methodiek gehanteerd (zie grafiek rechts). Het aantal slaapplekken op campings en vakantieparken wordt afgezet tegen het aantal hectaren grondgebied van de (COROP) regio als geheel. Dit vanwege het ruimte-intensieve karakter van deze accommodaties en de grote verschillen in beschikbare oppervlakten tussen de benchmarkgebieden onderling. Verder heeft het geen zin om het vakantiepark- en campingaanbod af te zetten tegen het banenaantal, omdat er nauwelijks een relatie is tussen zakelijke vraag en overnachtingen in deze accommodaties.

Hier luiden de conclusies:

- Wat opvalt is dat het aantal slaapplekken op campings in de regio Waterland vrij klein is. Met name Zuidwest-Friesland en de Kop van Noord-Holland hebben een relatief veel groter aanbod.
- Ook voor vakantiewoningen blijft de omvang van het aanbod in de regio Waterland achter bij het gemiddelde van de benchmark.
- Het is op grond van het bovenstaande dan ook niet verwonderlijk dat het percentage van het grondgebied in de regio Waterland dat in gebruik is voor verblijfsrecreatie (campings en vakantieparken, zie de meest rechtse kolommen in de grafiek) beduidend achterblijft bij dat van alle andere gebieden in de benchmark. De regio Waterland heeft dus relatief weinig capaciteit aan campings en vakantieparken.
- Overigens neemt het grondgebruik voor verblijfsrecreatie in alle regio's maar een zeer klein aandeel van de totale oppervlakte in. In de regio Waterland is slechts 0,14% van de totale oppervlakte in gebruik voor campings en vakantieparken. Het percentage ligt in de Gooi en Vechtstreek het hoogst, maar ook daar neemt verblijfsrecreatie maar 0,62% van alle grond in gebruik.

Resultaten benchmark: relatief aanbod campings en vakantieparken (geïndexeerd, gemiddelde van benchmark = 100)

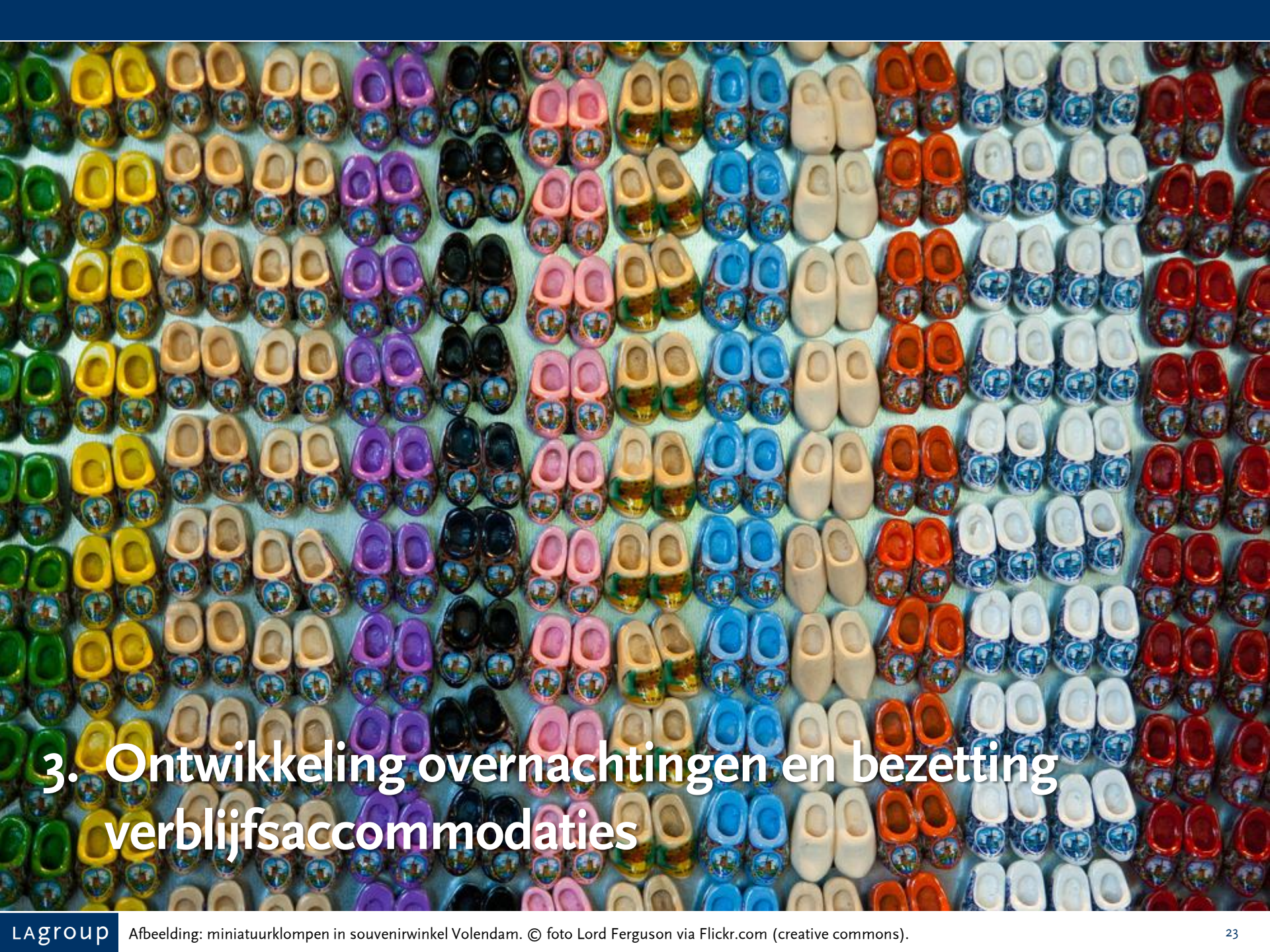


Bron: Gegevens CBS, 2013. Bewerking: LAGroup, 2013

Conclusies benchmark

Samenvattend levert de benchmark de volgende indicaties op voor de relatieve omvang van het verblijfsaccommodatie-aanbod in de regio Waterland:

| Type accommodatie | Relatieve omvang aanbod in regio Waterland t.o.v. benchmark |
|-------------------|---|
| Hotels | Hoger (iets) |
| Campings | Lager (beduidend) |
| Vakantiewoningen | Lager (beduidend) |



3. Ontwikkeling overnachtingen en bezetting verblijfsaccommodaties

3.1 Overnachtingen en bezetting hotels

De bezetting is een belangrijke indicator voor het presteren van een verblijfsaccommodatie. In het algemeen wordt daarvoor de bed- of slaappleatsbezetting (BB%) gehanteerd. In de hotellerie wordt (daarnaast) vaak naar de kamerbezetting (KB%) gekeken. Op grond van door de gemeenten verstrekte cijfers van de toeristenbelasting (voor zover beschikbaar), additionele interviews met ondernemers en aanvullende onderzoeksgegevens en bestaande rapporten geven wij in dit hoofdstuk een analyse van de bezetting van de verschillende typen verblijfsaccommodaties in de regio. Ook inventariseren wij het aantal overnachtingen in de regio, waar mogelijk gesegmenteerd naar type gast (toeristisch, zakelijk, MICE = bijeenkomsten) en naar herkomst (Nederland vs. buitenland).

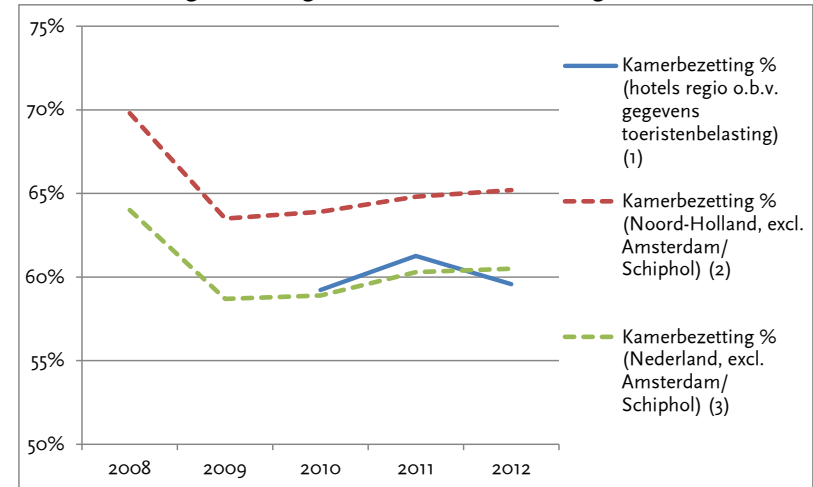
3.1 Overnachtingen en bezetting hotels

3.1.1 Kamerbezetting hotels

Bijgaande figuur geeft de kamerbezetting in de regio Waterland, naast een aantal vergelijkingsgebieden. De kamerbezetting in de regio (1) is gebaseerd op een eigen omrekening vanuit de bedbezetting, die op zich weer berekend is op basis van informatie uit de toeristenbelastingen uit de interviews met hoteliers.*

- Uit de analyse blijkt dat de gemiddelde kamerbezetting van hotels in de regio Waterland momenteel rond of net iets onder het landelijk gemiddelde ligt (exclusief Amsterdam en Schiphol, wat als hotelmarkt niet vergelijkbaar is met de overige delen van Nederland). De bezetting in Waterland blijft met circa 60% in 2012 echter wel aanzienlijk achter bij de bezetting in Noord-Holland; (65% exclusief Amsterdam en Schiphol).
- In de tijd gemeten blijkt duidelijk dat de gehele hotellerie de effecten van de economische laagconjunctuur merkt. Sinds 2008 zijn in geheel Nederland en in de provincie Noord-Holland de bezettingsgraden substantieel gedaald met circa 4 tot 5%-punten. Dit is nog inclusief het lichte herstellende effect dat zich na het erg slechte jaar 2009 heeft

Kamerbezetting hotels regio Waterland en andere gebieden



(1) Bron: Toeristenbelasting; bewerking BB% naar KB% door LAGroup (exclusief gegevens hotels zonder toeristenbelasting)

(2) Bron: Hosta (provincie Noord-Holland, exclusief Amsterdam/Schiphol)

(3) Bron: Hosta (Nederland exclusief Amsterdam/Schiphol)

- ingezet. Cijfers vanaf 2008 ontbreken voor de regio Waterland, maar op grond van een consultatie van hoteliers kan opgemaakt worden dat ook in de regio Waterland de bezettingsgraden anno 2012 beduidend lager liggen dan anno 2008: waar bepaalde ondernemers een stagnatie van de bezettingsgraden zien, is er in andere hotels sprake van een daling van 8 tot 10%-punten van de bezettingsgraden.
- In de tijd bezien lijkt er in 2012 nog geen sprake geweest te zijn van herstel in de regio Waterland. Zo daalde de bezettingsgraad van 2011 op 2012 met bijna 2%-punten. Uit de consultatie van hoteliers kan indicatief worden opgemaakt dat de bezettingsgraad in 2013 nagenoeg gelijk is gebleven aan die van 2012 of iets gedaald is. Er lijkt geen sprake van een positieve tendens.

* In verband met de vergelijkbaarheid van de gegevens van Waterland ten opzichte van de cijfers van Noord-Holland en Nederland zoals in kaart gebracht door Horwath, zijn evenals bij het Hosta onderzoek, ook voor de regio Waterland (de overnachtingen in) B&B's buiten beschouwing gelaten.

3.1 Overnachtingen en bezetting hotels

- Het achterblijven van de bezettingsgraad in de regio Waterland kan – naast de economische laagconjunctuur – ook verklaard worden door het wegvallen van een deel van de vraag die tot voor kort ‘overstroomde’ vanuit Amsterdam. Veel hotels in de regio Waterland profiteerden namelijk van het kamer tekort in de hoofdstad. Door een groeispurt aan hotels in Amsterdam in de afgelopen jaren, maar ook in de komende jaren, zal deze vraag ook in de toekomst minder worden.

3.1.2 Kamernachten, overnachtingen en segmentering hotels

Onderstaande tabel geeft het aantal kamernachten (verhuurde kamers) en overnachtingen, berekend via de toeristenbelasting (aangevuld met informatie uit telefonische interviews), het gemiddeld aantal gasten per kamer en het totale kameraantal. Als gevolg van de economische laagconjunctuur (en deels ook door de afname van het aantal kamers in de regio) is het aantal gerealiseerde kamernachten gedaald van 2011 op 2012 (tot onder het niveau van 2010).

| Regio Waterland | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|
| Aantal kamers | 835 | 849 | 783 |
| Aantal overnachtingen | 288.800 | 303.700 | 272.500 |
| Aantal kamernachten | 180.500 | 190.000 | 170.500 |
| Kamernachten naar vraagsegment | | | |
| Aandeel toeristisch individueel | nb | nb | 68.250 |
| Aandeel toeristische groepen | nb | nb | 34.000 |
| Aandeel zakelijk individueel | nb | nb | 59.750 |
| Aandeel zakelijke groepen | nb | nb | 8.500 |
| Kamernachten naar herkomst | | | |
| Aandeel Nederland | nb | nb | 93.750 |
| Aandeel buitenland | nb | nb | 76.750 |

Bronnen: Toeristenbelasting gemeenten, Hosta, interviews met hoteliers.
Bewerking: LAGroup, 2013

Op grond van interviews is indicatief in kaart gebracht hoe de segmentatie naar vraagsegment er momenteel uit ziet, alsmede de segmentatie naar land van herkomst. De segmentatie van de individuele hotels kan hier aanzienlijk van afwijken. De toeristische vraagmarkt is goed voor circa 60% van de totale vraag (40% individueel, 20% groepstoerisme*). De individuele zakelijke markt neemt 35% van de vraag voor haar rekening, de resterende 5% komt voort uit de vraag vanuit zakelijke groepen. 55% van de kamervraag komt voort uit binnenlandse gasten, de overige 45% als vanzelfsprekend uit het (vaak nabije) buitenland.

Naast de kamerbezetting is de gemiddelde kameropbrengst per verhuurde kamer van groot belang voor het bepalen van de prestaties c.q. stand van zaken voor de hotelsector.

Op basis van gegevens van het hotelonderzoek Hosta 2013 blijkt dat landelijk gezien duidelijk waarneembaar is dat de gemiddelde kameropbrengst sinds 2008 aanzienlijk gedaald is en nog geen herstel laat zien. Deze daalde tussen 2008 en 2012 met circa € 11 naar € 80, een daling van 12%. De gemiddelde kameropbrengst in de provincie Noord-Holland (exclusief Amsterdam en Schiphol) lijkt daarentegen minder hinder van de crisis te hebben gehad: een daling van € 1 sinds 2008 naar € 78 in 2012. Wellicht mede door de ligging nabij toeristenmagneet Amsterdam.

Uit de consultatie van hoteliers in de regio Waterland komt een wisselend beeld naar voren. Een deel van de hoteliers geeft te kennen dat de gemiddelde kameropbrengst de afgelopen jaren nagenoeg gelijk is gebleven of zich na een aantal zware jaren weer aan het herstellen is op het oude niveau van 2008. Een ander deel heeft de gemiddeld kameropbrengst afgelopen jaren zien dalen. Gecombineerd met de bezettingsgraden die onder druk staan, geeft dit aan dat de hotellerie in de regio - gemiddeld genomen - de laatste jaren minder goede resultaten heeft geboekt dan ten opzichte van vijf jaar geleden.

3.2 Overnachtingen en bezetting vakantieparken

Overnachtingen en bezetting groepsaccommodaties

Voor het kleine subsegment van groepsaccommodaties geldt dat de bezettingspercentages (van slaappleaatsen) in de regio in 2010 t/m 2012 op respectievelijk 24, 27 en 23% lagen. Het bezettingspercentage bevindt zich hiermee enkele procenten boven het landelijk gemiddelde, dat voor 2012 op 21% lag. Dit subsegment lijkt dus bovengemiddeld te presteren.



3.2 Overnachtingen en bezetting vakantieparken

De gegevens over de overnachtingen/bezetting van de vakantieparken worden in sterke mate gekleurd door de gegevens van Roompot Marinapark Volendam, dat goed is voor het overgrote merendeel van het vakantiehuizen aanbod. Dit maakt het lastig om de gegevens van de regio te vergelijken met die van geheel Noord-Holland en van Nederland. Een anders dan 'gemiddelde' samenstelling (bijvoorbeeld in typen vakantiehuizen) en/of marketingkracht van het Roompot-park kan immers grote invloed hebben op het beeld voor de gehele regio. De bevindingen zoals op deze pagina gepresenteerd zijn derhalve louter indicatief.

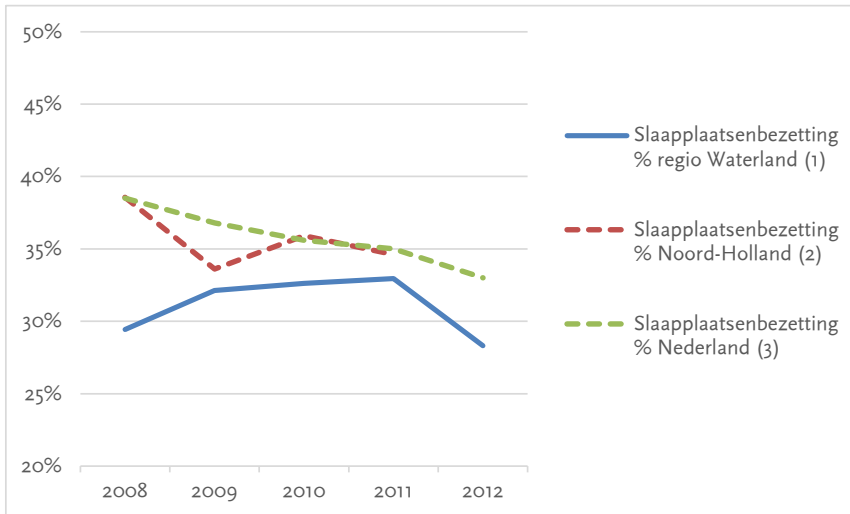
Op grond van een analyse van de beschikbare gegevens (goed voor 99% van het aanbod in de regio) kan het volgende worden opgemaakt (zie ook de grafiek en tabel op de volgende pagina):

- De gemiddelde *slaappleaatsbezetting* in de regio Waterland ligt met 28% onder die van Noord-Holland en van Nederland als geheel.
- De marktrends in Noord-Holland en Nederland komen in grote lijnen overeen en laten een dalende lijn zien in de afgelopen vier/vijf jaar. De gemiddelde slaappleaatsbezetting in Nederland daalde in vijf jaar aanzienlijk: van 39% naar 33%.
- De trends in de regio Waterland laat een wisselend beeld zien. Van 2008 tot 2011 was er sprake van een gematigde stijging. In 2012 daalde de slaappleaatsbezettingsgraad echter aanzienlijk: met 5%, tot onder het niveau van 2008. Het totaal aantal overnachtingen in vakantiewoningen in de regio komt hiermee op circa 146.000 in 2012. Voor 2013 ligt het aantal overnachtingen naar verwachting op een vergelijkbaar niveau.

3.2 Overnachtingen en bezetting vakantieparken

- Zoals te verwachten valt, ligt de nadruk qua vraagsegment op de toeristisch individuele bezoeker. Hij/zij is goed voor meer dan 90% van het totaal aantal overnachtingen.
- Naar herkomst gezien is met name de Nederlandse toerist afnemer. 80% van de overnachtingen zijn van Nederlandse gasten.

Slaapplaatsbezetting vakantieparken regio Waterland en andere gebieden



(1) Bron: Toeristenbelasting; (excl. gegevens vakantiehuizen zonder toeristenbelasting)

(2) Bron: Provincie Noord-Holland/CBS

(3) Bron: Toerisme en Recreatie in Cijfers 2013, NBTC/CBS

Waar over de hotelsector veel landelijke en regionale branchegegevens bekend zijn over aanbod en prijsontwikkeling, is hier voor zowel de vakantieparken als voor de campings minder over bekend. Als gevolg hiervan kan bijvoorbeeld voor Nederland en de provincie Noord-Holland geen inzicht gegeven worden in de bezettingsgraad per verblijfseenheid (huisje/bungalow/...).

| Regio Waterland | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|---------|---------|---------|
| Aantal vakantiehuysjes/-woningen/-appart. | nb | nb | 259 |
| Aantal overnachtingen | 168.000 | 170.000 | 146.000 |
| Overnachtingen naar vraagsegment (**) | | | |
| Aandeel toeristisch individueel | nb | nb | 134.500 |
| Aandeel toeristische groepen | nb | nb | 5.750 |
| Aandeel zakelijk individueel | nb | nb | 5.750 |
| Aandeel zakelijke groepen | nb | nb | - |
| Overnachtingen naar herkomst (**) | | | |
| Aandeel Nederland | nb | nb | 117.000 |
| Aandeel buitenland | nb | nb | 29.000 |

Bronnen: Toeristenbelasting gemeenten, interviews met ondernemer.

Bewerking: LAGroup, 2013

3.3 Overnachtingen en bezetting campings

3.3 Overnachtingen en bezetting campings

Op grond van gegevens van de toeristenbelasting en gegevens verkregen uit interviews met campinghouders geldt het volgende:

- Als vanzelfsprekend - door het weersgebonden karakter - kent het campingseizoen een sterke concentratie van de vraag in een aantal perioden: Hemelvaart, Pinksteren, de zomervakantie en dan specifiek de bouwvak.
- Gevraagd naar de tendens van het aantal overnachtingen in de afgelopen circa vijf jaren blijkt dat er geen algemene trend te trekken is voor de campings. Waar de ene campinghouder extra vraag ziet ontstaan onder andere door collectieve marketing van de Stichting Vrije Recreatie (SVR), is er bij andere campings sprake van een wisselend beeld. Hier komt bij dat bij campings van oudsher de weersverwachtingen een grote invloed hebben op de boekingen. De invloed van het weer kan als nog belangrijker worden beschouwd dan de invloed van de economie.
- Op basis van gegevens van de toeristenbelasting van de gemeenten ontstaat echter een wat negatiever beeld van de ontwikkeling van het aantal overnachtingen in de laatste drie jaren. De slaapplaatsbezetting* nam tussen 2010 en 2012 aanzienlijk af: van 13,9% naar 11,6%. Desalniettemin ligt de slaapplaatsbezetting nog boven het niveau van het landelijk gemiddelde. Zowel voor de regio als voor geheel Nederland is er sprake van een negatieve tendens. Hierbij dienen twee kanttekeningen gemaakt te worden:
 - De negatieve ontwikkeling in 2012 kan mede ingegeven zijn door de relatief slechte zomer van dat jaar;
 - Specifiek voor de regio Waterland kan het zijn dat de bezettingsgraden negatief beïnvloed zijn doordat camping Uitdam bezig was met een herontwikkelingsplan en daardoor minder capaciteit beschikbaar had.

Slaapplaatsbezetting campings regio Waterland en Nederland



(1) Bron: Toeristenbelasting; (excl. gegevens campings zonder toeristenbelasting)

(2) Bron: CBS, Toerisme en Recreatie in Cijfers 2013, NBTC/CBS

- Op individueel niveau lijkt er sprake van te zijn dat met name de campings gelegen aan de IJsselmeerkust – ongeacht de omvang – hogere bezettingsgraden realiseren dan de campings in het ‘binnengebied’ van de regio. De ligging aan het water is toch vaak een trekker van gasten.
- Gekeken naar de samenstelling van die gasten dan geldt dat hier qua nationaliteit een duidelijke splitsing is: de SVR-/boerencampings lijken met name Nederlandse gasten te trekken, terwijl bij veel van de andere - grotere - campings de nadruk ligt op buitenlandse gasten. Gemiddeld genomen over alle campings ligt de verdeling op circa 65% van alle overnachtingen voor rekening van buitenlandse toeristen en 35% voor Nederlanders.

* Het betreft de netto slaapplaatsbezettingsgraad. De netto bezettingsgraad relateert het aantal overnachtingen aan de overnachtingscapaciteit van het aantal open accommodaties (veelal zijn campings ‘slechts’ circa zes maanden per jaar geopend. De gegevens hebben betrekking op alle overnachtingen, dus zowel de toeristische als de overnachtingen op vaste standplaatsen, op grond van de gegevens van de toeristenbelasting.

3.3 Overnachtingen en bezetting campings

- Het aantal overnachtingen is de afgelopen jaren, in lijn met de bezettingsgraad, gedaald.
- Van deze overnachtingen in 2012 was het overgrote deel afkomstig van individuele toeristen. Een enkele camping herbergt weleens groepen toeristen.

| Regio Waterland | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|--------|--------|--------|
| Aantal slaappleaatsen | nb | nb | 3.948 |
| Aantal standplaatsen | nb | nb | 987 |
| Aantal overnachtingen | 99.800 | 94.600 | 83.700 |
| <i>Overnachtingen naar vraagsegment</i> | | | |
| Aandeel toeristisch individueel | nb | nb | 81.200 |
| Aandeel toeristische groepen | nb | nb | 2.500 |
| Aandeel zakelijk individueel | nb | nb | - |
| Aandeel zakelijke groepen | nb | nb | - |
| <i>Overnachtingen naar herkomst</i> | | | |
| Aandeel Nederland | nb | nb | 29.300 |
| Aandeel buitenland | nb | nb | 54.400 |

Bronnen: Toeristenbelasting gemeenten, interviews met campinghouders
Bewerking: LAgrou, 2013

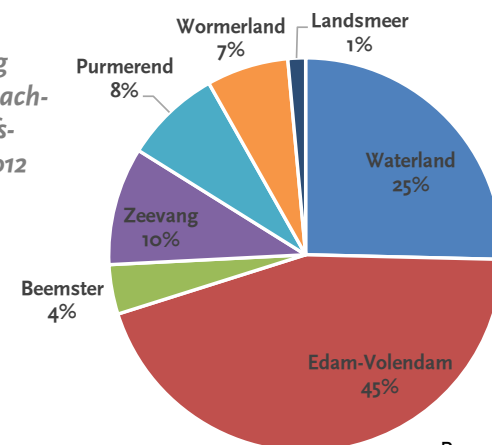
3.4 Totaaloverzicht overnachtingen en segmentering

3.4 Totaaloverzicht overnachtingen en segmentering

Op grond van de voorgaande gegevens kan het onderstaande totaaloverzicht worden opgesteld van het aantal overnachtingen en de segmentering ervan in de regio.*

Het taartdiagram rechts geeft de procentuele verdeling van het aantal overnachtingen naar gemeente weer. Hieruit blijkt dat het aantal overnachtingen zich concentreert in Edam-Volendam (45% van het totaal aantal overnachtingen in de regio) en Waterland (25%).

Procentuele verdeling van het aantal overnachtingen in alle verblijfsaccommodaties in 2012



Bronnen:
Toeristenbelasting gemeenten, interviews ondernemers.
Bewerking: LAGroup, 2013

| Regio Waterland per 2012 | Hotels, pensions en B&B's | Vakantieparken | Campings | Groepsaccommodaties (1) | Totaal | Totaal procentueel |
|--|---------------------------|----------------|----------|-------------------------|----------------|--------------------|
| Aantal verblijfseenheden (kamers, woningen, standplaatsen) | 783 | 259 | 987 | 52 | 2.081 | |
| Aantal bedden/slaapplaatsen | 1.319 | 1.396 | 3.948 | 176 | 6.839 | |
| Aantal overnachtingen | 272.500 | 146.000 | 83.700 | 14.500 | 516.700 | |
| Aandeel in totaal aantal overnachtingen in regio Waterland (%) | 53% | 28% | 16% | 3% | | 100% |
| Aantal verhuurde verblijfseenheden | 170.500 | nb | nb | nb | nb | |
| Overnachtingen naar vraagsegment | | | | | | |
| Aandeel toeristisch individueel | 109.000 | 134.500 | 81.200 | 2.900 | 327.600 | 63% |
| Aandeel toeristische groepen | 54.500 | 5.750 | 2.500 | 7.250 | 70.000 | 14% |
| Aandeel zakelijk individueel | 95.500 | 5.750 | - | 700 | 101.950 | 20% |
| Aandeel zakelijke groepen | 13.500 | - | - | 3.600 | 17.100 | 3% |
| Overnachtingen naar herkomst | | | | | | |
| Aandeel Nederland | 150.000 | 117.000 | 29.300 | 12.300 | 308.600 | 60% |
| Aandeel buitenland | 122.500 | 29.000 | 54.400 | 2.200 | 208.100 | 40% |

(1) Segmentering op basis van expertmatige raming LAGroup

Bronnen: Toeristenbelasting gemeenten, interviews ondernemers, inventarisaties.

Bewerking: LAGroup, 2013

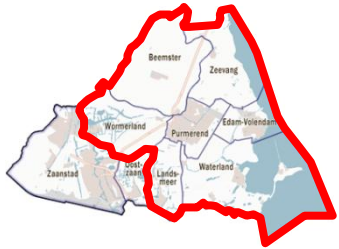


4. Vraagmarktanalyse

4.1 Toeristische karakteristieken van de regio

Dit hoofdstuk geeft de resultaten weer van de analyse van de vraagmarkt voor (overnachtingen in) verblijfsaccommodaties in de regio Waterland. Paragraaf 4.1 geeft een korte beschrijving van de (zakelijk) toeristische karakteristieken en ambities van de regio en de individuele gemeenten. In de daaropvolgende paragrafen worden de verschillende subsegmenten van de vraagmarkt geanalyseerd.

4.1 Toeristische karakteristieken van de regio



De regio Waterland (zie ook afbeelding hiernaast) heeft grote landschappelijke en cultuurhistorische waarden, zoals veenweidegebieden, grote droogmakerijen en oude stadjes. Dat maakt de regio geschikt en interessant als dag- of verblijfsbestemming voor toeristen.

De regio kan grofweg in de volgende identiteiten worden verdeeld.

- Purmerend is de grootste stedelijke kern binnen de regio. De gemeente fungeert als uitloop van Amsterdam als woonstad en heeft slechts in beperkte mate een toeristisch profiel.
- Langs de IJsselmeerkust liggen verschillende oude, fraaie en typisch Hollandse stadjes en dorpen, zoals Edam, Volendam, Monnickendam en Marken. Deze plaatsen (en dan met name Volendam, Marken en Edam) hebben een grote autonome toeristische aantrekkingskracht en worden zowel door dag- als verblijfstoeristen frequent bezocht (ze worden door sommige reisgidsen als *must-see's* gepresenteerd).
- Hierbinnen geldt dat:
 - Edam profiteert van haar imago als kaasstad en van haar monumentale centrum;
 - Volendam (inter)nationaal het profiel heeft van 'typisch Hollands vissersdorp' maar ook de associatie met muziek/de palingsound;

- Marken: dit voormalige vissersdorp is een belangrijke toeristische trekpleister door de karakteristieke houten huizen op palen en de opvallende klederdracht die bewoners er (soms) dragen.
- Het IJsselmeer en haar kustlijn is zelf ook een attractie – en dan met name voor watertoeristen. Zo zijn er verspreid langs de kust diverse jachthavens te vinden. Ook voor gasten die elders in de regio verblijven is bezoek aan de kust - met name zomers - een aangename dagbesteding.
- De twee UNESCO Werelderfgoedlocaties de Stelling van Amsterdam (waarvan een deel in de regio Waterland ligt) en de Droogmakerij De Beemster zijn eveneens destinaties *an sich*. De regio Waterland is hiermee de enige regio in Nederland met maar liefst twee UNESCO Werelderfgoedlocaties (Nederland heeft er 8 totaal).
- Het overige gebied wordt vooral gevormd door een typisch Hollands polderlandschap: een open landschap met weidse uitzichten, oude molens en sloten. Dit landschap fungeert vooral als recreatiegebied voor de stedelijke kernen Amsterdam en Zaanstad, maar heeft ook een zekere toeristische potentie. In dit gebied zijn veel verblijfsvoorzieningen gevestigd die profiteren van de rust en ruimte en tegelijkertijd van de nabijheid van toeristische destinaties zoals Amsterdam, Volendam en de Beemster en van het IJsselmeer.

Aanvullend geldt dat Amsterdam voor de regio als geheel als een belangrijke pijler voor het toeristisch product fungeert. Een deel van de gasten die in de regio verblijft, kiest bewust voor deze regio vanwege de nabijheid van Amsterdam, en combineert dit met één of meerdere bezoeken aan Amsterdam.

Bijlage 4 geeft een meer uitgebreide beschrijving weer van de toeristische karakteristieken.

4.2 Vraagmarkt toeristisch

4.2 Vraagmarkt toeristisch

Vraagmarkt toeristisch individueel

Uit de vorige paragraaf kan opgemaakt worden dat de regio het nodige te bieden heeft aan toeristen. Op grond van interviews met hoteliers en andere expertmatig betrokkenen, deskresearch en eigen expertise maken wij voor de vraagmarkt toeristisch individueel op dat:

- Van alle overnachtingen in verblijfsaccommodaties in de regio circa **63% voortkomt uit individueel toerisme** (zie ook de bezettingsanalyse in hoofdstuk 3). Daarmee is dit veruit het belangrijkste segment voor de verblijfsaccommodaties in de regio. Ook voor **de hotels** blijft dit segment het belangrijkste - zij het in iets mindere mate: hier is het **individueel toerisme** goed voor circa **40%** van het **totaal aantal overnachtingen**.
- De regio heeft als geheel **in de zomermaanden een sterk profiel** en dito vraagmarkt. Uit analyses van bezettingsgraden blijkt dat alle typen verblijfsaccommodaties in deze maanden ook hoge bezettingsgraden noteren (soms tot wel 80 à 90% of hoger). Deze grote drukte c.q. piek in de zomermaanden doet zich zowel voor in de gebieden met een sterk toeristisch karakter (IJsselmeerkust en stadjes) als in de gebieden met een minder uitgesproken toeristisch karakter (Purmerend en de andere niet aan de kust gelegen (binnen)gebieden).
- De sector kampt echter - over vrijwel de gehele breedte van type accommodaties - **In de resterende circa 8 maanden met ver terugvallende vraag uit de toeristisch individuele markt** (nu is dit een gegeven dat voor campings in geheel Nederland van toepassing is). Als vanzelfsprekend zet deze terugval de bedrijfseconomische prestaties van hotels en vakantieparken onder druk. Te meer omdat deze terugvallende vraag slechts in geringe mate gecompenseerd wordt door andere vraagsegmenten (zie verderop).
- Deze terugval wordt mede veroorzaakt door het **ontbreken van slechtweers-attracties/voorzieningen met een bovenregionale aantrekkingskracht** in de regio. Waar in bepaalde andere regio's nog

sprake is van bijzondere musea (zoals het Kröller-Müller op de Veluwe) of attractieparken (bijvoorbeeld De Efteling in Midden-Brabant of Toverland in Noord-Limburg) ontbeert het de regio zelf aan een dergelijke voorziening. Hier staat echter tegenover dat het nabije Amsterdam ook gezien kan worden als een slechtweervoorziening c.q. dagattractie voor de verblijfstoerist. Op grond van de waargenomen terugvallende vraag moet geconcludeerd worden dat de **nabijheid van Amsterdam onvoldoende is om ook buiten de zomer toeristen naar het gebied te trekken**. Deze toerist kiest er blijkbaar toch eerder voor om in de stad zelf te verblijven (zeker met het groeiende (en daarmee goedkoper wordende) hotelaanbod in Amsterdam).

- Daarnaast geldt dat de regio de laatste jaren - en ook de komende jaren - **in mindere mate dan voorheen zal kunnen profiteren van toevloeiing van vraag vanuit Amsterdam**. Tot één a twee jaar geleden was er sprake van een tekort aan met name hotels in Amsterdam. Dit tekort resulteerde in het toevloeien van toeristen die niet in Amsterdam terecht konden voor een (betaalbare) hotelkamer naar de regio Waterland. Hier profiteerden met name de hotel- en vakantiepark-sector van. Als gevolg van een groeispurt in het hotelaanbod in Amsterdam (het aanbod nam van 2008 tot 2013 met 27% (circa 5.300 hotelkamers) toe) is deze toevloeiing de afgelopen jaren aanzienlijk afgenomen.
- De terugval van de toeristische markt buiten de zomermaanden ondersteunt ook het **belang van branding en promotie van de regio** (op gemeente/gebiedsniveau en/of gezamenlijk) die ook buiten de zomermaanden het nodige te bieden heeft. De laatste jaren is hier met het Bureau Toerisme Laag Holland werk van gemaakt. Ook wordt er vanuit de Metropoolregio Amsterdam (onder meer met het programma Amsterdam Bezoeken, Holland Zien) op ingezet. Het vraagt vaak de nodige tijd (en geld) om met dergelijke programma's effecten te bewerkstelligen. Het continueren ervan lijkt van groot belang met het oog op de terugval van de vraag buiten de zomermaanden en de toenemende concurrentie uit Amsterdam.

4.2 Vraagmarkt toeristisch

Vraagmarkt toeristisch groepen

Onder toeristische groepen verstaan we in dit onderzoek reizen die door touroperators in groepsverband worden verkocht – veelal gaat het om reizen per bus en onder begeleiding van een gids. De bezienswaardigheden zoals benoemd in paragraaf 4.1 maken dat Waterland ook veelvuldig (in combinatie met Amsterdam) wordt aangedaan door toeristische groepen. Dit subsegment verblijft met name in hotels.

- Op basis van de bezettingsanalyses kan geconcludeerd worden dat het aandeel van dit subsegment in het **totaal aantal overnachtingen** relatief gering is (**14%**). Voor de **hotelmarkt neemt het segment echter wel circa 20%** van de totale vraagmarkt in.
- De markt voor groepstoerisme kent een **sterke piek van eind maart tot eind mei** (met de opening van de Keukenhof) **en in de zomermaanden**. De vraag in de andere maanden is beduidend kleiner.
- Deze markt kenmerkt zich door **kleine marges** (lage gemiddelde kamerprijzen).
- Daarnaast geldt dat de markt vrij **geconsolideerd** is. Veel hotels hebben eigen overeenkomsten met touroperators, waarbij er door de touroperators betrekkelijk weinig gewisseld wordt van hotels.
- Ook voor dit segment is er sprake van een **vermindering van de vraag voortkomend uit de toevloeiing vanuit Amsterdam**. In de toekomst zal deze toevloeiing minder blijven als gevolg van de verdere toename van het hotelaanbod aldaar. Het overgrote deel van de tourreizen verkiest een verblijf in Amsterdam boven een verblijf in de regio.
- De afgelopen jaren heeft het (groeps)toerisme wat hinder ondervonden van de **niet-optimale bereikbaarheid van de regio**: er was met name sprake van fileproblematiek (vooral) tijdens spitsuren van Amsterdam naar Waterland en vice versa en binnen de regio onderling. Ook bussen voor groepstoerisme (en openbaar vervoer) ondervonden hier hinder van. De komende tijd zal de verbinding door infrastructurele ingrepen echter verbeteren.

- Wel lijkt er voor de **hoteliers** nog winst te behalen door middel van een **betere promotie** van het hotelproduct voor de busmarkt. Uit een consultatie van touroperators blijkt dat lang niet alle touroperators op de hoogte zijn van de overnachtingsmogelijkheden in de regio.

Een aspect dat niet zozeer gelieerd is aan de vraagmarkt, maar meer aan de leefbaarheid en de kwaliteit van het toeristisch product als geheel, is de **toenemende macht van een aantal ticketbureaus bij toeristische 'hotspots'**. Een klein aantal ticketbureaus streeft ernaar de gehele toeristische 'productieketen' in een gebied in handen te krijgen (van busreis, fietsverhuur, souvenirwinkel, bootverhuur tot aan (verblijfs)horeca en detailhandel). Dit leidt weliswaar tot een groot aantal toeristische bezoekers in een gebied, vaak sterk geconcentreerd (men komt per boot/bus in één massa aan), maar dit gaat gepaard met overlast en met een aantasting van het algemene toeristische karakter van het gebied. Veel massatoerisme kan leiden tot een verdringing van individueel toerisme. Doordat de ticketbureaus de gehele toeristische keten in handen hebben, profiteren de lokale middenstanders niet of amper van deze toeristenstromen. De lokale middenstand (en inwoners) ervaren hier dus wel de lasten van, maar niet de lusten. Deze ontwikkeling kan een **bedreiging vormen voor de leefbaarheid, het imago en de beleving van de toeristisch aantrekkelijke gebieden in Waterland**.



4.3 Vraagmarkt zakelijk

4.3 Vraagmarkt zakelijk

Vraagmarkt zakelijk individueel

Met zakelijk individueel toerisme doelen we op verblijf van gasten in de regio als gevolg van zakelijke verplichtingen. Ook voor dit deelsegment geldt dat de vraag met name geaccommodeerd wordt in de hotellerie en niet in de andere vormen van verblijfsaccommodatie. Langdurig verblijf van arbeidsmigranten maakt geen onderdeel uit van dit onderzoek.

- Dit segment is, regionaal gezien en kijkend naar alle typen accommodaties, goed voor **20% van het totaal aantal overnachtingen**. Voor de deelmarkt van **hotels** is dit segment belangrijker: **35%** van alle overnachtingen valt onder de categorie zakelijk individueel.
- De regionale productiestructuur is van groot belang als het gaat om de zakelijke vraagmarkt. Informatie zoals verstrekt op de website van het Intergemeentelijk Samenwerkingsorgaan Waterland (www.isw.nl) vermeldt dat:
 - Naast de van oudsher sterke agrarisch sector, ook zorg en commerciële dienstverlening belangrijke economische pijlers zijn.
 - De regio een scheve woon-werk balans heeft ten opzichte van Amsterdam en daar ten zuiden van liggende gemeenten: verhoudingsgewijs veel mensen wonen in de regio maar werken elders. Of, andersom gesteld: **er is verhoudingsgewijs weinig bedrijvigheid ten opzichte van het aantal inwoners**.
 - In de in 2009 vastgestelde Regiovisie Waterland 2040 wordt slechts een **bepaalde uitbreiding van wonen en werken voorzien**. Wel zal in de komende jaren het circa 80 hectare grote bedrijventerrein Baanste Noord door de gemeente Purmerend stapsgewijs worden ontwikkeld. Dit is voorlopig de laatste grootschalige locatie voor (bovenlokale) bedrijvigheid. Binnen deze randvoorwaarden zal door de gezamenlijke gemeenten bekeken moeten worden hoe en in welke sectoren de economische ontwikkeling en werkgelegenheid verder te stimuleren.

- Uit de **consultatie van ondernemers** in de verblijfsaccommodatie sector kan opgemaakt worden dat de **zakelijke vraagmarkt in de regio Waterland zwak is en weinig hotelvraag genereert**. Dit kan verklaard worden doordat de productiestructuur in de regio:
 - klein is (zie hiervoor)
 - zich niet concentreert rondom sectoren die veel hotelvraag opleveren
 - betrekkelijk veel regionaal opererende bedrijven kent en
 - weinig (hoofdkantoren van) internationaal opererende bedrijven telt.
- In de **omliggende regio** (met name Amsterdam en ook Zaanstad) zijn weliswaar veel grote multinationals gevestigd, maar deze gemeenten hebben **voldoende eigen hotelaanbod**. Ook andere toekomstige ontwikkelingen (Van der Valk Hoorn, zie hoofdstuk 5) zullen zich onder meer op deze zakelijke markt richten. De toevloeiing vanuit andere regio's is dus ook voor dit segment minder geworden.
- Als vanzelfsprekend heeft dit marktsegment de laatste jaren hinder ondervonden van de **economische laagconjunctuur**. De afgelopen jaren heeft de zakelijke markt meer dan voorheen gekozen voor kortere verblijven van hun zakenrelaties/werknemers. Ook werden face-2-face ontmoetingen vervangen door bijvoorbeeld videoconferencing (mede ingegeven door de technologische ontwikkelingen, dit effect zal deels blijven voortduren). Bij economisch herstel kan de omvang van de vraag wel weer groeien.

4.3 Vraagmarkt zakelijk

Vraagmarkt zakelijk groepen (MICE)

Binnen de MICE-markt* zijn doorgaans met name de segmenten *Meetings* (vergaderingen, mits meerdaags), *conferences* (congressen) en *exhibitions* (beurzen) verantwoordelijk voor het genereren van hotelvraag. Het resterende segment, de *incentive* markt, is vrij klein in Nederland. De vraag uit de MICE-markt wordt (vrijwel) uitsluitend geaccommodeerd in de **hotelsector**. Binnen deze sector is **de MICE-markt** (en dan met name de Meetings) goed voor **circa 5%** van het totaal aantal overnachtingen.

Meetings

- Voor de meeting markt is er het **nodige aanbod**. Zo hebben bijvoorbeeld Van der Valk Purmerend, Van Der Valk Volendam, Hotel Spaander en Hampshire Golfhotel Waterland zalen van enige omvang.
- Dit subsegment heeft de laatste jaren te lijden onder de **economische dip**. Er vinden minder en korter durende bijeenkomsten plaats en de bijeenkomsten die plaats vinden zijn deels gewijzigd van meerdaags naar ééndaags.
- Ook **moderne technieken**, zoals *video/internet conferencing* snoepen een deel van de meeting markt af.
- Evenals voor de zakelijk individuele markt ondervindt de sector hinder van de samenstelling en omvang van de economisch structuur in de regio: de **regionale zakelijke vraag is gering**.
- Daarnaast ligt het gebied in Nederland **te excentrisch** om te profiteren van de vraag naar landelijke bijeenkomsten.
- Ook is er **sterke concurrentie** van het grote (hotel)zalenaanbod in Amsterdam. Dit neemt niet weg dat – juist voor bijzondere zalenaccommodaties – organisaties wel bereid zijn om naar de aantrekkelijke regio Waterland te komen (bijvoorbeeld naar een accommodatie zoals Fort Resort Beemster).

Conferences & Exhibitions

- Voor de hotellerie in de regio Waterland is de **conferences markt niet/amper belangrijk**. Dit komt omdat het in de regio ontbreekt aan conferentiecentra/-oorden. Ditzelfde geldt voor de beurzenmarkt.
- Wel profiteert de regio **van toevloeiing uit Amsterdam tijdens grote internationale congressen en beurzen aldaar**. Deze toevloeiing valt voor de hotels in de regio echter onder het marktsegment zakelijk individueel (zie paragraaf 4.4). Deze toevloeiing is de afgelopen jaren wat minder geworden en zal naar verwachting verder afnemen als gevolg van de groei van hotelkamers in Amsterdam. Desalniettemin zal er – door de grote bezoekaantallen van bepaalde beurzen/ congressen zoals de International Broadcasting Convention (IBC) – altijd wel sprake blijven van een toevloeiing van vraag uit dit subsegment.

De Incentive markt is voor wat betreft meerdaagse activiteiten die leiden tot *overnachtingen* in de regio Waterland van verwaarloosbare omvang. Wel worden via *incoming touroperators* die incentives met name in Amsterdam onderbrengen, exclusieve uitstapjes in de regio Waterland gemaakt.



5. Toekomstanalyse

5.1 Geplande toevoeging verblijfsaccommodatie aanbod

5.1 Geplande toevoeging verblijfsaccommodatie aanbod

Deze paragraaf beschrijft de plannen voor nieuwe verblijfsaccommodaties en uitbreidingen van bestaande accommodaties in de regio. De inventarisatie is gebaseerd op gegevens van de gemeenten en aanvullende deskresearch. In de berekeningen van de marktruimte worden plannen met een kans op realisatie van 75% of meer, meegeteld bij het toekomstig aanbod. Deze kans op realisatie is bepaald op basis van informatie verstrekt door de gemeenten en de eigen analyse van LAGroup.

5.1.1 Hotelbouwplannen

Op de volgende pagina staat een overzicht van de hotelbouwplannen in de regio Waterland. Ter toelichting daarop:

- Het betreft 15 plannen in totaal, goed voor 680 tot 800 kamers.
- Drie van deze plannen hebben een slaagkans van 75% of meer. Dit zijn kleinschalige plannen: naar verwachting zal het aanbod aan hotelkamers bij realisatie van deze plannen met 9 toenemen.
- Ten opzichte van het huidige aanbod aan hotels (inclusief pensions, B&B's en groepsaccommodaties) betreft het een zeer geringe toename van circa 1% van het kameraanbod.
- De andere plannen (met een wat lagere slaagkans) concentreren zich met name in het 4-sterren segment. Deze concentratie van plannen in het 4-sterren aanbod komt overigens overeen met de trend in heel Nederland.
- Een substantieel aantal van de plannen concentreert zich (geteld naar kameraantal) in het poldergebied. Dit gebied heeft geen sterke autonome toeristische aantrekkingskracht. In de gebieden met een autonome aantrekkingskracht (de Zuiderzee-stadjes en het IJsselmeer) zijn er daarnaast ook de nodige plannen (met name de plannen Slobbeland, Hotel Spaander, Lake Land en het Mirror Waterhotel).

- Ook deze plannen hebben op het moment van schrijven een slaagkans van minder dan 75%. Dit neemt echter niet weg dat de projecten mogelijk toch gerealiseerd zullen worden.
- Er zijn geen geplande onttrekkingen aan de markt bekend in de regio, de renovatie- respectievelijk verplaatsingsplannen voor Lake Land en Van der Valk Purmerend zullen wel leiden tot vervanging van de huidige hotelkamers.

Ontwikkelingen nabij de regio Waterland

- Naast het geplande aanbod in de regio Waterland opent medio 2014 het Van der Valk Hotel Hoorn haar deuren. Dit hotel ligt enkele kilometers ten noorden van de regio Waterland, maar zal ook een deel van de vraagmarkt in de regio bedienen. Het hotel maakt onderdeel uit van een nieuwbouwproject met daarin ook een bioscoop en een casino. Het hotel heeft 155 kamers in het 4-sterren segment, tien zalen en wellnessvoorzieningen.
- In het hotelonderzoek voor de Metropoolregio Amsterdam is daarnaast becijferd dat het aanbod als volgt zal toenemen tot 2020:
 - Amsterdam: 5.472 kamers extra (+24%, van 23.001 naar 28.473).
 - Zaanstreek: 202 kamers extra (56% groei, stijgend van 361 tot 563).
- Naar verwachting zal deze aanzienlijke kamergroei ertoe leiden dat de *overflow* van kamervraag vanuit Amsterdam de komende jaren verder zal afnemen.

Conclusie hotelbouwplannen

Geconcludeerd kan worden dat er in de regio een substantieel aantal plannen is voor hotels/hotelkamers, met name in het 4-sterren segment. Mochten deze plannen (allen) doorgaan dan is de toename van het kameraanbod aanzienlijk. Veel van deze plannen zijn echter onzeker. De zekere toename van het aanbod is met circa 10 kamers zeer beperkt. Indien we echter kijken naar de ontwikkelingen in de regio rondom Waterland, dan is de mogelijke toename aldaar aanzienlijk. Zeker de *overflow* van hotelvraag vanuit Amsterdam zal hierdoor verder afnemen.

5.1 Geplande toevoeging verblijfsaccommodatie aanbod

Overzicht plannen uitbreidingen bestaande en nieuwe hotels (incl. pensions, B&B's en groepsaccommodaties)

| Hotelbouwplannen | | | | | | | | | |
|--|----------------------------------|------------------------------------|---------------|----------------|--------------------|-----|--------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| Nr. | Naam plan | Locatie | Gemeente | Aantal sterren | Geschat of gegeven | | Geschat jaar van opening | Geschatte realisatie-kans?1? | Nieuwe conferentie-faciliteiten |
| | | | | | aantal kamers | | | | |
| 1 | Pension Zeestraat 13 | Zeestraat 13, Volendam | Edam-Volendam | 0-2 | | 7 | 2014 | 100% | Wrs. niet |
| 2 | B&B Kwadijk I | Kwadijk 5, Kwadijk | Zeevang | 0-2 | | 1 | 2014 | 75% | Nee |
| 3 | B&B Hobrede | Hobrede 58, Hobrede | Zeevang | 0-2 | | 1 | 2014 | 75% | Nee |
| 4 | Verplaatsing Vd Valk P'rend | Niet bekend | Purmerend | 4 | 40-80??? | | n.b. | 50% | Ja |
| 5 | Hotel locatie Slobbeland | Slobbeland 11, Volendam | Edam-Volendam | 4 | 20-40?3? | | 2016 | 50% | n.b. |
| 6 | Mirror Waterhotel | Recreatiegebied Het Hemmeland | Waterland | 4 | | 56 | 2015/'16 | 50% | Ja |
| 7 | Fort Resort Beemster uitbreiding | Nekkerweg 24, Zuidoostbeemster | Beemster | 4 | | 10 | n.b. | 50% | Nee |
| 8 | Lake Land Hotel - renovatie | Jachthaven 1, Monnickendam | Waterland | 3 | -18??? | | 2015 | 50% | Wrs. wel |
| 9 | B&B Kwadijk II | Kwadijk 126, Kwadijk | Zeevang | 0-2 | | 1 | 2015 | 50% | Nee |
| 10 | Hotel in Landsmeer | Landsmeer, locatie niet openbaar | Landsmeer | n.b. | 100-140 ?? | | n.b. | 50% | Wrs. wel |
| 11 | Hotel The Wall | parallel aan A10, Landsmeerderveld | Landsmeer | 4 | | 150 | n.b. | 25% | Ja |
| 12 | Hotel Kalverschans | A7/Zuiderweg 72, Wijdewormer | Wormerland | 4 | | 150 | 2015 | 25% | Ja, veel |
| 13 | Hotel Wormerland | A7/Leeghwaterweg, Wijdewormer | Wormerland | 4 | | 100 | 2015 | 25% | Ja |
| 14 | Uitbreiding hotel Spaander | Oude Draaipad 10, Volendam | Edam-Volendam | 3 | 20-40 ??? | | n.b. | 25% | n.b. |
| 15 | Villa Clementine | Koemarkt, Purmerend | Purmerend | 4 | | 40 | n.b. | 25% | Wrs. niet |
| Totaal hotelbouwplannen in regio Waterland (afgerond) | | | | | 680-800 | | | | |
| Waarvan hotelbouwplannen in regio Waterland met 75% of meer kans op slagen (afgerond) | | | | | 9 | | | | |

1. Beoordeling kans van slagen op basis van eigen analyse LAgrou en gegevens gemeenten. Aan beoordeling kan geen recht worden ontleend.
2. Genoemd aantal kamers betreft schatting van aantal kamers extra tov huidig aantal kamers.
3. In oorspronkelijk plan is uitgegaan van 60 kamers. Dit is op stedenbouwkundige gronden afgewezen. Genoemd kameraantal is indicatief.
4. Betreft renovatie van bestaand hotel. Aantal kamers gaat terug van 128 naar 110. Derhalve -18.
5. Exact kameraantal niet bekend. Genoemd kameraantal is indicatief.
6. Exact kameraantal niet bekend. Genoemd kameraantal betreft schatting extra te realiseren kamers.

Bronnen: informatie gemeenten Waterland, deskresearch. Bewerking: LAgrou, 2013

5.1 Geplande toevoeging verblijfsaccommodatie aanbod

5.1.2 Plannen vakantieparken

Er zijn in de regio twee plannen voor nieuwe vakantieparken. Het betreft de plannen Gouwzeepark Uytvenne en Landal Resort Uitdam.

- De plannen zijn gezamenlijk goed voor 264 vakantiewoningen, waarvan 35 appartementen. Beide plannen zijn gelegen aan het IJsselmeer en richten zich op het midden (hoge) segment.
- Voor beide plannen geldt dat de individuele vakantiewoningen door particulieren kunnen worden aangekocht als recreatiewoning(en) en dat een beheersorganisatie de woningen op verzoek van de eigenaar kan verhuren. Volledig eigen gebruik is echter ook een mogelijkheid. Het is moeilijk om te bepalen hoeveel woningen op de markt voor commerciële verhuur beschikbaar komen, op expertmatige basis schatten wij in dat dit voor circa 75% van de woningen zal gelden.
- De kans op realisatie is bij dit soort ontwikkelingen lastig in te schatten, men is grotendeels afhankelijk van particuliere investeringen.

Overzicht plannen uitbreidingen bestaande en nieuwe vakantieparken

| Plannen vakantieparken | | | | Geschat of gegeven aantal units | Geschat jaar van opening | Geschatte realisatie- kans ^{1?} | Particulier eigendom? | |
|--|------------------------------------|----------------------|---------------|--|--------------------------------|--|--------------------------|---------|
| Nr. | Naam plan | Locatie | Gemeente | | | | | Segment |
| 1 | Gouwzeepark Uytvenne ^{2?} | Slobbeland, Volendam | Edam-Volendam | Hoog | 50 | 2015/'16 | 75% | Ja |
| 2 | Landal Resort Uitdam ³ | Zeedijk 2, Uitdam | Waterland | Midden | 214 | 2015/'16 | 50% | Ja |
| Totaal plannen vakantieparken in regio Waterland (afgerond) | | | | | 264 appartementen/woningen | | | |
| Waarvan vakantieparken in regio Waterland met 75% of meer kans op slagen (afgerond) | | | | | 50 appartementen/woningen | | | |

1. Beoordeling kans van slagen op basis van eigen analyse LAGroup en gegevens gemeenten. Aan beoordeling kan geen recht worden ontleend.
2. Een haven met 50 aanlegplaatsen is eveneens onderdeel van het plan.
3. Plan is gelegen op huidige locatie camping jachthaven Uitdam. 35 van 214 eenheden plan zijn appartementen. Aanvullend: Camping (uitbreiding met 65 staanplaatsen), jachthaven met 550 ligplaatsen (uitbreiding met 300 extra plaatsen) en centrumfaciliteiten met zwembad. Kans van slagen afhankelijk van rondkrijgen financiering.

Bronnen: informatie gemeenten Waterland, deskresearch. Bewerking: LAGroup, 2013

Beide projecten zijn momenteel in de verkoop voor particulieren. Op grond van de beschikbare informatie schatten wij de kans op realisatie voor het Gouwzeepark in op 75% (o.a. in verband met de wat kleinere schaal) en van Landal Resort Uitdam op 50%.

- Bij realisatie van alleen het Gouwzeepark zullen er 35 extra woningen beschikbaar komen op de verhuurmarkt. Dit is een groei van circa 15% van het aanbod. Indien beide plannen doorgaan, is er sprake van een sterke groei van 87% van het aantal woningen beschikbaar voor commerciële verhuur (uitgaande van 75% beschikbaarheid).
- Plannen voor onttrekking aan de markt (sluitingen) zijn niet bekend.

Ontwikkelingen nabij de regio Waterland

- In De Rijk wordt Villapark De Rijk fasegewijs herontwikkeld door Europarcs. In de planvorming wordt uitgegaan van de realisatie van 200 recreatiewoningen in particulier eigendom. Een deel hiervan is momenteel gerealiseerd.

Conclusie plannen vakantieparken

Het aantal plannen in en net buiten de regio is relatief klein, maar zal bij realisatie wel zorgen voor een substantiële tot forse uitbreiding van het aanbod. Dit is echter al snel het geval gezien het weinig omvangrijke huidige aanbod.

5.1 Geplande toevoeging verblijfsaccommodatie aanbod

5.1.3 Plannen campings en kampeerplaatsen

Er zijn in de regio vier plannen voor campings. Het betreft één kleinschalige nieuwe camping en drie uitbreidingen van bestaande campings. Van het plan voor de uitbreiding van Camping de Eenhoorn is bekend dat het voorlopig 'in de koelkast' is gezet. Dit plan laten we derhalve buiten beschouwing.

- De drie resterende plannen zijn kleinschalig, 66 standplaatsen totaal (naar verwachting alle voor de toeristische verhuur). Van slechts tien standplaatsen lijkt het zeker dat ze de komende jaren in gebruik worden genomen. Het betreft plaatsen op boerencampings.
- De groei van het aanbod is daarmee te verwaarlozen.
- Er zijn geen plannen voor sluitingen van campings bekend.

- Ook lijkt er geen sprake te zijn van ontwikkelingen nabij de regio.

Ontwikkeling aanbod

In de regio zijn voor zover bekend plannen voor de realisatie van twee camperlocaties. Dit zijn plaatsen bij Strandbad Edam in Edam en een campererf op Marken. In totaal zijn het 10 tot 15 plaatsen. Van de laatstgenoemde is realisatie nog onzeker. Het plan in Edam heeft een grotere slaagkans.

Conclusie plannen campings en kampeerplaatsen

Er zal naar verwachting nauwelijks aanbod bijkomen in de campingsector. Het aanbod aan camperplaatsen breidt zich wel wat uit.

Overzicht plannen uitbreidingen bestaande en nieuwe campings

| Plannen campings | | | | Geschat of gegeven aantal stand- plaatsen | Type standplaats en | Geschat jaar van opening | Geschatte realisatie- kans ⁽¹⁾ |
|--|--|---------------------------|-----------|---|---------------------------|--------------------------------|---|
| Nr. | Naam plan | Locatie | Gemeente | Type camping | | | |
| 1 | Boerencamping Warder | Ijsselmeerdijk 11, Warder | Zeevang | boerencamping | 9 | toeristisch | 2015 75% |
| 2 | Camping Weidevogelzicht ⁽²⁾ | Kleenweg 1, Kwadijk | Zeevang | boerencamping | 1 | toeristisch | 2014 75% |
| 3 | Landal Resort Uitdam ⁽³⁾ | Zeedijk 2, Uitdam | Waterland | camping | 65 | toeristisch | 2015/'16 50% |
| 4 | Camping De Eenhoorn ⁽⁴⁾ | Burgerwoudweg 1, Schardam | Zeevang | camping | n.b. | n.b. | - 25% |
| Totaal plannen campings in regio Waterland (afgerond) | | | | | 66 standplaatsen | | |
| Waarvan campings in regio Waterland met 75% of meer kans op slagen (afgerond) | | | | | 10 standplaatsen | | |

1. Beoordeling kans van slagen op basis van eigen analyse LAGroup en gegevens gemeente. Aan beoordeling kan geen recht worden ontleend.

2. Betreft uitbreiding bestaande camping met een 'hooiberghut'.

3. Onderdeel van ontwikkeling vakantiepark (zie voorgaande pagina). Betreft renovatie en uitbreiding bestaande camping.

4. Betreft uitbreiding bestaande camping.

Bronnen: informatie gemeenten Waterland, deskresearch. Bewerking: LAGroup, 2013

5.2 Toeristische ambities gemeenten Waterland

5.2 Toeristische ambities gemeenten Waterland*

De gemeentelijke ambities op het gebied van (verblijfs)toerisme zijn:

Beemster

- Het toegankelijk en beleefbaar maken van De Beemster als werelderfgoed. Ook wil de gemeente in de metropoolregio de (historisch gegroeide) rol vervullen van “lusthof voor Amsterdam”.

Edam-Volendam

- Langer vasthouden van dagtoeristen
- Verhogen van het aantal verblijfsbezoekers – o.a. door een betere samenwerking en afstemming met de buurgemeenten, waardoor het totaalaanbod voor de verblijfsbezoeker breder en meer divers wordt.

Purmerend

- Een langer verblijf van de huidige bezoekers
- Een verdrievoudiging van de capaciteit verblijfsaccommodaties in 2020. Hiertoe worden in diverse beleidsdocumenten onder andere ambities uitgesproken voor:
 - Een vrijetijdspark/attractiepark en in de sfeer van agro-toerisme een centrum voor streekproducten.
 - Logiesaccommodaties in de oude kern in de vorm van Bed&Breakfasts en een of meerdere kleinschalige sfeerhotels in monumentale panden.
 - In de A7-zone een boulevard met een modern, architectonisch opvallend viersterrenhotel
 - Over campings wordt opgemerkt: nieuwe initiatieven van ondernemers voor een camping zal de gemeente steunen, als deze kansrijk zijn. Uit eerder onderzoek is echter gebleken dat de haalbaarheid van een kleinschalige camping beperkt is en er voor grootschalige campings in Purmerend geen ruimte beschikbaar is. Wel wordt er waarde gehecht aan voorzieningen voor campers.

- Purmerend richt zich op dagrecreanten (inwoners en toeristen) en op de (middel-)lange termijn steeds meer op verblijfstoeristen.

Waterland

- In het huidige (bijna afgelopen) coalitieakkoord is de verdere ontwikkeling van de toeristische en recreatieve sector één van de speerpunten van het beleid. Hierbij is zowel het dagtoerisme (Marken, watersport) als het verblijfstoerisme van belang.
- Voor het dagtoerisme is het doel het bezoek van de toerist te verlengen. Voor de watersport is het van belang dat er genoeg ligplaatsen zijn en er voldoende routes zijn. De gemeente faciliteert en promoot het toeristisch ondernemerschap waar mogelijk.
- Ook het verblijfstoerisme is belangrijk. Daarbij ligt de nadruk in het landelijk gebied op kleinschalige logiesaccommodaties (als bron van neveninkomsten bij bijvoorbeeld agrariërs); in de stedelijke gebieden kan er ook ruimte worden gegeven aan kwalitatief hoogwaardige grotere hotels.

Landsmeer

- Verdere ontwikkeling van het (verblijfs)toeristisch-recreatieve aanbod is een wens. Te grote toeristische ontwikkelingen kan de gemeente (infrastructureel) niet aan en past niet bij het karakter. De nadruk ligt op meer kleinschalige ontwikkelingen, aansluitend op het karakter van Landsmeer en op de kernwaarden groen, waterrijk en landelijk.



Detail Plan Recreatiepark Uytvenne – voorzien voor locatie Slobbeland

5.2 Toeristische ambities gemeenten Waterland

Wormerland

- Uitgangspunt in het beleid is dat de recreatieve voorzieningen het overwegend agrarische gebruik van het plangebied zo weinig mogelijk hinderen en waar mogelijk juist economisch een bijdrage moeten leveren aan de verbetering van de positie van de agrarische bedrijven. Binnen dit uitgangspunt passen vormen van kleinschalige verblijfsrecreatie, zoals Bed & Breakfasts, een minicamping/ kleinschalig kamperen of Hotel De Boerenkamer.

Zeevang

- Optimaliseren dagrecreatief aanbod; bezoekmoment verlengen;
- Optimaliseren van de promotie, marketing en organisatie;
- Uitbreiding en kwaliteitsverbetering van de infrastructuur en verblijfsrecreatie.

De gemeente wil vooral inzetten op kwalitatief hoogwaardige logies-accommodaties en meer toeristische standplaatsen. De gemeente staat open voor aanvragen van ondernemers die de kwaliteit van het aanbod verbeteren. Binnen het streven van de gemeente om meer ruimte te bieden voor toerisme, past een uitbreiding van de overnachtingsmogelijkheden. Gelet op de doelgroepen is er in de gemeente vooral behoefte aan meer toeristische standplaatsen. De gemeente wil hiervoor met name via het kleinschalig kamperen ruimte bieden. Doordat Zeevang zowel N2000-gebied als Vogelrichtlijngebied en buitengebied is, zijn er echter geen mogelijkheden voor grootschalige initiatieven.



5.3 Toeristische, infra en zakelijke projecten

5.3 Toeristische, infrastructurale en zakelijke projecten

Naast de plannen voor nieuwe accommodaties zijn er ook nog de nodige projecten die de toekomstige vraag naar verblijfsaccommodaties in de regio Waterland kunnen beïnvloeden. Deze paragraaf geeft een overzicht van de belangrijkste toeristische, infrastructurale en zakelijke plannen.*

Regiobreed

- **TBES Markermeer-IJmeer**: de komende jaren werken de provincies Noord-Holland, Flevoland en de rijksoverheid aan het (ecologisch gezien) toekomstbestendig maken van het Markermeer en IJmeer. Onder de noemer TBES (Toekomstbestendig Ecologisch Systeem) worden maatregelen ingevoerd waardoor de natuur in Markermeer-IJmeer de gevolgen van klimaatverandering en menselijk medegebruik op kan (blijven) vangen. Naast het verzwaren van de dijken, speelt recreatie ook een rol van belang in het project. Dit gaat niet alleen om vaarrecreatie, maar ook om recreatie op de wal. Genoemd worden: recreatieve wandel- en fietsroutes, uitzichtpunten, vooroeverontwikkeling, vaarroutes en ligplaatsen ook voor kleinere recreatievaart. Wellicht is er ook met verblijfsrecreatieve projecten aan te haken op het TBES-project.
- **Bereikbaarheid Waterland (infrastructuur)**: De provincie Noord-Holland is verantwoordelijk voor het project Bereikbaar Waterland. Doel van het project is het realiseren van een betere doorstroming van de N247 (de provinciale weg van Amsterdam naar Hoorn) en de N235 (de weg tussen Purmerend en het Schouw/Waterland). Het project richt zich op de verbetering van de bereikbaarheid van de regio Waterland als geheel - voor autoverkeer, openbaar vervoer en voor fietsverkeer.
- **Elektrisch Varen Fase 2**: Recreatie Noord-Holland werkt aan het project Elektrisch Varen Fase 2. Het projectdoel is het verbeteren van het aanbod voor en gebruik van elektroboten in het gebied Amsterdam-Noord/Waterland. Er zijn na afronding van het project meer

vaarroutes/rondjes in het gebied mogelijk en op een aantal plekken in Waterland zijn steigers met een picknickplek aangelegd.

- **Sloepennetwerk**: het ISW is in samenwerking met Recreatie Noord-Holland bezig om een sloepennetwerk op te zetten naar voorbeeld van het fietsknooppuntensysteem (onder andere met fysieke bebording).
- **Betere afstemming openbaar vervoer toeristen Metropoolregio**: De betrokken openbaar vervoerders, Amsterdam Marketing en de Amsterdam Economic Board hebben recentelijk werk gemaakt van het vergemakkelijken van het reizen met openbaar vervoer in de metropoolregio. Doel is/was het verbeteren van de bereikbaarheid van de 'parels' in de regio voor toeristen die in Amsterdam en omgeving verblijven.

Purmerend

- **Actieplan Watertoerisme**: Purmerend zet in op de verdere ontwikkeling van het watertoerisme. Speerpunten zijn het realiseren van ligplaatsvoorzieningen en een botenhelling. Maar ook het aanleggen van een knooppunten-netwerk voor kleinere recreatievaartuigen en sloepen.
- De gemeente is tevens bezig met de uitgifte van het **bedrijventerrein Baansteer-Noord** (noordzijde Purmerend). Verder zijn er twee locaties geschikt voor mogelijke hotelvestigingen: Vurige Staart en Kop van West. Beide locaties liggen naast een (snel)weg.

Edam-Volendam

- **Ontwikkeling van Slobbeland-gebied**: Een deel van het nabij het toeristische centrum van Volendam gelegen Slobbeland-gebied wordt herontwikkeld, met daarbij een belangrijke rol voor toerisme/recreatie. Op het terrein tracht een ontwikkelaar 49 recreatiewoningen te ontwikkelen (zie vorige paragraaf), ook heeft een ondernemer het plan om er een hotel te realiseren (zie eveneens vorige paragraaf). Mogelijk wordt er ook een riviercruisekade aangelegd. Realisatie hiervan is onzeker.

5.3 Toeristische, infra en zakelijke projecten

Waterland

- Uitbreidingen jachthavens: Zowel jachthaven Uitdam (van 320 naar 550 ligplaatsen), als jachthaven De Zeilhoek (van 159 naar 350) gaan uitbreiden. Ook Marina Monnickendam kan uitbreiden in de toekomst.
- Er zijn diverse kleine initiatieven: variërend van een poffertjeskraam op Marken tot het verhuur van een aantal fluisterbootjes tot wellicht het beginnen van een camper-erf (op Marken).

Zeevang

- Dijkverzwaring en meekoppeling recreatiepaden en steiger: in de periode 2016-2021 zal de dijk tussen Hoorn en Amsterdam versterkt worden. Gekoppeld aan deze versterking werkt Landschap Waterland/Recreatie Noord-Holland aan het realiseren van een fietspad en wandelpad van Hoorn naar Amsterdam op de nieuwe dijk. Realisatie van een aanlegsteiger voor de Bruine Vloot ter hoogte van Etersheim is onderdeel van dit plan. Deze dijkverzwaring biedt mogelijk ook aan andere gemeenten in de regio kansen voor toeristisch-recreatieve projecten.
- Toeristische OverstapPunten (TOP): Er komen TOP locaties in Middellie op de Brink en op het recreatieknooppunt in Oosthuizen.

Landsmeer

- Bij het recreatiegebied De Breek bij de Sportlaan in Landsmeer worden nieuwe aanlegsteigers en een horecapaviljoen gerealiseerd.
- Op de lange termijn wordt ingezet op de ontwikkeling en 'branding' van Landsmeer als 'Poort naar het Waterland'. De plek waar de bewoners van de stedelijke gebieden rondom Landsmeer naar toe komen om te recreëren in het groen blauwe landschap van 'Park Waterland'. 'Park Waterland' is een aaneenschakeling van de groene en waterrijke gebieden in Waterland nu, met een nog verder uit te bouwen netwerk van kleinschalige toeristische en recreatieve voorzieningen en verbindingen (fietsroutes, fluisterboten, etc.).

In de gemeenten Wormerland, Oostzaan en Beemster zijn geen noemenswaardige plannen bekend.

Conclusie

Op grond van de inventarisatie van plannen en projecten kan geconcludeerd worden dat er de nodige plannen zijn in de regio, met daarbij een sterke nadruk op watertoerisme.

Sec kijkend naar de toeristische plannen geldt dat het merendeels relatief kleinschalige tot middelgrote plannen zijn. Plannen zoals het sloepen-netwerk en TBES zullen het toeristisch product van de regio versterken. Het ligt echter niet in de lijn der verwachtingen dat de plannen een grote impuls zullen geven aan het toeristisch imago en de aantrekkingskracht van de regio en aan de vraag naar verblijfsaccommodaties. Hiervoor ontbreekt het aan echte grote ontwikkelingen voor de toeristische en/of zakelijke markt. Denk bijvoorbeeld aan grootschalige (slechtweer) attracties of grote (internationaal gerichte) kantorenontwikkelingen.

In paragraaf 5.2 zijn de gemeentelijke toeristische ambities in kaart gebracht. Het merendeel van de gemeenten ambieert het accommodatie-aanbod voor verblijfstoeristen uit te breiden. Als vanzelfsprekend legt iedere gemeente hierin zijn eigen accenten. Zo zet de gemeente Purmerend in sterkere mate in op uitbreiding van het aanbod en ambiëren de meer agrarische/ kleinschalige gemeenten Landsmeer en Wormerland kleinschalige initiatieven mogelijk te maken.

Het is overigens opvallend dat er nog geen sprake is van een strategisch toeristisch beleid- of actieplan voor de regio als geheel. Ontwikkeling hiervan kan een belangrijke positieve bijdrage leveren aan de (middel)lange termijn vooruitzichten van de toeristische regio.

5.4 Vraagprognoses

5.4 Vraagprognoses

Deze paragraaf geeft de (macro-economische) vraagprognoses voor de ontwikkeling in Nederland en de regio Waterland per type verblijfsaccommodatie tot en met 2018. Deze prognoses zijn input voor de raming van de marktruimte (hoofdstuk 6). Bij de prognoses is de extra eigen vraag die gecreëerd kan worden door nieuwe verblijfsaccommodaties nog buiten beschouwing gelaten. Dit aspect wordt wel meegenomen bij de raming van de marktruimte. Bij het opstellen van deze prognoses is daarnaast rekening gehouden met trends & ontwikkelingen in de verblijfsaccommodatiesector. De belangrijkste trends & ontwikkelingen staan weergegeven in bijlage 5.

5.4.1 Vraagprognose hotelmarkt

Voor de vraagprognose van de hotelmarkt geldt per subsegment:

Toeristische markt algemeen

- Uit de analyse van de bezetting (hoofdstuk 3) blijkt dat de toeristische kamervraag momenteel goed is voor circa 40% van de totale kamervraag in de regio.
- In paragraaf 5.3 werd al geconstateerd dat de toeristische plannen en ontwikkelingen die er nu zijn, naar verwachting slechts een kleine impuls zullen geven aan de toeristische aantrekkingskracht van de regio.
- Mede op grond van het voorgaande punt zal in de toekomst de vraag uit het segment toeristisch individueel zich sterk blijven concentreren op de zomermaanden, maar naar verwachting in de resterende circa 8 maanden ver terug vallen.
- De hotelmarkt in Amsterdam en omgeving zal zich verder uitbreiden de komende jaren. Dit zal ertoe leiden dat de hotels in Waterland ook de komende jaren toenemende concurrentie van hotels zullen blijven ondervinden. Als afgeleide hiervan is te verwachten dat ook de *overflow* van hotelvraag uit de hoofdstad de komende jaren verder af zal

- nemen. Ook hotelontwikkelingen in Hoorn (Van der Valk) en in Zaanstad zorgen voor extra concurrentie voor de hotels in de regio.

Ontwikkelingen binnenlands toerisme (individueel)

Uit informatie verstrekt door de hoteliers kan geconcludeerd worden dat ongeveer 55% van de *toeristische* overnachtingen in de regio Waterland uit Nederland afkomstig is. Voor de ontwikkeling tot 2018 van deze binnenlandse toeristische markt in de regio geldt:

- De koopkrachtprognoses voor de binnenlandse markt laten voor de korte termijn een licht negatief en voor de wat langere termijn (tot 2017) een licht positief beeld zien. Grosso modo becijfert het CPB dat de gemiddelde koopkracht in 2017 op min of meer hetzelfde niveau zal liggen als nu het geval is.* Zie voor meer detail ook de grafiek bij de prognose voor de zakelijke markt verderop in deze paragraaf.
- Een aantal factoren heeft een positieve invloed op de hotelmarkt. Dit zijn: het groeiend aantal welgestelde senioren, acties en veilingen die hotelovernachtingen voor de consument aantrekkelijker maken en een algemene groeiende interesse onder consumenten voor hotelovernachtingen. Op grond hiervan verwachtte NBTC-NIPO voor de binnenlandse hotelmarkt een gematigde groei.** Op grond van recente informatie geeft NBTC-NIPO aan dat de binnenlandse vakantiemarkt nog steeds onder druk staat, maar dat op de langere termijn de hotelvraag zal blijven groeien.

Ontwikkelingen inkomend toerisme (individueel)

Inkomend toerisme in hotels in de regio Waterland is goed voor de resterende 45% van het aantal verkochte kamernachten. De belangrijkste herkomstlanden zijn België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Voor deze landen raamt het NBTC in haar Toekomstperspectief 2025 de volgende groeicijfers voor inkomend toerisme in Nederland:

- België: tot 2018 jaarlijkse groei met gemiddeld 4%.
- Duitsland: tot 2018 jaarlijkse groei met gemiddeld 1%.
- Verenigd Koninkrijk: tot 2018 jaarlijkse groei met gemiddeld 2%.

* Bronnen: Juniraming 2012, De Nederlandse economie tot en met 2017, inclusief Begrotingsakkoord 2013, CPB; Macro-Economische Verkenningen 2014, CPB.

** Bron: Toekomst van de binnenlandse vakantiemarkt, Na regen komt.....? Kees van der Most, NBTC-NIPO research 2011 & telefonische consultatie 2013.

5.4 Vraagprognoses

Naar verwachting zal ook de hotellerie in de regio Waterland kunnen profiteren van deze groei van het inkomend toerisme.* De toenemende concurrentie vanuit Amsterdam maakt het wel extra belangrijk dat de regio en de individuele hotels in blijven zetten op promotie (in samenwerking met Amsterdam Marketing en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen). De autonome groei van de toeristische markt zal naar verwachting het negatieve effect van het verminderen van de *overflow* uit Amsterdam kunnen compenseren.

Groeiervachting toeristische markt (individueel)

Wij voorzien de volgende groei van de toeristische hotelvraag:

2014 - 2015: groei met 1,0-2,0% per jaar.

2016 - 2018: groei met circa 2,5-3,5% per jaar.

Groepstoerisme

- Voor de hotelmarkt neemt het segment groepstoerisme circa 20% van de totale vraagmarkt in. De markt voor groepstoerisme kent een sterke piek van eind maart tot eind mei (met de opening van de Keukenhof) en in de zomermaanden. De vraag in de andere maanden is beduidend kleiner. Tijdens deze piekmomenten is er op grond van de beschikbare capaciteit weinig groeiruimte.
- De groeimogelijkheden buiten dit hoogseizoen zijn volgens de geraadpleegde touroperators vrij beperkt – de groepstoerist laat zich niet (gemakkelijk) verleiden tot andere bezoekenmomenten.
- Ook voor dit segment is er sprake van een vermindering van de toevloeiing vanuit Amsterdam. Voor de toekomst zal deze toevloeiing minder blijven door de verdere toename van het hotelaanbod aldaar en de sterke voorkeur van veel touroperators om in Amsterdam te verblijven.*
- In zijn algemeenheid geldt voor de Nederlandse/Amsterdamse markt voor groepstoerisme dat er de afgelopen jaren door de crisis sprake is geweest van een lichte daling. Voor de komende jaren zijn de

touroperators gematigd optimistisch: men voorziet voor de komende jaren een stijging van de vraag met circa 10%, tot net iets boven het niveau van voor de economische crisis (bron: telefonische consultatie vijf touroperators).

Groeiervachting groepstoerisme

Wij voorzien de volgende groei van de hotelvraag vanuit dit segment:

- 2014 - 2015: groei met 1,0-2,0% per jaar.

- 2016 - 2018: groei met circa 1,5-2,5% per jaar.

De ontwikkeling van dit segment wordt ook in belangrijke mate beïnvloed door de samenstelling van het aanbod. Zo bedient één hotel in de regio nu een substantieel deel van deze markt. Dit hotel heeft momenteel plannen voor een renovatie. Indien dit hotel na verbouwing een ander concept krijgt (of zich niet meer op de hotellerie richt), zal dit gevolgen hebben voor de omvang van dit vraagsegment in de regio.

Belangrijke voorwaarde om ook daadwerkelijk groei (of beter gezegd: herstel) te kunnen realiseren, is dat de hotels in de regio zich sterker gaan profileren bij de touroperators. Nu blijkt het hotelaanbod nog maar beperkt bekend bij deze touroperators.* Hier lijkt ook een rol voor Bureau Toerisme Laag Holland weggelegd. Indien er onvoldoende wordt ingezet op versterking van de promotie, kan de geprognostiseerde groei ook omslaan in een afname van de vraag.



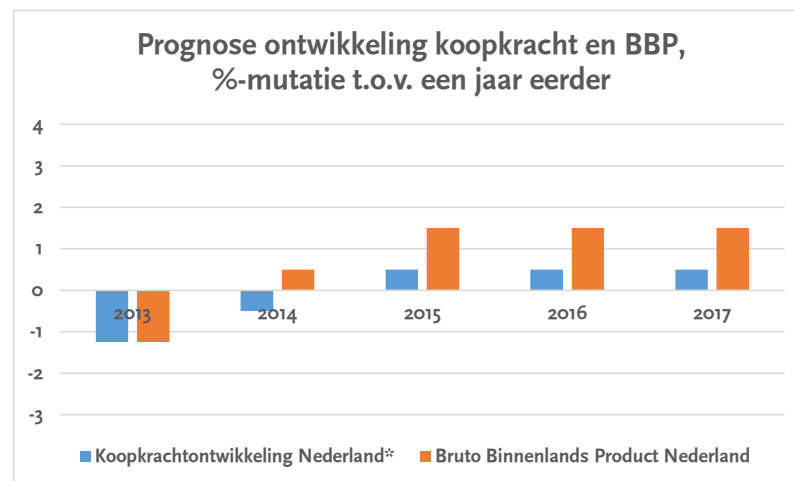
Ook de bereikbaarheid voor touringcars en de aanwezigheid van parkeervoorzieningen voor deze touringcars zijn belangrijke voorwaarden, waaraan gemeenten en hotels moeten (blijven) werken.

5.4 Vraagprognoses

Zakelijke markt

De vraagontwikkeling op de zakelijke markt hangt nauw samen met economische ontwikkelingen en de ontwikkeling van de bedrijvigheid in de regio Waterland. Het Bruto Binnenlands Product (BBP) en de koopkracht zijn relevante indicatoren van de economische ontwikkeling. De grafiek hiernaast toont de CPB-prognoses voor de ontwikkeling van BBP en koopkracht.* Uit de analyse van de bezetting (hoofdstuk 3) blijkt dat het segment individueel zakelijk bij de hotels in de regio Waterland goed is voor circa 35% van alle kamernachten. Voor de toekomst geldt:

- Het BBP van Nederland zal na een moeizaam 2013 (-1,25%) weer voorzichtig herstellen met 0,5% groei in 2014 en een gematigde groei met circa 1,5% per jaar in de jaren daarna.* Naar verwachting zal dit ertoe leiden dat de in de afgelopen jaren afgenomen bedrijvigheid, weer toe zal gaan nemen.
- De Global Business Travel Association (GBTA) voorspelt in hun Business Travel Index Outlook dat in West-Europa de uitgaven voor de zakelijke reismarkt in 2014 met 3,3% zullen groeien ten opzichte van 2013. Voor Nederland zijn helaas geen prognoses opgesteld. Het is onzeker of een dergelijke groei zich ook in Nederland en meer specifiek in de regio Waterland, voor zal doen. De wat meer gematigde groeiverwachtingen van de Nederlandse economie doen vermoeden dat de voor West-Europa voorspelde 3,3% niet zonder meer voor de regio Waterland zal opgaan.
- De zakelijke en infrastructurele projecten die momenteel in uitvoering of gepland zijn (zie paragraaf 5.3), zullen naar verwachting geen of een gering effect hebben op de kamervraag vanuit het zakelijk segment.
- De autonome groei van de zakelijke vraagmarkt zal echter naar verwachting teniet gedaan worden door de hotelontwikkelingen in Amsterdam en Hoorn. De extra kamers die daar gerealiseerd worden, richten zich deels op de autonome zakelijke vraag van de regio Waterland. Misschien nog belangrijker is dat de *overflow* van zakelijke vraag uit Hoorn en met name Amsterdam verder af zal nemen.



* Bronnen: Juniraming 2012, De Nederlandse economie tot en met 2017, inclusief Begrotingsakkoord 2013, CPB; Macro-Economische Verkenningen 2014, CPB. Bewerking: LAgrou, 2013

De verwachting voor de hotelvraag vanuit het segment individueel zakelijk in de regio Waterland:

- 2014 - 2018: *stagnatie/afname* van de vraag met -1,0 - 0% per jaar.

MICE-markt

Ook de MICE-markt wordt in sterke mate beïnvloed door de economie. De MICE-markt (en dan met name de Meetings) is momenteel goed voor circa 5% van het totaal aantal overnachtingen. Voor de toekomst geldt:

- De verwachting is dat de conferentie- en meetingmarkt na een aanzienlijke teruggang het dal wel bereikt heeft. Zo geeft de American Express Meetings & Events 2014 Global Meetings Forecast voor Europa aan dat het aantal meetings op hetzelfde niveau zal blijven als 2013, met alleen een lichte daling van het deelnemeraantal. Voor enkele buurlanden wordt een stijging van het aantal meetings met ruim 4% verwacht, en van het aantal deelnemers met 2%. Stabilisatie of licht herstel lijkt het meest voor de hand liggend voor de regio

5.4 Vraagprognoses

Waterland. Dit wordt onder meer ingegeven door de weer langzaam aantrekkende economie in 2014/2015 en verder.

- De markt zal waarschijnlijk wel aanzienlijke extra concurrentie gaan ondervinden van het in aanbouw zijnde zalen- en hotelaanbod in Hoorn en Amsterdam.
- De vraag vanuit de overige segmenten van de MICE-markt zal naar verwachting van verwaarloosbare omvang blijven in de regio.

Verwachting MICE-markt

Wij voorzien de volgende ontwikkeling van de hotelvraag vanuit het MICE-segment:

- 2014 - 2015: *afname* van de vraag met 1,0-2,0% per jaar.
- 2016 - 2018: *groei* met circa 1,0-2,0% per jaar.

Vraagprognoses – ontwikkeling hotelvraag 2013

Voor de hotelvraag in 2013 in de regio Waterland blijkt uit een consultatie van hoteliers dat veel hotels nog last hebben van stagnatie of zelfs afname van de vraag. Landelijke cijfers geven geen eenduidig beeld:

- Horwath signaleerde een teruggang van de vraag in het eerste halfjaar van circa 2%; voor het 2^e halfjaar wordt eenzelfde patroon verwacht.
- Het CBS daarentegen constateerde een groei van bijna 3% van de omzet in de hotellerie. Hoe groot de volumestijging was, geeft het CBS niet aan, maar gezien de druk op de prijzen zal er naar onze mening in ieder geval ook een volumegroei (dus groei van het aantal overnachtingen) hebben plaatsgevonden.
- Ook de statistieken van het aantal overnachtingen zoals geregistreerd door het CBS geven aan dat voor geheel Nederland er tot en met oktober 2013 sprake was van een stijging van de vraag met 2%.

Alles overwegend - en rekening houdend met de groei van het aanbod in de gebieden rondom Waterland - ramen wij voor de regio Waterland over 2013 een stabilisatie van de kamervraag ten opzichte van 2012.

Samenvatting ontwikkeling hotelvraag tot 2018

Alle voorgaande prognoses zijn in de hieronder getoonde tabellen samengevat. Daarbij zijn de groeiprognoses voor elke segment naar rato van het marktaandeel van dat segment meegerekend.

- Dat levert – bij een behoudend scenario – een beperkte groei op van 2012 tot en met 2018 van **+3,3%** in de regio Waterland.
- Bij het optimistische scenario is dat **+8,6%** over dezelfde periode.

Deze groeiprognoses zullen in hoofdstuk 6 als input dienen bij het bepalen van de marktruimte voor hotelkamers tot 2018.

| Vraagsegment | Aandeel | Jaarlijkse groei bij behoudend scenario | | | | | |
|-------------------------|---------|---|-------|-------|-------|-------|--------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Toeristisch individueel | 40% | | 1,0% | 1,0% | 2,5% | 2,5% | 2,5% |
| Toeristisch groepen | 20% | | 1,0% | 1,0% | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| Zakelijk individueel | 35% | | -1,0% | -1,0% | -1,0% | -1,0% | -1,0% |
| MICE | 5% | | -2,0% | -2,0% | 1,0% | 1,0% | 1,0% |
| Gewogen gemiddelde | 100% | 0,0% | 0,2% | 0,2% | 1,0% | 1,0% | 1,0% |
| Index 100 = 2012 | 100,0 | 100,0 | 100,2 | 100,3 | 101,3 | 102,3 | 103,3 |

| Vraagsegment | Aandeel | Jaarlijkse groei bij optimistisch scenario | | | | | |
|-------------------------|---------|--|-------|-------|-------|-------|--------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Toeristisch individueel | 40% | | 2,0% | 2,0% | 3,5% | 3,5% | 3,5% |
| Toeristisch groepen | 20% | | 2,0% | 2,0% | 2,5% | 2,5% | 2,5% |
| Zakelijk individueel | 35% | | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| MICE | 5% | | -1,0% | -1,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% |
| Gewogen gemiddelde | 100% | 0,0% | 1,2% | 1,2% | 2,0% | 2,0% | 2,0% |
| Index 100 = 2012 | 100 | 100,0 | 101,2 | 102,3 | 104,4 | 106,4 | 108,6 |

* De onderstaande ramingen zijn gebaseerd op de huidige samenstelling van het aanbod. Later in dit onderzoek voegen we echter ook de effecten van mutaties in het hotelaanbod toe aan de analyse.

5.4 Vraagprognoses

5.4.2 Vraagprognose markt vakantiewoningen

Toeristische markt (individueel)

De individuele toeristische markt is veruit de belangrijkste markt (92%) voor de vraagprognose voor de markt voor vakantiewoningen. 80% van de toeristische overnachtingen komen voort uit binnenlands toerisme.

- Op grond van toekomstonderzoek van NBTC-NIPO geldt voor het binnenlands toerisme dat:*
 - Het aantal overnachtingen in vakantiewoningen zich tot en met 2015 zal stabiliseren.
 - Voor 2015-2020 wordt een lichte groei voorzien van 0,5% per jaar.
- Belangrijke onderliggende *drivers* voor deze prognoses zijn:
 - Het langzame economische herstel voor de komende jaren;
 - Een gestage afname van het aantal gezinnen met jonge kinderen (de belangrijkste doelgroep van parken)
 - Een algemene dalende interesse voor verblijf op vakantieparken volgens consumentenonderzoeken.
 - Hier staan echter een groeiende belangstelling voor losstaande huisjes tegenover.
 - Ook de toegenomen hang naar gezins- en familiebanden (3-generatie-vakanties) heeft een positief effect op de vraag.
- Het aantal overnachtingen door buitenlandse toeristen laat op landelijk niveau een stijgende trend zien; het aantal overnachtingen steeg in tien jaar met 33% (bron: CBS). Dit doet vermoeden dat ook in de regio Waterland de komende jaren het aantal overnachtingen van buitenlandse toeristen in vakantiewoningen verder toe zal nemen (in 2012 was dit 20% van alle overnachtingen in vakantiewoningen). Te meer omdat het NBTC in haar toekomstperspectief 2025** een verdere groei van het inkomend toerisme met 2,4% per jaar voorziet.
- Voor de specifieke situatie in de regio Waterland geldt dat het toeristisch product – zoals reeds aangegeven – in essentie gelijk blijft de komende jaren.

- Er is in de regio – anders dan in veel andere regio's – geen sprake van verouderd aanbod. Het Roompot Marinapark verkeert in goede staat en heeft een goede marketingorganisatie tot haar beschikking. Dit doet verwachten dat de regio groeicijfers zal kunnen realiseren die boven de prognoses van NBTC-NIPO liggen.
- Ook eventuele toevoegingen aan het aanbod zullen zich gemakkelijk kunnen onderscheiden van een deel van het totale Nederlandse aanbod, dat deels verouderd is. De extra vraag die door eventuele nieuwe parken wordt gegenereerd laten we voor nu even buiten beschouwing (dit aspect wordt later wel in de analyse betrokken).

Groeiverwachting toeristische markt (individueel)

Wij voorzien de volgende groei van de toeristische vraag naar vakantiewoningen:

2014 - 2015: groei met 1,0-2,0% per jaar.

2016 - 2018: groei met circa 2,0-3,0% per jaar.

Overige segmenten

De MICE-markt is niet relevant voor het segment van vakantiewoningen. De zakelijk individuele en de groepstoeristische markt nemen ieder circa 4% van alle overnachtingen in. De prognose voor het groepstoerisme komt op hoofdlijnen overeen met die van de hotelmarkt. De zakelijk individuele markt zal naar verwachting minder concurrentie ondervinden van de toename van het aanbod in Amsterdam en Hoorn en is daarom positiever geprognosticeerd dan bij de hotelmarkt. De prognoses zijn:

- Groepstoerisme
 - 2014 - 2015: groei met 1,0-1,5% per jaar.
 - 2016 - 2018: groei met circa 1,5-2,5% per jaar.
- Zakelijk individueel:
 - 2014 - 2015: groei met circa 1,0-2,0% per jaar.
 - 2016 - 2018: groei met circa 2,0-3,0% per jaar.

* Bron: Toekomst van de binnenlandse vakantiemarkt, Na regen komt.....? Kees van der Most, NBTC-NIPO research 2011 & telefonische consultatie 2013.

** Bron: Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025, NBTC, 2013.

5.4 Vraagprognoses

Vraagprognoses – ontwikkeling vraag vakantiewoningen 2013

Uit consultatie van deze sector in de regio kan opgemaakt worden dat de vraag in 2013 op hetzelfde niveau lag als in 2012.

Samenvatting ontwikkeling vraag vakantiewoningen tot 2018

Op grond van de voorgaande prognoses kan de volgende vraagontwikkeling tot 2018 worden verwacht:

- bij het behoudend scenario – een groei op van 2012 tot en met 2018 **van +8,2%** in de regio Waterland.
- bij het optimistische scenario is dat **+13,6%** over dezelfde periode.

| Vraagsegment | Aandeel | Jaarlijkse groei bij behoudend scenario | | | | | |
|--------------------------------|---------|---|-------|-------|-------|-------|--------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Toeristisch individueel | 92% | | 1,0% | 1,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% |
| Toeristisch groepen | 4% | | 1,0% | 1,0% | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| Zakelijk individueel | 4% | | 1,0% | 1,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% |
| MICE | 0% | | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Gewogen gemiddelde | 100% | 0,0% | 1,0% | 1,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% |
| Index 100 = 2012 | 100,0 | 100,0 | 101,0 | 102,0 | 104,0 | 106,1 | 108,2 |

| Vraagsegment | Aandeel | Jaarlijkse groei bij optimistisch scenario | | | | | |
|--------------------------------|---------|--|-------|-------|-------|-------|--------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Toeristisch individueel | 92% | | 2,0% | 2,0% | 3,0% | 3,0% | 3,0% |
| Toeristisch groepen | 4% | | 2,0% | 2,0% | 2,5% | 2,5% | 2,5% |
| Zakelijk individueel | 4% | | 2,0% | 2,0% | 3,0% | 3,0% | 3,0% |
| MICE | 0% | | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Gewogen gemiddelde | 100% | 0,0% | 2,0% | 2,0% | 3,0% | 3,0% | 3,0% |
| Index 100 = 2012 | 100 | 100,0 | 102,0 | 104,0 | 107,1 | 110,3 | 113,6 |

5.4.3 Vraagprognose markt campings

Toeristische markt (individueel)

De individuele toeristische markt is goed voor vrijwel alle overnachtingen op campings (97%). 35% van de overnachtingen komt voor rekening van Nederlandse gasten, 65% van buitenlandse gasten.

- Op grond van toekomstonderzoek van NBTC-NIPO geldt voor het binnenlands toerisme dat:*
 - Het aantal overnachtingen op campings tot en met 2015 met 1% per jaar zal afnemen.
 - Voor de jaren 2015-2020 wordt een verdere daling voorzien met circa 1,5% per jaar.
- Belangrijke *drivers* voor deze voorspelde daling zijn een afname van het aantal gezinnen met kinderen en een uit consumentenonderzoek gebleken dalende interesse in kamperen.
- Ook onder inkomende toeristen is een gestage daling van het aantal overnachtingen op campings waarneembaar: een afname van totaal 15,5% van 2002 tot 2012.**
- Dit neemt niet weg dat bepaalde segmenten (zoals natuurcampings) en bepaalde (niet verouderde) campings binnen de totale campingmarkt wel beduidend beter kunnen presteren. In zijn geheel genomen achten wij de campingmarkt van de regio Waterland als min of meer gelijkwaardig met het landelijke aanbod.
- Ook voor dit segment geldt de kanttekening dat het toeristisch product van de regio in essentie gelijk blijft de komende jaren.

Verwachting ontwikkeling toeristische markt (individueel)

Wij voorzien de volgende ontwikkeling van de individuele toeristische vraag naar kampeerplaatsen:

2014 - 2015: *daling* met 0,5-1,5% per jaar.

2016 - 2018: *daling* met circa 1,0-2,0% per jaar.

* Bron: Toekomst van de binnenlandse vakantiemarkt, Na regen komt.....? Kees van der Most, NBTC-NIPO research 2011 & telefonische consultatie 2013.

** Bron: Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025, NBTC, 2013.

5.4 Vraagprognoses

De prognoses voor het subsegment groepstoerisme zijn:

- 2014 - 2015: groei met 1,0-2,0% per jaar.
- 2016 - 2018: groei met circa 1,5-2,5% per jaar.

Vraagprognoses – ontwikkeling vraag campings 2013

Uit consultatie van de sector in de regio kan opgemaakt worden dat de vraag in 2013 op min of meer hetzelfde niveau lag als in 2012.

Samenvatting ontwikkeling vraag campings tot 2018

Op grond van de voorgaande prognoses kan de volgende vraagontwikkeling tot 2018 worden verwacht:

- bij het behoudend scenario – een ontwikkeling van 2012 tot en met 2018 van **-8,2%** in de regio Waterland.
- bij het 'optimistische' scenario is dat **-3,5%** over dezelfde periode.

5.4.4 Samenvatting vraagprognose tot 2018

De onderstaande tabel geeft per segment de verwachte vraagontwikkeling bij alle drie de aanbodsegmenten tot 2018 weer.

| Type accommodatie | Ontwikkeling vraag '12 -> '18 scenario behoudend | Ontwikkeling vraag '12 -> '18 scenario optimistisch |
|-------------------|--|---|
| Hotels | +3,3% | +8,6% |
| Vakantiewoningen | +8,2% | +13,6% |
| Campings | -8,2% | -3,5% |

| Vraagsegment | Aandeel | Jaarlijkse groei bij behoudend scenario | | | | | |
|-------------------------|---------|---|-------|-------|-------|-------|-------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Toeristisch individueel | 97% | | -1,5% | -1,5% | -2,0% | -2,0% | -2,0% |
| Toeristisch groepen | 3% | | 1,0% | 1,0% | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| Zakelijk individueel | 0% | | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| MICE | 0% | | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Gewogen gemiddelde | 100% | 0,0% | -1,4% | -1,4% | -1,9% | -1,9% | -1,9% |
| Index 100 = 2012 | 100,0 | 100,0 | 98,6 | 97,2 | 95,3 | 93,5 | 91,8 |

| Vraagsegment | Aandeel | Jaarlijkse groei bij optimistisch scenario | | | | | |
|-------------------------|---------|--|-------|-------|-------|-------|-------------|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Toeristisch individueel | 97% | | -0,5% | -0,5% | -1,0% | -1,0% | -1,0% |
| Toeristisch groepen | 3% | | 2,0% | 2,0% | 2,5% | 2,5% | 2,5% |
| Zakelijk individueel | 0% | | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| MICE | 0% | | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Gewogen gemiddelde | 100% | 0,0% | -0,4% | -0,4% | -0,9% | -0,9% | -0,9% |
| Index 100 = 2012 | 100 | 100,0 | 99,6 | 99,2 | 98,3 | 97,4 | 96,5 |

A wide, flat landscape covered in a thin layer of ice, with a large church and houses in the background. The church has a prominent steeple. Several people are walking on the ice. The sky is overcast and grey.

6. Marktruimte per sector

6.1 Normatieve bezetting

6.1 Normatieve bezetting

Om de toekomstige marktruimte voor de verblijfsaccommodaties te kunnen bepalen, is het nodig om vast te stellen welke bezetting van deze accommodaties als 'normaal' kan worden beschouwd.

6.1.1 Normatieve bezetting algemeen

De normatieve bezetting kan vanuit twee kanten worden benaderd: (1) vanuit de vraagkant (afnemers) van de markt en (2) vanuit de aanbiederskant (de accommodaties).

1. Voor de vraagkant is het relevant dat er voldoende aanbod is aan verblijfsaccommodaties op momenten dat dit nodig is, zowel in aantal als in de gewenste kwaliteits- en prijsklassen. Een ruim en divers aanbod maakt een gebied aantrekkelijk, niet alleen voor toeristen maar ook voor congressen en zakelijke bezoekers. Wanneer gebieden een slaappleatsbezetting hebben die structureel hoog is, dan zal er relatief vaak nee moeten worden verkocht, zal dat een prijsopdrijvend effect hebben en moeten boekers te vaak uitwijken naar accommodaties buiten de regio.
2. Aan de andere kant moeten verblijfsaccommodaties een boterham kunnen verdienen. Welke bezetting daarvoor nodig is, hangt af van veel factoren: de verkoopprijzen, de lokale kosten voor grond en gebouwen, een lage of hoge huur, de fase waarin het bedrijf verkeert (net gestart, veel/weinig afgeschreven), e.d.

6.1.2 Normatieve bezetting hotelmarkt

In hotelbeleidsstudies wordt vrijwel altijd een kamerbezetting ergens tussen de 60% en 70% als normatief beschouwd. Soms wordt een bandbreedte (van maximaal 5%) gehanteerd, vaak een enkel percentage. Een hoge normatieve bezetting wordt meestal gehanteerd in (grote) steden, vanwege onder andere hoge grondprijzen, maar ook omdat de hotelbezetting in steden in het algemeen hoger is dan buiten de steden.

Buiten de steden wordt meestal een lagere normatieve bezetting gehanteerd. Alles overwegende stellen wij voor om voor de regio Waterland een normatieve bezetting van 62,5% te nemen.

6.1.3 Normatieve bezetting vakantiewoningen

Bij vakantieparken doet zich iets aparts voor. De landelijk gemiddelde slaappleatsbezetting van dit segment ligt rond de 35%. Op bedrijfsniveau zijn de verschillen echter groter dan in de hotellerie. Met name is er onderscheid tussen individuele bedrijven en ketenbedrijven. Gerenommeerde ketens van bungalowparken realiseren gemiddelde bezettingen tot boven de 60%, vooral omdat zij goed in staat zijn om buiten het hoofdseizoen ook nog tot een redelijke bezetting te komen. Sommige individuele – vaak wat oudere – parken behalen daarentegen nauwelijks 20% slaappleatsbezetting.

Voor de regio Waterland stellen wij voor om 35% slaappleatsbezetting als normatief te nemen.

6.1.4 Normatieve bezetting campings

Bij campings lopen de bezettingscijfers veel minder uiteen dan bij de vakantieparken. Landelijk varieert deze van zo'n 10-12% (bron: CBS). Voor de regio Waterland stellen wij voor om 11% slaappleatsbezetting als normatief te nemen voor campings betreft.

6.2 Marktruimte per sector

6.2 Marktruimte per sector

6.2.1 Marktruimte algemeen

Om de marktruimte in de ISW-regio tot 2018 te bepalen, zijn de volgende stappen doorlopen:

- De omvang van de huidige vraag in de regio is vastgesteld in hoofdstuk 3, met als peiljaar 2013. Daar is ook vastgesteld hoe de vraag is verdeeld over de vier relevante vraagsegmenten de toeristisch individuele, de groepstoeristische, de zakelijke en de MICE-markt.
- Vervolgens is, op basis van macro-economische en regionale ontwikkelingen, in paragraaf 5.4 voor elk verblijfsaccommodatietype en voor elk vraagsegment geraamd wat naar verwachting de ontwikkeling van de vraag zal zijn in de komende vijf jaar, in een meer behoudende en in een meer optimistische variant.
- Met behulp van deze groeicijfers kan de omvang van de vraag in 2018 theoretisch worden vastgesteld. Aan de hand van de normatieve bezetting (paragraaf 6.1) kan worden berekend wat daarbij een passend aantal kamers of slaappleatsen is. Het verschil tussen dat aantal en het huidige echte aantal is de (theoretische) marktruimte.
- De marktruimte wordt voor een klein deel al ingevuld door bouwplannen waarvan wij de kans van slagen als hoog hebben beoordeeld (zie paragraaf 5.1). Wat er eventueel resteert aan marktruimte, kan nog door de markt worden ingevuld.

In navolgende paragrafen wordt per verblijfsaccommodatietype berekend wat er resteert aan marktruimte. In hoeverre de gemeenten invulling van die resterende ruimte kunnen of willen beïnvloeden, wordt besproken in hoofdstuk 7 (beleidsaanbevelingen)

6.2.2 Marktruimte hotellerie

In paragraaf 5.4.1 is berekend dat – bij een behoudend scenario – een groei van +3,3% van de hotelvraag verwacht wordt in de ISW-regio tussen 2013 en 2018. Bij een optimistisch scenario is dat +8,6%. De tabel toont dat deze groei leidt tot 176.200 à 189.000 kamernachten in 2018. Bij een normatieve kamerbezetting van 62,5% zou dan een aanbod van 770 tot 830 kamers gerechtvaardigd zijn. De marktruimte in het behoudende scenario is lager dan het huidige aanbod omdat a) de huidige bezetting onder de normatieve bezetting ligt en b) de vraaggroei niet groot genoeg is om naar of boven de normatieve bezetting toe te groeien. Ten opzichte van de huidige 783 kamers is er dan (afgerond) marktruimte voor -10 tot 30 nieuwe kamers. Omdat de extra kamers in het optimistische scenario ook een eigen markt meenemen – door ons ingeschat op een eigen kamerbezetting van 30% - kunnen er in het optimistische scenario nog 20 kamers extra bijkomen. Totaal dus (afgerond) -10 tot +50 kamers.

| ISW-REGIO - HOTELS | BEHOUDEND SCEN. | | OPTIMISTISCH SCEN. | |
|---|--------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|
| | aantal hotelkamers | aantal verhuurde kamers | aantal hotelkamers | aantal verhuurde kamers |
| Actuele situatie ISW-regio | 783 | 170.500 | 783 | 170.500 |
| voorzien groei vraagmarkt per jaar | | 0,5% | | 1,4% |
| voorzien groei vraagmarkt hele periode 2013-2018 | | 3,3% | | 8,6% |
| situatie bij normatieve kamerbezetting van 62,5% | 770 | 176.200 | 810 | 185.100 |
| mogelijke toename aantal kamers en kamernachten t.o.v. eind 2013 o.b.v. autonome groei vraagmarkt | -13 | 5.700 | 27 | 14.600 |
| extra verhuurde kamers in 2018 door 'eigen markt' nieuwe hotelkamers (30% KB) | 0 | 0 | 20 | 3.900 |
| gecorrigeerde situatie, bij normatieve KB 62,5% | 770 | 176.200 | 830 | 189.000 |
| Totale groei kamernachten t.o.v. 2013 | | 5.700 | | 18.500 |
| mogelijke toename aantal hotelkamers (afgerond) | -13 | | 47 | |

6.2 Marktruimte per sector

Aangezien er in de ISW-regio vrijwel zekere bouwplannen zijn voor 9 nieuwe hotelkamers, is er in het behoudende scenario sprake van een negatieve marktruimte (zie tabel hieronder). Als deze bouwplannen gerealiseerd zijn, daalt de hotelbezetting nog verder onder de normatieve kamerbezetting van 62,5%. Dat hoeft tijdelijk geen bezwaar te zijn, maar is voor een langere periode onwenselijk voor een gezonde hotelmarkt.

Anderzijds, kijkende naar het optimistische scenario, dan ontstaat het beeld van een kleine extra marktruimte voor nog eens 38 hotelkamers. Dit zou impliceren dat er wel nog wat ruimte is voor één of een aantal zeer kleine initiatieven. Als we kijken naar de vaak grootschalige plannen in de regio met een slagingskans van minder dan 75% (zie paragraaf 5.1), dan kan deze beperkte marktruimte wel snel opgeslokt zijn.

| ISW-REGIO - HOTELS | | Aantal hotelkamers | |
|--|--------------|--------------------|-----------------------|
| | | Behoudend scenario | Optimistisch scenario |
| aantal hotelkamers eind 2013 | A | 783 | 783 |
| ruimte in de markt voor extra hotelkamers tot 2018 | | | |
| 1. door autonome groei vraagmarkt | | -13 | 27 |
| 2. door extra vraag vanuit nieuwe hotelkamers | | 0 | 20 |
| totale ruimte voor extra hotelkamers tot 2018 | B | -13 | 47 |
| | | | |
| theoretisch wenselijk aantal hotelkamers eind 2018 | A+B | 770 | 830 |
| | | | |
| totale ruimte voor extra hotelkamers | B | -13 | 47 |
| vrijwel zekere nieuwbouwplannen hotels ISW-regio | C | 9 | 9 |
| theoretische ruimte voor nieuwe initiatieven tot 2018 | D=B-C | -22 | 38 |

6.2.3 Marktruimte vakantiewoningen

Op dezelfde wijze als in de vorige paragraaf over hotels, kan de marktruimte voor vakantiewoningen worden bepaald. Dit aan de hand van de begrote groei van de vraagmarkt in paragraaf 5.4.2. Hier betreft het geen kamers/kamernachten maar slaappleatsen/overnachtingen.

De tabel hieronder laat zien dat de vraag weliswaar groeit van 146.000 overnachtingen naar 158.000 tot 165.900 overnachtingen, maar dat er daardoor toch geen marktruimte ontstaat. Dat komt omdat de huidige gemiddelde slaappleatsbezetting in de ISW-regio lager ligt dan de normatieve bezetting. Om de werkelijke bezetting op dat niveau te laten uitkomen, moet er een nog grotere groei van de vraag komen dan voorzien, of het aanbod zou omlaag moeten (er zijn – theoretisch – 96 tot 156 slaappleatsen, ofwel 20 tot 30 woningen, teveel in de regio).

| ISW-REGIO - VAKANTIEWONINGEN | BEHOUDEND SCEN. | | OPTIMISTISCH SCEN. | |
|---|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| | aantal slaappleatsen | aantal overnachtingen | aantal slaappleatsen | aantal overnachtingen |
| Actuele situatie ISW-regio | 1396 | 146.000 | 1.396 | 146.000 |
| voorzien groei vraagmarkt per jaar | | 1,3% | | 2,2% |
| voorzien groei vraagmarkt hele periode 2013-2018 | | 8,2% | | 13,6% |
| situatie bij normatieve slaappleatsbezetting van 35% | 1.240 | 158.000 | 1.300 | 165.900 |
| mogelijke toename slaappleatsen en overnachtingen t.o.v. eind 2013 o.b.v. autonome groei vraagmarkt | -156 | 12.000 | -96 | 19.900 |
| extra overnachtingen in 2018 door 'eigen markt' nieuwe vakantiewoningen (0% BB) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| gecorrigeerde situatie, bij normatieve BB 35% | 1.240 | 158.000 | 1.300 | 165.900 |
| Totale groei overnachtingen t.o.v. 2013 | | 12.000 | | 19.900 |
| mogelijke toename aantal slaappleatsen | -156 | | -96 | |

6.2 Marktruimte per sector

Ondanks de negatieve marktruimte is er in de ISW-regio een vrijwel zeker bouwplan voor 250 nieuwe slaapplekken (50 woningen, plan Slobbe-land, Gouwzeepark). Als dit bouwplan gerealiseerd wordt, wordt de situatie nog negatiever, zoals blijkt uit de tabel op de volgende pagina. Dat is helemaal het geval als ook het plan in Uitdam (Landal) zou worden gerealiseerd, met 250 woningen.

Hier botsen echter theorie en praktijk. Er is één middelgroot vakantiepark in de regio, dat op basis van statistieken blijkbaar onder de normatieve bezetting draait. Vanwege dat ene gegeven zou de komende jaren de hele vakantiewoningenmarkt 'op slot' moeten worden gezet. De vraag is of dat realistisch is. De benchmark toont aan dat de ISW-regio een klein aanbod vakantiewoningen heeft. Het is ook bij uitstek een markt die op eigen kracht bezoekers trekt, los van specifieke ontwikkelingen in de regio.

In hoofdstuk 7 komen wij erop terug wat dit kan betekenen voor de marktruimte voor vakantiewoningen in de ISW-regio.

| ISW-REGIO - VAKANTIEWONINGEN | | Aantal slaapplekken | |
|--|--------------|---------------------|-----------------------|
| | | Behoudend scenario | Optimistisch scenario |
| aantal slaapplekken eind 2013 | A | 1396 | 1.396 |
| ruimte in de markt voor extra slaapplekken tot 2018 | | | |
| 1. door autonome groei vraagmarkt | | -156 | -96 |
| 2. door extra vraag vanuit nieuwe slaapplekken | | 0 | 0 |
| totale ruimte voor extra slaapplekken tot 2018 | B | -156 | -96 |
| | | | |
| theoretisch wenselijk aantal slaapplekken eind 2018 | A+B | 1.240 | 1.300 |
| | | | |
| totale ruimte voor extra slaapplekken | B | -156 | -96 |
| vrijwel zekere nieuwbouwplannen slaapplekken | C | 250 | 250 |
| theoretische ruimte voor nieuwe initiatieven tot 2018 | D=B-C | -406 | -346 |

6.2.4 Marktruimte campings

Ook hier hanteren wij de methode uit de vorige paragrafen, aan de hand van de begrote groei van de vraagmarkt in paragraaf 5.4.3. Doordat een negatieve groei wordt verwacht, daalt de vraag groeit van 83.700 naar 76.800 tot 80.800 overnachtingen. Desalniettemin is in het optimistische scenario toch een kleine groei mogelijk van 92 slaapplekken (circa 18 standplaatsen), omdat de bezetting in de regio iets boven de normatieve bezetting ligt. Maar feitelijk is het een zeer marginale marktruimte.

| ISW-REGIO - CAMPINGS | BEHOUDEND SCEN. | | OPTIMISTISCH SCEN. | |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
| | aantal slaapplekken | aantal overnachtingen | aantal slaapplekken | aantal overnachtingen |
| Actuele situatie ISW-regio | 3948 | 83.700 | 3.948 | 83.700 |
| voorzien groei vraagmarkt per jaar | | -1,4% | | -0,6% |
| voorzien groei vraagmarkt hele periode 2013-2018 | | -8,2% | | -3,5% |
| situatie bij normatieve slaapplekkenbezetting van 35% | 3.840 | 76.800 | 4.040 | 80.800 |
| mogelijke toename slaapplekken en overnachtingen t.o.v. eind 2013 o.b.v. autonome groei vraagmarkt | -108 | -6.900 | 92 | -2.900 |
| extra overnachtingen in 2018 door 'eigen markt' nieuwe vakantiewoningen (0% BB) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| gecorrigeerde situatie, bij normatieve BB 35% | 3.840 | 76.800 | 4.040 | 80.800 |
| Totale groei overnachtingen t.o.v. 2013 | | -6.900 | | -2.900 |
| mogelijke toename aantal slaapplekken | -108 | | 92 | |

In de regio zijn slechts twee zeer kleine uitbreidingsplannen die wij een hoge kans van realisatie toedichten. Deze zouden circa 50 slaapplekken aan de markt toevoegen. Dan ontstaat de situatie zoals blijkt uit de tabel op de volgende pagina.

6.2 Marktruimte per sector

| ISW-REGIO - CAMPINGS | | Aantal slaapplekken | |
|--|--------------|---------------------|-----------------------|
| | | Behoudend scenario | Optimistisch scenario |
| aantal slaapplekken eind 2013 | A | 3948 | 3.948 |
| ruimte in de markt voor extra slaapplekken tot 2018 | | | |
| 1. door autonome groei vraagmarkt | | -108 | 92 |
| 2. door extra vraag vanuit nieuwe slaapplekken | | 0 | 0 |
| totale ruimte voor extra slaapplekken tot 2018 | B | -108 | 92 |
| | | | |
| theoretisch wenselijk aantal slaapplekken eind 2018 | A+B | 3.840 | 4.040 |
| | | | |
| totale ruimte voor extra slaapplekken | B | -108 | 92 |
| vrijwel zekere nieuwbouwplannen slaapplekken | C | 50 | 50 |
| theoretische ruimte voor nieuwe initiatieven tot 2018 | D=B-C | -158 | 42 |

In hoofdstuk 7 komen wij erop terug wat dit kan betekenen voor de marktruimte voor campings in de ISW-regio.

6.2.5 Samenvatting marktruimte verblijfsaccommodaties

Uit voorgaande hoofdstukken blijkt in grote lijnen het volgende:

- In de **hotelmarkt** is tot 2018 marktruimte voor maximaal zo'n 50 nieuwe kamers in het optimistische scenario. Op grond van het behoudende scenario is er geen sprake van marktruimte (het aanbod is circa 10 kamers groter dan de toekomstige markt aan kan). Het aantal nieuwe kamers in bouwplannen dat vrijwel zeker aan de markt wordt toegevoegd is beperkt (9). Hierdoor loopt – theoretisch – in het behoudende scenario het overaanbod op tot afgerond 20 kamers. In het optimistische scenario is daarentegen nog ruimte voor circa 40 hotelkamers extra.
- Bij de **vakantiewoningen** is al zonder nieuwbouwplannen sprake van een negatieve marktruimte. Dat komt echter volledig doordat de huidige woningen slechter bezet zijn dan de normatieve bezetting. Het is de vraag of het relatief kleine huidige aanbod zoveel invloed kan hebben dat dit segment de komende jaren 'op slot' moet gaan.
- In de **campingmarkt** is min of meer sprake van evenwicht. De vraagmarkt zal naar verwachting krimpen, maar de huidige bezetting ligt nog iets boven de normatieve bezetting, waardoor de situatie niet direct zal verslechteren. Er is echter slechts zeer weinig marktruimte voor uitbreiding.



7. Beleidsaanbevelingen

7.1 Beleidsaanbevelingen hotelaanbod

7.1 Beleidsaanbevelingen hotelaanbod

Tijdelijk overdimensionering toelaten

In paragraaf 6.2.2 is geconstateerd dat de marktruimte voor nieuwe hotelkamers in de regio Waterland gering is. Bij de aanbodanalyse werd vastgesteld dat het aanbod in de regio grotendeels evenwichtig is. Het aanbod in het segment kwalitatief hoogwaardig en modern blijkt echter beperkt en ook is een deel van het hotelaanbod enigszins gedateerd. De ontwikkeling heeft als het ware een aantal jaren stilgestaan.

Om die reden kan het nuttig zijn om (tijdelijk) overdimensionering in de hotelplanning toe te laten (lees: extra marktruimte geven). Dit maakt het mogelijk om hele specifieke hotelplannen toe te kunnen laten. Denk bijvoorbeeld aan niche hotels met een sterke eigen vraagmarkt. Of hotels op bepaalde plekken in de regio waar vestiging van een hotel van grote waarde is voor de locatieontwikkeling. Deze plannen/aanvragen moeten dan wel aan een aantal voorwaarden voldoen (zie verderop), en de totale omvang van deze plannen, indien toegelaten, dient begrenst te worden.

Een dergelijke benadering sluit ook aan bij de binnen MRA-verband opgestelde Regionale Hotelstrategie 2016-2022. Daarin is onder andere opgenomen dat in het MRA-gebied ruimte moet zijn voor hotels die meerwaarde vormen voor de (leef)omgeving, voor unieke concepten die kwaliteit toevoegen aan het hotelaanbod. In de strategie worden instrumenten voorgesteld om hier gericht op te sturen. Daar komen wij later in deze paragraaf op terug.

Wij stellen de regio voor om de komende vier jaar plannen te faciliteren tot een totaal van maximaal 200 kamers. Dat is circa +25% ten opzichte van het huidige aanbod. Bestaande plannen die juridisch-planologisch al een 'point of no return' zijn gepasseerd, gaan van deze planvoorraad van 200 kamers af, op het moment dat realisatie 100% zeker is. Waar dat nog

mogelijk is, moeten bestaande plannen worden getoetst aan het voorgestelde beoordelingskader. Als ze aan de doelstelling van het verbeteren van het hotelaanbod bijdragen en de extra marktruimte nog niet is benut, werken de gemeenten mee binnen hun bevoegdheden. Indien een plan daar niet aan bijdraagt, is het raadzaam om geen vergunning te verstrekken c.q. niet mee te werken aan realisatie. Dit sluit aan bij de benadering volgens de zogenaamde hotelladder, zoals opgenomen in de voornoemde hotelstrategie voor de MRA.

Waar het nieuwe aanbod kan komen, zou op regionaal niveau moeten worden afgestemd. We beseffen dat dit niet afdwingbaar is aangezien gemeenten autonoom zijn om binnen ruimtelijke kaders (op lokaal niveau of provincieniveau vastgesteld) hun eigen afwegingen te maken. Maar de regio is er bijvoorbeeld niet bij gebaat als de gehele marktruimte voor de ISW-regio zou worden 'opgeslokt' door twee hotelplannen langs de A7 in Wormerland. Toeristisch schiet het grootste deel van de regio daar in ieder geval weinig mee op. Wij raden de gemeenten binnen de ISW-regio aan om gezamenlijk, op basis van dit onderzoek en eigen plannen binnen de gemeenten, een kanskaart op te stellen. Dit onderdeel uit de MRA-hotelstrategie gaat om het aanwijzen van gebieden waar gemeenten bij voorkeur hotelontwikkelingen zien. De kanskaart sluit geen gebieden uit, maar 'kansengebieden' hebben wel 'een streepje voor'.

Toetsingskader voor toevoegingen aan de markt

In de MRA-hotelstrategie wordt de regionale hotelladder geïntroduceerd, een instrument om hotelinitiatieven te toetsen. Een van de uitgangspunten daarbij is "dat er voor concepten met een vernieuwende en toegevoegde waarde altijd ruimte zou moeten zijn".* De hotelladder kent vier treden (zie volgende pagina). Een regionaal adviesteam kan gemeenten bijstaan bij het toepassen van de hotelladder.

7.1 Beleidsaanbevelingen hotelaanbod

- Trede 1: Voegt het initiatief iets toe aan het bestaande aanbod en zijn omgeving?
- Trede 2: Ligt het initiatief in een kansengebied?
- Trede 3: Is er sprake van transformatie? (herontwikkelingen of sloop + nieuwbouw hebben de voorkeur boven nieuwbouw)
- Trede 4: Voldoet het initiatief aan de ruimtelijke en kwalitatieve criteria?

Hieronder formuleren wij een aantal criteria die aansluiten bij trede 4 van de hotelladder. Eventueel kan de ISW-regio, of een individuele gemeente, naar eigen behoefte nog criteria toevoegen op basis van de hotelladder.

Plannen worden positief beoordeeld – tot zover er marktruimte is – als ze voldoen aan onderstaande criteria.

- Bijzonder karakter, op alle drie of tenminste twee (keuze maken) van onderstaande aspecten:
 - Pand: gebruik historisch pand, of juist bijzondere nieuwbouw;
 - Concept: onderscheidend, uitzonderlijk;
 - Aanvullende voorzieningen, onderscheidend en van voldoende omvang, waardoor het eigen doelgroepen trekt die dit niet in andere hotels in de regio kunnen vinden.
- Flankerend beleid: de gemeente waar het initiatief valt, dient beleid te hebben geformuleerd waarin groei van het hotelaanbod opgenomen is. Bovendien dient de gemeente een actief toeristisch promotiebeleid te hebben, bij voorkeur afgestemd met andere gemeenten in de regio.
- Stedenbouwkundige criteria: op gemeenteniveau nader vast te stellen.
- Locaties: liggend in een kansengebied (op gemeenteniveau, in overleg met de ISW-regio, nader vast te stellen).
- Een onderbouwing van de initiatiefnemer, waarom hij/zij van mening is dat de hotelontwikkeling extra vraag naar de regio trekt.

De criteria zullen verder moeten worden uitgewerkt en zo concreet en meetbaar mogelijk worden gemaakt. Toetsing zal zowel bij nieuwe initiatieven als bij uitbreiding van bestaande hotels worden toegepast. Binnen de ISW dient onderlinge afstemming van de toetsingsresultaten, van de mutaties in het aanbod en van de resterende marktruimte plaats te vinden.

Regionaal adviesteam

Zoals vermeld, biedt het MRA-hotelbeleid de gemeenten binnen het MRA-gebied de mogelijkheid gebruik te maken van een regionaal adviesteam. Wij raden de ISW-regio aan dit team te betrekken bij het vaststellen van het eigen hotelbeleid als onderdeel van het accommodatiebeleid.



7.2 Beleidsaanbevelingen vakantieparken

7.2 Beleidsaanbevelingen vakantieparken

Ondanks negatieve marktruimte, specifieke uitbreiding toestaan

In paragraaf 6.2.3 is geconstateerd dat er een negatieve marktruimte is voor nieuwe vakantiehuizen. We hebben daar ook opgemerkt dat, gezien het kleine huidige aanbod (één middelgroot park en enkele losse woningen), de gehanteerde methodiek feitelijk te theoretisch is. Eén park dat blijkbaar beneden de normatieve bezetting draait, zou daarmee de markt 'op slot' zetten.

Juist in de sector vakantiehuizen geldt echter dat aanbod vraag creëert. Al wil dat niet zeggen dat je de markttrends kunt negeren en zomaar vakantiehuizen bij zou kunnen bouwen. Voor dit segment geldt:

- Door het seizoenpatroon en het grote aanbod in Nederland is het lastig om rendabel te draaien;
- Om te kunnen renderen is een bovengemiddelde bezetting nodig;
- Dat lukt alleen met een combinatie van de volgende voorwaarden:
 - hoogwaardige voorzieningen (ook centrumvoorzieningen);
 - sterke marketing/marktpositie (wat eigenlijk alleen door ketens kan worden gerealiseerd)*
 - een voldoende grote schaal (t.b.v. centrumvoorzieningen)

Nieuwe parken die aan deze voorwaarden voldoen, zouden naar ons idee de kans moeten krijgen zich te vestigen in de regio. De beoordeling of een nieuw plan hieraan voldoet, moet in samenhang met deze drie voorwaarden gebeuren. Deze zouden op regioniveau of per gemeente SMART moeten worden gemaakt.

Nieuw grootschalig park versterkt dag- en verblijfsrecreatie in de regio

Qua aantal zou je vooralsnog uit kunnen gaan van zo'n 250-500 nieuwe woningen. Maar zelfs als een groter plan zich aandient, zou de regio naar onze mening daar in principe positief naar moeten kijken, mits kritisch naar de genoemde criteria/voorwaarden wordt gekeken.

De komst van een nieuw, groot vakantiepark zou in onze ogen niet of slechts beperkt concurrerend zijn voor het bestaande aanbod in de regio, want:

- Het zorgt voor diversificatie van het aanbod, qua niveau en prijsklasse. Nu is er alleen Roompot Marinapark; als Uitdam/Landal erbij komt, dan voegt dat een nieuwe 'smaak' toe aan de markt. Stel dat Center Parcs zich in de regio zou willen vestigen, dan komt er ook een aanbieder aan de bovenkant van de markt bij. Het gebied wordt daarmee alleen maar aantrekkelijker voor verblijfstoeristen.
- De komst van een grootschalig park zou zorgen voor een beter draagvlak voor nieuwe dagattracties of dagrecreatievoorzieningen. Zie bijvoorbeeld de combinatie van Center Parcs De Huttenheugte en de attractie Plopsa Indoor in Zuidoost Drenthe. Dit zou ook goed zijn voor bestaande verblijfsaccommodaties in de regio.
- Stel dat een park à la Center Parcs in de regio komt, dan biedt een dergelijk park zelf ook dagrecreatieve voorzieningen voor de regio, zoals een Aqua Mundo of een klimpark.

7.3 Beleidsaanbevelingen campings

7.3 Beleidsaanbevelingen campings

Schaalvergroting toestaan om vernieuwing mogelijk te maken

In paragraaf 6.2.4 is geconstateerd dat er een zeer marginale marktruimte is voor nieuwe campings in de regio. Bovendien is, in tegenstelling tot de hotelmarkt en vakantiewoningenmarkt, in de campingmarkt sprake van een neerwaartse vraag (krimpmarkt).

Om die reden zijn wij, om te voorkomen dat de bestaande campings het nog moeilijker krijgen, voorstander om alleen aan *bestaande* campings ruimte te geven om te vernieuwen en eventueel ook om te groeien. Om te kunnen vernieuwen kan namelijk schaalvergroting onvermijdelijk zijn. Wij stellen voor om bestaande bedrijven toe te staan om uit te breiden met maximaal 100% van hun huidige capaciteit aan toeristische standplaatsen, dus maximaal een verdubbeling daarvan. Daarbij zou ook nog een absoluut maximum kunnen worden gehanteerd (bijvoorbeeld maximaal 50 toeristische plaatsen). Deze regeling zou ook kunnen gelden voor bedrijfsverplaatsing, onder de voorwaarde dat de oude locatie niet meer beschikbaar blijft voor verblijfsaccommodaties (in ieder geval niet voor een camping).

In aanvulling hierop zou, om de sector 'ademruimte' te geven, gedeeltelijke 'verstening' kunnen worden toestaan voor bestaande campings, als dat hun overlevingskans vergroot. Maar dan alleen in aanvulling op een upgrade van de camping en passend binnen normen voor kleinschalige initiatieven (zie verderop). Of het zou moeten voldoen aan de in 7.2 genoemde voorwaarden voor toelating van een nieuw vakantiepark.

Wanneer een camping (noodgedwongen) sluit, ontstaat er marktruimte voor een nieuwe camping, binnen de gemeente of elders in de regio. Een nieuwe camping zou in dat geval zich volledig moeten richten op verhuur van toeristische plaatsen.

Ook beperkte groeimogelijkheid voor kleinschalige initiatieven

Naast de hiervoor genoemde ruimte voor bestaande campings, zouden – gezien de toenemende vraag naar vernieuwende producten binnen de campingsector – ook nieuw initiatieven kunnen worden toegestaan die innovatief zijn of bepaalde niches bedienen, zoals glamping, een boerencamping of een kleine ecologische camping met vernieuwende aanverwante verblijfsvormen zoals Greenhouses of Hermit Houses.* Daarbij zou naar onze mening wel een ruimtelijk toetsingskader moeten gelden, bijvoorbeeld:

- Maximaal 20 standplaatsen per vestiging, met totaal in een beleidsperiode (vier jaar?) maximaal 100 standplaatsen in de regio;
- Alleen toeristische standplaatsen. Dit biedt meer spin-off naar de regio en meer draagvlak voor dagattracties dan vaste standplaatsen.

De invulling kan per gemeente verschillen, waarbij het – net als bij de hotelmarkt – van belang is dat binnen de gemeente die een dergelijk initiatief toestaat, sprake is van flankerend beleid met betrekking tot verblijfstoerisme en toeristische promotie (zie paragraaf 7.1).

7.4 Beleidsaanbevelingen flankerend

7.4.1 Beleidsaanbevelingen accommodatie-gerelateerd

Camperplaatsen

De campermarkt is te klein om daar marktruimteberekeningen op los te laten. Maar het is wel een groeimarkt, en meer aanbod in dit segment draagt ook bij aan verbreding en versterking van het toeristisch-recreatieve product binnen de regio. Omdat het niet om grote aantallen en omvangrijke bestedingen gaat, is stimulerend beleid in onze ogen niet per se nodig is. Beleid zal zich, zoals ook nu veelal het geval is, vooral richten op voorkoming van overlast, bijvoorbeeld door wildparkeren.

Campers zouden in principe van gereguleerde camperplaatsen gebruik moeten maken. Indien er op een bepaalde locatie sprake is van structurele overlast door 'wildcamperaars', dan dient in eerste instantie gekeken te worden naar mogelijke oplossingen door middel van het aanbieden van locaties door de private sector. Mocht dit niet tot een oplossing leiden, dan kan alsnog door de gemeente in kwestie besloten worden om zelf camperplaatsen aan te leggen. Om oneerlijke prijsconcurrentie te voorkomen is het hierbij wel aan te bevelen dat voor de camperplaatsen tarieven worden gehanteerd die in lijn zijn met de tarieven voor commerciële camperplaatsen elders in de regio.

Voor het realiseren van nieuwe camperplaatsen, zou de voorkeur moeten uitgaan naar plaatsen bij bestaande verblijfsaccommodaties. Daardoor kan er gebruik worden gemaakt van beschikbare voorzieningen zoals sanitaire voorzieningen, shops en horeca, zodat daarmee wederzijds synergie ontstaat. Nieuwe solitaire locaties zouden alleen moeten worden toegestaan als er voldoende basisvoorzieningen worden aangeboden en er een overnachtingsvergoeding kan worden gevraagd.

Aansluiting bij provinciale beleidsvoornemens

De provincie Noord-Holland is in een separaat traject aan het onderzoeken in hoeverre de provincie beleid moet voeren om het aanbod aan verblijfsaccommodaties te sturen, stimulerend en/of remmend. Dit traject is nog niet afgerond, maar de lijn die gevolgd lijkt te worden, is dat er vooral (of hooguit) zou moeten worden gestuurd op (verbetering van) kwaliteit, en dat dit vooral door de gemeenten (in regionaal verband) zou moeten gebeuren. De provincie lijkt in hoofdzaak een rol in te willen nemen om ondernemers te 'verleiden' om te werken aan kwaliteitsverbetering. Hierbij wordt onder meer gedacht aan het aanbieden van een subsidieprogramma dat gericht is op (her)structurering.

Hoe dan ook zullen de te nemen beleidsmaatregelen door gemeenten, regio en provincie op elkaar moeten worden afgestemd. Die afstemming valt buiten het kader van dit onderzoek.

Actieve acquisitie

Sommige gemeenten voeren een actief acquisitiebeleid om verblijfsaccommodaties naar hun gemeente te trekken, zoals Purmerend met betrekking tot nieuwe hotels. Ook Landsmeer heeft plannen om de markt actief te benaderen: de gemeente wil een prijsvraag uitschrijven voor de ontwikkeling van een hotel langs de A10, tussen het Twiske in het westen en de Gouwe in het oosten.

Die actieve acquisitie is prima, zolang dit niet leidt tot concurrentie tussen gemeenten binnen de regio. Dit soort activiteiten zouden onderling moeten worden afgestemd, zodat elke gemeente (die dat wil) op zoek gaat naar specifieke markten/marktpartijen die aansluiten bij hun verblijfsaccommodatiebeleid. Belangrijk daarbij is dat de 'loketfunctie' goed op orde is, en dat er (globaal) is vastgelegd op welke doelgroepen de gemeente zich zou willen richten, en welke schaal aan voorzieningen mogelijk of gewenst is.

7.4 Beleidsaanbevelingen flankerend

Aandacht voor beeldkwaliteit en kansen langs de kustlijn

Er lijkt in de regio angst te bestaan dat teveel landbouwgrond c.q. landschap verloren gaat aan verblijfsrecreatie. Aangezien momenteel slechts 0,14% van de grond in de regio hiervoor wordt gebruikt, lijkt die angst niet helemaal terecht. Tegelijkertijd moet er op locatieniveau wel aandacht blijven voor ruimtelijke kwaliteit c.q. beeldkwaliteit. Op gemeentenniveau zal dit moeten worden vastgesteld, onder andere met betrekking tot bouwhoogten, zichtlijnen (vanaf de openbare weg), inrichting van de terreinen en van de openbare ruimte rondom de voorziening.

Tenslotte raden wij aan te voorkomen dat de kustlijn helemaal wordt afgesloten voor ontwikkeling van verblijfsaccommodaties. Dat is juist een *unique selling point* voor de regio Waterland. In het beleid met betrekking tot het Markermeer/IJmeer (TBES) wordt juist gestreefd naar meer recreatief gebruik van de kustlijn. De afbeelding hiernaast laat bijvoorbeeld zien wat er mogelijk is als het gaat om verblijfsrecreatief gebruik van een kustlijn.

7.4.2 Beleidsaanbevelingen flankerend beleid

Blijf investeren in regionale promotie

Eerder in dit rapport is het belang van collectieve promotie van de ISW-regio benadrukt, waar nodig afgestemd op bovenregionale activiteiten (zoals het programma Amsterdam Bezoeken, Holland Zien). Een strategisch toeristisch beleids- of actieplan voor de regio als geheel kan daar aan bijdragen. Het versterken van collectieve regiopromotie is met name van belang gezien de terugval van de vraag buiten de zomermaanden en de toenemende concurrentie uit Amsterdam. De regio zal dan ook moeten blijven investeren in regionale promotie, al dan niet via Bureau Toerisme Laag Holland. Specifiek zal er blijvend aandacht moeten worden besteed aan de Nederlandse markt, aangezien dit voor de ISW-regio de belangrijkste herkomstmarkt is.

Stimuleer de komst van slechtweerattracties

Een van de geconstateerde knelpunten in de ISW-regio, en breder in geheel Noord-Holland boven het Noordzeekanaal, is het vrijwel ontbreken van slechtweerattracties. Dit is een van de oorzaken voor de onevenwichtige spreiding van overnachtingen in de regio over het jaar. Waar mogelijk zullen gemeenten in de regio, maar ook de provincie, de komst van dergelijke attracties moeten stimuleren.

Blijven werken aan bereikbaarheid

Geconstateerd is dat het (groeps)toerisme hinder ondervindt van de niet-optimale bereikbaarheid van de regio. Er worden infrastructurele ingrepen uitgevoerd binnen het provinciale project Bereikbaar Waterland (verbetering van de bereikbaarheid van de regio voor openbaar vervoer, autoverkeer en voor fietsverkeer). Maar ook de gemeenten binnen de regio en waar mogelijk de verblijfsaccommodaties zelf zullen hier actief aan moeten (blijven) werken, bijvoorbeeld met betrekking tot parkeervoorzieningen voor touringcars.



Hotel Palafitte - Meer van Neuchâtel (CH). Foto © Tambako via Flickr.

Colofon

De volgende personen hebben bijgedragen aan de totstandkoming van deze rapportage:

Intergemeentelijk Samenwerkingsorgaan Waterland

Marcella Wiffrie, gemeente Edam-Volendam

Harry Buseman, gemeente Purmerend

Linda Demmers, gemeente Waterland

In samenwerking met gemeenten Beemster, Landsmeer, Wormerland en Zeevang.

Onderzoeksteam

Erik Grootscholte, LAGroup

Geer Schakel, LAGroup

Birte Querl, LAGroup

Amsterdam, 18 april 2014

De in dit rapport gehanteerde foto's zijn verkregen via Flickr.com en vallen onder de creative commons licentie. Deze kunnen dus vrijelijk gebruikt worden, mits er sprake is van bronvermelding. Uitzondering hierop vormen de foto's waar geen bron bij vermeld is. Van deze foto's is niet onderzocht of er beeldrecht op bestaat. Dit rapport is in principe alleen bedoeld voor intern gebruik. Mocht dit rapport of de daarin opgenomen beelden toch worden gebruikt voor externe doeleinden, dan dienen de foto's zonder bronvermelding niet gebruikt te worden.



LAGroup

Postbus 1558
1000 BN Amsterdam

T +31 (0)20 550 20 20
consult@LAGroup.nl
www.LAGroup.nl

Bijlage 1 - Geraadpleegde literatuur

- Actieplan toerisme 2011 - 2015, gemeente Purmerend, juli 2011
- Actualisatie Regionaal Hotelbeleid Metropoolregio Amsterdam (MRA), Buck Consultants International/Horwath i.o.v. Metropoolregio Amsterdam, 2013
- Beemstermaat, Structuurvisie van de gemeente Beemster, gemeente Beemster, 2012.
- Bestemmingsplan Landelijk Gebied, gemeente Wormerland, 2007
- Brancheinformatie De Bed&Breakfast sector en De Hotelsector, Van Spronsen, 2010
- Diverse toeristische trendrapportages en artikelen verblijfsrecreatieve markt, ZKA
- Economisch Actieplan Regio Waterland 2009-2013, Kamer van Koophandel Noordwest-Holland, september 2009
- Feiten en Cijfers, Databank Bedrijfschap Horeca & Catering
- Gegevens toeristenbelasting zoals verstrekt door gemeenten regio Waterland, 2013
- Hosta 2013, The Benelux Hotel Industry, 36th edition, Horwath, 2013
- Juniraming 2012, De Nederlandse economie tot en met 2017, inclusief Begrotingsakkoord 2013, CPB
- Kernwaarden/onderzoeksresultaten van gemeente Waterland (uit Toeristisch Promotieplan Gemeente Waterland 2007-2010 en Bezoekersonderzoek uit 2008, samenvatting), zonder jaartal
- Macro-Economische Verkenningen 2014, CPB
- Noord-Holland in Cijfers, Databank provincie Noord-Holland
- Nota toerisme 2011 - 2020, gemeente Purmerend, november 2010
- Nota toerisme en recreatie Zeevang 2012-2015, Zeevang, Zee van ruimte, Gemeente Zeevang, augustus 2012
- Notitie 'Grenzen aan het Hotelbeleid, aanvullingen op het Hotelbeleid Binnenstad 2012-2015', gemeente Amsterdam, 2013
- Onderzoek Bed & Breakfast in Nederland, Bed & Breakfast Nederland, 2012
- Onderzoek markt voor 'Glamping', touroperator Suncamp Holidays, 2013
- Regiovisie Waterland 2040 - Vitaal met karakter, RBOI i.o.v. ISW, 2009
- Structuurplan Wormerland, beleidsvisie voor vitaal en duurzaam groen Wormerland, gemeente Wormerland, vastgesteld 19 november 2002
- Structuurvisie 'Purmerend van groei naar bloei' 2005-2020
- Toekomst van de binnenlandse vakantiemarkt, Na regen komt.....?, Kees van der Most, NBTC-NIPO research, 2011
- Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025, NBTC, 2013
- Toekomstvisie 'Visie op Landsmeer in 2025, Berenschot i.o.v. gemeente Landsmeer, 2013 - conceptversie, diverse websites.
- Toerisme en Recreatie in Cijfers 2013, NBTC/CBS, 2013
- Toeristisch promotieplan Gemeente Waterland 2007 – 2010, Gemeente Waterland, in samenwerking met Amsterdam Leisure Consultancy, december 2006
- Toeristische visie Edam-Volendam, Op weg naar meer kwaliteit en bijbehorend uitvoeringsprogramma (beide in conceptvorm), Gemeente Edam-Volendam, februari 2013
- Tussenbericht stand van zaken uitvoering actieplan toerisme 2011-2015, gemeente Purmerend, november 2012
- Vakantiecentra, Rabobank Feiten en Cijfers, 2014
- Visie op verblijfsaccommodaties Zandvoort, Grontmij i.o.v. gemeente Zandvoort, 2013
- Visiedocument Centrumgebied Edam, gemeente Edam-Volendam, oktober 2010
- Vraag en Aanbod Vrijetijdsvoorzieningen Noord-Holland, Royal Haskoning/DHV i.o.v. provincie Noord-Holland, 2013
- Waterland Bezoekersprofiel 2009, bezoekersonderzoek gemeente Waterland, ATCB, 2009

Bijlage 2 - Geraadpleegde personen

Begeleidingsgroep

1. Marcella Wiffrie, gemeente Edam-Volendam
2. Harry Buseman, gemeente Purmerend
3. Linda Demmers, gemeente Waterland

Andere betrokken ambtenaren/bestuurders

3. Sonja van Zuilen-Ursem, gemeente Zeevang
4. Ward Hilboezen, OVER-gemeenten (gemeente Wormerland)
5. Wethouder Berent Daan, gemeente Purmerend
6. Wethouder Franke Doting, gemeente Landsmeer

Ondernemers en andere belanghebbenden

8. Eveline Colijn, Fort Resort Beemster
9. Evert Schilder, Best Western Hotel Spaander
10. Henk Rietberg, Camping In het Fruit
11. Ineke Kappers, SVR Camping De Zeevangshoeve
12. Jeannet de Ruijter, Van der Valk Hotel Volendam
13. Jeroen Leek, Lake Land Hotel
14. Jouke Kuipers, Van der Valk Hotel Purmerend
15. Louis Meerman, Camping Strandbad Edam
16. Mardiek Voorneveld, Bureau Toerisme Laag Holland
17. Marion Kooijman, Best Western Hotel Spaander
18. Monique van der Stappen, Roompot Marinapark Volendam
19. Paul Folgers, Kamer van Koophandel Noordwest-Holland
20. Suzanne Rozema, Hotel Burggolf Purmerend
21. Wim Zoet, Camping Uitdam

Touroperators

22. Annemieke Huijse, Holland Destination Management
23. Douwe de Jong, Tumlare Destination Management
24. Esther Lubbers, Tours & Tickets/Lindbergh Tours
25. Herman Barbiers, Holland Incoming
26. Robert van Duuren, Marken Express

Bijlage 3 - Camperplaatsen regio Waterland

De onderstaande tabel geeft een overzicht van door de Nederlandse Kampeerauto Club aangewezen officiële camperplaatsen in de regio Waterland. Naast het aanbod in de tabel gebruiken eigenaren van campers ook regelmatig niet officieel aangewezen locaties en/of verblijven zij op campings.

| Nr. | Naam | Adres | Plaats | Gemeente | Totaal aantal standplaatsen |
|-----|-----------------------------|-------------------|--------------|---------------|-----------------------------|
| 1 | Jachthaven Waterland | Galgeriet 5 | Monnickendam | Waterland | 5 |
| 2 | Roompot Marinapark Volendam | De Pieterman 1131 | Volendam | Edam/Volendam | 35 |
| 3 | Parking Recreatie knooppunt | Hoornse Jaagweg 2 | Oosthuizen | Zeevang | 2 |
| 4 | Camperplaats Bolwerk | Nieuwstraat 9 | Purmerend | Purmerend | 5 |
| 5 | Kaasboerderij Simonehoeve | Wagenweg 2 | Katwoude | Waterland | 10 |
| 6 | Jachthaven Waterland | Galgeriet 5 | Monnickendam | Waterland | 5 |
| 7 | Camping Hemmeland | Hemmeland 1 | Monnickendam | Waterland | 6 |
| 8 | Camping jachthaven Uitdam | Zeedijk 2 | Uitdam | Waterland | 15 |

Bron: inventarisatie opdrachtgever/Nederlandse Kampeerauto Club

Bewerking: LAgrou, 2013

Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente

b4.1 Gemeente Edam-Volendam



Voor de gemeente Edam-Volendam bestudeerden we de volgende documenten:

- Toeristische visie Edam-Volendam, Op weg naar meer kwaliteit (2013), concept, gemeente Edam-Volendam
- Visiedocument Centrumgebied Edam, 2010, gemeente Edam-Volendam.

Toeristisch profiel – kenmerken

Een belangrijk uitgangspunt bij de gemeente Edam-Volendam is dat het om één gemeente gaat met twee plaatsen die elk een eigen onderscheidend toeristisch product hebben. De sterke punten van de plaatsen zijn:

- Hoge naamsbekendheid (beide plaatsen)
- Imago van Volendam als Hollands vissersdorp
- Imago van Edam als 'kaasstad' (vooral bij buitenlandse bezoekers)
- Levendige en drukke sfeer (Volendam)
- Associatie met muziek/ 'paling sound' (Volendam)
- Sfeer en ambiance (Edam)
- Goed onderhouden monumenten (Edam)
- Ligging in omgeving met andere aantrekkelijke toeristische plaatsjes
- Ligging in Hollands polderlandschap.

Met het verschillende toeristisch product wordt ook rekening gehouden in het toeristische uitvoeringsprogramma. Bij Edam wordt ingezet op versterking van de bekendheid en aantrekkingskracht. Bij Volendam ligt de focus op het upgraden/moderniseren van het toeristische product. Daarnaast geldt dat bij de verdere toeristische ontwikkeling van de gemeente de focus eerder op kwaliteit ligt dan op kwantiteit.

Toeristisch profiel - ambitie

De doelstellingen betreffende het toerisme zijn de volgende:

Doelstelling 1: Langer vasthouden van dagtoeristen

Een interessant en aanvullend aanbod moet dagtoeristen verleiden om langer te blijven en daarbij mogelijk ook meer geld te besteden. Dit tracht men te bereiken door bijzondere en bij het profiel van de plaatsen passende evenementen, door het op een vernieuwende manier presenteren van het verhaal van het verleden, door de ontwikkeling van nieuwe producten geïnspireerd door de geschiedenis, gebruikmakend van de kwaliteiten van de twee plaatsen, en door in Volendam een meer divers (toeristisch) winkelaanbod te ontwikkelen. Een professionele marketing en promotie van de gemeente zorgt ervoor dat de (potentiële) dagtoeristen op een aansprekende en eigentijdse manier geïnformeerd worden over het toeristische aanbod.

Doelstelling 2: Verhogen van het aantal verblijfsbezoekers

Verblijfsstoeristen moeten redenen hebben om in Edam of Volendam te overnachten. Voor Edam zijn de beweegredenen anders dan voor Volendam. Edam biedt een betaalbaar verblijf in een fraaie historische en rustige omgeving, vlakbij Amsterdam. Volendam biedt daarentegen reuring (gezellige drukte) en sfeer. Ook streeft men een betere samenwerking en afstemming met de buurgemeenten na, waardoor het totaalaanbod voor de verblijfsbezoeker breder en meer divers wordt. Verder speelt ook bij het verblijfsstoerisme de professionalisering van de marketing en promotie voor de gemeente een belangrijke rol. Ten slotte kan een gedifferentieerde toeristenbelasting (verschil tussen soorten verblijfsaccommodaties en eventueel ook de hoogte van de toeristenbelasting) een kleine bijdrage zijn voor het aantrekken van meer verblijfsstoeristen of een langere verblijfsduur. In het Visiedocument Centrumgebied Edam wordt het creëren van extra overnachtingsmogelijkheden genoemd. Dit wordt niet verder toegelicht of uitgewerkt.

Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente

b4.2 Gemeente Purmerend



De relevante documenten voor Purmerend die we hebben bekeken, zijn:

- Nota toerisme 2011 - 2020, gemeente Purmerend, november 2010
- Actieplan toerisme 2011 - 2015, gemeente Purmerend, juli 2011
- Tussenbericht stand van zaken uitvoering actieplan toerisme 2011-2015, gemeente Purmerend, november 2012
- Structuurvisie 'Purmerend van groei naar bloei' 2005-2020, gemeente Purmerend.

Toeristisch profiel – kenmerken

De belangrijkste kenmerken van de gemeente Purmerend zijn:

- Purmerend is vooral interessant voor een dagverblijf
- Het aanbod overnachtingsmogelijkheden is zeer beperkt
- Purmerend kan profiteren van het toerisme in Amsterdam (binnen- en buitenlandse bezoekers)
- Ook watertoerisme is relevant: Hollands Kanaal en aan de ringvaarten rondom de voormalige droogmakerijen
- De cultuurhistorie van de marktplaats Purmerend in samenhang met het poldercultuurlandschap vormt de basis voor de toeristische ontwikkeling van Purmerend en het toegankelijk maken van die historie
- Ligging in het Nationaal landschap Laag Holland, een uniek natuurhistorisch gebied waarvan de Droogmakerij De Beemster en de Stelling van Amsterdam als Werelderfgoed te boek staan (Structuurvisie).

Toeristisch profiel - ambitie

Enkele doelstellingen uit Nota toerisme van de gemeente Purmerend zijn de volgende:

- Een langer verblijf van de huidige bezoekers
- Een verdrievoudiging van de capaciteit verblijfsaccommodaties in 2020

- Een groei van het aantal passanten pleziervaart met 20% van 1.370 overnachtingen naar 1.644 overnachtingen.

Uit de structuurvisie 'Purmerend van groei naar bloei' 2005-2020 worden ten aanzien van toerisme de volgende punten genoemd:

- Een camping in het Purmerbos
- Een vrijetijdspark/attractiepark
- In de sfeer van agro-toerisme een centrum voor streekproducten.

De toeristische toekomstvisie c.q. identiteit luidt: 'Purmerend, recreatiepoort tot Waterland/Laag Holland'. Ten aanzien van de accommodaties/uitbreiding van de capaciteit worden de volgende lange termijn doelstellingen geformuleerd:

- Logiesaccommodaties in de oude kern in de vorm van Bed & Breakfasts en een of meerdere kleinschalige sfeerhotels in monumentale panden.
- In de A7 zone een boulevard met een modern, architectonisch opvallend viersterrenhotel met vergaderaccommodatie, restaurant, terras aan het kanaal en aanlegplaatsen voor de pleziervaart.
- Nieuwe initiatieven van ondernemers voor een camping zal de gemeente steunen, als deze kansrijk zijn. Uit eerder onderzoek is echter gebleken dat de haalbaarheid van een kleinschalige camping beperkt is en er voor grootschalige campings in Purmerend geen ruimte beschikbaar is.
- Voorzieningen voor campers gekoppeld aan een camping en/of gekoppeld aan een openbare parkeerplaats kunnen niet gemist worden, volgens de toeristische visie Purmerend.

Purmerend richt zich op dagrecreanten (inwoners en toeristen) en op de (middel-)lange termijn steeds meer op verblijfstoeristen.

Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente

Tussenbericht stand van zaken uitvoering actieplan toerisme 2011-2015
(28-11-2012)

Ten aanzien van de verblijfsaccommodaties:

1. Campings en camperplaatsen

Voor camperplaatsen is een locatie in beeld. Een bestuursadvies is in voorbereiding en zal binnenkort ter besluitvorming aan B&W worden voorgelegd. Het is de bedoeling om op basis hiervan een aantal zaken nader uit te werken. Ook dient er nog overleg met de bewoners plaats te vinden.

Voor campings zijn geen concrete verzoeken van ondernemers binnengekomen. In het beleids- en actieplan is aangegeven dat de gemeente bereid is om eventuele verzoeken te faciliteren.

2. Hotelaccommodaties

Overleg met de 'hotelloods' van Amsterdam heeft weinig opgeleverd. Wel is er sprake van meer regionale samenwerking op het gebied van de hotelmarkt. De metropoolregio zal nader onderzoek doen naar de mogelijkheden voor nieuwe hotelvestigingen in de gehele regio.

3. Kleinschalige accommodaties (B&B)

In Purmerend zijn drie B&B's. Begin 2011 hebben de gemeenten Purmerend en Waterland een bijeenkomst georganiseerd voor eventuele ondernemers die een B&B zouden willen starten. Deze bijeenkomst heeft niet geleid tot concrete verzoeken. Wel is doorgedaan met het project 'Lekker Logeren'. Dit project beoogt niet alleen het starten van een B&B te stimuleren maar ook een netwerk te bieden voor bestaande en net gestarte B&B's. In de bedrijvenlunch toerisme is afgesproken dat er eens in het jaar een overleg met B&B's en hotels wordt ingepland. Doel van dit onderzoek is om informatie uit te wisselen over toerisme in Purmerend.



Koemarkt in Purmerend

Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente



b4.3 Gemeente Waterland

Voor het in beeld brengen van de toeristische context van de gemeente Waterland bestudeerden we de volgende documenten:

- Kernwaarden/onderzoeksresultaten van gemeente Waterland (uit Toeristisch Promotieplan Gemeente Waterland 2007-2010 en Bezoekersonderzoek uit 2008, samenvatting), 2007.
- Toeristisch promotieplan Gemeente Waterland 2007 – 2010, Gemeente Waterland, in samenwerking met Amsterdam Leisure Consultancy, december 2006.
- Waterland Bezoekersprofiel 2009, bezoekersonderzoek gemeente Waterland, ATCB, 2009.

Toeristisch profiel – kenmerken

De belangrijkste sterkten van het toeristisch product (volgens het toeristisch promotieplan):

- een absolute uniciteit in het gebied met grote bekendheid en een internationale trekker en must: het eiland Marken
- nabije ligging bij Amsterdam: grote internationale toeristische concentratie en grote bewonersconcentratie
- nabije ligging bij het IJsselmeer
- aantrekkelijk, uitgestrekt en gevarieerd groen landschap in combinatie met historische dorpjes en de grotere IJsselmeerstad Monnickendam (bekend vanwege watersport en historisch centrum met het oudst bespeelbare carillon van de wereld)
- de Gemeente Waterland wordt gezien als het “echte Holland” of “klein Holland”. Waterland sluit dan ook volledig aan bij het “clichébeeld” van Nederland dat heerst in het buitenland
- door de grote natuur- en cultuurhistorische waarden heeft het landschap veel recreatiemogelijkheden, zoals fietsen, wandelen en varen
- aanwezigheid goed recreatief routenetwerk en enige aantrekkelijke arrangementen in het gebied

- de goede bereikbaarheid, met de auto en het openbaar vervoer
- de rust van het buitengebied – niet door toeristen/bezoekers overlopen
- voldoende bijzondere cultuurhistorie (musea, kerken en monumenten), zowel in de kernen als in het landschap
- dichtst bij Amsterdam gelegen IJsselmeerstadje Monnickendam
- het mooie veenweide landschap
- de veelzijdigheid van het aanbod: natuur naast kleinschaligheid, naast stad en eiland



De volgende informatie is afkomstig uit het bezoekersonderzoek van de gemeente Waterland:

- Gemiddelde verblijfsduur dagbezoeker: 3,3 uur
- Gemiddelde verblijfsduur verblijfsbezoeker: 3,0 nachten
- Meest gebruikte accommodaties: boot, camping en hotel

Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente

Accommodatietype van verblijfsbezoekers

Waterland is geen typische vakantiebestemming voor verblijfsbezoekers, maar een belangrijk doel voor dagexcursies. De gemeente is hierdoor afhankelijk van het toerisme in de regio en de steden Amsterdam, Alkmaar en Haarlem.

De overwegende meerderheid (82%) van de bezoekers verblijft in commerciële accommodaties. Slechts 18% slaapt bij familie, vrienden of kennissen of in een eigen accommodatie. Vooral het land van herkomst geeft een duidelijk beeld van de accommodatiekeuze. Bijna 45% van de buitenlandse gasten in Waterland verblijft op een camping of in een hotel. De geïnterviewde Nederlandse gasten maakten geen gebruik van dit type accommodatie. Zij verbleven voornamelijk op een boot (77%) of in een niet-commerciële accommodatie, zoals een eigen accommodatie (11,5%) of bij familie, vrienden of kennissen (11,5%). Verder slaapt ook een hoog percentage (32%) van de buitenlanders op een boot.

b4.4 Gemeente Landsmeer*

Toeristisch profiel - kenmerken

- Kenmerkend voor Landsmeer: groen, waterrijk en landelijk.
- Gemeente fungeert met haar landelijk karakter en kleinschalige kernen (Den IJp, Purmerland en Landsmeer) als groene long c.q. gordel voor omringende stedelijke gebieden (Amsterdam, Zaanstad, Purmerend).
- Onderscheidend aanbod: Het IJperveld als beschermd en vrij rustig natuurgebied en het Twiske als recreatiegebied voor wat intensievere vormen van recreatie (waaronder evenementen) in het westen.
- De gemeente werkt via Bureau Toerisme Laag Holland en via programma's zoals "Amsterdam Bezoeken Holland Zien" aan het uitdragen van haar imago en het bereiken van de (dag)toerist.



- Het huidige aanbod aan verblijfsrecreatie is beperkt en profileert zich met name met de groene, rustige ligging én met de ligging nabij Amsterdam.

Toeristisch profiel - ambitie

- Recreatie en (verblijfs)toerisme was tot voor kort geen speerpunt van het gemeentelijk beleid. De gemeente wil hier echter meer op in gaan zetten. Onder meer in de in ontwikkeling zijnde Toekomstvisie Landsmeer zal de sector een belangrijkere positie krijgen.
- Verdere ontwikkeling van het (verblijfs)toeristisch-recreatieve aanbod is een wens. Te grote toeristische ontwikkelingen kan de gemeente (infrastructureel) echter niet aan en past niet bij het karakter. De nadruk ligt op meer kleinschalige ontwikkelingen, aansluitend op het karakter van Landsmeer en op de kernwaarden groen, waterrijk en landelijk.



Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente

b4.5 Gemeente Wormerland



Betreffende de gemeente Wormerland bestudeerden we de volgende documenten:

- Structuurplan Wormerland, beleidsvisie voor vitaal en duurzaam groen Wormerland, vastgesteld 19 november 2002
 - Bestemmingsplan Landelijk Gebied gemeente Wormerland, april 2007
- Recentere documenten, die relevant zijn voor toerisme, lijken niet te bestaan.

Toeristisch profiel - kenmerken

De belangrijkste sterkten van de gemeente Wormerland zijn (volgens het Structuurplan):

- Aanwezigheid van recreatief aantrekkelijk veenweidelandschap (natuur, water en weidsheid van het landschap)
- Het gebied leent zich voor extensieve (geluidsarme) dagrecreatievormen
- Excursiemogelijkheden in het Wormer- en Jisperveld
- Aanwezigheid van jachthavens.

Toeristisch profiel - ambitie

In het Bestemmingsplan Landelijk Gebied gemeente Wormerland, april 2007 worden onder de titel 'hoofdlijnen gemeentelijk beleid' ten aanzien van recreatie & toerisme de volgende aspecten geformuleerd:

Uitgangspunt in het beleid is dat de recreatieve voorzieningen het overwegend agrarische gebruik van het plangebied zo weinig mogelijk hinderen en waar mogelijk juist economisch een bijdrage moeten leveren aan de verbetering van de positie van de agrarische bedrijven. Binnen dit uitgangspunt passen vormen van kleinschalige verblijfsrecreatie, zoals Bed & Breakfasts, een minicamping/kleinschalig kamperen of Hotel De Boerenkamer.

b4.6 Gemeente Zeevang



Voor de toeristische context van de gemeente Zeevang bestudeerden we:

- Nota toerisme en recreatie Zeevang 2012-2015, Zeevang, Zee van ruimte, augustus 2012.

Toeristisch profiel – kenmerken

De belangrijkste kenmerken van Zeevang zijn:

- Zeevang is een overwegend agrarische gemeente
- Het veenweidegebied ademt nog de sfeer van het oude Holland: de rust, openheid van het landschap, ruimte en de natuur
- De gemeente is onderdeel van Nationaal Landschap Laag Holland. Veel weidevogels, prachtige natuur
- De gemeente ligt aan het Markermeer, maar ook wordt het veenweidelandschap doorsneden door poldersloten en de ringvaart. Hiermee kan een gevarieerd aanbod van activiteiten voor de toerist en recreant gecreëerd worden.
- Sterk in biologisch vlees (Waterlands weelde)
- Laagste punt van Noord-Holland (cultuurhistorie)

Om het verblijfsrecreatieve aanbod op te waarderen en uit te breiden zijn drie beleidsstukken geschreven (als bijlagen opgenomen in de nota toerisme en recreatie Zeevang):

- Bijlage 2: Gemeentelijk kampeerbeleid Zeevang (p. 33)
- Bijlage 3: Bed and Breakfast beleid (p. 42)
- Bijlage 4: Verblijfsaccommodatiebeleid (p. 45)

En ook definities, uitgangspunten, algemene beleidsregels en specifieke beleidsregels voor:

- Trekkershut en "Restinn"
- Hotel en pension
- Recreatiewoning en vakantieappartement en
- Groepsaccommodatie

Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente

Daarnaast zijn de legeskosten voor het aanvragen van een afwijking van het bestemmingsplan voor het starten van onder andere een Bed & Breakfast gehalveerd. Verder hebben vijf inwoners (naar aanleiding van een informatiebijeenkomst over kleinschalige verblijfsaccommodatie) aangegeven een B&B te willen starten.

Afname hotelcapaciteit

Doordat de Purmer Eend, eerst gericht op het concept zorghotel, en hotel 't Tolhuus plek bieden aan seizoensarbeiders, verdwijnen reguliere overnachtingsmogelijkheden in Zeevang voor toeristen. (p. 14)

Toeristisch profiel - ambitie

De doelstellingen betreffende het toerisme zijn de volgende:

Doelstellingen

1. Uitbreiding en kwaliteitsverbetering van de infrastructuur en verblijfsrecreatie
2. Optimaliseren dagrecreatief aanbod; bezoekmoment verlengen;
3. Optimaliseren van de promotie, marketing en organisatie.

Beleidsstrategie betreffende doelstelling 1

Verder zet de gemeente in op kwaliteitsverbetering en uitbreiding van het verblijfsrecreatieve aanbod. De gemeente wil vooral inzetten op kwalitatief hoogwaardige logiesaccommodaties en meer toeristische standplaatsen. De gemeente staat open voor aanvragen van ondernemers die de kwaliteit van het aanbod verbeteren.

Binnen het streven van de gemeente om meer ruimte te bieden voor toerisme, past een uitbreiding van de overnachtingsmogelijkheden. Gelet op de doelgroepen is er in de gemeente vooral behoefte aan meer toeristische standplaatsen. De gemeente wil hiervoor met name via het kleinschalig kamperen ruimte bieden (p. 33)

Deze beleidsstrategie is niet verder in actiepunten uitgewerkt.

Het onderstaande geeft enkele relevante passages uit het kampeerbeleid van de gemeente Zeevang:

Nieuwe kampeerreinen

De gemeente wil bij nieuwe kampeermogelijkheden inzetten op het kleinschalig kamperen. De huidige omvang en het planologisch mogelijke aanbod aan standplaatsen van de reguliere campings (in het bijzonder camping Voor Anker en camping De Eenhoorn) wil de gemeente niet verder vergroten, en indien mogelijk, zelfs verkleinen. Het beleid van de gemeente is erop gericht een reguliere camping niet groter te laten zijn dan maximaal 80 kampeerplaatsen. (p. 35)

Reguliere kampeerreinen

Uitponding (het opdelen van een kampeerterein in kavels, die vervolgens afzonderlijk worden verkocht. Hierdoor is meestal geen sprake meer van een bedrijfsmatige exploitatie van het kampeerterein).

Op kampeerterein mogen alleen kampeermiddelen geplaatst worden waarvoor geen bouwvergunning vereist is. Middels dit instrument wil de gemeente uitponding van kampeerreinen voorkomen. Daarnaast mogen er geen afzonderlijke kavels van het kampeerterein worden verkocht aan derden. (p. 36)

Kampeperiode

Een regulier kampeerterein mag gedurende de periode van 1/03 tot en met 31/10 kampeermiddelen geplaatst hebben. Stacaravans mogen in de periode van 1/11 tot 1/03 wel geplaatst blijven op het kampeerterein, er mag echter in deze periode niet overnacht worden. De gemeente zal hierop steekproefsgewijs controles uitvoeren. (p. 36)

Bijlage 4 - Toeristische karakteristieken per gemeente

B4.7 Gemeente Beemster



Voor de toeristische context van de gemeente Beemster bestudeerden we het document 'Beemstermaat, Structuurvisie van de gemeente Beemster' uit 2012.

Toeristisch profiel – kenmerken

Kenmerkend voor de Beemster is de polder/droogmakerij waar de gemeente haar naam aan ontleend. Sinds 1999 staat de gehele droogmakerij Beemster op de UNESCO-Werelderfgoedlijst. Hiermee is het gebied één van de weinige plekken in Nederland die op deze lijst geplaatst staan. Het kenmerkende polderlandschap is een bezienswaardigheid *an sich*. In de droogmakerij zijn diverse kenmerkende stolpboerderijen en buitenplaatsen gelegen die ook een zekere toeristische waarde hebben. Deze zijn echter niet openbaar toegankelijk. In de Beemster liggen daarnaast 5 forten die onderdeel zijn van de Stelling van Amsterdam (ook UNESCO Werelderfgoed) waaronder het Fort aan de Nekkerweg dat getransformeerd is tot wellnessresort met hotelkamers. Het feit dat in de Beemster twee Werelderfgoederen op één locatie gecombineerd zijn, is een bijzonder gegeven.

Toeristisch profiel – ambities

Een van de ambities is het toegankelijk en beleefbaar maken van De Beemster als werelderfgoed. Ook wil de gemeente in de metropoolregio de (historisch gegroeide) rol vervullen van "lusthof voor Amsterdam". De gemeente werkt hiertoe aan de ontwikkeling van een programma Recreatie en Toerisme. In dit programma zal onder meer ingezet worden op:

- Kernkwaliteiten zichtbaar maken – verkend wordt hoe de kernkwaliteiten van het werelderfgoed De Beemster virtueel en visueel beter zichtbaar gemaakt kunnen worden in het gebied.

- Wandelen en watersport - voor routegebonden recreatie in de vorm van varen, fietsen, wandelen en knooppuntontwikkeling wil de gemeente meer mogelijkheden creëren (onder andere door een door de provincie aan te leggen lange afstandswandelpad langs de Stelling van Amsterdam.



Foto: De Beemster – foto van Ingo Ronner via Flickr.com

Bijlage 5 - Trends & ontwikkelingen

B5 Trends & ontwikkelingen verblijfsaccommodatiemarkt

De volgende pagina's geven de belangrijkste trends & ontwikkelingen per type verblijfsaccommodatie weer.

B5.1 Trends & ontwikkelingen hotelmarkt (inclusief B&B's en groepsaccommodaties)*

Aanbodzijde

- Uitbreiding **marktruimte door recente toevoegingen nieuw type hotels**. Voorbeelden van nieuwe hoteltypen zijn boutique/design hotels, *affordable luxury hotels* (bijzondere concepten op 3-sterren plus niveau zoals CitizenM), wellnesshotels, zorg- en herstelhotels, ecohotels en combinatiehotels (hotels in combinatie met een semi-publieke voorziening zoals een theater, casino of stadion). Deze concepten trekken allen (deels) een eigen, nieuwe vraagmarkt aan.
- Opkomst van kleinschalige hotels/B&B's die **in concept en profilering** gebruik maken van hun ligging op het **platteland** (bijvoorbeeld het concept van Hooiberghutten).
- **Forse toename van hotelaanbod** (aantal kamers steeg in tien jaar tijd met 25%), met name in het hogere middensegment.
- Toename van **internationale merken** op een **economy en budget**



Hooiberghutten De Weyert

niveau tot de Nederlandse markt (bijvoorbeeld easyHotel en Holiday Inn Express). Focus van deze merken ligt op de grote steden.

- Steeds **meer aanbod** maakt **onderdeel** uit van een **hotelketen** dan wel hotelmerk.
- Door de terugvallende vraag op de markt voor meerdaagse bijeenkomsten **richten** steeds meer **conferentiecentra** zich ook **op de leisure en individuele zakelijke toerist**.
- Daarnaast komt het voor dat hotels zich op de **niche van arbeidsmigranten** richten. Het accommoderen van deze niche kan consequenties hebben voor de aantrekkelijkheid voor andere doelgroepen.

Vraagzijde

- **Groei hotelvraag:** de totale hotelvraag in Nederland is sinds 2000 aanzienlijk toegenomen (in de periode 2000 – 2010 gemiddeld zelfs met 0,4 miljoen per jaar in Nederland). Hierbij geldt:
 - Binnenlands toeristisch verblijf in hotels: **korter, maar vaker**. Het totaal aantal binnenlandse toeristische overnachtingen steeg in tien jaar tijd met 11% (nu 10,3 miljoen).
 - Het aantal **buitenlandse toeristen** dat in hotels verbleef in Nederland **nam ook toe** de afgelopen tien jaar: +35%. Ook tot 2020 wordt door WTO groei verwacht in West-Europa/Nederland.
 - Meer recent (2008-2012) is het totaal aantal overnachtingen in hotels, pensions en jeugdaccommodaties in Nederland **ondanks de economische crisis nog met 8,5% gestegen**. Het totaal aantal overnachtingen in deze accommodaties lag in 2012 op 35,4 miljoen.
 - In de **provincie Noord-Holland nam het aantal overnachtingen in tien jaar tijd met 30% toe** (exclusief overnachtingen in Amsterdam zelfs met 50%).
 - Er is – o.a. door de economische crisis – sprake van een **aanzienlijke druk op de prijzen**. Dit resulteert in een magere omzetgroei van circa 1% van 2008 tot en met 2012.

Bijlage 5 - Trends & ontwikkelingen

- De consument stelt hogere eisen, (liefst) tegen de laagste prijs.
- **Online Travel Agents (OTA's) worden steeds machtiger (I).** Bij veel zelfstandige hotels verloopt tegenwoordig zo'n 25% tot 30% van de boekingen via sites als booking.com, hotels.nl. Zowel de leisure toerist als de zakelijke boeker weten in toenemende mate de boekingsites te vinden. Terwijl de gemiddelde kameropbrengst (ADR) op veel plaatsen onder druk staat, neemt de **gevraagde en gekregen commissie per verkochte hotelkamer via een OTA over het algemeen aanzienlijk toe.**
- Voor de hotelsector (maar ook voor de andere verblijfssectoren) geldt dat **concurreren op prijs steeds belangrijker** wordt.

Trends & ontwikkelingen B&B's, 'vakantieverhuur' en groepsaccommodaties

- Het aantal **B&B's** in Nederland lijkt de afgelopen jaren **sterk gestegen**. Geen eenduidige gegevens bekend, maar wel is bekend dat van 2007 tot 2009 het aanbod steeg met liefst 25%.
- Het nieuwe aanbod aan B&B's is meer dan voorheen op **hetzelfde niveau als luxe 4- en soms zelfs 5-sterren kamers**. Naast het meer luxe segment, blijft **ook het aanbod aan budgetkamers** bij B&B's een aanzienlijk deel van het totaalaanbod vormen.
- **Opkomst verhuren van kamers aan (zakelijke) toeristen via verhuursites zoals Airbnb en Wimdu.** Soms wordt dat vakantieverhuur genoemd. De aangeboden kamers zijn deels legale en als B&B geregistreerde kamers, maar het betreft ook een aanzienlijk aantal kamers die door particulieren worden aangeboden. Hoewel dergelijke websites aanslaan bij de toerist, geven commerciële aanbieders van kamers aan dat er sprake is van oneerlijke concurrentie door de particuliere kameraanbieders. Zij dragen immers geen toeristen- en winstbelasting af en hoeven ook niet te voldoen aan voorwaarden en veiligheidsregels die voor legale kameraanbieders wel van toepassing zijn.
- **Groepsaccommodaties:** aantal accommodaties en aantal slaapplekken nam tussen 2001 en 2012 met ongeveer 25% af in

Noord-Holland. Het aantal slaapplekken in groepsaccommodaties is landelijk tussen 2001 en 2012 met ongeveer 20% afgenomen.

- De ontwikkeling van de **vraag naar groepsaccommodaties** vertoont een **grillig verloop**. Van 2002 tot en met 2011 daalde het aantal overnachtingen in Noord-Holland met liefst 47%. Als we alleen kijken naar de laatste vijf meetjaren dan ontstaat er een meer gematigd beeld: een afname van 4% in het aantal overnachtingen (landelijk gemiddelde laatste vijf jaar: -13%).

B5.2 Trends & ontwikkelingen vakantieparken*

- **Sterker accent op beleving en comfort.**
- Er is - als gevolg van de sterk gestegen concurrentie van internationale bestemmingen - in de **meeste regio's sprake van een verzadiging (of zelfs overaanbod) aan vakantieparken.**
- Toename van aantal (**kortere**) **vakanties per jaar en vaker last minute** – ook vakantieparken profiteren hiervan.
- **Dag- en verblijfsrecreatie worden steeds vaker aan elkaar gekoppeld.** Attractieparken zoals Toverland (plan voor een hotel) en de Efteling (hotel en Bosrijk) ontwikkelen verblijfsaccommodaties (andere parken gingen hen al voor) en voorzieningen op grote vakantieparken (zoals Aquamundo van Center Parcs) hadden en hebben ook een functie voor dagbezoekers.
- **Schaalvergroting:** parken breiden hun aanbod verder uit, onder meer om voldoende kritische massa te hebben om de grote investeringen in bijzondere parkfaciliteiten te kunnen dragen. Veel van deze plannen ondervinden echter wel hinder van de beperkte uitbreidingsmogelijkheden die er vaak in ruimtelijke zin zijn.
- Anderzijds zijn ook – vaak luxe, hoogwaardige – **nicheparken** in opkomst. Deze parken zijn veelal kleinschalig met circa 30 tot 100 woningen. De woningen op deze parken worden vaak door consumenten aangekocht als tweede woning en verhuurd.

Bijlage 5 - Trends & ontwikkelingen

- **Hotellerie en vakantieparken groeien naar elkaar toe:** door de opkomst van luxere concepten bij vakantieparken – soms met service vergelijkbaar met een hotel – bedienen deze luxere concepten vaker dezelfde vraagmarkt als hotels.
- **Ketenvorming: verdere toename** van het aantal parken dat zich verbindt aan een keten (en haar marketing- en verhuurnetwerk).
- Met de invoering van groepsbungalows springen de vakantieparken in op de **toenemende groeps- en meergeneratievakanties**.
- Door onder andere veeleisendheid van de consument en problemen rondom bedrijfsopvolging hebben **verouderde bungalowparken** het steeds **moeilijker**. Met name dit type park richt zich ook op **(deel)verhuur aan arbeidsmigranten**. Dit maakt een park minder aantrekkelijk voor leisure gasten.
- Evenals in de hotellerie neemt ook bij vakantieparken de **macht van internet, reviewsites en social media** toe. Dit leidt er – gecombineerd met overaanbod – toe dat de prijzen in de sector onder druk staan.
- Het aantal **overnachtingen van gasten** op huisjesterreinen/vakantieparken ontwikkelde zich in **Noord-Holland** als volgt: van **2002 tot 2011** (gegevens 2012 ontbreken) nam het aantal overnachtingen langzaam toe met **3,2%** tot circa 3,1 miljoen. In de **laatste vijf meetjaren** was de mutatie **+2,9%**. In geheel **Nederland** vond in de **laatste vijf meetjaren** juist een **daling van circa 4%** plaats. (bron: CBS).
- Door **(over)aanbod** in de kampeer- en bungalowsector staan de **prijzen onder druk**. Landelijke omzetgegevens voor de camping- en vakantieparksector (separate gegevens per sector ontbreken) tonen echter aan dat de sectoromzet tussen 2008 en 2012 met 10% toenam.
- **Duurzaamheid** wordt binnen de sector in sterkere mate centraal gesteld. Een voorbeeld van een geheel duurzaam (*cradle-to-cradle*) concept is Greenhuus.



B5.3 Trends & ontwikkelingen campings*

- Door overaanbod in de kampeer- (en in de bungalow) sector staan de **prijzen onder druk**, met name bij weinig/niet vernieuwende campings. In de ontwikkeling van de omzet voor de kampeer- en bungalowsector komt het beeld van onder druk staande prijzen overigens niet naar voren.
- **Nieuwe campingontwikkelingen kunnen nog perspectiefrijk zijn**, mits zij maar gelegen zijn op echt **onderscheidende locaties** met een sterke eigen trekkracht en/of een **bijzonder concept** hebben.
- Als gevolg van de economische **laagconjunctuur** van de afgelopen jaren kiezen consumenten er vaker voor om in Nederland te blijven. Dit heeft een **(tijdelijk?) positief effect op de campingvraag**.
- Het lukt een substantieel deel van de campings nog niet om in te spelen op de **trend** dat consumenten hogere eisen stellen aan **luxe en comfort**. Een deel van de sector weet hier echter wel op in te spelen door kampeerplekken met privé sanitair en reeds ingerichte tenten aan te bieden.

Bijlage 5 - Trends & ontwikkelingen

- Een in opkomst zijnd concept dat ook inspeelt op de vraag naar luxe is het **'glamping'** concept: kamperen met luxe en in een bijzondere sfeer, in een apart soort accommodatie zoals een speciale tent.
- Tegentrend: **'back to basic'**. Kamperen waarbij natuurbeleving en kamperen in de natuur centraal staat. Dit vertaalt zich naar een toename van de vraag naar kamperen bij de boer (aantal overnachtingen bij **kampeerboeren steeg tussen 2010 en 2012 ruim 57%**).
- De **kleinschalige boerderijcampings** worden **steeds professioneler** doordat er meer geïnvesteerd kan worden in toiletvoorzieningen, stroomaansluitingen, et cetera.
- Deel sector voegt **vaste huisjes/chalets toe aan verhuuraanbod**. Dit leidt tot toenemende **'verstedelijking'** en kan soms **op gespannen voet staan met de natuurwaarden** van de parken.
- Het totaal aantal overnachtingen op alle campings in **Noord-Holland** nam in **tien jaar tijd af met circa 5%**. De trend over de **afgelopen vijf jaar** laat echter een beduidend negatiever beeld zien: **-20%**. Landelijk gezien namen de overnachtingen in de laatste vijf jaar met 7,5% af.
- Het **aantal kampeerterreinen in Noord-Holland daalde** in de afgelopen tien jaar met **16%** volgens een inventarisatie (bron: rapport 'Vraag en Aanbod Vrijtijdsvoorzieningen Noord-Holland').



Glamping

Caravans/camperaars

(bron: rapport 'Vraag en Aanbod Vrijtijdsvoorzieningen Noord-Holland')

- 'Voor het subsegment van caravans/camperaars geldt dat er sprake is van een **groei van het aantal camperaars**. De BOVAG constateert in 2011 dat de verkoop van (gebruikte) campers duidelijk in de lift zit. Er zijn op dit moment circa 80.000 campers in Nederland. De verwachting is dat dit toe gaat nemen door de groei van het aantal senioren. [...] Ook in de rest van Europa wordt een groei van het aantal campers/camperaars verwacht.'