Economische impact verblijfsrecreatie en toeristisch-recreatieve voorzieningen Fryslân

Eindrapport

OPGESTELD IN OPDRACHT VAN:

Provincie Fryslân

OPGESTELD DOOR:

Adres:	Valkenburgerstraat 212
	1011 ND Amsterdam
Telefoon:	020 – 67 00 562
Fax:	020 – 47 01 180
E-mail:	info@decisio.nl
Website:	www.decisio.nl

TITEL RAPPORT:

Economische impact verblijfsrecreatie en toeristisch-recreatieve voorzieningen Fryslân

STATUS RAPPORT:

Eindrapport

DATUM:

8 juli 2013

OPDRACHTGEVER:

Egbert de Vries, Provincie Fryslân

PROJECTTEAM DECISIO:

Gerwin van der Meulen, projectleider (g.vandermeulen@decisio.nl)
Menno de Pater (m.depater@decisio.nl)
Mathieu Wijnen (m.wijnen@decisio.nl)

PROJECTTEAM SAMENWERKINGSPARTNERS:

-

Inhoud

1 Gearfetsjende konklúzjes 3

1.1 Konklúzjes ekonomyske ympekt fan de merk foar ferbliuwsrekreaasje 3

1.1.1 Yndikatoaren, kengetallen en multipliers 4

1.1.2 Ferskil op grûn fan yndieling neffens grutte foar de ferbliuwsrekreaasje 6

1.1.3 It kwalitative byld fan maatskiplike effekten 6

1.1.4 It ekonomyske effekt fan merkferskowingen 7

1.1.5 Ekonomyske effekten rekreaasjewenten fersus fêste steanplakken 8

1.2 Konklúzjes toeristysk-rekreative foarsjennings yn Fryslân 9

1.3 Konklúzjes haadfraach 10

2 Conclusions 13

2.1 Conclusions economic impact of the overnight stay tourism market 13

2.1.1 Indicators, index numbers and multipliers 14

2.1.2 Distinction between sizes of overnight stay tourism 16

2.1.3 A qualitative image of societal effects 16

2.1.4 Economic impact of market shifts 17

2.1.5 Economic impact of holiday homes versus permanent camping pitches 18

2.2 Conclusions Friesland's tourism and recreation resources 19

2.3 Main research question conclusion 20

3 Inleiding 22

3.1 Aanleiding 22

3.2 Onderzoeksvragen 22

3.3 Onderzoeksopzet 23

3.4 Leeswijzer 25

4 Economische impact verblijfsrecreatie 26

4.1 Korte marktschets verblijfsrecreatie 26

4.2 Definities impact 38

4.3 Economische impact: hotels 39

4.3.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers 39

4.3.2 Totale, economische impact in Fryslân 40

4.3.3 Binding met de regio 42

4.4 Economische impact: recreatiewoningen 43

4.4.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers 43

4.4.2 Totale, economische impact in Fryslân 44

4.4.3 Binding met de regio 45

4.5 Economische impact: jachthavens 46

4.5.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers 46

4.5.2 Totale, economische impact in Fryslân 47

4.5.3 Binding met de regio 49
4.6 Economische impact: campings 49
4.6.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers 49
4.6.2 Totale, economische impact in Fryslân 50
4.6.3 Binding met de regio 52
4.7 Economische impact en ontwikkelingen in de markt 52
4.7.1 Overall uitkomsten economische impact verblijfsaccommodaties Fryslân 52
4.7.2 Het economische effect van marktverschuivingen 55
4.7.3 Economische effecten recreatiewoningen versus seizoenplaatsen 56

5 Ontwikkeling toeristisch-recreatieve voorzieningen **58**
5.1 Huidige beeld voorzieningen Fryslân 58
5.1.1 Huidige aanbod toeristisch-recreatieve voorzieningen 58
5.1.2 Huidige vraag toeristisch-recreatieve voorzieningen 62
5.1.3 Beknopte vergelijking met provincies elders 64
5.2 Voorzieningen in ontwikkeling 65

6 Samenvattende conclusies **67**
6.1 Conclusies economische impact van de markt voor verblijfsrecreatie 67
6.1.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers 68
6.1.2 Onderscheid naar grootteklassen voor de verblijfsrecreatie 70
6.1.3 Het kwalitatieve beeld van maatschappelijke effecten 70
6.1.4 Het economische effect van marktverschuivingen 71
6.1.5 Economische effecten recreatiewoningen versus vaste staanplaatsen 72
6.2 Conclusies toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân 74
6.3 Conclusies hoofdvraag 75

7 Aanbevelingen **77**

Bijlagen **79**
Overzicht van belangrijkste, geraadpleegde publicaties 79

1 Gearfetsjende konklúzjes

Yn dit haadstik presintearje we de konklúzjes fan it ûndersyk. Dêrfoar geane we yn op de ûndersyksfragen dy't yn dit ûndersyk sintraal steane.

De folgjende fragen binne yn it ramt fan dit ûndersyk relevant:

1. Wat is de **ekonomyske ympekt fan de merk foar ferbliuwsrekreaasje**? By dy fraach wol de provinsje Fryslân graach hawwe:
    a. in byld fan de yndikatoaren, kengetallen en multipliers (foar Fryslân en dêrbûten) dy't de ekonomyske ympekt fan de merk ferdúdlikje;
    b. in ûnderskied op grûn fan yndieling neffens grutte foar de ferbliuwsrekreaasje;
    c. in kwalitatyf byld fan de maatskiplike effekten fan de ferskillende merksegminten fan de ferbliuwsrekreaasje, mei yn achtnimming fan leefberens/lânskip;
    d. in ynskatting fan it ekonomysk effekt wannear't merkferskowingen yn/tusken de ferskillende merksegminten plakfine;
    e. in ynskatting fan ekonomyske effekten op de lange termyn fan it tanimmen fan it tal rekreaasjewenningen yn it neidiel fan fêste seizoenplakken op campings.
2. Wat binne de ûntwikkelingen yn Fryslân oangeande **de toeristysk-rekreative foarsjennings**; wêrby't spesifyk omtinken frege is foar:
    a. wat is it byld foar de toeristysk-rekreative foarsjennings yn it ljocht fan in ûnder- of in oerfertsjintwurdiging? Hoe ferhâldt him it oanbod yn Fryslân neffens de buorgemeenten en oare gebieten?;
    b. hokker inisjativen binne op dit stuit yn ûntwikkeling, mar noch net realisearre?;
    c. is in oanfolling op it hjoeddeistige oanbod needsaaklik en hoe wurdt it hjoeddeistige oanbod op 'e merk brocht? Hokker logyske oanfollings op it hjoeddeistige oanbod lizze foar de hân?

Yn de folgjende paragrafen steane we stil by de wichtichste konstatearringen en konklúzjes yn relaasje ta de stelde ûndersyksfragen.

1.1 Konklúzjes ekonomyske ympekt fan de merk foar ferbliuwsrekreaasje

Yn dizze paragraaf geane we neier yn op de wichtichste konklúzjes oangeande de ekonomyske ympekt fan de merk foar ferbliuwsrekreaasje yn de provinsje Fryslân. Dêrfoar geane we yn op:

- de yndikatoaren, kengetallen en multipliers dy't de ekonomyske ympekt fan de merk ferdúdlikje;
- it ûnderskieden op grûn fan yndieling neffens grutte/normearringen foar de ferbliuwsrekreaasje;
- it kwalitative byld fan maatskiplike effekten fan de ferskillende merksegminten fan de ferbliuwsrekreaasje;
- it ekonomyske effekt wannear't ferkringen op de merk yn/tusken de ferskillende merksegminten plakfynt;

- de lange termyn ekonomyske effekten fan it tanimmen fan rekreaasjewenten yn it neidiel fan seizoenplakken.

1.1.1 Yndikatoaren, kengetallen en multipliers

Skets fan de ferskate merksegminten binnen de ferbliuwsrekreaasje yn Fryslân

De Fryske hotelsektor stiet ûnder druk. It oantal hotelbedriuwen en -bêden is de ôfrûne jierren (2007 oant en mei 2011) yn Fryslân tanommen, mar it oantal hoteloernachtingen is oer it generaal aardich stabyl bleaun. It oantal oernachtingen per bedriuw en per bêd is dêrtroch ôfnommen (besettingsgraad sakket). Dy ûntwikkeling is it sterkst yn Súdeast-Fryslân, mar ek foar alle oare regio's jildt dat besettingsgraden sakje.

Neffens it tanimmende oanbod yn de hotelsektor (bedriuwen en bêden) is ek it oanbod fan rekreaasjewenten (yn parken) yn Fryslân yn de perioade 2007 oant en mei 2011 sterk tanaam. De groei fan it oantal rekreaasjewente-bedriuwen en rekreaasjewenten hat sterker west as de groei yn de hotelsektor. Ek de Fryske rekreaasjewentesektor stiet ûnder druk. Dêr is, krekt as yn de hotelmerk, it oantal oernachtingen per bedriuw en per wente yn de rekreaasjewentemerk sterk(er) tebek gien. Dat spilet foaral yn Noardeast, Noardwest en Súdeast-Fryslân. It ekstra kreëarre oantal (nije) bêden in dizze merk wurdt net troch de fraach/konsumint 'opnommen'. Positive útsûndering dêrop binne de Waadeilannen (lykbleaune besetting) en Súdwest-Fryslân (taname besettingsgraad).

De ûntwikkelingen yn de jachthavenmerk yn Fryslân binne lykwichtiger (minder dynamysk fergelike mei de ûntwikkelingen yn de Fryske hotel- en rekreaasjewentemerk). It oantal bedriuwen, lisplakken, lisplakken per bedriuw en oernachtingen is de ôfrûne jierren licht tanommen. it oantal oernachtingen per bedriuw en per lisplak naam in bytsje ôf. Dy ûntwikkelingen tsjûgje fan in relatyf stabile merk; allinne yn Súdwest-Fryslân is in sterke ûntwikkeling te sjen. It oantal bedriuwen en lisplakken naam dêr sterk ta wylst it oantal oernachtingen per bedriuw en per lisplak sterk tebek rûn.

De merk foar campings yn Fryslân liket, wat de struktuer oanbelanget, oan it feroarjen te wêzen. It oantal steanplakken op campings bleau de ôfrûne jierren stabyl, wylst it oantal campingbedriuwen tanaam. Dat wiist op skaalferlytsing. Dêrneist wurdt dúdlik dat it oantal oernachtings per bedriuw en per steanplak tebekrint. Ek hjir nimme de besettingsgraden ôf. De campingmerk yn Súdeast-Fryslân ûntwikkele him, yn fergelyk mei de oare regio's, relatyf stabyl (gjin ta- of ôfname).

Gearfetsjend konkludearje we dat de merk foar ferbliuwsakkommodaasjes him yn de jierren 2007 oant en mei 2011 net geunstich ûntwikkele. Troch in tanimmend oanbod (fan foarsjennings en harren fasiliteiten) en in ôfnimmend oantal oernachtingen (fraach) sakje de besettingsgraden yn de hiele sektor.

Ekonomyske ympekt ferbliuwsrekreaasje

De likernôch 200 hotelbedriuwen (9.500 bêden) yn de provinsje Fryslân generearje op jierbasis yn totaal tusken de 2.600 en 3.950 banen (yn trochsneed yn totaal 3.500 banen). De hotelsektor is de grutste banemotor yn de Fryske merk foar ferbliuwsakkommodaasjes. Hotelgasten hawwe de grutste ympekt op de regionale ekonomy. Dat is it gefolch fan de relatyf hege bestegingen troch hotelgasten en it grutte oanpart fan dy bestegingen dat yn de regio telâne komt. De sektor fertsjintwurdiget in grut belang yn de Fryske ekonomy, mar dat belang stiet wol ûnder druk as sjoen wurdt nei de sakjende besettingsgraden fan hotels yn de perioade 2007 oant en mei 2011. De hotelsektor ken gemiddelde taheakke wearde- en wurkgelegenheidsmultipliers, respektyflik 1,4 en 1,2[1]. De gemiddelde hotelbesteging is 113 euro per persoan per nacht.

De goed 200 rekreaasjewenteparken (3.050 ferhierwenten) yn de provinsje Fryslân betsjutte op jierbasis yn totaal tusken 1.300 en 1.900 banen (gemiddeld yn totaal 1.600 banen). De rekreaasjewenteparken foarmje it relatyf lytste segmint yn de merk foar ferbliuwsakkommodaasjes yn Fryslân(yn fergelyk mei hotels, campings en jachthavens). Om't in soad eigners fan rekreaasjewenten meastal net yn de regio wenje, komt in grut part fan de bestegingen bûten de regio telâne. Lykwols, de 'spin-off' fan rekreaasjewenteparken is grutter, bygelyks yn fergeliking mei hotels, omdat gasten fan rekreaasjewenteparken aardich wat útjouwe by hoareka en detailhannel. Wat ek dúdlik blykt út de gemiddelde taheakke wearde- en wurkgelegenheidsmultipliers, respektyflik 1,7 en 1,3. It ekonomysk belang fan dat diel fan de merk stiet wol ûnder druk; it oantal oernachtingen is de ôfrûne jierren net meigroeid mei it sterk tanommen oanbod (oantal bedriuwen en ferhierwenten). De gemiddelde besteging is 35 euro per persoan per nacht (foar rekreaasjewenteparken).

De hast 260 jachthavens (34.750 lisplakken) yn Fryslân betsjutte in jierliks wurkgelegenheidsbelang fan tusken de 1.550 en 1.950 banen (gemiddeld yn totaal 1.750 banen). De gemiddelde taheakke wearde- en wurkgelegenheidsmultipliers binne respektyflik 1,2 en 1,1. De jachthavens hawwe foaral in ympekt op de yndustriële sektor en de grut- en detailhannel. Nettsjinsteande de, yn fergeliking mei oare segminten, beskieden ekonomyske bydrage is de jachthavensektor wol in stabile merk. It oantal bedriuwen, lisplakken, lisplakken per bedriuw en oernachtingen is de ôfrûne jierren licht tanommen; it oantal oernachtingen per bedriuw en per lisplak naam in bytsje ôf. De gemiddelde besteging is 121 euro per persoan per nacht (foar jachthavens).

De hast 390 campingbedriuwen (25.800 steanplakken) yn Fryslân generearje op jierbasis yn totaal 1.500 oant 2.700 banen (gemiddeld yn totaal 1.850 banen). De sektor is, as sjoen wurdt nei it oantal generearre banen, in bytsje grutter as de rekreaasjewente- en jachthavensektor. En, mei goed 3,6 miljoen oernachtingen per jier is de camping de meast populêre foarm fan ferbliuwsrekreaasje yn Fryslân. De sektor wurdt teffens typearre troch de hege (gemiddelde) taheakke wearde- en wurkgelegenheidsmultipliers, respektyflik 1,9 en 1,4. Dat betsjut dat de campingsektor, lykas de

[1] In taheakke weardemultiplier fan 1,2 betsjut dat op elke euro taheakke wearde yn de hotelsektor, 20 eurosint yndirekte taheakke wearde earne oars yn Fryslân kreëarre wurdt.

jachthavensektor, yn Fryslân relatyf in soad spin-off opsmyt (yn ferhâlding ta de hotelsektor en de rekreaasjewenteparken). De merk is, as sjoen wurdt nei de struktuer, wol yn beweging. Der fynt skaalferlytsing plak; boppedat nimme de besettingsgraden ôf. De gemiddelde campingbesteging is 22 euro per persoan per nacht.

Tabel 1. Wichtichste, ekonomyske yndikatoaren en ekonomyske ympekt

	Multiplier TW	Multiplier WG	Direkte WG (banen)	Yndirekte WG (banen)	Totale WG (banen)	Gemiddeld WG (banen)
Hotels	1,4	1,2	2.200-3.300	400-650	2.600-3.950	3.500
Rekreaasjewen.	1,7	1,3	1.000-1.400	300-500	1.300-1.900	1.600
Jachthavens	1,2	1,1	950-1.250	600-700	1.550-1.950	1.750
Campings	1,9	1,4	1.200-2.200	300-500	1.500-2.700	1.850
Gemiddeld	-	-	6.700	2.050	8.750	-

TW: taheakke wearde, WG: wurkgelegenheid

1.1.2 Ferskil op grûn fan yndieling neffens grutte foar de ferbliuwsrekreaasje

Op basis fan de útkomsten fan it ûndersyk is op dit stuit gjin foar ien útlis jildich ferskil te meitsjen op grûn fan yndieling neffens grutte foar de ferskillende, ûndersochte ferbliuwsakkommodaasjetypes. Dêrfoar is sprake fan in te grut ferskaat binnen de ferskillende merksegminten (en de ûndersochte cases). Dat ferskaat bestiet ûnder mear út: type doelgroep, geografyske lizzing, fasiliteiten, kwaliteit en priis.

Sa binne der gruttere jachthavens dy't foaral jild fertsjinje oan simmerstalling, wylst der ek lytsere jachthavens binne dy't krekt omset generearje út winterstalling, service en ûnderhâld. Per lisplak is dan net foar ien útlis jildich oan te jaan oft in omfangrikere jachthaven per lisplak ekonomysk better rendearret/mear opbringt as in lytsere jachthaven. It gefaar leit hjir op 'e loer dat 'appels en parren' fergelike wurde.

1.1.3 It kwalitative byld fan maatskiplike effekten

It kwalitative byld fan mear maatskiplike effekten fan ferbliuwsakkommodaasjes op de direkte omjouwing is divers en sterk ôfhinklik fan de rol, funksje en fasiliteiten fan it grutte ferskaat oan ferbliuwsakkommodaasjes yn Fryslân. Op dat mêd konkludearje wy it folgjende:

- wichtichste, al earder neamde, maatskiplike effekt fan ferbliuwsakkommodaasjes yn Fryslân is dat se soargje foar **wurkgelegenheid**;
- foar it befoarderjen fan de lokale en regionale ekonomy (mei út in maatskiplike belutsenens en ferantwurdlikheid wei) en de winske 'couleur locale' fan it toeristysk-rekreative oanbod binne ferbliuwsakkommodaasjes wol **rjochte op lokale en regionale ynkeap**. Dêrby giet it om útienrinnende tsjinsten en produkten: farsk iten, regionale kwaliteitsprodukten, mar ek service en ûnderhâld. Teffens spylje ferbliuwsakkommodaasjes, krekt as oare bedriuwen, in rol yn oplieding en skoalling fan personiel (bygelyks as learbedriuw);
- foaral foar hotels en rekreaasjewenteparken is de **status fan de eigner(s) fan belang**. Ketenbedriuwen (faak hotels of rekreaasjeparken dy't hearre by in (ynter)nasjonale keten) hawwe meastal mear in sintraal oanstjoerde ynkeap en organisaasje, wat mear liedt ta it

fuortfloeien fan bestegingen. Dêrneist jildt dat ketenbedriuwen of yndividuele eigners fan rekreaasjewenten meastal net yn Fryslân fêstige binne, wat betsjut dat ek in diel fan de winsten bûten de regio falt;

- ketenbedriuwen (foaral de hotels en rekreaasjewenteparken) beskikke lykwols oer in **grutter, breder marketingapparaat** dat derfoar soarget dat gasten ek attindearre wurde op de ferbliuwsmooglikheden yn Fryslân (wylst men miskien yn earste ynstânsje Fryslân net as earste ferbliuwsdoel foar eagen hie);
- rekreaasjewenteparken dy't yn eigendom én behear/eksploitaasje binne fan in organisaasje sille nei't ferwachte wurdt, besykje **harren gasten mear op it park sels besteegje te litten,** bygelyks troch it fersoargjen fan in grutter oanbod oan foarsjennings (hoareka, leisure, wellness, supermerk). Dat liedt wòl ta in hegere wurkgelegenheid; de ekonomyske spin-off nei bedriuwen yn de omjouwing sil beheinder wêze;
- foaral gruttere rekreaasjewenteparken kinne, meastal yn gebieten mei in beheinder foarsjenningsnivo, wis in bydrage leverje oan it fersterkjen fan dat foarsjenningsnivo. **Troch de ekstra, taheakke draachkrêft fan (de gasten fan) it park ûntstiet mear folume** wat oanlieding jout ta bygelyks in gruttere, kwalitatyf bettere supermerk of ekstra iepenbiere ferfiersferbiningen;
- foaral rekreaasjewenteparken biede in breed palet oan foarsjennings oan dy't ek **tagonklik binne foar omwenners yn de regio**. It kin dêrby gean om útienrinnende saken, lykas ferhier (fytsen, sloepen, boaten), hoareka/feestgelegenheid, publyk tagonklike rekreaasjefoarsjenningen (lykas swimbad, strân, mar ensfh.);
- foaral de jachthavens, mar ek campings, binne wichtige, **ekonomyske 'oanjagers' foar besibbe tsjinstferliening**, hoareka, detailhannel en yndustry. Bygelyks as it giet om de relaasje tusken jachthavens en it wettersportkluster (stalling, ûnderhâld, skipsnedichheden, haven/brêgejild/passanteplakken, maritime detailhannel, skipsbou-yndustry).

1.1.4 It ekonomyske effekt fan merkferskowingen

Merkferskowingen binnen of tusken de ferskillende segminten ferbliuwsakkommodaasjes geane feitlik oer de ekonomyske begripen 'substitúsje' en 'it ferkringen'. Fan *substitúsje* is sprake wannear't de konsumpsje fan produkten en tsjinsten op oare merk(segmint)en bekonkurrearre wurdt (bygelyks camping fersus hotel). *It ferkringen op 'e merk* fynt plak binnen itselde merksegmint (bygelyks hotel fersus hotel). Tsjin dy eftergrûn is yn ús eagen de folgjende skôging relevant yn relaasje ta de ferskillende ferbliuwsakkommodaasjes yn de provinsje Fryslân.

We ferûnderstelle de folgjende relaasjes:

- *hotels en jachthavens*: **de merk foar hotels en jachthavens lykje foaral op harsels steande merken te wêzen dy't net of amper hinder hawwe fan *substitúsje***. Dy types ferbliuwsakkommodaasjes kenne, fergelike mei gasten fan rekreaasjewenteparken en campings, sterk op it doel rjochte doelgroepen. In ferbliuw yn in hotel is meastentiids fan koarte duer; faak ek noch mei in saaklik karakter. Jachthavens binne spesifyk rjochte en bedoeld foar wettersporters. ***It ferkringen op 'e merk,*** **bygelyks troch de komst fan nije hotels, kin foaral bedriuwsekonomysk (legere besettingsgraden) en kwalitatyf (minder jild om te ynvestearjen) fan ynfloed wêze (mits ekstra oanbod net troch de fraach opnommen wurdt)**. Gearfetsjend

ferwachtsje we, los fan mooglike ynsidintele, grutte merkwizigingen, gjin sterke regionaal-ekonomyske effekten foar hotels en jachthavens, ek al omdat it hjirby giet om kapitaalyntinsive ynvestearringen (wêrtroch't der sprake is fan in relatyf stabile merk);

- *campings:* **de merk foar campings liket wol gefoelich foar substitúsje (fan camping nei oar type ferbliuwsakkommodaasje) en foar it ferkringen op 'e merk (fan camping nei oare camping)**. Wy basearje dat op de tendins dat campings aloan mear in omslach meitsje fan campingsteanplakken nei it oanbod fan steankaravans, sjalets, blokhutten of tinthúskes ('heale' substitúsje). Boppedat konstatearje we de tendins fan skaalferlytsing, wat ferklearre wurde kin troch de opkomst fan minicampings, kampearje by de boer, lytsskalige natuercampings ensfh. Mooglik dat beide tendinzen elkoar ek fersterkje. Yn regionaal-ekonomyske termen hoecht dat gjin fierrikkende (negative) gefolgen te hawwen; it draach miskien krekt by om it sakjende oantal campingoernachtings te beheinen;
- *rekreaasjewenteparken:* **ek de merk foar rekreaasjewenteparken liket ús gefoelich foar substitúsje en it ferkringen op 'e merk**. We ferûnderstelle dat rekreaasjewenteparken profitearje fan de sakjende belangstelling foar campings omdat gasten mear lúkse en komfort wolle (substitúsje). Dêrneist is de merk foar rekreaasjewenteparken in relatyf homogene merk. Yn ús eagen is der, los fan de geografyske lokaasje, sprake fan in relatyf lyksoartich oanbod fan rekreaasjewenten. Dat makket dat parken benammen op priis konkurrearje en dus foar de konsumint ienfâldich útwikselber binne. Ek hjir jildt dat dy ûntwikkelingen net perfoarst in grutte negative of positive útwurking hawwe op de regionale ekonomy.

1.1.5 Ekonomyske effekten rekreaasjewenten fersus fêste steanplakken

Der binne sinjalen dat fêste steanplakken (aloan mear) opheft wurde foar de realisaasje fan rekreaasjewenten. De fraach is oft dy ûntwikkeling fan ynfloed is (ek op de langere termyn) op de regionale ekonomy fan Fryslân. En as dat sa is, wat soe dêrfan de omfang wêze? Yn dat ferbân binne, neffens ús, de folgjende oerwegings fan belang:

- **it oantal fêste steanplakken op campings** is de ôfrûne jierren yn Fryslân **relatyf stabyl** bleaun. Yn 2011 wiene der goed 12.300 fêste steanplakken, yn 2007 wiene dat 12.700. Op basis fan dy oantallen kin net fêststeld wurde dat it oantal fêste steanplakken op campings hurd ôfnimt (wêrby't de omslach nei rekreaasjewenten dan ien fan de ferklearringen wêze kinne soe, los fan oare ûntwikkelingen);
- **de ferhiergraad** (yn hoefier't fêste steanplakken op jierbasis ferhierd binne) is yn Fryslân **allyksa stabyl** yn it ôfrûne jier: de ferhiergraad is goed 85%. Dat jout (foar in part) oan dat der sprake is fan in stabile fraach yn dy merk;
- de **fêste steanplakken generearje in behoarlik oantal oernachtings** fan goed 2,1 miljoen oernachtings yn 2011. Yn totaal wiene der yn 2011 goed 12.300 fêste steanplakken;
- de ferhiergraad jout lykwols noch gjin byld fan de besettingsgraad fan de fêste steanplakken. Dat giet dan om de fraach yn hoefier't (op jierbasis) yn werklikheid gebrûk makke wurdt fan it fêste steanplak. Fryske sifers oer de besettingsgraad fan fêste steanplakken binne, foar safier't bekend, net beskikber. Ûndersyk[2] nei fêste steanplakken oan de Belgyske kust jouwe wol in

[2] Ûndersyk nei it gebrûk fan fêste steanplakken op kustcampings 2008, Westtoer

yndikaasje. Dêr docht bliken dat fêste steanplakken gemiddeld 64 dagen yn in jier brûkt wurde (besettingsgraad fan 17,5 persint). Op grûn fan goed 2,1 miljoen oernachtingen en 12.305 fêste steanplakken yn Fryslân yn 2011 (en in gemiddelde besetting fan 2,5 persoan per fêst steanplak) soe de besettingsgraad yn Fryslân fan fêste steanplakken likernôch 19 persint wêze. **Sa'n besettingsgraad is leech yn fergelyk mei oare foarmen fan ferbliuwsakkommodaasjes;**

- ek de bestegingen per persoan per nacht foar fêste steanplakken binne yn dat ferbân relevant. Ek hjir ûntbrekke relevante Fryske sifers, mar earder neamd ûndersyk út 2008 jout wol de yndikaasje dat de besteging per persoan per nacht (korrizjearre foar 2013) goed 20 euro is. **Dat binne gemiddeld legere bestegingen per persoan yn fergeliking mei oare foarmen fan ferbliuwsakkommodaasjes**.

Op basis fan foargeande oerwegings konstatearje we dat it oanbod fan fêste steanplakken yn Fryslân sûnt 2007 net sterk ôf- of tanommen is. Oars sein, **it oanbod fan fêste steanplakken** is net sterk sakke (wat mooglik feroarsake wêze soe troch in omslach fan steanplakken nei rekreaasjewenten).

Lykwols, yn it gefal dat it oanbod fan fêste steanplakken sterk ôfnimme soe as gefolch fan in omslach nei rekreaasjewenten, is it mar de fraach oft dat in negatyf regionaal-ekonomysk effekt hawwe soe. Sterker noch, it soe nei alle gedachten earder in **posityf effekt** hawwe want de oan de fêste steanplakken keppele besettingsgraad (20 persint: ferûnderstelling) en bestegingen per persoan (20 euro: ferûnderstelling) binne behoarlik leger as alle oare foarmen fan ferbliuwsakkommodaasjes.

Dêr stiet wol foaroer dat, wat it oantal oernachtingen oanbelanget, de fêste steanplakken wol goed 20 persint fan it totaal yn Fryslân fertsjintwurdigje. Dat oanpart is dêrmei wol in ekonomyske faktor fan belang foar Fryslân.

Foargeande feroaret lykwols neat oan it feit dat, nettsjinsteande in beheind (of sels posityf) ekonomysk effekt, it *maatskiplik* sjoen de foarkar hat ek in oanbod fan leger prize ferbliuwsakkommodaasjes oanbiede te kinnen. De omslach fan fêste steanplakken nei rekreaasjewenten (dy't dus net út de sifers dúdlik nei foaren komt) is dus earder in ***maatskiplike*** ôfwaging as in ***ekonomyske*** ôfwaging.

1.2 Konklúzjes toeristysk-rekreative foarsjennings yn Fryslân

Yn dizze paragraaf geane we neier yn op de wichtichste konklúzjes oer de toeristysk-rekreative foarsjennings yn de provinsje Fryslân.

Yn de analyze fan toeristysk-rekreative foarsjennings yn Fryslân is sjoen nei it oanbod fan útienrinnende foarsjennings lykas musea, attraksjeparken, bistetunen ensfh. Op grûn fan ús analyzes lûke wy de folgjende konklúzjes:

Foar it oanbod fan toeristysk-rekreative foarsjennings yn Fryslân sjogge we dat:

- Fryslân per 100.000 ynwenners én per 100.000 gasten (fergelike op de skaal fan Noard-Nederlân) in mear as gemiddeld oanbod hat oan toeristysk-rekreative foarsjennings. Yn oantallen uteret him dat benammen yn it oantal musea, swimbaden en ambachtsaktiviteiten. Mei yn achtnimming fan *oantallen* foarsjennings yn Fryslân is yn elk gefal gjin sprake fan in eventueel kwantitative ûnderfertsjintwurdiging fan foarsjennings; **earder is sprake fan in oerfertsjintwurdiging**;
- 80 persint fan it Fryske oanbod oan fersjennings hat op syn heechst 25.000 besikers op jierbasis. Dat is relatyf heech fergelike mei de oare Noard-Nederlânske provinsjes Grinslân en Drinte. Foar Grinslân en Drinte jildt respektyflik dat 72 persint en 75 persint fan de foarsjennings yn dy provinsjes op syn heechst in besitesoantal fan 25.000 besites per jier hat. Dat betsjut dat **Fryslân relatyf in soad yn omfang lytsere toeristysk-rekreative foarsjennings hat**;
- foargeande konklúzje wurdt fierder stipe troch de konstatearring dat yn Fryslân 10% fan de foarsjennings 50.000 besites of mear per jier hat. Dat oandiel is yn de provinsjes Grinslân en Drinte **heger,** respektyflik 14 persint en 22 persint;
- **it ûntbrekt yn Fryslân oan ien of meardere grutskalige foarsjennings dy't op jierbasis bygelyks royaal mear as 300.000 besites realisearje.** Yn Fryslân fynt 51 persint fan alle besites plak yn foarsjennings mei mear as 100.000 besites op jierbasis. Yn Grinslân en Drinte is dat oandiel heger, respektyflik 63 persint en 79 persint. It grutste oantal besites yn Fryslân (35 persint) fynt plak yn swimbaden mei mear as 100.000 besites. Dat byld is nammers gelyk foar de provinsjes Grinslân (30 persint) en Drinte (24 persint). Fryslân hat mei Thialf de ienige omfangrike dei-attraksje yn de top 50 fan Nederlânske dei-attraksjes mei goed 400.000 besikers per jier;
- de provinsje Drinte hat, as ienige provinsje yn Noard-Nederlân, in brede oantreklike foarsjenningsbasis. Neist de besites oan swimbaden (24 persint), wurde de measte besikers ûntfongen yn bistetunen (19 persint) en attraksjeparken (17 persint). **Sa'n brede toeristysk-rekreative foarsjenningsbasis ûntbrekt yn Fryslân**;
- mei yn achtnimming fan it ferbliuwsswiertepunt fan toeristen yn it westlik diel fan Fryslân (Waadeilannen, Fryske Marren, Iselmarkust) en de ôfnimmende aksjeradius fan ferbliuwstoeristen (foar in toeristysk-rekreatyf útstapke) **kin it foarsjenningsoanbod yn de provinsjes Grinslân en Drinte logyskerwize net ta it oanbod fan Fryslân rekkene wurde**.

1.3 Konklúzjes haadfraach

De haadfraach foar dit ûndersyk wie: *"Wêr kin Fryslân yn de sektor rekreaasje en toerisme it measte (ekonomyske) rendemint helje mei in boarging fan kwaliteit en de minste skea foar it miljeu en lânskip?".*

Rendemint behelje troch útienrinnende merken fan ferbliuwsakkommodaasjes te behâlden

Wichtige konstatearring is dat de provinsje Fryslân beskikt oer in fjouwertal ferskillende typen ferbliuwsakkommodaasjes **wêrfan't elk type akkommodaasje syn ekonomyske wearde hat** foar de regionale ekonomy fan de provinsje Fryslân. Yn de hjoeddeistige tiden fan finansjele en ekonomyske krises is it fan belang de posysje en de ûntwikkeling fan dy ferbliuwsakkommodaasjes te boargjen,

te stimulearjen ensfh. om ekonomysk rendemint foar de provinsje Fryslân foar de takomst te hâlden. Want:

- **hotelsektor**: de Fryske hotelsektor is foaral fan belang omdat dy sektor fierwei it **measte ekonomyske rendemint** generearret. De hotelsektor mei in ekonomyske ympekt fan 3.500 banen is - ekonomysk sjoen - grutter as de rekreaasjewente- en jachthavensektor tegearre;
- **rekreaasjewentesektor**: de rekreaasjewentesektor is foaral wichtich fanwege de **ympekt dy't de sektor (yndirekt) hat op oare sektoaren** (hoareka, detailhannel ensfh.), wat bliken docht út de relatyf hege multipliers foar taheakke wearde en wurkgelegenheid;
- **jachthavensektor**: de jachthavensektor is de **rêchbonke foar in oantal wichtige unike sellingpoints fan de provinsje Fryslân**: it Fryske Marregebiet, de Fryske Iselmarkust en it Waad. Fierder is de jachthavensektor, yndirekt, fan grut belang foar foaral de detailhannel en yndustry (yn relaasje ta ûnderhâld, service, stalling ensfh.);
- **campingsektor**: it belang fan de Fryske campingsektor sit him foaral yn it **(heechste) oantal oernachtingen yn ferbliuwsakkommodaasjes** yn Fryslân en de (yndirekte) ympekt fan de sektor op detailhannel en hoareka, foaral mei yn achtnimming fan de relatyf hege multipliers fan de sektor foar realisearre taheakke wearde en wurkgelegenheid.

Merken op dit stuit fersêde; allinne fernijend oanbod biedt kânsen

De útfierde merkanalyzes foar de ferbliuwsakkommodaasjes biede it byld dat (benammen foar hotels en rekreaasjewenten) de merk **op dit stuit fersêde** is; it oanbod oertreft foar in grut part de fraach wat sakjende besettingsgraden as gefolch hat. Op koarte termyn liket dizze situaasje sa te bliuwen.

Wat tafoegje oan de merk liket allinne mooglik te wêzen wannear't **dat in fernijend oanbod** oanbelanget. It giet dan om akkommodaasjes wêrfan't gjin lyksoartige yn de provinsje Fryslân te finen binne.

Trochgean mei kwaliteitsûntwikkeling fan ferbliuwsakkommodaasjes

Mei yn achtnimming fan de útienrinnende trends en ûntwikkelingen foar de ferskillende ferbliuwsakkommodaasjes is it dúdlik, dat yn de provinsje Fryslân fierdere stappen set wurde moatte. Om mei de hjoeddeistige ferbliuwsakkommodaasjes in bliuwend, ynteressant oanbod oan rekreanten en toeristen dwaan te kinnen, moat it aksint op ferbettering fan de **kwaliteit** lein wurde.

It ûntwikkeljen fan in grutskalige toeristysk-rekreative foarsjenning yn Fryslân

Yn tsjinstelling ta in soad oare provinsjes, hat Fryslân net in grutskalige toeristysk-rekreative foarsjenning dy't op jierbasis mear as 300.000 besikers lûkt. It leit yn de reden om dêrfoar in twaspoarebelied te folgjen:

1. *akwisysje fan in grutskalige foarsjenning* (en, as dy him oantsjinnet, dy ûntwikkeling dêr't soks mooglik is te fasilitearjen op basis fan it provinsjaal ynstrumintarium foar romtlike ûntwikkeling ensfh.);

2. it oanmoedigjen, oanjeien en romtlik mooglik meitsjen fan de trochgroei fan inkele besteande toeristysk-rekreative foarsjennings (mei potinsje) yn Fryslân dy't op de langere termyn trochgroeie kinne ta in grutskalige foarsjenning.

2 Conclusions

The conclusions of this research are summarized in the following section. Each of the specific research questions will be addressed separately.

The following research questions were addressed:

1. What is the **economic impact of the market for overnight stay tourism**? The province of Friesland wishes to gain an understanding of:
   a. The indicators, index numbers and multipliers that describe the economic impact of the market (both for Friesland and elsewhere).
   b. The difference in size between different segments of overnight stay tourism.
   c. The societal impact of overnight stay tourism (e.g. livability, surroundings): a qualitative description of each market segment.
   d. The estimated economic impact of market shifts within and between market segments.
   e. The estimated long term economic effects of a rise in holiday homes at the expense of permanent camping pitches.

2. What are current developments with regard to Friesland's **tourism and recreation resources**, more specifically:
   a. Are they over- or underrepresented? How is the supply compared to the surrounding provinces and other areas?
   b. What initiatives are currently being developed?
   c. How is the current supply marketed? Is new supply needed, and if so, how can the current supply best be complemented?

The main findings and conclusions of each of the above-stated research questions will be discussed in the following paragraphs.

2.1 Conclusions economic impact of the overnight stay tourism market

This paragraph offers an overview of the main conclusions about the economic impact of the overnight stay tourism market in the province of Friesland. The following topics will be addressed:

- The indicators, index numbers and multipliers that shed a light on the economic impact of the overnight stay tourism market.
- The difference in size and norms for overnight stay tourism.
- A qualitative description of the societal impact of the different market segments concerning overnight stay tourism.
- The estimated economic impact of market elimination within and between market segments.
- The estimated long term economic effects of a rise in holiday homes at the expense of permanent camping pitches.

2.1.1 Indicators, index numbers and multipliers

Description of the many market segments within the Frisian overnight stay tourism market

The Frisian hotel industry is under pressure. Although numbers of hotel businesses and beds have increased (from 2007 until 2011), the amount of overnight stays has remained stable. Consequently, overall occupancy in the province has declined. This development is strongest in Southeast Friesland, but occupancy decline is also seen in all other regions.

Similar to the hotel industry and within the same period, Friesland has seen a strong increase of holiday homes (located within leisure parks). This growth has been stronger than that of the hotel industry. As such, the Frisian holiday home industry is also under pressure. Like the hotel industry, numbers of overnight stays per business and per home have declined. This is mostly the case for Northeast-, Northwest- , and Southeast Friesland. The extra beds within these regions are not met by a similar increase in demand. There are positive exceptions however. Southeast Friesland has seen occupancy rates incline and for the Wadden Islands they have remained stable.

Less dynamic developments are seen in the Frisian marina market. Businesses, berths, berths per company and overnight stays have increased slightly, while overnight stays per company and per berth have declined a little. These numbers show that the marina market is relatively stable. Only Southeast Friesland has shown strong developments within the marina market. This area has seen a strong increase of companies and berths while overnight stays per company and per berth have strongly decreased.

The Frisian campsite market appears to undergo a change of structure. The number of camping pitches has remained the same while the number of businesses has increased. This seems to indicate a scale down. In addition to a scale down, overnight stays per company and per stand have declined. Occupancy in the campsite market has declined as well. Compared to the other regions, the campsite market in Southeast Friesland appears to have remained stable.

Overall we conclude that, from 2007 until 2011, the overnight stay tourism market has not developed in a positive manner. Because of a rise in supply and a decline in overnight stays (demand), overall occupancy has declined throughout the entire Frisian market.

Economic impact of overnight stay tourism

The approximately 200 hotel businesses (9500 beds) in the province of Friesland generate between 2.600 and 3.950 jobs (on average 3.500 jobs) a year. Therefore, the hotel industry is the largest supplier of jobs in the Frisian overnight stay tourism market. Hotel guests have the largest impact on the regional economy because of their relatively large expenditures and the fact that a large share of their spending flows directly to the region. Consequently, the hotel industry is very important to the Frisian economy, though this importance is pressured by declining occupancy rates (from 2007 until 2011). The added value and employment multipliers concerning the hotel industry are fairly average: respectively 1,4 and 1.2[1]. The average hotel spending amounts to 113 euro per person per night.

The approximately 200 holiday home parks (3.050 rental homes) in the province of Friesland generate a total of between 1.300 and 1.900 jobs a year (on average 1.600 jobs). The holiday home parks establishments constitute the smallest market segment of the Frisian tourism accommodation market (compared to hotels, campsites and marinas). Because most of the owners of holiday homes do not live in the region, a large amount of tourist spending flows to other regions. Though this is a disadvantage, the overall the spin-off is larger compared to the hotel industry, because guests of holiday home parks spend large amounts of money in hospitality and retail businesses. This is underlined by the added value and job employment multipliers, respectively 1.7 and 1.3. Similar to the hotel industry, the economic value of this market segment is under pressure; while the supply has dramatically increased (e.g. companies and rental homes), the number of overnight stays in holiday homes has lagged behind. The average amount of money spend in holiday home parks is 35 euro per person per night.

Friesland contains nearly 260 marinas (34.750 berths) which annually generate approximately 1.550 to 1.950 jobs (1.750 jobs on average). The averaged added value and multipliers for employment are respectively 1,2 and 1,1. For the most part this impact applies to the industrial sector, retail trade and wholesale trade. Although marinas offer a relatively small contribution to the economy when compared to the other market segments, the marina market is in fact a stable market. Numbers of companies, berths, berths per company and overnight stays have increased slightly in recent years. Numbers of overnight stays per company and per berth have slightly declined. The average amount of money spent in marinas 121 euro per person per night.

There are nearly 390 campsite businesses in Friesland (25.800 stands) which generate approximately 1.500 to 2.700 jobs a year (1.850 jobs on average). When the amount of generated jobs is considered, this market segment is slightly larger than the holiday home and marina markets. And with overnight stays totaling 3,6 million a year, campsites are considered the most popular tourist accommodation establishments in Friesland. This is confirmed by the large (averaged) added value and employment multipliers: respectively 1,9 and 1,4. These values show that the campsite segment, like the marina segment, offers great economic value for the region when compared to the hotel and holiday home industry. The structure of the campsite market does seem to undergo changes. Companies are scaling down and occupancy is declining. The average campsite spending amounts to 22 euro per person per night.

---

[1] An added value multiplier of 1,2 means that, for every euro of added value in the hotel industry, twenty eurocent of indirect added value is created elsewhere in Friesland.

Table 1. Main economic indicators and economic impact

	Multiplier AV	Multiplier EM	Direct EM (jobs)	Indirect EM (jobs)	Total EM (jobs)	Average EM (jobs)
Hotels	1,4	1,2	2.200-3.300	400-650	2.600-3.950	3.500
Holiday homes	1,7	1,3	1.000-1.400	300-500	1.300-1.900	1.600
Marinas	1,2	1,1	950-1.250	600-700	1.550-1.950	1.750
Campsites	1,9	1,4	1.200-2.200	300-500	1.500-2.700	1.850
Averages	-	-	6.700	2.050	8.750	-

AV: added value, EM: employment

2.1.2 Distinction between sizes of overnight stay tourism

Based on the findings of this research, no clear distinction in size can be made between the studied types of tourist accommodation. This is because the diversity within the different market segments (and studied cases) is just too large. There are large differences in target groups, geographic location, facilities, quality and price.

For instance, the larger marinas mainly generate income with summer stabling, while the smaller marinas mainly do so with winter stabling, service and maintenance. As such, it is hard to clearly indicate which marina performs better economically. This is risky, because it is like comparing apples with pears.

2.1.3 A qualitative image of societal effects

With regards to the societal effects of tourist accommodation establishments in Friesland, the qualitative image is very diverse and strongly dependent on their many different roles, functions and facilities. The following conclusions can be drawn:

- **Employment** is the most important societal effect of tourism accommodation in Friesland.
- Tourist accommodations are mostly focused on **local and regional purchase** for stimulating the local and regional economy (often driven by a sense of responsibility and care for society) and to make sure their supply has a certain 'couleur locale'. This applies to a wide range of products, for instance to fresh goods and regional quality products, but also to service and maintenance. Furthermore, tourist accommodations provide a role in schooling and education (for example as a learning company).
- With regard to (mainly) hotels and holiday home parks, **the status of the owners is a relevant factor.** These types of accommodation are often part of (inter)national) company chains that operate with centralized purchasing and organization. Consequently, their expenditure flows away to other regions. And because the owners are usually not located in Friesland, this is also the case for a part of the profit.
- However, chain companies usually do possess a **larger marketing machine** which helps to draw attention to the possibilities for staying in Friesland, while without these messages, unaware guests might not have thought of staying in Friesland otherwise.

- Holiday home parks that are owned and exploited by an organization will be more inclined to encourage guests to spend their money within the park itself, for instance by offering more facilities (e.g. hospitality, leisure, wellness, and supermarkets). Though this does lead to higher employment rates, the economic spin-off to surrounding businesses in the region will be smaller.
- Particularly the more capacious holiday home parks can contribute to increased resources, especially in areas where these are limited. **Large holiday home parks can accommodate more guests and therefore have a larger carrying capacity** that enables them to invest in better facilities such as bigger and better supermarkets or extra public transportation connections.
- Moreover, holiday home parks offer a broad range of facilities that are also **accessible by local inhabitants of the region.** These residents enjoy (the benefits of) many different facilities like: bike and boat rental, hospitality- and party occasions and also public accessible recreational facilities such as swimming pools, lakes and beaches.
- Marinas are particularly important **economic stimulators for the related provision of services**, hospitality, retail and industry (and campsites as well). A good example of this is the relationship between marinas and the water sports sector (stabling, maintenance, ship materials, harbor, bridge toll, passing traveler spots, maritime retail, and shipbuilding industry).

2.1.4 Economic impact of market shifts

Market shifts within and between different segments of the tourism accommodation market are in fact about the economic concepts of 'substitution' and 'elimination'. Substitution means: competition for products and services between market segments (for example campsite versus hotel). Contrary to substitution, market elimination takes place within the same market segment (for example hotel versus hotel). When taking these two concepts into consideration, view things can be said about the relationship between the different tourist accommodation establishments in Friesland:

We hypothesize the following relationships:

- Hotels and marinas: **the markets for hotels and marinas appear to be self-contained markets that are not hindered by substitution**. Compared to holiday home parks and campsites, these tourist accommodations have very specific target groups. Hotel visits are usually short in duration and mostly business visits. Marinas are specifically aimed towards people who enjoy water sports. Market elimination can impact marinas, for instance by the arrival of new hotels that cause occupancy decline and decrease their financial resources for making investment. Overall, we do not expect a strong regional and economic impact for hotels and marinas. In these industries, investments typically require a lot of capital and therefore these markets are relatively stable.
- Campsites: **the campsite market seems to be sensitive to substitution (from campsite to another type of tourist accommodation) and for market elimination (from campsite to another campsite).** We base this hypothesis on the fact that more and more campsites convert their campsites into mobile homes, chalets, log cabins or tent houses ('half' substitution). Moreover, we notice a trend of scaling down, which can be explained by the rise of mini campsites, farm camping, nature camping etcetera. It is possible that both trends reinforce one other. This does

not need to have strong negative regional economic consequences; on the contrary, it might just help to constrict the decline of overnight campsite stays.

- Holiday home parks: **the market for holiday home parks seems to be sensitive to substitution and market elimination as well.** We hypothesize that holiday home parks benefit from the decreasing demand for campsites, because guests desire more luxury and comfort (substitution). The market segment for holiday home parks is relatively homogeneous. In our opinion, apart from their geographical location, the holiday homes are fairly similar. Because of this, the holiday home parks compete mainly on price. They are easily interchangeable for consumers. These developments are not expected to have a large effect on the regional economy (either positive or negative).

2.1.5 Economic impact of holiday homes versus permanent camping pitches

There are signs that permanent camping pitches are increasingly being replaced by holiday homes. This leads to the question of whether this development affects the Frisian regional economy and if so, how large these influences are. The following considerations are relevant in this respect:

- **The number of permanent camping pitches in Friesland has remained stable** in recent years. In 2011 there were over 12.300 permanent camping pitches; in 2007 there were 12.700. Based on these numbers, it cannot be concluded that there has been a strong decline (replacement by holiday homes could be an explanation, apart from other developments).
- The past year, rental occupancy (the extent to which permanent camping pitches are rented on a yearly basis) has remained stable at 85%. This indicates a stable demand for permanent camping pitches.
- **Permanent camping pitches generate a considerable amount of overnight stays**, approximately 2.1 million in 2011. In total there where approximately 12.300 permanent camping pitches in 2011.
- However, the rental capacity does not provide a description of their occupancy, or the actual use of the campsite. There are no available data on occupancy rates in Friesland with regard to permanent camping pitches. Studies[2] in Belgium do provide an indication. Permanent camping pitches along the Belgium coast are used 64 days a year on average (17.5% occupancy). Based on the 2.1 million overnight stays and 12.305 permanent camping pitches in Friesland (and an average occupation of 2.5 person per permanent pitches), the occupancy rate concerning permanent pitches in this province would be estimated around 19 percent. **When compared to other types of tourist accommodations, this is a relatively low occupancy rate.**

[2] Study of the use of permanent pitches at coastal campsites 2008, Westtoer

- In addition to occupancy rates, average spending is also relevant when permanent pitches are considered. Similar to occupancy there are no available data for Friesland, but findings from the before mentioned research from 2008 indicate that (corrected for 2013) this amounts to 20 euro per person per night. **This suggests that for permanent pitches, the averaged amount of money spent per person is lower compared to other tourist accommodations.**

Based on the previous considerations we note that in Friesland, permanent camping pitches supply has neither increased nor decreased strongly. In other words: **no strong decline is seen of permanent pitches supply** (which could possibly have been caused by holiday home substitution).

Nevertheless, even if holiday home replacement would cause permanent camp sites to decline dramatically, the question remains whether this would have a negative effect on the regional economy. Indeed, it would probably **impact** the camp sites **in a positive manner**: their hypothesized occupancy rate (20%) and average spending per person (20 euro) are much lower than those of all other tourist accommodations.

On the other hand, looking at overnight stays; permanent pitches represent over 20% of the total amount of stays in Friesland. This is a large share and as such, permanent pitches are an important economic factor.

But despite a small (even positive) economic impact, when society is taken into account, it is preferable to also offer lower priced tourist accommodations. Therefore the decision to change permanent camping pitches into holiday homes is more a **social** decision rather than an **economic** one.

2.2 Conclusions Friesland's tourism and recreation resources

In this section we will discuss the main conclusions with regard to tourism and recreation resources in the province of Friesland.

We have analyzed a broad spectrum of resources such as museums, zoos, amusement parks etcetera. Based on this analysis the following conclusions can be drawn:

With regard to the Frisian tourism and recreation resources we have observed that:

- When compared to the North Netherlands, (per 100.000 residents and per 100.000 guests) Friesland contains an average amount tourism and recreation resources. These are mostly museums, swimming pools and craft activities. Given the number of resources in Friesland, there is no question of underrepresentation. In fact, **they could be overrepresented**.
- 80% of the Frisian resource supply draws a maximum of 25.000 visitors a year; a relatively high rate compared to the other northern provinces of Groningen (72%) and Drenthe (75%). This means that **Friesland possesses a relatively large number of small tourism and recreation resources**.

- This is further supported by the observation that 10 percent of Frisian resources draw more than 50.000 visitors a year, which is less than the province of Groningen (14%) and Drenthe (22%).
- There are no large scaled resources in Friesland that for instance draw large crowds like 300.000 visitors a year. Fifty-one percent of all visits find place in slightly smaller resources (more than 100.000 visitors). This share is higher for Groningen and Drenthe where respectively 63% and 79% of all visits find place in resources that draw more than 100.000 visitors a year. Swimming pools (100.000+ visitors) attract the highest amounts of visits in Friesland (35%) as well as Groningen (30%) and Drenthe (24%). When looking at the top 50 list of Dutch attractions with over 400.000 visitors a year, only Friesland has one that is on it, namely Thialf.
- The province of Drenthe is the only province in North Netherland with a varied and attractive resource supply. In addition to swimming pools (24%), most visitors go to zoos (19%) and amusement parks (17%). **Friesland does not have such a diverse supply of tourism and recreation resources**.
- Given that most of the tourists stay in the western part of Friesland (e.g. Wadden Islands, Frisian Lake District, IJsselmeer coast) and looking at the decreasing action radius of their outings, we conclude that **the resource supply of Groningen and Drenthe cannot be added to that of Friesland.**

2.3 Main research question conclusion

The main research question was; With regards to recreation and tourism, how can Friesland achieve maximum yield while maintaining high standards of quality and minimizing damages to the landscape and the environment?

Achieving yield by maintaining a broadly differentiated tourism accommodation market.
It is important to note that Friesland contains four different types of tourist accommodation that are all relevant to its regional economy. **Each establishment has its own economic value**. In current times of financial and economic crisis it is vital that all segments are developed and stimulated in order to maintain economic yield. This is because:

- **Hotel industry:** The Friesland hotel industry is mainly important because it generates by far **the largest economic yield**. The industry provides 3.500 jobs a year and as such, it has a larger economic impact then both the holiday home and marina industry combined.
- **Holiday home industry:** This industry is mainly important because of its (indirect) influence on other sectors (hospitality, retail etc.), as shown by the relatively large employment and added value multipliers.
- **Marina industry:** The marina industry is the **back bone for some of Friesland's important unique selling points**: the Friesland Lake District, de Friesland IJsselmeer Coast and the Wadden area. Furthermore, the marina industry is very important for both retail and industry (maintenance, service, stabling etc.).
- **Campsite industry:** Friesland campsites are relevant because, of all tourist accommodations this is where **the most overnight stays** are. In addition to the large number of stays, it also has a

large (indirect) impact on retail and hospitality, namely when looking at the relatively large employment and added value multipliers.

Markets are momentarily saturated: only innovative resources offer chances
When looking at the market analyses for overnight stay accommodations, it becomes clear that the market is **momentarily saturated**. This is especially the case for the hotel and holiday home segment. The supply is by far exceeded by the current demand, causing occupancy rates to decline. It appears that this will continue to happen in the short term.

Additions to the market will probably only be successful when they are **innovative**, meaning that new supply of accommodations should be unique and not resemble any of the currently available accommodations.

Continuous quality improvement of overnight stay accommodations
Considering the trends and developments in overnight stay accommodations, it is clear that further action is required in the province of Friesland to ensure that the supply remains of good **quality** and interesting to tourists and holiday-makers.

Developing a comprehensive new tourism-recreational facility in Friesland
Contrary to many other provinces, Friesland lacks a large scale tourism-recreational facility that draws more than 300.000 annual visitors. It seems obvious to follow a 'double track' approach for this:

1. *Acquisition for a large scale facility* (and to facilitate the development in every possible way using the provincial tools for spatial development etcetera)
2. To facilitate the expansion of several already existing Friesland tourism-recreational facilities with potential. By using an encouraging approach and by creating the necessary spatial conditions for growth, these facilities can be stimulated to develop into large-scale facilities in the long term.

3 Inleiding

3.1 Aanleiding

Recreatie en toerisme is in de provincie Fryslân maatschappelijk en economisch van groot belang. De economische betekenis van de sector wordt geschat op bijna 9 procent van de Friese werkgelegenheid. Recreatie en toerisme is daardoor een belangrijke pijler voor de vitaliteit van het Friese platteland en voor de steden.

De provincie Fryslân heeft duidelijke ambities voor recreatie en toerisme. De provincie wil een economisch renderend en landschappelijk goed ingepast aanbod van verblijfsrecreatie en toeristisch-recreatieve voorzieningen bieden. Binnen de sector 'recreatie en toerisme' is de verblijfsrecreatie namelijk een erg belangrijk onderdeel. Het gaat hierbij onder meer om recreatiewoningen, kampeerplaatsen, hotels en jachthavens. De toeristisch-recreatieve voorzieningen zijn eveneens een belangrijk onderdeel van het toeristisch aanbod in de provincie, bijvoorbeeld waar het gaat om musea, attracties en zwembaden. Verder investeert de provincie Fryslân stevig in het Friese Meren Project en in de vermarkting van Fryslân op basis van de nota 'Fryslân Toeristische Topattractie'.

Ter voorbereiding van het nieuwe programma Gastvrij Fryslân wenst de provincie Fryslân concreet meer inzage in de economische effecten / economische impact van het toerisme in Fryslân. Wat voor impact heeft het toerisme op de vitaliteit van het Friese platteland, de Friese steden en de eilanden (maatschappelijke effecten)?

De provincie vraagt om een gedegen impactstudie die de economische spin-off op het gebied van verblijfsrecreatie en toeristisch-recreatieve voorzieningen in kaart brengt. Als concreet eindresultaat ziet de provincie Fryslân een overzicht van indicatoren/kengetallen/multipliers die de economische impact weergeven.

De provincie Fryslân heeft economisch onderzoeks- en adviesbureau Decisio gevraagd de impactstudie uit te voeren. Naar aanleiding van het verzoek van de provincie stelde Decisio voorliggend rapport op.

3.2 Onderzoeksvragen

De hoofdvraag voor het onderzoek is door de provincie Fryslân als volgt verwoord:

"Waar kan Fryslân in de sector recreatie en toerisme het meeste (economische) rendement halen met borging van kwaliteit en de minste schade voor het milieu en landschap?".

Ter beantwoording van de hoofdvraag van de provincie Fryslân is het onderzoek uitgevoerd aan de hand van de volgende onderzoeksvragen:

1. Wat is de **economische impact van de markt voor verblijfsrecreatie**? Bij deze vraag verlangt de provincie Fryslân:
    a. een beeld van de indicatoren, kengetallen en multipliers (voor Fryslân en daar buiten) die de economische impact van de markt verduidelijken;
    b. een onderscheid naar grootteklassen voor de verblijfsrecreatie;
    c. een kwalitatief beeld van de maatschappelijke effecten van de verschillende marktsegmenten van de verblijfsrecreatie, gelet op leefbaarheid/landschap;
    d. een inschatting van het economische effect wanneer er marktverschuivingen in/tussen de verschillende marktsegmenten plaatsvindt;
    e. een inschatting van de lange termijn economische effecten van de toename van recreatiewoningen ten koste van vaste seizoenplaatsen op campings.
2. Wat zijn de ontwikkelingen in Fryslân voor wat betreft **de toeristisch-recreatieve voorzieningen**; waarbij specifieke aandacht is gevraagd voor:
    a. wat is het beeld voor de toeristisch-recreatieve voorzieningen in het licht van een ondervertegenwoordiging danwel een oververtegenwoordiging? Hoe verhoudt zich het aanbod in Fryslân ten opzichte van de omliggende provincies en andere gebieden?;
    b. welke initiatieven zijn momenteel in ontwikkeling, maar nog niet gerealiseerd?;
    c. is een aanvulling op het huidige aanbod noodzakelijk en hoe wordt het huidige aanbod 'vermarkt'? Welke, logische aanvullingen op het huidige aanbod liggen voor de hand?

3.3 Onderzoeksopzet

Het onderzoek naar de economische impact van verblijfrecreatie en voorzieningen is aan de hand van de volgende uitgangspunten uitgevoerd:

- *afbakening van de verblijfsrecreatiemarkt*. De verblijfsrecreatiemarkt in Fryslân in de meest brede zin bestaat uit onder meer hotels/pensions, logies en ontbijt, campings, recreatiewoningen, groepsaccommodaties en jachthavens. Op basis van het aantal overnachtingen (Toerisme in Cijfers 2011) blijkt dat ruim 80 procent van de totale markt te vatten is in vier marktsegmenten: hotels, campings, recreatiewoningen en jachthavens. Deze impactstudie beperkt zich tot deze vier marktsegmenten, waardoor in omvang beperktere typen verblijfsaccommodaties (zoals logies en ontbijt of tweede woningen; respectievelijk 1 procent en 6 procent van het totaal aantal overnachtingen) buiten beschouwing blijven;
- *toeristisch-recreatieve voorzieningen*: de veronderstelling bestaat dat de provincie Fryslân een (te) beperkt aanbod heeft van zogenaamde 'elkweervoorzieningen': dat zijn toeristisch-recreatieve voorzieningen die bij elk weertype een aantrekkelijk aanbod vormen voor toeristen en recreanten in Fryslân;
- *casestudies/diepte-interviews*: in het kader van dit onderzoek is voor het bepalen van de economische impact van de verblijfsrecreatiemarkt in Fryslân een achttal casestudies/diepte-interviews uitgevoerd met hotels (2), campings (2), recreatiewoningparken (2) en jachthavens

(2). De casestudies hadden ten doel een scherp beeld te krijgen van onder meer omzet, kosten, werkgelegenheid en binding met de regio van de individuele verblijfsaccommodaties;

- *economische modellering impact verblijfsaccommodaties*: voor het bepalen van de economische impact van de verblijfsaccommodaties in Fryslân hanteerde Decisio een, in eigen beheer ontwikkeld, regionaal-economisch input-outputmodel;
- *deskresearch*: ten behoeve van de studie is in de meeste brede zin deskresearch uitgevoerd op basis van al bestaande, in het kader van dit onderzoek interessante economische studies op het gebied van recreatie en toerisme. In een overzicht van geraadpleegde publicaties is opgenomen in de bijlagen van dit rapport;
- *regionale indeling*: in dit onderzoek zijn diverse onderzoeksuitkomsten gepresenteerd voor verschillende regio's binnen de provincie Fryslân. Ter verduidelijking van de afbakening van de verschillende regio's (gelijk aan de indeling van de streekagenda's) is de volgende afbeelding van belang:

3.4 Leeswijzer

In dit rapport gaan wij achtereenvolgens in op de volgende onderwerpen:

- in hoofdstuk 4 gaan we nader in op de economische impact van verblijfsaccommodaties in Fryslân. Daarvoor gaan we achtereenvolgens in op de impact van hotels, recreatiewoningen, jachthavens en campings;
- in hoofdstuk 5 presenteren we onze analyse van de toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân. Dit hoofdstuk gaat onder meer nader in op de huidige vraag- en aanbodontwikkelingen;
- in hoofdstuk 6 zijn de conclusies en aanbevelingen opgenomen;
- hoofdstuk 7 biedt een overzicht van de aanbevelingen op basis van dit onderzoek.

4 Economische impact verblijfsrecreatie

In dit hoofdstuk presenteren we de economische impact van de verschillende typen verblijfsrecreatie in de provincie Fryslân. Daarvoor gaan we allereerst kort in op de huidige verblijfsrecreatiemarkt. Vervolgens zoomen we nader in op de economische betekenis van de verschillende verblijfsaccommodatietypen waar het accent ligt op hotels, campings, jachthavens en recreatiewoningen.

4.1 Korte marktschets verblijfsrecreatie

Overall beeld markt verblijfsaccommodaties Fryslân

De Friese verblijfsrecreatiemarkt, bestaande uit verschillende typen verblijfsaccommodaties, verzorgde in 2011 bijna 9,5 miljoen overnachtingen. Fryslân heeft daarmee de omvangrijkste verblijfsrecreatiemarkt van Noord-Nederland. Drenthe en Groningen hebben respectievelijk 8,1 en 2,4 miljoen overnachtingen[3].

Tabel 4.1. Aantal overnachtingen naar type verblijfsaccommodaties in Fryslân, 2007-2011

(x 1.000)	2007	2008	2009	2010	2011
Hotels en pensions	1.213	1.199	1.146	1.099	1.239* (13%)
Logies en ontbijt	101	122	113	107	111*(1%)
Kampeerterreinen	3.731	3.671	3.614	3.629	3.650 (38%)
Recreatiewoningen	1.874	1.918	1.927	1.916	1.848 (19%)
Tweede woningen	561	572	574	574	568 (6%)
Groepsaccommodaties	941	949	970	939	880 (9%)
Jachthavens	1.158	1.168	1.162	1.148	1.231 (13%)
Totaal	9.587	9.627	9.588	9.493	9.576 (100%)

Bron: Toerisme Monitor 2011, ETFI. *: vanaf 2011 zijn cijfers voor hotels, pensions en logies en ontbijt samengevoegd. Op basis van cijfers 2010 en eerder is gemiddelde aanname gedaan voor 2011 voor logies en ontbijt om zodoende dit type verblijfsaccommodatie afzonderlijk te kunnen presenteren ten opzichte van hotels en pensions.

Ruim een derde van de overnachtingen in Fryslân vond plaats op kampeerterreinen (zowel toeristische als vaste plaatsen; respectievelijk 40 procent en 60 procent van het kampeeraanbod). Daarnaast vindt de hoofdmoot van overnachtingen plaats in recreatiewoningen (19 procent), hotels (13 procent) en jachthavens (13 procent).

De overall ontwikkeling van het aantal overnachtingen bij verblijfsaccommodaties in Fryslân sinds 2007 is licht negatief (-1,2 procent gemiddelde voor de periode 2007 tot en met 2011). In de jaren

[3] Cijfer Drenthe 2010, cijfer Groningen 2011. Bron: Toerisme in Cijfers 2011 en Toerisme Monitor Fryslân en Groningen (2011), beide ETFI

1996 tot en met 2005 was het aantal overnachtingen in Fryslân overigens structureel hoger; jaarlijks zo'n 1 a 1,5 miljoen overnachtingen meer.

De afgelopen jaren hebben de markten voor jachthavens en logies en ontbijt de sterkste groei gekend (gemiddeld respectievelijk 4,4 en 2,0 procent groei van het aantal overnachtingen voor de periode 2007 tot en met 2011). De markten voor hotels en pensions en recreatiewoningen nam in de afgelopen jaren iets af (respectievelijk 1,6 en 1,2 procent in de periode 2007 tot en met 2011).

De deelmarkten voor groepsaccommodaties en kampeerterreinen laten sinds 2007 wel een (sterk) dalende lijn zien. Het aantal overnachtingen in deze verblijfsaccommodaties neemt de afgelopen jaren, gemiddeld genomen over de periode 2007 tot en met 2011, af.

Tabel 4.2. Indexcijfers aantal overnachtingen naar type verblijfsaccommodaties in Fryslân, 2007-2011

2007=100	2007	2008	2009	2010	2011	Gemiddeld trendcijfer*
Hotels en pensions	100	99	94	91	102	-1,6
Logies en ontbijt	100	121	112	106	110	2,0
Kampeerterreinen	100	98	97	97	98	-2,2
Recreatiewoningen	100	102	103	102	99	-1,2
Tweede woningen	100	102	102	102	101	1,1
Groepsaccommodaties	100	101	103	100	94	-5,6
Jachthavens	100	101	100	99	106	4,4
Totaal	100	100	100	99	100	-1,2

Bron: berekening Decisio op basis van cijfers van Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI). *: gemiddeld trendcijfer betreft de gemiddelde vijfjaarlijkse ontwikkeling gecorrigeerd voor fluctuaties (in procenten)

Op basis van het aantal overnachtingen in 2011 blijkt dat ruim 80 procent van de totale verblijfsrecreatiemarkt in Fryslân te vatten is in de volgende vier marktsegmenten:

- hotels (13 procent);
- kampeerterreinen (38 procent);
- recreatiewoningen (19 procent);
- jachthavens (13 procent).

Deze economische impactstudie focust zich hierna tot deze vier marktsegmenten en de in omvang beperktere typen verblijfsaccommodaties (zoals logies en ontbijt of tweede woningen; respectievelijk 1 procent en 6 procent van het totaal aantal overnachtingen) blijven verder buiten beschouwing.

Marktschets hotels

In Fryslân zijn in 2011 zo'n 200 hotelbedrijven (hotels en pensions). In totaal vonden in 2011 ruim 1,2 miljoen overnachtingen plaats in hotels. Het aantal bedrijven en bedden in deze deelmarkt is in de afgelopen jaren toegenomen; het aantal overnachtingen is daarentegen sinds 2007 licht afgenomen (zie ook tabel 4.2).

Tabel 4.3. Kerncijfers hotels in Fryslân, 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011
Aantal bedrijven	184	187	188	190	200
Aantal bedden	8.641	8.513	8.587	8.585	9.470
Aantal overnachtingen	1.213.000	1.199.000	1.146.000	1.099.000	1.239.000

Bron: Cijfers berekend door Decisio op basis van Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI). Herberekening cijfers 'hotels en pensions' noodzakelijk in verband met wijziging presentatie van gegevens in monitor. In de laatste versie van de monitor zijn én gegevens voor hotels en pensions samengevoegd met gegevens voor logies met ontbijt én is voor een andere regionale indeling gekozen.

Het grootste aantal hotelbedden en -overnachtingen bevindt zich op de Friese Waddeneilanden. Het gaat dan 37 procent van het aantal Friese hotelbedden; het aandeel overnachtingen in hotels bedraagt op de Waddeneilanden (bijna) 39 procent.

Na de Waddeneilanden huisvest Zuidwest Fryslân de meeste hotelbedden en -overnachtingen. Het gaat dan respectievelijk om 23 procent en 20 procent voor Zuidwest Fryslân van de totale Friese hotelcapaciteit.

Tabel 4.4. Geografische kerncijfers hotels in Fryslân, 2007-2011

	2011: aantal bedden	%	2011: aantal overnachtingen	%
Noordoost Fryslân	853	9%	84.075	7%
Noordwest Fryslân	1.465	16%	219.480	18%
Waddeneilanden	3.434	37%	479.670	39%
Zuidoost Fryslân	1.438	15%	211.515	17%
Zuidwest Fryslân	2.114	23%	244.260	20%
Totaal	9.303	100%	1.239.000	100%

Bron: Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI); berekening percentages door Decisio

Wanneer we de ontwikkelingen in de hotelmarkt in Fryslân in de periode 2007 tot en met 2011 analyseren[4] dan ontstaat het volgende beeld:

- het aantal hotelbedrijven en het aantal bedden zijn sterk toegenomen. Vooral in Noordoost Fryslân. Het aantal overnachtingen is overall redelijk stabiel gebleven; echter in een aantal regio's

[4] Let wel: deze analyses zijn niet gecorrigeerd voor onder meer bepalende factoren zoals kwaliteit, de prijs, het weer of concurrentieverhoudingen

was sprake van een daling van het aantal hotelovernachtingen. Dit geldt eveneens voor het aantal bedden per bedrijf;

- overall is in de Friese hotelsector het aantal overnachtingen per bedrijf en het aantal overnachtingen per bed de laatste jaren afgenomen. De afname van deze parameters was de afgelopen jaren het sterkst in Zuidoost Fryslân.

Tabel 4.5. Marktanalyse hotels in Fryslân, 2007-2011

Hotels	Bedrijven	Bedden	Over-nachtingen	Bedden per bedrijf	Overnachtingen per bedrijf	Overnachtingen per bed
Noordoost Fryslân	↑↑	↑	=	↓	↓↓	↓
Noordwest Fryslân	↑	↑	↑	↓	↓	=
Waddeneilanden	=	↑	↓	↑	↓	↓
Zuidoost Fryslân	↑	↑	↓	=	↓↓	↓↓
Zuidwest Fryslân	↑	↑↑	=	=	↓	↓
Totaal	↑	↑	=	=	↓	↓

Bron: op basis van de aanbod- en vraaggegevens van de Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI) is door Decisio een gemiddeld trendcijfer voor de periode 2007 tot en met 2011 berekend. Deze trendcijfers zijn vervolgens gecategoriseerd naar: sterke groei (↑↑: gemiddeld 10 procent of meer), groei (↑: gemiddeld meer dan 2 procent tot 10 procent), neutrale ontwikkeling/zeer beperkte groei of daling (= : gemiddeld tussen 2 en -2 procent), daling (↓: gemiddelde meer dan -2 tot -10 procent) of sterke daling (↓↓: gemiddeld -10 procent of meer).

De overall ontwikkeling in Fryslân van een relatief beperkte daling van het aantal overnachtingen in hotels (tabel 4.2 en 4.5) komt niet overeen met benchmarkcijfers van Rabobank[5]. Deze benchmarkcijfers geven voor dezelfde periode van 2007 tot en met 2011 aan dat het aantal hotelovernachtingen in Nederland met gemiddeld 2,5 procent is toegenomen. Het aantal overnachtingen in Fryslân neemt echter iets af (-1,6 procent).

Tot slot, kort enkele, belangrijke trends en ontwikkelingen[6] in de markt voor hotels:

- toenemende populariteit budget hotels;
- inzetten van kortingsacties;
- toetreding van buitenlandse ketens;
- er komen meer en grotere hotels;
- inspelen op authenticiteit en beleving: 'het creatieve aanbod' wint het van de massa;
- prijs en uitstraling zijn belangrijker dan sterren;
- hoogwaardige voorzieningen steeds belangrijker;
- 'reward systems / loyalty cards' werken bij zakengasten.

[5] Rabobank Cijfers en Trends Hotels, januari 2013
[6] Rabobank Cijfers en Trends Hotels, januari 2013

Verder constateert Rabobank de volgende kansen en bedreigingen voor de markt voor hotels:

- 'value for money' is de grootste groeimarkt voor het zakelijke middensegment;
- wellnessvoorzieningen kunnen bijdragen aan een hogere bezettingsgraad;
- toenemende groep ouderen, die meer te besteden hebben, komen vaker terug en zijn flexibeler qua periode dat ze op vakantie kunnen;
- inspelen op specifieke ontbijtwensen;
- klantenbinding levert meer rendement op door directe boekingen;
- verbetering van de internetstrategie;
- arrangementen, speciale acties en samenwerking werken onderscheidend;
- kleinschalig particulier aanbod (bed & breakfast, kamerverhuur, huisruil) stijgt;
- aansluiting bij een keten is niet altijd rendabeler dan zelfstandig blijven, redenen om dit toch te doen zijn vaak yield- en distributieoverwegingen;
- door teveel nieuwbouw en ombouw van kantoorpanden dreigt een hoteloverschot (vooral in Amsterdam en Utrecht).

Marktschets recreatiewoningparken

In Fryslân zijn in 2011 ruim 200 bedrijven[7] die in totaal ruim 3.000 verhuurwoningen in de recreatiesector exploiteren[8]. In totaal vonden in 2011 ruim 1,8 miljoen overnachtingen plaats in verhuurwoningen. Het aantal bedrijven en verhuurwoningen in deze deelmarkt is in de afgelopen jaren toegenomen. Het aantal overnachtingen is, sinds 2007, gedaald met gemiddeld 1,2 procent (zie tabel 4.2).

Tabel 4.6. Algemene kerncijfers recreatiewoningenparken in Fryslân, 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011
Aantal bedrijven	182	186	186	187	208
Aantal verhuurwoningen	2.848	2.925	2.930	2.918	3.055
Aantal overnachtingen	1.874.000	1.918.000	1.927.000	1.916.000	1.848.000

Bron: Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI)

Het grootste aantal verhuurwoningen en overnachtingen in verhuurwoningen bevindt zich op de Friese Waddeneilanden. Het gaat dan om zo'n 40 procent van de Friese verhuurwoningen; het aandeel overnachtingen in verhuurwoningen bedraagt op de Waddeneilanden eveneens (bijna) 40 procent.

Na de Waddeneilanden huisvesten Zuidwest Fryslân en Noordoost Fryslân de meeste verhuurwoningen en overnachtingen. Het gaat dan 25 procent en 29 procent voor Zuidwest Fryslân en 21 procent en 21 procent in Noordoost Fryslân.

[7] Waaronder waarschijnlijk veel combinatiebedrijven die zowel kampeerplaatsen als recreatiewoningen exploiteren

[8] Dit is exclusief de 'tweede woningen'

Tabel 4.7. Geografische kerncijfers recreatiewoningenparken in Fryslân, 2007-2011

	2011: aantal verhuurwoningen	%	2011: aantal overnachtingen	%
Noordoost Fryslân	627	21%	382.000	21%
Noordwest Fryslân	227	7%	108.000	6%
Waddeneilanden	1.237	40%	730.000	39%
Zuidoost Fryslân	198	6%	101.000	5%
Zuidwest Fryslân	766	25%	528.000	29%
Totaal	3.055	100%	1.849.000	100%

Bron: Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI); berekening percentages door Decisio

Wanneer we de ontwikkelingen in de verhuurwoningenmarkt in Fryslân in de periode 2007 tot en met 2011 analyseren[9] dan ontstaat het volgende beeld:

- het aantal bedrijven en het aantal verhuurwoningen is sterk toegenomen. Vooral in Noordoost Fryslân en Noordwest Fryslân. Het aantal overnachtingen per bedrijf of per woning neemt echter af. Het is daarmee aannemelijk dat overall de bezettingsgraad in de verhuurwoningenmarkt de afgelopen jaren is afgenomen[10]. Dit effect is het sterkst in Noordoost en Noordwest Fryslân;
- de markt voor verhuurwoningen op de Waddeneilanden lijkt stabiel. Op de Waddeneilanden wordt in de regel maar beperkt tot niet (bij)gebouwd;
- in Zuidwest Fryslân is het aantal bedrijven dat woningen verhuurt sterk toegenomen, terwijl het aantal verhuurwoningen de laatste jaren is gedaald. Dit duidt op schaalverkleining in dit deel van Fryslân; mede gelet op de daling van het aantal woningen per bedrijf en het toegenomen aantal overnachtingen per woning. Deze schaalverkleining lijkt een positief effect te hebben; het aantal overnachtingen per woning in dit deel van Fryslân is de afgelopen jaren toegenomen. En/of dit zou ook op een kwaliteitsimpuls kunnen duiden van recreatiewoningen (nieuw voor oud?).

Tabel 4.8. Marktanalyse verhuurwoningen in Fryslân, 2007-2011

Verhuurwoningen	Bedrijven	Woningen	Over-nachtingen	Woningen per bedrijf	Overnachtingen per bedrijf	Overnachtingen per woning
Noordoost Fryslân	↑↑	↑↑	↑	↑↑	↓	↓↓
Noordwest Fryslân	↑↑	↑↑	↓	↓	↓↓	↓↓
Waddeneilanden	↑	=	↓	↓	↓	=
Zuidoost Fryslân	↑	↑	↓↓	↓	↓↓	↓↓
Zuidwest Fryslân	↑↑	↓	↑	↓↓	↓	↑↑
Totaal	↑↑	↑	=	↓	↓↓	↓

Bron: op basis van de aanbod- en vraaggegevens van de Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI) is door Decisio een gemiddeld trendcijfer voor de periode 2007 tot en met 2011 berekend. Deze trendcijfers zijn

[9] Let wel: deze analyses zijn niet gecorrigeerd voor onder meer bepalende factoren zoals kwaliteit, de prijs, het weer of concurrentieverhoudingen

[10] Hetgeen ook blijkt uit eerdere Toerdata rapportage (ETFI) over bezettingsgraden van recreatiewoningen in Fryslân

vervolgens gecategoriseerd naar: sterke groei (↑↑: gemiddeld 10 procent of meer), groei (↑: gemiddeld meer dan 2 procent tot 10 procent), neutrale ontwikkeling/zeer beperkte groei of daling (= : gemiddeld tussen 2 en -2 procent), daling (↓: gemiddelde meer dan -2 tot -10 procent) of sterke daling (↓↓: gemiddeld -10 procent of meer).

De overall ontwikkeling in Fryslân van een relatief beperkte daling van het aantal overnachtingen in verhuurwoningen komt overeen met benchmarkcijfers van Rabobank[11]. Deze benchmarkcijfers geven voor dezelfde periode van 2007 tot en met 2011 aan dat het aantal bungalowovernachtingen in Nederland met gemiddeld 3,5 procent is afgenomen. Het aantal overnachtingen in Fryslân neemt eveneens af; zij het minder dan in Nederland (1,1 procent).

Tot slot, kort enkele, belangrijke trends en ontwikkelingen[12] in de markt voor recreatiewoningen:

- accent ligt op beleving en comfort. Een blijvende vernieuwing is noodzakelijk om de klant te blijven interesseren;
- het belang van internet (online zoeken en boeken) en social media in deze markt neemt toe;
- er is meer aandacht voor duurzaamheid;
- consumenten houden meerdere (kortere) vakanties per jaar en vaker last minute;
- de consument zoekt comfort, luxe en voorzieningen;
- er vindt een integratieslag plaats van dag- en verblijfsrecreatie.

Verder constateert Rabobank de volgende kansen en bedreigingen voor de markt voor recreatiewoningen:

- een goed gebruik van social media en internet zorgt voor beter doelgroepbereik;
- de economische crisis stimuleert het binnenlandse toerisme en beïnvloedt daarmee op positieve wijze de bezettingsgraad. De bestedingen per bezoeker staan echter onder druk;
- bungalowparken profiteren van de trend dat consumenten hogere eisen stellen aan luxe en comfort;
- verouderde bungalowparken hebben het moeilijk, verhuurorganisaties richten hun pijlen op nieuwe ontwikkelingen;
- het recreatiebeleid van gemeenten verschilt sterk (o.a. behandeling toeristenbelasting). Dit werkt onduidelijkheid voor ondernemers in de hand;
- buitenlandse (zon)bestemmingen blijven aantrekkelijk;
- nieuwe ontwikkelingen blijven vol perspectief echter alleen op echte A-locaties;
- er is sprake van een oververzadiging aan vakantiecentra.

Marktschets jachthavens

In Fryslân zijn in 2011 bijna 260 jachthavenbedrijven die in totaal bijna 35.000 ligplaatsen in de recreatiesector verhuren[13]. In totaal vonden in 2011 in de diverse jachthavens ruim 1,2 miljoen

11 Rabobank Cijfers en Trends Vakantiecentra, januari 2013
12 Rabobank Cijfers en Trends Vakantiecentra, januari 2013
13 Het gaat hier om vast én passantenligplaatsen

overnachtingen plaats. Het aantal bedrijven en ligplaatsen in deze deelmarkt is in de afgelopen jaren grotendeels stabiel gebleven. Het aantal overnachtingen is, in de jaren 2007 tot en met 2011, eveneens stabiel geweest.

Tabel 4.9. Algemene kerncijfers jachthavens in Fryslân, 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011
Aantal bedrijven	238	239	239	239	258*
Aantal ligplaatsen	31.138	31.313	31.302	31.300	34.758*
Aantal overnachtingen	1.158.000	1.168.000	1.162.000	1.148.000	1.231.000*

Bron: Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI). *: de stijging van het aantal bedrijven, ligplaatsen en overnachtingen in 2011 (t.o.v. voorgaande jaren) is vooral gevolg van meetmethodiek van de Toerisme Monitor 2011. Als verklaring wordt aangedragen: "*Door het updaten van de registratie kan het aantal jachthavens in een gebied toenemen of afnemen zonder dat er in werkelijkheid jachthavens zijn opgeheven of nieuwe jachthavens zijn bijgekomen. Kleine jachthavens die uitbreiden naar meer dan 20 plaatsen kunnen eveneens als nieuwe jachthaven in de telling worden meegenomen. Door deze update voor 2011 is het aantal jachthavens toegenomen*".

Het grootste aantal ligplaatsen en overnachtingen in jachthavens bevindt zich in het zuidwestelijke deel van Fryslân (het Friese meren gebied en de IJsselmeerkust). Het gaat dan om zo'n 58 procent van de Friese ligplaatsen; het aandeel overnachtingen in jachthavens bedraagt in dit deel van Fryslân eveneens 57 procent.

Na Zuidwest Fryslân huisvest Noordwest Fryslân de meeste ligplaatsen en overnachtingen. Het gaat dan respectievelijk om 21 procent en 23 procent. Zuidwest en Noordwest Fryslân vertegenwoordigen gezamenlijk 80 procent van de totale, Friese markt voor jachthavens.

Tabel 4.10. Geografische kerncijfers jachthavens in Fryslân, 2007-2011

	2011: aantal ligplaatsen	%	2011: aantal overnachtingen	%
Noordoost Fryslân	3.824	11%	151.000	12%
Noordwest Fryslân	7.374	21%	282.000	23%
Waddeneilanden	672	2%	6.000	0%
Zuidoost Fryslân	2.568	7%	88.000	7%
Zuidwest Fryslân	20.320	58%	704.000	57%
Totaal	34.758	100%	1.231.000	100%

Bron: Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI); berekening percentages door Decisio

Wanneer we de ontwikkelingen in de markt voor jachthavens in Fryslân in de periode 2007 tot en met 2011 analyseren[14] dan ontstaat het volgende beeld:

- overall is het aantal bedrijven, ligplaatsen, overnachtingen en ligplaatsen per bedrijf licht toegenomen. Echter, het aanbod in de markt (bedrijven, ligplaatsen) is meer toegenomen dan de vraag in de markt (overnachtingen), wat blijkt uit de daling van het aantal overnachtingen per ligplaats en per bedrijf. Dit is een indicatie dat de bezettingsgraden in de markt voor jachthavens in Fryslân (licht) zijn afgenomen;
- de jachthavenmarkt op de Waddeneilanden bleef stabiel; in overeenstemming met het beeld van de markt voor recreatiewoningenparken in dit deel van Fryslân;
- de uitbreiding van het aantal bedrijven en ligplaatsen in Zuidoost Fryslân heeft zich niet direct uitgedrukt in meer overnachtingen per bedrijf of per ligplaats. Duidelijk is dat deze toevoeging niet meteen door een extra marktvraag is ingevuld.

Tabel 4.11. Marktanalyse jachthavens in Fryslân, 2007-2011

Jachthavens	Bedrijven	Ligplaatsen	Over-nachtingen	Ligplaatsen per bedrijf	Overnachtingen per bedrijf	Overnachtingen per ligplaats
Noordoost Fryslân	↑	=	↑	↓	=	↑
Noordwest Fryslân	↑↑	↑	↑	↓	=	↑
Waddeneilanden	=	=	=	=	=	=
Zuidoost Fryslân	↑↑	↑↑	↓	=	↓↓	↓↓
Zuidwest Fryslân	↑	↑↑	↑	↑	=	↓
Totaal	↑	↑	↑	↑	↓	↓

Bron: op basis van de aanbod- en vraaggegevens van de Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI) is door Decisio een gemiddeld trendcijfer voor de periode 2007 tot en met 2011 berekend. Deze trendcijfers zijn vervolgens gecategoriseerd naar: sterke groei (↑↑: gemiddeld 10 procent of meer), groei (↑: gemiddeld meer dan 2 procent tot 10 procent), neutrale ontwikkeling/zeer beperkte groei of daling (= : gemiddeld tussen 2 en -2 procent), daling (↓: gemiddelde meer dan -2 tot -10 procent) of sterke daling (↓↓: gemiddeld -10 procent of meer).

De overall ontwikkeling in Fryslân van een relatief beperkte daling van de bezettingsgraad van jachthavens komt in hoofdlijnen overeen met cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)[15]. De CBS-cijfers schetsen overall een stabiele ontwikkeling in de afgelopen jaren; geen toe- of afname. Rabobank[16] geeft aan dat 'bij veel jachthavens geen wachtlijsten meer zijn, wat er op duidt dat er een zekere verzadiging is opgetreden'. Teven constateert Rabobank dat 'op bepaalde plaatsen in Nederland jachthavens nog wachtlijsten hanteren, bijvoorbeeld rond het IJsselmeer en in Zeeland'. Het beeld van stabiliteit of marktverzadiging lijkt overeen te komen met de marktsituatie in Fryslân voor jachthavens; al is de trend in Fryslân iets negatiever dan het landelijk beeld.

[14] Let wel: deze analyses zijn niet gecorrigeerd voor onder meer bepalende factoren zoals kwaliteit, de prijs, het weer of concurrentieverhoudingen

[15] Toerisme en recreatie in cijfers 2008 (CBS)

[16] Rabobank Cijfers en Trends Jachthavenbranche, januari 2013

Tot slot, kort enkele, belangrijke trends en ontwikkelingen[17] in de markt voor jachthavens:

- verkoop van jachten aan het buitenland;
- een toenemende vraag naar verhuurboten;
- een toename ligplaatsen buiten jachthavens;
- minder vaarbewegingen; boot wordt verblijfsplaats;
- de lengte van bootvakanties wordt korter;
- toenemende behoefte aan luxe en gemak van faciliteiten;
- daling van het aantal buitenlandse watersporters, vooral Duitsers;
- meer aandacht voor duurzaamheid bij jacht(-havens).

Verder constateert Rabobank de volgende kansen en bedreigingen voor de markt voor jachthavens:

- ontzorgen van de ligplaatshouder;
- senioren met veel vrije tijd en een relatief hoog besteedbaar inkomen besteden onderhoud van boten vaak uit. Zowel de kleine waterrecreatie als de toervaart kan profiteren van deze groep;
- aansluiting van de jachthaven bij het recreatieve aanbod in de omgeving versterkt het eigen aanbod;
- door het aanleggen van extra voorzieningen en het bieden van meer luxe en gemak kunnen jachthavens zich onderscheiden. Dit is extra belangrijk voor jachthavens in gebieden waar de wachtlijsten teruglopen;
- bezettingsgraden onder druk in grotere wateren;
- sterke concurrentie tussen verenigingshavens en commerciële havens (tarifering en BTW);
- concurrentievervalsing als gevolg van privatisering gemeentelijke havens;
- het beveiligingsniveau van pleziervaartuigen is onvoldoende;
- scheefgroei tussen geïnvesteerd vermogen en exploitatiemogelijkheden;
- demografische ontwikkeling bedreigend voor bootbezit. Te weinig aanwas jonge booteigenaren.

Marktschets campings

In Fryslân zijn in 2011 bijna 390 campings die in totaal ruim 25.000 standplaatsen in de recreatiesector verhuren[18]. In totaal vonden in 2011 op de diverse kampeerterreinen ruim 3,6 miljoen overnachtingen plaats. De campings boeken daarmee de meeste overnachtingen van alle verblijfsaccommodaties in Fryslân. Het aantal bedrijven in deze deelmarkt is in de afgelopen jaren sterker gestegen dan het aantal standplaatsen. Deze ontwikkeling duidt op schaalverkleining in de markt voor kampeerterreinen in Fryslân. Het aantal overnachtingen is tussen 2007 en 2011 afgenomen met 2,2 procent (zie tabel 4.2).

[17] Rabobank Cijfers en Trends Jachthavenbranche, januari 2013

[18] Het gaat hier om vaste én toeristische standplaatsen op campings

Tabel 4.12. Algemene kerncijfers campings in Fryslân, 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011
Aantal bedrijven	367	370	371	372	389
Aantal standplaatsen	25.745	25.704	25.646	25.764	25.808
Aantal overnachtingen	3.731.000	3.671.000	3.614.000	3.629.000	3.650.000

Bron: Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI)

Het grootste aantal standplaatsen en overnachtingen op campings bevindt zich, gelijk aan het beeld voor de jachthavens, in het zuidwestelijke deel van Fryslân (het Friese meren gebied en de IJsselmeerkust). Het gaat dan om zo'n 39 procent van de Friese standplaatsen; het aandeel overnachtingen op campings bedraagt in dit deel van Fryslân 41 procent.

Na Zuidwest Fryslân huisvesten de Waddeneilanden de meeste standplaatsen en overnachtingen. Het gaat dan respectievelijk om 28 procent en 31 procent. Zuidwest Fryslân en de Waddeneilanden vertegenwoordigen ongeveer 70 procent van het totale, Friese aanbod aan standplaatsen op campings.

Tabel 4.13. Geografische kerncijfers campings in Fryslân, 2007-2011

	2011: aantal standplaatsen	%	2011: aantal overnachtingen	%
Noordoost Fryslân	2.855	11%	330.000	9%
Noordwest Fryslân	2.163	8%	215.000	6%
Waddeneilanden	7.300	28%	1.150.000	31%
Zuidoost Fryslân	3.404	13%	455.000	12%
Zuidwest Fryslân	10.086	39%	1.501.000	41%
Totaal	25.808	100%	3.651.000	100%

Bron: Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI); berekening percentages door Decisio

Wanneer we de ontwikkelingen in de markt voor kampeerstandplaatsen in Fryslân in de periode 2007 tot en met 2011 analyseren[19] dan ontstaat het volgende beeld:

- overall is het aantal bedrijven toegenomen, het aantal standplaatsen gelijk gebleven en is het aantal overnachtingen gedaald. Dit beeld geldt grofweg voor alle regio's in Fryslân;
- de ontwikkeling van kampeerplaatsen in Zuidoost Fryslân is het meest stabiel. Alleen daar nam het aantal overnachtingen (licht) toe;
- naast Zuidoost Fryslân, bleef het aantal overnachtingen per standplaats op de Waddeneilanden en in Zuidwest Fryslân relatief stabiel. Het extra gecreëerde aanbod in Noordoost Fryslân is niet door de marktvraag opgenomen. In deze regio, en in Noordwest Fryslân, is het aantal overnachtingen per bedrijf en per standplaats de laatste jaren het sterkst afgenomen.

[19] Let wel: deze analyses zijn niet gecorrigeerd voor onder meer bepalende factoren zoals kwaliteit, de prijs, het weer of concurrentieverhoudingen

Tabel 4.14. Marktanalyse campings in Fryslân, 2007-2011

Campings	Bedrijven	Stand-plaatsen	Over-nachtingen	Standplaatsen per bedrijf	Overnachtin-gen per bedrijf	Overnachtingen per standplaats
Noordoost Fryslân	↑↑	↑	↓	↓	↓↓	↓↓
Noordwest Fryslân	↑	=	↓	↓	↓↓	↓↓
Waddeneilanden	↑	=	=	↓	↓	=
Zuidoost Fryslân	=	=	↑	=	=	=
Zuidwest Fryslân	↑	=	↓	↓	↓	=
Totaal	↑	=	↓	↓	↓	↓

Bron: op basis van de aanbod- en vraaggegevens van de Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 (ETFI) is door Decisio een gemiddeld trendcijfer voor de periode 2007 tot en met 2011 berekend. Deze trendcijfers zijn vervolgens gecategoriseerd naar: sterke groei (↑↑: gemiddeld 10 procent of meer), groei (↑: gemiddeld meer dan 2 procent tot 10 procent), neutrale ontwikkeling/zeer beperkte groei of daling (= : gemiddeld tussen 2 en -2 procent), daling (↓: gemiddelde meer dan -2 tot -10 procent) of sterke daling (↓↓: gemiddeld -10 procent of meer).

De daling van het aantal overnachtingen in de campingsector in Fryslân is gelijk aan de Nederlandse trend; zij het dat de Friese ontwikkeling de laatste jaren minder negatief was dan die in Nederland totaal. Op basis van CBS-cijfers[20] blijkt dat het aantal overnachtingen op campings in Nederland in de afgelopen jaren met 6,7 procent is afgenomen. De afname van het aantal overnachtingen op Fries campings bedroeg gemiddeld 2,2 procent.

Tot slot, kort enkele, belangrijke trends en ontwikkelingen in de markt voor kampeerplaatsen op basis van een publicatie van ETFI (2012)[21]:

- Nederlanders kamperen veel meer dan andere Europeanen, echter de laatste jaren heeft de markt tekenen van verzadiging getoond. Kampeerders beginnen te kijken naar andere vormen van logies;
- een belangrijke factor is koopkracht. De prijsbewuste vakantieganger blijft in eigen land, en gaat weer kamperen. In het Verenigd Koninkrijk is deze trend duidelijk zichtbaar, en ook in Zeeland zijn tekenen van een dergelijke opleving;
- in de publicatie worden de volgende redenen genoemd waarom mensen (weer) gaan kamperen:
    - Vrijheid, flexibiliteit en buiten zijn;
    - Samen zijn met de familie;
    - 'Herontdekkers' die al een tijd niet gekampeerd hebben komen weer terug;
    - Luxe caravanvakanties;
    - Festivalbezoek;
    - Milieubewustheid en behoefte aan duurzaamheid.

[20] Toerisme in Nederland 2011, CBS (2012). Cijfers over overnachtingen op campings zijn door Decisio bewerkt (indexering en berekening gemiddelde trend)

[21] Kamperen, een sector met toekomst, ETFI (2012)

4.2 Definities impact

De economische impact van toerisme wordt aan de hand van verschillende indicatoren weergegeven. In deze paragraaf beschrijven we kort de indicatoren die we gebruiken. Het gaat daarbij om:

1. **bestedingen of omzetten**: de toeristisch-recreatieve bestedingen zijn gelijk aan de bijdrage aan de omzet van de bedrijven waar recreanten en toeristen hun geld uitgeven. Omdat een bedrijfsomzet in de meeste gevallen voor een groot deel bestaat uit goederen en diensten (die weer elders zijn ingekocht), zegt deze indicator maar in beperkte mate iets over de daadwerkelijke bijdrage van toerisme aan de regio;
2. **toegevoegde waarde**: de toegevoegde waarde is de bijdrage aan het Bruto Regionaal Product. Deze bestaat uit de beloning van werknemers, winsten en belastingen (minus subsidies). Dit is gelijk aan de omzet minus de ingekochte goederen en diensten van bedrijven;
3. **werkgelegenheid**: de banen die samenhangen met de toeristisch-recreatieve bestedingen.

De toegevoegde waarde en werkgelegenheid zijn de belangrijkste indicatoren voor de bijdrage van het toerisme aan de economie van de regio. Behalve een onderscheid in deze indicatoren voor economische impact, berekenen we de directe en indirecte impact. Hiervoor hanteren we de volgende definities:

1. **directe impact**: we bekijken de economische impact vanuit het oogpunt van de bestedingen van de toerist. Dat betekent dat alle bedrijven waar de toerist geld uitgeeft, worden meegenomen in de directe impactberekeningen. Dus, bij de economische impact van een bungalowpark rekenen we niet alleen de omzet, toegevoegde waarde en werkgelegenheid van het bungalowpark zelf tot de directe impact. Maar, ook de bestedingen van de gasten in de supermarkt, horeca, attracties e.d. behoren tot de directe impact van het bungalowpark. We kozen voor deze benadering omdat de verdienmodellen van verschillende typen hotels of bungalowparken sterk verschillen, terwijl de bestedingen van de gasten hiervan minder afhankelijk en daarmee universeler toepasbaar zijn;
2. **indirecte impact**: dit is de economische impact die optreedt als gevolg van de onderlinge leveranties tussen bedrijven. Als een toerist geld uitgeeft bij een bakker, koopt de bakker meel in bij de meelfabriek, de meelfabriek graan bij de boer en de boer kunstmest bij een mestleverancier. Een dergelijke keten levert ook werkgelegenheid en toegevoegde waarde op. Voor zover deze leveranciers in de regio zitten, behoren zij tot de indirecte effecten als gevolg van de bestedingen van de toerist. Ook de inkoop van bungalowparken, hotels, etc. (denk aan inkoop van schoonmaak, onderhoudsdiensten of gas-water-licht), behoort tot de indirecte impact van het toerisme.

De *multiplier* geeft tenslotte de verhouding weer tussen de directe en indirecte effecten. Een toegevoegde waarde multiplier van 1,5 betekent dat op elke euro directe toegevoegde waarde, 50 cent indirecte toegevoegde waarde elders in de regio wordt gecreëerd.

4.3 Economische impact: hotels

4.3.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers

We maken onderscheid naar twee verschillende typen hotels en hun gasten: grote hotels (>100 bedden) en kleine hotels (ca. 25 bedden). Deze zijn gebaseerd op twee onderzochte cases. Daarnaast geven we de gemiddelde bestedingen per hotelgast weer op basis van algemene kengetallen; vanwege een omvangrijke diversiteit in de hotelmarkt (capaciteit, type doelgroep, prijs etc.).

Tabel 4.15. Overzicht economische impact drie typen hotels (cijfers zijn afgerond)

Onderwerp	Groot hotel	Klein hotel	Gemiddeld hotel*
Bestedingen per persoon per overnachting	€ 318	€ 150	€ 113
Aantal bedden	130	36	51
Bezettingsgraad	32%	29%	36%
Aantal overnachtingen	13.400	3.800	6.700
Directe toegevoegde waarde (TW) per 1.000 overnachtingen	€ 192.000	€ 100.000	€ 58.000
Indirecte toegevoegde waarde (TW) per 1.000 overnachtingen	€ 44.000	€ 27.000	€ 25.000
Multiplier toegevoegde waarde (TW)	1,2	1,3	1,4
Directe arbeidsplaatsen per 1.000 overnachtingen	6,9	2,3	2,4
Indirecte arbeidsplaatsen per 1.000 overnachtingen	0,7	0,5	0,5
Multiplier werkgelegenheid (arbeidsplaatsen)	1,1	1,2	1,2
Bestedingen totaal hotelgasten per jaar (mln. €)	4,3	0,6	0,8
Directe TW bestedingen hotelgasten per jaar (mln. €)	2,6	0,4	0,4
Indirecte TW (mln. €)	0,6	0,1	0,2
Totale TW (inclusief indirect) per jaar (mln. €)	3,2	0,5	0,5
Directe arbeidsplaatsen totaal a.g.v. bestedingen hotelgasten	93	8	16
Indirecte arbeidsplaatsen	10	2	3
Totale arbeidsplaatsen (inclusief indirect)	102	10	19

* Bronnen: bestedingen o.b.v. CBS/NBTC (nationale cijfers), bedden en bezettingsgraad op basis van Bedrijfschap Horeca (Friese cijfers)

Een gemiddeld hotel in Fryslân heeft circa 50 bedden en een bezettingsgraad van 36 procent. De gasten van een gemiddeld hotel besteden € 113 per dag.

Het grootste deel van de bestedingen komt bij de hotels zelf terecht: 75 procent van de uitgaven van hotelgasten gaat naar de kosten voor de overnachting en uitgaven aan eten en drinken in restaurants en cafés (beiden eveneens deels hotel). Doordat de horeca een arbeidsintensieve sector is met veel deeltijdbanen, is het aantal arbeidsplaatsen relatief hoog ten opzichte van de omzet en toegevoegde waarde. De toegevoegde waarde multiplier is 1,4; de werkgelegenheidsmultiplier 1,2 (voor een gemiddeld hotel in Fryslân).

Een gemiddeld hotel in Fryslân biedt voor de werkgelegenheid in totaal 19 arbeidsplaatsen op.

De twee door ons onderzochte cases wijken af van een gemiddeld hotel. Zo is bijvoorbeeld de omzet per overnachting (bij de onderzochte cases) hoger door een relatief groot aandeel zakelijke gasten in beide hotels. In het 'grote' hotelsegment geldt verder dat er relatief veel personeel is op het aantal bedden en overnachtingen vanwege een hoog serviceniveau en een uitgebreid restaurant.

4.3.2 Totale, economische impact in Fryslân

Voor de totale, economische impact van het hoteltoerisme in Fryslân hanteren we een bandbreedte. Dit als gevolg van onduidelijkheid rond de bestedingen van Friese toeristen[22].

De hotelgasten in Fryslân besteden jaarlijks tussen de 105 en 160 miljoen euro en dragen daarmee direct 54 tot 82 miljoen euro bij aan het Bruto Regionaal Product (0,5 – 0,7 procent van het BRP). In totaal zorgt het hoteltoerisme voor ruim 2.200 – 3.300 directe en 400 - 650 indirecte arbeidsplaatsen in Fryslân. Gemiddeld genomen, levert de Friese hotelsector jaarlijks in totaal voor ruim 3.500 arbeidsplaatsen werkgelegenheid (waarvan bijna 3.000 directe arbeidsplaatsen en ruim 500 indirecte arbeidsplaatsen).

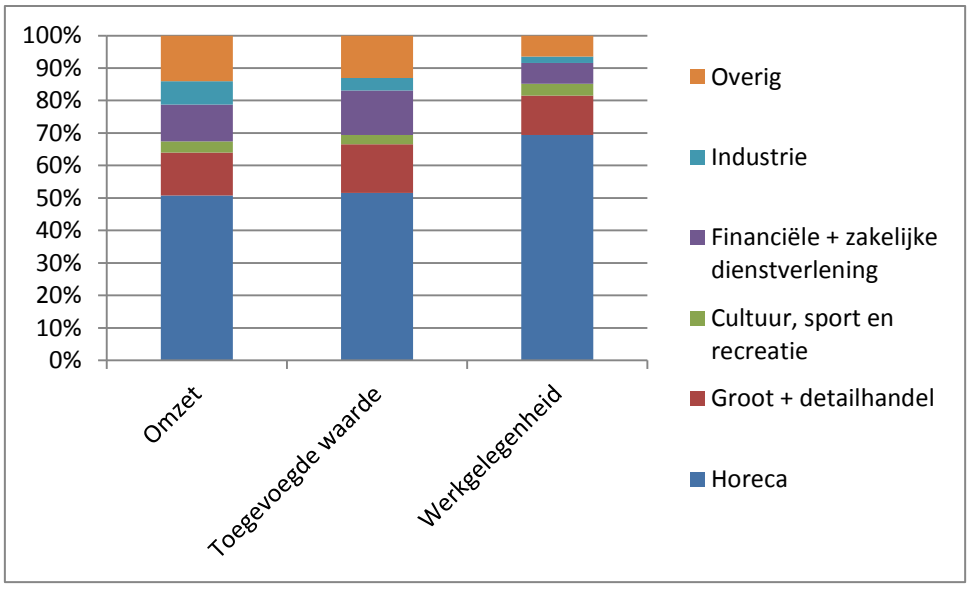
[22] Diverse (regionale) onderzoeken presenteren uiteenlopende bestedingscijfers waarvan niet altijd duidelijk is hoe deze cijfers exact berekend zijn; bijvoorbeeld per dag of per overnachting. Dit kan een factor 1,5 schelen, want de gemiddelde verblijfsduur in een hotel is namelijk 3 dagen wat gelijk staat aan twee nachten. Daarom is veiligheidshalve gekozen voor de berekeningen drie bandbreedtes te hanteren: onderkant, midden en bovenkant. De onderkant schatting 85 euro per persoon is gebaseerd op Toerdata-cijfers waarbij gecorrigeerd is voor inflatie, maar waarbij niet gecorrigeerd is voor besteding per dag of per overnachting (de factor 1,5). De middenschatting van 113 euro per persoon per overnachting is gebaseerd op NBTC-cijfers (gecorrigeerd voor inflatie en voor verschil dag/overnachting). De bovenkant schatting van 129 euro per persoon per overnachting is gebaseerd op Toerdata-cijfers waarbij gecorrigeerd is voor inflatie én voor besteding per dag of per overnachting (de factor 1,5).

Tabel 4.16. Overzicht jaarlijkse economische impact bestedingen hotelgasten in Fryslân

Onderwerp	Effect onder-kant band-breedte	Midden-schatting	Effect bovenkant bandbreedte
Aantal overnachtingen	1.239.000	1.239.000	1.239.000
Directe bestedingen (mln. €)	105	140	160
Directe toegevoegde waarde (mln. €)	54	71	82
Indirecte toegevoegde waarde (mln. €)	23	31	35
Totale toegevoegde waarde (direct + indirect) (mln. €)	77	102	116
Directe arbeidsplaatsen (banen)	2.220	2.960	3.380
Indirecte arbeidsplaatsen (banen)	430	570	650
Totale arbeidsplaatsen (direct + indirect) (banen)	2.650	3.530	4.030
Directe bijdrage BRP	0,3%	0,4%	0,5%
Totale bijdrage BRP	0,5%	0,6%	0,7%
Directe aandeel in werkgelegenheid	0,6%	0,8%	0,9%
Totaal aandeel in werkgelegenheid	0,7%	0,9%	1,1%
Impact op omzet buiten de regio (mln. €)	16	21	24
Impact op toegevoegde waarde buiten de regio (mln. €)	7	10	11
Impact op werkgelegenheid buiten de regio (banen)	110	146	167

De horeca profiteert logischerwijs het sterkst van de hotelgasten. Ruim 50 procent van de toegevoegde waarde en bijna 70 procent van de werkgelegenheid die direct en indirect in de regio worden gecreëerd, komt in de horeca terecht. De detailhandel is goed voor 15 procent van de toegevoegde waarde en 12 procent van de werkgelegenheid die wordt gecreëerd. Als gevolg van de indirecte effecten is de financiële en zakelijke dienstverlening goed voor 14 procent van de toegevoegde waarde en 6 procent van de werkgelegenheid die wordt gecreëerd door de bestedingen van de hotelgasten.

Figuur 4.1 Hotels in Fryslân: aandeel in directe en indirecte impact naar sectoren



4.3.3 Binding met de regio

De meeste hotels hebben een sterke binding met de regio. Personeel van het hotel komt uit de omgeving en hotelgasten brengen de grootste tijd door in een beperkte afstand van het hotel. Dit komt doordat hotelgasten relatief korte vakanties boeken en het hotel uitkiezen op de specifieke regio waar zij willen verblijven. Daarnaast gebeurt ook steeds meer inkoop regionaal. Een belangrijke trend in de gehele toeristische sector is dat bedrijven zich moeten onderscheiden. De individualisering in de samenleving zorgt voor een grotere diversiteit in doelgroepen die op hun eigen manier moeten worden aangesproken. Een van de middelen die daarbij worden ingezet, is een uitbreiding van het lokale aanbod dat een bepaalde regio uniek maakt en lokaal aanbod dat van een hoge kwaliteit is (denk aan brood en gebak van de lokale bakker, fruit vers van het land, etc.). Daarnaast speelt ook de duurzaamheidsfactor een belangrijke rol in deze trend. Naast de regionale binding via inkooprelaties en uiteraard het toerisme zelf, speelt een aantal grotere hotels een rol in de opleiding en scholing van personeel als leerbedrijf.

De binding met de regio is niet voor alle soorten hotels gelijk. De bestedingen van de hotelgast zullen in alle gevallen grotendeels in de regio vallen. Er zitten wel grote verschillen in de plaats waar winsten en bestedingen van de hotels zelf terecht komen. Vooral voor grote hotelketens geldt dit. Ketens hebben landelijke of soms zelfs internationale afspraken met leveranciers van vele goederen en diensten (eten en drinken, inrichting, onderhoud, linnengoed, tot de schoonmaak toe). In elk hotel van de keten dient de gast dezelfde kwaliteit te kunnen verwachten en ketens benutten hun schaalvoordeel optimaal door gunstige grote inkoopcontracten af te sluiten. Sommige ketens kopen verse producten als fruit, groenten en zuivel wel zoveel mogelijk lokaal in, maar voor een groot deel zijn de leveranciers landelijk vastgesteld. Personeel, ook inhuur via landelijke schoonmaakorganisaties, is wel grotendeels afkomstig uit de regio. De winst, van zowel het schoonmaakbedrijf als het hotel, belandt echter erbuiten en wordt dus ook elders besteed.

Hoewel ketens qua relaties met leveranciers minder regionale binding hebben, hebben grote ketens ook een aantrekkende werking die andere hotels niet of in mindere mate hebben. Zakelijke evenementen en speciale arrangementen en evenementen die door de ketens worden aangeboden, trekken (zakelijk) toerisme naar de regio die zonder dit aanbod niet waren gekomen. Diversiteit in aanbod, zowel ketens, kleinschalige hotels als het exclusievere luxe segment, zorgt ervoor dat verschillende doelgroepen de regio weten te vinden en de markt minder snel verzadigd is.

4.4 Economische impact: recreatiewoningen

4.4.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers

Op basis van twee cases maken we onderscheid naar kleine parken (50 – 100 recreatiewoningen) en grote parken (>200 woningen). Een gemiddeld bedrijf met recreatiewoningen in Fryslân heeft 40 recreatiewoningen[23]. Op basis van algemene kengetallen geven we ook hiervoor een overzicht.

Tabel 4.17. Overzicht economische impact Fryslân drie typen parken met recreatiewoningen

Onderwerp	Groot park (>200 woningen)	Klein park (50 – 100 woningen)	Gemiddeld park (40 woningen)*
Bestedingen in Fryslân per overnachting	€ 34	€ 37	€ 35
Aantal bedden	1.300	360	210
Aantal overnachtingen	223.000	30.500	11.600
Waarvan eigen gebruik	12%	12%	24%
Directe TW per 1.000 overnachtingen	€ 15.500	€ 14.100	€ 14.700
Indirecte TW per 1.000 overnachtingen	€ 9.000	€ 11.200	€ 10.200
Multiplier toegevoegde waarde (TW)	1,6	1,8	1,7
Directe arbeidsplaatsen per 1000 overnachtingen	0,5	0,5	0,6
Indirecte arbeidsplaatsen per 1.000 overnachtingen	0,2	0,2	0,2
Multiplier werkgelegenheid (arbeidsplaatsen)	1,4	1,4	1,3
Bestedingen totaal gasten per jaar (mln. €)	7,5	1,1	0,4
Directe TW totaal bestedingen gasten per jaar (mln. €)	3,4	0,4	0,2
Indirecte TW (mln. €)	2,0	0,3	0,1
Totale TW (incl. indirect) per jaar (mln. €)	5,4	0,8	0,3
Directe arbeidsplaatsen totaal bestedingen gasten	120	16	7
Indirecte arbeidsplaatsen	43	7	3
Totale arbeidsplaatsen (inclusief indirect)	164	24	9

* Bronnen: Toerdata en parkspecifieke data o.b.v. cases. TW: toegevoegde waarde

Toeristen in bungalowparken in Fryslân besteden gemiddeld 35 euro per overnachting[24]. Dat is bijna gelijk aan het landelijk gemiddelde van 38 euro aan bestedingen per persoon per overnachting[25]. Bezitters van een tweede woningen besteden dagelijks een derde van het bedrag dat huurders van vakantiewoningen besteden.[26] Hoewel 65 procent van alle recreatiewoningen in gebruik is als tweede woning[27], heeft slechts 24 procent van de overnachtingen in recreatiewoningen in Frys-

[23] ETFI, Toerdata
[24] Berekening Decisio op basis van cijfers ETFI/CVO
[25] NBTC (2012), kerncijfers
[26] NBTC (2008), Economisch belang toerisme & vrije tijd
[27] Bron: ETFI cijfers 2011. Betreft 5.684 tweede woningen van in totaal 8.739 recreatiewoningen

lân plaats door tweede woningbezitters[28]. De gemiddelde multiplier voor de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid bedragen respectievelijk 1,7 en 1,3.

Een relatief groot deel van de bestedingen van het toerisme komt niet in Fryslân terecht. Dit is het gevolg van het bezit van de vakantiewoningen. Het grootste deel van de vakantiewoningen (ook van de verhuurwoningen) is in particulier bezit. Deze eigenaren wonen veelal niet in Fryslân, maar buiten de regio. Aangenomen is dat het rendement van de verhuur van woningen uit de regio verdwijnt. Dit is ongeveer de helft van de verhuuropbrengsten, oftewel een kwart van de bestedingen per dag.

4.4.2 Totale, economische impact in Fryslân

Omdat er net als bij de hotels enige onzekerheid bestaat over de bestedingen per dag die bezoekers van bungalowparken doen, hebben we ook hier gekozen voor bandbreedtes (per persoon). De lage schatting met 24 euro bestedingen per overnachting (bron: NBTC), een middenschatting met 30 euro per overnachting (Bron: ETFI), en een hoge schatting met 35 euro per overnachting (Bron: ETFI). Dit leidt tot de volgende overzichten.

Tabel 4.18. Overzicht jaarlijkse economische impact bestedingen gasten en eigenaren recreatiewoningen

Onderwerp	Effect onderkant bandbreedte	Middenschatting	Effect bovenkant bandbreedte
Aantal overnachtingen	2.412.000	2.412.000	2.412.000
Directe bestedingen (mln. €)	59	71	85
Directe toegevoegde waarde (mln. €)	25	30	36
Indirecte toegevoegde waarde (mln. €)	17	21	25
Totale toegevoegde waarde (direct + indirect) (mln. €)	42	51	60
Directe arbeidsplaatsen (banen)	961	1.164	1.382
Indirecte arbeidsplaatsen (banen)	369	447	531
Totale arbeidsplaatsen (direct + indirect) (banen)	1.330	1.611	1.913
Directe bijdrage BRP	0,2%	0,2%	0,2%
Totale bijdrage BRP	0,3%	0,3%	0,4%
Directe aandeel in werkgelegenheid	0,3%	0,3%	0,4%
Totaal aandeel in werkgelegenheid	0,4%	0,5%	0,5%
Impact op omzet buiten de regio (mln. €)	30	36	43
Impact op toegevoegde waarde buiten de regio (mln. €)	14	17	20
Impact op werkgelegenheid buiten de regio (banen)	211	255	303

De bestedingen van gasten en eigenaren van recreatiewoningen in Fryslân liggen tussen de 59 en 85 miljoen euro per jaar. De totale directe en indirecte toegevoegde waarde die hiermee samenhangt, varieert tussen de 42 en 60 miljoen euro en het aantal banen loopt uiteen van 1.300 tot

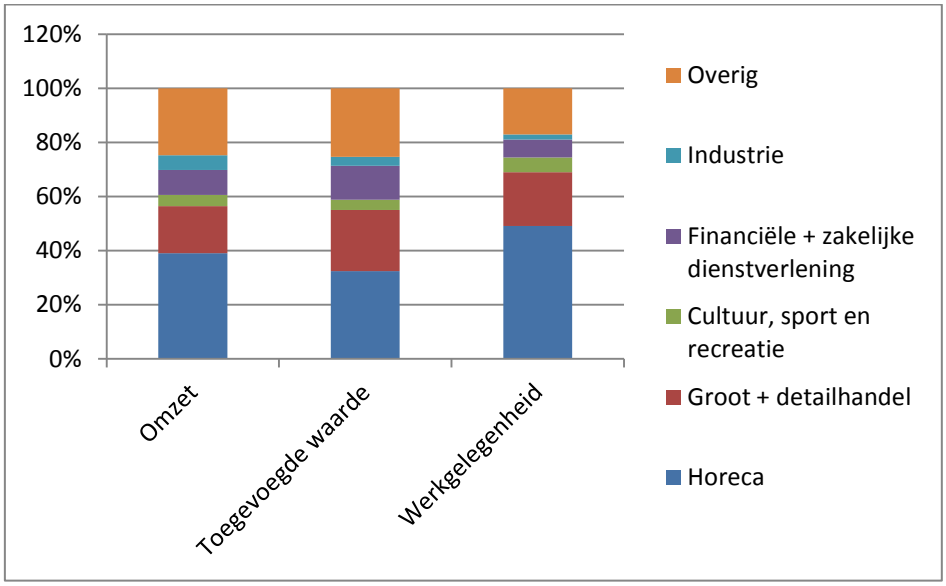
[28] Bron: ETFI cijfers 2011. Betreft 564.000 overnachtingen in tweede woningen van in totaal 2.412.000 overnachtingen in alle recreatiewoningen

1.900 banen. Gemiddeld genomen, levert de Friese recreatiewoningsector jaarlijks in totaal voor ruim 1.600 arbeidsplaatsen werkgelegenheid (waarvan bijna 1.200 directe arbeidsplaatsen en ruim 400 indirecte arbeidsplaatsen).

Woningen die verhuurd worden leveren meer op dan tweede woningbezit, omdat de verhuurwoningen vaker bezet zijn en er personeel nodig is voor schoonmaak, ontvangst, administratie en (klein) onderhoud.

Doordat de eigenaren van vakantiewoningen meestal niet in de regio wonen, komt een groot deel van de bestedingen buiten de regio terecht.
Als we kijken naar de verdeling van bestedingen over sectoren, zien we een grotere spreiding dan bij de hotelgast. Waar de hotelgast het grootste deel aan het hotel zelf uitgeeft, profiteren bij bungalowparken de horeca en detailhandel ook in behoorlijke mate. Doordat bungalowparken bovendien veel diensten uitbesteden, profiteert daarnaast de bouwnijverheid en schoonmaaksector (sector overig).

Figuur 4.2. Recreatiewoningen: aandeel sectoren in directe en indirecte impact naar sectoren



4.4.3 Binding met de regio

De verdienmodellen van bungalowparken zijn grofweg onder te verdelen in twee categorieën. Een groot deel van de parken bestaat uit een vereniging van eigenaren die de exploitatie laten uitvoeren door de organisatie van het bungalowpark. De huizen op het park zijn dus in particulier bezit en hebben een groot aantal eigenaren. Zij ontvangen het rendement van de verhuuropbrengst na aftrek van de exploitatiekosten. In een tweede verdienmodel zijn de woningen in het bezit van de maatschappij die het park ook exploiteert. Dit heeft gevolgen voor de wijze waarop het park haar inkomsten genereert.

Wanneer het park in eigendom is van de exploitatiemaatschappij, is deze erop gebrand haar gasten zoveel geld op het park uit te laten geven. Er zal dan ook een groter aanbod aan voorzieningen als restaurants, supermarkt, entertainment, zwembaden, etc. zijn. De werkgelegenheid op het park is hoog, maar andere bedrijven in de omgeving zullen minder merken van de aanwezigheid van het park. Parken waarbij de woningen in particulier eigendom zijn bieden ook voorzieningen, maar voor zover daaraan verdiend wordt (zoals horeca of restaurant), gaat dat via een pachtconstructie waarbij de exploitatie ook door een externe partij gebeurt. Vanuit de parkexploitatie zelf zijn minder prikkels om bezoekers op het park te houden. Bedrijven in de omgeving hebben meer profijt van deze constructie, maar de werkgelegenheid op het park zelf is lager. Ook de winsten komen buiten de regio terecht, aangezien woningeigenaren grotendeels niet in de regio wonen. Voor landelijke ketens die woningen in eigen beheer hebben, geldt dat overigens ook.

Er is ook een verschil in inkooprelaties bij verschillende parken. Landelijk en internationaal opererende organisaties hebben altijd landelijke of zelfs internationale raamcontracten voor bijvoorbeeld beheer en onderhoud of de inkoop van het interieur. Daarbij zijn er ook organisaties die naast deze raamcontractanten minimaal een aantal lokale partijen laten meedingen om opdrachten op het park. De schoonmaak wordt in de meeste gevallen niet in eigen beheer gedaan maar ingekocht, waarbij schoonmaakbedrijven zowel lokaal als landelijk kunnen opereren, maar de schoonmakers zelf binnen een straal van hooguit enkele tientallen kilometers van het park wonen.

Tot slot lijken grote parken een bepaald voorzieningenniveau in de regio in stand te kunnen houden. Door de komst van Esonstad, was er voldoende volume voor een grote supermarkt in Anjum met een belangrijke regionale functie. Ook zijn er extra busverbindingen gekomen en wordt er gekeken naar opties voor medegebruik van het zwembad, aangezien dit ontbreekt in de regio. Doordat het zwembad nu in particulier bezit is van de huiseigenaren van Esonstad, hoeft niet aan alle regels van een openbaar zwembad gedaan (bijvoorbeeld het aantal badmeesters). Openstellen voor de regio heeft consequenties waar op dit moment nog verder over wordt nagedacht.

4.5 Economische impact: jachthavens

4.5.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers

Het recreatievaart toerisme in Fryslân leidt tot relatief hoge bestedingen per overnachting. Dit is ook niet voor iedere jachthaven een juiste indicator. Waar sommige havens zich richten op de verblijfsrecreatie, hebben andere havens amper overnachtingen omdat ze voornamelijk in winterstalling en onderhoud voorzien. Gemiddeld liggen de uitgaven van het toerisme in deze sector op een hoog niveau (vergeleken met de andere typen verblijfaccommodaties) als gevolg van de kosten voor onderhoud, liggeld, winterstalling of boothuur. Booteigenaren hebben het hele jaar door kosten voor 30 tot 50 vaardagen.

Tabel 4.19. Overzicht economische impact Fryslân drie typen jachthavens

Onderwerp	Grote jachthaven zomerstalling (>250 ligplaatsen)	Kleine jachthaven met onderhoud en winterstalling (<50 ligplaatsen)	Gemiddelde jachthaven*
Bestedingen in Fryslân per overnachting	€ 41	€ 277	€ 121
Aantal ligplaatsen zomer	330	45	135
Aantal ligplaatsen winter	25	150	Niet bekend
Aantal overnachtingen	26.050	3.330	4.770
Directe TW per 1.000 overnachtingen	€ 25.000	€ 137.000	€ 37.000
Indirecte TW per 1.000 overnachtingen	€ 6.900	€ 97.000	€ 5.700
Multiplier toegevoegde waarde (TW)	1,3	1,7	1,2
Directe arbeidsplaatsen per 1.000 overnachtingen	0,5	2,3	1,1
Indirecte arbeidsplaatsen per 1.000 overnachtingen	0,1	2,2	0,1
Multiplier werkgelegenheid (arbeidsplaatsen)	1,2	1,9	1,1
Bestedingen totaal gasten per jaar (mln. €)	€ 1,0	€ 0,9	€ 0,6
Directe TW totaal bestedingen gasten per jaar (mln. €)	0,7	0,5	0,2
Indirecte TW (mln. €)	0,2	0,3	0,0
Totale TW (inclusief indirect) per jaar (mln. €)	0,8	0,8	0,2
Directe arbeidsplaatsen totaal bestedingen gasten	13	8	5
Indirecte arbeidsplaatsen	3	7	1
Totale arbeidsplaatsen (inclusief indirect)	17	15	6

* Bronnen: Toerdata. TW: toegevoegde waarde

Watersporters in Fryslân besteden gemiddeld 121 euro per overnachting[29]. Een gemiddelde jachthaven levert voor de werkgelegenheid 6 arbeidsplaatsen op. De multipliers voor de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid van een gemiddelde jachthaven bedragen respectievelijk 1,2 en 1,1.

4.5.2 Totale, economische impact in Fryslân

Ook voor de totale impact van het jachthaventoerisme in Fryslân schetsen we een totale bandbreedte. De belangrijkste onzekerheden liggen in het uitgavenpatroon en het aantal overnachtingen; waarvoor in het model aannames op basis van bestaande bronnen zijn gebruikt.

In totaal besteedt het toerisme dat gebruik maakt van de jachthavens in Fryslân tussen de 108 en 122 miljoen euro per jaar. Dit is goed voor een *directe* toegevoegde waarde van 32 tot 39 miljoen euro en 950 tot 1.250 banen. Inclusief de *indirecte* effecten is de impact op de toegevoegde waarde 60 tot 70 miljoen euro en 1.550 tot 1.950 banen in de regio.

[29] Berekening Decisio op basis van cijfers NBTC/CVO

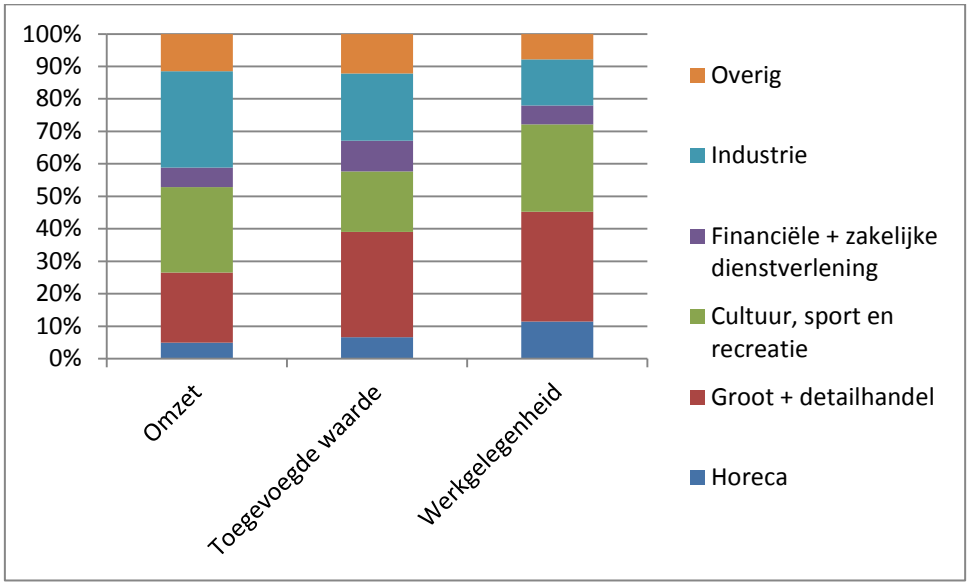
Gemiddeld genomen, leveren de Friese jachthavens dus jaarlijks in totaal voor ruim 1.700 arbeidsplaatsen werkgelegenheid (waarvan ruim 1.100 directe arbeidsplaatsen en ruim 600 indirecte arbeidsplaatsen).

Tabel 4.20. Overzicht jaarlijkse economische impact bestedingen gasten jachthavens

Onderwerp	Effect onderkant bandbreedte	Middenschatting	Effect bovenkant bandbreedte
Directe bestedingen (mln. €)	108	115	122
Directe toegevoegde waarde (mln. €)	32	37	39
Indirecte toegevoegde waarde (mln. €)	28	28	31
Totale toegevoegde waarde (direct + indirect) (mln. €)	60	65	70
Directe arbeidsplaatsen (banen)	945	1.120	1.240
Indirecte arbeidsplaatsen (banen)	630	635	700
Totale arbeidsplaatsen (direct + indirect) (banen)	1.575	1.755	1.940
Directe bijdrage BRP	0,2%	0,2%	0,2%
Totale bijdrage BRP	0,4%	0,4%	0,4%
Directe aandeel in werkgelegenheid	0,3%	0,3%	0,4%
Totaal aandeel in werkgelegenheid	0,5%	0,5%	0,6%
Impact op omzet buiten de regio (mln. €)	6	7	8
Impact op toegevoegde waarde buiten de regio (mln. €)	3	3	4
Impact op werkgelegenheid buiten de regio (banen)	43	50	59

Het watersporttoerisme in Fryslân heeft een grote impact op de industriële sector (onderhoud boten), de groot- en detailhandel (boodschappen, brandstof en scheepsbenodigdheden) en de sport en recreatiesector (de jachthavens zelf). De horeca profiteert minder dan bij andere vormen van toerisme doordat overnachtingen niet plaatshebben in de horeca sector en omdat relatief veel eten en drinken op de boot zelf wordt genuttigd.

Figuur 4.3. Jachthavens in Fryslân: aandeel in directe en indirecte impact naar sectoren



4.5.3 Binding met de regio

De jachthavens hebben een hele sterke binding met de regio. Niet alleen komt het toerisme naar Fryslân vanwege de unieke vaarmogelijkheden en het netwerk van wateren en jachthavens. Ook de jachthavens zelf zijn sterk verankerd in de lokale economie. Fryslân kent een sterk watersportcluster, waardoor inkoop, beheer en onderhoud en jachtbouw (niet direct meegenomen in de analyse) in de regio plaatsvinden en ook werknemers voor het grootste deel uit de regio komen. Doordat zeilers en toervaarders aan hun boot verbonden zijn, komen bovendien alle bestedingen die zij tijdens hun vakantie doen in de regio terecht. Als men in Fryslân overnacht, zullen er geen bestedingen in Groningen worden gedaan.

4.6 Economische impact: campings

4.6.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers

Fryslân heeft bijna 400 campings en 26 duizend campingplaatsen. Variërend van campings met meer dan duizend plaatsen; tot kleine boerencampings met een stuk of 10 plaatsen. Ongeveer de helft van de plaatsen is een vaste standplaats. Er vinden gemiddeld 170 overnachtingen per vaste standplaats plaats: oftewel, als een gezin met 4 kinderen een vaste standplaats heeft, overnachten ze er ruim 40 dagen per jaar. Op de toeristische plaatsen is het aantal overnachtingen 110 per plaats per jaar[30].

[30] Toerdata

Een gemiddelde camping heeft tussen de 60 en 70 standplaatsen en een omzet van ongeveer een ton per jaar. Daarmee komen ongeveer de helft van de bestedingen van de campinggast op de camping zelf terecht. De andere helft komt in de regio terecht.

Tabel 4.21. Overzicht economische impact Fryslân drie typen campings

Onderwerp	Grote camping	Kleine camping*	Gemiddelde camping
Bestedingen in Fryslân per overnachting	€ 32	€ 16	€ 22
Aantal standplaatsen	1.200	10	66
Aantal overnachtingen	160.000	730	9.383
Waarvan door vaste gasten	-	-	5.527
Directe TW per 1.000 overnachtingen	€ 19.671	€ 13.200	€ 8.602
Indirecte TW per 1.000 overnachtingen	€ 6.860	€ 2.900	€ 8.071
Multiplier toegevoegde waarde (TW)	1,3	1,2	1,9
Directe arbeidsplaatsen per 1000 overnachtingen	0,5	0,5	0,5
Indirecte arbeidsplaatsen per 1000 overnachtingen	0,2	0,1	0,2
Multiplier werkgelegenheid (arbeidsplaatsen)	1,4	1,2	1,4
Bestedingen totaal gasten per jaar (mln. €)	5,1		0,2
Directe TW totaal bestedingen gasten per jaar (mln. €)	3,1	0,0	0,1
Indirecte TW (mln. €)	1,1	0,0	0,1
Totale TW (inclusief indirect) per jaar (mln. €)	4,2	0,0	0,2
Directe arbeidsplaatsen totaal a.g.v. bestedingen gasten	80	1	4
Indirecte arbeidsplaatsen	24	0	2
Totale arbeidsplaatsen (inclusief indirect)	104	1	6

* Bronnen: Toerdata en parkspecifieke data op basis van cases. TW: toegevoegde waarde. *: cijfers van kleine camping zijn schatting aangezien geen volledige danwel betrouwbare bron hiervoor te vinden is. Schatting op basis van 10 plaatsen en bezettingsgraad van 20 procent.

4.6.2 Totale, economische impact in Fryslân

Voor de totale impact van de campings in Fryslân schetsen we eveneens een bandbreedte, variërend op basis van bestedingspatronen.

In totaal besteedt het campingtoerisme in Fryslân tussen de 56 en 105 miljoen euro per jaar. Dit is goed voor een *directe* toegevoegde waarde van 25 tot 50 miljoen euro en 1.200 tot 2.200 banen. Inclusief de *indirecte* effecten is de impact op de toegevoegde waarde 42 tot 77 miljoen euro en 1.500 tot 2.700 banen in de regio.

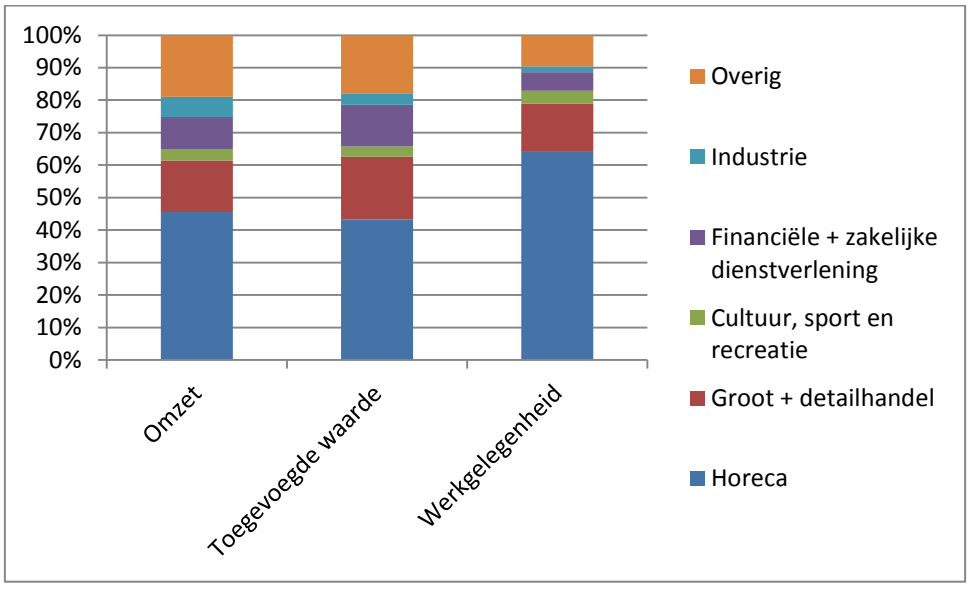
Gemiddeld genomen, leveren de Friese campings dus jaarlijks in totaal voor ruim 1.850 arbeidsplaatsen werkgelegenheid (waarvan ruim 1.400 directe arbeidsplaatsen en bijna 400 indirecte arbeidsplaatsen).

Tabel 4.22. Overzicht jaarlijkse economische impact bestedingen gasten campings

Onderwerp	Effect onderkant bandbreedte	Midden-schatting	Effect bovenkant bandbreedte
Directe bestedingen (mln. €)	56	69	105
Directe toegevoegde waarde (mln. €)	25	32	50
Indirecte toegevoegde waarde (mln. €)	16	19	27
Totale toegevoegde waarde (direct + indirect) (mln. €)	42	51	77
Directe arbeidsplaatsen (banen)	1.180	1.460	2.170
Indirecte arbeidsplaatsen (banen)	340	390	540
Totale arbeidsplaatsen (direct + indirect) (banen)	1.520	1.850	2.710
Directe bijdrage BRP	0,2%	0,2%	0,3%
Totale bijdrage BRP	0,3%	0,3%	0,5%
Directe aandeel in werkgelegenheid	0,3%	0,4%	0,6%
Totaal aandeel in werkgelegenheid	0,4%	0,5%	0,7%
Impact op omzet buiten de regio (mln. €)	€ 14	€ 16	€ 27
Impact op TW buiten de regio (mln. €)	€ 7	€ 8	€ 13
Impact op werkgelegenheid buiten de regio (banen)	97	115	190

De horeca (inclusief campings) en detailhandel zijn de sectoren die het sterkst profiteren van het kampeertoerisme in Fryslân. Indirect profiteren de financiële en zakelijke dienstverlening en de bouwsector (vallend onder overig) het sterkst.

Figuur 4.4. Campings in Fryslân: aandeel in directe en indirecte impact naar sectoren



4.6.3 Binding met de regio

Campinggasten blijven over het algemeen in de omgeving van de plaats waar zij overnachten. Daarmee komt het grootste deel van hun bestedingen in de regio terecht. Grote campings hebben vaak een campingwinkel en in sommige gevallen ook een restaurant of café. Voor de meeste campings geldt dat echter niet. De lokale horeca en detailhandel profiteren dan in grote mate van de campinggasten: de detailhandel meer dan de horeca. Het bestedingspatroon van de campinggast ligt lager dan van de gemiddelde toerist en eten en drinken wordt veelal zelf bereid. Omdat de meeste campings niet van een landelijke organisatie zijn, zijn de inkoopcontracten vaak wel lokaal en komen ook de winsten van de camping geheel ten goede aan de regio.

Vanwege de grote fluctuaties in de seizoenen (juli en augustus bepalen voor driekwart de bezetting van een camping), kunnen grote campings niet voldoende seizoenswerkers vinden in de regio. Medewerkers van de grotere campings zijn dan ook veelal afkomstig van buiten de regio.

4.7 Economische impact en ontwikkelingen in de markt

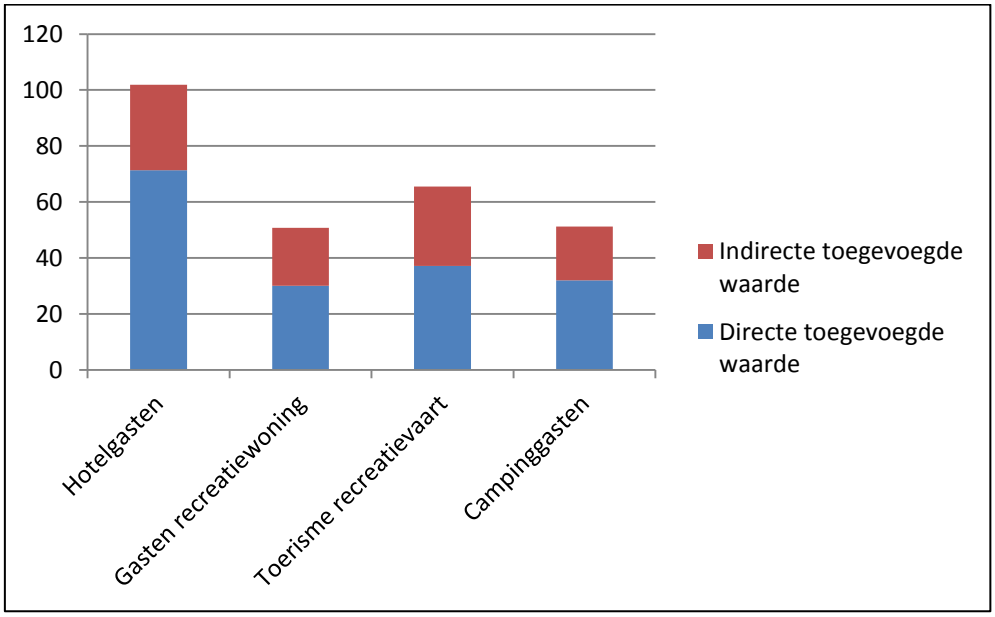
4.7.1 Overall uitkomsten economische impact verblijfsaccommodaties Fryslân

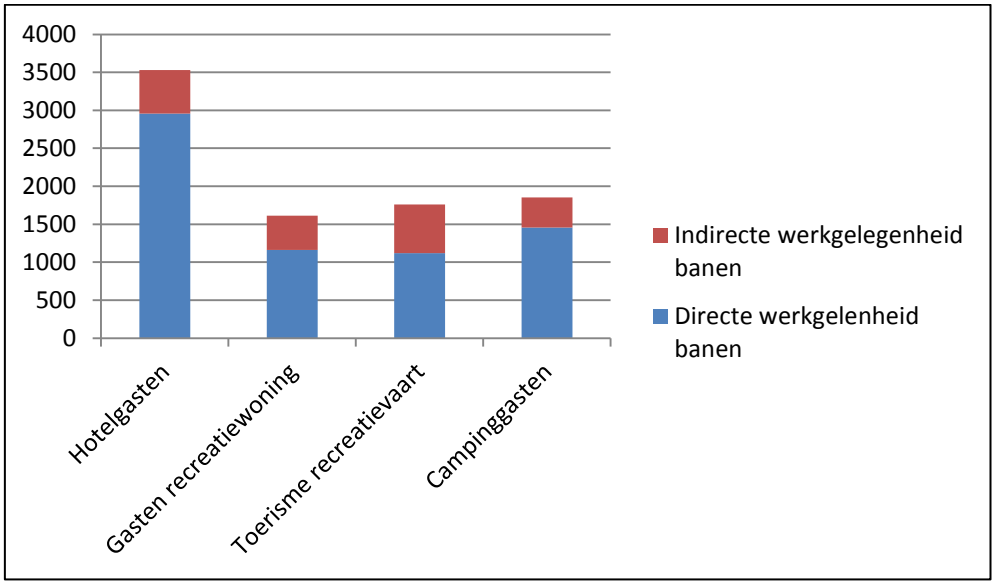
Het verblijfstoerisme in hotels, campings, recreatiewoningen en recreatievaart in Fryslân besteedt jaarlijks bijna 400 miljoen euro in de regio[31]. Dit resulteert in een directe toegevoegde waarde van 170 miljoen euro en 6.700 directe banen in Fryslân. Inclusief de indirecte effecten is de toegevoegde waarde ruim 270 miljoen euro en hebben 8.750 mensen een baan te danken aan het verblijfstoerisme. Dat is 1,6 procent van het BRP en 2,3 procent van de werkgelegenheid in Fryslân.

De verdeling over de verschillende recreatieve verblijfsvormen staat in Figuur 4.5.

[31] Dit ligt onder de 470 miljoen euro die de Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011 vermeldt. Dit is het gevolg van een aantal correcties: alleen de bestedingen die daadwerkelijk in Fryslân terechtkomen zijn meegenomen, er is een onderscheid gemaakt in bestedingen tussen vaste gasten en toeristen waarbij de bestedingen van vaste gasten naar beneden zijn bijgesteld, Friezen die op hun eigen boot overnachten zijn niet meegenomen en tot slot zijn groepsaccommodaties buiten beschouwing gelaten. In tegenstelling tot de Toerisme Monitor 2011 zijn vaste lasten van ligplaatsen, onderhoud en reparatie van boten en vaste campingplaatsen wel meegenomen.

Figuur 4.5. Toegevoegde waarde (mln. €) (bovenste figuur) en werkgelegenheid (banen) (onderste figuur) als gevolg van het verblijfstoerisme in Fryslân.





Tabel 4.23. Economische impact verblijfsrecreatie in Fryslân

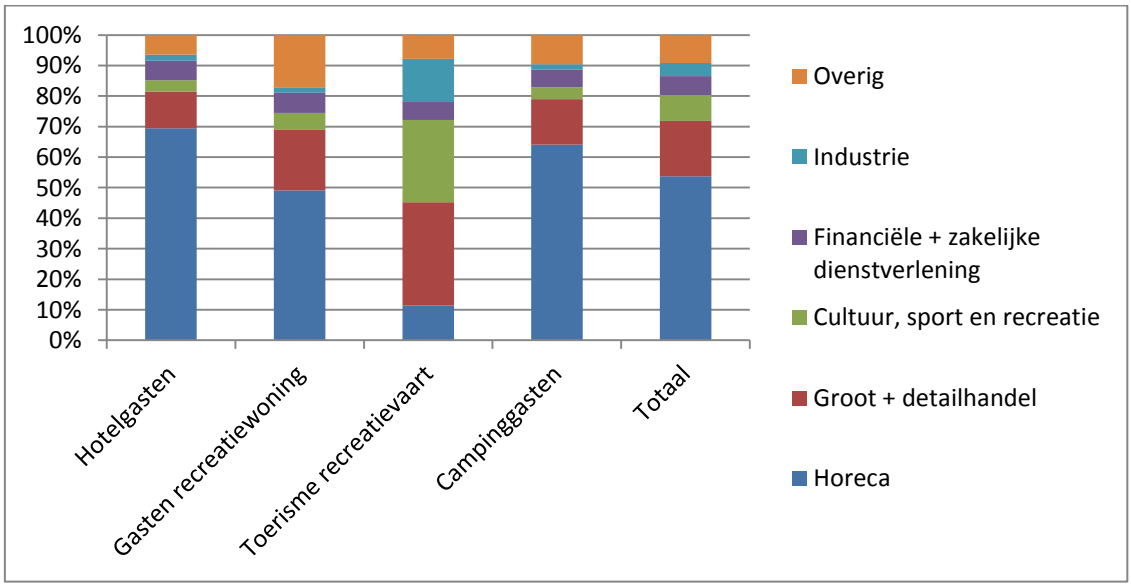
(in mln. €)	Omzet/bestedingen	Toegevoegde waarde	Banen*
Direct	€ 396	€ 170	6.700
Indirect	€ 210	€ 99	2.000
Totaal	**€ 606**	**€ 269**	**8.700**
% van totale economie Fryslân	1,8%	1,6%	2,3%*

* In full+parttime banen, percentage van totale economie is op basis van FTE's (totaal 5.575)

Hotelgasten hebben de grootste impact op de regionale economie. Dat is het gevolg van de relatief hoge bestedingen door hotelgasten en het grote aandeel van deze bestedingen dat in de regio terechtkomt. In termen van werkgelegenheid is de impact van de hotelgasten groter dan in termen van toegevoegde waarde doordat de hotelsector erg arbeidsintensief is. Arbeid is verantwoordelijk voor het grootste deel van de kosten. In termen van werkgelegenheid heeft het verblijfstoerisme in recreatiewoningen, recreatievaart en de campinggasten een gelijk aandeel. De recreatievaart is in termen van toegevoegde waarde groter, doordat ook toerisme in deze sector leidt tot reparatie en onderhoud en winterstalling van boten: activiteiten waarbij minder personeel nodig is om dezelfde toegevoegde waarde te creëren.

De sectoren die het sterkst profiteren van het verblijfstoerisme zijn de horeca en detailhandel. Beide hebben respectievelijk ruim 50 procent en 18 procent van de werkgelegenheid te danken aan het verblijfstoerisme in Fryslân. De overige werkgelegenheid in deze sector is (uiteraard) te relateren aan bestedingen van eigen inwoners en bedrijven en het dagtoerisme.

Figuur 4.6. Werkgelegenheid (direct+indirect) als gevolg van bestedingen verblijfstoerisme



Voor iedere verblijfsrecreatieve vorm is de horecasector (inclusief campings en bungalowparken) de sector die het sterkst profiteert. Alleen voor de recreatievaart geldt dat niet. Jachthavens vallen onder de recreatiesector waarmee de bestedingen aan de overnachtingsplaats niet in de horeca terechtkomen, maar ook de detailhandel en de industrie (reparatie en onderhoud) profiteert in veel sterkere mate van de recreatievaart dan van andere vormen van verblijfsrecreatie.

4.7.2 Het economische effect van marktverschuivingen

Marktverschuivingen binnen of tussen de verschillende segmenten verblijfsaccommodaties gaan in feite over de economische begrippen 'substitutie' en 'verdringing'. Van *substitutie* is sprake wanneer de consumptie van producten en diensten op andere markt(segment)en wordt beconcurreerd (bijvoorbeeld camping versus hotel). *Marktverdringing* vindt plaats binnen hetzelfde marktsegment (bijvoorbeeld hotel versus hotel). Tegen deze achtergrond is in onze ogen de volgende beschouwing relevant in relatie tot de verschillende verblijfsaccommodaties in de provincie Fryslân.

We veronderstellen de volgende relaties:

- *hotels en jachthavens*: de markten voor hotels en voor jachthavens lijken vooral op zichzelf staande markten te zijn die niet of nauwelijks hinder ondervinden van *substitutie*. Deze typen verblijfsaccommodaties kennen, vergeleken met gasten van recreatiewoningparken en campings, sterk doelgerichte doelgroepen. Het hotelbezoek is veelal een kort verblijf; vaak ook nog met een zakelijk karakter. Jachthavens zijn specifiek gericht op en bedoeld voor watersporters. *Marktverdringing,* bijvoorbeeld door toevoeging van nieuwe hotels, kan vooral bedrijfseconomisch (lagere bezettingsgraden) en kwalitatief (minder geld om te investeren) van invloed zijn (mits extra aanbod niet door de vraag wordt opgenomen). Overall verwachten wij, los van mogelijke, incidentele, omvangrijke marktwijzigingen, geen sterke regionaal-economische effecten voor hotels en jachthavens; mede omdat het hierbij om kapitaalintensieve investeringen gaat (waardoor er sprake is van een relatief stabiele markt);
- *campings:* de markt voor campings lijkt wel gevoelig voor substitutie (van camping naar ander type verblijfsaccommodatie) en voor marktverdringing (van camping naar andere camping). Wij baseren dit op de tendens dat campings in toenemende mate een omslag maken van campingstandplaatsen naar het aanbod van stacaravans, chalets, blokhutten of tenthuizen ('halve' substitutie). Bovendien constateren we de tendens van schaalverkleining; wat verklaard kan worden door de opkomst van minicampings, kamperen bij de boer, kleinschalig natuurcampings etc. Mogelijk dat beide tendensen elkaar ook versterken. In regionaal-economische termen hoeft dit geen verstrekkende (negatieve) gevolgen te hebben; het draagt wellicht juist bij om het dalende aantal campingovernachtingen in te perken;
- *recreatiewoningparken:* ook de markt voor recreatiewoningparken lijkt ons gevoelig voor substitutie en marktverdringing. We veronderstellen dat recreatiewoningparken profiteren van de dalende belangstelling voor campings omdat gasten meer luxe en comfort wensen (substitutie). Daarnaast is de markt voor recreatiewoningparken een relatief homogene markt. In onze ogen is er, los van de geografische locatie, sprake van een relatief gelijksoortig aanbod van recreatiewoningen. Dit maakt dat parken vooral op prijs concurreren en dus voor de consument eenvou-

dig uitwisselbaar zijn. Ook hier geldt dat deze ontwikkelingen niet per se een omvangrijke negatieve danwel positieve uitwerkingen hebben op de regionale economie.

4.7.3 Economische effecten recreatiewoningen versus seizoenplaatsen

De provincie Fryslân heeft verzocht, naast de voorgaande analyses, indien mogelijk ook in te gaan op de ontwikkeling/trend dat vaste seizoensplaatsen op campings worden opgeheven voor de realisatie van recreatiewoningen. De vraag is of deze ontwikkeling van invloed is (ook op de langere termijn) op de regionale economie in Fryslân. En zo ja, wat zou daarvan de omvang zijn? In dat verband zijn, naar onze mening, de volgende overwegingen van belang:

- het aantal vaste staanplaatsen op campings is de afgelopen jaren in Fryslân relatief stabiel gebleven. In 2011 waren er ruim 12.300 vaste staanplaatsen; in 2007 waren dat er 12.700. Op basis van deze aantallen kan niet worden vastgesteld dat het aantal vaste staanplaatsen op campings snel afneemt (waarbij de omslag naar recreatiewoningen dan een van de verklaringen zou kunnen zijn; los van andere ontwikkelingen);
- de verhuurgraad (de mate waarin vaste staanplaatsen op jaarbasis verhuurd zijn) is in Fryslân eveneens stabiel in de afgelopen jaar: de verhuurgraad bedraagt ruim 85 procent. Dit geeft (deels) aan dat er sprake is van een stabiele vraag in deze markt;
- de vaste staanplaatsen genereren een aanzienlijk aantal overnachtingen van ruim 2,1 miljoen overnachtingen in 2011;
- de verhuurgraad geeft echter nog geen beeld van de bezettingsgraad van de vaste staanplaatsen. Dat gaat dan om de mate waarin (op jaarbasis) er daadwerkelijk gebruik gemaakt wordt van de vaste staanplaats. Friese cijfers over de bezettingsgraad van vaste staanplaatsen zijn, voor zover bekend, niet beschikbaar. Onderzoek[32] naar vaste staanplaatsen aan de Belgische kust geeft wel een indicatie. Daar blijkt dat vaste staanplaatsen gemiddeld genomen 64 dagen per jaar gebruikt worden (bezettingsgraad van 17,5 procent). Op grond van ruim 2,1 miljoen overnachtingen en 12.305 vaste staanplaatsen in Fryslân in 2011 (en een gemiddelde bezetting van 2,5 persoon per vaste staanplaats) zou de bezettingsgraad in Fryslân van vaste staanplaatsen circa 19 procent bedragen. Een dergelijk bezettingsgraad is laag vergeleken met andere vormen van verblijfsaccommodaties;
- ook de bestedingen per persoon per nacht voor vaste staanplaatsen zijn in dit verband relevant. Ook hier ontbreken relevante Friese cijfers, maar voornoemde onderzoek uit 2008 geeft wel de indicatie dat de besteding per persoon per nacht (gecorrigeerd voor 2013) ruim 20 euro bedraagt. Dat zijn gemiddeld genomen lagere bestedingen per persoon vergeleken met andere vormen van verblijfsaccommodaties.

Op basis van voorgaande overwegingen constateren we dat het aanbod van vaste staanplaatsen in Fryslân sinds 2007 niet sterk is af- of toegenomen. Oftewel, er is geen sterke daling van het aanbod van vaste staanplaatsen (die mogelijk veroorzaakt zou zijn door een omslag van staanplaatsen naar recreatiewoningen).

[32] Onderzoek naar het gebruik van vaste staanplaatsen op kustcampings 2008, Westtoer

Echter, in het geval het aanbod van vaste staanplaatsen sterk zou afnemen als gevolg van een omslag naar recreatiewoningen dan is het maar de vraag of dit een negatief regionaal-economisch effect zou hebben. Sterker nog, het zou waarschijnlijk eerder een positief effect hebben want de aan de vaste staanplaatsen gekoppeld bezettingsgraad (20 procent: veronderstelling) en bestedingen per persoon (20 euro: veronderstelling) zijn aanzienlijk lager dan alle andere vormen van verblijfsaccommodaties.

Daar staat wel tegenover dat, qua aantal overnachtingen, de vaste staanplaatsen wel ruim 20 procent van het totaal in Fryslân vertegenwoordigen. Dit aandeel is daarmee wel een economische factor van belang voor Fryslân.

Voorgaande laat echter onverlet dat, ondanks een beperkt (of zelfs positief) economisch effect, het *maatschappelijk* gezien de voorkeur heeft ook een aanbod van lager geprijsde verblijfsaccommodaties aan te kunnen bieden. De omslag van vaste staanplaatsen naar recreatiewoningen (die dus niet uit de cijfers duidelijk naar voren komt) is dus eerder een *maatschappelijke* afweging dan een *economische* afweging.

5 Ontwikkeling toeristisch-recreatieve voorzieningen

In dit hoofdstuk gaan we in op de ontwikkelingen in Fryslân voor wat betreft de toeristisch-recreatieve voorzieningen. Daarvoor schetsen we eerst het huidige marktbeeld van de toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân en Noord-Nederland. Vervolgens zoomen we nader in op geïdentificeerde ontwikkelingen in deze markt en de overall analyse met betrekking tot toeristisch-recreatieve voorzieningen in de provincie Fryslân.

5.1 Huidige beeld voorzieningen Fryslân

5.1.1 Huidige aanbod toeristisch-recreatieve voorzieningen

De provincie Fryslân biedt aan recreanten en toeristen uiteenlopende toeristisch-recreatieve voorzieningen. Het gaat daarbij hoofdzakelijk om:

- musea;
- attractieparken;
- dierentuinen;
- ambachtsactiviteiten;
- zwembaden;
- kartbanen en overig.

Voor de analyse van de toeristisch-recreatieve voorzieningen is veelvuldig gebruik gemaakt van de Toerdata 2011 (ETFI) gegevens. Musea, attractieparken, dierentuinen, ambachtsactiviteiten en zwembaden worden veruit het meest bezocht in Fryslân. Voor een volledig beeld zijn in de analyses echter steeds alle categorieën meegenomen.

Het huidige aanbod[33] van dergelijke voorzieningen in Fryslân en Noord-Nederland ziet er als volgt uit:

Tabel 5.1. Overzicht aantallen toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân en Noord-Nederland

	Fryslân	%	Groningen	%	Drenthe	%	Noord-Nederland	%
Musea	101	64%	54	72%	63	84%	218	66%
Attractieparken	7	4%	3	4%	7	9%	17	5%
Kartbanen	4	3%	2	3%	1	1%	7	2%
Dierentuinen	4	3%	1	1%	9	12%	14	4%
Ambachtsactiviteiten	9	6%	2	3%	1	1%	12	4%
Zwembaden	15	9%	5	7%	6	8%	26	8%
Overig	19	12%	8	11%	7	9%	34	10%
Totaal	159	100%	75	100%	94	100%	328	100%

Bron: Toerdata 2011 (ETFI) en datagegevens van de provincie Fryslân

[33] Aanbod op basis van cijfers van Toerdata 2011 (ETFI)

Musea vormen het belangrijkste aanbod in het Friese en Noord-Nederlandse aanbod van toeristisch-recreatieve voorzieningen (66 procent); daarna voorzien vooral de zwembaden (10 procent) in het aanbod. Fryslân heeft, vergeleken met de andere Noord-Nederlandse provincies, het omvangrijkste aanbod aan voorzieningen in Noord-Nederland.

Wanneer we kijken naar het aantal voorzieningen per 100.000 inwoners en per 100.000 gasten in de verblijfsrecreatie dan constateren we het volgende voor Fryslân:

- per 100.000 inwoners én per 100.000 gasten heeft Fryslân (vergeleken op de schaal van Noord-Nederland) een meer dan gemiddeld aanbod aan toeristisch-recreatieve voorzieningen. Qua aantallen uit zich dit vooral in het aantal musea;
- het aantal ambachtsactiviteiten wordt, zij het dat het hier om een veel kleiner aantal gaat (vergeleken met het aantal musea), in Fryslân ruimschoots aangeboden;
- ook het aantal zwembaden, is vergeleken op Noord-Nederlandse schaal, omvangrijk vertegenwoordigd in Fryslân;
- op grond van deze beknopte aanbodsanalyse op hoofdlijnen stellen we vast dat in *aantallen* voorzieningen in Fryslân in ieder geval geen sprake is van een eventueel kwantitatieve ondervertegenwoordiging van voorzieningen; eerder is er sprake van een oververtegenwoordiging. In ieder geval gelet op het aantal musea, zwembaden en ambachtsactiviteiten.

Tabel 5.2. Aantal toeristisch-recreatieve voorzieningen per 100.000 inwoners en gasten

(per 100.000)	Fryslân		Groningen		Drenthe		Noord-Nederland	
	inwoners	gasten	inwoners	gasten	inwoners	gasten	inwoners	gasten
Musea	15,6	14,7	9,3	38,7	12,9	6,2	12,7	11,8
Attractieparken	1,1	1,0	0,5	2,1	1,4	0,7	1,0	0,9
Kartbanen	0,6	0,6	0,3	1,4	0,2	0,1	0,4	0,4
Dierentuinen	0,6	0,6	0,2	0,7	1,8	0,9	0,8	0,8
Ambachtsactiviteiten	1,4	1,3	0,3	1,4	0,2	0,1	0,7	0,7
Zwembaden	2,3	2,2	0,9	3,6	1,2	0,6	1,5	1,4
Overig	2,9	2,8	1,4	5,7	1,4	0,7	2,0	1,8
Totaal	24,6	23,1	12,9	53,7	19,2	9,3	19,1	17,8

Bron: Toerdata 2011 (ETFI) en CBS voor gegevens over aantal inwoners en gasten verblijfsrecreatie

Een nadere analyse van het voorzieningenaanbod in Fryslân, gelet op het aantal voorzieningen naar grootteklassen (van het aantal bezoeken) geeft het volgende beeld:

- 80 procent van het Friese voorzieningenaanbod heeft maximaal 25.000 bezoeken op jaarbasis. Dit is relatief hoog vergeleken met de andere Noord-Nederlandse provincies Groningen en Drenthe. Voor Groningen en Drenthe geldt respectievelijk dat 72 procent en 75 procent van de voorzieningen in deze provincies maximaal een bezoekaantal van 25.000 bezoeken per jaar heeft. Dit betekent dat Fryslân relatief veel, in omvang kleine, toeristisch-recreatieve voorzieningen heeft;
- voorgaande constatering blijkt nogmaals ook wanneer we kijken naar de voorzieningen met relatief veel bezoeken (50.000 of meer). In Fryslân heeft 10 procent van de voorzieningen

50.000 bezoeken of meer per jaar. Dat aandeel is in de provincies Groningen en Drenthe veel hoger; respectievelijk 14 procent en 22 procent;

- grootste publiekstrekkers zijn in Fryslân (en in Groningen) vooral de zwembaden. In Drenthe zijn dat overwegend de attractieparken en de musea. In de top-10 best bezochte dag attracties in Fryslân in 2010 bevinden zich zes zwembaden;
- de top-10 best bezochte dag attracties in Fryslân, Groningen en Drenthe zijn in 2010 goed voor respectievelijk 2,1, 1,4 en 2,6 miljoen bezoeken. Dierenpark Emmen en zwem- en golfslagbad Aquarena (beide in Drenthe) hebben gezamenlijk al ruim 1,3 miljoen bezoeken. Dat is ruim meer dan helft van alle tien best bezochte dag attracties in Fryslân samen.

Tabel 5.3. Procentuele verdeling van het aantal voorzieningen naar grootteklassen van aantal bezoeken, 2010

	t/m 10.000	>10.000 t/m 25.000	>25.000 t/m 50.000	>50.000 t/m 100.000	>100.000
Fryslân					
musea	44%	12%	6%	1%	0%
attractieparken	2%	0%	2%	0%	1%
kartbanen	3%	0%	0%	0%	0%
dierentuinen	1%	1%	0%	0%	1%
ambachtsactiviteiten	4%	1%	1%	0%	0%
zwembad	3%	0%	1%	3%	3%
overig	8%	2%	1%	1%	1%
totaal	65%	15%	10%	4%	6%
Groningen					
musea	49%	9%	9%	4%	0%
attractieparken	3%	0%	0%	0%	1%
kartbanen	3%	0%	0%	0%	0%
dierentuinen	0%	0%	0%	0%	1%
ambachtsactiviteiten	1%	0%	1%	0%	0%
zwembad	1%	0%	0%	1%	4%
overig	4%	1%	3%	0%	3%
totaal	61%	11%	13%	5%	9%
Drenthe					
musea	53%	6%	2%	3%	2%
attractieparken	0%	0%	0%	3%	4%
kartbanen	1%	0%	0%	0%	0%
dierentuinen	6%	0%	1%	1%	1%
ambachtsactiviteiten	1%	0%	0%	0%	0%
zwembad	2%	0%	0%	1%	3%
overig	4%	1%	0%	0%	2%
totaal	68%	7%	3%	9%	13%

Bron: Toerisme in Cijfers 2011 (ETFI). Procentuele verdeling naar grootteklassen berekend door Decisio

Het voorgaande beeld wordt nogmaals versterkt wanneer, in plaats van het aantal voorzieningen, gekeken wordt naar de verdeling van het aantal bezoeken naar grootteklassen van het aantal bezoeken aan toeristisch-recreatieve voorzieningen (cijfers 2010). Zo blijkt dat:

- in Fryslân 51 procent van alle bezoeken plaatsvindt in voorzieningen met meer dan 100.000 bezoeken op jaarbasis. In Groningen en Drenthe is dit aandeel hoger; respectievelijk 63 procent en 79 procent;
- het grootst aantal bezoeken in Fryslân (35 procent) plaatsvindt in zwembaden met meer dan 100.000 bezoeken. Dit beeld is gelijk voor de provincies Groningen (30 procent) en Drenthe (24 procent);
- de provincie Drenthe als enige provincie in Noord-Nederland, naast de zwembadenbezoeken (24 procent), de meeste bezoekers ontvangt in dierentuinen (19 procent) en attractieparken (17 procent) met een bezoekenaantal van meer dan 100.000 per jaar.

Tabel 5.4. Procentuele verdeling van het aantal bezoeken naar grootteklassen van aantal bezoeken, 2010

	t/m 10.000	>10.000 t/m 25.000	>25.000 t/m 50.000	>50.000 t/m 100.000	>100.000	Totaal
Fryslân						
musea	5%	8%	12%	5%	0%	29%
attractieparken	0%	0%	3%	0%	4%	7%
kartbanen	0%	0%	0%	0%	0%	0%
dierentuinen	0%	1%	0%	0%	8%	8%
ambachtsactiviteiten	1%	0%	1%	0%	0%	2%
zwembad	0%	0%	1%	8%	35%	44%
overig	1%	1%	1%	2%	5%	10%
totaal	6%	10%	18%	14%	51%	3.600.000
Groningen						
musea	3%	5%	10%	10%	0%	28%
attractieparken	0%	0%	0%	0%	9%	9%
kartbanen	0%	0%	0%	0%	0%	0%
dierentuinen	0%	0%	0%	0%	6%	6%
ambachtsactiviteiten	0%	0%	2%	0%	0%	2%
zwembad	0%	0%	0%	3%	30%	33%
overig	0%	1%	3%	0%	18%	22%
totaal	4%	6%	15%	13%	63%	2.500.000
Drenthe						
musea	4%	3%	2%	6%	7%	21%
attractieparken	0%	0%	0%	6%	17%	23%
kartbanen	0%	0%	0%	0%	0%	0%
dierentuinen	0%	0%	1%	2%	19%	22%
ambachtsactiviteiten	0%	0%	0%	0%	0%	0%
zwembad	0%	0%	0%	3%	24%	26%
overig	0%	0%	0%	0%	7%	7%
totaal	4%	3%	3%	18%	79%	3.900.000

Bron: Toerisme in Cijfers 2011 (ETFI). Procentuele verdeling naar grootteklassen berekend door Decisio

5.1.2 Huidige vraag toeristisch-recreatieve voorzieningen

Vanuit de 'vraag' is gekeken naar dag- en verblijfstoeristen en hun waardering voor uiteenlopende aspecten van het toeristisch-recreatieve aanbod in Noord-Nederland (waaronder toeristisch-recreatieve voorzieningen). Op basis van eerder verricht onderzoek[34] wordt het volgende duidelijk:

[34] : Consumentenonderzoek Toerisme 2009, STENDEN INSTITUUT SERVICE MANAGEMENT

- voor dag- en verblijfstoeristen in Fryslân worden als de drie belangrijkste verbeterpunten genoemd: slechtweerfaciliteiten, musea en attracties;
- het beeld van verbeterpunten voor Fryslân komt grotendeels overeen met de andere provincies in Noord-Nederland. Ook in Groningen en Drenthe worden vooral slechtweer faciliteiten en musea als verbeterpunten genoemd;
- de slechtweer faciliteiten in Fryslân worden, vergeleken met de andere Noord-Nederlandse provincies, het slechtst beoordeeld. Ruim 50 procent van de respondenten geeft een rapportcijfer 6 of lager. In de andere provincies is het rapportcijfer (iets) hoger en het aandeel respondenten dat een rapportcijfer 6 of lager geeft lager;
- opvallend is, voor alle drie de provincies, de lage waardering voor musea in Noord-Nederland. Ondanks het ruime aanbod aan musea, zeker in Fryslân, worden de musea veel als verbeterpunt genoemd. Ogenschijnlijk gaat het hier dus vooral om kwalitatieve verbetering (van het aanbod van musea).

Tabel 5.5. Top-3 verbeterpunten volgens dag- en verblijfstoeristen, 2009

Fryslân: dagtoerist	**2009**	**% ≤ 6**	**Fryslân: verblijfstoerist**	**2009**	**% ≤ 6**
Slechtweer faciliteiten	6,6	47%	Slechtweer faciliteiten	6,3	53%
Musea	6,8	36%	Musea	6,8	36%
Attracties	6,9	31%	Attracties	6,8	35%
Groningen: dagtoerist	**2009**	**% ≤ 6**	**Groningen: verblijfstoerist**	**2009**	**% ≤ 6**
Zwemmen en zonnen	6,5	48%	Slechtweer faciliteiten	6,6	46%
Slechtweer faciliteiten	6,5	45%	Musea	6,7	39%
Musea	6,8	39%	Attracties	6,6	38%
Drenthe: dagtoerist	**2009**	**% ≤ 6**	**Drenthe: verblijfstoerist**	**2009**	**% ≤ 6**
VVV's informatievoorz.	7,0	49%	Slechtweer faciliteiten	6,7	37%
Slechtweer faciliteiten	6,8	48%	Musea	6,9	34%
Musea	6,6	44%	Zwemmen en zonnen	6,9	34%

Bron: Consumentenonderzoek Toerisme 2009, STENDEN INSTITUUT SERVICE MANAGEMENT. Gepresenteerd cijfer (2009) is rapportcijfer. Percentage representeert het aandeel respondenten dat het betreffende aspect waardeert met een rapportcijfer 6 of lager

Relevant in dit verband is ook om te bekijken in welke mate (vooral) verblijfstoeristen zich binnen de verschillende provincies bewegen. Immers, een toeristisch-recreatieve voorziening hoeft niet per se binnen de provinciegrenzen te liggen om tot het toeristisch-recreatief aanbod van een provincie gerekend te worden. Het gaat daarbij om de (gemiddelde) actieradius van toeristen wanneer zij voor een verblijf in Fryslân zijn. Dit geeft een indicatie van de mate waarin verblijfstoeristen bereid zijn om te reizen (tijdens hun verblijf in Fryslân) voor een toeristisch-recreatieve uitstapje.

In de afgelopen jaren is de actieradius van verblijfstoeristen afgenomen. Reisde een verblijfstoerist in Noord-Nederland in 2005 nog gemiddeld 58 kilometer voor een uitstapje; in 2009 is dit afgeno-

men tot gemiddeld 43 kilometer. Het beeld van de afnemende actieradius van verblijfstoeristen is grotendeels gelijk voor alle drie afzonderlijke provincies in Noord-Nederland.

Tabel 5.6. Gemiddelde actieradius verblijfstoeristen (km)

	Groningen	Fryslân	Drenthe	Noord-Nederland
2000	48	43	46	45
2002	51	43	56	49
2005	69	45	63	58
2009	47	41	43	43

Bron: Consumentenonderzoek Toerisme 2009, STENDEN INSTITUUT SERVICE MANAGEMENT

Nader ingezoomd op de gemiddelde actieradius van verblijfstoeristen blijkt nogmaals dat ruim meer dan de helft van de verblijfstoeristen maximaal 30 kilometer wenst te reizen voor een toeristisch-recreatief uitstapje.

Tabel 5.7. Gemiddelde actieradius verblijfstoeristen nader uitgewerkt

	Groningen	Fryslân	Drenthe	Noord-Nederland
Tot 10 kilometer	15%	18%	20%	18%
11 - 30 kilometer	40%	40%	35%	38%
31- 60 kilometer	27%	27%	27%	27%
61 - 100 kilometer	10%	11%	11%	11%
Meer dan 100 kilometer	8%	5%	6%	6%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Bron: Consumentenonderzoek Toerisme 2009, STENDEN INSTITUUT SERVICE MANAGEMENT

Op basis van het voorgaande lijkt het voor Fryslân aannemelijk dat:

- gelet op het verblijfszwaartepunt van toeristen in het westelijk deel van Fryslân (Waddeneilanden, Friese Meren, IJsselmeerkust) en de afnemende actieradius van verblijfstoeristen (voor een toeristisch-recreatief uitstapje) kan het voorzieningenaanbod in de provincies Groningen en Drenthe logischerwijs niet tot het aanbod van Fryslân gerekend worden.

5.1.3 Beknopte vergelijking met provincies elders

Tot slot is een beknopte vergelijking uitgevoerd voor aantal toeristisch-recreatieve voorzieningen in de provincies Zeeland en Overijssel[35].

[35] Er is voor de provincie Zeeland gekozen omdat dit, net als de provincie Fryslân, een belangrijke waterrecreatie en –toerismeprovincie is. Daarnaast is voor de provincie Overijssel gekozen vanwege het niet-Randstedelijke karakter. Bezoekersaantallen voor voorzieningen zijn niet of slechts beperkt beschikbaar. Een analyse op basis van bezoekersaantallen is derhalve niet uitgevoerd.

Tabel 5.8. Vergelijking aantal voorzieningen, Zeeland, Overijssel en Fryslân

	Zeeland	%	Overijssel	%	Fryslân	%
Musea	41	57%	20	36%	101	64%
Attractieparken	5	7%	3	5%	7	4%
Kartbanen	2	3%	4	7%	4	3%
Dierentuinen	4	6%	7	13%	4	3%
Ambachtsactiviteiten	1	1%	2	4%	9	6%
Zwembaden	11	15%	8	14%	15	9%
Overig	8	11%	11	20%	19	12%
Totaal	72	100%	55	100%	159	100%

Bron: Bezoek aan toeristische attracties 2008 (Gelders Overijssels Bureau voor Toerisme), Bezoekcijfers Zeeuwse Musea 2012 (Zeeland Museumland) en Dagrecreatie 2009 (Kenniscentrum Kusttoerisme)

Een nadere analyse van het voorzieningenaanbod in de provincies Zeeland en Overijssel geeft het volgende beeld:

- het totale aantal toeristisch-recreatieve voorzieningen is in Fryslân groter dan in Zeeland en Overijssel. In vergelijking met Fryslân zijn zwembaden in Zeeland en Overijssel sterker vertegenwoordigd in het aanbod van voorzieningen;
- ruim 85 procent van de Zeeuwse musea trekt maximaal 25.000 bezoekers op jaarbasis. Dit betekent dat Zeeland een groot aandeel kleinschalige, lokaal gebonden musea heeft; wat vergelijkbaar is met de provincie Fryslân. Zeeland en Overijssel tellen ieder vier musea met meer dan 25.000 bezoekers per jaar;
- attractieparken zijn relatief gering in aantal in Overijssel maar vormen de grootste publiekstrekkers; Attractiepark Slagharen en Avonturenpark Hellendoorn zijn samen goed voor jaarlijks bijna twee miljoen gasten. Beide voorzieningen staan in de top 50 van meest bezochte dag attracties in Nederland; op de 5e respectievelijk 38e plaats. De enige Zeeuwse attractie staat op de 49e plaats; Deltapark Neeltje Jans met een zo'n 300.000 bezoekers per jaar. Fryslân heeft met Thialf de enige, omvangrijke dag attractie in de top 50 met ruim 400.000 bezoekers per jaar.

5.2 Voorzieningen in ontwikkeling

In het onderzoek is tevens gekeken naar toeristisch-recreatieve voorzieningen die in ontwikkeling zijn. Het gaat hierbij om een ruim begrip; het gaat om voorzieningen waar recentelijk sprake van is (geweest) of die deels al in ontwikkeling zijn. Dit is uiteraard een momentopname, maar de volgende voorbeelden geven een beeld van welke initiatieven zoal in ontwikkeling zijn (geweest). De hieronder opgenomen opsomming van initiatieven voor dagrecreatie is niet uitputtend. Het dan om initiatieven zoals:

- *plan voor interactief Elfstedenmuseum in Sloten:* Op basis van de 'Elfstedencultuur' bestaat het plan om een interactief Elfstedenmuseum te ontwikkelen in Sloten. Beoogd wordt een Elfsteden Experience Center te realiseren als centrum van een soort Elfstedenverbond. "In het nieuwe museum is de Elfstedenroute de verbindende en spectaculaire schakel. Een virtueel Madurodam met geuren en kleuren. Je beleeft er Leeuwarden, kandidaat voor de titel Culturele Hoofdstad van Europa in 2018, en alle andere Friese steden en tussenliggende dorpen. Stad en plat-

teland komen zo in beeld, maar ook de connecties van een stad als Stavoren met Duitse Hanzesteden[36];

- *Brinker World Sustainability Centre:* "Brinker world sustainability centre Afsluitdijk is het idee en initiatief om op of nabij de Afsluitdijk een internationaal centrum te realiseren dat de transitie naar een duurzame samenleving helpt te versnellen. Bedoeld als broedplaats voor duurzame innovatie, die kennis over energie, water, natuur en voedsel samenbrengt. Een centrum dat de economische kansen die door deze transitie ontstaan, helpt te verzilveren. Duurzaamheid, economie en een realistische 'business case' gaan hand-in-hand." De business-case is voor dit initiatief op dit moment nog niet sluitend. De Provincie Fryslân onderzoekt of een multifunctioneel centrum op de Afsluitdijk haalbaar is[37]";
- *Mercuurmuseum:* "Thom Mercuur hoopt nog in 2013 met de bouw van een museum voor hedendaagse kunst in Lauwersoog te beginnen. De kosten worden geraamd op 3 à 4 miljoen euro. Het nieuwe museum in Lauwersoog zal gewijd zijn aan de zee en alles wat daarmee samenhangt[38]";
- *attractiepark Stoom Stad Sneek:* "Stoom Stad Sneek beoogt een toeristische topattractie op Europees niveau met als thema "Stoom". In een authentieke sfeer van rond 1930 kunnen bezoekers een dag doorbrengen met de langste stoommodelspoorbaan ter wereld, een stoomtram, stoomfiets, winkel met stoomspeelgoed, moderne stoomauto en stoom in de toekomst. Beoogde locatie van Stoomstad Sneek is in de omgeving van het NS-station en vergt een investering van minimaal 40 miljoen euro. Het park beoogt 300.000 bezoekers per jaar te ontvangen[39]." De status van de ontwikkeling is onbekend;
- *stichting Museum Treinen op Zee:* "Ook wordt gewerkt aan de oprichting van de Stichting Museum Treinen op Zee. Deze stichting wil in Stavoren op het spooremplacement een interactief museum oprichten met als thema de geschiedenis van het vervoer per trein en boot tussen Leeuwarden en Enkhuizen. Het is de bedoeling het museum onder te brengen in een loods van de eerdere Nederlandsche Tramweg Maatschappij (NTM) in Leeuwarden. De loods wordt afgebroken, gerestaureerd en in Stavoren weer opgebouwd. De kosten van het museum komen uit op een half miljoen euro[40]".

[36] Bron: www.elfstedenroute.nl
[37] Bron: www.brinker.eu
[38] Bron: www.lc.nl, 22 januari 2013
[39] Bron: www.stoomstadsneek.nl
[40] Bron: frieschdagblad.nl

6 Samenvattende conclusies

In dit hoofdstuk presenteren we de conclusies van het onderzoek. Daarvoor gaan we achtereenvolgens in op de verschillende onderzoeksvragen die in dit onderzoek centraal staan.

De volgende vragen zijn in het kader van dit onderzoek relevant:

3. Wat is de **economische impact van de markt voor verblijfsrecreatie**? Bij deze vraag verlangt de provincie Fryslân:
    f. een beeld van de indicatoren, kengetallen en multipliers (voor Fryslân en daar buiten) die de economische impact van de markt verduidelijken;
    g. een onderscheid naar grootteklassen voor de verblijfsrecreatie;
    h. een kwalitatief beeld van de maatschappelijke effecten van de verschillende marktsegmenten van de verblijfsrecreatie, gelet op leefbaarheid/landschap;
    i. een inschatting van het economische effect wanneer er marktverschuivingen in/tussen de verschillende marktsegmenten plaatsvindt;
    j. een inschatting van de lange termijn economische effecten van de toename van recreatiewoningen ten koste van vaste seizoenplaatsen op campings.
4. Wat zijn de ontwikkelingen in Fryslân voor wat betreft **de toeristisch-recreatieve voorzieningen**; waarbij specifieke aandacht is gevraagd voor:
    d. wat is het beeld voor de toeristisch-recreatieve voorzieningen in het licht van een onderdan wel een oververtegenwoordiging? Hoe verhoudt zich het aanbod in Fryslân ten opzichte van de omliggende provincies en andere gebieden?;
    e. welke initiatieven zijn momenteel in ontwikkeling, maar nog niet gerealiseerd?;
    f. is een aanvulling op het huidige aanbod noodzakelijk en hoe wordt het huidige aanbod 'vermarkt'? Welke, logische aanvullingen op het huidige aanbod liggen voor de hand?

In de volgende paragrafen staan we stil bij de belangrijkste constateringen en conclusies in relatie tot de gestelde onderzoeksvragen.

6.1 Conclusies economische impact van de markt voor verblijfsrecreatie

In deze paragraaf gaan we nader in op de belangrijkste conclusies over de economische impact van de markt voor verblijfsrecreatie in de provincie Fryslân. Daarvoor gaan we achtereenvolgens in op:

- de indicatoren, kengetallen en multipliers die de economische impact van de markt verduidelijken;
- het onderscheid naar grootteklassen/normeringen voor de verblijfsrecreatie;
- het kwalitatieve beeld van maatschappelijke effecten van de verschillende marktsegmenten van de verblijfsrecreatie;
- het economische effect wanneer er marktverdringing in/tussen de verschillende marktsegmenten plaatsvindt;

- de lange termijn economische effecten van de toename van recreatiewoningen ten koste van seizoen plaatsen.

6.1.1 Indicatoren, kengetallen en multipliers

Schets van de diverse marktsegmenten binnen de verblijfsrecreatie in Fryslân

De Friese hotelsector staat onder druk. Het aantal hotelbedrijven en –bedden is de afgelopen jaren (2007 tot en met 2011) in Fryslân toegenomen, maar het aantal hotelovernachtingen is overall redelijk stabiel gebleven. Het aantal overnachtingen per bedrijf en per bed is daardoor afgenomen (bezettingsgraad daalt). Deze ontwikkeling is het sterkst in Zuidoost Fryslân, maar ook voor alle, andere regio's geldt dat bezettingsgraden dalen.

Overeenkomstig het toenemende aanbod in de hotelsector (bedrijven en bedden) is ook het aanbod van recreatiewoningen (in parken) in Fryslân in de periode 2007 tot en met 2011) sterk toegenomen. De groei van het aantal recreatiewoningenbedrijven en recreatiewoningen is sterker geweest dan de groei in de hotelsector. Ook de Friese recreatiewoningensector staat onder druk. Hier is, net als in de hotelmarkt, het aantal overnachtingen per bedrijf en per woning in de recreatiewoningmarkt sterk(er) afgenomen. Dit speelt vooral in Noordoost, Noordwest en Zuidoost Fryslân. Het extra gecreeerde aantal (nieuwe) bedden in deze markt wordt niet door de vraag/consument 'opgenomen'. Positieve uitzondering hierop zijn de Waddeneilanden (gelijkblijvende bezetting) en Zuidwest Fryslân (toename bezettingsgraad).

De ontwikkelingen in de jachthavenmarkt in Fryslân zijn evenwichtiger (minder dynamisch vergeleken met de ontwikkelingen in de Friese hotel- en recreatiewoningenmarkt). Het aantal bedrijven, ligplaatsen, ligplaatsen per bedrijf en overnachtingen is de afgelopen jaren licht toegenomen; het aantal overnachtingen per bedrijf en per ligplaats nam iets af. Deze ontwikkelingen getuigen van een relatief stabiele markt; alleen Zuidoost Fryslân laat sterke ontwikkeling zien. Het aantal bedrijven en ligplaatsen nam daar sterk toe terwijl het aantal overnachtingen per bedrijf en per ligplaats sterk daalde.

De markt voor campings in Fryslân lijkt, qua structuur, aan verandering onderhevig. Het aantal campingstandplaatsen bleef de afgelopen jaren stabiel; terwijl het aantal campingbedrijven toenam. Dit wijst op schaalverkleining. Daarnaast wordt duidelijk dat het aantal overnachtingen per bedrijf en per standplaats afneemt. Ook hier nemen de bezettingsgraden af. De campingmarkt in Zuidoost Fryslân ontwikkelde zich, vergeleken met de andere regio's, relatief stabiel (geen toe- of afname).

Overall concluderen we dat de markt voor verblijfsaccommodaties zich in de jaren 2007 tot en met 2011 niet gunstig ontwikkelde. Door een toenemend aanbod (van voorzieningen en hun faciliteiten) en een afnemend aantal overnachtingen (vraag) dalen de bezettingsgraden in de gehele sector.

Economische impact verblijfsrecreatie

De circa 200 hotelbedrijven (9.500 bedden) in de provincie Fryslân genereren op jaarbasis in totaal tussen de 2.600 en 3.950 banen (gemiddeld in totaal 3.500 banen). De hotelsector is de omvangrijkste banenmotor in de Friese markt voor verblijfsaccommodaties. Hotelgasten hebben de grootste impact op de regionale economie. Dat is het gevolg van de relatief hoge bestedingen door hotelgasten en het grote aandeel van deze bestedingen dat in de regio terecht komt. De sector vertegenwoordigt een groot belang in de Friese economie, maar dit belang staat wel onder druk gelet op de dalende bezettingsgraden van hotels in de periode 2007 tot en met 2011. De hotelsector kent gemiddelde toegevoegde waarde- en werkgelegenheidsmultipliers; respectievelijk 1,4 en 1,2[41]. De gemiddelde hotelbesteding bedraagt 113 euro per persoon per nacht.

De ruim 200 recreatiewoningparken (3.050 verhuurwoningen) in de provincie Fryslân betekenen op jaarbasis in totaal tussen 1.300 en 1.900 banen (gemiddeld in totaal 1.600 banen). De recreatiewoningparken vormen het relatief kleinste segment in de markt voor verblijfsaccommodaties in Fryslân (ten opzichte van hotels, campings en jachthavens). Doordat vele eigenaren van recreatiewoningen meestal niet in de regio wonen, komt een groot deel van de bestedingen buiten de regio terecht. Echter, de 'spin-off' van recreatiewoningparken is groter, bijvoorbeeld vergeleken met hotels, omdat gasten van recreatiewoningparken in behoorlijke mate bestedingen verrichten bij horeca en detailhandel. Wat ook duidelijk blijkt uit de gemiddelde toegevoegde waarde- en werkgelegenheidsmultipliers; respectievelijk 1,7 en 1,3. Het economisch belang van dit deel van de markt staat wel onder druk; het aantal overnachtingen is de afgelopen jaren niet meegegroeid met het sterk toegenomen aanbod (aantal bedrijven en verhuurwoningen). De gemiddelde besteding bedraagt 35 euro per persoon per nacht (voor recreatiewoningparken).

De bijna 260 jachthavens (34.750 ligplaatsen) in Fryslân betekenen een jaarlijks werkgelegenheidsbelang van tussen de 1.550 en 1.950 banen (gemiddeld in totaal 1.750 banen). De gemiddelde toegevoegde waarde- en werkgelegenheidsmultipliers bedragen respectievelijk 1,2 en 1,1. De jachthavens hebben vooral een impact op de industriële sector en de groot- en detailhandel. Ondanks de, in vergelijking met andere segmenten, bescheiden economische bijdrage is de jachthavensector wel een stabiele markt. Het aantal bedrijven, ligplaatsen, ligplaatsen per bedrijf en overnachtingen is de afgelopen jaren licht toegenomen; het aantal overnachtingen per bedrijf en per ligplaats nam iets af. De gemiddelde besteding bedraagt 121 euro per persoon per nacht (voor jachthavens).

De bijna 390 campingbedrijven (25.800 standplaatsen) in Fryslân genereren op jaarbasis in totaal 1.500 tot 2.700 banen (gemiddeld in totaal 1.850 banen). De sector is, gelet op het aantal gegenereerde banen, iets groter dan de recreatiewoningen- en jachthavensector. En, met ruim 3,6 miljoen overnachtingen per jaar is de camping de meest populaire vorm van verblijfsrecreatie in Fryslân. De sector wordt tevens gekenschetst door de hoge (gemiddelde) toegevoegde waarde- en werkgelegen-

[41] een toegevoegde waarde multiplier van 1,2 betekent dat op elke euro toegevoegde waarde in de hotelsector, 20 eurocent indirecte toegevoegde waarde elders in Fryslân wordt gecreëerd.

heidsmultipliers: respectievelijk 1,9 en 1,4. Dit betekent dat de campingsector, net als de jachthavensector, in Fryslân relatief veel economische spin-off oplevert (in verhouding vergeleken met de hotelsector en de recreatiewoningparken). De markt is, gelet op structuur, wel in beweging. Er vindt schaalverkleining plaats; bovendien nemen de bezettingsgraden af. De gemiddelde campingbesteding bedraagt 22 euro per persoon per nacht.

Tabel 6.1. Belangrijkste, economische indicatoren en economische impact

	Multiplier TW	Multiplier WG	Directe WG (banen)	Indirecte WG (banen)	Totale WG (banen)	Gemiddeld WG (banen)
Hotels	1,4	1,2	2.200-3.300	400-650	2.600-3.950	3.500
Recreatiewon.	1,7	1,3	1.000-1.400	300-500	1.300-1.900	1.600
Jachthavens	1,2	1,1	950-1.250	600-700	1.550-1.950	1.750
Campings	1,9	1,4	1.200-2.200	300-500	1.500-2.700	1.850
Gemiddeld	-	-	6.700	2.050	8.750	-

TW: toegevoegde waarde, WG: werkgelegenheid

6.1.2 Onderscheid naar grootteklassen voor de verblijfsrecreatie

Op basis van de uitkomsten van het onderzoek is op dit moment geen eenduidig onderscheid te maken naar grootteklassen voor de verschillende, onderzochte verblijfsaccommodatietypen. Daarvoor is er sprake van een te grote diversiteit binnen de verschillende marktsegmenten (en de onderzochte cases). Die diversiteit bestaat uit onder meer uit: type doelgroep, geografische ligging, faciliteiten, kwaliteit en prijs.

Zo zijn er grotere jachthavens die vooral geld verdienen aan zomerstalling, terwijl er ook kleinere jachthavens zijn die juist omzet genereren uit winterstalling, service en onderhoud. Per ligplaats is dan niet eenduidig aan te geven of een omvangrijkere jachthaven per ligplaats economisch beter rendeert/meer opbrengt dan kleinere jachthaven. Hier ligt het gevaar op de loer dat 'appels met peren' worden vergeleken.

6.1.3 Het kwalitatieve beeld van maatschappelijke effecten

Het kwalitatieve beeld van meer maatschappelijke effecten van verblijfsaccommodaties op de directe omgeving is divers en sterk afhankelijk van de rol, functie en faciliteiten van de vele (verschillende) verblijfsaccommodaties in Fryslân. Op dit vlak concluderen we het volgende:

- belangrijkste, al eerder vermelde, maatschappelijke effect van verblijfsaccommodaties in Fryslân is dat zij zorgen voor **werkgelegenheid**;
- voor het bevorderen van de lokale en regionale economie (mede vanuit een maatschappelijke betrokkenheid en verantwoordelijkheid) en de gewenste 'couleur locale' van het toeristisch-recreatieve aanbod zijn verblijfsaccommodaties wel **gericht op lokale en regionale inkoop**. Daarbij gaat het om uiteenlopende diensten en producten: verswaren, regionale kwaliteitsproducten, maar ook service en onderhoud. Tevens spelen verblijfsaccommodaties, net als andere bedrijven, een rol in opleiding en scholing van personeel (bijvoorbeeld als leerbedrijf);
- vooral voor hotels en recreatiewoningparken is de **status van de eigena(a)r(en) van belang**. Ketenbedrijven (dus: vaak hotels of recreatieparken behorend tot een (inter)nationale keten) heb-

ben veelal meer een centraal gestuurde inkoop en organisatie; wat meer leidt tot het wegvloeien van bestedingen. Daarnaast geldt dat ketenbedrijven of individuele eigenaren van recreatiewoningen veelal niet in Fryslân gevestigd zijn wat betekent dat ook een deel van winsten buiten de regio valt;

- ketenbedrijven (vooral de hotels en recreatiewoningparken) beschikken daarentegen over een **omvangrijker, breder marketingapparaat** wat ervoor zorgt dat gasten ook geattendeerd worden op de verblijfsmogelijkheden in Fryslân (terwijl men wellicht in eerste instantie Fryslân niet als eerste verblijfsdoel voor ogen had);
- recreatiewoningparken die in eigendom én beheer/exploitatie zijn van een organisatie zullen naar verwachting meer geneigd zijn **hun gasten meer op het park zelf te laten besteden**; bijvoorbeeld door het verzorgen van een groter aanbod aan voorzieningen (horeca, leisure, wellness, supermarkt). Dit leidt wel tot een hogere werkgelegenheid; de economische spin-off naar bedrijven in de omgeving zal beperkter zijn;
- vooral omvangrijkere recreatiewoningparken kunnen, veelal in gebieden met een beperkter voorzieningenniveau, zeker een bijdrage leveren aan het versterken van dit voorzieningenniveau. **Door de extra, toegevoegde draagkracht van (de gasten van) het park ontstaat meer volume** wat aanleiding geeft tot bijvoorbeeld een grotere, kwalitatief betere supermarkt of extra openbaar vervoerverbindingen;
- vooral recreatiewoningparken bieden een breed palet aan voorzieningen aan die ook **toegankelijk zijn voor omwonenden in de regio**. Het kan daarbij gaan om uiteenlopende zaken: zoals verhuur (fietsen, sloepen, boten), horeca/feestgelegenheid en publiek toegankelijke recreatievoorzieningen (zoals zwembad, strand, meer etc.);
- vooral de jachthavens, maar ook campings, zijn belangrijke, **economische 'aanjagers' voor aanverwante dienstverlening**, horeca, detailhandel en industrie. Bijvoorbeeld als het gaat om de relatie tussen jachthavens en het watersportcluster (stalling, onderhoud, scheepsbenodigdheden, haven/bruggeld/passantenplaatsen, maritieme detailhandel, scheepsbouwindustrie).

6.1.4 Het economische effect van marktverschuivingen

Marktverschuivingen binnen of tussen de verschillende segmenten verblijfsaccommodaties gaan in feite over de economische begrippen 'substitutie' en 'verdringing'. Van *substitutie* is sprake wanneer de consumptie van producten en diensten op andere markt(segment)en wordt beconcurreerd (bijvoorbeeld camping versus hotel). *Marktverdringing* vindt plaats binnen hetzelfde marktsegment (bijvoorbeeld hotel versus hotel). Tegen deze achtergrond is in onze ogen de volgende beschouwing relevant in relatie tot de verschillende verblijfsaccommodaties in de provincie Fryslân.

We veronderstellen de volgende relaties:

- *hotels en jachthavens*: **de markt voor hotels en voor jachthavens lijken vooral op zichzelf staande markten te zijn die niet of nauwelijks hinder ondervinden van *substitutie***. Deze typen verblijfsaccommodaties kennen, vergeleken met gasten van recreatiewoningparken en campings, sterk doelgerichte doelgroepen. Het hotelbezoek is veelal een kort verblijf; vaak ook nog met een zakelijk karakter. Jachthavens zijn specifiek gericht en bedoeld voor watersporters. ***Marktverdringing,* bijvoorbeeld door toevoeging van nieuwe hotels, kan vooral bedrijfseconomisch (la-**

gere bezettingsgraden) en kwalitatief (minder geld om te investeren) van invloed zijn (mits extra aanbod niet door de vraag wordt opgenomen). Overall verwachten wij, los van mogelijke, incidentele, omvangrijke marktwijzigingen, geen sterke regionaal-economische effecten voor hotels en jachthavens; mede omdat het hierbij om kapitaalintensieve investeringen gaat (waardoor er sprake is van een relatief stabiele markt);

- *campings:* de markt voor campings lijkt wel gevoelig voor substitutie (van camping naar ander type verblijfsaccommodatie) en voor marktverdringing (van camping naar andere camping). Wij baseren dit op de tendens dat campings in toenemende mate een omslag maken van campingstandplaatsen naar het aanbod van stacaravans, chalets, blokhutten of tenthuizen ('halve' substitutie). Bovendien constateren we de tendens van schaalverkleining; wat verklaard kan worden door de opkomst van minicampings, kamperen bij de boer, kleinschalig natuurcampings etc. Mogelijk dat beide tendensen elkaar ook versterken. In regionaal-economische termen hoeft dit geen verstrekkende (negatieve) gevolgen te hebben; het draagt wellicht juist bij om het dalende aantal campingovernachtingen in te perken;
- *recreatiewoningparken:* ook de markt voor recreatiewoningparken lijkt ons gevoelig voor substitutie en marktverdringing. We veronderstellen dat recreatiewoningparken profiteren van de dalende belangstelling voor campings omdat gasten meer luxe en comfort wensen (substitutie). Daarnaast is de markt voor recreatiewoningparken een relatief homogene markt. In onze ogen is er, los van de geografische locatie, sprake van een relatief gelijksoortig aanbod van recreatiewoningen. Dit maakt dat parken vooral op prijs concurreren en dus voor de consument eenvoudig uitwisselbaar zijn. Ook hier geldt dat deze ontwikkelingen niet per se een omvangrijke negatieve danwel positieve uitwerkingen hebben op de regionale economie.

6.1.5 Economische effecten recreatiewoningen versus vaste staanplaatsen

Er zijn signalen dat vaste staanplaatsen (in toenemende mate) worden opgeheven voor de realisatie van recreatiewoningen. De vraag is of deze ontwikkeling van invloed is (ook op de langere termijn) op de regionale economie in Fryslân. En zo ja, wat zou daarvan de omvang zijn? In dat verband zijn, naar onze mening, de volgende overwegingen van belang:

- het aantal vaste staanplaatsen op campings is de afgelopen jaren in Fryslân relatief stabiel gebleven. In 2011 waren er ruim 12.300 vaste staanplaatsen; in 2007 waren dat er 12.700. Op basis van deze aantallen kan niet worden vastgesteld dat het aantal vaste staanplaatsen op campings snel afneemt (waarbij de omslag naar recreatiewoningen dan een van de verklaringen zou kunnen zijn; los van andere ontwikkelingen);
- de verhuurgraad (de mate waarin vaste staanplaatsen op jaarbasis verhuurd zijn) is in Fryslân eveneens stabiel in de afgelopen jaar: de verhuurgraad bedraagt ruim 85 procent. Dit geeft (deels) aan dat er sprake is van een stabiele vraag in deze markt;
- de vaste staanplaatsen genereren een aanzienlijk aantal overnachtingen van ruim 2,1 miljoen overnachtingen in 2011. In totaal waren er in 2011 ruim 12.300 vaste staanplaatsen;
- de verhuurgraad geeft echter nog geen beeld van de bezettingsgraad van de vaste staanplaatsen. Dat gaat dan om de mate waarin (op jaarbasis) er daadwerkelijk gebruik gemaakt wordt van de vaste staanplaats. Friese cijfers over de bezettingsgraad van vaste staanplaatsen zijn,

voor zover bekend, niet beschikbaar. Onderzoek[42] naar vaste staanplaatsen aan de Belgische kust geeft wel een indicatie. Daar blijkt dat vaste staanplaatsen gemiddeld genomen 64 dagen per jaar gebruikt worden (bezettingsgraad van 17,5 procent). Op grond van ruim 2,1 miljoen overnachtingen en 12.305 vaste staanplaatsen in Fryslân in 2011 (en een gemiddelde bezetting van 2,5 persoon per vaste staanplaats) zou de bezettingsgraad in Fryslân van vaste staanplaatsen circa 19 procent bedragen. **Een dergelijk bezettingsgraad is laag vergeleken met andere vormen van verblijfsaccommodaties;**

- ook de bestedingen per persoon per nacht voor vaste staanplaatsen zijn in dit verband relevant. Ook hier ontbreken relevante Friese cijfers, maar voornoemde onderzoek uit 2008 geeft wel de indicatie dat de besteding per persoon per nacht (gecorrigeerd voor 2013) ruim 20 euro bedraagt. **Dat zijn gemiddeld genomen lagere bestedingen per persoon vergeleken met andere vormen van verblijfsaccommodaties**.

Op basis van voorgaande overwegingen constateren we dat het aanbod van vaste staanplaatsen in Fryslân sinds 2007 niet sterk is af- of toegenomen. Oftewel, **er is geen sterke daling van het aanbod van vaste staanplaatsen** (die mogelijk veroorzaakt zou zijn door een omslag van staanplaatsen naar recreatiewoningen).

Echter, in het geval het aanbod van vaste staanplaatsen sterk zou afnemen als gevolg van een omslag naar recreatiewoningen dan is het maar de vraag of dit een negatief regionaal-economisch effect zou hebben. Sterker nog, het zou waarschijnlijk eerder een **positief effect** hebben want de aan de vaste staanplaatsen gekoppelde bezettingsgraad (20 procent: veronderstelling) en bestedingen per persoon (20 euro: veronderstelling) zijn aanzienlijk lager dan alle andere vormen van verblijfsaccommodaties.

Daar staat wel tegenover dat, qua aantal overnachtingen, de vaste staanplaatsen wel ruim 20 procent van het totaal in Fryslân vertegenwoordigen. Dit aandeel is daarmee wel een economische factor van belang voor Fryslân.

Voorgaande laat echter onverlet dat, ondanks een beperkt (of zelfs positief) economisch effect, het *maatschappelijk* gezien de voorkeur heeft ook een aanbod van lager geprijsde verblijfsaccommodaties aan te kunnen bieden. De omslag van vaste staanplaatsen naar recreatiewoningen (die dus niet uit de cijfers duidelijk naar voren komt) is dus eerder een ***maatschappelijke*** afweging dan een ***economische*** afweging.

[42] Onderzoek naar het gebruik van vaste staanplaatsen op kustcampings 2008, Westtoer

6.2 Conclusies toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân

In deze paragraaf gaan we nader in op de belangrijkste conclusies over de toeristisch-recreatieve voorzieningen in de provincie Fryslân.

In de analyse van toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân is gekeken naar het aanbod van uiteenlopende voorzieningen zoals musea, attractieparken, dierentuinen etc. Op grond van onze analyses trekken we de volgende conclusies:

Voor het aanbod van toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân zien we dat:

- Fryslân per 100.000 inwoners én per 100.000 gasten (vergeleken op de schaal van Noord-Nederland) een meer dan gemiddeld aanbod heeft aan toeristisch-recreatieve voorzieningen. Qua aantallen uit zich dit vooral in het aantal musea, zwembaden en ambachtsactiviteiten. Gelet op *aantallen* voorzieningen in Fryslân is in ieder geval geen sprake van een eventueel kwantitatieve ondervertegenwoordiging van voorzieningen; **eerder is er sprake van een oververtegenwoordiging**;
- 80 procent van het Friese voorzieningenaanbod heeft maximaal 25.000 bezoeken op jaarbasis. Dit is relatief hoog vergeleken met de andere Noord-Nederlandse provincies Groningen en Drenthe. Voor Groningen en Drenthe geldt respectievelijk dat 72 procent en 75 procent van de voorzieningen in deze provincies maximaal een bezoekaantal van 25.000 bezoeken per jaar heeft. Dit betekent dat **Fryslân relatief veel, in omvang kleine, toeristisch-recreatieve voorzieningen heeft**;
- voorgaande conclusie wordt verder ondersteund door de constatering dat in Fryslân 10 procent van de voorzieningen 50.000 bezoeken of meer per jaar heeft. Dat aandeel is in de provincies Groningen en Drenthe **hoger**; respectievelijk 14 procent en 22 procent;
- **het ontbreekt in Fryslân aan een of meerdere grootschalige voorzieningen die op jaarbasis bijvoorbeeld ruimschoots meer dan 300.000 bezoeken realiseren.** In Fryslân vindt 51 procent van alle bezoeken plaats in voorzieningen met meer dan 100.000 bezoeken op jaarbasis. In Groningen en Drenthe is dit aandeel hoger; respectievelijk 63 procent en 79 procent. Het grootst aantal bezoeken in Fryslân (35 procent) vindt plaats in zwembaden met meer dan 100.000 bezoeken. Dit beeld is overigens gelijk voor de provincies Groningen (30 procent) en Drenthe (24 procent). Fryslân heeft met Thialf de enige, omvangrijke dag attractie in de top 50 van Nederlandse dagattracties met ruim 400.000 bezoekers per jaar;
- de provincie Drenthe kent, als enige provincie in Noord-Nederland, een brede, aantrekkelijke voorzieningenbasis. Naast de zwembadenbezoeken (24 procent), worden de meeste bezoekers ontvangen in dierentuinen (19 procent) en attractieparken (17 procent). **Een dergelijke, brede toeristisch-recreatieve voorzieningenbasis ontbreekt in Fryslân**;
- gelet op het verblijfszwaartepunt van toeristen in het westelijk deel van Fryslân (Waddeneilanden, Friese meren, IJsselmeerkust) en de afnemende actieradius van verblijfstoeristen (voor een toeristisch-recreatief uitstapje) **kan het voorzieningenaanbod in de provincies Groningen en Drenthe logischerwijs niet tot het aanbod van Fryslân gerekend worden**.

6.3 Conclusies hoofdvraag

De hoofdvraag voor dit onderzoek luidde: *"Waar kan Fryslân in de sector recreatie en toerisme het meeste (economische) rendement halen met borging van kwaliteit en de minste schade voor het milieu en landschap?".*

Rendement behalen door uiteenlopende markten van verblijfsaccommodaties te behouden
Belangrijke constatering is dat de provincie Fryslân beschikt over een viertal verschillende typen verblijfsaccommodaties **die ieder voor zich hun economische waarde hebben** voor de regionale economie. In de huidige tijden van financiële en economische crises is het van belang de positie en de ontwikkeling van deze verblijfsaccommodaties te borgen, stimuleren etc. om economische rendement voor de provincie Fryslân voor de toekomst te behouden. Want:

- **hotelsector**: de Friese hotelsector is vooral van belang omdat deze sector veruit het **meeste economische rendement** genereert. De hotelsector met een economische impact van 3.500 banen is - economisch gezien - groter dan de recreatiewoningen- en jachthavensector samen;
- **recreatiewoningensector**: de recreatiewoningensector is vooral belangrijk vanwege de **impact die de sector heeft (indirect) op andere sectoren** (horeca, detailhandel etc.); wat blijkt uit de relatief hoge multipliers voor toegevoegde waarde en werkgelegenheid;
- **jachthavensector**: de jachthavensector is de **ruggengraat voor een aantal belangrijke unique selling points van de provincie Fryslân**: het Friese Meren gebied, de Friese IJsselmeerkust en de Wadden. Verder is de jachthavensector, indirect, van groot belang voor vooral de detailhandel en industrie (in relatie tot onderhoud, service, stalling etc.);
- **campingsector**: het belang van de Friese campingsector is vooral gelegen in het **(hoogste) aantal overnachtingen in verblijfsaccommodaties** in Fryslân en de (indirecte) impact van de sector op detailhandel en horeca; vooral gelet op de relatief hoge multipliers van de sector voor gerealiseerde toegevoegde waarde en werkgelegenheid.

Markten momenteel verzadigd; alleen vernieuwend aanbod biedt kansen
De uitgevoerde marktanalyses voor de verblijfsaccommodaties bieden het beeld dat (vooral voor hotels en recreatiewoningen) de markt **momenteel verzadigd** is; het aanbod overtreft grotendeels de vraag met dalende bezettingsgraden tot gevolg. Op korte termijn lijkt deze situatie aan te houden.

Toevoegingen aan de markt lijken alleen mogelijk te zijn wanneer **dit een vernieuwend aanbod** betreft. Het gaat dan om accommodaties waarvan geen gelijke in de provincie Fryslân te vinden zijn.

Voortzetten van kwaliteitsontwikkeling van verblijfsaccommodaties
Gelet op de uiteenlopende trends en ontwikkelingen voor de verschillende typen verblijfsaccommodaties is het duidelijk, dat in de provincie Fryslân verdere stappen moeten worden gezet. Om met de huidige verblijfsaccommodaties een blijvend, interessant aanbod aan recreanten en toeristen te kunnen doen, dient het accent op verbetering van de **kwaliteit** te worden gelegd.

Het ontwikkelen van een grootschalige toeristisch-recreatieve voorziening in Fryslân

In tegenstelling tot vele andere provincies, ontbeert Fryslân een grootschalige toeristisch-recreatieve voorziening die op jaarbasis meer dan 300.000 bezoekers trekt. Het ligt voor de hand om hiervoor een tweesporenbeleid te volgen:

3. *acquisitie van een grootschalige voorziening* (en, indien deze zich aandient, deze ontwikkeling waar mogelijk faciliteren op basis van het provinciale instrumentarium voor ruimtelijke ontwikkeling etc.);
4. het aanmoedigen, aanjagen en ruimtelijk mogelijk maken van de doorgroei van enkele, bestaande toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân (met potentie) die op de langere termijn kunnen doorgroeien tot een grootschalige voorziening.

7 Aanbevelingen

Tot slot presenteren we in dit hoofdstuk onze aanbevelingen aan de provincie Fryslân naar aanleiding van het verrichtte onderzoek naar de economische impact van verblijfsaccommodaties en toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân.

Goede, economische monitor verblijfsrecreatiemarkt noodzakelijk

De Toerdata gegevens bieden een stevige basis voor de opzet van een economische monitor van de verblijfsrecreatiemarkt in Fryslân. Een dergelijke monitor is noodzakelijk om per segment en per regio ontwikkelingen in de markt op de voet te kunnen volgen. Het is daarbij van belang meer diepgaande analyses uit te voeren; vooral gericht op afgeleide kengetallen (overnachtingen per ligplaats/bed/woningen etc.). Een monitor voor de verblijfsrecreatiemarkt dient zich in ieder geval te richten op de markt voor recreatiewoningparken en hotels. Zet goede economische monitor op voor de belangrijkste segmenten van de verblijfsrecreatiemarkt. Beide markten zijn in de afgelopen jaren sterk onder druk komen te staan door afnemende bezettingsgraden. Door meer diepgaande analyses uit te voeren op basis van de Toerdata gegevens is het mogelijk betere managementinformatie te vergaren over de ontwikkelingen in de markt. Meer diepgaande analyses bieden betere mogelijkheden om overall en subregionaal te sturen op nieuwe ontwikkelingen in de markt.

Scherp toezien op toevoegingen in de markt voor hotels en recreatiewoningparken

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat de markt voor hotels en voor recreatiewoningparken onder druk staat. Bezettingsgraden nemen hier af; vooral door de toevoeging van nieuwe accommodaties in de afgelopen jaren. Dit extra aanbod is niet door de markt opgenomen. Dit vraagt daarom om een terughoudend beleid voor het toevoegen van nieuwe hotels of recreatiewoningparken. Alleen op de Waddeneilanden lijkt ruimte voor nieuwe accommodaties; echter groei is hier waarschijnlijk gelimiteerd op grond van ruimtelijk beleid.

Volg ontwikkelingen in de campingmarkt op de voet

De Friese campings vormen de meest populaire verblijfsaccommodaties; gelet op het grote aantal overnachtingen dat zij op jaarbasis genereren. Echter, de campingmarkt in Fryslân is aan veranderingen onderhevig. Het aantal overnachtingen op campings is de afgelopen jaren afgenomen. Tevens vindt er een schaalverkleining plaats. Bovendien vragen kampeergasten om meer luxe en comfort. Er vindt daarom op campings een omslag plaats van tentkamperen naar meer comfortabel 'kamperen' in stacaravans, chalets of blokhutten. Daarnaast is een toenemende tendens van kleinschalig kamperen, bijvoorbeeld bij de boer of op natuurterreinen. Wij verwachten dat de komende jaren deze ontwikkelingen doorzetten. De 'camping' zal daardoor de komende jaren sterk van functie, karakter etc. gaan veranderen.

Toevoeging van nieuwe accommodaties is maatwerk

De komende jaren zal het toevoegen van nieuwe accommodaties vooral maatwerk zijn. Dit geldt vooral voor hotels en recreatiewoningparken. Dat betekent dat bij deze typen (nieuwe) accommodaties scherp gekeken moet worden naar:

- hoe verhoudt zich deze gewenste toevoeging tot het al bestaande aanbod (in de betreffende regio)?;
- wat voegt het nieuwe aanbod toe? Is er sprake van een nieuw, uniek initiatief waarin het huidige aanbod in Fryslân nog niet voorziet?;
- voeg alleen daar nieuwe accommodaties toe waar het aannemelijk is dat deze door de vraag wordt opgenomen. Vooralsnog lijkt de marktruimte hiervoor beperkt. Feitelijk bieden alleen de Waddeneilanden en, in minder mate, Zuidwest Fryslân nog marktmogelijkheden om nieuwe accommodaties toe te voegen. De andere regio's lijken vooralsnog 'verzadigd'; er is voldoende aanbod.

Toeristisch-recreatieve voorzieningen

Op het vlak van toeristisch-recreatieve voorzieningen in Fryslân ligt een aantal aanbevelingen voor de hand. Wij denken daarbij aan:

- een aanvulling op het huidige aanbod is noodzakelijk om in de behoefte van consumenten te voldoen. De voorkeur gaat daarbij vooral uit naar een of twee grootschalige, toeristisch-recreatieve voorzieningen: attractiepark, experience center, dierentuin. Echter, de markt voor een dergelijke, grootschalige voorziening is zeer beperkt. Bovendien, het huidige economische klimaat is geen stimulans voor de realisatie van grootschalige, kapitaalintensieve voorzieningen;
- grijp de mogelijkheden aan om twee tot drie al bestaande voorzieningen in Fryslân de kans te bieden zich qua omvang en faciliteiten door te ontwikkelen. Bijvoorbeeld door het provinciale, ruimtelijke beleid, samenvoeging van bestaande voorzieningen of een eenmalige, financiële stimulans;
- ondersteun de benodigde kwaliteitsslag die vele voorzieningen moeten maken. Vele voorzieningen (vooral musea) moeten een omslag maken van 'tentoonstelling ' naar 'beleving';
- wees restrictief in het verder ondersteunen van te kleinschalige, toeristisch-recreatieve voorzieningen. Zoals eerder is aangetoond: er is eerder sprake van een oververtegenwoordiging dan van een ondervertegenwoordiging van toeristisch-recreatieve voorzieningen;
- tracht zoveel als mogelijk aan te haken bij de bestaande, unieke kwaliteiten van de provincie Fryslân. Unieke voorbeelden zijn onder meer: de Wadden, de Afsluitdijk, de Friese Meren, Elfsteden etc. Vergelijk: het voormalige werkeiland Neeltje Jans in de provincie Zeeland trekt jaarlijks meer dan 300.000 bezoekers;
- een toeristisch-recreatief aanbod in Fryslân bestaat niet alleen uit een goed aanbod aan voorzieningen. Interessante evenementen (Sneekweek, Harlinger Visserijdagen etc.) of aantrekkelijke binnensteden (Sneek, Leeuwarden, IJsselmeerkuststeden) zijn evenzo belangrijk.

Bijlagen

Overzicht van belangrijkste, geraadpleegde publicaties

- Toerisme in Cijfers 2011, ETFI
- Toerisme Monitor Fryslân en Groningen 2011, ETFI
- Kamperen, een sector met toekomst 2012, ETFI
- Consumentenonderzoek Toerisme 2009, Stenden Instituut Service Management
- Rabobank Cijfers en Trends Hotels, 2013
- Rabobank Cijfers en Trends Vakantiecentra, 2013
- Rabobank Cijfers en Trends Jachthavenbranche, 2013
- Toerisme en recreatie in cijfers 2008, CBS
- Toerisme in Nederland 2011, CBS
- Kerncijfers 2012, NBTC
- Economisch belang toerisme en vrije tijd 2008, NBTC
- Evaluatie van het Friese Merenproject 2010, Provincie Fryslân
- Bezoek aan toeristische attracties 2008, Gelders Overijssels Bureau voor Toerisme
- Bezoekcijfers Zeeuwse musea 2012, Zeeland Museumland
- Dagrecreatie 2009, Kenniscentrum Kusttoerisme
- Onderzoek naar het gebruik van vaste staanplaatsen op kustcampings 2008, Westtoer