



ruimte & vrije tijd
onderzoek en advies

Verblijfsrecreatie in Drenthe

Nadere uitwerking vraag en aanbod





Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, juni 2014

Opdrachtgever: Provincie Drenthe, Karin Tap

Auteurs: drs. Jan Jaap Thijs, senior adviseur & partner
drs. Suzanne van de Laar, adviseur

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Uilenkamp 8
3972 XR Driebergen-Rijsenburg
T 06-51174193
e-mail: thijs@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

Inhoudsopgave

1 Inleiding	4
2 Conclusies van het onderzoek	5
2.1 Belangrijkste conclusies	5
2.2 Kansrijke ontwikkelrichtingen op basis van leefstijlen	6
2.3 Algemene adviezen	8
3 Kwantitatieve ontwikkeling vraag-aanbod kampeer- en bungalowmarkt	11
3.1 Ontwikkeling kampeermarkt	11
3.2 Ontwikkeling bungalowmarkt	16
3.3 Ontwikkeling hotelmarkt	19
4 Leefstijlsegmentatie	20
5 Leefstijlanalyse: vraag en aanbod in de provincie Drenthe	23
5.1 Kleuring van de bezoekers aan Drenthe	23
5.2 Het verblijfsrecreatieve aanbod in de provincie Drenthe gekleurd	24
5.3 Vraag en aanbod in de gehele provincie	32
5.4 Identiteit provincie Drenthe	33
5.5 Provinciaal verblijfsrecreatief beleid	35
6 Leefstijlanalyse: vraag en aanbod per regio	39
6.1 Kleuring van de bezoekers aan de Drentse regio's	39
6.2 Kleuring van het aanbod in de Drentse regio's	41
6.3 Vraag en aanbod in de regio's	44
6.4 Identiteit van de Drentse regio's	46
6.5 Ontwikkelingen in de regio's volgens de regio's zelf	51
Bijlage 1 Illustraties verblijfsrecreatie voor de leefstijlen	55

1 Inleiding

De provincie Drenthe wil graag in de ‘top’ van Nederland staan als het gaat om de vrijetijdseconomie. Een economisch gezond, divers, toekomstgericht en vraaggericht verblijfsrecreatief aanbod is daarbij van groot belang. Brancheorganisatie RECRON heeft met het agenderen van de ‘verblijfsrecreatieparadox’ een belangrijke impuls gegeven aan de landelijke discussie rondom de verblijfsrecreatie in Nederland.

De verblijfsrecreatieparadox

Met de ‘paradox’ schetst RECRON het dilemma dat er in Nederland over het algemeen sprake is van een verzadigde markt in de verblijfsrecreatie. Anderzijds zijn er nog steeds ondernemers met goede initiatieven in de verblijfsrecreatie die nog steeds kansrijk zijn en van toegevoegde waarde op het huidige toeristische product. De vraag is hoe om te gaan met deze paradox, waarbij de situatie ook nog per regio of provincie zal verschillen.

Voor de provincie is deze discussie mede aanleiding voor een onderzoek naar het perspectief voor de verblijfsrecreatie in Drenthe.

Het onderzoek

De provincie heeft het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd gevraagd een onderzoek uit te voeren naar de verblijfsrecreatie in de provincie Drenthe. De focus van het onderzoek lag op de kampeer- en bungalowsector. Er is hiervan een onderzoeksrapport beschikbaar.

Voor u ligt een uitgebreidere uitwerking van een deel van het onderzoek, het deelonderzoek dat ingaat op de vraag en aanbod van de verblijfsrecreatie in de provincie Drenthe. Dit deelonderzoek bestaat uit twee onderdelen:

- *Kwantitatieve vraag-aanbodvergelijking.* De vraag die hierbij centraal staat is in hoeverre er in de provincie Drenthe sprake is van een verzadigde markt in de kampeer- en bungalowsector. U vindt de resultaten in hoofdstuk 3.
- *Kwalitatieve vraag-aanbodanalyse ('leefstijlanalyse').* In hoeverre sluit het aanbod in kwalitatieve zin aan op de vraag? Dit geeft inzicht in de vraag voor welke doelgroepen de markt met name aantrekkelijk is en wat voor soort nieuwe initiatieven ook daadwerkelijk wat toevoegen aan het bestaande aanbod. Tegelijkertijd geeft het inzicht in van welk bestaand aanbod is er in relatie tot de vraag al relatief veel is.
De resultaten van de leefstijlanalyse vindt u vanaf hoofdstuk 4. We beginnen in dat hoofdstuk met een korte uitleg van de segmentatie. In hoofdstuk 5 gaan we in op vraag en aanbod in de provincie Drenthe als geheel, waarbij we ook de identiteit en het actuele beleid behandelen. De identiteit en actuele (beleids)ontwikkelingen in Drenthe en zijn uiteindelijk ook van belang voor de betekenis van de uitkomsten van dit onderzoek. In hoofdstuk 6 gaan we in op de verschillende regio's in Drenthe.

2 Conclusies van het onderzoek

2.1 Belangrijkste conclusies

Op basis van de cijfermatige analyse kunnen we de volgende conclusies trekken:

- **Kampeermarkt onder druk**

In de kampeermarkt in Drenthe is het aanbod tussen 2003 en 2012 (ondanks een daling van reguliere kampeerterreinen sinds 2007) gestegen, terwijl het aantal overnachtingen sterk is gedaald. De bezettingsgraden van de campings in Drenthe zijn gemiddeld genomen dan ook fors gedaald. De kampeermarkt in Drenthe staat dus sterk onder druk.

- **Sterke groei mini-campings**

Alhoewel vergelijkbare cijfers moeilijk voorhanden zijn, zien we tussen 2003 en 2012 een groei van het aantal mini-campings in Drenthe van waarschijnlijk minimaal 38%, met minimaal dezelfde groei van het aantal slaapplekken. Waarschijnlijk is de groei van het aantal slaapplekken echter groter, omdat enkele gemeenten in Drenthe de bovengrens voor mini-campings van 15 staanplaatsen hebben verruimd naar 25.

- **Bungalowsector licht onder druk**

De bungalowsector in Drenthe kent een sterke groei van het aanbod, ook als we dat vergelijken met gemiddeld in Nederland. Ook de vraag (het aantal overnachtingen) is toegenomen, maar wel iets minder sterk dan het aanbod. De gemiddelde bezettingsgraden zijn dan ook licht aan het dalen. De daling is echter aanzienlijk lager dan gemiddeld in Nederland. Toch staat de bungalowmarkt wel iets onder druk in Drenthe.

Op basis van de leefstijlanalyse¹ hebben we de volgende conclusies getrokken:

- **Relatief veel aanbod voor de lime en groene leefstijlgroepen**

We zien in Drenthe relatief veel aanbod aan de rechterkant van het model: gezellig lime en rustig groen. Voor met name de rustig groene doelgroep, en iets mindere mate de gezellig lime groep, is er relatief veel aanbod ten opzichte van de vraag.

- **Relatief weinig aanbod voor de blauwe, paarse en rode leefstijlen**

Voor de comfort en luxe blauwe, sportief en avontuurlijk paarse en cultureel en inspirerend rode leefstijlen lijkt er relatief juist erg weinig aanbod te zijn ten opzichte van de vraag.

Voor de uitbundig gele doelgroep lijkt het aanbod relatief ook wat minder ontwikkeld in relatie tot de vraag, maar het verschil is hierbij minder groot, want we zien ook veel aanbod voor deze groep. Vooral in de Kop van Drenthe is het aanbod relatief slechter ontwikkeld. Voor de ingetogen aqua groep lijkt het aanbod redelijk in evenwicht met de vraag. Met name de regio's Drentse Hooglanden en de Hondsrug vallen op, omdat de aqua consument in de eerste regio juist relatief veel aanbod voorhanden heeft en in de laatste regio juist heel erg weinig.

- **Drenthe waarschijnlijk de meeste aantrekkingskracht op de groene en aqua leefstijlen**

Drenthe en haar regio's hebben waarschijnlijk de meeste aantrekkingskracht op de groene en

¹ Zie vanaf hoofdstuk 4 voor een uitleg van de segmentatie.

aqua leefstijlen, maar hebben zeker ook de andere leefstijlen iets te bieden. De accenten liggen per regio wellicht net iets anders. Zo zal Zuidoost Drenthe wellicht relatief wat aantrekkelijker zijn voor de lime en gele leefstijl door de aanwezigheid van wat grotere attracties, en biedt de Kop van Drenthe door haar ligging ten opzichte van de stad Groningen (en Assen zelf) wellicht wat meer aantrekkingskracht op de paarse, rode en gele leefstijlen. De bijzondere natuurgebieden en cultuurhistorie in de verschillende regio's zijn daarnaast waarschijnlijk ook aantrekkelijk voor de paarse en rode leefstijlen.

2.2 Kansrijke ontwikkelrichtingen op basis van leefstijlen

Op basis van vraag-aanbodanalyse op basis van leefstijlen zagen we op provinciaal niveau een 'leemte' in de volgende vier leefstijlen: blauw, rood, paars en in iets mindere mate geel. Hieronder geven we per leefstijl aan in welke regio er met name sprake is van een 'leemte'. Ook aqua komt daarbij naar voren, alhoewel deze op provinciaal niveau geen 'leemte' laat zien:

Leefstijlen	Regio's
Uitbundig geel	Kop van Drenthe, Drentse Hooglanden, Zuidoost Drenthe, <i>Zuidwest Drenthe</i> ²
Cultureel en inspirerend rood	Alle regio's
Comfort en luxe blauw	Alle regio's ³
Sportief en avontuurlijk paars	Zuidoost Drenthe, Zuidwest Drenthe en Drentse Hooglanden
Ingetogen aqua	Hondsrug, <i>Kop van Drenthe, Zuidwest Drenthe</i>

Let op: voor iedere vorm van ontwikkeling geldt dat de identiteit van de regio een belangrijke discussiebouwsteen kan vormen om te bepalen of een bepaalde leefstijl daadwerkelijk ook als ontwikkelrichting kan worden beschouwd voor een bepaalde regio.

2.2.1 Illustratie verblijfsrecreatie voor de leefstijlen

Wat voor soort voorzieningen passen nu bij de leefstijlen waarbij we (in sommige regio's) leemtes hebben geconstateerd? Over het algemeen kan men niet stellen dat een bepaald soort voorziening (bijv. hotel, camping, bungalowpark) past bij een bepaalde leefstijl. De leefstijlsegmentatie gaat uit van een 'beleving', die past bij een bepaalde leefstijl, of dat nu gaat om een camping, een hotel of een bungalowpark⁴. Daarom geven we in bijlage 1 aan welke kenmerken voor de verblijfsrecreatie

² Voor de cursief aangegeven regio's geldt bij de betreffende leefstijl de kanttekening dat de uitkomsten onzekerder zijn, vanwege minder betrouwbare regionale gegevens.

³ Voor de Drentse Hooglanden geldt de onzekerheid van de tweede voetnoot.

⁴ Enige voorkeuren zijn overigens wel te ontdekken. Zo verblijft de blauwe consument (vanwege de wens tot luxe en comfort) graag in een hotel en zal deze doelgroep minder op een camping te vinden zijn. Maar ook campings kunnen een aantrekkelijk aanbod voor de blauwe consument bieden (privé-sanitair, full-service etc.).

aantrekkelijk zijn voor de gele, aqua, blauwe, paarse en rode leefstijlen en geven we enkele voorbeelden⁵ van bijpassende voorzieningen.

2.2.2 Ontwikkelrichtingen en strategie

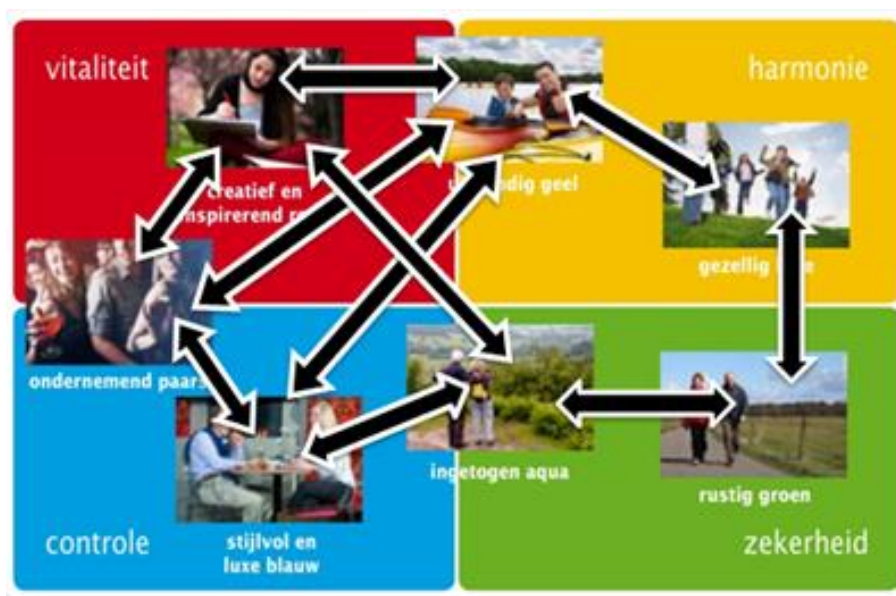
We schetsten vijf leefstijlen als ontwikkelrichting voor de verblijfsrecreatie, met verschillen per regio. Hoe kan er invulling worden gegeven aan de ontwikkelrichting? We zien hiervoor drie mogelijke strategieën, die in combinatie met elkaar zouden kunnen worden toegepast:

1. Het creëren van nieuw aanbod. Dit kan een goede strategie zijn om de 'leemtes' op te vullen en nieuw aanbod te creëren voor doelgroepen die nog onvoldoende aantrekkelijk aanbod kunnen vinden. Gezien de verzadiging in de markt die we constateerden dient hier in onze ogen echter voorzichtig mee te worden omgegaan.
2. Het verbreden van bestaande accommodaties. Bestaande bedrijven kunnen in sommige gevallen hun doelgroep verbreden door binnen het bestaande park aanvullend of aangepast aanbod te verzorgen.
3. Het transformeren van huidige accommodaties. Bestaande bedrijven kunnen ook een omslag maken, waarbij ze (op termijn) de focus leggen op een andere doelgroep.

Op de laatste twee opties gaan we hieronder nader in.

Verbreden naar 'buurkleuren'

Het verbreden van de doelgroep is waarschijnlijk het meest succesvol door te verbreden naar de 'buurkleuren' van de leefstijlen die nu het beste bij het bedrijf passen. Omdat 'buurkleuren' dicht bij elkaar in het leefstijlmodel staan, zijn ze mogelijk goed met elkaar te combineren. Hieronder staan de meest voorkomende buurkleuren die goed bij elkaar kunnen passen:



Transformeren naar nieuwe doelgroepen

Voor het transformeren naar nieuwe doelgroepen geldt dat het bedrijf in het leefstijlmodel over het algemeen niet te ver af moet liggen van de 'kleur' van het huidige bedrijf of de ondernemer zelf. We

⁵ Met deze voorbeelden kunnen we onmogelijk volledig zijn, ze zijn bedoeld ter illustratie. Voor ondernemers die actief aan de slag willen met de leefstijlsegmentatie heeft RECRON de Recreantenatlas ontwikkeld.

constateerden eerder al we in de provincie voornamelijk een overaanbod bestaat voor de lime en groene leefstijlen. Daarom ligt met name bij deze groep bedrijven in onze ogen een transformatie-opgave:



Deze transformatie kan op verschillende manier worden ingevuld:

- Van gezellig lime naar uitbundig geel door bijvoorbeeld:
 - Upgrade of toevoegen faciliteiten / voorzieningen
 - Thematisering
 - Upgrade huisjes van standaard naar meer luxe
 - Vooropgezette tenten
- Van rustig groen naar ingetogen aqua door bijvoorbeeld:
 - Verhaal van streek of het bedrijf laten zien
 - Aandacht voor omgeving
 - Luxere bedden en comfortabel meubilair
 - Upgrade naar meer streekeigen bungalows
 - Omschakelen naar een landschapscamping
 - Aandacht voor duurzaamheid

2.3 Algemene adviezen

In de discussiebijeenkomsten die met stakeholders in april 2014 zijn gevoerd, werd gesproken over een 'vitaliseringsopgave' voor de verblijfsrecreatiesector in Drenthe. We denken dat deze term zeer goed de lading dekt en geven in deze slotparagraaf een aantal adviezen die volgens ons nader invulling kunnen geven aan deze opgave. We beperken ons in dit deelrapport tot de opgaven die direct gerelateerd zijn aan de vraag-aanbodanalyse. U vindt meer aanbevelingen in het totale onderzoeksrapport. We splitsen de onderstaande adviezen uit in adviezen voor 'overheden' en 'de sector' (ondernemers). Daarbij geldt in onze ogen met nadruk dat overheden en de sector intensief met elkaar in gesprek zullen moeten blijven over de opgaven. Het betreft dan ook een echte gezamenlijke opgave.

Adviezen voor de overheden

1. *Geef goede initiatieven de ruimte*

Alhoewel de markt, zeker in de kampeersector, sterk verzadigd is, zien wij de oplossing niet in het 'op slot' zetten van initiatieven in de sector. Er kunnen immers toch waardevolle initiatieven ontstaan die daadwerkelijk iets toevoegen aan het verblijfsrecreatieve product.

2. *Voorkom meer van hetzelfde en wees uitnodigend ten opzichte van wat u wél wilt*

Op basis van een proactieve en uitnodigende benadering kan de provincie (in samenwerking met de gemeenten) partijen vragen om met gerichte initiatieven te komen die iets toevoegen. U kunt de leefstijlanalyse uit dit onderzoek als een belangrijk kader daarvoor gebruiken; niet als blauwdruk, maar als belangrijk aspect en aandachtspunt voor kansrijke ontwikkelingen. Sta dus per regio uitnodigend tegenover initiatieven met betrekking tot leefstijlen, waarvoor we in dit onderzoek de belangrijkste leemtes hebben geconstateerd. Wees kritisch tegenover initiatieven voor andere doelgroepen, maar sluit ze niet op voorhand uit. Houd daarbij tevens rekening met de (aantrekkelijkheid van de) identiteit van de regio en de in dit rapport geschetste actuele beleidsontwikkelingen waar ruimtelijk op ingespeeld kan worden.

3. *Zet mede in op verbreding of transformatie naar andere leefstijlen*

Het opvullen van 'leemtes' kan via het creëren van nieuw verblijfsrecreatief aanbod, maar gezien de verzadigde markt juist ook door verbreding van bestaand aanbod (naar de zogenaamde 'buurkleuren') of via transformatie van bestaand aanbod naar nieuwe doelgroepen (met name de transformatie van groen naar aqua of lime naar geel ligt voor de hand, gezien het sterke overaanbod voor de groene en lime doelgroep, dat we in dit onderzoek constateerden). Marketing Drenthe heeft een duidelijke rol als het gaat om de imagocampagne en het aantrekken van nieuwe doelgroepen.

4. *Ga zorgvuldig het gesprek aan over het beleid m.b.t. minicampings*

De enorme toename van het aantal minicampings in de provincie Drenthe bleek voor veel betrokkenen in discussies een verrassing. Gezien de enorme verzadiging die in de kampeermarkt is opgetreden, de gedeeltelijke overlap in de geconstateerde doelgroepen (voornamelijk groen en lime) en de saneringsopgave die vroeg of laat in de provincie zal ontstaan, zal in onze ogen ook dit onderdeel van de verblijfsrecreatieve sector meegenomen dienen te worden in de verdere discussies over de vitalisering. De discussie zal zich in onze ogen met name moeten richten op de vraag hoe om te gaan met nieuwe initiatieven voor deze niet-reguliere bedrijven. Hiervoor geldt in onze ogen hetzelfde als voor reguliere campings: voorkom meer van hetzelfde en wees uitnodigend ten opzichte van wat u wél wilt.

5. *Kijk naar het totale toeristische product en de samenhang met de verblijfsrecreatie*

We hebben in dit onderzoek gekeken naar alleen de verblijfsrecreatie, omdat daar de focus van het onderzoek ligt. Natuurlijk komt een toerist niet alleen voor een accommodatie naar Drenthe, maar ook voor de evenementen, voor de omgeving, voor dagattracties, musea, de steden etc. Voor de vitaliteit van de verblijfsrecreatie sector is het uiteindelijk ook van belang dat het verblijfsrecreatieve en dagrecreatieve aanbod zo veel mogelijk op elkaar aansluiten. Heel concreet een voorbeeld: we constateren in het onderzoek in een aantal regio's een 'hiaat' in het verblijfsrecreatieve aanbod voor de gele leefstijl. Het is uiteraard ook relevant om te weten of de gele doelgroep ook voldoende aantrekkelijk dagrecreatief aanbod kan

vinden in de betreffende regio's. Het gaat immers om het totale toeristische product. Omdat dit thema ook telkens weer in de discussies met stakeholders naar boven kwam, adviseren we de provincie en/of de regio's hier nader onderzoek naar te doen, bij voorkeur aan de hand van de leefstijlsystematiek, zodat een eenduidig beeld van de totale toeristische sector ontstaat. Bijkomend voordeel is dat ook in de marketing een nog duidelijker samenhangend beeld geschetst zou kunnen worden op basis van leefstijlen.

Adviezen voor de sector (ondernemers en sectororganisaties)

1. *Voorkom meer van hetzelfde en komt met initiatieven die echt iets toevoegen*

De uitdaging voor de sector is om bij nieuwe initiatieven (uitbreiding, omvorming, nieuwvestiging) te komen met gerichte initiatieven die echt iets toevoegen. Ondernemers kunnen de leefstijlanalyse uit dit onderzoek als een belangrijk kader daarvoor gebruiken; niet als blauwdruk, maar als belangrijk aspect en aandachtspunt voor kansrijke ontwikkelingen. Dit aandachtspunt geldt in onze ogen voor alle nieuwe initiatieven, dus ook die van of voor minicampings, vanwege de recente sterke groei van het aanbod en het eenzijdige aanbod dat we ook hier constateerden. Houd daarbij tevens rekening met de (aantrekkelijkheid van de) identiteit van de regio en de in dit rapport geschetste actuele beleidsontwikkelingen waar ruimtelijk op ingespeeld kan worden, in nauwe samenspraak met overheden.

2. *Zet mede in op verbreding of transformatie naar andere leefstijlen*

Bestaande bedrijven kunnen de 'leefstijlanalyse' heel goed benutten om het huidige aanbod te verbreden (naar de zogenaamde 'buurkleuren') of te transformatie naar nieuwe doelgroepen (met name de transformatie van groen naar aqua of lime naar geel ligt voor de hand, gezien het sterke overaanbod voor de groene en lime doelgroep, dat we in dit onderzoek constateerden). Zo kan de sector zelf bijdragen een diverser en toekomstgerichter aanbod.

3 Kwantitatieve ontwikkeling vraag-aanbod kampeer- en bungalowmarkt

In dit hoofdstuk beschrijven we de kwantitatieve ontwikkeling van vraag en aanbod van de kampeer- en bungalowsector in Drenthe. We maken hierbij gebruik van CBS-gegevens van Onderzoek Statistiek Logiesaccommodaties en om de ontwikkeling van vraag en aanbod te beschrijven maken we gebruik van het rapport 'Ontwikkeling bezettingsgraad logiesaccommodaties in Drenthe en Nederland 2003-2012' van De Afdeling Onderzoek. De grafieken in dit hoofdstuk zijn ook afkomstig uit dit laatste rapport.

3.1 Ontwikkeling kampeermarkt

Hieronder tonen we eerst de samenvatting van vraag en aanbod in de *kampeermarkt* in Drenthe. Vervolgens geven we de bijbehorende grafieken en uitleg weer.

Ontwikkeling kampeermarkt tussen 2003 en 2012

- Stijging aantal reguliere kampeerterreinen van 2003 tot 2007, vanaf dan daling. Per saldo stijging: +12%* (landelijk: -4%)
- Redelijk stabiel aantal slaapplekken op reguliere kampeerterreinen: +1% (landelijk: -4%)*
- Lichte afname gemiddelde grootte van de reguliere kampeerterreinen: -6% (landelijk: +0,25%)
- Redelijk omvangrijke daling aantal reguliere kampeerovernachtingen: -19% (landelijk: -25%)
- Daling gemiddelde bezettingsgraad reguliere kampeerterreinen: -20% (landelijk: -23%)

**Let op: bovenstaande toont alleen de ontwikkeling van het aantal kampeerterreinen en -plaatsen op reguliere kampeerterreinen en niet op mini-campings, omdat deze pas sinds 2012 in het CBS-aanbod zitten. Kijken we naar deze ontwikkeling, dan zien we dat het aantal mini-campings tussen 2002-2012 waarschijnlijk met ongeveer 38% is gestegen, met minimaal dezelfde groei van het aantal slaapplekken.*

Conclusie

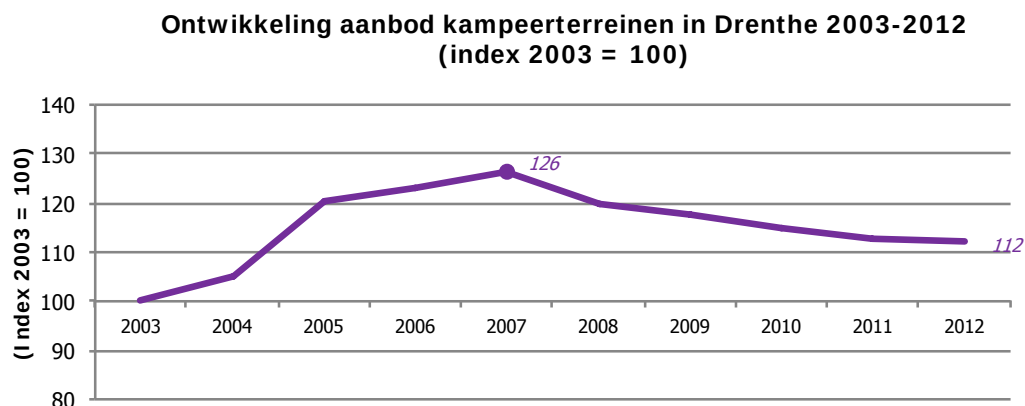
In de kampeermarkt in Drenthe is het aanbod (ondanks de daling van reguliere kampeerterreinen sinds 2007) gestegen, terwijl het aantal overnachtingen sterk is gedaald. De bezettingsgraden zijn dan ook fors gedaald. De kampeermarkt in Drenthe staat dus sterk onder druk, alhoewel dat net iets minder het geval is dan gemiddeld in Nederland.

3.1.1 Ontwikkeling aanbod

Drenthe telt volgens het CBS in 2013 320 kampeerterreinen met in totaal 81.121 slaapplekken⁶. Dit is 10% van zowel het aantal kampeerterreinen als het aantal slaapplekken op kampeerterreinen in Nederland. De gemiddelde omvang van de kampeerterreinen is 254 slaapplekken per kampeerterrein. Dit is vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde van 248 slaapplekken per kampeerterrein.

⁶ CBS hanteert een minimum van 4 toeristische standplaatsen (= 20 slaapplekken) per camping en vaste staanplaatsen tellen niet mee. Volgens de CBS-archiefggegevens van 2012 waren dit 197 kampeerterreinen met 67.371 slaapplekken in totaal. Deze stijging tussen 2012 en 2013 is voornamelijk te verklaren, omdat tot 2012 de boerencampings nog niet door het CBS werden meegenomen.

In onderstaande grafiek geven we de ontwikkeling van het aanbod aan kampeerterreinen in de provincie Drenthe weer tussen 2003 en 2012⁷.

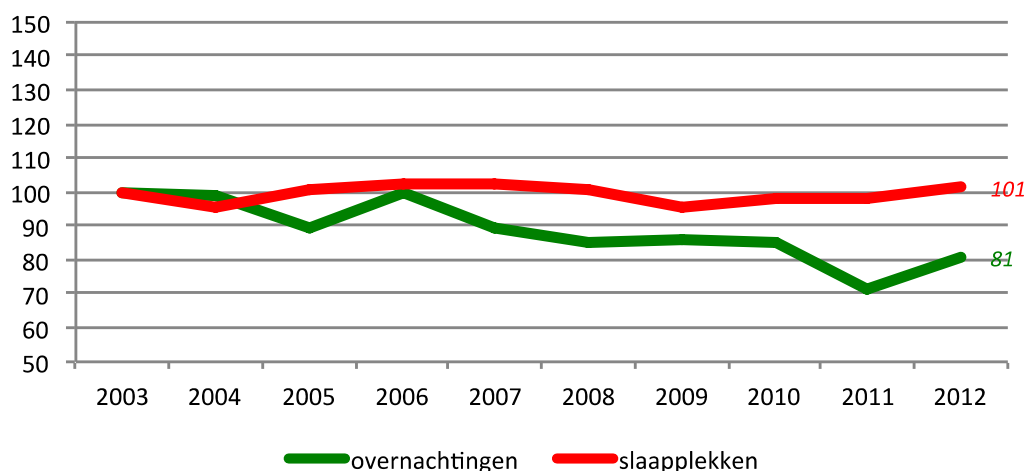


Van 2003 tot 2012 is een groei van het aantal kampeerterreinen van 12% te zien, waarbij de groei zich sterk concentreerde tussen de jaren 2003 en 2007, en er sinds 2007 juist sprake is van een afname. Landelijk is juist sprake van een daling van aantal kampeerterreinen tussen 2003-2012 met 4%.

In de volgende grafiek geven we de ontwikkeling van het aantal overnachtingen én het aantal slaapplekken in Drenthe weer tussen 2003 en 2012.

⁷ Let op: het aantal kampeerterreinen hierboven laat een verschil zien met het aantal kampeerterreinen in de accommodatielijst die wij voor dit onderzoek hanteren, samengesteld door Marketing Drenthe en aangevuld door de Drentse gemeenten. Daarbij komen we uit op in totaal 262 kampeerterreinen in Drenthe. Dit is een belangrijke constatering, omdat het de vraag oproept welke gegevens het meest betrouwbaar zijn; ofwel de lijst die aan ons is aangeleverd voor dit onderzoek is eigenlijk niet compleet, ofwel het CBS gaat uit van hogere aantallen bedrijven dan daadwerkelijk het geval is, vanwege het bijvoorbeeld niet opschonen van de lijst. CBS geeft zelf aan dat ze faillissementen gedurende het betreffende jaar niet in de tabellen verwerken en het zeker iets van een verschil kan veroorzaken. We hanteren hierna de gegevens van CBS omdat we anders de ontwikkeling door de jaren heen niet kunnen schetsen.

Geïndexeerd aantal overnachtingen en slaapplekken op kampeerterreinen in Drenthe - 2003-2012 (2003 = 100)



Let op: Bovenstaande toont alleen de ontwikkeling van het aantal kampeerterreinen en -plaatsen op reguliere kampeerterreinen en niet op boerencampings. Minicampings die geëxploiteerd worden als neventak van een agrarisch bedrijf zitten pas sinds 2012 in het aanbod van het CBS.

Het aantal slaapplekken op kampeerterreinen in Drenthe bleef in de periode 2003-2012 ongeveer gelijk (+1%), terwijl het landelijk juist afnam met 4%. Het betreft hier het aantal slaapplekken in 'open accommodaties': accommodaties die gedurende de betreffende maand open zijn voor het ontvangen van toeristen. Tellen we alle accommodaties mee, dan is er een groei van 5% te zien. We zien daarbij regionale verschillen. Zuidwest Drenthe kent de grootste groei (18%), gevolgd door Zuidoost Drenthe (NB in de CBS-afbakening inclusief Borger-Odoorn), terwijl Noord Drenthe (NB Kop van Drenthe + Aa en Hunze) een daling van -3% kent.

De gemiddelde grootte van de kampeerterreinen (het aantal slaapplekken gedeeld door het aantal kampeerterreinen) is licht afgenomen in Drenthe (gemiddeld met 6%) tussen 2003-2012. In Nederland is gemiddeld de grootte gelijk gebleven in dezelfde periode.

Ontwikkeling minicampings Drenthe

We zagen hierboven dat het aantal slaapplekken op reguliere kampeerterreinen nauwelijks is gegroeid tussen 2003 en 2012. Het aantal minicampings en het aantal slaapplekken aldaar is waarschijnlijk wel sterker gegroeid in dezelfde periode. Helaas is de ontwikkeling van – minicampings niet zuiver uit één bron te halen. Er zijn wel diverse bronnen die de afgelopen jaren uitspraken over het aantal bedrijven met verblijfsrecreatie bij de boer (dus niet enkel minicampings, maar ook andere verblijfsrecreatieve vormen) hebben gedaan:

Tabel: diverse bronnen met cijfers over verblijfsrecreatie bij de boer in Drenthe

Jaar	Aantal bedrijven met verblijfsrecreatie bij de boer	Bron met uitleg
2003	90 (waarvan 55 aangesloten bij SVR)	CBS Landbouwtelling. Dit aantal betreft niet alleen minicampings, maar ook andere verblijfsrecreatieve vormen bij de boer
2010	209 (waarvan 122 SVR en 87 Vekabo)	SVR en Vekabo, waarbij het bij SVR niet alleen minicampings betreft, maar ook andere verblijfsrecreatieve vormen. Bij Vekabo gaat het alleen over minicampings
2012	124	CBS Logiesaccommodaties: Dit is het verschil tussen het aantal bedrijven dat CBS telde toen er nog geen boerencampings in het bestand zaten en de nieuwe gegevens van CBS met boerencampings (197 bedrijven tov 321 in 2012). Dit aantal is enigszins vergelijkbaar met het aantal boerencampings uit de accommodatielijst gebruikt voor dit onderzoek.

De cijfers zijn niet een op een met elkaar te vergelijken. Doen we dit toch dan zien we een groei tussen 2003 en 2012 van minimaal 38% van het aantal minicampings in Drenthe, met minimaal dezelfde groei van het aantal slaapplekken. Waarschijnlijk is de groei van het aantal slaapplekken echter groter, omdat enkele gemeenten in Drenthe de bovengrens voor minicampings van 15 staanplaatsen hebben verruimd.

3.1.2 Ontwikkeling vraag

Het aantal overnachtingen op campings laat volgens CBS-cijfers tussen 2003-2012 een dalende trend zien, met als dieptepunt 2011. In 2012 lijkt het aantal overnachtingen zich weer te herstellen, wat niet wegneemt dat de trend nog steeds dalende is. Het aantal overnachtingen op campings in Drenthe lag in 2012 19% lager dan in 2003. Landelijk was er sprake van een daling van 25%.

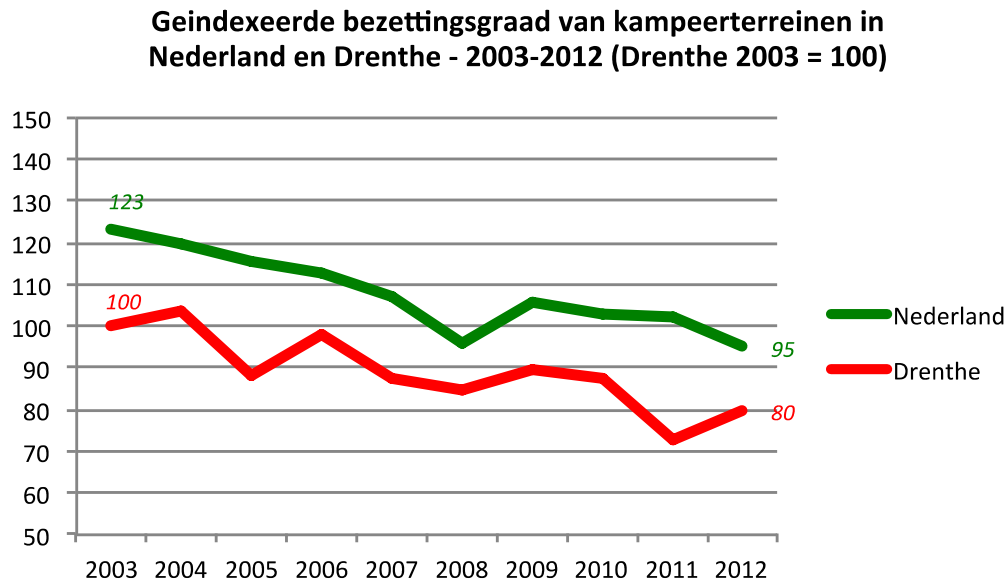
Kijken we naast de ontwikkeling van de vraag op basis van CBS-cijfers, ook naar de ontwikkeling op basis van CVO-cijfers voor alleen de binnenlandse overnachtingen⁸, dan zien we daar een nog

⁸ Deze ontwikkeling is beschreven in het rapport 'Feiten en Cijfers Vrijtijdseconomie Drenthe, 2013.

sterkere daling van overnachtingen tijdens toeristische vakanties in Drenthe. Deze daling betreft 25% tussen 2003 en 2012 (landelijk -20%).

3.1.3 Ontwikkeling bezettingsgraad: koppeling vraag-aanbod

In de volgende grafiek geven we de ontwikkeling van de bezettingsgraad in Drenthe en Nederland weer tussen 2003 en 2012.



De gemiddelde bezettingsgraad van kampeerterreinen ligt zowel in Drenthe als in heel Nederland in 2012 aanzienlijk lager dan in 2003. In Drenthe is in de periode 2003-2012 de gemiddelde bezettingsgraad met 20% gedaald en in Nederland met 23%. De gemiddelde bezettingsgraad op kampeerterreinen ligt in Drenthe, over de gehele periode genomen, lager dan gemiddeld in Nederland.

NB We hebben hierboven de ontwikkeling van de bezettingsgraad van het aantal slaapplekken op kampeerterreinen op basis van CBS-gegevens beschreven. Er is bewust gekozen om bij de ontwikkeling in de bezettingsgraden alleen de indexcijfers te laten zien, omdat de feitelijke bezettingsgraad heel laag lijkt (9% in 2012). Belangrijkste reden is dat een kampeerplek door het CBS als 5 slaapplekken gerekend wordt. Stel dat 100% van de plaatsen is bezet door echtparen zonder kinderen (2 personen per kampeerplek), dan levert dit nog maar een bezetting van 40% van het aantal slaapplekken op. Het is dus een bezetting per slaapplek en niet per staanplaats.

3.1.4 Conclusie

In de kampeermarkt in Drenthe is het aanbod (voornamelijk qua aantallen bedrijven) relatief sterk gestegen, terwijl het aantal overnachtingen sterk is gedaald. De bezettingsgraden zijn dan ook fors gedaald. De kampeermarkt in Drenthe staat dus sterk onder druk, alhoewel dat net iets minder het geval is dan gemiddeld in Nederland.

3.2 Ontwikkeling bungalowmarkt

Hieronder tonen we eerst de samenvatting van vraag en aanbod in de *bungalowmarkt* in Drenthe. Vervolgens geven we de bijbehorende grafieken en uitleg weer.

Ontwikkeling bungalowmarkt 2003-2012

- Stijging aantal bungalowparken: +13% (landelijk: +10%)
- Stijging aantal slaapplekken op bungalowparken: +37% (landelijk: +24%)
- Toename gemiddelde grootte van de bungalowparken: +19% (landelijk: +14%)
- Stijging aantal bungalowovernachtingen: +27% (landelijk: +4%)
- Daling gemiddelde bezettingsgraad bungalowparken: -7% (landelijk: -18%)

Let op: bovenstaande toont de ontwikkeling van het aantal bungalowparken vanaf 20 slaapplekken. Kleinere bungalowparken vanaf 10 slaapplekken zitten pas sinds 2012 in het aanbod van CBS.

Conclusie

De bungalowsector in Drenthe kent een sterke groei van het aanbod, ook als we dat vergelijken met gemiddeld in Nederland. Ook de vraag (het aantal overnachtingen) is toegenomen, maar wel iets minder sterk dan het aanbod. De gemiddelde bezettingsgraden zijn dan ook licht aan het dalen. De daling is echter aanzienlijk lager dan gemiddeld in Nederland. Toch staat de bungalowmarkt wel iets onder druk in Drenthe.

3.2.1 Ontwikkeling aanbod

Drenthe telt in 2013 98 bungalowparken met in totaal 29.647 slaapplekken volgens het CBS⁹. Dit is 7% van het aantal bungalowparken en 10% van het aantal slaapplekken op bungalowparken in Nederland. De gemiddelde omvang van bungalowparken is 303 slaapplekken per bungalowpark. Dit is groter dan het Nederlands gemiddelde van 203 slaapplekken per bungalowpark. In Zuidwest Drenthe vinden we gemiddeld de kleinste parken en in Zuidoost Drenthe de grootste parken.

Let op: het aantal bungalowparken laat een verschil zien met het aantal bungalowparken in de accommodatielijst die wij voor dit onderzoek hanteren, samengesteld door Marketing Drenthe¹⁰ en aangevuld door de Drentse gemeenten. Daarbij komen we uit op in totaal 61 bungalowparken¹¹ in Drenthe. Dit is een belangrijke constatering, omdat het de vraag oproept welke gegevens het meest betrouwbaar zijn; ofwel de lijst die aan ons is aangeleverd voor dit onderzoek is eigenlijk niet compleet, ofwel het CBS gaat uit van hogere aantallen bedrijven dan daadwerkelijk het geval is, vanwege het bijvoorbeeld niet opschonen van de lijst. CBS geeft zelf aan dat ze faillissementen gedurende het betreffende jaar niet in de tabellen verwerken en het zeker iets van een verschil kan veroorzaken. Ook hanteert het CBS een ondergrens van 10 slaapplekken bij huisjes. Nadeel van deze

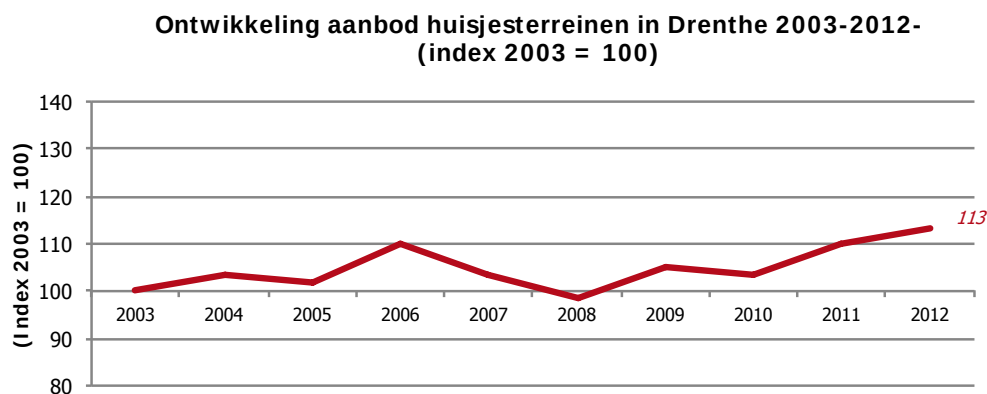
⁹ Volgens de CBS-archiefggegevens waren dit 68 bungalowparken met 28.620 slaapplekken in 2012, omdat bungalowparken tussen de 10 en 20 slaapplekken nog niet in het bestand zaten. De ondergrens is vanaf 2012 namelijk verruimd van 20 naar 10 slaapplekken.

¹⁰ Dit is een lijst met alle ondernemers die binnen het internetplatform van Marketing Drenthe staan. De lijst bestaat uit betalende en niet-betalende ondernemers.

¹¹ Daarnaast staan er ook 162 losse vakantiewoningverhuurbedrijven op de lijst.

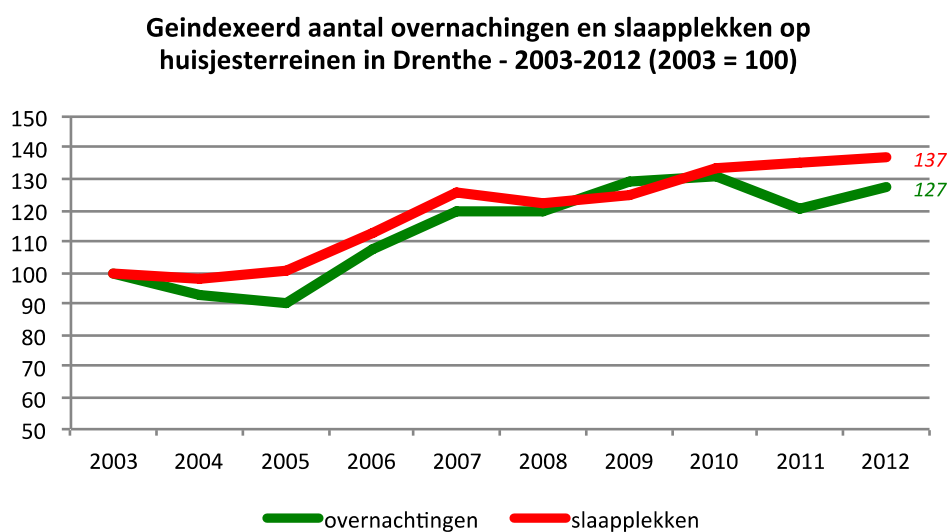
relatief lage ondergrens bij de huisjes is dat het niet per definitie 'bungalowparken' hoeven te zijn. Er kunnen dus bedrijven tussen zitten met bijvoorbeeld maar 2 huisjes. In onze eigen totaal aantal van 61 bungalowparken hebben we de losse huisjes niet meegenomen. Wij tellen 162 losse vakantiewoningverhuurbedrijven die een of enkele huisjes verhuren. We hanteren hierna de gegevens van CBS omdat we anders de ontwikkeling door de jaren heen niet kunnen schetsen.

In onderstaande figuur laten we de ontwikkeling van het aantal huisjesterreinen in Drenthe tussen 2003 en 2012 zien:



Let op: Bovenstaande toont de ontwikkeling van het aantal bungalowparken vanaf 20 slaapplekken. Kleinere bungalowparken vanaf 10 slaapplekken zitten pas sinds 2012 in het aanbod van het CBS.

Van 2003 tot 2012 is een groei van het aantal bungalowparken van 13% te zien. Dit is vergelijkbaar met de gemiddelde groei in Nederland (10%). Vervolgens kijken we naar de ontwikkeling van het aantal overnachtingen en slaapplekken in Drenthe:



Het aantal slaapplekken nam tussen periode sterk toe met 37% (landelijk +24%). Vooral in Noord Drenthe (Kop van Drenthe inclusief Aa en Hunze) steeg het aantal slaapplekken enorm, maar ook in Zuidoost Drenthe (inclusief Borger-Odoorn). In Zuidwest Drenthe is juist sprake van een daling.

Ook de gemiddelde grootte van de bungalowparken nam toe met 19%. Vooral in Noord Drenthe nam de gemiddelde grootte toe. In Zuidwest Drenthe lijkt de gemiddelde grootte van de bungalowparken te zijn afgenomen en in Zuidoost Drenthe is de toename vergelijkbaar met de totale Drenthe cijfers. Ook in Nederland steeg de gemiddelde grootte, echter iets minder hard met 14%.

3.2.2 Ontwikkeling vraag

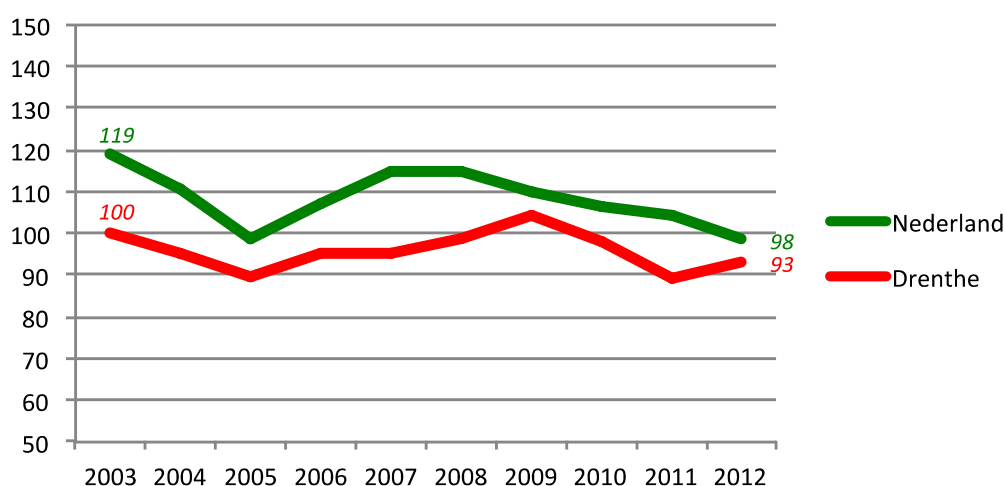
Het aantal overnachtingen op bungalowparken in Drenthe heeft zich in de periode 2003-2012 positief ontwikkeld, volgens de CBS-cijfers (zie bovenstaande figuur). Het betreft een stijging van 27%, terwijl het aantal overnachtingen landelijk met 4% steeg.

Kijken we naast de ontwikkeling van de vraag op basis van CBS-cijfers, ook naar de ontwikkeling op basis van CVO-cijfers (voor alleen de binnenlandse overnachtingen)¹², dan zien we daar een nog sterkere groei van overnachtingen tijdens toeristische vakanties in Drenthe, namelijk een stijging 51% tussen 2003 en 2012 (landelijk -5%). De groei van het aantal overnachtingen in Drenthe lijkt dus uitzonderlijk sterk.

3.2.3 Ontwikkeling bezettingsgraad: koppeling vraag-aanbod

De gemiddelde bezettingsgraad op bungalowparken ligt in Drenthe lager dan gemiddeld in Nederland. De bezettingsgraad in 2012 is 31% en in 2003 is 34%. De gemiddelde bezettingsgraad in Drenthe vertoont echter een veel minder sterk dalende trend dan gemiddeld in Nederland. In Drenthe is in de periode 2003-2012 de gemiddelde bezettingsgraad met 7% gedaald en in Nederland met 18%. In Nederland is de gemiddelde bezettingsgraad in 2012 33%.

Geïndexeerde bezettingsgraad van huisjesterreinen in Nederland en Drenthe - 2003-2012 (Drenthe 2003 = 100)



¹² Deze ontwikkeling is beschreven in het rapport 'Feiten en Cijfers Vrijtijdseconomie Drenthe, 2013.

NB Het betreft hierboven de bezettingsgraad *per slaappleats* op basis van CBS-gegevens en niet de bezettingsgraad *per bungalow*.

3.2.4 Conclusie

De bungalowsector in Drenthe kent een sterke groei van het aanbod, ook als we dat vergelijken met gemiddeld in Nederland. Ook de vraag (het aantal overnachtingen) is toegenomen, maar wel iets minder sterk dan het aanbod. De gemiddelde bezettingsgraden zijn dan ook licht aan het dalen. De daling is echter aanzienlijk lager dan gemiddeld in Nederland. Toch staat de bungalowmarkt wel iets onder druk in Drenthe.

3.3 Ontwikkeling hotelmarkt

De focus van ons onderzoek ligt op de kampeer- en bungalowmarkt. Toch is het interessant om een korte vergelijking te maken met een andere belangrijke vorm van logiesverstrekking: de hotelmarkt. We zien dat de hotelmarkt zich positiever ontwikkelt dan de kampeer- en bungalowmarkt. Net als bij de bungalowmarkt groeide het aantal slaappleatsen in Drenthe tussen 2003-2012 (+15%), maar in tegenstelling tot de bungalowmarkt groeide het aantal overnachtingen nog sterker dan het aantal slaappleatsen, namelijk met 29%. De bezettingsgraad groeide ook met 13% (landelijk +6%). In tegenstelling tot de kampeer- en bungalowsector zit de hotelsector in Drenthe nog in een groeiemarkt.

4 Leefstijlsegmentatie

Smart Agent Company en RECRON hebben samen de 'Recreantenatlas' ontwikkeld. Die geeft inzicht in het gedrag en de beleving van recreanten op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Zowel voor de verblijfsrecreatie als voor de dagrecreatie zijn belevingswerelden onderscheiden. In april 2014 zijn de eerste resultaten van het vernieuwde verblijfsrecreatie-onderzoek beschikbaar gekomen. In dit onderzoek worden zeven segmenten onderscheiden:



De Recreantenatlas onderscheidt zeven belevingswerelden, of ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen kleur. Elke kleur staat voor een specifiek vrijetijdsprofiel:

Uitbundig Geel	Echte levensgenieters. Houden van samen met anderen actief en sportief recreëren. Vaak jonge gezinnen. Zoeken graag de gezellige drukte op, recreëren is lekker eten, genieten en leuke dingen doen. Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld.
Gezellig Lime	Recreëren is lekker vrij zijn, rust en ontspanning. Zijn gericht op het eigen gezin, de directe leefomgeving. Het gemiddeld inkomen ligt wat lager, zijn prijsgevoelig. Een braderie of rommelmarkt is gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen. Veel gezinnen met wat oudere kinderen en oudere tweepersoonshuishoudens.
Rustig Groen	Rustige recreanten. Geen grote wensen, houden van privacy en rust. Vaak één en

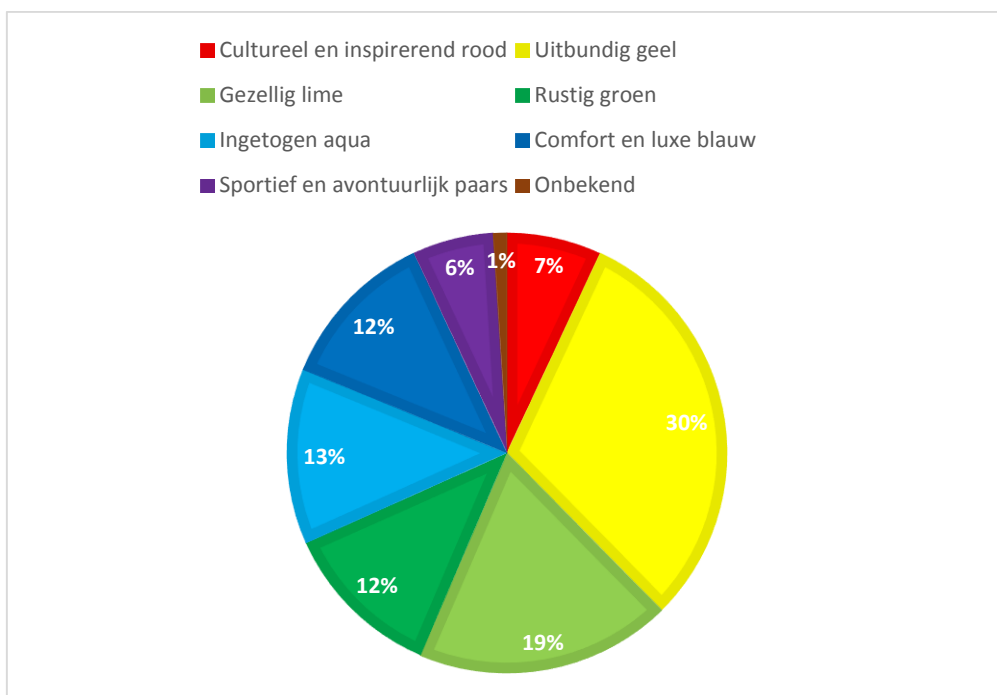
	tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdscategorie. Willen de drukte vermijden en gaan daarom dus niet graag naar evenementen en grote attracties. In de eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg.
Ingetogen Aqua	Rustige, geïnteresseerde recreanten. Zoeken inspirerende activiteiten. Gaan vaak samen met hun partner op stap. Waarderen sportieve en culturele mogelijkheden. Willen meedoen met de maatschappij en alle veranderingen die zij daarin zien.
Sportief en Avontuurlijk Paars	Laten zich graag verrassen en inspireren, met name door cultuur. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg, op zoek naar een bijzondere ervaring. Cultuur, activiteit en sportiviteit. Ontspannen door sauna of een wellness arrangement. Vaker mensen van middelbare leeftijd, 35-54 jaar. Mat name één- en tweepersoonshuishoudens. Voorkeur voor individuele activiteiten.
Comfort en Luxe Blauw	Zelfverzekerd. Vinden dat ze in hun vrijetijd wel wat luxe en stijlvolle ontspanning verdienen. Zakelijk en intelligent. Houden van stijl en klasse, meer gericht op exclusievere vormen van recreatie. Recreëren is ontspanning en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Actief sporten en aandacht besteden aan het sociale netwerk (ons soort mensen). Jonge één en tweepersoonshuishoudens en huishoudens met oudere kinderen.
Cultureel en Inspirerend Rood	Creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Bewegen zich graag buiten de gebaande paden. Vaak hoog opgeleid, maar door het grote aandeel jongeren nog niet altijd een hoog inkomen. Recreatie betekent naast sportiviteit en ontspanning ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

Deze 'leefstijlen' zijn het uitgangspunt voor de analyse van vraag en aanbod voor de provincie Drenthe in de volgende hoofdstukken.

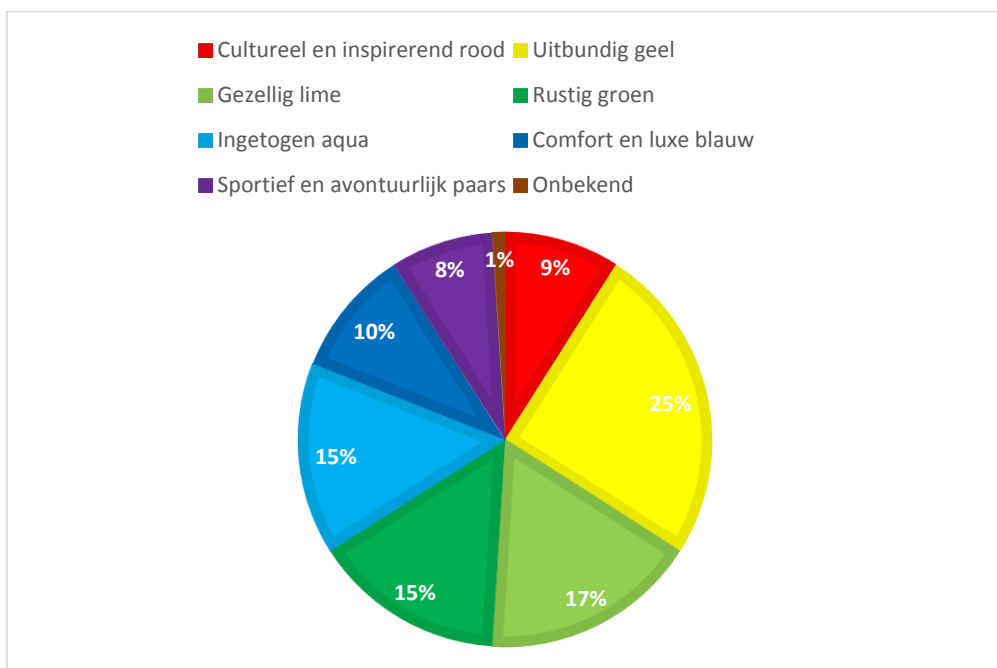
5 Leefstijlanalyse: vraag en aanbod in de provincie Drenthe

5.1 Kleuring van de bezoekers aan Drenthe

Vanuit het Continue Vakantie Onderzoek (CVO) is bekend welke leefstijlen de provincie Drenthe bezoeken. We geven hieronder eerst de kleuring van de bezoekers aan de gehele provincie weer, gevolgd door de kleuring van de binnenlandse toerist in geheel Nederland, ter vergelijking:



Profiel van de bezoekers aan de provincie Drenthe (bron: CVO 2012-2013).



Profiel van de binnenlandse toerist in geheel Nederland (bron: CVO 2012-2013).

Over het algemeen genomen lijkt de binnenlandse toerist aan Drenthe qua profiel redelijk op het algemene Nederlandse profiel voor binnenlandse vakanties. Net als in Nederland vormen de gele en lime groep de grootste groepen, en zijn de paarse, blauwe en rode leefstijlen relatief veel minder omvangrijk. Bij een nadere bestudering zien we toch enkele duidelijke verschillen:

- Voornamelijk de uitbundig gele groep komt relatief veel naar Drenthe toe. Ook de lime en blauwe groep laten een (lichte) oververtegenwoordiging in Drenthe zien.
- Voor de aqua en groene leefstijl, maar ook voor de paarse en rode, zien we een (lichte) ondervertegenwoordiging onder de bezoekers aan Drenthe.

5.2 Het verblijfsrecreatieve aanbod in de provincie Drenthe gekleurd

Op welke leefstijlen heeft het verblijfsrecreatieve aanbod in de provincie Drenthe de meeste aantrekkingskracht? Om hier achter te komen hebben we het aanbod in de provincie 'gekleurd'. De kleuring is gebaseerd op een werkwijze waarin we de volgende methoden hebben ingezet:

1. Leefstijlscan verblijfsrecreatie (uitgebreide online vragenlijst) met controle door websitebezoek; óf
2. Bezoek aan de voorziening, inclusief waar mogelijk een gesprek met de ondernemer en/of het personeel

In veel gevallen hebben we een second opinion van de kleuringen door een collega laten uitvoeren, zodat we tot een betrouwbaardere kleuring konden komen.

Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd heeft in totaal 374 verblijfsaccommodaties gekleurd¹³. We hebben daarmee 38% van de bedrijven in Drenthe gekleurd. Deze kleuring hoeft niet noodzakelijkerwijs overeen te komen met het leefstijlprofiel van de daadwerkelijke bezoeker aan de voorziening. Het resultaat is een expert judgement van het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd en geeft aan op welke leefstijlen het aanbod *voornamelijk* aantrekkingskracht heeft.

Alhoewel de focus van het onderzoek ligt op de (reguliere) kampeer- en bungalowsector, hebben we ons in dit gedeelte van het onderzoek niet tot deze sector beperkt, maar ook de hotels, de groepsaccommodaties, de bed and breakfasts en de minicampings meegenomen. Zo krijgen we een betrouwbaar beeld van het brede verblijfsrecreatieve aanbod in de provincie.

In de komende paragrafen geven we achtereenvolgens enkele voorbeelden van het 'gekleurde' aanbod (paragraaf 4.2.1), de ligging van het aanbod in de provincie (paragraaf 4.2.2), het aantal keuzemogelijkheden dat iedere leefstijl heeft voor aantrekkelijk aanbod in de provincie Drenthe (paragraaf 4.2.3) en de kleuring van het aanbod waarbij we rekening houden met het aantal slaapplekken (paragraaf 4.2.4).

¹³ Het gaat hier om mono-functies (dus: een camping, een bungalowpark, een hotel etc.), en omdat er ook veel multifunctionele bedrijven in Drenthe bestaan, gaat het in totaal om minder bedrijven (331).

5.2.1 Illustratie van voorzieningen

In deze paragraaf geven we *ter illustratie* enkele voorbeelden van voorzieningen in de provincie Drenthe en hun kleuringen. Het gaat om vier voorbeelden die aantrekkingskracht hebben op verschillende leefstijlen:

Hof van Saksen

Kleuring: comfort en luxe blauw, uitbundig geel (primair) en ondernemend paars (secundair).

De Hof van Saksen is een bungalowpark in de regio Hondsrug. Het park heeft diverse typen vakantieboerderijen, die variëren van comfort tot luxe en extra luxe. De boerderijen zijn allen ruim opgezet en eigentijds ingericht en geschikt voor 2 tot 12 personen (en één voor 24 personen). De boerderijen zijn allen te typeren als stijlvol en luxe en hebben onderscheidende kwaliteiten (thema's). Zo is er de 12-persoons culinaire boerderij, maar ook de 2-persoons Love2Stay met een bubbelbad.

Ook de faciliteiten op het park zijn luxe en gericht op zinnenprikkende ervaringen (spa en wellness, diverse culinaire restaurants, outdoor). Voor de kinderen is er het indoor speelparadijs en een zwembad met een wildwaterbaan van maar liefst meer dan 100 meter lang. Teven is er een officiële open zwemwaterlocatie. Voor de kinderen zijn er 'academies', waarbij ze aan de slag kunnen met koken, kunst, avonturen, etc.



Foto's: sfeer en beleving op de Hof van Saksen (foto's: www.hofvansaksen.nl)

'Blauw' voelt zich aangetrokken tot de luxe en exclusieve sfeer op het park, de authentieke boerderijen en de eigentijdse faciliteiten op het gebied van sport en horeca. 'Geel' houdt ook van luxe, de vele mogelijkheden voor de kinderen om te spelen, het gevoel van gemak, het sportieve karakter (outdoor, wildwaterbaan) en de vele keuzes (bijvoorbeeld qua restaurants). Ondernemend paars voelt zich (ook) aangetrokken tot het bijzondere, luxe en eigentijdse karakter van het park. De kinderacademies zijn voor hen ook onderscheidend net zoals sommige type boerderijen.

Landgoed Börkerheide (camping)

Kleuring: ingetogen aqua en cultureel en inspirerend rood.

Landgoed Borkerheide ligt in de gemeente Midden Drenthe. Het is een natuurrijk gebied met bos en aangrenzend aan de heide. De heide zal in de toekomst ook het landgoed steeds meer op komen, hier wordt actief aan gewerkt. Centraal ligt een natuurlijk vennetje. Hier kan je ervaren wat 'puur natuur' met je doet door er je tent op te zetten. Je kunt de rust en ruimte echt ervaren. Er zijn weinig gangbare regels, je mag je eigen plek kiezen en een vuurtje stoken. Er is geen receptie, maar de eigenaar woont aangrenzend op het landgoed en is frequent aanspreekbaar. De camping werkt op basis van vertrouwen. Landgoed Börkerheide is een middelgrote camping en is bij de ANWB benoemd als charme camping.



Foto's: het karakter van midden in de natuur kamperen en tot rust komen (foto's: www.landgoedborkerheide.nl)

Ingetogen aqua voelt zich aangetrokken tot het concept van het landgoed en het verblijf 'in de natuur'. Ze voelen zich op deze plek één met de natuur en kunnen hierin actieve uitstapjes maken. De camping is ook niet te groot en geeft hen de mogelijkheid tot rust te komen en te ontspannen. Cultureel en inspirerend rood voelt zich aangetrokken tot het 'back to basic' karakter van de camping, er zijn weinig regels en je kan er je eigen gang gaan. Het is voor hen ook een aansprekende en unieke plek zo middenin de natuur.

Camping De Hondsrug

Kleuring: uitbundig geel, gezellig lime, rustig groen.

Camping De Hondsrug is een omvangrijke camping voor kampeersers en voor mensen die graag in een chalet of stacaravan verblijven. Het is een gezellige camping waar voor het gehele gezin voldoende te beleven valt. De kampeerplekken zijn deels in veldjes (met toezicht op de kinderen) en deels in meer (door heggetjes) afgeschermd plekken. Er zijn veel faciliteiten, zoals het buitenzwembad en binnen een subtropisch zwembad, maar ook een campingwinkeltje en een restaurant (vooral aantrekkelijk voor lime en geel). Er zijn ook voldoende speelmogelijkheden voor de kinderen en een speciaal recreatieprogramma. Voorbeelden zijn een roofvogelshow, een ballonwedstrijd of een demonstratie schapen drijven.

Voor uitbundig geel en gezellig lime is er genoeg te doen op de camping. De gezelligheid, de faciliteiten en activiteiten zijn voor hen aantrekkelijk. 'Als iedereen het maar naar de zin heeft', is voor lime een belangrijke waarde. Ook voor geel zijn de kinderen belangrijk en is er voldoende beleving en gemak op de camping (service). Groen voelt zich hier ook thuis omdat het een gewone en herkenbare camping is, met voor hen rustige plekken, vooral ook in het voor- of naseizoen.



Foto's: sfeer en beleving op camping De Hondsrug (foto's: www.hondsrug.nl).

Vekabo Camping De Negorij

Kleuren: rustig groen en ingetogen aqua

De Negorij is een minicamping met 25 plekken en een 4-persoons appartement. De camping ligt direct aan de Drentse Hoofdvaart en tussen de natuurgebieden Drents-Friese Wold en het Dwingelerveld. Vanaf de camping kunnen visliefhebbers hun hengel uitgooien bij het sluisje aan de Drentse Hoofdvaart. De camping heeft een jeu de boulesbaan en receptie/recreatie ruimte met tijdschriften, folders en fiets- en wandelroutes uit de omgeving. De Negorij staat voor rust en ruimte.

Rustig groen en ingetogen aqua komen hier graag voor de kleinschaligheid en de rust op de camping. Het is een ideale uitvalsbasis om al wandelend en/of fietsend de natuurrijke omgeving te verkennen. De camping is eenvoudig en kent geen overbodige luxe. Prima voor de rustig groene toerist die geen extreem hoge eisen stelt aan de voorzieningen.



Foto's: sfeer en beleving (mini)camping De Negorij (foto's: www.kamperen-bij-de-boer.com)

5.2.3 De keuzemogelijkheden in het aanbod gekleurd

In onderstaande tabel geven we voor het verblijfsrecreatieve aanbod in de provincie Drenthe weer wat de aantrekkingskracht hiervan op de verschillende leefstijlen is. We geven het aantal *keuzemogelijkheden* weer, waarbij elk bedrijf, ongeacht de omvang of capaciteit als een keuzemogelijkheid voor de consument wordt gezien.

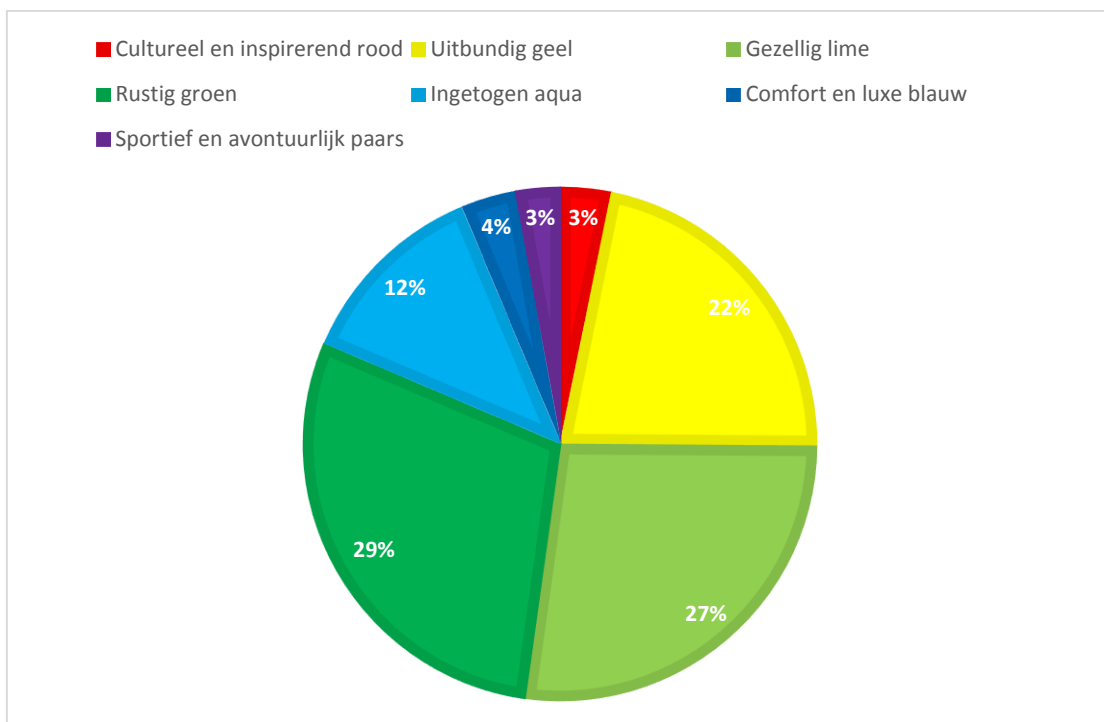
Tabel: aantal keuzemogelijkheden en capaciteit per leefstijl voor de gehele provincie Drenthe. Bijvoorbeeld als volgt te lezen: 239 van de 374 verblijfsrecreatieve voorzieningen zijn aantrekkelijk voor de rustig groene leefstijl en dat betreft 64% van de bedrijven. Let op: één bedrijf is in veel gevallen aantrekkelijk voor meerdere leefstijlen. De volgorde is van veel naar weinig mogelijkheden.

	Keuzemogelijkheid: Aantal bedrijven
Ingetogen aqua	240 (64%)
Rustig groen	239 (64%)
Gezellig lime	137 (37%)
Uitbundig geel	116 (31%)
Cultureel en inspirerend rood	68 (18%)
Comfort en luxe blauw	58 (16%)
Sportief en avontuurlijk paars	56 (15%)
Totaal aantal voorzieningen	374

We kunnen concluderen dat relatief heel veel bedrijven aantrekkelijk aanbod hebben voor de rustig groene en ingetogen aqua groep. Deze groepen hebben dus veel keuzemogelijkheden voor een voor hun aantrekkelijke accommodatie binnen de provincie Drenthe. Ook de gele en lime groep hebben relatief veel keuzemogelijkheden (voor beiden ongeveer 1/3^e van het aanbod). Voor de groepen rood, blauw en paars zijn de keuzemogelijkheden beperkter, maar het gaat nog steeds om ongeveer 1 op de 6 bedrijven.

5.2.4 De capaciteit van het aanbod gekleurd

In de vorige paragraaf hebben we het aantal keuzemogelijkheden (het aantal aantrekkelijke bedrijven) per leefstijl weergegeven, ongeacht de omvang van het bedrijf. Natuurlijk is het belangrijk rekening te houden met het aantal slaapplekken per accommodatie. Een bungalowpark of camping met 500 eenheden is immers in omvang veel groter dan een bed and breakfast met twee slaapplekken. Als we kijken naar de kleuring van de verblijfsrecreatie, gerelateerd aan het aantal slaapplekken, dan zien we het volgende beeld in de gehele provincie Drenthe:



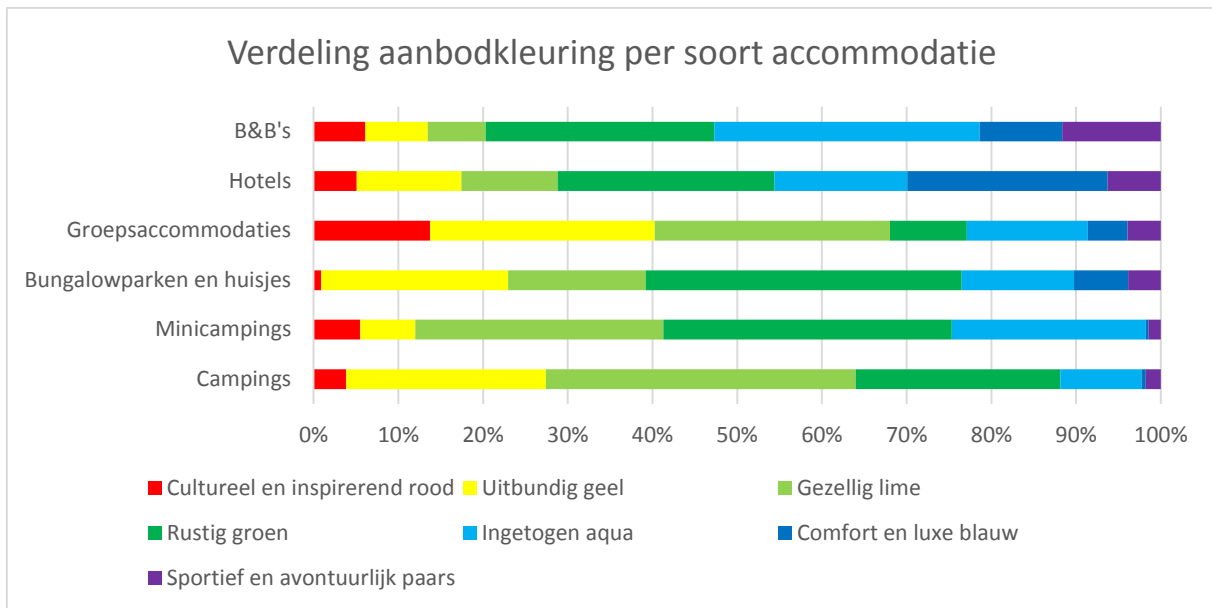
Kleuring capaciteit provincie Drenthe

De meeste slaapplaatsen zijn aantrekkelijk voor de groene, lime en gele groepen. Het aantal bedden voor de aqua groep is al een stuk beperkter. Voor de groepen blauw, paars en rood zijn een zeer beperkt aantal bedden aantrekkelijk.

We zagen bij het aantal keuzemogelijkheden al dat de groene groep veel aanbod kan vinden. Dat vertaalt zich ook in het aantal bedden. Bij de aqua groep zagen ook veel keuzemogelijkheden, maar daarvoor is het aantal bedden veel beperkter; het gaat bij de aqua bedrijven dan veelal ook om de wat kleinere bedrijven. Ook bij de paarse, blauwe en rode leefstijlen is dat het geval. Bij de gele en lime groep zien we dat juist andersom: hierbij gaat het juist gemiddeld om wat grotere bedrijven, leidend tot een grotere capaciteit in totaal.

5.2.5 De kleuring per accommodatievorm

In onderstaande figuur geven we de kleuring van het aanbod weer per accommodatievorm in Drenthe (naar capaciteit):



We zien een aantal belangrijke opvallendheden:

- Bed & breakfasts vinden we relatief weinig voor de gele en lime groepen, en juist relatief veel voor de paarse, aqua en groene doelgroep.
- Hotels vinden we relatief veel voor de blauwe doelgroep en juist weinig voor de gele en lime doelgroep.
- Bij groepsaccommodaties valt op dat voornamelijk de rode gele en lime doelgroep relatief veel voorzieningen kunnen vinden.
- Vakantiewoningen of bungalows zijn voornamelijk aantrekkelijk voor de groene en gele leefstijlen. Voor met name de rode, maar ook voor de paarse en blauwe doelgroep is het aanbod zeer beperkt.

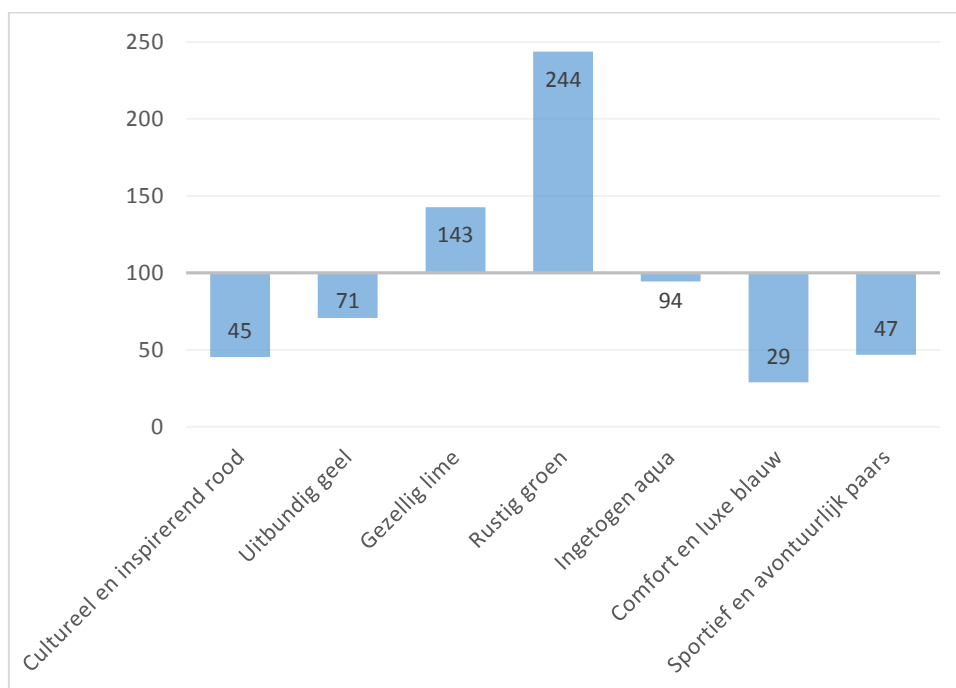
Bij campings zien we relatief veel aanbod voor de groene en lime groep (dat geldt voor reguliere campings en minicampings) en bijna geen aanbod voor de blauwe en paarse doelgroep. Het belangrijkste verschil tussen beide minicampings en reguliere campings is dat we relatief veel aqua en groene slaapplekken vinden op minicampings, terwijl we op de reguliere campings meer geel en lime slaapplekken vinden.

5.3 Vraag en aanbod in de gehele provincie

In de vorige paragrafen hebben we de vraag en het aanbod voor de provincie Drenthe ‘gekleurd’. In deze paragraaf zetten we vraag en aanbod tegen elkaar af.

NB het gaat hier om een kwalitatieve analyse, waarbij we de kleurverdeling van de bezoeker afzetten tegen de kleurverdeling van het aanbod. Het is uiteraard belangrijk te beseffen dat een ‘onderaanbod’ niet automatisch betekent dat er ook marktruimte is voor het betreffende segment. Daarvoor zijn de kwantitatieve gegevens uit dit onderzoek ook van belang.

In onderstaand figuur zetten we vraag en aanbod tegen elkaar af op index, waarbij de bezoeker aan de Drenthe = 100. Met andere woorden: een index boven de 100 duidt op relatief veel voorzieningen ten opzichte van de vraag, een index onder de 100 duidt op relatief weinig voorzieningen ten opzichte van de vraag.



We kunnen hieruit de volgende conclusies trekken:

- Voor met name de rustig groene doelgroep, en iets mindere mate de gezellig lime groep, is er relatief veel aanbod ten opzichte van de vraag.
- Voor de blauwe, paarse en rode leefstijlen lijkt er relatief juist erg weinig aanbod te zijn ten opzichte van de vraag.
- Voor de gele doelgroep lijkt het aanbod relatief ook wat minder ontwikkeld in relatie tot de vraag, maar het verschil is hierbij minder groot.
- Voor de aqua groep lijkt het aanbod redelijk in evenwicht met de vraag.

5.4 Identiteit provincie Drenthe

Kernkwaliteiten

De provincie Drenthe benoemt in de Omgevingsvisie Drenthe de volgende ruimtelijke kernkwaliteiten voor Drenthe, die in onze ogen van belang kunnen zijn voor het toerisme:

- Rust, ruimte, natuur en divers landschap;
- Oorspronkelijkheid en authenticiteit (Drents eigen);
- Naoberschap;
- Menselijke maat;
- Veiligheid;
- Kleinschaligheid (Drentse schaal)

Ook Stichting Marketing Drenthe, verantwoordelijk voor het verbeteren van het imago van Drenthe op het gebied van toerisme, wonen en werken, benoemt de kernwaarden rust, ruimte, natuur, schoonheid van het landschap, gastvrijheid en oorspronkelijkheid. Uit het imago-onderzoek van Marketing Drenthe blijkt dat de huidige associaties van niet-Drenthen bij de provincie Drenthe als toeristische bestemming zijn: mooie natuur/omgeving/landschap, rust & ruimte, fietsen & wandelen, hunebedden en Dierenpark Emmen.



Fietsen in Drenthe (foto: www.nederlandfietsland.nl)



Dierenpark Emmen, één van de grootste attracties van Drenthe. (Foto: www.dierenparkemmen.nl)

Niet alleen het product Drenthe, maar ook het gevoel

Naast het 'product' Drenthe gaat het ook om 'gevoel'. De rode draad in de campagnes van Marketing Drenthe is de 'kwaliteit van leven'. De slogan 'Drenthe doet wat met je' refereert aan het Drenthe gevoel, die zal voor iedereen een tikje anders zijn, maar komt wel terug op het geluk die zit in de kleine dingen, het intrinsieke geluksgevoel. Het geluk dat je kinderen vrij kunnen opgroeien, ravotten in de natuur, je ruimte hebt die ook vertaald wordt in ruimte in je hoofd voor de belangrijke beslissingen.

Unique Selling Points

In veel gevallen zijn de kwaliteiten, zoals bijvoorbeeld rust en ruimte ook van toepassing op andere gebieden. Daarom geven we tevens de unieke, onderscheidende kwaliteiten, oftewel de Unique Selling Points, weer. Op het gebied van recreatie en toerisme zijn de Unique Selling Points van Drenthe:

- Rust: veel stilte- en duisternisgebieden;
- Natuur: bijzondere flora en fauna en drie nationale parken, met bij elkaar ca. 20.000 hectare natuur;
- Actief: Drenthe is dé fietsprovincie bij uitstek (meer dan 1.500 km aan fietspaden)¹⁴;
- Dierenpark Emmen;
- TT Assen (tegenwoordig TT Speedweek);
- Cultuur: Rijkdom aan cultuurhistorisch erfgoed die het oorspronkelijke karakter laat zien:
 - Geopark Hondsrug, eerste geopark¹⁵ in Nederland (geologisch erfgoed)
 - Hunebedden, prehistorisch hart van Nederland (archeologisch erfgoed)

¹⁴ Opvallend is dat op basis van activiteiten wandelen eigenlijk hoger scoort dan fietsen

¹⁵ Een geopark is een door de UNESCO gedefinieerd gebied met één of meer sites van wetenschappelijk belang, niet alleen vanuit geologisch standpunt maar ook door zijn archeologische, ecologische en culturele waarde

- Maatschappij van Weldadigheid (ontginningskoloniën)¹⁶
- Typisch Drents esdorpenlandschap

Aantrekkelijkheid op leefstijlen

Het is relevant om te kijken naar welke leefstijlen zich met name aangetrokken zullen voelen tot de kernwaarden van Drenthe. Daarbij moeten we erg voorzichtig zijn, omdat de identiteit van een gebied moeilijk te 'kleuren' valt. Zo kunnen de kernkwaliteiten natuur en cultuurhistorie voor elke leefstijl aantrekkelijk zijn, maar hangt dit voornamelijk af van de wijze waarop deze invulling krijgen.

Kijken we in grote lijnen echter naar de kernkwaliteiten, dan vermoeden we een relatief grootste aantrekkingskracht op de leefstijlen rustig groen en ingetogen aqua. Beide leefstijlgroepen houden van rust, ruimte en het authentieke landschap. Ook waarderen ze de kleinschaligheid en het naoberschap. Een andere aantrekkelijke kernkwaliteit voor rustig groen is veiligheid. Ingetogen aqua waardeert vooral de verhalen, historie en bijzondere landschappen.

Maar Drenthe heeft zeker ook andere leefstijlen aantrekkelijke kenmerken te bieden. Een van de belangrijke bezoekenmotieven voor toeristen is de diversiteit aan dagattracties door de provincie heen (zoals de Sprookjeshof, Drouwenerzand, Speelstad Oranje, Dierenpark Emmen, Plopsa Indoor), waar uitbundig geel en gezellig lime mogelijk eerder dan andere leefstijlen op afkomen. De bijzondere, unieke en soms woeste natuur (zoals het Fochteloërveen en de Onlanden) kan cultureel en inspirerend rood aantrekken en de paarse leefstijl kan zeker ook de bijzondere geschiedenis waarderen, als deze maar op een eigentijdse en bijzondere manier wordt gebracht.

5.5 Provinciaal verblijfsrecreatief beleid

In deze paragraaf bespreken we het provinciale beleid aangaande verblijfsrecreatie. In onze analyse en adviezen zijn we hier niet nader op ingegaan. De informatie uit deze paragraaf kan een belangrijke bouwsteen zijn om ontwikkelrichtingen uit dit onderzoek bijvoorbeeld regionaal te koppelen aan actuele beleidsopgaven.

De provincie Drenthe heeft haar toeristisch-recreatief beleid o.a. in haar Omgevingsvisie, Kader Economische Investerings en jaarprogramma's staan. Hieronder geven we de belangrijkste speerpunten.

Ambities en doelen

De ambitie van de provincie Drenthe is om een topspeler te zijn op de (binnenlandse) toeristische markt met een totaalproduct, dat onderscheidend en van hoogwaardig niveau is. De focus ligt hierbij op de *diversiteit* en de *kwaliteit* van het toeristische product. De provincie wil niet méér van hetzelfde, maar juist het creëren van toegevoegde waarde ten opzichte van het bestaande toeristische product met nieuwe concepten, passend bij de kernkwaliteiten van Drenthe. Het bijbehorende economisch doel is het vergroten van bestedingen en werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector.

Specifiek voor **verblijfsrecreatie** wil de provincie inzetten op versterking, uitbreiding en vernieuwing van de *bestaande* verblijfsrecreatieve bedrijven in samenhang met de omgeving, het vrijetijdslandschap. De provincie biedt ook ruimte aan *nieuwvestiging* van verblijfsrecreatie, mits dit

¹⁶ De Maatschappij van Weldadigheid staat op de voorlopige lijst voor UNESCO Werelderfgoed

buiten de Ecologische Hoofdstructuur (EHS) en robuuste landbouwgebieden plaats vindt. Dit geldt niet voor verplaatsing van bestaande bedrijven, daarvoor is plaatsing aan de randen van de EHS wel mogelijk. Misschien verandert het beleid rondom natuur in de toekomst. Momenteel wordt namelijk gewerkt aan een nieuwe natuurvisie in Drenthe, waarbij ook wordt gekeken naar kansen voor verblijfsrecreatie in de natuur.



Veel verblijfsrecreatie in Drenthe is gevestigd in of nabij natuurgebieden (foto: www.snn.nl)

Instrumenten

De provincie ondersteunt diverse instrumenten om de ontwikkeling van verblijfsrecreatie te begeleiden. Dit zijn o.a.:

- Natuurlijke Recreatie Drenthe
- Het Recreatie Expertteam
- In de toekomst: de SER-ladder (heet inmiddels 'ladder duurzame verstedelijking')

Natuurlijke Recreatie Drenthe

Het project Natuurlijke Recreatie Drenthe is een project waarbij vanuit recreatie en natuur wordt gekeken naar de ontwikkelmogelijkheden van toeristische bedrijven bij ecologisch kwetsbare gebieden. Diverse instrumenten worden hiervoor ingezet, zoals:

- *Integrale ontwikkelperspectieven:* er worden integrale ontwikkelperspectieven per gebied opgesteld, waarin de ontwikkelmogelijkheden van recreatie, natuur en landschap in een specifiek gebied staan beschreven. De eerste ontwikkelperspectieven zijn opgesteld. Het doel is om voor heel Drenthe ontwikkelingsperspectieven op te stellen.
- *Kavelruil op Drentse Maat:* mogelijkheid voor recreatieve bedrijven om kavel te ruilen als uitbreiding niet mogelijk is vanwege de natuur.
- *Het Kwaliteitsteam Natuurlijke Recreatie:* ondernemers in kwetsbare natuurgebieden kunnen via de gemeente het kwaliteitsteam inschakelen. Het team zoekt naar oplossingen voor deze recreatiebedrijven die uit willen breiden, maar dat niet kunnen door natuurregels.
- *Uitvoeringsplannen:* het zoeken naar oplossingen voor een recreatiebedrijf gebeurt bij voorkeur met elkaar en in een vroeg stadium. Voor het opstellen van een uitvoeringsplan gaan de ondernemer, de gemeente en de natuur- en recreatiesector met elkaar om tafel zitten.

Recreatie Expertteam

Sinds 2014 is een recreatie Expertteam in Drenthe actief om tot een nieuwe impuls te komen van de recreatieve bedrijven in Drenthe. Het team geeft op verzoek advies aan recreatiebedrijven die in een lastige situatie zitten. Het probleem wordt vanuit diverse kanten belicht door het team dat bestaat uit experts op het gebied van accountancy, financiën, marketing, organisatie en landschap.

SER-ladder (inmiddels ‘ladder voor duurzame verstedelijking’)

De provincie wil de SER-ladder gaan toepassen bij verblijfsrecreatie. De SER-ladder is een ruimtelijk afwegingskader voor zorgvuldig ruimtegebruik. De treden zijn als volgt: is er een regionale behoefte? Zo ja: is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied? Zo nee: zoek een locatie die multimodaal ontsloten is of kan worden gemaakt voor de (resterende) regionale behoefte? Uit onderzoek naar het toepassen van deze ladder voor verblijfsrecreatie wordt geconcludeerd dat er voor stap 1: het bepalen van de noodzaak als toetsingskader zicht moet komen op de regionale ruimtebehoefte voor verblijfsrecreatie. Voorliggend onderzoek kan hieraan bijdragen door inzicht in de regionale behoefte, maar minder specifiek in de ruimtelijke behoefte.

Overig beleid

Provinciale aandachtsgebieden

De provincie heeft bepaalde aandachtsgebieden benoemd waar integrale gebiedsontwikkeling speelt en kansen zijn voor nieuwe toeristisch-recreatieve bedrijvigheid. Deze gebieden zijn: Veenhuizen, Hondsrug, Holtingerveld, TT-gebied Assen, Koningsas tussen Assen en Groningen, Drentse Zuidas¹⁷, Atalanta Emmen en Zuidwest Drenthe. In de paragraaf over ontwikkelingen in de regio gaan we hier kort op in.

Kader Kampeerbeleid

Na afschaffing van de Wet Openluchtrecreatie (WOR) heeft het Recreatieschap Drenthe in samenspraak met betrokkenen uit de sector de Kadernota Kampeerbeleid opgesteld met beleidskeuzen die de meeste gemeenten hebben overgenomen. De kern van de voorgestelde beleidskeuzen is:

- Reguliere kampeerterreinen: door onderscheid in het bestemmingsplan tussen soorten kampeerterreinen of onderdelen van terreinen kan de diversiteit in kampeervormen worden behouden.
- Kleinschalig kamperen: het vasthouden van de bovengrens op 15 staanplaatsen, zonder plaats voor chalets, trekkershutten of stacaravans, behoudt het kleinschalige karakter van mini-campings en laat een duidelijk onderscheid zien ten opzichte van reguliere campings.

Niet alle gemeenten hebben dit advies overgenomen. Voornamelijk op het gebied van kleinschalig kamperen zijn ze ervan afgeweken, door bijvoorbeeld de bovengrens te verhogen (zoals in Zuidwest Drenthe – behalve Meppel – en in Zuidoost Drenthe) of geen maximum aantal plaatsen, maar maximale oppervlakte te koppelen aan kleinschalig kamperen (zoals in Aa en Hunze).

¹⁷ As langs A28/A37 waar Meppel, De Wolden, Hogeveen, Coevorden en Emmen aan liggen.



De grens van kleinschalig kamperen is niet in alle gemeenten beperkt gebleven tot 15 staanplaatsen (foto: www.camping-oase.nl).

6 Leefstijlanalyse: vraag en aanbod per regio

In dit hoofdstuk gaan we nader in op een aantal Drentse regio's, die bestaan uit de volgende gemeenten:

- Kop van Drenthe: Noordenveld, Tynaarlo en Assen
- Drentse Hooglanden: Midden Drenthe
- Hondsrug: Aa en Hunze en Borger-Odoorn
- Zuidwest Drenthe: Meppel, De Wolden, Westerveld, Hoogeveen
- Zuidoost Drenthe: Emmen en Coevorden

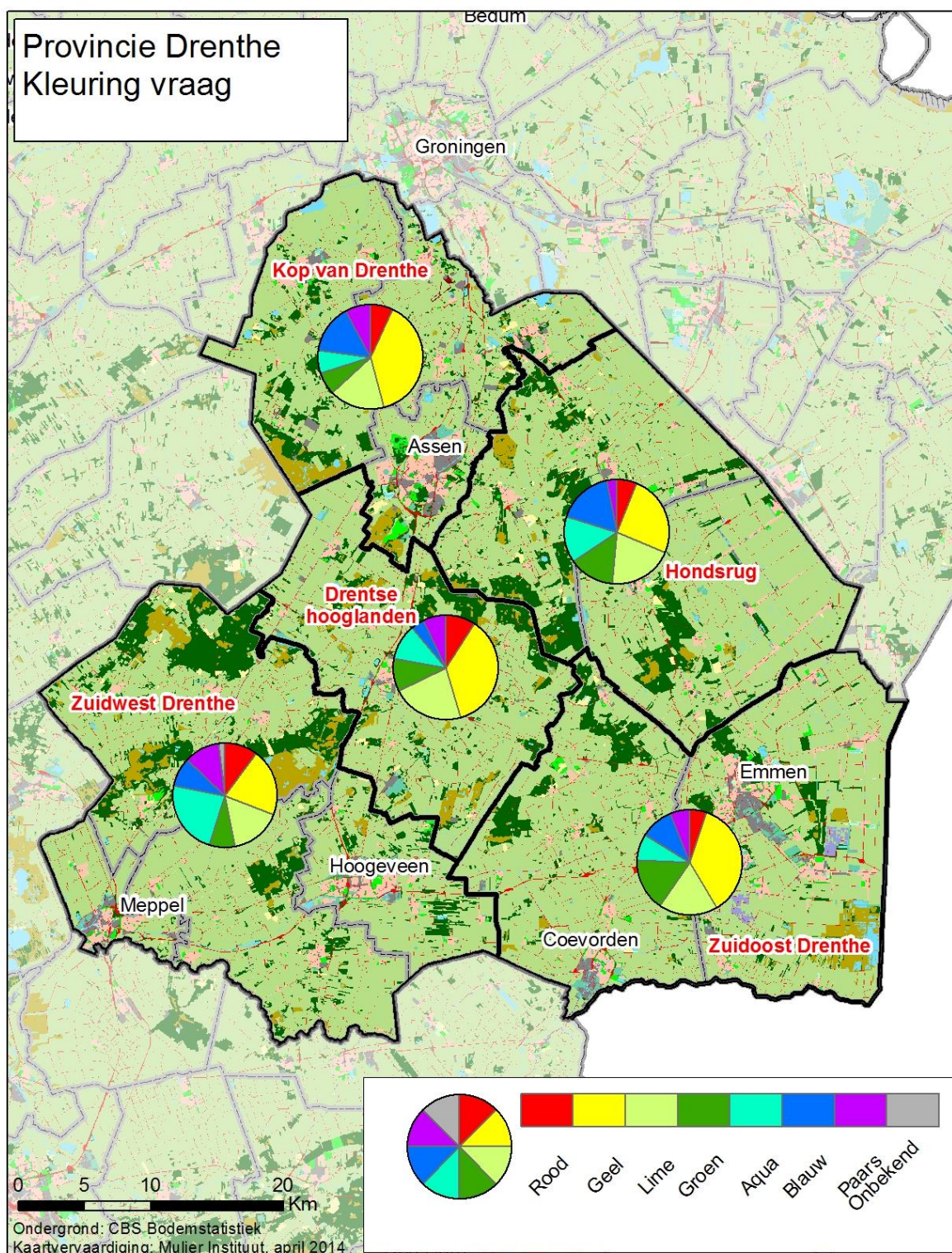
6.1 Kleuring van de bezoekers aan de Drentse regio's

In het vorige hoofdstuk gaven we de kleuring van de bezoekers aan de gehele provincie weer. We zien enkele belangrijke accentverschillen per regio. We geven de kleuring van de verblijfstoerist per regio op onderstaand kaartje weer.

Kanttekening voor de regio's Kop van Drenthe, Drentse Hooglanden en Zuidwest Drenthe

Voor deze regio's is het aantal respondenten in het CVO-onderzoek respectievelijk 77, 92 en 111. Daarmee is de steekproef eigenlijk onvoldoende omvangrijk om betrouwbare uitspraken te doen. Bij gebrek aan andere beschikbare gegevens gebruiken we deze gegevens toch in onze analyse¹⁸. We zullen de gegevens voor deze regio echter voorzichtiger moeten interpreteren. Voor regio's Zuidoost Drenthe en Hondsrug/Hunzevallei is dit veel minder het geval.

¹⁸ Een gangbare methode om de steekproef alsnog te verhogen, en zo tot betrouwbare uitspraken te komen, is het middelen van meerdere jaargangen van het CVO-onderzoek. Omdat de meetmethodiek om tot leefstijlverdeling te komen in het laatste CVO-onderzoek echter verschilt van de vorige jaren, is dit helaas niet mogelijk. Het is aan te raden om in 2015, wanneer nieuwe en vergelijkbare cijfers worden opgeleverd, deze analyse alsnog uit te voeren om een betrouwbaarder beeld per regio te krijgen.



Kaart: kleurprofiel van de bezoeker per Drentse regio. NB deze gegevens dienen voorzichtig te worden geïnterpreteerd, omdat de steekproef niet in elke regio even omvangrijk is.

Als we de achterliggende cijfers in een tabel weergeven, geeft dat het volgende beeld (ook hierbij geldt uiteraard dat de cijfers zeer voorzichtig gelezen moeten worden, zeker voor de regio's Zuidwest Drenthe, de Drentse Hooglanden en de Kop van Drenthe).

	Zuidwest Drenthe	Zuidoost Drenthe	Hondsrug	Drentse Hooglanden	Kop van Drenthe	Provincie
Cultureel en inspirerend rood	10%	5%	6%	9%	7%	7%
Uitbundig geel	21%	36%	25%	36%	39%	31%
Gezellig lime	16%	18%	20%	22%	17%	19%
Rustig groen	8%	16%	14%	10%	7%	13%
Ingetogen aqua	23%	8%	14%	11%	7%	12%
Comfort en luxe blauw	9%	10%	17%	4%	15%	13%
Sportief en avontuurlijk paars	11%	6%	3%	7%	8%	6%
Onbekend	2%	1%	1%	1%	1%	1%

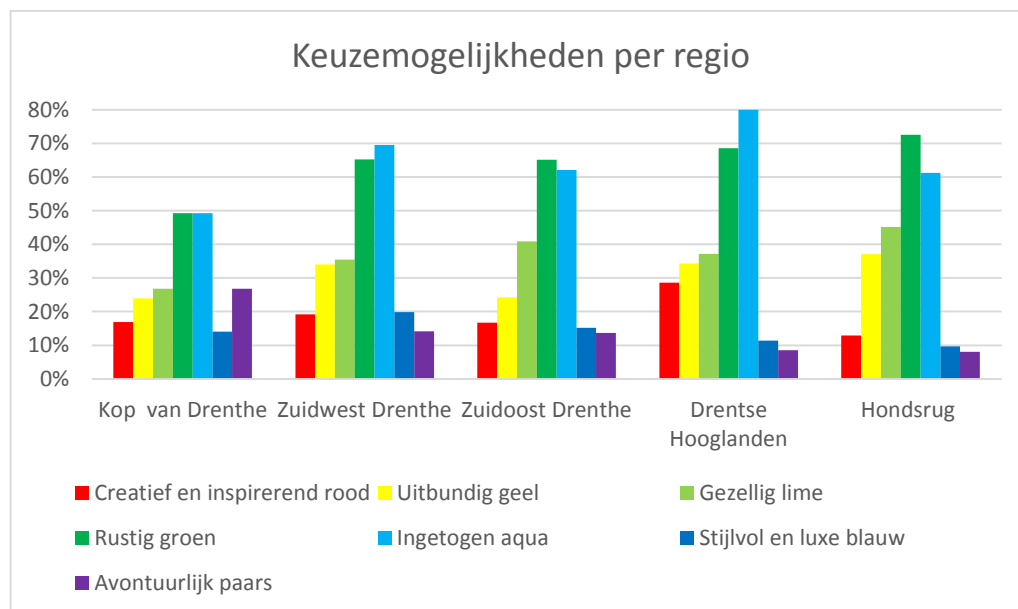
In de volgende paragraaf kijken we naar de kleuring van het aanbod in de verschillende regio's.

6.2 Kleuring van het aanbod in de Drentse regio's

In paragraaf 4.2 hebben we het gekleurde aanbod in de gehele provincie weergegeven. Zoomen we nader in op de verschillende regio's in Drenthe, dan zien we duidelijke accentverschillen per regio.

6.2.1 Kleuring van de keuzemogelijkheden

We geven in onderstaande tabel de keuzemogelijkheden (in percentages¹⁹) per regio.



¹⁹ Als volgt te lezen, als voorbeeld: 70% van de bedrijven in de steekproef in Zuidwest Drenthe is aantrekkelijk voor de aqua consument.

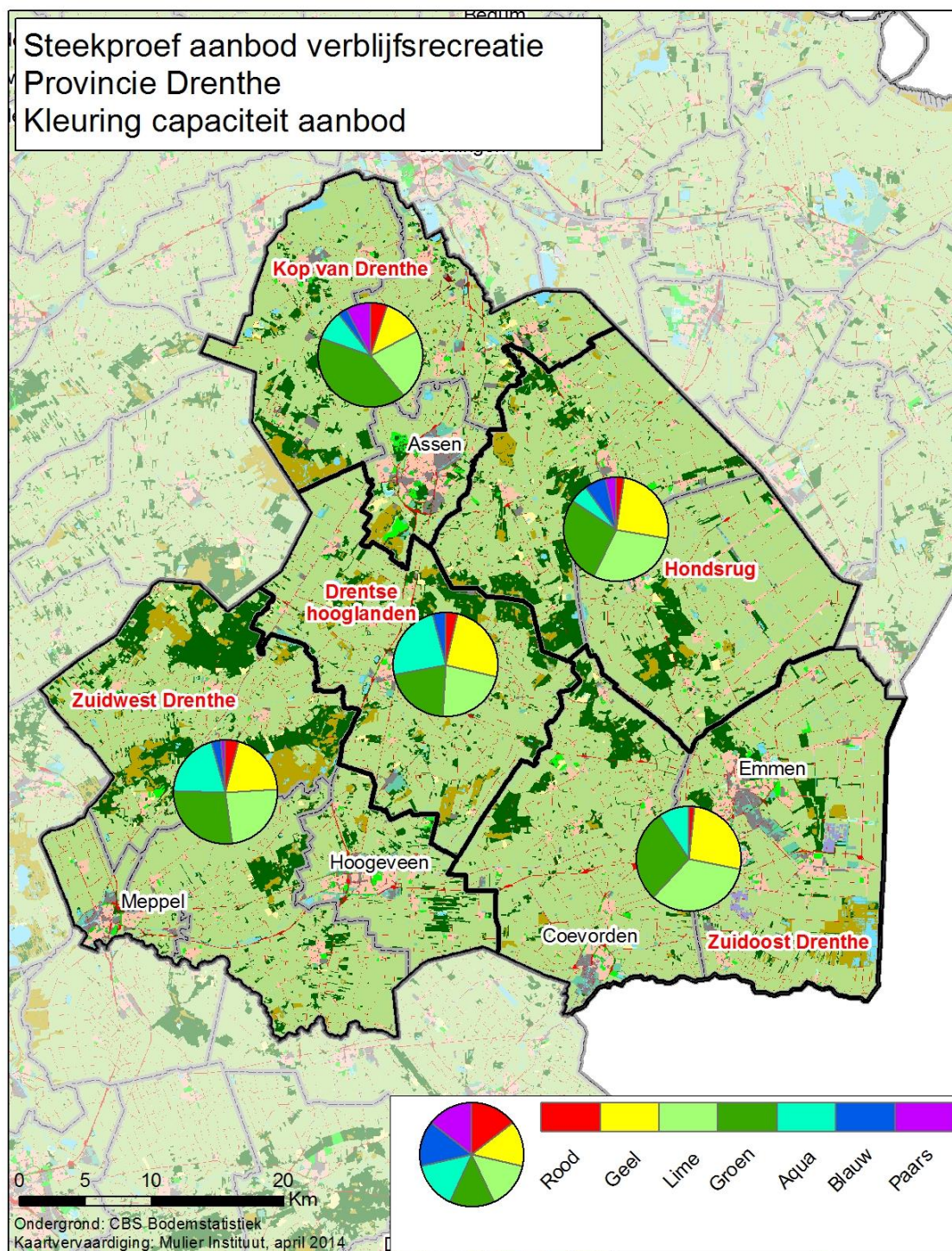
We kunnen hieruit de volgende conclusies trekken:

- De groepen aqua en groen hebben in alle regio's relatief de meeste keuzemogelijkheden. Voor de groepen blauw, rood en paars geldt juist dat ze in de meeste regio's de minste keuzemogelijkheden hebben.
- In de Kop van Drenthe valt met name de relatieve vele keuzemogelijkheden voor de paarse doelgroep op.
- Zuidwest Drenthe kent naast veel keuze voor aqua en groen relatief ook wat meer keuze voor blauw en rood, maar het blijven kleine groepen.
- Zuidoost Drenthe lijkt in haar profiel qua keuzemogelijkheden nog het meeste op het gemiddelde beeld in Drenthe.
- De Drentse Hooglanden wordt gekenmerkt door relatief veel keuzemogelijkheden voor de aqua groep en juist weinig voor de paarse en blauwe groep. Voor de rode groep zien we een relatief iets hoger aanbod dan in de rest van de provincie.
- In de Hondsrug zien we voor blauw, paars en rood een relatief laag aanbod in keuzemogelijkheden.

6.2.2 Kleuring capaciteit

Als we de kleuring per regio uitsplitsen zien we enkele belangrijke verschillen, die we in de volgende tabel en het kaartje op de volgende pagina weergeven:

	Zuidwest	Zuid oost	Honds rug	Hooglanden	Kop van Drenthe	Provincie Drenthe
Cultureel en inspirerend rood	4%	2%	2%	4%	5%	3%
Uitbundig geel	20%	26%	25%	25%	12%	22%
Gezellig lime	24%	33%	30%	22%	22%	27%
Rustig groen	27%	28%	27%	21%	41%	29%
Ingetogen aqua	20%	9%	6%	24%	9%	12%
Comfort en luxe blauw	3%	1%	7%	4%	3%	3%
Sportief en avontuurlijk paars	1%	1%	3%	0%	8%	3%



Kaart: de kleuring van het verblijfsrecreatieve aanbod (gerelateerd aan de totale capaciteit per regio) in Drenthe, per regio. Alhoewel de cirkels dezelfde omvang hebben, verschilt de omvang van de verblijfsrecreatie per regio.

We kunnen hieruit de volgende conclusies trekken:

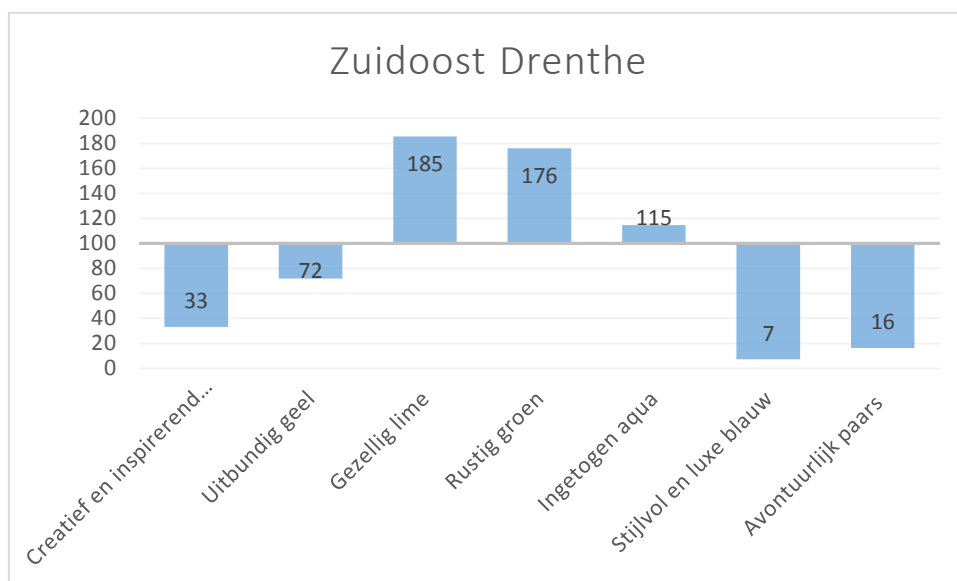
- In de Kop van Drenthe valt op dat zo'n 41% van het aanbod aantrekkelijk is voor de groene leefstijl. Ook de lime groep vindt met 22% relatief veel aanbod. Daarmee is het aanbod in de Kop van Drenthe qua capaciteit redelijk eenzijdig, met een nadruk op groen en lime. Opvallend in vergelijking met de rest van de Drentse regio's is het relatief hoge percentage bedden dat aantrekkelijk is voor de paarse leefstijl, alhoewel deze met 8% nog steeds beperkt is.
- Zuidwest Drenthe laat in vergelijking met veel andere Drentse regio's nog een redelijk divers beeld zien in de kleuring van de capaciteit. Toch is nog steeds ruim de helft van het aanbod aantrekkelijk voor de groepen groen en lime. Daarnaast valt met name op dat aqua met 20% van het aantal bedden relatief veel aanbod kan vinden. De groepen rood, blauw en paars vinden maar weinig aanbod in de regio Zuidwest Drenthe.
- Zuidoost Drenthe valt op door haar hoge percentages geel en lime. De regio heeft blijkbaar veel aantrekkelijk aanbod voor de groepen die zich richten op gezelligheid, groepen en vermaak. Ook de rustig groene groep vindt, net als in alle andere Drentse regio's, veel aantrekkelijk aanbod. Voor de groepen rood en paars is het aanbod echter bijna verwaarloosbaar.
- De Drentse Hooglanden is geografisch en qua aantallen bedrijven de kleinste regio van Drenthe. Hier zien we een leefstijlprofiel wat relatief erg lijkt op die van Zuidwest Drenthe, met relatief veel aanbod voor aqua. Maar ook voor de groepen geel, lime en groen is veel aantrekkelijk aanbod te vinden. Met name de groepen rood, blauw en paars vinden weinig aantrekkelijk aanbod in de regio. Voor de paarse groep gaat het afgerond zelfs om 0% van het aantal bedden.
- De regio de Hondsrug, tot slot, laat een redelijk eenzijdig aanbod zien, met een sterke nadruk op de groepen geel, lime en groen, de groepen rechtsonder en rechtsboven in het leefstijlmodel. Voor de overige groepen is het aanbod zeer beperkt, alhoewel de blauwe groep van alle regio's nog relatief de meeste aantrekkelijke bedden op de Hondsrug kan vinden.

6.3 Vraag en aanbod in de regio's

In deze paragraaf zetten we vraag en aanbod per regio tegen elkaar af. Dat is echter niet voor iedere regio even betrouwbaar, gezien de beperkte steekproef van sommige regio's in het Continu Vakantie Onderzoek (zie paragraaf 5.1). Voor de regio's Zuidwest Drenthe en de Hondsrug achten we de vraaggegevens wel betrouwbaar genoeg om een analyse te doen. We geven daarom eerst deze regio's weer, waarna we inzoomen op de overige regio's:

6.3.1 Vraag en aanbod in Zuidoost Drenthe

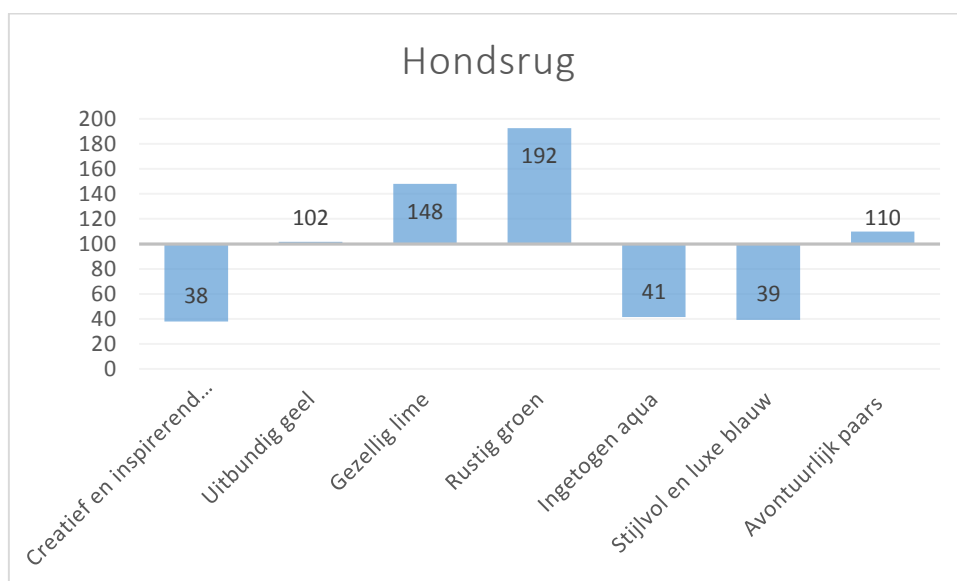
In onderstaande grafiek zetten we de kleuring van het aanbod en de kleuring van de vraag (de bezoeker aan de regio) in Zuidoost Drenthe tegen elkaar af:



In Zuidoost Drenthe zien we een zeer vergelijkbaar beeld met de gehele provincie. Ook hier is sprake van een ‘overaanbod’ voor lime en groen. De rode, blauwe en paarse groepen zien we relatief nog minder aanbod ten opzichte van de vraag.

6.3.2 Vraag en aanbod in de Hondsrug

In onderstaande grafiek zetten we de kleuring van het aanbod en de kleuring van de vraag (de bezoeker aan de regio) in de Hondsrug tegen elkaar af:



Ook in de Hondsrug zien we opnieuw een ‘overaanbod’ voor lime en groen. Net als in de gehele provincie vinden we hier ook relatief weinig aanbod voor de rode en blauwe consument ten opzichte van de vraag. Voor de paarse consument is dit in de Hondsrug echter niet het geval. Het meest opvallende voor de Hondsrug is het relatief weinige aanbod voor de aqua doelgroep ten opzichte van de vraag, omdat deze op provinciaal niveau relatief in evenwicht is.

6.3.3 Vraag en aanbod in de overige regio's.

Vanwege de beperkte steekproef in het CVO voor de regio's Zuidwest Drenthe, de Drentse Hooglanden en de Kop van Drenthe kunnen we het aanbod in deze regio's niet betrouwbaar afzetten tegen de vraag (de bezoeker aan) in de regio's. Daarom geven we in onderstaande tabel aan hoe de kleuring van het aanbod zich verhoudt tot de kleuring van de bezoeker aan **Drenthe als geheel**. *Daar waar belangrijke verschillen bestaan met de regionale vraagcijfers zetten we deze uitkomsten tussen haakjes erachter weer. Bij deze verschillen dient de lezer zich er bewust van te zijn dat de uitkomsten zeer voorzichtig geïnterpreteerd zullen moeten worden. Een voorbeeld: vergelijken we het blauwe aanbod in de Drentse Hooglanden met de blauwe vraaggegevens op Drenthe-niveau, dan zien we een relatief slecht ontwikkeld aanbod. Met de regionale vraaggegevens (met een zeer beperkte steekproef) zien we echter dit blauwe tekort niet meer terugkomen.*

Leefstijlkleur	Zuidwest Drenthe	Drentse Hooglanden	Kop van Drenthe
Cultureel en inspirerend rood	--	--	--
Uitbundig geel	- (0)	-	--
Gezellig lime	+	+	+
Rustig groen	++	++	++
Ingetogen aqua	++ (-)	++	-- (+)
Comfort en luxe blauw	--	-- (0)	--
Sportief en avontuurlijk paars	--	--	+ (0)

- Relatief zeer weinig aanbod
- Relatief weinig aanbod
- 0 Min of meer in evenwicht met vraag
- + Relatief veel aanbod
- ++ Relatief zeer veel aanbod

6.4 Identiteit van de Drentse regio's

In deze paragraaf bespreken we per regio het relevante beleid aangaande verblijfsrecreatie en de kansen en beperkingen voor verblijfsrecreatieve ontwikkelingen. De informatie uit deze paragraaf kan een belangrijke bouwsteen zijn om ontwikkelrichtingen uit dit onderzoek bijvoorbeeld regionaal te koppelen aan actuele beleidsopgaven.

Zuidwest Drenthe

Zuidwest Drenthe bestaat uit de gemeenten Meppel, Hoogeveen, De Wolden, Westerveld. De regio kenmerkt zich ruimtelijk als: *het poortgebied voor Drenthe met 2 steden (Meppel en Hoogeveen), waar de overgang van Laag Nederland (het Westen) naar Hoog Nederland (Drents plateau) zichtbaar*

is. Westerveld is gestart met regiopromotie en noemt het gebied 'het nationale park van Drenthe'. De Wolden gaat zich hier bij aansluiten en ook Hoogeveen denkt over aansluiting.

De regio onderscheidt zich ten opzichte van de andere Drentse regio's door:

- Grote aanwezigheid van natuur: twee Nationale Parken Drents-Friese Wold en Dwingelderveld (grootste natte heidegebied van West-Europa) en Holtingerveld
- De goede ontsluiting naar de rest van Nederland (als poortgebied)
- Zichtbare cultuurhistorie met een uniek verhaal over het ontstaan en de ontginning van het gebied (door de Maatschappij van Weldadigheid) in Wilhelminaoord en Frederiksoord
- Waterpoort Meppel: centrale ligging (in waterrijke regio Noordwest Overijssel en Friesland), waardoor Meppel voor de watertoerist de poort is naar de aantrekkelijke vaarwegen in zowel het oosten als het noorden van Noord-Nederland
- Het 'gave' cultuurlandschap Reestdal: idyllisch natuurrijk boerenland langs een kronkelende grensrivier



Het Dwingelerveld (foto: www.nationaalpark-dwingelerveld.nl)

Aantrekkelijkheid op leefstijlen

Voorals rustig groen en ingetogen aqua komen in Zuidwest Drenthe aan hun trekken door de rust, ruimte en stilte in de Nationale Parken en het 'gave' cultuurlandschap Reestdal. Ingetogen aqua wordt ook getrokken door het verhaal en de Maatschappij van Weldadigheid. Ook cultureel en inspirerend rood waardeert dit unieke verhaal en kan het struinkarakter en de unieke natuurwaarden van bijvoorbeeld het Reestdal waarderen.

Zuidoost Drenthe

Zuidoost Drenthe bestaat uit de gemeenten Coevorden en Emmen. De regio kenmerkt zich ruimtelijk als: *grensgebied met diverse landschapstypen van esdorpenlandschap tot veenontginningslandschap.*

De regio onderscheidt zich ten opzichte van de andere Drentse regio's door:

- Grootschalig vermaak (Dierenpark Emmen, Plopsa Indoor)
- Nationale publiekstrekker: Dierenpark Emmen
- De Veenvaart, nieuwe vaarroute door de Veenkoloniën (tussen Erica en Ter Apel), en het verhaal van de Veenkoloniën (o.a. Emmer Compascuum)
- Uitgestrekte veengebieden
- Historische vestingstad Coevorden



Aantrekkelijkheid op leefstijlen

In Zuidoost Drenthe vinden meerdere leefstijlen wat wils. Rustig groen wordt vooral getrokken door de uitgestrekte veengebieden en het stadje Coevorden. Ingetogen aqua is vooral geïnteresseerd in het verhaal achter de Veenkoloniën en het grootschalige vermaak, zoals Dierenpark Emmen en Plopsa Indoor, heeft voornamelijk aantrekkingskracht op gezellig lime en uitbundig geel.

Hondsrug/Hunzevallei

De regio Hondsrug/Hunzevallei bestaat onder meer uit de gemeenten Aa en Hunze en Borger-Odoorn. De regio wordt ruimtelijk gekenmerkt door: *het landschappelijk contrast = de hoger gelegen Hondsrug (heuvelrug) versus de lager gelegen Hunzevallei (weids oerdal). Tevens valt een groot deel van de Drenthse Aa in dit gebied.*

De regio onderscheidt zich ten opzichte van de andere Drentse regio's door:

- Centraal gelegen in het Geopark Hondsrug – Het eerste Geopark van Nederland: (geologisch erfgoed)
- Het Hunebedcentrum, naast het grote aantal hunebedden– het prehistorische hart van Nederland (archeologisch erfgoed)
- Nationaal Park en Landschap Drentsche Aa²⁰

²⁰ Dat ook voor een groot deel in de gemeente Aa en Hunze, onderdeel van de regio Hondsrug, ligt.



Het Hunebedcentrum (foto: www.hunebedcentrum.eu)

Aantrekkelijkheid op leefstijlen

Het bijzondere landschap en de historie over de Hondsrug spreekt vooral ingetogen aqua aan. Rustig groen komt er vooral voor de natuur. Het archeologische karakter en het bijzondere verhaal heeft in potentie ook aantrekkingskracht op de paarse en rode leefstijl.

Drentse Hooglanden

De regio Drentse Hooglanden bestaat uit de gemeente Midden Drenthe. De regio wordt gezien als: *het groene hart van Drenthe - uitgestrekt plateau bedekt met natuur en boerenland*

De regio onderscheidt zich ten opzichte van de andere Drentse regio's door:

- Uitgestrekte natuur en boerenland (en weinig inwoners)
- Herinneringscentrum Kamp Westerbork
- Museumdorp Orvelte - vol monumentale boerderijen



Museumdorp Orvelte (foto: www.drentslandschap.nl)

Aantrekkelijkheid op leefstijlen

Voor rustig groen en ingetogen aqua zullen zich aangetrokken voelen door de Drentse Hooglanden. Voormalig Kamp Westerbork heeft door haar unieke en ingrijpende geschiedenis waarschijnlijk een aantrekkingskracht op veel meer leefstijlgroepen, waaronder ook meer links in het model (rood en paars).

Kop van Drenthe

De regio Kop van Drenthe bestaat uit de gemeenten Noordenveld, Tynaarlo en Assen. De regio kenmerkt zich ruimtelijk door: *de ligging in het stedelijk netwerk Assen-Groningen*.

De regio onderscheidt zich ten opzichte van de andere Drentse regio's door:

- Het veelzijdige landschap waardoor 'Drenthe in het klein' kan worden beleefd
- Groene long tussen Assen en Groningen
- Waterrijk gebied met watersportmogelijkheden (zeilen, surfen, zwemmen): Leekstermeer, Paterswoldemeer, Zuidlaardermeer
- Zichtbare cultuurhistorie met o.a. een uniek verhaal over het ontstaan en de ontginning van het gebied (door de Maatschappij van Weldadigheid²¹) en het verhaal van de bodem
- Nationale publiekstrekker: TT Assen (tegenwoordig TT Speedweek)
- Nationaal Park en Landschap Drentsche Aa
- (Bijzonder) cultureel aanbod in de vorm van het Drents Museum, met tentoonstellingen met landelijke aantrekkingskracht en het Cultureel kwartier de Nieuwe Kolk
- Nabijheid stad Groningen



Surfen op het Leekstermeer (foto: www.cnossenleekstermeer.nl)

Aantrekkelijkheid op leefstijlen

De diversiteit van het landschap spreekt zowel rustig groen en ingetogen aqua aan. Maar de Kop van Drenthe trekt ook zeker andere leefstijlen. Zo worden rood en paars, naast ingetogen aqua getrokken door het unieke verhaal en de Maatschappij van Weldadigheid. De geografische nabijheid tot de steden met hun voorzieningen (funshoppen, musea, restaurants) trek naast ingetogen aqua

²¹ De Maatschappij van Weldadigheid staat op de voorlopige lijst voor UNESCO Werelderfgoed

ook sportief en avontuurlijk paars²². Tot slot trekt de mogelijkheid tot watersport (zeilen en surfen) cultureel en inspirerend rood en uitbundig geel aan. Rustig groen recreëert liever aan de oever.

De bijzondere, unieke en soms woeste natuur (zoals de Fochteloërveen en de Onlanden) trekt cultureel en inspirerend rood.

Samenvatting

Drenthe en haar regio's hebben waarschijnlijk de meeste aantrekkingskracht op de groene en aqua leefstijlen, maar hebben zeker ook de andere leefstijlen iets te bieden. De accenten liggen per regio wellicht net iets anders. Zo zal Zuidoost Drenthe wellicht relatief wat aantrekkelijker zijn voor de lime en gele leefstijl door de aanwezigheid van wat grotere attracties, en biedt de Kop van Drenthe door haar ligging ten opzichte van de stad Groningen (en Assen zelf) wellicht wat meer aantrekkingskracht op de paarse, rode en gele leefstijlen. De bijzondere natuurgebieden en cultuurhistorie in de verschillende regio's zijn daarnaast waarschijnlijk ook aantrekkelijk voor de paarse en rode leefstijlen.

Natuurlijk wordt de aantrekkelijkheid van een regio niet alleen bepaald door de identiteit, maar net zozeer door het aanbod. We hebben het aanbod aan verblijfsrecreatie daarom in dit onderzoek ook 'gekleurd'²³.

6.5 Ontwikkelingen in de regio's volgens de regio's zelf

Hieronder geven we per regio een overzicht van de verblijfsrecreatieve ontwikkelingen die door de regio als kansrijk worden gezien. Tevens bespreken we de belangrijkste beperkingen die er liggen voor verblijfsrecreatie. De informatie is verzameld op basis van input van de vertegenwoordigers van de regio (gemeenten) en diverse gemeentelijke beleidsnota's.

Samenvatting

Kwaliteitsverbetering van verblijfsrecreatie is de meest genoemde gewenste ontwikkeling in de diverse regio's. Vooral in Zuidwest Drenthe ligt hier een grote opgave door teveel van hetzelfde aanbod (vooral in de gemeenten Westerveld en De Wolden). Naast kwalitatieve ontwikkeling zijn er voornamelijk in Zuidwest en Zuidoost Drenthe ook mogelijkheden voor kwantitatieve ontwikkeling van verblijfsrecreatie (denk vooral aan Meppel en Hoogeveen vanwege beperkt verblijfsaanbod, de Veenkoloniën en bij het Dierenpark in Emmen).

De belangrijkste beperking die er ligt voor verblijfsrecreatie is het gebrek aan voldoende financiële middelen bij ondernemers en gemeenten voor een kwaliteitsimpuls in de verblijfsrecreatieve sector.

6.5.1 Midden-Drenthe

De volgende verblijfsrecreatieve ontwikkelingen worden in de regio als kansrijk gezien:

- vernieuwing of sanering van het bestaande aanbod;

²² Voor deze groep geldt evenwel dat zij ook graag in de stad zelf, waar 'het gebeurt', verblijven. Voor hen is de ligging nabij de steden enkel een aantrekkelijke USP indien de accommodatie waar men kan verblijven ook een bijzondere, unieke invulling heeft gekregen.

²³ Alhoewel het relevant kan zijn, hebben we in dit onderzoek niet het dagrecreatieve aanbod in Drenthe van een kleuring voorzien.

- nieuwe onderscheidende en aanvullende verblijfsrecreatieve accommodaties (niet meer van hetzelfde).

De belangrijkste beperkingen die er in de regio liggen voor verblijfsrecreatie zijn:

- geen ruimte voor ondernemers om te investeren in vernieuwingen (doordat het aantal overnachtingen achterblijft);
- minimale kennis van internetmarketing bij sommige ondernemers, waardoor ze hun aanbod moeilijker via internet te vinden is.

6.5.2 Zuidoost Drenthe

De volgende verblijfsrecreatieve ontwikkelingen worden in de regio als kansrijk gezien:

- toeristische initiatieven die werkgelegenheid opleveren en aanvullend zijn op het huidige aanbod;
- specifieke vormen van verblijfsrecreatie gerelateerd aan de stedelijk netwerken (Coevorden, Emmen), waaronder hotels, conferentieoord en wellness-concepten.
- een verblijfsmogelijkheid op het nieuwe Dierenpark Emmen of in de directe periferie;
- uitbreiding van kleinschalige en kwalitatief hoogwaardige verblijfsaanbod.

De belangrijkste beperkingen die er in de regio liggen voor verblijfsrecreatie zijn:

- de ecologische hoofdstructuur van Drenthe;
- lange ruimtelijke procedures.

6.2.3 Kop van Drenthe

De volgende verblijfsrecreatieve ontwikkelingen worden in de regio als kansrijk gezien:

- kwaliteitsverbetering van verblijfsrecreatie: van kwantiteit naar kwaliteit
- specifieke nieuwe vormen van (kleinschalige) verblijfsrecreatie die de unieke betekenis van Veenhuizen versterken;
- specifieke vormen van verblijfsrecreatie die gerelateerd zijn aan het stedelijk netwerk in 'de Koningsas', tussen Assen en Groningen, waaronder hotels, conferentieoord en wellness-concepten.
- meer koppeling van verblijfsrecreatie aan dagrecreatie (o.a. cultuur en horeca in de stad Assen)

De belangrijkste beperkingen die er in de regio liggen voor verblijfsrecreatie zijn:

- financieel grote opgave voor de regio om als regio 'goede' ondernemers te stimuleren om te blijven investeren en andere ondernemers te stimuleren om te stoppen of in het geval van zomerhuizen, eigenaren stimuleren tot kwaliteitsverbetering of hem stimuleren om de woning terug te geven aan de natuur (sloop);
- een dreigend overaanbod in de verblijfsrecreatieve sector in de gemeente Noordenveld (volgens de beleidsnota), wat zorgt voor een beperking voor nieuwe verblijfsrecreatie;
- de kwetsbaarheid van het Leekstermeergebied waardoor nieuwe ruimtelijke verblijfsrecreatieve plannen rekening moeten bijdragen aan de verbetering van natuur en landschap.

- permanente bewoning, vooral op zomerhuisterreinen (voornamelijk Noordenveld)

6.2.4 Zuidwest Drenthe

De volgende verblijfsrecreatieve ontwikkelingen worden in de regio als kansrijk gezien:

- kwaliteitsverbetering en vernieuwende product-marktcombinaties bij huidige verblijfsrecreatieve bedrijven, passend bij de marktvraag en regionale positionering;
- verblijf verbonden aan vaarrecreatie;
- nieuwe onderscheidende en aanvullende verblijfsrecreatieve accommodaties, specifiek:
 - Meppel: nieuwe hotels, B&B, bungalowpark (in combinatie met de omgeving Nieuwveense Landen), ligplaatsen, camperplaatsen, alternatieve bijzondere vormen van verblijfsrecreatie;
 - Hoogeveen: grootschalige verblijfsrecreatie, verblijfsrecreatie op basis van een ruime leisurebestemming bij recreatieplas Schoonhoven en kleinschalige verblijfsrecreatie;
 - De Wolden: uitbreiding en kwaliteitsverhoging van het aanbod aan accommodaties (meer comfort en luxe), familierecreatieverblijven en combinaties van verblijfsrecreatie met zorg. De komst van een in het oog springende recreatieve trekker is welkom in De Wolden.
 - Westerveld: grootschalige verblijfsrecreatie;
 - Holtingerveld: verblijfsrecreatie in Wapserveen, Wittelte en Uffelte en buiten het natuurgebied ten noorden van Havelte
 - Zuidas: specifieke vormen van verblijfsrecreatie gerelateerd aan de stedelijke netwerken (Hoogeveen, De Wolden en Meppel), waaronder hotels, conferentieoorden en wellness-concepten.

De belangrijkste beperkingen die er in de regio liggen voor verblijfsrecreatie zijn:

- gebrek aan kapitaal bij ondernemers om te investeren, o.a. door de crisis en door de relatief kleine toeristische bedrijven in Zuidwest Drenthe;
- beperkte financiële middelen bij gemeenten om een kwaliteitsimpuls te geven aan de verblijfsrecreatieve sector die bestaat uit veel dezelfde type recreatiebedrijven (kleinere recreatiebedrijven, veel campings en familiebedrijven);
- het ontbreken van (grootschalige) dagrecreatieve voorzieningen in Zuidwest Drenthe
- de aanwezige natuur en effecten van het natuurbeleid, waardoor grootschalige activiteiten en/of uitbreiding moeilijk kunnen zijn vanwege de ligging in of nabij beschermd natuurgebied (voornamelijk in de gemeente Westerveld)
- procedures van bestemmingsplanwijzigingen om te komen tot bedrijfsontwikkeling die doorgaans veel tijd in beslag nemen;
- een stop op de realisatie van solitaire recreatiewoningen, niet bevindende op bestaande of nieuwe complexen om permanente bewoning tegen te gaan (in de gemeente de Wolden);
- de tweede woningcomplexen in het Drents-Friese Wold (ruim 50% van alle huisjescomplexen in het gebied) die volgens de sector bedreigend zijn voor recreatieve kwaliteit van het gebied als geheel;
- doorontwikkeling van de sector door verpaupering van (oudere) recreatiecomplexen zonder centrale beheer- en verhuurorganisatie ten gevolge van permanente bewoning.

6.2.5 Hondsrug / Hunzevallei

De volgende verblijfsrecreatieve ontwikkelingen worden in de regio als kansrijk gezien:

- kwaliteitsverbetering, vernieuwing en innovatie;
- samenwerking tussen bestaande bedrijven;
- verblijfsrecreatie voor bepaalde niches / speciale doelgroepen zoals ruiters, 55+ers, mensen met een beperking en pubers;
- de ontwikkeling van Geopark de Hondsrug, denk bijvoorbeeld aan expedities
- hotels, pensions, groepsaccommodatie en verbrede recreatie (in Aa en Hunze)
- uitbreiding in eerste instantie bij of in plaats van bestaande bedrijven
- nieuwe ontwikkelingen (met een meerwaarde op het bestaande aanbod):
 - in de Veenkoloniën (denk bijvoorbeeld aan kwalitatief hoogwaardige en kleinschalige verblijfsaccommodatie in het Hunzegebied);
 - rondom de Drentsche Aa: kleinschalige ontwikkeling van bestaande verblijfsrecreatie;
 - in het gebied ten zuiden van Rolde: bij bestaande bedrijven en nieuwvestiging in combinatie met versterking van landschap;
 - boswachterijen langs gemeentegrens Aa en Hunze: voor kleine en grote recreatiebedrijven met winst voor de natuur;
 - Aa en Hunze, deel Hondsrug: voor bestaande recreatiebedrijven zonder negatief effecten op natuur of landschap;

De belangrijkste beperkingen die er in de regio liggen voor verblijfsrecreatie zijn:

- dat nieuwe ontwikkelingen geen negatieve gevolgen mogen hebben voor natuur (het liefst met natuurwinst), bijdragen aan de leefbaarheid van het landelijk gebied en economisch rendabel moet zijn (vooral geldend in Aa en Hunze);
- uitbreidingen een duidelijke meerwaarde (bijv. niet meer van hetzelfde) moeten hebben en de economische situatie van een bedrijf versterken;
- de bedreiging door realisatie van windparken
- starten of uitbreiding van boerencampings of verblijfsrecreatie op de Hondsrug - zandgedeelte van Borger-Odoorn – is nauwelijks meer mogelijk door restrictief beleid van Borger-Odoorn door al hoog aanbod aan vakantiehuisjes, B&B en toenemend aantal boerencampings;
- de uitbreiding van de dorpen op de Hondsrug en het belang van openheid op de Hondsrug waardoor bijvoorbeeld de recreatiebedrijven die tussen Gasselte en het Drouwenerzand liggen zijn ingeklemd tussen het dorp en het natuurgebied. Oplossingen kunnen alleen gezocht worden met winst voor natuur of het landschap.

Bijlage 1 Illustraties verblijfsrecreatie voor de leefstijlen

Illustratie verblijfsrecreatie voor uitbundig geel

Aantrekkelijke kenmerken voor de gele groep:	Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de gele groep:
• Veel sportieve mogelijkheden • Veel activiteiten en amusement op de camping, wel eigentijds en 'cool' voor kinderen, zoals bijv. een subtropisch zwemparadijs en animatie. • Veel faciliteiten op het bungalowpark (comfort en gemak) • Iets eigens en bijzonders in de inrichting van het park en de bungalow (geen eenheidsworst) • Lekker genieten van eten en drinken	Gezinscamping met veel faciliteiten, maar ook de luxe van een volledig ingerichte tent. Een kindvriendelijk bungalowpark met veel faciliteiten (en service zoals bedden opmaken en stofzuigen). Hotel met familiekamers en bijvoorbeeld gelieerd aan een themapark.



Illustratie verblijfsrecreatie voor ingetogen aqua

Aantrekkelijke kenmerken voor de aqua groep:	Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de aqua groep:
• Kleinschalige voorzieningen, in ieder geval zonder massale uitstraling • veel fiets en wandelmogelijkheden in de buurt • Plekken die privacy en rust bieden • Bereikbaar met openbaar vervoer • Aandacht voor duurzaamheid • Gericht op de omgeving (en minder op faciliteiten op een camping of bungalowpark zelf) • Luxere bedden en comfortabel meubilair • Een streekgebonden locatie	Bed & breakfast in oude boerenschuur met biologisch, streekgebonden ontbijt Camping in de natuur met veel wandel- en fietsmogelijkheden en informatie over de streek Hotel in historisch pand op een eigentijdse wijze aangekleed, met aandacht voor het verhaal van het pand, de streek en ecologie Bungalowpark dat geen grootschalige <i>uitstraling</i> heeft, maar rust en overzichtelijkheid uitstraalt



Illustratie verblijfsrecreatie voor comfort en luxe blauw

Aantrekkelijke kenmerken voor de blauwe groep:	Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de blauwe groep:
• Luxe en stijlvolle accommodatie • Goede faciliteiten en service • Kwaliteitskeurmerken • Statusverhogend verblijf • VIP-arrangementen • Zakelijke mogelijkheden combineren • Goede culinaire voorzieningen • Gevoel van exclusiviteit • Goed beveiligd	5-sterrenhotel met allerlei luxe voorzieningen en een culinaire keuken en toonaangevend restaurant Bungalow voorzien van alle luxe en gemak, met eigen ruime parkeerplaatsen en voorzien van persoonlijke service Luxe chalets met hotelservice, waarbij de gast verblijft in eigen locatie, maar met de volledige service van een hotel (dagelijks bedden opmaken, schoonmaak etc.) Full-service jachthaven, goed beveiligd



Illustratie verblijfsrecreatie voor sportief en avontuurlijk paars

Aantrekkelijke kenmerken voor de paarse groep:	Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de paarse groep:
• Op zoek naar vernieuwing, verrassing en inspiratie • Hip en trendy • Gericht op het individu, met aandacht voor sportieve mogelijkheden • Anders dan anders • Luxe voorzieningen met al het moderne gemak	Bijzonder verblijf op een camping (bijv. een boomhut), luxe ingericht en verzorgd Unieke bungalow (bijv. iglo of bijzondere architectuur) op een bijzondere plek (bijv. aan het water), luxe ingericht en verzorgd Trendy hotel, met hippe lounge en bijzondere kamers, op een plek 'waar het gebeurt' Bed & Breakfast in een verbouwde hooischuur, op luxe wijze ingericht '



Illustratie verblijfsrecreatie voor cultureel en inspirerend rood

Aantrekkelijke kenmerken voor de rode groep:	Voorbeelden van aantrekkelijke voorzieningen voor de rode groep:
• Creatieve omgeving die inspiratie biedt • Anders dan anders • Mag eenvoudiger, 'back to basic', maar dan wel op een bijzondere manier • Verrassende voorzieningen • Biologische catering en aandacht voor duurzaamheid • Gericht op het individu, met aandacht voor sportieve mogelijkheden	Kamperen in eenvoudig ingerichte tipi-tent of yurt, met mogelijkheid om een kampvuurtje te stoken Bed & breakfast op een bijzondere locatie met creatieve workshops Eenvoudig eigentijds hotel of groepsaccommodatie met veel sportieve mogelijkheden (bijv. om te zeilen) Vlotkamperen, met een eigen plekje op een unieke plek in de natuur

