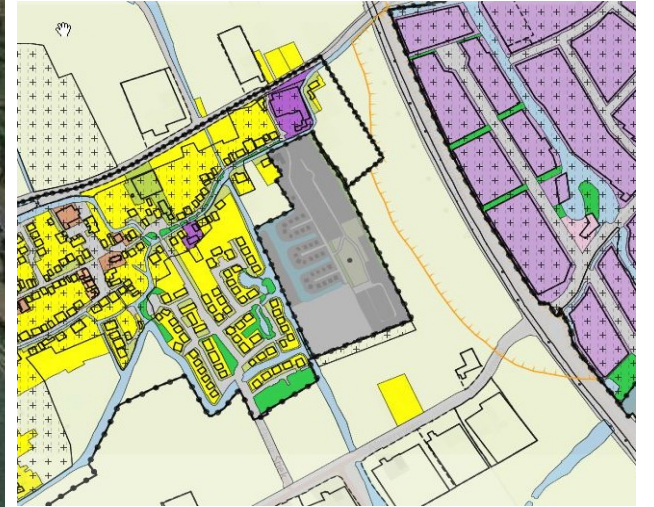


Plan-ontwikkeling 'Klein Giethoorn' te Oppendoes

trb



Een onderzoek in opdracht van
Rima B.V.

Planvisie; Onderzoek COMMERCIELE- EN ECONOMISCHE HAALBAARHEID

Mei 2014

Inhoud



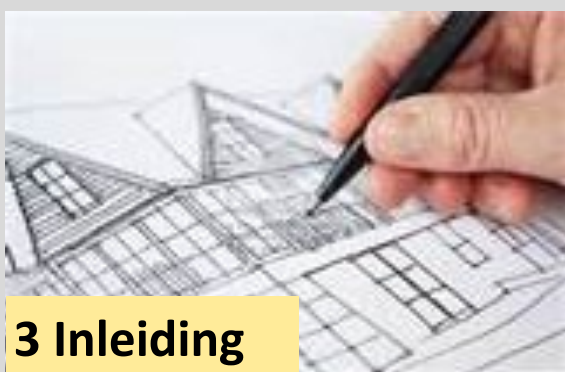
6 Referenties



11 Doelgroepen koop en huur



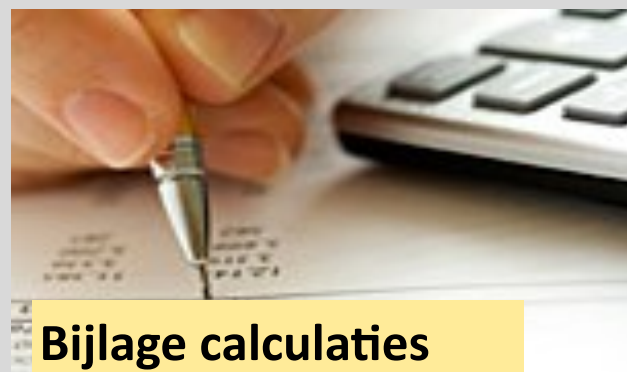
9 Research CVO



3 Inleiding



21 Conclusies



Bijlage calculaties



4 Plangebied



13 Verkaveling

Planvisietoetsing door TRB-bv

Toeristisch Recreatief Beheer onderzoekt voor toeristische bedrijven de mogelijkheden voor uitbreidingen van recreatieparken.

Zij is adviserend bij bedrijfskundige inrichting en/of herinrichting van toeristische locaties door duidelijke structuur voor effectiviteit en efficiëntie middels strategische ontwikkeling. Het ontwerpadvies is gericht op kwalitatieve en financiële resultaten. De samenstelling van calculaties in stichting, bouw, verhuurprognoses en exploitatiebegrotingen zijn met grote zorg verricht.

In deze scan voor Park Klein Giethoorn te Opperdoes tonen we de haalbaarheid door transparantie in ontwikkeling, een samenhang van stichting-, bouw-, exploitatie-, verhuur-, beheer- en verkoopmogelijkheden.

TRB-bv

Hattem

Mei 2014



Inleiding

'Klein Giethoorn'

In de gemeente Medemblik ligt voormalige camping Klein Giethoorn. Momenteel is de camping niet meer in gebruik maar wil zich ontwikkelen naar een hoogwaardig recreatiepark. Het bestemmingsplan 'Opperdoes-Recreatiepark Klein Giethoorn' voorziet in de omzetting van dit verouderde campingterrein voor vaste standplaatsen naar een terrein met een meer gevarieerd toeristisch gebruik.

Het ontwikkelingsplan; De staanplaatsen maken plaats voor een kwalitatieve invulling met 97 recreatieve eenheden voor recreatieve verhuur in wisselend gebruik, te weten 37 bungalows en 60 chalets. Er wordt nadrukkelijk ingezet op duurzaamheid en het aanboren van nieuwe, kansrijke markten (groepsverblijven). De ontwikkeling past in het beleid van de gemeente Medemblik, de provincie Noord Holland en die van de brancheorganisatie Recron.

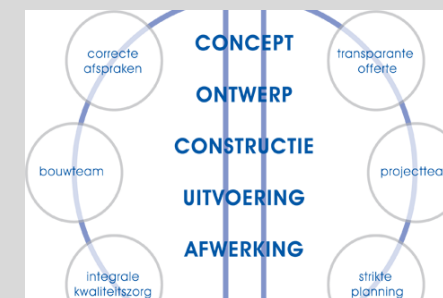
De gemeente Medemblik heeft een wens tot vernieuwing- en kwaliteitsslag in ontwikkeling. De provincie Noord Holland kan ook positief zijn over het plan, ook zij wenst in al haar recreatieve notities een kwaliteitsverbetering van het toeristisch recreatief product binnen haar grenzen.

Rima B.V.

Rima B.V., reeds lange jaren een gevestigd planontwikkelaar in de gemeente Medemblik en is momenteel eigenaar van de camping waarop de plannen kunnen plaatsvinden. In de afgelopen periode heeft Rima B.V. als investeerder en ontwikkelaar van deze recreatieve bestemming gewerkt aan de stedenbouwkundige en architectonische uitwerking van het plan. Dit heeft geleid tot een bijzonder plan; Park 'Klein Giethoorn' genaamd.

Wanneer de gemeente instemt met de uitvoer van het plan is een belangrijke stap gezet in de realisatie van deze recreatievoorziening in Medemblik. Een volgende belangrijke stap is om de marketing van dit project op te starten zodat kopers en recreanten op de hoogte zijn van deze geplande ontwikkeling.

Deze presentatie is een moment opname van de werkzaamheden die tot op heden zijn verricht voor het vormgeven van de vernieuwde camping. Het is een weergave van de kwaliteit en allure die 'Klein Giethoorn' wil nastreven.



De locatie– en omgevingsonderzoek, Klein Giethoorn Opperdoes



Locatie

De locatie ligt in de gemeente Medemblik in de provincie Noord Holland. De camping ligt ten oosten van dorpskern Opperdoes en is circa 6,8 hectare groot.

De voormalige camping was een eenvoudig familie camping met stacaravans op vaste staanplaatsen. Deze exploitatie in de verhuur is stopgezet door een sterke veroudering van die accommodaties. De verhuur van de 30 recreatiebungalows is wel doorgezet maar het park verdient nu een upgrading in aantal en kwaliteit.

Het park heeft nu nog in totaal 30 zeer eenvoudige markt-conform (4-persoons)recreatiebungalows. De camping is 'uit de running'. Een kwaliteitsimpuls is daarom zeer gewenst om het algehele beeld van het terrein en de omgeving een noodzakelijke upgrading te geven.



'De chaletplaatsen zijn 'ontmanteld, het park heeft nu 30 recreatiebungalows.'

De nieuwe ontwikkeling van 'Klein Giethoorn'

Doelstelling

De doelstelling is om een hoogwaardig recreatiepark te realiseren, naadloos overgaand in de omgeving. Op 6,8 ha. grond worden naast de reeds bestaande 30 bungalows 37 hoogwaardige recreatie bungalows en 60 chalets voor verhuur gerealiseerd, wat resulteert in een ruime opzet met voldoende privacy voor de recreanten. De accommodaties worden uiterst duurzaam gebouwd en kenmerken zich door een zeer hoog en gestileerd comfortniveau binnen.

Centrale voorzieningen

Op het park worden centrale voorzieningen gerealiseerd in de vorm van: receptiegebouw met horeca (bar/restaurant), fietsenverhuur, winkel, speelvoorzieningen. De centrale voorzieningen zoals receptie en faciliteiten voor techniek en huishoudelijke dienst zijn op het park en worden eigendom van de vereniging van eigenaren van de recreatieaccommodaties. Het beheer van deze voorzieningen wordt professioneel uitbesteed.

Chalets & Bungalows

De recreatieonderkomens zijn allemaal vrijstaand met uitzondering van 5 geschakelde zorg/miva* appartementen en verschillen duidelijk van elkaar doordat ze ontworpen zijn door meerdere architecten/leveranciers. Er zijn woningtypes voor 4, 6 personen + 3 groepsaccommodaties van 14 personen. In de ontwerpen is meegenomen dat het buitenleven binnengehaald is door onder andere te werken met veranda's. De inrichting van de accommodaties is turn-key/wordt volledig verzorgd.

- Gebruik als 2^e woning

Bij verhuur rust er een verplichting de aangeschafte bungalow/chalet te verhuren via een vastgestelde verhuurorganisatie.

Permanente bewoning is uitgesloten. De verhuurverplichting via vastgestelde verhuurorganisatie wordt opgenomen in de koopovereenkomst van de nieuwe chalets en recreatiewoningen.

- Gebruik als hotelfaciliteit

Verhuur van de accommodaties geschiedt per week, midweek en weekend, tevens kan hotelfunctie* worden geboden voor ondersteuning van benodigde overnachtingscapaciteit bij bijvoorbeeld evenementen.

Belegging

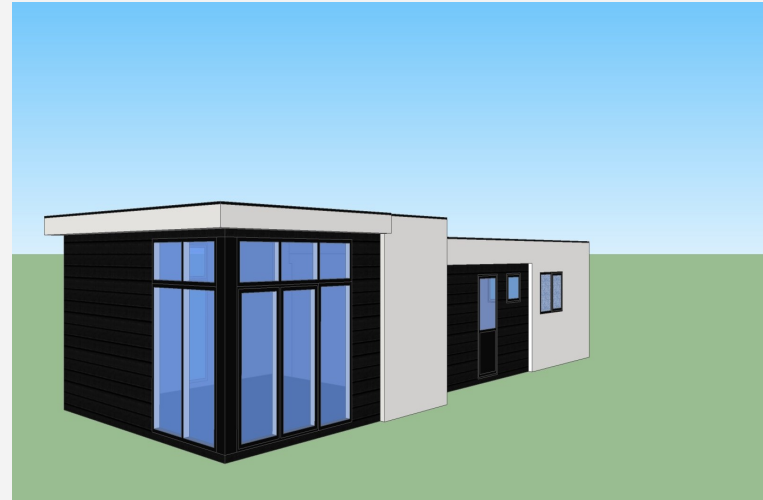
De recreatieaccommodaties kunnen door hun kwaliteit goed worden verhuurd. De vraag naar binnenlandse vakanties neemt nog steeds toe**. Met name door de ligging en mate van luxe van de onderkomens, maar zeker ook doordat de vraag naar recreatieonderkomens met comfort voor gasten stijgt. Het huidige aanbod hiervoor in Medemblik is laag. De verhuur wordt centraal door een professionele verhuurorganisatie gedaan. Het beheer wordt door een professionele organisatie verzorgd.

*Miva is een afkorting voor minder-valide accommodatie

** bron CVO continu vakantie onderzoek

De vrijetijdseconomie is een belangrijk onderdeel van de regionale economie'.

Referenties: Toekomst is modern recreëren met sfeer en beleving.



Chalet referentie

'Optische beleving en uitstraling zijn ook kopers wensen en verkoop bevorderend'.

Gemeente Medemblik Visie en beleid toerisme en recreatie 1/2

De gemeente Medemblik kan inzetten op recreatie en toerisme. Deze gemeente biedt een gevarieerd aanbod aan verblijfsrecreatie, horeca, retail, fiets-, wandelpaden. Genoeg ingrediënten om deze sector te versterken. Daarbij wordt recreatie en toerisme een steeds belangrijkere economische pijler. Opvallend genoeg neemt de laatste jaren het aantal uren vrije tijd af, maar het aantal activiteiten buitenshuis neemt toe. En daarmee ook de bestedingen. Nederlanders geven gemiddeld 25 % van hun huishoudelijk budget uit aan vrije tijd. Dat is in totaal zo'n 35 miljard per jaar. (Bron CVO)

De vrijetijdsector bestaat in grote lijnen uit:

- attracties en vermaak
- kunst en cultuur
- sport en spel
- wellness en health
- horeca en uitgaan
- festivals en evenementen
- verblijfsaccommodaties en zakelijk toerisme
- toeristische infrastructuur
- natuur.

De gemeente kan het als een gemiste kans zien om deze beleidsvelden niet in onderlinge samenhang te brengen.

Met het samenbrengen ervan komt ze tot de kern van een gezonde aanpak, een goed beleid voor Recreatie en Toerisme. Dit beleid integraal inzetten zorgt voor nieuwe vormen van samenwerking tussen bestuur, bedrijven en inwoners. Dit levert zeker gewin op, meer banen en daardoor meer bestedingen. Gemeente, bedrijven en inwoners van de gemeente plukken de vruchten van een levendige en gevarieerde leefomgeving. Toeristen genieten van de vele mogelijkheden.



'De vrijetijdseconomie is een belangrijk onderdeel van de regionale economie'.

De gemeentelijke visie op gebied van toerisme en recreatie 2/2

De toekomstplannen van de gemeente Medemblik in een nutshell

Kwaliteitsverbetering: ruimere recreatie-onderkomens. Duidelijke voorwaarden zijn opgesteld voor exploitatie en uitbreiding van recreatiemogelijkheden, waarin o.a. aandacht in de contracten om **permanente bewoning tegen te gaan**. Voorwaarden opstellen m.b.t. landschappelijke inpassing. Verpaupering van bestaande recreatieparken opheffen door bij herontwikkeling/uitbreiding voorwaarde te stellen dat bestaande recreatieterreinen zeer kwalitatief opgeknapt moeten worden.



Voor de gemeente Medemblik is het zaak het profiel van de gemeente als plek voor een prettige vrijetijdsbesteding te versterken. Met het invoeren van een dergelijk gewenst Toeristisch Recreatief beleid wordt een gewenste ontwikkeling van recreatie en toerisme beïnvloed. Ondernemers uit de regio hebben bovendien behoefte aan een welwillende overheid, die eerlijk, duidelijk is in de volle breedte over de mogelijkheden en die afspraken met de ondernemers nakomt.

Bedrijven die willen investeren, die weten wat ze aan de overheid hebben, kunnen hun plannen/activiteiten hierop afstemmen en durven dan ook te investeren.

'Gemeente ziet in dat een kwaliteitsverbetering in recreatie voorzieningen noodzakelijk is.'

Marktanalyse verhuurmarkt (1/2)

Het Continu Vakantie Onderzoek, een onderzoeksgaan dat jaarlijks zijn recreatiecijfers publiceert heeft onderzoek gedaan naar de wensen en voorkeuren van verblijfsrecreanten. Deze uitkomsten worden door het CBS altijd in het najaar gepubliceerd. Uit de meest recente uitgave van november 2013 ontleen wij het hieronder beschreven beeld.

- De behoefte aan meer privacy en comfort beperkt zich niet tot de thuissituatie, ook de recreatiesector dient hieraan tegemoet te komen.
- De locatie omgevingsfactor is het belangrijkste criterium bij de keuze van een verblijf op een recreatiebedrijf.
- Kleinschalige parken met veel ruimte en groen, maar zonder grootschalige centrale recreatievoorzieningen aan de ene kant en grote centra met 'alles erop en er aan' aan de andere kant, mogen zich in een ruime en groeiende belangstelling verheugen. Wat hier tussenin zit, heeft het moeilijk.

De aanschaf van tweede recreatieonderkomen is steeds meer in trek.

390.000 Nederlandse Huishoudens (5,5%) van plan is de komende 5 jaar een tweede onderkomen aan te schaffen. (bron NRIT) De wensen omtrent de voorzieningen van een tweede recreatiewoning worden bepaald door de huidige levensstandaard van de huishoudens. Door de door jaren heen "relatief" verbeterde economie en dus ook de verbeterde levensstandaard is het daarom logisch dat de behoefte aan **luxueuze voorzieningen** binnen de tweede recreatiewoning zijn gestegen.

Samenwerking stimuleren tussen recreatie- vakantieparken en middenstand, leisurefaciliteiten e.d.

Bijvoorbeeld: wanneer de vakantiegangers aankomen is de koelkast reeds gevuld en staan de verhuurfietsen klaar voor een tocht door de omgeving. Zo kan de vakantie meteen beginnen.

Drie-generatie-vakantie. Ruim 1 op de 3 Nederlanders gaat wel eens met kinderen en grootouders op vakantie; een toename van 20% (Bron CVO) Door ruimere recreatie-onderkomens kan deze doelgroep ook bediend worden.

Combinaties vakantie, zorg bieden en wellness. Dit kan door bijvoorbeeld samen te werken met thuiszorg of en met ziekenhuizen.

Vakantieparken meer inrichten op ouderendoelgroep met de komende vergrijzing met zorgvraag in zicht.



'De groep actieve senioren blijft groeien, aandeel 55+ stijgt van 35% naar 40% in 2020'.

Marktanalyse verhuurmarkt (2/2)

Profilering **onderscheidingsvermogen is van groot belang** in het 'internettijdperk' met een alsmaar toenemende mate van transparantie. De toeristische recreanten hechten sterk aan goede informatie over de omgeving van het recreatiebedrijf. Dit hangt samen met het feit dat zij vooral activiteiten buiten het park ondernemen, zoals wandelen en fietsen door de omgeving, bezoek van evenementen, attracties en bezienswaardigheden. Gezinnen met kinderen richten zich in hun keuze voor een bepaald bedrijf veelal op de recreatievoorzieningen van het recreatiebedrijf (zwembad, strand, speelvoorzieningen, recreatieactiviteiten, slechtweertactiviteiten). Zij zijn in hun activiteiten in ruime mate op het bedrijf zelf gericht. Ook de aanwezigheid van toeristische (kinder)attracties in de nabije omgeving speelt voor deze doelgroep een belangrijke rol. De 'belevingswaarde' speelt een steeds grotere rol bij de waardering van de recreatiesector. De recreant van vandaag is meer en meer op zoek naar piekbelevingen en spectaculaire ervaringen tijdens zijn vakantie of weekendje weg.

Kwaliteit bieden is een must voor elk recreatiebedrijf. Dit geldt zowel voor het fysieke product als voor de immateriële aspecten (dienstverlening, sfeer, ook in faciliteiten). Deze onderdelen zijn van even groot belang; het ene kan niet zonder het andere.

Vergrijzing: de groep actieve senioren blijft groeien; het aandeel 55+ers groeit van 33% naar 40% in 2020.

Hierdoor neemt naar verwachting de vraag naar wellness- en gezondheidsvoorzieningen in de vrije tijd toe.

Eigendomsverhoudingen

Bij nagenoeg alle recreatieparken in Nederland is sprake van gesplitst eigendom. Grond en recreatieonderkomens zijn in handen van diverse individuele eigenaren, die het park of zelf exploiteren of overlaten aan een professionele verhuur coördinator.

Thematisering en belevingswaarde

In algemene zin kan worden gesteld dat het **verhuuraanbod op een park groter is dan de vraag**, althans in grote delen van het jaar. **Voor goede bezettingen vraagt dat om verbijzondering van het aanbod.** Voor een goede bezetting is namelijk meer nodig dan een '13 in een dozijn chalet'. Parken met een herkenbaar en aansprekend profiel doen het daarom beter dan 'gewone' parken en huisjes met toegevoegde waarde (qua bouwstijl, materiaalkeuze, inrichting, voorzieningenniveau of thematiek) scoren hoger dan standaardchalets die je overal aan kunt treffen. Uit ervaring blijkt dat **'onderkomens met iets extra' beter bezet** zijn dan dezelfde chalets in de standaardcategorie op hetzelfde park. Daar staat tegenover dat **profilering op een specifieke doelgroep het aanbod onaantrekkelijk maakt voor anderen.**

Uit representatief parkgastenonderzoek door Landal GreenParks, marktleider in verhuur van recreatieve verhuurobjecten, kan worden opgemaakt dat de huurders van recreatiebungalows de volgende wensen hoog op hun lijstje hebben staan:

magnetron, oven, vaatwasser, open haard, wasmachine, flat-screen tv's (ook op slaapkamer), abonnement op filmnet, internetaansluiting, wifi, luxe badkamers met bad én douche, apart toilet (niet in de badkamer), sauna, luxe keuken en een grote centrale woonkamer.



'De recreatie onderkomens met iets extra's hebben overwegend betere rendementen'

Doelgroepen vanuit de verhuurmarktanalyse 1/2



Gezinnen met niet schoolgaande kinderen

gezelligheid op het park
dieren
een leuke omgeving in de natuur
kunnen het hele jaar op vakantie
niet gebonden aan schoolvakanties
kind vriendelijkheid
kind veiligheid



55+ "Zilveren generatie" Senioren

luxe, comfort gezelligheid veiligheid
niet veeleisend in voorzieningen
leuke dingen zoals fietsen wandelen
komen in rustige en lage prijsperiodes
komen buiten het hoogseizoen
sterk groeiende doelgroep



Gezinnen met schoolgaande kinderen

gezelligheid op het park, dieren
een leuke omgeving in de natuur
strand, aangereikt vertier, horeca
gebonden aan schoolvakanties
Kind vriendelijkheid



Drie generaties & groepen

grote accommodaties voor gezelligheid
privacy (eigen badkamer met toilet)
saamhorigheid gezin, team, samen zijn
horeca, groepsanimatie mogelijkheden
komen buiten het hoogseizoen
komen veelal in de weekenden

De gasten van Klein Giethoorn

Op welke doelgroepen voor verhuur kan Klein Giethoorn zich richten, in onze opzet denken wij aan; gezinnen met niet schoolgaande kinderen, gezinnen met schoolgaande kinderen in de vakantieperiodes, de 55+ senioren, drie generatiegroepen en sportgroepen.

De verblijfsrecreanten in Provincie Noord Holland zijn te verdelen over vijf belevingswerelden: uitbundig geel, gezellig lime, rustig groen, ingetogen aqua en avontuurlijk paars.

De grootste doelgroep is "Gezellig lime". Ook "Ingetogen aqua" en "Uitbundig geel" zijn goed vertegenwoordigd.

Op het park te Opperdoes wordt binnen een straal van maximaal dertig kilometer van dit huisadres 70 % van alle vrijetijdsactiviteiten ondernomen zoals bijvoorbeeld een strandbezoek. Voor gemeente Medemblik geldt dat het grootste gedeelte van de recreanten uit een straal van maximaal anderhalf uur reistijd komen. Dit betekent veel bezoekers uit de regio Noord-Zuid Holland, Friesland, Overijssel en Flevoland

"Gezellig lime en rustig groen gasten" vormen binnen voornoemde gasten daarmee de grootste te bewerken doelgroep.

De activiteiten die het meest door deze parkgasten zullen worden ondernomen zijn wandelen, strandbezoek, fietsen voor plezier, cultuur snuiven, sporten, shoppen en uit eten gaan in restaurants en eetcafés.

Het beeld van de gastprofilering is "Gezellig lime" en "Rustig groen". Het is daarom noodzakelijk om een product te ontwikkelen wat totaal past bij deze doelgroepen.

Op de volgende pagina presenteren wij het BSR kleurenbeeld bij de betreffende doelgroepen. Door middel van beschreven kleuren wordt gekeken naar lifestyle.

'De omgeving en de faciliteiten zijn voor alle doelgroepen bijzonder interessant.'

Doelgroepen voor huur vanuit een beleving kleurenprofiel Smartagent 2/2



Gezinnen met niet schoolgaande kinderen

gezelligheid op het park, dieren
een leuke omgeving in de natuur
kunnen het hele jaar op vakantie
niet gebonden aan schoolvakanties
kind vriendelijkheid
kind veiligheid



55+ “Zilveren generatie” Senioren

luxe, comfort gezelligheid veiligheid
niet veeleisend in voorzieningen
leuke dingen zoals fietsen wandelen
komen in rustige en lage prijsperiodes
komen buiten het hoogseizoen
sterk groeiende doelgroep



Gezinnen met schoolgaande kinderen

gezelligheid op het park, dieren
een leuke omgeving in de natuur
aangereikt vertier, horeca
gebonden aan schoolvakanties
Kind vriendelijkheid
Selfservice concepten

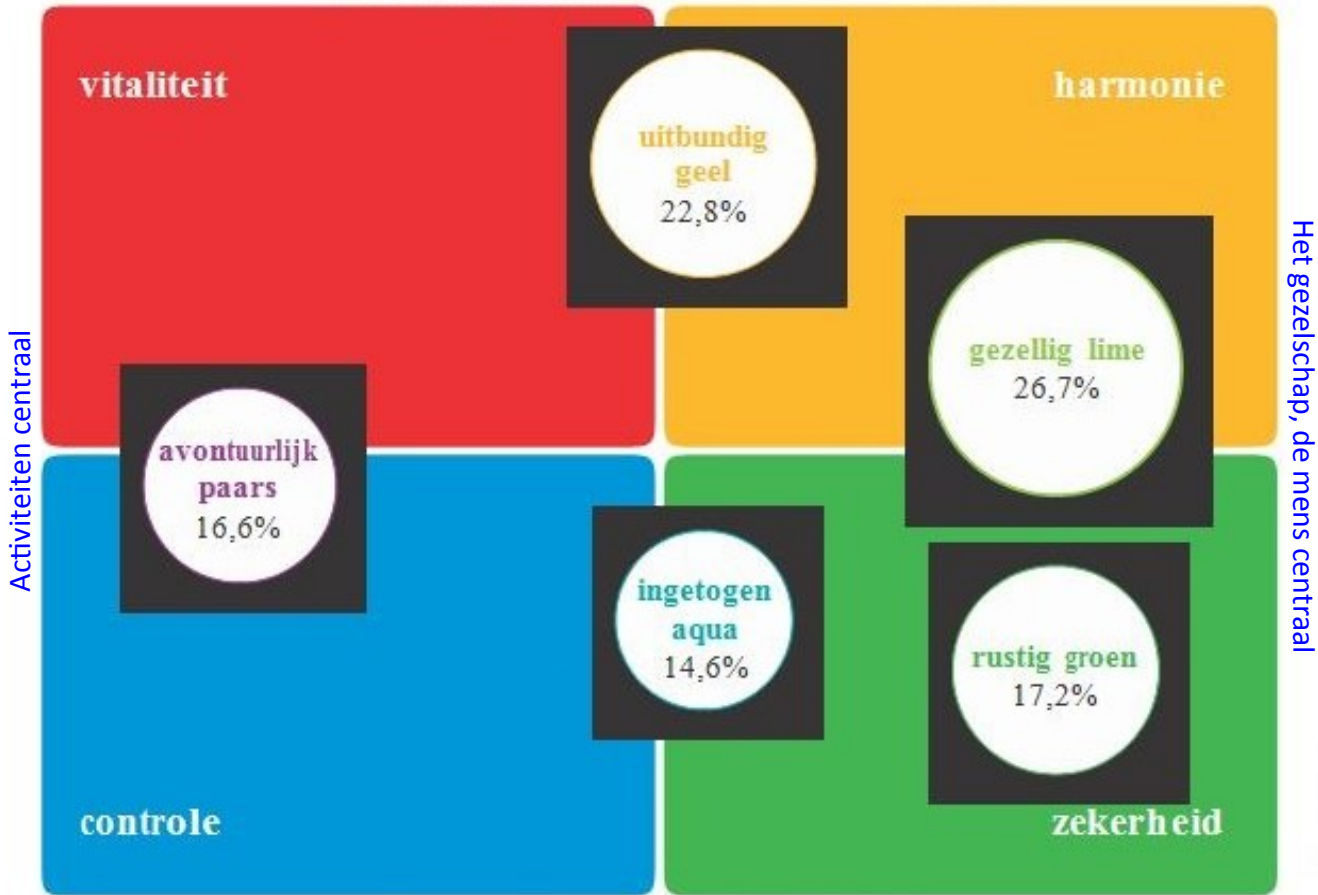


Drie generaties & groepen

grote accommodaties voor gezelligheid
privacy (eigen badkamer met toilet)
saamhorigheid gezin, team, samen zijn
horeca, groepsanimatie mogelijkheden
komen buiten het hoogseizoen
komen veelal in de weekenden

De Nederlandse verblijfsrecreant is als volgt onder te verdelen:

Vakantie is activiteit, jezelf uitleven en inspanning



Vakantie is ontspanning en tot rust komen

Bron: BSR model

‘vitaliteit, harmonie, zekerheid en controle’.

Verkavelingsplan en mogelijkheden

De ontwikkelingsmogelijkheden

Grondexploitatie

In totaliteit bedraagt de locatie circa 6,8 hectare.

De doelstelling is om op de locatie een bungalow/chalet verhuur recreatiepark te realiseren. De uitstraling in look & feel zijn hoogwaardig kwalitatief. Het geheel gaat naadloos over in de bestaande omgeving en zal gebruik willen maken van de omliggende faciliteiten. De onderkomens hebben allen een zeer hoog en gestileerd comfortniveau. Aan het parkbeeldplan, de tuinen en wegen en paden worden middels het parkreglement onderhoudseisen gesteld.



Voor een gedetailleerde uiteenzetting van de ontwikkelingsplannen verwijzen wij u naar het Beeldkwaliteitsplan Recreatiepark Opperdoes-Klein Giethoorn (RHO Adviseurs B.V.)

'De optimale bungalow/chaletmix is afgestemd op de vraag vanuit de kopers- en huurdersmarkt.'

Doelgroepen uit de koopmarktanalyse 1/2 met Financiering door belegging



Als **primaire doelgroep** qua verkoop van een recreatieobject worden **(kleine) beleggers** gezien. Voor (kleine) beleggers is het rendement op **geïnvesteed vermogen** het doel van handelen. Om te bepalen of het recreatie project voldoende rendement (uit verhuur) kan bieden wordt gekeken naar elementen die de concurrentiekracht van een recreatiepark bepalen, zoals aantrekkelijkheid toeristengebied, bijzondere omgeving (stad, cultuur, natuur), onderscheidend vermogen van het project, organisatie (management, marketing, bekendheid), hoogte van de investering, etcetera.

De concurrentiekracht van het voorgestelde concept voor een recreatiepark in Medemblik wordt **in grote mate bepaald door een benodigde betrokkenheid van een goede professionele verhuur- en beheerorganisatie en het prijsniveau**. De eigen concurrentiekracht van het gebied en het concept zijn te beperkt. Vooral de bekendheid en de prestaties van de landelijk opererende verhuurorganisatie, en daarmee **het vertrouwen van de belegger** voor wat betreft de risico's, dragen in belangrijke mate bij aan het succes.

Beleggers zijn steeds meer gericht op het spreiden van de beleggingsportefeuille om risico's te verkleinen. Ook recreatief vastgoed heeft daarom steeds meer belangstelling. Het feit dat de afgelopen decennia de sector zich heeft geprofessionaliseerd (schaal, internationalisering, management ketenbedrijven) en **'harde' garanties voor verhuur kunnen** worden afgegeven, draagt ook bij aan het succes.

Andere doelgroepen

Er is een **belangrijk onderscheid tussen de doelgroep van beleggers en andere doelgroepen**. Bij beleggers is hoofdzakelijk het verwachte of gegarandeerde rendement op het geïnvesteed vermogen van belang. Voor andere doelgroepen is een recreatiechalet meer **een 'emotiegoed'**. Dit houdt in dat andere, vaak minder rationele, motieven bij de aankoop of huur van de woning belangrijk(er) zijn. Voor andere doelgroepen wordt onderscheid gemaakt tussen ondernemers/vrije beroepen, senioren (55+), empty nesters (40-60 jaar), jonge tweeverdieners, gezinnen uit stedelijke gebieden en streekgebonden doelgroepen. In navolgend overzicht worden voor de doelgroepen voor de aankoop van een recreatiechalet hun bijbehorende **koopmotieven** en criteria weergegeven.

'Een recreatiechalet is ook een belangrijk emotiegoed'.

Doelgroepen uit de koopmarktanalyse 2/2

Park Klein Giethoorn is met name geschikt voor:

Senioren (55 +): Klein Giethoorn is voor deze doelgroep een aantrekkelijke combinatie van een belegging (pensioen) met 'stedelijk recreëren' nabij de stadskern Medemblik. Het park heeft een 'menselijke maat'. Tevens is het ook mogelijk om de recreatiewoning in de wintermaanden te gebruiken en is er een beheerder (services, veiligheid). Ook voor deze doelgroep is het rendement (op de meer korte termijn) en de inzet van een professionele verhuurorganisatie van belang. De geboden faciliteiten, voorzieningen en beheerdiensten, welke op het park aanwezig zijn geven een veilig en betrouwbaar gevoel.

Empty nesters (40-60 jaar): een relatief rustige omgeving van de locatie zijn voor deze doelgroep belangrijke elementen bij de keuze voor de aankoop van een recreatieobject. De aanwezigheid van faciliteiten in de directe nabijheid maken het concept voor deze doelgroep aantrekkelijker.

Voor bovenstaande doelgroepen geldt dat interesse voor een groot deel beïnvloed wordt door kennis en ervaring met de omgeving van de provincie Noord Holland. Geïnteresseerden uit deze doelgroep gaan bijvoorbeeld al geregeld op vakantie in dit gebied of komen oorspronkelijk uit dit gebied.

Binnen deze groepen heeft dit concept een plaats in de top van het ouder segment. Het bezit van een recreatiewoning heeft in dit segment **een duidelijke meerwaarde** dan in vergelijking met een tent op een seizoenplaats. **Zo kan men er nu ook "jaarrond" naar toe**, is het comfortniveau hoger (slaapplaatsen) en geeft dit concept in dit segment een zekere mate van status (verhuur/belegging).

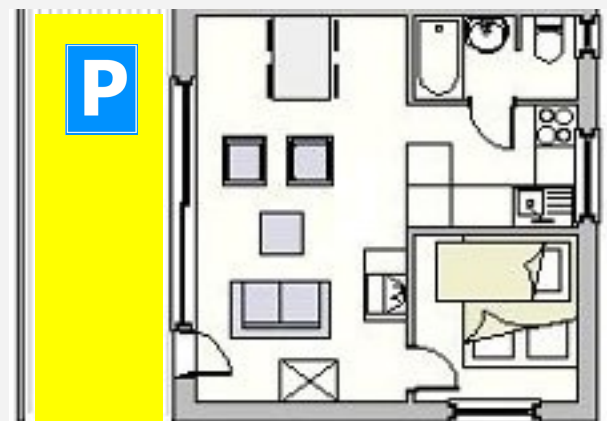
De doelgroepen hebben behoefte aan privacy en een vrijstaand object. Om ook op deze markt een serieuze concurrentiepositie te verwerven, moet aan deze voorwaarden voldaan worden.



'Kopers-interesse wordt beïnvloed door kennis en ervaringen met de omgeving'.

Koopmotieven voor beleggers

Kenmerken		Bezitters in Nederland		Plannenmakers
Omgeving bestemming	1	landschappelijke omgeving	1	landschappelijke omgeving
	2	<u>bereikbaarheid</u>	2	bereikbaarheid
	3	sportieve mogelijkheden	3	sportieve mogelijkheden
	4	<u>watersportmogelijkheden</u>	4	watersportmogelijkheden
	5	<u>recreatieve mogelijkheden</u>	5	recreatieve mogelijkheden
	6	<u>cultuur historische mogelijkheden</u>	6	eigen ervaringen in deze regio
	7	<u>familie/vrienden in deze regio</u>	7	mogelijkheden tot golf
Kenmerken		Bezitters in Nederland		Plannenmakers
Voorzieningen bungalow	1	<u>eigen tuin/terras/balkon</u>	1	eigen tuin/terras/balkon
	2	<u>meerdere slaapkamers</u>	2	meerdere slaapkamers
	3	<u>grotere woningen meerdere badkamers</u>	3	grotere woningen meerdere badkamers
	4	<u>parkeerplaats/garage</u>	4	parkeerplaats/garage
Kenmerken		Bezitters in Nederland		Plannenmakers
Voorzieningen omgeving	1	<u>eigen parkeerplaats</u>	1	eigen parkeerplaats
	2	<u>horeca</u>	2	horeca
	3	<u>watersportvoorzieningen</u>	3	overdekt zwembad
	4	<u>speeltuin/toestellen</u>	4	winkel
	5	<u>winkel</u>	5	watersportvoorzieningen



De onderstreepte items voldoen voor de beoogde situatie op Klein Giethoorn

Bron NRIT ; onderzoek koopmotieven
2e woning aankoop

'Goede bereikbaarheid, vele recreatiemogelijkheden, een eigen tuin en eigen parkeerplaats.'

Koopmotieven uit het 2e woningonderzoek NRIT

Kenmerken	Bezitters in Nederland		Plannenmakers		
Type	1	<u>vrijstaand</u>	52%	1 <u>Vrijstaand</u>	72%
	2	geschakeld	19%	2 geschakeld	11%
	3	appartement	17%	3 appartement	14%
	4	luxe villa	8%	4 luxe villa	0%
	5	anders	4%	5 anders	3%
Kenmerken	Bezitters in Nederland		Plannenmakers		
Grootte	1	<u>5 tot 6 personen</u>	54%	1 <u>5 tot 6 personen</u>	67%
	2	<u>3 tot 4 personen</u>	27%	2 <u>3 tot 4 personen</u>	20%
	3	7 tot 8 personen en groter	7%	3 7 tot 8 personen	10%
	4	<u>1 tot 2 personen</u>	7%	4 overig	3%
	5	overig	5%		
Kenmerken	Bezitters in Nederland		Plannenmakers		
Prijs		gemiddeld € 275.000,-		gemiddeld € 190.000,-	
	1	€ 200.000,- - 350.000,-	43%	1 <u>€ 100.000,- - 200.000,-</u>	55%
	2	<u>€ 100.000,- - 200.000,-</u>	28%	2 € 200.000,- - 350.000,-	36%
	3	€ 350.000,- - 500.000,-	15%	3 € 50.000,- - 100.000,-	9%

De onderstreepte items voldoen voor de beoogde situatie op Klein Giethoorn

Bron NRIT ; onderzoek koopmotieven
2e woning aankoop



‘vrijstaande nieuwe trendy 6-persoons bungalow in de prijsklasse rond € 200.000,-’ excl. btw.

Koopmotieven doelgroepen voor een 2e woningaankoop op Klein Giethoorn



Doelgroep		Motief		Criteria
Vrije beroepen				
	1 2 3	ontvluchten alledaagse stress fiscus status	1 2 3 4 5	maximaal 1,5 uur reistijd rustige omgeving met fraaie natuur veel privacy ongedwongen sportieve mogelijkheden golf watersport, fietsen en wandelen. kwaliteit ruime chalet, luxe voorzieningenniveau geen besloten park idee
Senioren (55+)				
	1 2	belegging pensioen 'buiten' wonen	1 2 3 4 5	karakteristieke, beschutte omgeving met aantrekkelijke natuur, strand rust met enige gezelligheid (ontmoeten) nabij stadskern gebruik woning in de wintermaanden beheerder services, veiligheid, zekerheid, Landal
Empty nesters (40-60)				
	1 2 3	ontvluchten eigen woonomgeving rust en ruimte status	1 2 3 4	privacy en eigen identiteit woning liefst kleiner en besloten park Ook geen verplichte verhuur-mogelijkheid iets extra's in nabijheid, watersport, golf, health

Bron NRIT ; onderzoek koopmotieven
2e woning aankoop

‘Rust, privacy en status’.

Koopmotieven doelgroepen voor een 2e woningaankoop op Klein Giethoorn



Doelgroep		Motief		Criteria
Jonge tweeverdieners				
	1 2	ontvluchten van dagelijkse stress status ('bezit van een 2e recreatie woning')	1 2 3 4 5	korte afstand (maximaal 1 uur rijden) rustige omgeving met veel natuur, groen en ruimte sportieve recreatie (wandelen, fietsen, paardrijden, kanoën en overige watersport, strand) luxue chalet met veel privacy shoppen, outletcentra
Gezinnen uit stedelijke gebieden				
	1 2 3	ontvluchten eigen woonomgeving rust en ruimte, buiten zijn uitsparen 'vakantie'	1 2 3 4 5 6	reistijd tussen ½ en 1 uur privacy en eigen identiteit chalet geen beperkingen voor inrichting en tuin geen verplichte verhuur mogelijkheid kindervoorzieningen (animatie, sport toerisme) groter park mag
Streekgebonden				
	1	streekbinding ('roots')	1 2	nabij geboorteplaats herkenbaarheid en identiteit

Bron NRIT ; onderzoek koopmotieven 2e woning aankoop

Status, snel bereikbaar', ontvluchten aan de hectiek van drukke baan of voor rust en terug naar de roots'.

Belangrijke bevindingen uit de recreatiebranche.

De vakantiemarkt is een grote volwassen markt, waarin **marktsegmentatie en productdifferentiatie nodig zijn om een aandeel te verwerven, dan wel te behouden**. De vraag is zeer gefragmenteerd en de behoeften zijn de laatste jaren sterk veranderd. Zowel de regio als de **aanbieders zullen daarom op deze behoeften moeten inspelen om hun marktposities te behouden**.

Individualisering komt naar voren in de voorkeur van de **consument** om zich te **willen onderscheiden van anderen**. Dit onderscheiden kan bijvoorbeeld door middel van de gekozen accommodatie. Door te kiezen voor een luxe accommodatie, zegt dit als het ware iets over de status en/of levensstijl van de consument. **Het individu wil zich graag profileren en daarom is (een sterke) differentiatie door de regio en aanbieders gewenst**.

Een andere waarneembare trend is intensivering, wat duidt op **de opkomst van de belevingscomponent** in heel veel belevingsgebieden. Werk, relaties, gezin, contact, sport en vakantie worden gewaardeerd naar mate waarin ze 'leuk' of 'lekker' zijn, **avontuurlijk maar liefst zonder teveel risico**.

De parkgast ziet beleving als verrijking. De regio en de aanbieders moeten sterker dan eerst inspelen op bijzondere belevingen, zoals (streekeigen)architectuur, tradities en producten. Andere vormen waarin het **belevingsaspect** kan terugkomen zijn **actief, fun, attractie, natuur, gezondheid en bezinning**.

In tegenstelling tot korte vakanties in de kampeersector of in overige toeristische logiesvormen heeft **het aantal korte vakanties in een luxe onderkomens over de afgelopen jaren een licht stijgende lijn vertoond**.

Stijgende trend aantal korte vakanties in Nederland en bungalow/chalet vakanties doen het goed en bovendien blijkt uit recente analyse van CVO* dat er sprake is van **een structurele groei voor de korte toeristische vakanties van Nederlanders in zomerhuisjes/chalets/vakantiebungalows** in Nederland.

Vergrijzing biedt volop kansen in de nabije toekomst.

Volgens de termijnprognose van het CBS zal het aantal Nederlandse inwoners van 20 tot 65 jaar tussen 2007 en 2040 dalen van circa 10,3 miljoen tot ongeveer 9,6 miljoen.

*CVO = Continu Vakantie Onderzoek

'De opkomst van een belevingscomponent.'

Conclusies 1/3

Op basis van het voorgaande concluderen wij het volgende.

De volgende algemene markttrends zijn (nog steeds) relevant:

- Consumenten **hechten** in toenemende mate **belang aan individualisering, beleving, gemak en grootte in luxe.**
- De **toename van korte vakanties heeft zich verder doorgezet**, korte vakanties in bungalows en chalets zijn verder toegenomen, kampeervakanties nemen af, voor Klein Giethoorn betekent dat een aanbeveling voor een andere recreatieve invulling.
- **Vergrijzing biedt kansen. Senioren hebben veel tijd en geld, en worden relatief rijker ouder**, maar hebben ook hoge **kwaliteitseisen.**

Klein Giethoorn speelt met voorgenomen ontwikkelingsplannen op juiste wijze in op bovenstaande trends en ontwikkelingen, zoekt voor zijn recreatieve product samenwerking met zijn directe omgeving.

Het contingent te bouwen bungalows en chalets op Klein Giethoorn is redelijk kleinschalig en in die omvang een realistisch haalbaar plan.

De kopersmarkt staat een dergelijk aantal nog te bouwen bungalows en chalets op deze locatie toe. De kavels zijn marktconform. Veel kansen liggen in een ontwikkeling met kwalitatieve onderkomens met veel privacy en ruimte op grote kavels met goede zichtlijnen. Met behulp van een professionele verhuurorganisatie en een adequaat beheer is een gezonde exploitatie haalbaar. Permanente bewoning is uitgesloten. Huisvesting van arbeidsmigranten wordt eveneens niet aanbevolen.

De kopersmarkt richt zich op 6-persoons onderkomen nieuwbouw 'turn key', met een verkoopwaarde van om en nabij de € 200.000,- exclusief btw.

Bij realisatie van 97 accommodaties ontstaat er op het park voldoende "gemene deler" voor bijdrage aan parklasten door individuele eigenaren.

Het project 'Klein Giethoorn' past uitstekend in de structuurvisie van de Gemeente Medemblik, de uitgestippelde toeristische koers in het beleidsplan 'gebiedsontwikkeling' van de gemeente.

Uit het Continu Vakantie Onderzoek blijkt dat de marktpositionering van Noord Holland is ten opzichte van andere delen van Nederland niet gewijzigd is gedurende het ontwikkeltraject van de afgelopen jaren. Het **aandeel van Noord Holland in de landelijke overnachtingen** in vakantiehuisjes en de bestedingen zijn de afgelopen jaren **toegenomen.**

Bij realisatie van de uitbreiding ontstaat er meer "gemene deler" voor de totale parklasten'.

Conclusies 2/3

De **bezettingsgraad van Noord Holland** is eveneens **toegenomen** en benadert inmiddels het landelijk gemiddelde: een positieve trend. Klein Giethoorn met haar ontwikkeling van **97 nieuwe recreatieonderkomens**, ruim en luxe opgezet, kan uitgevoerd worden in een architectuur die passend is bij de streek. Dit past ook in de gemeentelijke en provinciale verblijfs-recreatieve visie van kwaliteitsverbetering.

(Kleine) beleggers vormen de primaire doelgroep waar Klein Giethoorn zich op moet gaan richten qua verkoop van de verhuurobjecten. Voor **verhuur** moet worden gericht op de gebruikelijke **doelgroep 'gezinnen'**, maar daarnaast ook **uitdrukkelijk op senioren (55+) en empty nesters (40-60 jarigen)**. De accommodaties zijn trendy ingericht voor vakantie op maat.

Bij de ontwikkeling is van groot belang dat er een **samenhang ontstaat in te bouwen m², m³**, zodat de **bouw- en parkontwikkelingskosten bijdragen aan een goede verkoopbaarheid en verhuurbaarheid met dien verstande dat het recreatieobject ook optisch tot de verbeelding en beleving spreekt.**

De gemeente Medemblik en de regio kunnen profiteren van de **economische spin off van het project**. De verblijfsrecreanten zijn voor een belangrijk deel aangewezen op het aanbod en de voorzieningen van winkeliers en overige ondernemingen. Door actief samenwerking te zoeken met de parkbeheer van 'Klein Giethoorn' kan er een synergetisch effect worden gerealiseerd, hetgeen de economische haalbaarheid en impuls van het project verder versterkt. Aansluiting bij bestaande initiatieven in de regio om het project onder de aandacht te brengen is een belangrijk gegeven. Het is echter noodzakelijk een professioneel coördinerende verhuurorganisatie ter hand te nemen voor het vermarkten in Nederland, Duitsland en België.

Met de **gemeente Medemblik** zal **overleg** moeten worden gepleegd om goedkeuring te krijgen **voor het beeldkwaliteitsplan Recreatiepark Opperdoes-Klein Giethoorn met de nieuwe verkavelingsplannen.**

Indien grote verhuurorganisaties als verhuurlabel aan deze nieuwbouwontwikkeling kan worden gehangen, heeft dit voor verkoop en verhuur van de recreatiewoningen een meerwaarde.

De huidige **rendementen op spaartegoeden door banken zit behoorlijk op slot door de recessie**. Er ontstaat daardoor een **toename van investeringen in renderend recreatief vastgoed (5-7%)**. Vakanties gaan niet failliet. Door de recessie nemen binnenlandse vakanties toe, ook de **hoofddoelgroep met overwegend kopende senioren** waarop Klein Giethoorn zijn exploitatie op wil richten, is fors **stijgende** in aantallen. Hierin zien wij een goede kans voor het park. Er ontstaat in dat opzicht een groeiende verkoopbaarheid van de recreatiewoningen.

Bij realisatie van de uitbreiding ontstaat er meer "gemene deler" voor de totale parklasten'.

Conclusies 3/3

De eventuele ontwikkeling moet gepaard gaan met veel **kwaliteit**. Dit betekent om potentiële kopers te gaan interesseren voor een aankoop van een recreatieobject dat de ontwikkeling 'van meet af aan' qua verzorging 100% optimaal kwalitatief moet geschieden. Dit betekent dat er op het park **geen onnodige optische verstoringen in beeld en verzorging voorkomen**.

De uitkomsten van de ontwikkelingscalculaties laten geen afwijkende resultaten zien en vallen binnen reële aanvaardbare resultaatnormen.
Er bestaat een economische haalbaarheid.

Het transformatieproject van de oude camping tot Park Klein Giethoorn biedt zowel in de exploitatie als de economische effecten veel kansen. Of deze kansen ook benut worden, hangt af van de snelheid waarmee de ontwikkeling van start kan gaan waarmee commerciële doelen gerealiseerd kunnen worden en het creatieve ondernemerschap vorm en inhoud wordt gegeven om van dit project ook daadwerkelijk een succes te maken.

Al met al achten wij deze ontwikkeling kansrijk, al zal er wel rekening moeten worden gehouden met een ontwikkelingsoplevering in een tijdsbestek van 1,5 a 2 jaar. Gefaseerd bouwen is voor de hand liggend.



'Er bestaat een economische haalbaarheid'.