



vitale
vakantie
parken



Vitaliteitsmeter Vakantieparken

Geactualiseerde versie oktober 2023



Voorwoord

Hoe krijg je als gemeente goed zicht op de economische vitaliteit van vakantieparken? In het programma Vitale Vakantieparken is afgesproken dat er voor elk park een concreet toekomstperspectief wordt opgesteld (één park, één plan). Maar waar let je op bij een bezoek aan het park? Hoe beoordeel je de situatie en kom je tot een juist beeld?

In 2020 volgden medewerkers van elf Veluwe gemeenten, de deelnemers aan het programma Vitale Vakantieparken, de training 'Vitaliteitsmeter Vakantieparken'. Tijdens deze training leerden zij hoe gemeenten zelf de economische vitaliteit van vakantieparken in beeld kunnen brengen. De methodiek uit deze training helpt het programma Vitale Vakantieparken om de basisinformatie over de parken te versterken.

De training werd verzorgd door Jan Jaap Thijs en Martijn Huijgen van het Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd (BRVT). Met input van de Veluwe gemeenten ontwikkelde BRVT dit handboek. Hierin wordt het vitaliteitsmodel uitgelegd aan de hand van twee parameters: perspectief en kwaliteit. In 2023 is het handboek geactualiseerd. Hierbij is een methodiek voor niet-bedrijfsmatig geëxploiteerde parken toegevoegd.

Inmiddels zijn de elf gemeenten met succes concreet aan de slag (geweest) met de Vitaliteitsmeter Vakantieparken. Zij nemen de economische vitaliteit nu op de juiste wijze mee bij het opstellen van het toekomstperspectief van de parken.

Esther Karman

Programma Vitale Vakantieparken

Inhoudsopgave

1. Inleiding	5
2. Het vitaliteitsmodel	6
3. Kwaliteit	12
3.1 Operationalisatie van de parameters	13
3.2 Parameters voor alle parken	13
3.3 Aanvullende parameters voor parken met bedrijfsmatige exploitatie	17
3.4 Aanvullende parameters voor parken zonder bedrijfsmatige exploitatie	18
4. Perspectief	20
4.1 Operationalisatie van de parameters	21
4.2 Parameters voor alle parken	22
4.3 Aanvullende parameters voor parken met bedrijfsmatige exploitatie	24
4.4 Aanvullende parameters voor parken zonder bedrijfsmatige exploitatie	26
5. Overige relevante informatie	28
5.1 Relevante informatie voor bedrijfsmatige – en niet bedrijfsmatige exploitatie	29
5.2 Relevante informatie voor bedrijfsmatige exploitatie	29
6. Naar een eindoordeel: het rekenmodel	30
6.1 Rekenmodel bedrijfsmatige exploitatie	31
6.2 Rekenmodel niet-bedrijfsmatige exploitatie	32
6.3 De eindscores	35
6.4 De scores in het vitaliteitsmodel	35
Bijlage 1: vragenlijst vitaliteitsonderzoek bedrijfsmatige exploitatie	38
Vragenlijst vitaliteit kampeer- en bungalowbedrijven met bedrijfsmatige exploitatie	39
Schouw bij vitaliteitsgesprek bedrijfsmatige exploitatie – intern gebruik	46
Bijlage 2: vragenlijst vitaliteitsonderzoek niet bedrijfsmatige exploitatie	47
Vragenlijst vitaliteit kampeer- en bungalowbedrijven zonder bedrijfsmatige exploitatie	47
Schouw bij vitaliteitsgesprek niet bedrijfsmatige exploitatie – intern gebruik	51

© Programma Vitale Vakantieparken & Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd, oktober 2023

Opdrachtgever
Programma Vitale Vakantieparken
Rob van den Hazel, Gerda Schilder, Esther Karman
www.vitalevakantieparken.nl

Auteurs
Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Drs. J.J. (Jan Jaap) Thijs
E. (Ellen) Ruiter, MSc.
M. (Martijn) Huijgen, MSc.

1. Inleiding

Op programmaniveau (Vitale Vakantieparken) is er behoefte om de basisinformatie over de Veluwe vakantieparken beter op orde te krijgen. Opdracht vanuit de stuurgroep is de resultaten van het programma beter in beeld te brengen en daarvoor is het nodig over de juiste informatie te beschikken om zo ontwikkelingen in beeld te kunnen brengen en keuzes te kunnen maken in de aanpak.

Daarnaast is in het programmaplan 2019-2022 als ambitie benoemd dat er in 2023 voor elk park een plan is gemaakt. Ook voor het opstellen van deze plannen is het van belang dat het perspectief van de ondernemer/het vakantiepark zelf beter in beeld komt.

Het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd heeft in november 2019 de provincie en de betrokken gemeenten in het programma individueel gesproken over de wijze waarop de juiste informatie kan worden opgehaald op parkniveau, passend bij de fase waarin de verschillende gemeenten zich bevinden en bij hun individuele wensen. In een werksessie op 2 december hebben we met elkaar stil gestaan bij de uitkomsten van deze inventarisatieronde. Daaruit bleek ondanks de grote verschillen tussen gemeenten, draagvlak voor een gezamenlijke aanpak.

Er is vervolgens besloten om met elkaar aan de slag te gaan met een uniforme methode om de vitaliteit van parken in beeld te brengen. Dit handboek is als achtergrondinformatie en naslagwerk bedoeld bij de training die is gegeven aan de betrokkenen ambtenaren op de Veluwe. Hierdoor moeten gemeenten in staat zijn om op uniforme wijze informatie op te halen en deze te interpreteren.

De vitaliteitsmethodiek wordt door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd continue doorontwikkeld. De belangrijkste wijziging in deze versie is de toevoeging van de vitaliteitsmethodiek voor niet-bedrijfsmatig geëxploiteerde parken. Vaak zijn deze in beheer van een eigenaarsvereniging, waardoor vragen en variabelen uit de methodiek voor bedrijfsmatige exploitatie niet van toepassing zijn. In deze update worden de nieuwe parameters toegevoegd en wordt duidelijk gemaakt welke parameters bij welk rekenmodel horen. Om duidelijk de verschillen tussen de methodieken en rekenmodellen te laten zien, is er een overzicht opgenomen in hoofdstuk 6.

2. Het vitaliteitsmodel



In deze methodiek gaan we uit van het 'vitaliteitsmodel verblijfsrecreatie' zoals die door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd wordt gehanteerd in haar onderzoeken.

Om de vitaliteit van een park in kaart te brengen, maken we gebruik van het vitaliteitsmodel (zie figuur 2.1). In de basis kunt u het vitaliteitsmodel gebruiken om bedrijven in te delen in vier kwadranten. Deze kwadranten zijn gebaseerd op twee variabelen:

- **Kwaliteit.** Wat is de toeristische kwaliteit van het park? Deze variabele zegt iets over hoe aantrekkelijk het park nog is voor verblijfsrecreanten.
- **Perspectief.** Wat is het toeristisch toekomstperspectief van een park? Deze variabele zegt iets over de toekomst van een park: zijn er zorgen over of het park over een aantal jaren nog wel bestaat of een toeristische functie heeft of zijn er geen redenen tot zorg?

Uiteindelijk krijgt ieder park een eigen plek in het vitaliteitsmodel, in één van de vier kwadranten, die we in het model een kleur hebben gegeven. Hieronder geven we een illustratie van hoe een park per kwadrant eruit zou kunnen zien (NB het betreft nadrukkelijk illustraties, parken die in hetzelfde kwadrant zitten kunnen toch een heel ander karakter en andere uitdagingen hebben):

In het **groene kwadrant** vallen de vitale parken, de parken met een positieve kwaliteit en toekomstperspectief. Gasten zijn er tevreden, het is eigentijds, goed verzorgd, springt in op wensen vanuit de markt en is zeer ondernemend bezig. Tegelijkertijd heeft een ondernemer of eigenaarsvereniging een visie voor de toekomst, investeert gericht en heeft het park een positief bedrijfsresultaat. Er zijn geen redenen tot zorgen voor de toekomst van het park.

Parken met belangrijke aandachtspunten op het gebied van kwaliteit komen in het **blauwe kwadrant**

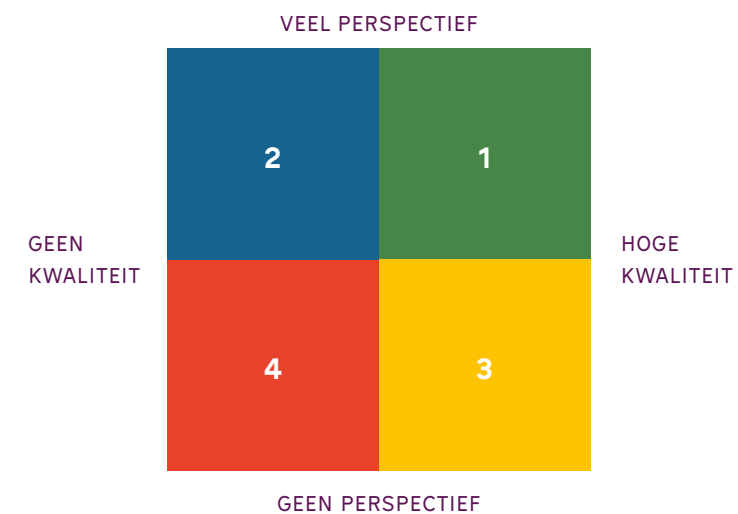
terecht. Dit betreft parken waar de kwaliteit te wensen over laat, maar waar wel degelijk nog een toeristisch toekomstperspectief ligt. De kwaliteitsopgave kan bijvoorbeeld liggen in achterblijvend onderhoud, weinig onderscheidend vermogen, een verouderde uitstraling en slechte gastenreviews. Het perspectief is bij deze parken echter nog gunstig. Bijvoorbeeld omdat er een overname door een nieuwe generatie op spel staat, of omdat er voldoende investeringsmogelijkheden zijn en de ligging van het park heel gunstig is. Bij investering in de kwaliteit kan dit bedrijf of park weer vitaal worden.

Parken met belangrijke aandachtspunten op het gebied van perspectief komen in het **gele kwadrant** terecht. Deze parken bieden vaak nog wel een goede kwaliteit. Ze zijn bijvoorbeeld mooi gelegen, met ruime kavels. Of het zijn goed verzorgde chaletparken. Wat voor soort park het ook is: de toeristische kwaliteit is er op orde.

Maar er zijn toch zorgen over het toekomstperspectief voor het park. Bijvoorbeeld omdat er veel permanente bewoning plaatsvindt, arbeidsmigranten worden gehuisvest en herstructurering en sturing op gebruik lastig is, omdat het park volledig uitgepand is. Het toekomstperspectief kan ook minder gunstig zijn omdat noodzakelijke investeringen niet gedaan kunnen worden of bedrijfsovername tot financieel onoverkomelijke problemen leidt. Kortom: het is nu een park dat er nog prima uitziet en kwaliteit voor de toerist kan bieden, maar er zijn zorgen over de vraag of dat over een aantal jaren nog steeds het geval is.

Parken met een slechte kwaliteit én toekomstperspectief komen in het **rode kwadrant** terecht. Hoe lager de

Figuur 2.1: Het vitaliteitsmodel





Het groene kwadrant

Illustratie van een park in het groene kwadrant

score op kwaliteit en perspectief, hoe minder kansrijk de toekomst als recreatiepark zal zijn. In sommige gevallen is de score zo laag, dat van een toeristische toekomst geen sprake meer zal kunnen zijn.

Het park heeft in het bestemmingsplan de bestemming recreatie, maar van recreatief gebruik is in sommige van deze gevallen niet (of nauwelijks) meer sprake, en de verwachting is ook dat dat onomkeerbaar is. In dat geval ligt transformatie naar een nieuwe functie (teruggegeven aan de natuur, huisvesting speciale groepen (zorg, arbeidsmigranten, spoedzoe-

kers), wonen, energie etc.) voor de hand. Kortom: bij de parken in het rode kwadrant blijft de kwaliteit achterwege, maar is ook het toekomstperspectief ongunstig. Hoe negatiever de scores, hoe minder kans dat de situatie zich nog ten goede zal keren.

Waarom is het in kaart brengen van de vitaliteit nuttig?

Inzicht in de vitaliteit van een park is nuttig, omdat inzicht geeft in de vraag welke opgaven er liggen voor de parken op de Veluwe. Liggen er vooral opgaven op het gebied van de kwaliteit? Of wellicht

In onze wijze van kijken naar vitaliteit zeggen we dat een park vitaal is als het de kwaliteit biedt die een toerist zoekt en er geen zorgen bestaan over het recreatieve toekomstperspectief.



Het blauwe kwadrant

Illustratie van een park in het blauwe kwadrant

vooral op het gebied van het toekomstperspectief? Wat is er nodig om het park weer vitaal te krijgen? Maar ook: is dat überhaupt nog mogelijk of, in het geval van een park diep in het rode kwadrant, is een toeristische toekomst geen optie meer, en zouden we moeten kijken naar welke transformatiekansen er liggen voor het betreffende park.

Kanttekening: model is geen wiskundige formule

We vinden het van belang een belangrijke kanttekening te maken. Alhoewel een vitaliteitsscan 'harde' scores geeft in het vitaliteitsmodel, moeten de uitkomsten altijd geduid worden door de persoon die de scan afneemt. Het betreft geen wiskundige formule, maar vooral een inschatting van waar, en vooral waarom, een park in een bepaald segment valt. Het is niet zozeer relevant hoe hoog de score exact is, zolang de richting van de uitkomst maar helder is. Dat geeft immers dan richting voor gesprek over de toekomst van het park.

Het kan in de praktijk ook betekenen dat de vitaliteitsscore net wat anders uitvalt indien een ander iemand de vitaliteitsscan zou afnemen. Dat is niet erg en niet helemaal te voorkomen. Belangrijk is

wel dat de richting dezelfde is en daarom is het ook van belang de uitkomsten regelmatig met elkaar te bespreken.

Is dit de enige manier om naar vitaliteit te kijken?

Nee, zeker niet. In de verblijfsrecreatie is er naast ons bureau nog een ander bureau (ZKA) dat vitaliteitsonderzoeken uitvoert. Zij hebben ons vitaliteitsmodel overgenomen, maar daar hun eigen operationalisering van kwaliteit en perspectief aan gegeven. Voor een groot deel gebruiken zij dezelfde parameters, voor een deel gebruiken ze net wat andere parameters. De gedachtegang is dezelfde, de uitkomsten van onze methodieken verschillen wel wat van elkaar.

Tweede huizenparken kunnen ook vitaal zijn

In onze wijze van kijken naar vitaliteit zeggen we dat een park vitaal is als het de kwaliteit biedt die een toerist zoekt en er geen zorgen bestaan over het recreatieve toekomstperspectief. Dat wil niet automatisch zeggen dat een park toeristisch geëxploiteerd hoeft te worden. Ook tweede huizesparken, die worden beheerd door bijvoorbeeld een eigenaarsvereniging, kunnen vitale parken zijn, als er maar



Het gele kwadrant

Illustratie van een park in het gele kwadrant

voldoende kwaliteit is en als het gebruik, onderhoud en regulering op het park maar goed geregeld is. Met andere woorden: als er maar geen redenen zijn voor zorg of dit park ook over een aantal jaren nog wel een kwalitatief goed park is dat recreatief gebruikt wordt (en niet vervallen of op oneigenlijke wijze gebruikt).

Verschil tussen een eigenaarsvereniging en Vereniging van Eigenaren.

Naast bedrijfsmatig geëxploiteerde parken zijn er ook niet bedrijfsmatig geëxploiteerde parken; dit zijn parken die worden beheerd door bijvoorbeeld een stichting, coöperatie, een eigenaarsvereniging of een Vereniging van Eigenaren (VvE). Een eigenaarsvereniging is vaak de meest voorkomende organisatievorm, alleen kan er onduidelijkheid ontstaan over het gebruik van de termen 'eigenaarsvereniging' en 'Vereniging van Eigenaren'. Voor een uitgebreide beschrijving hiervan verwijzen we graag naar het rapport 'Eigenaren verenigd op vakantieparken', gepubliceerd door Vitale Vakantieparken en te vinden op vitalevakantieparken.nl. In dit handboek beperken we ons tot de relevante verschillen m.b.t. het afnemen van een vitaliteitsscan.

Het belangrijkste verschil is het wettelijk kader: een Vereniging van Eigenaren kan enkel bestaan wanneer er sprake is van 'splitsing in appartementsrechten', waar iedere eigenaar verplicht lid van is en er duidelijke en handhaafbare afspraken zijn vastgelegd. Een eigenaarsvereniging is een vereniging zoals een sportvereniging; lidmaatschap kan niet worden afgedwongen en afspraken zijn dus niet juridisch afdwingbaar.

Tips om het gesprek met de ondernemer (of eigenaarsvereniging) aan te gaan

Ondernemers en vertegenwoordigers van een park zijn vaak trots op hun park en de ervaring leert dat ze er graag over vertellen. Soms kan een gesprek echter moeilijk op gang komen. Elk gesprek is anders en voor een groot gedeelte is het een kwestie van aanvoelen of je een bepaalde vraag nu wel of niet stelt, en ook: hoe je de vraag stelt. Deze tips kunnen helpen om zoveel mogelijk informatie boven water te krijgen:

- Benadruk aan het begin dat je je wilt laten informeren om het park en sector zo goed mogelijk te helpen. Het uiteindelijke doel is een vitale sector: de vitaliteitsscan is hiervoor een middel. Het



Het rode kwadrant

Illustratie van een park in het rode kwadrant

doel van de scan is om uitdagingen waar het park mee te maken heeft boven water te krijgen. Vaak waarderen ze juist de moeite die je neemt om je te verdiepen in hun vakgebied.

- Laat je rondleiden over het terrein. Tijdens het rondlopen zie je meer en komt het gesprek makkelijker op gang. Ook kan je tijdens een rondleiding gericht vragen stellen die aan een (keuken)tafel lastig te stellen zijn: wanneer je meer informatie over investeringen wilt en je ziet een nieuw recreatieobject of speeltuin, kan je bijvoorbeeld zeggen 'dat heeft vast aardig wat gekost'. De ervaring leert dat men ook niet schrikt van directe vragen, financiën is voor hen immers dagelijkse kost. Wees dan ook niet te terughoudend om te zeggen 'als ik vragen mag, hoeveel kost zo'n speeltuin/wifi netwerk/chalet nu eigenlijk?' en vervolgens kan je goed doorvragen op andere investeringen.

- Neem de vragenlijst niet af alsof het een enquête is, maar als hulpmiddel om het gesprek vorm te geven. Vaak neemt het gesprek al een bepaalde wending, waardoor bepaalde onderdelen als vanzelf aan bod komen. Aan het einde van het gesprek kan je uiteraard nog wel kijken of je informatie mist.
- Wees je bewust van de gevoeligheid van sommige vragen en ook wanneer je ze stelt. Vraag bijvoorbeeld niet aan een ondernemer of hij/zij van plan is het park te verkopen als er een medewerker of gast in de buurt is. Wellicht overweegt de ondernemer een verkoop, maar is het personeel daarvan nog niet op de hoogte.
- Als iets in vertrouwen wordt verteld, is het uiteraard niet meer dan vanzelfsprekend dat je die vertrouwelijkheid waarborgt. Vraag dan vooral hoe je het wel mag opschrijven en welke (detail) informatie je gesprekspartner liever niet deelt.

Het uiteindelijke doel is een vitale sector: de vitaliteitsscan is hiervoor een middel.

3. Kwaliteit

In dit hoofdstuk gaan we in op de wijze waarop wij de variabele kwaliteit operationaliseren.

3.1 Operationalisatie van de parameters

Wat is de toeristische kwaliteit van het park? We gebruiken hiervoor de verschillende parameters. We beschrijven deze in dit hoofdstuk. Maar eerst plaatsen we een aantal belangrijke kanttekeningen.

Aandachtspunten bij het bepalen van de kwaliteit

- Kwaliteit is bijna per definitie een **subjectief begrip**. Wat de ene bezoeker als goede kwaliteit beschouwt, zal de andere mogelijk als een matige kwaliteit zien. We moeten met elkaar natuurlijk zo veel mogelijk voorkomen dat de kwaliteitsbepaling heel sterk afhangt van de persoon die het park bezoekt. Daarom proberen we de parameters voor kwaliteit zo veel mogelijk te objectiveren, maar het is onontkoombaar dat er een zekere mate van subjectiviteit en een zekere mate van een waardeoordeel in schuilt. Om dat zo veel mogelijk te voorkomen is het belangrijk dat:
 - U uw persoonlijk oordeel zo veel mogelijk uitschakelt. Het gaat er niet om of u het park persoonlijk mooi vindt, of dat u er graag zou willen verblijven. Het gaat er veel meer om of er een (toeristische) doelgroep is die het park graag zou willen bezoeken of er een huisje of chalet zou willen kopen. De afwezigheid van voorzieningen zegt daarmee niet automatisch iets over kwaliteit. Het zegt eerder iets over doelgroepen. Wat voor de ene doelgroep een must is (een speeltuin, een zwembad) is voor de andere groep juist overbodige luxe of zelfs een bron van mogelijke geluidsoverlast. Kruip dus in de huid van de gast die bij het park zou kunnen passen en probeer uw eigen oordeel zo veel mogelijk uit te sluiten. Om dit te doen kan het helpen voor uzelf te benoemen wat u daadwerkelijk ziet, om op die manier de invloed van uw persoonlijke voorkeuren te reduceren.
 - Regelmatig uitwisselt met collega's over uw bevindingen. Bespreek regelmatig uw bevindingen met collega's die ook vitaliteitsscans afnemen. Maak veel foto's om te laten zien waarom u een bepaalde

- kwaliteit hoog of laag vindt en luister goed naar de argumenten van de ander. Dat kan voorkomen dat u met een te eenzijdige bril naar het aanbod kijkt.
- Bij het bepalen van de kwaliteit is het belangrijk dat wordt gekeken naar de **huidige situatie**. De staat van het park kan in het verleden slechter zijn geweest, waardoor het in vergelijking met nu al een stuk beter is. Beoordeel het park op hoe het er nu uit ziet en niet in vergelijking met waar het vandaan komt. De ontwikkeling van het park (het wordt bijvoorbeeld kwalitatief steeds beter) is vooral iets wat je bij het onderdeel 'perspectief' kwijt kunt.
- Kwaliteit is voor een groot gedeelte echt alleen maar in kaart te brengen door het park te **bezoeken**. Juist dit onderdeel van de vitaliteitsscan kan niet vanaf het bureau worden uitgevoerd, omdat veel pas zichtbaar wordt op het park zelf. Ga zeker niet uit van alleen de website van een park. In sommige gevallen is die veel mooier dan de werkelijkheid die u aantreft. In andere gevallen is de werkelijkheid veel mooier dan wat er online wordt gepresenteerd.
- Wees bewust van het moment waarop de vitaliteitsscan wordt afgenomen. In de winter ziet een camping er mogelijk al snel troosteloos uit en is in veel gevallen het groenonderhoud wat minder goed geregeld dan in de zomer. Probeer daar dus echt doorheen te kijken en oordeel een park niet op de uitstraling die door het seizoen wordt beïnvloed.

In de volgende paragrafen beschrijven we de parameters die we gebruiken om de kwaliteit van een park te bepalen. In paragraaf 3.2 staan de parameters die voor beide soorten parken bruikbaar zijn. In paragraaf 3.3 staan de aanvullende parameters voor parken met bedrijfsmatige exploitatie. In paragraaf 3.4 staan de aanvullende parameters voor parken zonder bedrijfsmatige exploitatie.

Hieronder vindt u een tabel met de parameters voor bedrijfsmatige – en niet bedrijfsmatige exploitatie, om de verschillen tussen de methodieken weer te geven.

Tabel 3.1 De verschillende parameters voor bedrijfsmatige en niet bedrijfsmatige exploitatie

Parameters bedrijfsmatige exploitatie	Parameters niet-bedrijfsmatige exploitatie
Onderhoud -----	Onderhoud
Eigentijdsheid -----	Eigentijdsheid
Ligging -----	Ligging
Toeristisch ondernemerschap-----	Toeristisch ondernemerschap
Informatieverschaffing website-----	Online aanwezigheid
Uitstraling website -----	Recreatieve beleving
Doelgroepen -----	Voorzieningenniveau
Gastoordeel -----	
Veranderingen gasten-----	

3.2 Parameters voor alle parken

Onderhoud

De parameter onderhoud bestaat uit verschillende onderdelen, afhankelijk van het soort accommodatie en park. Het gaat om het onderhoud van de voorzieningen, het terrein (schoonmaak, groenonderhoud, verf, algemeen onderhoud), de rest van het park, maar ook de staat van de stacaravans, chalets van derden en recreatiewoningen. Het onderhoud zegt veel over de kwaliteit van een park. De inschatting van het onderhoud kan alleen gemaakt worden tijdens een bezoek aan het park. Let op zaken als: is er achterstallig onderhoud? Zijn de tuinen goed onderhouden? Zichtbare houtrot? Afbladderende verf? Roest op hekken of speeltoestellen? Sporen van lekkage, slijtplekken in tapijten? Gaten in het wegdek? Etc.

Maak vooral veel foto's, zodat u weet wat u precies gezien heeft en dit ook kunt afstemmen met een collega om eens feedback te horen.

De volgende vragen uit de vragenlijsten (bijlage 1) horen bij deze parameter:

- Wat is de staat van onderhoud van de voorzieningen en het terrein? Denk hierbij aan groenonderhoud, schoonmaak, verf, algemeen onderhoud. (schouwformulier)
- Wat is de staat van het onderhoud van stacaravans/chalets van derden? (schouwformulier)
- Wat is de mate van onderhoud van de rest van het park? Denk hierbij aan de receptieruimte, toiletgebouwen etc. (schouwformulier)

Eigentijdsheid

Bij de eigentijdsheid van een park is het van belang in hoeverre de het park meegaat met de wensen van de huidige consument. Biedt het eigentijdse verhuuraccommodaties aan? Zijn de voorzieningen up-to-date? Hoe is de beleving en de uitstraling van het park? Ook voor het inschatten van de eigentijdsheid is het bezoeken van het park van belang. Let op zaken als: hoe is de kleurstelling? Hoe is de inrichting? Hoe is de uitstraling?

De eigentijdsheid is van alle parameters misschien wel het meest moeilijk objectiveerbaar. Belangrijke hulpvragen die u zichzelf kunt stellen: zou de uitstraling en inrichting zo in een trendy tijdschrift geplaatst kunnen worden? Zou een foto die u op het park maakt gebruikt kunnen worden als inspiratie of voorbeeld voor hoe een park er in 2023 uit zou moeten zien? Wordt er gebruik gemaakt van nieuwere technieken, zoals LED-verlichting, in hoeverre is het park geautomatiseerd, is er sprake van verduurza-

ming van het park etc.?

Bij niet-bedrijfsmatig geëxploiteerde parken zijn er vaak iets minder aanknopingspunten om de eigentijdsheid te bepalen, omdat er geen sprake van kortduurende wisselende verhuur is. Bij deze parken let u vooral op de uitstraling van de recreatieobjecten, en indien het mogelijk is het waar te nemen, de inrichting. Ook kunt u hier letten op zichtbare maatregelen voor duurzaamheid zoals verschillende containers voor het scheiden van afval of zonnepanelen op de objecten.

Maak ook voor deze parameter veel foto's, zodat u ook terug kunt kijken en vergelijken met andere parken en collega's.

De volgende vraag uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) hoort bij deze parameter:

- Eigentijdsheid park (komt het park tegemoet aan de wensen van de huidige gast)? (schouwformulier)

Ligging

De ligging van een vakantiepark is van belang voor de aantrekkingskracht op de gasten en daarmee een belangrijke parameter voor de kwaliteit. Bedrijven met een uitstekende ligging hoeven vaak minder moeite te doen om gasten aan te trekken (denk aan bedrijven die aan de kust liggen). Ook is een goede ligging van belang voor de marktwaarde van een recreatieterrein, wat de reden is dat ligging ook bij perspectief mee wordt gewogen. Om de ligging te bepalen kan gekeken worden naar de directe omgeving: ligt het naast/dichtbij een mooi natuurgebied, naast een snelweg, aan de kust, langs een spoorlijn, dichtbij of omgeven door een woonwijk etc.? Hierbij is het ook goed om te kijken naar de indirecte omgeving: wellicht ligt het park niet direct aan of in een natuurgebied, maar is op slechts 10 minuten fietsen of kan het als uitvalsbasis dienen voor een stadsbezoek.

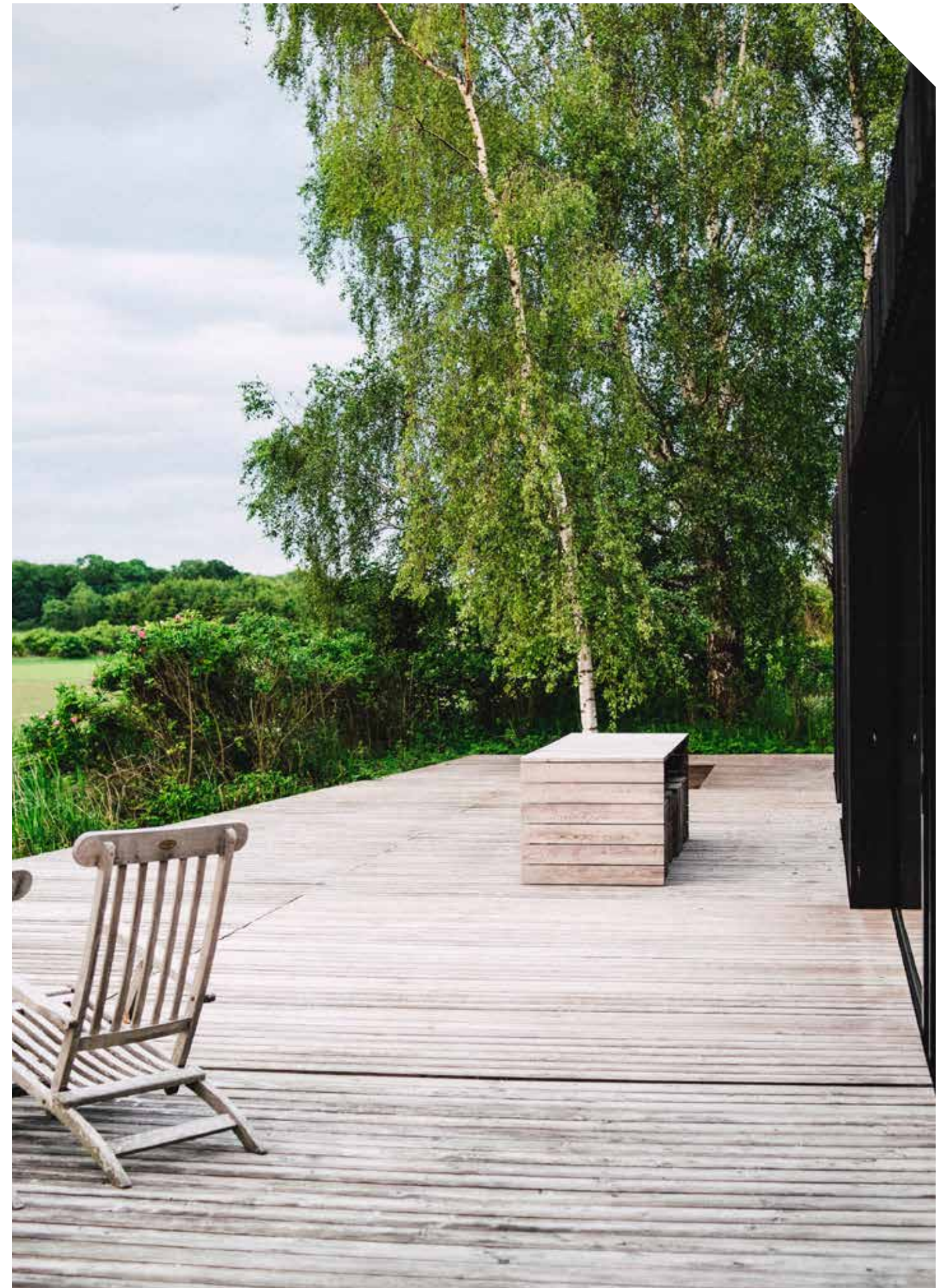
Bij twijfel kan, voor of na een bezoek, Google Earth ook een nuttig hulpmiddel zijn om een goed overzicht te hebben hoe de omgeving eruit ziet.

De volgende vragen uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) horen bij deze parameter:

- Hoe is de ligging van de locatie? (schouwformulier)
- Hoe aantrekkelijk is de omgeving? (schouwformulier)

Toeristisch ondernemerschap

De parameter ondernemerschap kan worden bepaald door te vragen naar de visie van ondernemer of eigenaarsvereniging voor de toekomst: heeft hij of zij een visie voor de toekomst? Hoeveel initiatief toont hij of zij? Denkt hij of zij in concepten en is hij of zij ondernemend? Of 'past hij of zij op de winkel'? Heeft de ondernemer ambitie? Waar staat het park over 5 jaar? Voor





de kwaliteit van een park is deze parameter van belang. Een goede ondernemer of ondernemende eigenaarsvereniging brengt een park verder en zorgt ervoor dat een vakantiepark een ook in toekomst voldoet aan de eisen van de gast. Hij of zij investeert en anticipeert op veranderingen in de markt. Probeer tijdens een bezoek te letten of de genoemde visie ook merkbaar is in zaken die u ziet op het terrein. Zegt de ondernemer bijvoorbeeld zich te richten op een bepaalde doelgroep, dan moeten daar ook voorzieningen voor zichtbaar zijn. De score over de mate van ondernemerschap kan aan het einde van een gesprek toegekend worden, in combinatie met het bezoek. Zonder de ondernemer of eigenaarsvereniging te spreken, kan geen score toegekend worden aan deze parameter. Soms heeft een eigenaar het beheer uitbesteed aan een beheerder/bedrijfsleider. Dat is niet persé een goede of een slechte keuze en nemen we dus niet mee als parameter. Het gaat er vooral om of er op het park met visie wordt ondernomen. Of dat (al dan niet gedeeltelijk) is uitbesteed door de eigenaar, is niet heel relevant voor de vitaliteit. Uiteraard wel of dat op de juiste wijze gebeurt.

Ook voor niet-bedrijfsmatige exploitatie is het van belang dat er wordt gestreefd naar recreatief (toeristisch) gebruik. Hierbij kan er worden gevraagd naar hoe het park wordt beheerd. Gebeurt dat niet of nauwelijks of is een commissie die daar (actief) op toeziet? Is er een toekomstplan, en indien ja, hoe ziet dat toekomstplan eruit? Hoe worden de afspraken voor bijvoorbeeld recreatief gebruik nagestreefd en gehandhaafd? Richt de eigenaarsvereniging zich specifiek op een bepaalde doelgroep? Bij een eigenaarsvereniging of andere beherende partij die toeristische exploitatie en recreatief gebruik centraal stellen in de toekomst, is de kans groter dat het park blijft voldoen aan de behoeften van een (toeristische) gast.

De volgende vragen uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) horen bij deze parameter:

- Wat is de mate van ondernemerschap van de ondernemer/eigenaarsvereniging (schouwformulier)
- Waar staat u over 5 jaar met het bedrijf of eigenaarsvereniging (vragenlijst)?

3.3 Aanvullende parameters voor parken met bedrijfsmatige exploitatie

Gasttevredenheid/gastoordeel

Onder deze parameter verstaan we het gastoordeel welke wordt toegekend aan recreatieparken door gasten op een reviewwebsite. Het geeft een indruk van de kwaliteit van een recreatieterrein, mits er voldoende én recente reviews zijn. Voor een toeristisch bedrijf met veel wisselende gasten, zijn reviews van belang; het ontbreken van reviews kan vragen oproepen bij potentiële gasten. Bij bedrijven met veel vaste gasten is het belang van reviews minder groot. Deze parameter kan beoordeeld worden door vooraf aan het bezoek verschillende reviewwebsites te bekijken, denk hierbij aan Zoover, Tripadvisor en Booking.com; dit zijn de grotere en meer betrouwbare reviewsites. Belangrijk is dat je kritisch bent op de hoeveelheid reviews, hoe recent ze zijn en de aard ervan.

Online reviews zijn per definitief subjectief, maar kunnen wel een algemeen beeld geven van een park als ze aan de bovenstaande voorwaarden voldoen. Daarnaast kan het een aanleiding zijn voor een vervolgvraag tijdens een bezoek, wanneer hygiëne bijvoorbeeld vaak negatief wordt beoordeeld door gasten. Wanneer een ondernemer hier mee bezig is, is dit een indicatie dat er wordt geluisterd naar de wensen van de gast. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat 100% goede reviews een utopie is, en dat een slechte review niet altijd voorkomen kan worden door een ondernemer; in de praktijk plaatsen mensen achteraf soms negatieve reviews vanwege problemen die, als ze gemeld waren tijdens het verblijf, makkelijk op te lossen waren.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 1) horen bij deze parameter:

- Hoe is het gastenoordeel online (schouwformulier)?
- In hoeverre hebben recensies, klachten of complimenten van gasten invloed op uw bedrijfsvoering (vragenlijst)?

Veranderingen gasten

Met deze parameter kennen we een score toe aan de mate waarin de ondernemer op de hoogte is van de veranderingen in de markt en de veranderende wensen van de gasten. Bij niet-bedrijfsmatige exploitatie is dit meestal niet van belang, omdat er vaak minder sprake is van wisselende verhuur en verloop van gasten.

Het is belangrijk voor de kwaliteit van een bedrijf dat de ondernemer zich bewust is van eventuele veranderende behoeften van gasten en hierop inspeelt

zodat het park kan blijven voldoen aan wensen en verwachtingen van haar gasten. Voorbeelden van deze veranderingen zijn een stijgende vraag naar luxer verblijf, snellere wifi, een andere herkomst van de gasten, meer behoefte aan een duurzaam verblijf, etc.

Belangrijk is om de ondernemer deze vraag open te stellen: het gaat hierbij niet om de antwoorden maar om het bewustzijn van de ondernemer en of de ondernemer hier ook actief iets mee heeft gedaan (of gaat doen).

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 1) horen bij deze parameter:

- Welke veranderingen heeft u de afgelopen 5 jaar onder uw gasten gezien?
- Zo ja, hoe heeft u ingespeeld op deze veranderende vraag van de gast?

Informatieverschaffing

Bij de parameter informatieverschaffing bekijken we de online informatieverschaffing van een bedrijf. Een aandachtspunt is het verschil tussen 'informatieverschaffing' en 'uitstraling', welke hieronder wordt beschreven.

Beide parameters gaan over hoe het bedrijf zich online presenteert, alleen gaat informatieverschaffing over hoe makkelijk vindbaar het bedrijf online is, of er voldoende informatie over het bedrijf om een keuze te maken om daar te verblijven, of dit eenvoudig terug te vinden is op de website en of de gast meteen online kan boeken.

De online informatieverschaffing is van belang voor de kwaliteit van het bedrijf omdat dit gasten van tevoren een indruk geeft van een bedrijf en de overweging op een park te bezoeken. Als er niets of weinig online vindbaar is over een bedrijf is de kans zeer klein dat een park zich richt op de toeristische gast. Dit is natuurlijk anders voor parken met alleen vaste gasten, zij kiezen er soms bewust voor om weinig tot niets online te vermelden. Wanneer er geen website wordt gevonden betreft het vaak een recreatieterrein dat wordt beheerd door een beheerder en/of eigenaarsvereniging. Deze score kan toegekend door vooraf online de website en social media van het bedrijf te bekijken.

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 1) hoort bij deze parameter:

- Hoe is de informatieverschaffing?

Online uitstraling

Net zoals bij de informatieverschaffing is deze parameter van belang bij de kwaliteit van een bedrijf

omdat de online uitstraling voor gasten tegenwoordig heel belangrijk. Het grootste deel van de gasten oriënteert en boekt tegenwoordig online.

Hoe is de uitstraling van de website? Oogt deze modern, of ouderwets? Spreek het een bepaalde doelgroep aan? Wordt gebruikt gemaakt van belevingsfoto's met mensen in beeld? Ziet de website er verzorgd uit of oogt deze onoverzichtelijk en rommelig? Is er sprake van één opmaak stijl, of meerdere?

Als bezoekers via de website een goede indruk krijgen van het bedrijf zullen ze veel eerder geneigd zijn om te boeken. Deze score kan toegekend door voorafgaand aan het bezoek online de website en sociale media van het bedrijf te bekijken.

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 1) hoort bij deze parameter:

- Hoe is de uitstraling? (beleving, beelden)

Marketing/doelgroepen

Bij deze parameter is het van belang om te weten of de ondernemer zich in reclame-uitingen en marketing specifiek op bepaalde doelgroepen richt. En zijn dit dan algemene doelgroepen, de 'usual suspects' (zoals gezinnen met kinderen en ouderen) of denkt de ondernemer verder en richt hij of zij zich op hele specifieke doelgroepen (zoals de jonge tweeverdieners uit de randstad) of richt hij of zij zich op specifieke doelgroepen uit bijvoorbeeld de Leefstijlvinder?

De ervaring leert dat ondernemers soms onbewust een doelgroep hebben gekozen. Daarom is het van belang tijdens een bezoek oog te hebben voor de voorzieningen op een park, en vooraf het bezoek de website te bekijken, om te achterhalen of een ondernemer zegt dat iedereen welkom is, maar er toch wel heel veel voorzieningen zijn voor bijvoorbeeld kinderen tot 12 jaar.

Het is van belang voor de kwaliteit van een bedrijf dat de ondernemer op de hoogte is van zijn doelgroep, zodat hij of zij daar zo optimaal mogelijk op in kan spelen op het gebied van marketing, website en de online uitstraling. Door de voorzieningen, de accommodaties en de uitstraling van het park te richten op

een doelgroep, is de kans groter dat er meer toegevoegde waarde is voor de gast binnen deze doelgroep, wat bijdraagt aan een kwalitatief goed product.

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 1) hoort bij deze parameter:

de vragenlijst:

de vragenlijst:

- Richt u zich in uw reclame-uitingen en marketing specifiek op bepaalde doelgroepen?

3.4 Aanvullende parameters voor parken zonder bedrijfsmatige exploitatie

Online aanwezigheid en informatie

We kijken bij parken zonder bedrijfsmatige exploitatie iets anders naar de online aanwezigheid dan bij parken met bedrijfsmatige exploitatie. Er is vaak minder verloop op een park zonder bedrijfsmatige exploitatie. Hierdoor is het aantrekken van nieuwe gasten minder van belang dan bij parken die zich richten op kortdurende wisselende verhuur. Bij een niet-bedrijfsmatig geëxploiteerd park is de kwaliteit van online aanwezigheid en de website dus iets minder van belang.

Toch is het ook voor deze parken goed om online aanwezig te zijn; er zal verloop zijn bij de gasten en een park dat makkelijker online te vinden is, heeft een grotere kans om nieuwe gasten aan te trekken. Wanneer het park vol is, lijkt de toegevoegde waarde van een website minder groot van belang, alleen kunnen tijden snel veranderen. Wanneer gasten hun tweede woning in de verkoop zetten, is de online aanwezigheid van een park zeker van belang.

Om deze variabele te beoordelen kan er worden gekeken of er überhaupt een website beschikbaar is. Daarnaast is het van belang dat een toekomstige gast voldoende informatie vindt op de website om een keuze te maken voor het betreffende park. Denk aan informatie over kosten van een eigenaarsvereniging, de ligging (en omgeving), het gebruik van foto's om een beeld te vormen van het park, hoe groot het park is en welke objecten er te koop staan.



De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 2) hoort bij deze parameter:

- Hoe beoordeelt u de online aanwezigheid? (schouwformulier)

Recreatieve beleving

We zien bij parken zonder bedrijfsmatige exploitatie vaker een beperkte recreatieve beleving, iets wat we op parken met bedrijfsmatige exploitatie anders zien. Een recreatieve beleving op een park is van belang voor een gast. Wanneer iemand met een recreatief motief verblijft op een park, is een recreatieve uitstraling en beleving van een park aantrekkelijker dan wanneer het de uitstraling van een woonwijk heeft. Deze variabele hangt nauw samen met de variabele hieronder 'voorzieningenniveau'.

De recreatieve beleving op een park laat zich het beste bepalen door het gevoel wat ontstaat wanneer je over het park loopt. Heb je het idee dat je in een woonwijk rondloopt, of straalt het park een recreatieve beleving uit? Aspecten die bij kunnen dragen aan de recreatieve beleving zijn bijvoorbeeld een duidelijke (centrale) entree van het park (let bijvoorbeeld op vlaggen, of een ontvangstmogelijkheid bij de entree, speelvoorzieningen, het soort objecten (chalets en bungalows of woonhuizen) en de kavelgrootte (kavels voor woonhuizen zijn vaak groter dan kavels voor recreatief gebruik).

Aspecten die vaak een negatieve invloed hebben op de recreatieve beleving zijn o.a. brievenbussen (allemaal verzameld aan het begin van het park of

per object), een eigen lange oprit in plaats een parkeerplaats bij het object en hoge heggen waardoor het park een gesloten uitstraling heeft. Belangrijkste vraag die u zichzelf kunt stellen: hebt u nog wel het gevoel dat u op een vakantiepark rondloopt?

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 2) hoort bij deze parameter:

- Hoe beoordeelt u de recreatieve beleving? (schouwformulier)

Voorzieningenniveau

Het voorzieningenniveau hangt nauw samen met de recreatieve beleving. Wanneer er meer voorzieningen zijn, kan een park recreatief aantrekkelijker zijn. Het voorzieningenniveau van een park is van belang om een recreatieve gast de juiste beleving te kunnen bieden. Een aandachtspunt hierbij is dat de voorzieningen, of het ontbreken hiervan, passend kunnen zijn bij een concept. Zo hoeft het ontbreken van internet voor de gast bij een park die een 'back to basic' beleving biedt, geen negatieve invloed te hebben op het voorzieningenniveau.

Bij recreatieve voorzieningen kan worden gedacht aan voorzieningen als sport- en speelvoorzieningen, een zwembad, terreinverlichting, verharde paden, bewegwijzering, sanitair voorzieningen en WiFi.

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 2) hoort bij deze parameter:

- Hoe beoordeelt u het voorzieningenniveau? (schouwformulier)

Belangrijk is dat je kritisch bent op de hoeveelheid reviews, hoe recent ze zijn en de aard ervan.

4. Perspectief

In dit hoofdstuk gaan we in op de wijze waarop wij de variabele perspectief operationaliseren.

4.1 Operationalisatie van de parameters

Wat is het toekomstperspectief van een park? We gebruiken hiervoor de verschillende parameters. We beschrijven deze in dit hoofdstuk. Maar eerst geven we een paar aandachtspunten.

Aandachtspunten bij het bepalen van de perspectief

- Perspectief heeft minder subjectieve kenmerken dan kwaliteit, omdat er meer feitelijke parameters worden gebruikt. Alleen het is onontkoombaar dat er een zekere mate van subjectiviteit en een zekere mate van een waardeoordeel in schuilt. Daarom proberen we, net als bij kwaliteit, de parameters voor perspectief zo veel mogelijk te objectiveren. Bij een aantal parameters is een *expert judgement* nodig, een inschatting van uzelf als expert. Om de parameters zo objectief mogelijk te beoordelen, is het belangrijk dat:
 - U uw persoonlijk oordeel zo veel mogelijk uitschakelt. Het gaat er niet om of u de persoon graag mag, of graag zou willen dat het park nog jaren blijft bestaan. Het gaat om het zo objectief mogelijk benaderen van aspecten die invloed hebben op de toekomst van het park. Omdat deze aspecten niet altijd direct zichtbaar zijn, wordt bij perspectief zwaarder gesteund op informatie die direct wordt aangereikt door de ondernemer of eigenaarsvereniging.
 - U beseft in hoge mate afhankelijk te zijn van de informatie die de ondernemer/eigenaarsvereniging geeft. Iemand kan redenen hebben om niet alles naar waarheid te vertellen of in te vullen in de vragenlijst. Ook kan of wil een iemand soms helemaal geen antwoord geven op een vraag. We gaan in onze methodiek in principe af op de informatie die de ondernemer of eigenaarsvereniging zelf geeft. Het is daarom wel belangrijk om te checken of wat er wordt aangegeven, overeen-

- komt met wat u ziet tijdens een bezoek; het kan aanleiding zijn om door te vragen, waardoor wellicht toch meer informatie boven tafel komt dan u aanvankelijk kreeg. U kunt eventueel zelf ook nog aanvullende bronnen raadplegen (bijvoorbeeld: wat is er bij uw collega's van handhaving over het park bekend?) om zaken te verifiëren.
- U regelmatig informatie uitwisselt met collega's over uw bevindingen. Bespreek regelmatig uw bevindingen met collega's die ook vitaliteitsscans afnemen. Luister goed naar de argumenten van de ander en reflecteer hiermee op uw eigen inschatting van de parameters. Stel vaak de vraag 'wat maakt dat ik dit nu zo beoordeel/inschat'.
- Perspectief is voor een gedeelte echt alleen maar in kaart te brengen door de ondernemer of eigenaarsvereniging te spreken, bij voorkeur face-to-face, maar wanneer het niet anders kan telefonisch, voor- of nadat u zelf het park bezocht heeft. Om het ondernemerschap bijvoorbeeld in te kunnen schatten of om echt het verhaal achter het park te horen, is het goed als je ook een gesprek met de ondernemer of eigenaarsvereniging hebt.

In de volgende paragrafen beschrijven we de parameters die we gebruiken om de kwaliteit van een park te bepalen. In paragraaf 4.2 staan de parameters die voor beide soorten parken bruikbaar zijn. In paragraaf 4.3 staan de aanvullende parameters voor parken met bedrijfsmatige exploitatie. In paragraaf 4.4 staan de aanvullende parameters voor parken zonder bedrijfsmatige exploitatie.

Hieronder vindt u een tabel met de parameters voor bedrijfsmatige – en niet bedrijfsmatige exploitatie, om duidelijk de verschillen tussen de methodieken weer te geven.

Tabel 4.1 De verschillende parameters voor bedrijfsmatige en niet bedrijfsmatige exploitatie

Parameters bedrijfsmatige exploitatie	Parameters niet-bedrijfsmatige exploitatie
Mate van uitpounding -----	Mate van uitpounding
Huidig (oneigenlijk?) gebruik -----	Huidig (oneigenlijk?) gebruik
Toeristisch ondernemerschap -----	Toeristisch ondernemerschap
Ligging -----	Ligging
Belemmerende factoren -----	Belemmerende factoren
Investeringen -----	Hoogte parkbijdrage
Bedrijfsresultaat verleden -----	Afspraken
Bedrijfsresultaat toekomst -----	Handhaafbaarheid
Bezettingen -----	Verplicht lidmaatschap

4.2 Parameters voor alle parken

Mate van uitponding

Bij deze parameter gaat het erom wie eigenaar is van de grond. Hierbij kan grond in eigen bezit, uitgepond, gehuurd of gepacht zijn:

- **Volledig bezit**

In veel gevallen is de ondernemer nog in het bezit van alle grond. Hij of zij verhuurt dan veelal kavels waar recreatiewoningen of chalets op staan of biedt ze aan als toeristische kampeerplaats.

- **Uitponding**

Wanneer een park (deels) is uitgepond, zijn kavels op het park in bezit van anderen, meestal gasten van het recreatiepark. Zij bezitten dan de grond waarop hun chalet of recreatiewoning staat. Er zijn parken die volledig zijn uitgepond, of waar maar een deel van de kavels zijn uitgepond.

- **Gepachte of gehuurde grond**

In sommige gevallen is de grond niet in bezit van ondernemer of eigenaarsvereniging, maar wordt de grond gehuurd of gepacht van de gemeente, een terrein beherende organisatie of een andere partij.

Over het algemeen geldt: naarmate de ondernemer of eigenaarsvereniging meer grond in eigendom heeft, is de kans groter dat de ondernemer meer sturing is. Dat kan gaan om sturing op het onderhoud van accommodaties en uitstraling van het terrein, maar ook over wie er verblijven. Op parken waar dat niet goed geregeld is, is maar de vraag of iedere perceel-eigenaar het onderhoud even goed wil of kan plegen (bijvoorbeeld als een eigenaar minder financiële slagkracht heeft). Soms is het zo dat een particuliere eigenaar kan besluiten zijn of haar accommodatie te verhuren aan arbeidsmigranten of 'spoedzoekers', wat een vakantiebeleving op een park vaak niet ten goede komt. Als daar geen goede afspraken over gemaakt zijn met en tussen eigenaren van percelen, dan kan een dergelijke ontwikkeling makkelijker plaats vinden. Probeer daarom in een gesprek met de ondernemer of eigenaarsvereniging te achterhalen welke afspraken hierover met de particulieren zijn gemaakt.

Weten in hoeverre er sprake is van uitponding, is van belang voor het perspectief van een park, omdat dit een beeld geeft van hoe makkelijk het is het terrein anders in te richten. Het kan de ondernemer belemmeren om toekomstplannen (bijv. herstructurering) uit te voeren: de grond is immers niet in bezit van het bedrijf. Voor een potentiële koper zou een (deels) uitgepond park ook een minpunt kunnen zijn, omdat niet alle grond in eigendom kan worden overgedragen. Het aandeel grond wat niet in bezit is van de ondernemer speelt hierbij een belangrijke rol; wanneer

maar 5% van de kavels is uitgepond heeft dit minder invloed op het toekomstperspectief dan wanneer 95% is uitgepond.

Bij gepachte of gehuurde grond is het van belang om te achterhalen voor welke periode de pacht of huur geldt en onder welke voorwaarden. Wanneer een overeenkomst bijvoorbeeld elk jaar opnieuw moet worden afgesloten, kan dit onzekerheid geven voor de ondernemer en ook een extra barrière opwerpen om financiering te verkrijgen.

Bij parken met een niet-bedrijfsmatige exploitatie is ook goed om te vragen wie de eigenaar is van de gemeenschappelijke delen op het park. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de eigenaren van de paden en wegen. Het kan voorkomen dat op bepaalde wegen en paden recht van overpad is of dat ook deze delen in erfpacht zijn uitgeven. Het is goed om aandacht te hebben voor wat dit betekent voor eventuele toekomstplannen.


De volgende vraag uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) hoort bij deze parameter:

- Hoeveel eenheden zijn er bij benadering uitgepond op uw terrein? (vragenlijst)

Huidig (strijdig?) gebruik

Onder huidig gebruik verstaan we aan wie de accommodaties worden verhuurd. Gaat het alleen om toeristische gasten, of ook om arbeidsmigranten, mensen die om bepaalde redenen tijdelijk onderdak nodig hebben (bijv. vanwege verbouwing of scheiding), of aan andere doelgroepen zoals zorgbehoevenden of mensen die via reclassering op het park zijn geplaatst? Een gast die voor langere tijd verblijft op het park, voor werk, tijdelijk onderdak of anders, zorgt voor een andere beleving op een recreatieterrein dan een gast die een week verblijft om te ontspannen. Deze veranderende beleving kan ertoe leiden dat de toeristische gast wegblijft, wat een vicieuze cirkel tot gevolg kan hebben: hoe lastiger het wordt om de accommodaties te 'vullen' met toeristische gasten, hoe verleidelijker het kan worden om gasten te ontvangen die tijdelijk onderdak nodig hebben. Uiteraard is van invloed hoeveel eenheden op 'oneigenlijke' wijze worden gebruikt. Als het om een relatief klein aantal gaat, is de impact op het perspectief veel minder groot dan is het aandeel erg hoog is.

Arbeidsmigranten zijn daarbij in veel gevallen een relatief eenvoudige bron van inkomsten; arbeidsbemiddelaars nemen contact op met de ondernemer en willen vaak veel mensen huisvesten en daar in veel gevallen ook goed voor betalen. NB Indien dit goed wordt gereguleerd, hoeft beperkt oneigenlijk



Een park waar veel mensen wonen heeft minder vakantiebeleving. Hoe meer mensen er wonen, des te lastiger het is om deze vakantiebeleving weer terug te brengen.

gebruik (dus niet-toeristisch) geen probleem te zijn. Vindt deze opvang bijvoorbeeld in de wintermaanden plaats, op een beperkt en wellicht zelfs relatief afgesloten deel van het terrein, dan kan het voor extra inkomsten zorgen, zonder overlast te veroorzaken of de beleving aan te tasten. De inkomsten kunnen weer geïnvesteerd kunnen worden in het park en daarmee juist de vitaliteit ten goede komen. De mate waarin de ondernemer hier regie op voert is essentieel.

De volgende vragen uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) horen bij deze parameter:

- Verhuurt u chalets of bungalows voor langere tijd aan niet-vakantiegeïngangsters? (langer dan 3 weken) (vragenlijst)
- In hoeveel eenheden vindt langdurige verhuur plaats? (vragenlijst)

Permanente bewoning

Een belangrijke parameter voor het perspectief van een park is of er permanente bewoning plaatsvindt. Als een park volledig permanent bewoond wordt, heeft het in de meeste gevallen geen perspectief als recreatief park. De bewoners beschikken vaak over een gedoogvergunning, maar het kan in de praktijk natuurlijk ook zonder vergunning plaats vinden. Er is een onderscheid tussen een gedoogbeschikking op naam en object. Bij een gedoogbeschikking op object kan het pand permanent bewoond worden, ongeacht wie er woont. Bij een gedoogbeschikking op naam krijgt een persoon de vergunning om in een object tijdelijk te wonen. Deze vergunning is niet overdraagbaar naar andere perso-

nen. M.a.w. komt de persoon te overlijden of gaat deze verhuizen, dan kan het object niet opnieuw permanent bewoond worden, maar zal als recreatiewoning in de markt moeten worden gezet (tenzij er een nieuwe vergunning wordt verleend). De leeftijd van de persoon (of personen) met een gedoogbeschikking op naam is van belang voor het perspectief van het park. Zijn de bewoners relatief jong, dan kan het nog heel lang duren, voordat het object weer recreatief gebruikt zal worden. Naarmate de inwoners ouder zijn, zal deze termijn logischerwijs korter worden.

Een park waar veel mensen wonen heeft minder vakantiebeleving. Hoe meer mensen er wonen, des te lastiger het is om deze vakantiebeleving weer terug te brengen.

Het is belangrijk om te beseffen dat parkeigenaren of eigenaarsverenigingen hier soms niet open over zijn. Ze willen deze vraag soms niet beantwoorden of zijn hierover niet helemaal eerlijk, omdat de permanente bewoning niet altijd legaal is. Daarom kan het van belang zijn om tijdens een rondleiding goed op te letten op signalen die op permanente bewoning duiden: bijvoorbeeld goed onderhouden tuintjes, veel auto's die in de winter aanwezig zijn, om een vermoeden te krijgen of hier permanent gewoond wordt. Het is goed om te beseffen dat het daadwerkelijk aantonen van permanente bewoning tijdens een bezoek zeer complex is en dat de genoemde signalen niet persé duiden op permanente bewoning. Tweede woningbezitters kunnen hun huis ook bezoeken op

een doordeweekse dag in het winterseizoen. Toch kan het helpen om tijdens een rondleiding te benoemen wat u ziet. Vaak brengt het een gesprek met de eigenaar of eigenaarsvereniging op gang die toch weer extra informatie boven tafel brengt. Mogelijk is er bij uw collega's vanuit de handhaving extra informatie beschikbaar omtrent (signalen van) permanente bewoning, die u kunt benutten om een beeld te schetsen.

De volgende vraag uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) hoort bij deze parameter:

- Vindt er permanente bewoning plaats op het terrein?
- Zijn er persoons- of object gebonden beschikkingen afgegeven, en indien ja, hoeveel? (vragenlijst)
- Verhuurt u chalets of bungalows voor langere tijd aan niet-vakantiegangers? (langer dan 3 weken) (vragenlijst)
- In hoeveel eenheden vindt langdurige verhuur plaats?

Ligging

Deze parameter is bij zowel kwaliteit als perspectief van belang. Omdat deze al uitvoerig is beschreven in hoofdstuk 2, wordt deze hier kort beschreven.

Een park met een goede ligging hoeft minder moeite te doen om gasten aan te trekken. Daarom hoeft een ondernemer zich minder zorgen te maken over het aantrekken van gasten in de toekomst, omdat de regio genoeg aantrekkingskracht heeft. Ook heeft een park met een goede ligging een hogere marktwaarde, en is het daarmee een aantrekkelijker voor een bedrijfsovername of verkoop.

Ondernemerschap

Deze parameter is bij zowel kwaliteit als perspectief van belang. Omdat deze al uitvoerig is beschreven in hoofdstuk 3, wordt deze hier kort beschreven.

Om in de toekomst aan de wensen van de gasten te blijven voldoen, is het van belang dat een ondernemer bewust bezig is met zijn bedrijfsvoering. Wordt er nagedacht over keuzes die de ondernemer maakt? Is er een visie voor de komende 5 jaar? Past de ondernemer of eigenaarsvereniging op de tent of is er een ambitie? Een ondernemer of eigenaarsvereniging die actief bezig is met de toekomst, is vaak beter in staat om in te spelen op de wensen van gast.

Omgevingsfactoren en belemmeringen voor toekomstplannen

Deze parameter gaat over de interne en externe uitdagingen waar een park mee te maken heeft, die van invloed zijn op de het park. Interne belemmeringen in de bedrijfsvoering kunnen bijvoorbeeld zijn dat er geen bedrijfsopvolging is, dat er geen investeringsmogelijkheden zijn of dat er geen ruimte is voor

uitbreiding terwijl die wel nodig is.

Daarnaast zijn er belemmeringen buiten de bedrijfsvoering om, zoals ontevreden omwonenden. Wellicht heeft het park overlast van naastgelegen bedrijven, zoals stank van agrarische bedrijven of geluidsoverlast van een naastgelegen horeca? Ook kunnen parken regelmatig doelwit voor inbrekers zijn, wat een reputatie van een camping niet ten goede komt. Deze factoren kunnen van invloed zijn op de gastbeleving en het aantrekken van (nieuwe) gasten.

Deze parameter is een samenspel van zaken die waarschijnlijk bij andere vragen al aan de orde is gekomen, en daarmee is het een van de meer complexe parameters.

Een belangrijk aandachtspunt is dat deze belemmeringen altijd op waarde moeten worden geschat: in welke mate is dit écht een belemmering die invloed heeft op de bedrijfsvoering? Is de gewenste uitbreiding wel echt nodig of is dit alleen een wens van de ondernemer, terwijl het de toekomst van het park mogelijk niet persé schaadt? Wordt bepaalde problematiek groter gemaakt dan dat ze is, omdat de ondernemer uw scan ziet als platform om een ongezouten mening te geven? Of is het daadwerkelijk een grote belemmering voor de toekomst? Dit maakt deze parameter complex en vereist in grote mate een expert judgement. Wees kritisch op wat de ondernemer zegt en bespreek het met uw collega's waarom iets wel of juist niet een belemmering is.

De volgende vragen uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) horen bij deze parameter:

- Ervaart u belemmeringen bij uw uitbreidings-/toekomstplannen? Zo ja, welke?
- Spelen er ontwikkelingen in de directe omgeving van uw park die uw bedrijfsvoering of activiteiten (nadeelig) beïnvloeden (zoals klagende burgers, permanente bewoning of illegale activiteiten op recreatiebedrijven in de directe omgeving, verkeersoverlast)?
- Zijn er nog zaken op uw park die spelen inzake veiligheid/overlast, waar u of uw gasten last van hebben? (zoals inbraak van recreatieobjecten, auto-inbraken, vandalisme, drugsgebruik/-handel, prostitutie).

Daarnaast kunt u uw oordeel over deze parameter dus ook baseren op antwoorden op anderen vragen, bijvoorbeeld rondom de bedrijfsopvolging.

4.3 Aanvullende parameters voor parken met bedrijfsmatige exploitatie

Bedrijfsresultaat verleden

Bij deze parameter vragen we naar het bedrijfsresultaat van de afgelopen 3 jaar. We vragen hierbij bewust

de ontwikkeling van de behaalde bedrijfsresultaten en niet naar feitelijke getallen. We vragen naar de ontwikkeling, omdat financiële cijfers (zoals omzet/winst) gerelateerd moeten worden aan de omvang en aard van het bedrijf. Wanneer een ondernemer zegt €10.000 winst gemaakt te hebben, is niet eenvoudig te zeggen of dat veel of weinig is. De bedrijfsstructuur (is het bijvoorbeeld een VOF of BV), neveninkomsten (horeca, zaalverhuur, feesten en partijen), maar ook de manier van boekhouden hebben hier invloed op. Dit vraagt om een dermate complexe berekening, dat we naar de ontwikkeling vragen. Ook zijn ondernemers eerder geneigd om dit te beantwoorden dan om bedrijfsresultaten op tafel te leggen, ook omdat ze die niet altijd voorhanden hebben.

Wanneer de ondernemer aangeeft dat er (fors) dalende resultaten zijn behaald, is het goed om tijdens een gesprek door te vragen naar de redenen. Misschien is het een bewuste keuze geweest om bepaalde plaatsen leeg te laten, zodat later herstructureeringen kunnen worden uitgevoerd. Dit hoeft dan niet per definitief een negatieve factor te zijn.

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 1) hoort bij deze parameter:

- Hoe hebben uw bedrijfsresultaten zich de afgelopen drie jaar ontwikkeld? (vragenlijst)

Bedrijfsresultaat toekomst

Bij deze parameter vragen we naar de verwachting voor het bedrijfsresultaat voor de komende 3 jaar. De ondernemer kan aangeven of hij of zij verwacht dat de resultaten stijgen, dalen of gelijk blijven. Bij een gesprek met de ondernemer is dit vaak aanleiding om door te vragen: waarom is de verwachting dat de resultaten stijgen/dalen/gelijk blijven?

Over het algemeen kan je zeggen dat een verwachte groei van het bedrijfsresultaat gunstig is voor het perspectief van een park. Het is goed te beseffen dat er factoren kunnen zijn die goed kunnen verklaren waarom een groei naar verwachting niet zal plaats vinden. Wanneer een park al zeer goed draait, kan het zijn dat een verdere groei binnen de huidige omvang niet meer te verwachten valt. Ook kunnen veel investeringen de groei van de omzet drukken. Als deze investeringen zeer bewust worden gedaan, hoeft een niet-stijgend bedrijfsresultaat niet persé een negatieve invloed te hebben op het perspectief.

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 1) hoort bij deze parameter:

- Hoe verwacht u dat het bedrijfsresultaat zich de komende 3 jaar ontwikkelt?

Bezetting

Bij deze parameter vragen we hoe tevreden de ondernemer is over de bezetting in het afgelopen jaar. Dit vragen we uit per accommodatiesoort.

We vragen om een rapportcijfer, omdat bezettingsgraden veelal lastig te vergelijken zijn. Zo is een jaarplaats of 100% bezet of helemaal niet, terwijl een toeristische kampeerplaats per definitie een veel lagere bezetting kent. Bovendien hangt het samen met de rekenmethode die je aanhoudt. Reken je een bezetting voor een plek op jaarbasis, of op basis van het seizoen (en welk seizoen dan)? Dat verschilt per ondernemer. Bovendien houdt de één een sluitende administratie bij, maar hebben anderen geen exact zicht op de bezetting per plaats. Dat maakt een vergelijking op bezettingsgraden complex. Het vragen naar een rapportcijfer per accommodatievorm is daarom een pragmatische oplossing om toch een indruk te krijgen van hoe goed of slecht het met de bezettingen op het park gaat.

Tijdens een gesprek worden doorgevraagd naar de reden waarom het goed of slecht gaat met de bezetting van een bepaalde accommodatievorm. Ook als dit rapportcijfer afwijkt t.o.v. van het rapportcijfer over de resultaten, is dat aanleiding om door te vragen naar de oorzaak.

De volgende vraag uit de vragenlijst (bijlage 1) hoort bij deze parameter:

- Hoe tevreden bent u over uw bezetting in het afgelopen jaar?

Investeringen

Bij deze parameter vragen we naar de investeringen die de ondernemer heeft gedaan en van plan is te gaan doen de komende jaren. Hoeveel heeft de ondernemer de afgelopen 3 jaar gemiddeld per jaar geïnvesteerd, hoeveel gaat hij of zij de komende 3 jaar gemiddeld per jaar investeren en waar wordt in geïnvesteerd? Heeft het bedrijf de mogelijkheid om de komende jaren vernieuwingen door te voeren en dus mee te gaan in de wensen van de gasten? Of heeft het de laatste jaren al flink geïnvesteerd zodat het bedrijf helemaal up-to-date is?

Deze parameter zegt iets over of een ondernemer de mogelijkheid heeft om in te blijven spelen op de wensen van de gast, en daarmee over de financiële situatie. Een bedrijf moet kunnen blijven investeren om zo ook in de toekomst te blijven voldoen aan de eisen van de gast. Waar de ondernemer in investeert, zegt ook iets over het ondernemerschap; houdt de ondernemer de voorzieningen op hetzelfde niveau, of verbetert en breidt hij of zij bepaalde voorzienin-

gen uit? Wanneer er veel geïnvesteerd wordt, is de ondernemer actief bezig met het verbeteren van het park, wat de uitstraling en toeristische beleving vaak ten goede komt.

Een aandachtspunt hierbij is dat investeringen moeten worden gerelateerd aan het bedrijf. Voor het ene bedrijf is een investering van 30.000 euro (bijvoorbeeld een groot park met veel centrale voorzieningen en een zwembad) heel erg weinig, voor het andere bedrijf (bijvoorbeeld een kleinschalige camping met enkele toeristische plaatsen en weinig voorzieningen) is dat misschien wel veel. Ook kunnen de investeringen van de afgelopen jaren en de geplande investeringen niet los van elkaar worden gezien: sommige bedrijven doen nu bewust weinig investeringen om te sparen voor toekomstplannen, of om te profiteren van al gedane investeringen door de hypotheeklasten terug te brengen.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 1) horen bij deze parameter:

- Hoeveel heeft u gemiddeld per jaar in de afgelopen drie jaar geïnvesteerd?
- Waar heeft u de afgelopen jaren geïnvesteerd?
- Hoeveel verwacht u gemiddeld per jaar in de komende drie jaar te investeren?
- Waar gaat u de komende jaren in investeren?

4.4 Aanvullende parameters voor parken zonder bedrijfsmatige exploitatie

Hoogte parkbijdrage

Parken met een eigenaarsvereniging vragen vaak een parkbijdrage. De vraag is of deze ook hoog genoeg om toekomstige investeringen te kunnen doen. Is er bijvoorbeeld zicht op de staat van de riolering en wat betekent het wanneer dit moet worden vervangen? Een ondernemende en actieve eigenaarsvereniging heeft hier zicht op en stemt de hoogte van deze bijdrage af op toekomstige investeringen.

Ook bij niet-bedrijfsmatige exploitatie kan er sprake zijn van investeringen. Denk bijvoorbeeld aan de wegen en paden, terreinverlichting, groenonderhoud en internetvoorzieningen. De vraag die hierbij centraal staat is óf er nog wordt geïnvesteerd en hoe dat wordt gefinancierd.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 2) horen bij deze parameter:

- Hoe hoog is de parkbijdrage?
- Is de parkbijdrage voldoende om toekomstige investeringen te kunnen doen?

Afspraken over onderhoud, beheer en gebruik van recreatieobjecten

Afspraken binnen een eigenaarsvereniging zijn van belang om ongewenste situaties te voorkomen. Wanneer er afspraken zijn over verschillende onderwerpen gemaakt, is dat vaak gunstig voor het toekomstperspectief. Wanneer er geen afspraken zijn gemaakt over bijvoorbeeld bij gebouwen of uitstraling, kan elke eigenaar zelf bepalen wat hij of zij doet. Dit kan een park een rommelige uitstraling geven, of in sommige gevallen zelf verpaupering tot gevolg hebben. Afspraken helpen het recreatief karakter te waarborgen en kunnen helpen om een bepaald kwaliteitsniveau te handhaven. Wanneer er geen afspraken zijn gemaakt, is er geen handhaving mogelijk door een eigenaarsvereniging.

Onderwerpen waarover afspraken gemaakt kunnen worden:

- het onderhoud, van zowel de gemeenschappelijke delen,
- het groen op het park
- onderhoud aan de recreatieobjecten zelf
- het gebruik van de objecten, zoals het wel of niet huisvesten van arbeidsmigranten
- het gebruik voor permanente bewoning (let op: dat iets mag van een eigenaarsvereniging betekent niet dat het mag van de gemeente).
- uitstraling van een recreatieobject, tuinhuisjes/ externe bergingen, bij bouwsels en heggen. Het is aan een eigenaarsvereniging over welke onderwerpen afspraken worden gemaakt.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 2) horen bij deze parameter:

- Over welke onderwerpen zijn afspraken gemaakt met de eigenaren over het gebruik van de recreatiewoningen en het onderhoud?

Verplicht lidmaatschap van een eigenaarsvereniging

Deze parameter hangt nauw samen met de parameters 'afspraken' en 'handhaafbaarheid'. Dat er afspraken zijn gemaakt is vaak positief, alleen is het de vraag in hoeverre deze (juridisch) afdwingbaar zijn. Bij deze parameter kijken we of eigenaren automatisch lid zijn van een eigenaarsvereniging.

Hier beoordelen we dus enkel of de mogelijkheid er is om de afspraken juridisch af te dwingen.

Hier is het onderscheid tussen een eigenaarsvereniging en Vereniging van Eigenaren van belang. Wanneer er sprake is van een Vereniging van Eigenaren met splitsing van appartementsrechten, en er zijn duidelijk afspraken gemaakt over het beheer, onderhoud en gebruik van de recreatieobjecten is

dat positief. Een splitsing van appartementsrechten betekent dat elke eigenaar verplicht lid is van de VvE. De afspraken zijn juridisch afdwingbaar en een eigenaar heeft zich daaraan te houden. Daarmee is er veel sturing op het park.

Wanneer er sprake is van een eigenaarsvereniging in een andere vorm, is men niet verplicht lid van deze vereniging, al staat dit soms wel in de reglementen en denkt een vereniging soms zelf dat het wel een verplichting betreft. Wanneer iemand niet verplicht lid is, kan een eigenaar uit de vereniging stappen zonder het object te hoeven verkopen. Dan betaalt de eigenaar vaak nog wel mee aan de gemeenschappelijke kosten, maar hoeft zich niet meer te houden aan de afspraken. Als een eigenaar bijvoorbeeld wil verhuren aan gebruikers die veel overlast veroorzaken, is daar niet op te handhaven door de eigenaarsvereniging, enkel door een gemeente.

Centraal staat de vraag of eigenaren juridisch gedwongen kunnen worden de gemaakte afspraken na te leven. Wanneer dit niet het geval is, heeft dat een negatieve invloed op het recreatieve toekomstperspectief.

Let wel dat het in praktijk zeer complex zal zijn om juridische afdwingbare afspraken achteraf te realiseren. Daarbij geldt vaak, des te meer eigenaren, des te lastiger het is om de eigenaren (opnieuw) te verenigen.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 2) horen bij deze parameter:

- Worden eigenaren automatisch en verplicht lid van de eigenaarsvereniging bij aanschaf van een recreatieobject op uw terrein? Indien dit niet het geval is, hoeveel procent is (bij benadering) is lid van de eigenaarsvereniging?
- Is er sprake van splitsing in appartementsrechten?

Handhaafbaarheid van de afspraken

Met deze parameter beoordelen we of de gemaakte afspraken in de praktijk handhaafbaar zijn en of dit in de praktijk tot problemen leidt.

Allereerst is het de vraag of er op de afspraken gehandhaafd wordt. Daarnaast is het van belang aandacht te hebben voor wat er gebeurt wanneer een eigenaar zich niet aan de afspraken houdt. Oftewel, in welke mate zijn de afspraken handhaafbaar? Het kan voorkomen dat eigenaren zich niet houden aan de afspraken. Dit is niet altijd opzettelijk of met kwade wil. Het is van belang om aandacht te hebben voor de situatie dat iemand niet meer in staat is om onderhoud te plegen aan een object: een financiële situatie van een eigenaar kan veranderen, net als de

huizenmarkt. Verkoop van het object is daarom niet altijd een optie. Ook kan vanwege gezondheidsredenen het onderhoud aan een object verminderen.

Wanneer een eigenaar zich echter niet aan de afspraken wil houden, doet zich een andere situatie voor. Dan is het voor de recreatieve toekomst van belang dat een park of eigenaarsvereniging terug kan vallen op statuten of reglementen die afdwingbaar zijn. In de praktijk blijkt vaak dat afspraken enkel juridisch afdwingbaar zijn wanneer er sprake is van 'splitsing in appartementsrechten', die zijn opgenomen in de koopakte. Het is dus van belang door te vragen bij een eigenaarsvereniging hoe dit precies is geregeld. Het kan voorkomen dat er een huishoudelijk reglement is of statuten aanwezig zijn, maar dat betekent niet automatisch dat de afspraken juridisch afdwingbaar zijn.

Wanneer dit niet is vastgelegd in de koopakte, oftewel de splitsing in appartementsrechten, kan een eigenaar uit een vereniging stappen, waarna de eigenaar zich juridisch gezien niet aan de afspraak hoeft te houden, zolang de eigenaar maar voldoet aan het bestemmingsplan en het burendrecht.

Dit is complexe materie waarbij het nodig kan zijn voor een park om juridisch advies in te winnen. Om deze parameter te beoordelen is het zaak om goed door te vragen, omdat een vertegenwoordiger kan denken dat enkel een huishoudelijk reglement voldoende is. Daarbij kan het zijn dat eigenaren denken dat ze moeten voldoen aan het reglement, waardoor er in de praktijk geen problemen zijn met de handhaving. Dan heeft het niet direct negatieve gevolgen voor de recreatieve toekomst van een park. Immers, er zijn afspraken gemaakt waarvan de eigenaren denken dat ze juridisch verplicht zijn om zich eraan te moeten houden.

Een voorbeeld: een eigenaarsvereniging legt een boete of dwangsom op omdat een eigenaar zich niet aan bepaalde afspraken houdt. zolang de eigenaar betaalt, omdat deze denkt dat het ook zo moet, is er geen probleem. Zodra een eigenaar echter tot besef komt dat de betreffende boeteclausule geen juridische grondslag heeft, kan dat tot problemen leiden, omdat er dan geen handhavingsinstrument meer is voor de eigenaarsvereniging. Het is dus in de praktijk vaak een hellend vlak.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 2) horen bij deze parameter:

- Handhaaft u als organisatie op de afspraken en leidt dit wel eens tot problemen?
- Kunt u aangeven waar en hoe dit is geregeld en of eventuele boetes juridisch handhaafbaar zijn?

5. Overige relevante informatie

Dit hoofdstuk gaat in op zaken die wel relevant zijn voor de vitaliteit van het park, maar die niet (direct) worden meegenomen in het 'rekenmodel'. U kunt deze onderwerpen en bijbehorende vragen mede gebruiken om meer inzicht te krijgen in het ondernemerschap en de belemmeringen die worden ervaren.

5.1 Relevante informatie voor bedrijfsmatige – en niet bedrijfsmatige exploitatie

Ondermijning

Ondermijning is geen directe parameter in onze vitaliteitsscan, maar kan uiteraard wel spelen op vakantieparken. We hebben in de vragenlijst wel aandacht voor veiligheidsissues, omdat deze belemmerend kunnen werken op de bedrijfsvoering en de toeristische beleving. De vitaliteitsscan is echter zeker geen veiligheids- of ondermijningsscan. Wil je dat goed in beeld krijgen, dan moet je dat apart onderzoeken (dit wordt verder niet in dit handboek behandeld). Wees je er ook van bewust dat ook op vitale parken er sprake kan zijn van ondermijnende activiteiten.

De volgende vragen uit de vragenlijsten (bijlage 1 & 2) horen bij deze parameter:

- Spelen er ontwikkelingen in de directe omgeving van uw park die uw bedrijfsvoering (nadelig) beïnvloeden?
- Zijn er nog zaken op uw park die spelen inzake veiligheid/overlast, waar u of uw gasten last van hebben?

Biodiversiteit en duurzaamheid

Aanpassingen in de bedrijfsvoering op het gebied van biodiversiteit en duurzaamheid zijn ontwikkelingen die we in de recreatiesector de laatste 5 tot 10 jaar steeds vaker zien. In ons vitaliteitsmodel nemen wij deze niet mee als aparte parameter, omdat het niet zo is dat een ondernemer die zich niet met biodiversiteit bezig houdt, een minder vitaal park heeft. Als een ondernemer wel heel bewust met duurzaamheid en/of biodiversiteit bezig is, zeker in relatie tot de gasten die naar het park komen, kan het wel een indicatie zijn van goed ondernemerschap, het kan dan worden meegenomen in die parameter.

5.2 Relevante informatie voor bedrijfsmatige exploitatie

Bedrijfsopvolging

Dit aspect gaat over de voortzetting van het bedrijf. Soms neemt een volgende generatie langzaam, dit proces duurt vaak meerdere jaren, het roer over of zijn er plannen het bedrijf te verkopen aan derden. De ervaring leert dat bedrijfsovername vaak complexer is dan men aanvankelijk denkt. Een grote uitdaging zit vaak in de financiering, maar ook alle regelingen om de volgende generatie op een slimme (belastingtechnische) wijze het bedrijf te laten overnemen. Soms is het lang onduidelijk of de volgende generatie het park wil overnemen, en kan dat ervoor zorgen dat de ondernemer te lang niet meer gaat investeren.

Een aandachtspunt bij deze parameter is de huidige leeftijd van een ondernemer.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 1) horen bij deze parameter:

- Hoe oud is de eigenaar van het bedrijf?
- Is er de wens of zijn er plannen om het bedrijf binnen 5 tot 10 jaar te verkopen/overdragen?
- Verwacht u dat de verkoop/bedrijfsopvolging een probleem zal zijn?

Eigen vermogen en inkomstenbronnen

Deze twee aspecten gaan over de financiële gezondheid van een bedrijf. Hierbij wordt gekeken naar of de ondernemer naast de verblijfsaccommodatie nog andere inkomstenbronnen heeft, zoals zaalverhuur, zelfstandige horeca, evenementen etc. en hoeveel omzet gerealiseerd wordt met de verblijfsaccommodatie t.o.v. de totale omzet. Daarnaast wordt gekeken naar hoeveel procent van het totale vermogen in het bedrijf eigen vermogen is (en dus niet vreemd vermogen/geleend geld)? Vindt de ondernemer het moeilijk om externe financiering aan te trekken?

Met meer eigen vermogen t.o.v. het vreemde vermogen wordt het makkelijker om financiering aan te trekken en zijn de rentelasten lager. Daarmee is een ondernemer beter in staat in te spelen op veranderingen, schommelingen in de bedrijfsresultaten op te vangen en wordt het makkelijker om toekomstplannen uit te voeren. Meerdere inkomstenbronnen zorgen voor spreiding van het risico en dus meer zekerheid: als het bijvoorbeeld minder goed gaat met de verblijfsaccommodatie, heeft hij of zij wellicht nog omzet uit de horeca om inkomstenverlies enigszins te compenseren.

Een kanttekening hierbij is dat niet alle ondernemers graag het achterste van hun tong laten zien. Het kan goed zijn om dan door te vragen op de problemen die de ondernemer ervaart.

De volgende vragen uit de vragenlijst (bijlage 1) horen bij deze parameter:

- Heeft u naast uw inkomsten van gasten die bij u overnachten nog andere inkomstenbronnen, bijvoorbeeld zaalverhuur, zelfstandige horeca, evenementen etc.?
- Hoeveel procent van uw omzet realiseert u (ongeveer) met uw verblijfsaccommodatie?
- Hoeveel procent van het totale vermogen in het bedrijf is bij benadering eigen vermogen (en dus niet vreemd vermogen/geleend geld):
- In hoeverre is het moeilijk of gemakkelijk voor u om externe financiering aan te trekken?

6. Naar een eindoordeel: het rekenmodel

Nu we alle parameters hebben behandeld, is het nog van belang om deze parameters te wegen. Dat doen via ons 'rekenmodel'. We geven daarin een score aan een park op basis van de parameters. Belangrijk is om altijd met een kritische blik te blijven kijken naar deze score.

Voor iedere parameter die we behandelden in hoofdstuk 2 en 3, kunnen punten worden toegekend aan een park. Dat kan zowel in negatieve zin, als in positieve zin zijn. Zo kan een park maximaal 10 punten scoren op kwaliteit en perspectief, en minimaal -10 punten.

Kanttekening vooraf

We hebben de kanttekening eerder ook al geplaatst, maar het is belangrijk het hier nogmaals te herhalen. Alhoewel een vitaliteitscan 'harde' scores geeft in het vitaliteitsmodel, moten de uitkomsten altijd geduid worden door de persoon die de scan afneemt. Het betreft geen wiskundige formule, maar vooral een inschatting van waar, en vooral waarom, een park in een bepaald segment valt. Het is niet zozeer relevant hoe hoog de score exact is, zolang de richting van de uitkomst maar helder is. Dat geeft immers dan richting voor gesprek over de toekomst van het park. Het kan in de praktijk ook betekenen dat de vitaliteitsscore net wat anders uitvalt indien een ander iemand de vitaliteitscan zou afnemen. Dat is niet erg en niet helemaal te voorkomen. Belangrijk is wel dat de richting dezelfde is en daarom is het ook van belang de uitkomsten regelmatig met elkaar te bespreken.

Maak zelf vast een inschatting!

Als u bij een park bent geweest is het aan te raden om direct na het bezoek een eerste inschatting te maken van de kwaliteits- en perspectiefscore. Als u nu op basis van deze eerste indruk een score zou moeten geven, welke score is dat dan? En waarom? Dat is een handig hulpmiddel om uiteindelijk bij het toepassen van het rekenmodel de score eventueel iets naar beneden of boven bij te stellen. Bovendien traint u daarmee uw eigen expertise op het gebied van vitaliteit, door telkens in gedachte te blijven houden: waarom vind ik dit park wel/niet vitaal? In het 'schouwformulier' in de bijlage vindt u als laatste vraag een hulpvraag die u kunt gebruiken na uw bezoeken.

6.1. Rekenmodel bedrijfsmatige exploitatie

6.1.1 Kwaliteit

In de tabel 6.1 geven we per parameter weer hoeveel punten gescoord kunnen worden. *De schuin gearceerde parameters betreffen een expert judgement*

Tabel 6.1: Scoretabel kwaliteit bedrijfsmatige exploitatie

Parameter	- 2	- 1	- 0,5	0	+ 0,5	+ 1	+ 2
Onderhoud		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Eigentijdsheid		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Gastoordeel		< 7	7 tot 7,5	7,5 tot 8,5	8,5 tot 9,5	9,5 of hoger	
Ligging		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Ondernemerschap	slecht	matig		redelijk		goed	uitstekend
Veranderingen gasten / contact met de markt		geen zicht	wel zicht, niet op ingespeeld	niet nodig	beetje ingespeeld	veel ingespeeld	
Informatieverschaffing		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Uitstraling		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Doelgroepen		nee		usual suspects	iets meer omschreven	zeer specifieke omschrijving	

op basis van gegeven antwoorden. Dat betekent dat u voor die parameters zelf een oordeel dient te geven op basis van de informatie en de indrukken die u heeft gekregen tijdens uw bezoek.

Toelichting bij rekenmodel kwaliteit

Bij de meeste parameters spreken de antwoorden en de scores hopelijk voor zich. Bij twee parameters geven een extra toelichting:

• Verandering gasten:

- Geen zicht: dit vult u in als de respondent geen veranderingen onder gasten of in de markt heeft gezien.
- Wel zicht, niet op ingespeeld: dit vult u in als de respondent wel veranderingen kan benoemen, maar er niets mee gedaan heeft in de eigen bedrijfsvoering.
- Niet nodig: dit vult u in als de respondent wel veranderingen kan noemen, maar in uw ogen een hele goede reden kan aangeven waarom de respondent er niets mee doet. Bijvoorbeeld: een ondernemer geeft aan dat hij ziet dat er steeds meer vraag naar snelle wifi is. De ondernemer geeft daarbij aan dat hij heel bewust ervoor heeft gekozen om daar juist niet op in te spelen, omdat hij juist een park waar de afwezigheid van internet onderdeel is van het totaalconcept (bijv. dat de ondernemer kinderen faciliteert om te spelen in de natuur in plaats van op de telefoon of tablet te zitten).
- Beetje ingespeeld: u vult dit in als de ondernemer een verandering benoemt en daar kleine aanpassingen voor heeft gedaan op het park.
- Veel ingespeeld: u vult dit als de ondernemer een verandering benoemt en daar grote aanpassingen voor heeft gedaan op het park.

• Doelgroepen:

- Nee: u vult dit in als de ondernemer geen doelgroepen heeft gekozen
- Usual suspects: u vult dit in als de ondernemer doelgroepen in algemene termen benoemt: ouders, gezinnen met kinderen (of beiden).
- Iets meer omschreven: u vult dit in als u merkt dat de ondernemer iets beter nadenkt over de doelgroepen. Hij/zij benoemt bijvoorbeeld dat het park zich richt op de echte cultuurliefhebber, op hogere of juist lagere inkomensgroepen etc.
- Zeer specifieke omschrijving: u vult dit als u het idee heeft dat de ondernemer een heel scherp beeld heeft van zijn/haar doelgroep, in een vrij specifieke beschrijving (bijv. een leefstijlgroep, een eigen segmentatiemodel of specifieke groepen als naturalisten, christenen etc.)

6.1.2 Perspectief

In de tabel 6.2 geven we per parameter weer hoeveel punten gescoord kunnen worden. De schuin gearceerde parameters betreffen een expert judgement op basis van gegeven antwoorden. Dat betekent dat u voor die parameters zelf een oordeel dient te geven

de parameters betreffen een expert judgement op basis van gegeven antwoorden. Dat betekent dat u voor die parameters zelf een oordeel dient te geven op basis van de informatie en de indrukken die u heeft gekregen tijdens uw bezoek.

Toelichting bij rekenmodel perspectief

Bij de meeste parameters spreken de antwoorden en de scores hopelijk voor zich. Bij twee parameters geven een extra toelichting:

- Gebruik (dit is een combinatie van twee parameters: permanente bewoning en langdurig (oneigenlijk) gebruik.
 - Volledig of grotendeels: dit vult u in als een park voor een groot gedeelte of geheel permanent bewoond wordt en/of door niet-toeristische groepen (arbeidsmigranten, spoedzoekers etc.) wordt gebruikt.
 - Veel voorkomend: dit vult u in als op een park permanente bewoning en/of niet-toeristische groepen veel voorkomen (maar niet alles 'overheersen').
 - Af en toe: dit vult u in als op een park maar af en toe en goed gereguleerd verhuurd wordt niet-toeristische groepen.
 - Alleen toeristisch dit vult u in als een park alleen door toeristische bezoekers (inclusief vaste gasten) gebruikt wordt.
 - Investerings: vergeet u niet dat u deze moet relateren aan de omvang van het park. De vraag is dus of het veel of weinig is in relatie tot de aard en omvang van het park.

6.2 Rekenmodel niet-bedrijfsmatige exploitatie

6.2.1 Kwaliteit

In de tabel 6.3 geven we per parameter weer hoeveel punten gescoord kunnen worden. De schuin gearceerde parameters betreffen een expert judgement op basis van gegeven antwoorden. Dat betekent dat u voor die parameters zelf een oordeel dient te geven op basis van de informatie en de indrukken die u heeft gekregen tijdens uw bezoek.

We verwachten dat de parameters na de uitleg in de vorige hoofdstukken voor zich spreken.

6.2.2 Perspectief

In de tabel 6.4 geven we per parameter weer hoeveel punten gescoord kunnen worden. De schuin gearceerde parameters betreffen een expert judgement op basis van gegeven antwoorden. Dat betekent dat u voor die parameters zelf een oordeel dient te geven

Tabel 6.2: Scoretabel perspectief bedrijfsmatige exploitatie

Parameter	- 2	- 1	- 0,5	0	+ 0,5	+ 1	+ 2
Uitponding	volledig	grotendeels	klein deel	gehuurd/ gepacht			eigen bezit
Gebruik (strijdig of niet)		Volledig of grotendeels	Veel voorkomend	Af en toe		Alleen toeristisch	
Bedrijfsresultaat verleden		Lager dan 6	6 tot 7	7 tot 8	8 tot 9	9 of hoger	
Bedrijfsresultaat toekomst		Sterk dalen	Dalen	Gelijk	Stijgen	Sterk stijgen	
Bezetting (gemiddelde)		lager dan 6	6 tot 7	7 tot 8	8 tot 9	9 of hoger	
Investerings		geen	weinig	normaal	veel	heel veel	
Belemmerende factoren		ja, grote	ja, beperkte		waarschijnlijk niet	Zeker niet	
Ligging		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Ondernemerschap		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	

Tabel 6.3: Scoretabel kwaliteit niet bedrijfsmatige exploitatie

Parameter	- 2	- 1	- 0,5	0	+ 0,5	+ 1	+ 2
Onderhoud	slecht	matig		redelijk		goed	uitstekend
Eigentijdsheid	slecht	matig		redelijk		goed	uitstekend
Ligging		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Ondernemerschap		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Recreatieve beleving	slecht	matig		redelijk		goed	uitstekend
Online vindbaarheid		slecht	matig	redelijk		uitstekend	
Voorzieningen niveau		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	

Tabel 6.4: Scoretabel perspectief niet-bedrijfsmatige exploitatie

Parameter	- 2	- 1	- 0,5	0	+ 0,5	+ 1	+ 2
Uitponding		volledig	grotendeels	gehuurd/ gepacht		eigen bezit	
Gebruik (strijdig of niet)	volledig of grotendeels	veel voorkomend		af en toe			alleen toeristisch
Ligging		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Ondernemerschap		slecht	matig	redelijk	goed	uitstekend	
Hoogte parkbijdrage		geen, onvoldoende	weinig, net onvoldoende		veel, voldoende	heel veel, reserves opbouwen	
Belemmeringen		ja, grote	ja, beperkte		waarschijnlijk niet	Zeker niet	
Afspraken		nee	zeer beperkt		beperkt	ja	
Handhaafbaarheid		nee	beperkt		Ja, maar lastig of niet nodig	ja	
Verplicht lidmaatschap		nee				ja	

op basis van de informatie en de indrukken die u heeft gekregen tijdens uw bezoek.

Toelichting bij rekenmodel perspectief

Bij de meeste parameters spreken de antwoorden en de scores hopelijk voor zich. Bij twee parameters geven een extra toelichting:

- Hoogte parkbijdrage: dit verschilt per park en hangt af van welke investeringen er in de toekomst gedaan moeten worden. We maken onderscheid in:
 - Geen, onvoldoende: er wordt of geen parkbijdrage gevraagd of dit is niet voldoende om te voldoen aan toekomstige investeringen
 - Weinig, net onvoldoende: de bijdrage is net niet voldoende voor toekomstige investeringen en onderhoud
 - Veel, voldoende: er wordt geïnvesteerd en de park bijdrage is voldoende voor jaarlijks onderhoud
 - Veel, en er worden reserves opgebouwd: er wordt veel geïnvesteerd en de parkbijdrage is voldoende voor het jaarlijkse onderhoud en er

worden reserves opgebouwd.

- Afspraken: we hanteren een gradatie in waarover afspraken zijn gemaakt:
 - Nee: er zijn geen afspraken vast gelegd
 - Zeer beperkt: er zijn afspraken gemaakt, maar slechts over één of twee onderwerpen
 - Beperkt: er zijn afspraken gemaakt over drie of meer onderwerpen
 - Ja: over alle onderwerpen zijn afspraken gemaakt. Deze bevatten tenminste de volgende onderwerpen: gebruik van de recreatieobjecten, onderhoud van het groen en de recreatieobjecten, inrichting van de gemeenschappelijke delen en (bij)bebouwing.
- Handhaafbaarheid:
 - Ja, we handhaven hierop en dat lukt goed
 - Ja, we handhaven hierop, maar in de praktijk is dat lastig
 - We handhaven hier maar beperkt op
 - We handhaven hier helemaal niet op
 - We handhaven hier niet op, want dat is niet nodig

6.3 De eindscores

Eindscore kwaliteit

Als u de scores op alle parameters bij elkaar optelt, komt u uit op een maximale score van +10 en een minimale score van -10 op kwaliteit.

Vervolgens is het belangrijk deze totaalscore te bekijken. Komt deze overeen met uw eigen beeld? Zijn er redenen om de score naar beneden of naar boven bij te stellen? Zijn er bepaalde parameters die mogelijk wat zwaarder moeten wegen dan ze in het rekenmodel doen? Als u dit park vergelijkt met andere parken die u beoordeeld heeft, klopt deze score dan?

Belangrijk 'grenzen' om in gedachten te houden (NB deze grenzen zijn uiteraard geen harde grenzen!):

- Een kwaliteitsscore hoger dan +5 betekent in onze methodiek dat het een excellent park is als het gaat om de kwaliteit. Het is dan echt heel erg goed op orde en u heeft het over een voorbeeldpark voor anderen.
- Een kwaliteitsscore boven de 0 betekent in onze methodiek dat het park voldoende kwaliteit heeft voor toeristische doeleinden.
- Een kwaliteitsscore onder de 0 betekent in onze methodiek dat het park (net) niet meer voldoende kwaliteit biedt. M.a.w. de kwaliteit dient hier echt wel verbeterd te worden.
- Een kwaliteitsscore onder de -4 betekent in onze methodiek dat het park kwalitatief dusdanig niet meer op orde is, dat alleen grootschalige verbeteringen op het gebied van kwaliteit het park weer vitaal kunnen maken.

Het is uiteraard mogelijk uw score bij te stellen op basis van uw eigen indrukken. Belangrijk is daarbij dat u dat altijd kunt onderbouwen en niet willekeurig op basis van uw eigen voorkeuren doet. Schrijf dus altijd op waarom u de eindscore geeft die u geeft.

Eindscore perspectief

Als u de scores op alle parameters bij elkaar optelt, komt u uit op een maximale score van +10 en een minimale score van -10 op kwaliteit.

Vervolgens is het belangrijk deze totaalscore te bekijken. Komt deze overeen met uw eigen beeld? Zijn er redenen om de score naar beneden of naar boven bij te stellen? Zijn er bepaalde parameters die mogelijk wat zwaarder moeten wegen dan ze in het rekenmodel doen? Als u dit park vergelijkt met andere parken die u beoordeeld heeft, klopt deze score dan?

Belangrijk 'grenzen' om in gedachten te houden (NB deze grenzen zijn uiteraard geen harde grenzen!):

- Een perspectiefscore hoger dan +5 betekent in onze methodiek dat het een excellent park is als het gaat om het perspectief. De toekomst ziet er rooskleurig uit en het zal waarschijnlijk alleen maar beter gaan met het park in de toekomst.
- Een perspectiefscore boven de 0 betekent in onze methodiek dat het park voldoende perspectief heeft voor toeristische doeleinden. Er ligt nog een toeristisch perspectief voor het park.
- Een perspectiefscore onder de 0 betekent in onze methodiek dat het park (net) niet meer voldoende perspectief op een toeristische toekomst heeft. M.a.w. er zal heel hard gewerkt moeten worden aan het park om te voorkomen dat het verder afglijdt. Dat zal zeker gebeuren als er geen actie wordt ondernomen.
- Een perspectiefscore onder de -4 betekent in onze methodiek dat het perspectief van het park dusdanig slecht is, dat een toeristische toekomst eigenlijk niet meer aan de orde is.

Het is uiteraard mogelijk uw score bij te stellen op basis van uw eigen indrukken. Belangrijk is daarbij dat u dat altijd kunt onderbouwen en niet willekeurig op basis van uw eigen voorkeuren doet. Schrijf dus altijd op waarom u de eindscore geeft die u geeft.

6.4 De scores in het vitaliteitsmodel

Nadat u alle parken in uw regio heeft ingedeeld in het vitaliteitsmodel, kunt u deze samenvoegen tot één figuur. Een voorbeeld hiervan ziet u op de volgende pagina, in figuur 6.1. Wij delen de bedrijven op basis van hun score in het vitaliteitsmodel op in vier groepen: de voorlopers, de middenmoters, de zorgkindjes en achterblijvers. We doen dat vooral, omdat het inzicht geeft in de vraag of en welke opgave er ligt:

- **'Voorlopers'** in de sector en hebben een voorbeeldfunctie. Het gaat om parken met een hoge kwaliteit en een zeer gunstig toekomstperspectief.
- **'Middenmoters'** doen het ook goed, maar de uitdaging voor deze bedrijven is om te blijven ontwikkelen en vernieuwen. Het gaat om bedrijven met een positieve kwaliteit en gunstig toekomstperspectief.
- **'Zorgkindjes'** zijn parken, waarbij diverse problematiek een reden tot zorg is. Voor deze bedrijven is een impuls nodig voor de toekomst om verdere achteruitgang te voorkomen. Het is zaak deze zorgkindjes niet verder te laten afglijden naar de 'achterblijvers'. Het gaat om bedrijven waar de scores op kwaliteit en/of perspectief negatief uitvallen.

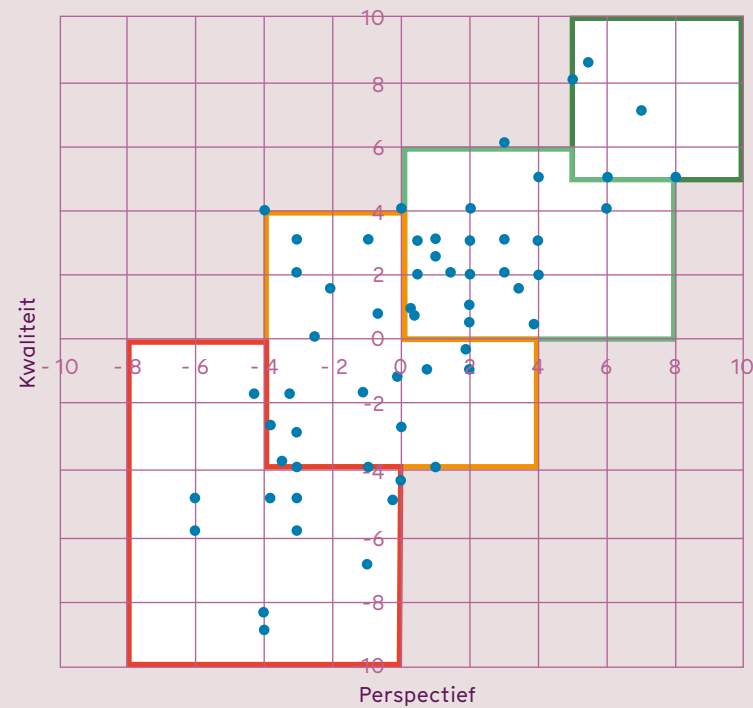
Tabel 6.5: Scoretabel kwaliteit

Totaal	Aantal accomodaties	% accomodaties	% bedden
Voorloper	3	7 %	13 %
Middenmoter	22	52 %	58 %
Zorgenkindje	8	19 %	22 %
Achterblijver	9	21 %	6 %
Totaal	42	100 %	100 %

- **'Achterblijvers'** hebben vanwege een dermate slechte score op kwaliteit én perspectief in de huidige situatie geen toekomst als recreatief gebruikt park. Voor deze parken is het advies om in te zetten op een transformatie van de verblijfsaccommodatie naar andere functies.

Door de scores van de bedrijven op deze manier weer te geven, is snel duidelijk waar de uitdaging voor uw gemeente ligt. Met de vitaliteitscores als basis, kunt u doelen en strategieën opstellen om de parken te transformeren, (re)vitaliseren of te laten excelleren.

Figuur 6.1: Voorbeeld vitaliteitsmodel met scores op kwaliteit en perspectief, ingedeeld in groepen (aantal accomodaties en naar capaciteit)



Legenda indeling in groepen:
 donkergroene omlijning: de voorlopers
 lichtgroene omlijning: de middenmoters
 oranje omlijning: de zorgenkindjes
 rode omlijning: achterblijvers.

Eén stip kan staan voor meerdere parken.



Bijlage 1: vragenlijst vitaliteitsonderzoek bedrijfsmatige exploitatie

In deze bijlage geven we de vragenlijst die u kunt gebruiken om de vitaliteitsscan af te nemen bij parken met een bedrijfsmatige exploitatie. Voor parken zonder bedrijfsmatige exploitatie, maar bijvoorbeeld met een eigenaarsvereniging, is een afzonderlijke bijlage (bijlage 2) opgenomen.

De vragen bestaan uit twee delen: vragen die u aan de ondernemer kunt stellen (vragenlijst) en een formulier waarop u uw eigen bevindingen deelt (schouwformulier); u stelt deze vragen niet aan de ondernemer.

Tips bij het afnemen van de vragenlijst:

- Vergeet niet door te vragen. De verhalen achter de antwoorden zijn vaak minstens zo interessant als het antwoord zelf.
- Het is niet persé noodzakelijk de vragenlijst in de juiste volgorde door te lopen. Het kan helpen om juist de ondernemer het verhaal te laten vertellen in zijn/haar eigen volgorde. Ondertussen kunt u de antwoorden op veel vragen al wel noteren. Zo voert u meer een gesprek in plaats van dat u strikt een vragenlijst afneemt.
- Het kan helpen om al vroeg in het gesprek u te laten rondleiden over het park. U toont daarmee interesse in de ondernemer en haalt vaak gedurende de rondleiding al heel veel informatie boven tafel.
- Maak veel foto's gedurende uw bezoek! Vergeet niet om toestemming te vragen aan de ondernemer.

Vragenlijst vitaliteit kampeer- en bungalowbedrijven met bedrijfsmatige exploitatie

ALGEMENE VRAGEN

1. Wat is de naam van uw bedrijf? _____
2. Wat is de postcode en huisnummer van uw bedrijf? _____
3. Wat is de plaatsnaam van uw bedrijf? _____
4. In welke gemeente ligt uw bedrijf? _____
5. Welk type verblijfsrecreatieve voorziening heeft u?
(Meerdere antwoorden mogelijk)
 - a. Camping
 - b. Bungalowpark
6. Bent u de eigenaar van het bedrijf?
 - a. Ja
 - b. Nee (ik ben bijvoorbeeld park- of hotelmanager)
 - c. Anders, namelijk stichting, coöperatie etc.
 - d. Anders, namelijk _____
7. Hoe oud is de eigenaar van het bedrijf (indien gesprek met eigenaar: Hoe oud bent u)? ____ jaar
8. Is uw bedrijf onderdeel van een concern? (Bijvoorbeeld Landal, Molencaten, enz.)
 - a. Ja, namelijk _____ (open antwoord)
 - b. Nee

TYPERING, AANTALLEN EN VOORZIENINGEN

9. Wat is de oppervlakte van uw totale bedrijf? _____ hectare (afroonden op één cijfer achter de komma)

10. Hoeveel eenheden heeft u?

- a. Aantal staanplaatsen (vast) _____
- b. Aantal staanplaatsen (toeristisch) _____
- c. Aantal chalets / stacaravans / vakantiewoningen _____
- d. Aantal trekkershutten _____
- e. Aantal ingerichte tenten (bungalow/safaritenten) _____
- f. Aantal andere verhuuraccommodaties, zoals bungalowtent, boomhut, tiny house, yurt, safaritent, etc. _____
- g. Aantal bungalows / vakantiewoningen _____

11. Worden de verhuuraccommodaties op uw park centraal verhuurd?

- a. Ja, alle verhuur verloopt via het eigen park of via één organisatie
- b. Nee, iedere accommodatie wordt door de eigenaar zelf verhuurd
- c. Deels, sommige accommodaties worden via het eigen park of één organisatie verhuurd, de rest wordt door eigenaar zelf verhuurd. Aantal accommodaties dat via het eigen park of één organisatie wordt verhuurd _____

12. Is (een deel van) uw bedrijf uitgepond (d.w.z. is de grond in het bezit van derden, waaronder ook particulieren)?

- a. Nee, de grond is volledig in bezit van het bedrijf
- b. Ja, de grond is deels uitgepond
- c. Ja, de grond is volledig uitgepond
- d. De grond is gehuurd of gepacht van een andere eigenaar
- e. Anders, namelijk _____

13. Hoeveel eenheden van het bedrijf zijn bij benadering uitgepond? _____

14. Verhuurt u chalets of bungalows voor langere tijd aan niet-vakantiegangers? (langer dan 2 weken)

- a. Ja, regelmatig aan arbeidsmigranten of andere arbeiders -> vraag 14
- b. Ja, incidenteel aan arbeidsmigranten of andere arbeiders -> vraag 14
- c. Ja, regelmatig aan mensen die om bepaalde reden tijdelijk onderdak nodig hebben (bijv. vanwege verbouwing of scheiding) -> vraag 14
- d. Ja, incidenteel aan mensen die om bepaalde reden tijdelijk onderdak nodig hebben (bijv. vanwege verbouwing of scheiding) -> vraag 14
- e. Ja, aan andere doelgroepen zoals zorgbehoevenden, asielzoekers, reclassering -> vraag 14
- f. Nee -> vraag 15

15. In hoeveel eenheden vindt langdurig verhuur plaats? _____

16. Vindt er permanente bewoning plaats op het terrein?

- a. Ja, _____ aantal eenheden permanent bewoond
- b. Nee
- c. Weet niet
- d. Wil niet zeggen

17. Wonen er op uw terrein mensen met een persoons- of object gebonden beschikking? Zo ja, om hoeveel objecten gaat het? (alleen tellen indien vraag 15a)

- a. Nee
- b. Ja, in _____ objecten

18. Kunt u een indicatie geven van het aantal vaste arbeidsplaatsen in uw bedrijf

(inclusief eventuele eigen arbeid)
_____ fte

19. Kunt u een indicatie geven van het aantal tijdelijke medewerkers (oproepkrachten/ O-uren krachten) in het seizoen in uw bedrijf?

_____ aantal medewerkers

20. Hoe moeilijk of makkelijk is het voor u om aan geschikt personeel te komen?

- a. Heel gemakkelijk
- b. Makkelijk
- c. Niet makkelijk / niet moeilijk
- d. Moeilijk
- e. Heel moeilijk

21. Zijn er specifieke functies waarvan vacatures moeilijk te vervullen zijn? (alleen stellen indien vraag 25 is d of e)

22. Welke gevolgen heeft dit voor uw bedrijf? (alleen stellen indien vraag 25 is d of e)

(meerdere antwoorden mogelijk)

- a. Mijn bedrijf is vaker dan voorheen gesloten
- b. Bepaalde onderdelen van mijn bedrijf heb ik moeten sluiten
- c. Gasten moeten langer wachten
- d. Personeel moet meerdere functies vervullen
- e. Het serviceniveau is minder hoog dan ik zou willen
- f. Het leidt tot omzetverlies
- g. Het leidt tot prijsstijgingen voor de consument
- h. Het zorgt voor hogere bedrijfskosten
- i. Anders, namelijk _____

23. Hoe schadelijk is dit voor uw bedrijfsvoering?

- a. Zeer schadelijk
- b. Schadelijk
- c. Neutraal
- d. Niet schadelijk

TEVREDENHEID GASTEN

24. In hoeverre hebben recensies, klachten of complimenten van gasten invloed op uw bedrijfsvoering?

- a. Daar laat ik me sterk door leiden
- b. Daar laat ik me deels door leiden
- c. Daar laat ik me niet door leiden
- d. Niet van toepassing

Evt. toelichting _____

MARKETING, DOELGROEPEN E.D.

25. Welke veranderingen heeft u de afgelopen 5 jaar onder uw gasten en/of in de markt gezien die relevant zijn voor uw park? Kunt u deze verandering in maximaal drie steekwoorden weergeven (bv. vraag naar luxe, vergrijzing etc.) (open vraag: ondernemer in eigen woorden laten antwoorden, gaat niet om de antwoorden maar om het bewustzijn);

- a. _____
- b. _____
- c. _____
- d. Weet niet, ga door naar vraag 22.

26. Hoe heeft u ingespeeld op deze veranderende vraag van de consument?

Meerdere antwoorden mogelijk.

- a. Uitbereiding capaciteit met nieuwe eenheden
- b. Verbetering of vernieuwing bestaande verblijfsrecreatieve voorzieningen
- c. Verbetering of vernieuwing overige voorzieningen (bijv. horeca, zwembad, sauna, sportcomplex enz.)
- d. Marketing en promotie-inspanningen
- e. Niet op ingespeeld
- f. Anders, namelijk _____

27. Richt u zich op bepaalde doelgroepen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- a. Nee, ik richt me niet specifiek op bepaalde doelgroepen
- b. Ja, ik richt me vooral op gezinnen met kinderen
- c. Ja, ik richt me vooral op ouderen
- d. Ja, ik richt me vooral op _____
anders _____
- e. Ja, ik maak gebruik van de Leefstijlvinder (voorheen Leisure Leefstijlen)/ andere specifieke manier van segmenteren

28. Waar staat u over 5 jaar met uw bedrijf?

VRAGEN OVER BEDRIJFSRESULTATEN EN PERSPECTIEF

29. Hoe heeft uw bezettingsgraad zich de afgelopen drie jaar ontwikkeld?

Toeristisch:

Fors gestegen Gestegen Bleef gelijk Gedaald Fors gedaald Weet niet

Vast:

Fors gestegen Gestegen Bleef gelijk Gedaald Fors gedaald Weet niet

Verhuuraccommodatie:

Fors gestegen Gestegen Bleef gelijk Gedaald Fors gedaald Weet niet

Extra optie:

Mijn organisatie bestaat nog geen drie jaar

30. Hoe denkt u dat uw bezettingsgraad zich de komende jaren gaat ontwikkelen?

Toeristisch:

Fors stijgen Stijgen Blijft gelijk Dalen Fors dalen Weet niet

Vast:

Fors stijgen Stijgen Blijft gelijk Dalen Fors dalen Weet niet

Verhuuraccommodatie:

Fors stijgen Stijgen Blijft gelijk Dalen Fors dalen Weet niet

Extra optie:

Mijn organisatie bestaat nog geen drie jaar

31. Zijn er belangrijke zaken die u belemmeren in uw huidige bedrijfsvoering?

32. Hoe heeft uw financieel resultaat zich ontwikkeld in de afgelopen drie jaar?

- a. Fors gestegen
- b. Gestegen
- c. Niet gestegen / niet gedaald
- d. Gedaald
- e. Fors gedaald
- f. Weet niet
- g. Mijn organisatie bestaat nog geen drie jaar

Evt. toelichting _____

32. Hoe heeft uw financieel resultaat zich ontwikkeld in de afgelopen drie jaar?

- a. Fors gestegen
- b. Gestegen
- c. Niet gestegen / niet gedaald
- d. Gedaald
- e. Fors gedaald
- f. Weet niet
- g. Mijn organisatie bestaat nog geen drie jaar

Evt. toelichting _____

34. Hoeveel heeft u gemiddeld *per jaar* in de afgelopen drie jaar geïnvesteerd?

In Euro's per jaar _____

Waarin heeft u geïnvesteerd? _____

35. Hoeveel verwacht u gemiddeld per jaar in de komende drie jaar te investeren?

In Euro's per jaar _____

Waarin wilt u investeren? _____

36. Hoe belangrijk is het thema duurzaamheid in uw bedrijfsvoering?

- a. Duurzaamheid is een cruciaal onderdeel / kernwaarde van de bedrijfsvoering
- b. Duurzaamheid speelt een redelijk belangrijke rol in de bedrijfsvoering
- c. Ik ben steeds meer bezig met het thema duurzaamheid
- d. Ik ben een beetje bezig met het thema duurzaamheid
- e. Ik ben niet bezig met het thema duurzaamheid

37. Hoeveel procent van het totale vermogen in het bedrijf is bij benadering eigen vermogen (en dus niet vreemd vermogen/geleend geld)?

- a. ____ %
- b. Weet ik niet
- c. Wil ik liever niet zeggen

38. In hoeverre is het moeilijk of gemakkelijk voor u om externe financiering aan te trekken?

- a. Heel moeilijk
- b. Best moeilijk
- c. Niet moeilijk/niet gemakkelijk
- d. Best gemakkelijk
- e. Heel gemakkelijk
- f. Niet van toepassing

Evt. toelichting _____

39. Is er de wens of zijn er plannen om het bedrijf binnen 5 tot 10 jaar te verkopen/overdragen?

- a. Ja, aan een derde
- b. Ja, bedrijfsopvolging binnen de familie
- c. Ja, management buy-out
- d. Ja, anders namelijk _____
- e. Nee -> Vraag 37

40. Verwacht u dat de verkoop/bedrijfsopvolging een probleem zal zijn?

- a. Ja
- b. Nee
- c. Weet niet

Evt. Toelichting _____

41. Met hoeveel hectare zou u uw bedrijf willen uitbreiden?

- a. Ik heb geen uitbreidingsbehoefte
- b. Aantal hectare _____

42. Is binnen het huidige bestemmingsplan mogelijkheid voor deze uitbreiding?

- a. Ja, dat is al gerealiseerd in het bestemmingsplan
- b. Nee, die ruimte is er niet in het bestemmingsplan
- c. Weet ik (nog) niet

Evt. toelichting _____

43. Ervaart u belemmeringen bij uw uitbreidings-/toekomstplannen? Zo ja, welke?

44. Ervaart u belemmeringen in de bedrijfsvoering en de realisatie van toekomstplannen? Zo ja, welke?

- a. Bedrijfsopvolging of verkoop van de organisatie is lastig
- b. Het is moeilijk om aan (externe) financiering te komen
- c. Ik heb geen uitbreidingsmogelijkheden
- d. Ik kan niet aan personeel komen
- e. Er is een conflict met de omgeving (buren, andere bedrijven of gemeente)
- f. Beperkingen door natuurwetgeving (bijvoorbeeld stikstof, natura2000)
- g. Anders, namelijk _____

h. Nee
Evt. Toelichting _____

45. U heeft aangegeven dat [antwoord 44]. Hoe groot is deze belemmering voor de toekomst van de organisatie? (deze vraag wordt gesteld voor elke belemmering die bij de vorige vraag is aangegeven)

- a. Dit heeft een hele grote invloed op de toekomst van de organisatie
- b. Dit heeft een grote invloed op de toekomst van mijn organisatie
- c. Dit heeft weinig invloed op de toekomst van mijn organisatie
- d. Dit heeft geen invloed op de toekomst van mijn organisatie

OPMERKINGEN

46. Heeft u tot slot nog op- en/of aanmerkingen naar aanleiding van dit onderzoek?

Schouw bij vitaliteitsgesprek bedrijfsmatige exploitatie – intern gebruik

Deze informatie wordt niet met de ondernemer gedeeld, dit is nodig om een inschatting te maken in het vitaliteitsmodel.

Audit op basis van de website:

NB voor een aantal van onderstaande elementen geldt dat ze moeilijk objectiveerbaar te maken zijn. Het gaat daarom echt om een expert judgement op basis van de eigen ervaring (inschatting).

1. Gastoordeel (slecht: <7 of 1 | matig: 7-7,5 of 2 | redelijk: 7,5-8,5-3 | goed: 8,5-9,5-4 | uitstekend >9 of 5 |
Te weinig reviews | Te oude reviews: reviews zijn niet representatief vanwege bijvoorbeeld overname.
Maw: niet laten meetellen in score
 - a. Zoover score
 - b. Tripadvisor
 - c. Booking.com
2. Informatieverschaffing (slecht | matig | redelijk | goed | uitstekend)
3. Uitstraling (beleving, beelden) (slecht | matig | redelijk | goed | uitstekend)

Toelichting _____

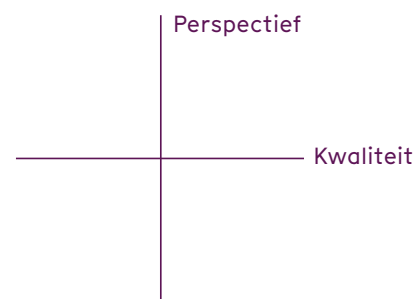
Audit tijdens schouw van het bedrijf:

NB voor een aantal van onderstaande elementen geldt dat ze moeilijk objectiveerbaar te maken zijn. Het gaat daarom echt om een expert judgement op basis van de eigen ervaring (inschatting).

1. **Ligging / locatie, aantrekkelijkheid omgeving**
Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend
2. **Mate van ondernemerschap** (visie, initiatief, conceptueel, ondernemend)
Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend
3. **Staat van onderhoud voorzieningen en terrein** (groenonderhoud, schoonmaak, verf, algemeen onderhoud)
Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend
4. **Staat van onderhoud stacaravans/chalets van derden**
Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend
5. **Mate van onderhoud rest bedrijf** (ontvangstruimte, ontbijtzaal etc.)
Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend
6. **Eigentijdsheid bedrijf** (komt tegemoet aan wensen huidige consument)
Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

7. Kwaliteit en perspectief

Vul in de grafiek de plaats in van het bedrijf op het gebied van kwaliteit en perspectief (dit betreft een Expert Judgement).



Bijlage 2: vragenlijst vitaliteitsonderzoek niet bedrijfsmatige exploitatie

In deze bijlage geven we de vragenlijst die u kunt gebruiken om de vitaliteitsscan af te nemen bij parken zonder bedrijfsmatige exploitatie, maar met bijvoorbeeld een eigenaarsvereniging. Het gesprek kan gevoerd worden met de beheerder van het park of bijvoorbeeld een bestuur (der) van de eigenaarsvereniging.

De vragen bestaan uit twee delen: vragen die u aan de eigenaarsvereniging kunt stellen (vragenlijst) en een formulier waarop u uw eigen bevindingen deelt (schouwformulier); u stelt deze vragen niet aan de ondernemer.

Tips bij het afnemen van de vragenlijst:

- Vergeet niet door te vragen. De verhalen achter de antwoorden zijn vaak minstens zo interessant als het antwoord zelf.
- Het is niet persé noodzakelijk de vragenlijst in de juiste volgorde door te lopen. Het kan helpen om juist de vertegenwoordiger het verhaal te laten vertellen in zijn/haar eigen volgorde. Ondertussen kunt u de antwoorden op veel vragen al wel noteren. Zo voert u meer een gesprek in plaats van dat u strikt een vragenlijst afneemt.
- Het kan helpen om al vroeg in het gesprek u te laten rondleiden over het park. U toont daarmee interesse in het park en de eigenaarsvereniging en haalt vaak gedurende de rondleiding al heel veel informatie boven tafel.
- Maak veel foto's gedurende uw bezoek! Vergeet niet om toestemming te vragen.

Vragenlijst vitaliteit kampeer- en bungalowbedrijven zonder bedrijfsmatige exploitatie

1. Wat is de naam van uw park? _____
2. Wat is de oppervlakte van uw totale bedrijf of park? ____ hectare (afroonden op één cijfer achter de komma)
3. Hoeveel eenheden heeft u op uw park? _____
4. Is (een deel van) uw park uitgepond (d.w.z. is de grond in het bezit van derden, waaronder ook particulieren)?
 - a. Nee, de grond is volledig in bezit van één centrale organisatie
 - b. Ja, de grond is deels uitgepond
 - c. Ja, de grond is volledig uitgepond
 - d. De grond is gehuurd of gepacht van een andere eigenaar
 - e. Anders, namelijk _____

5. Hoeveel eenheden van het park zijn bij benadering uitgepond? _____
6. Vindt er permanente bewoning plaats op het terrein?
 - a. Ja, ____ aantal eenheden permanent bewoond
 - b. Nee
 - c. Weet niet
 - d. Wil niet zeggen

7. **Wonen er op uw terrein mensen met een persoons- of object gebonden beschikking? Zo ja, om hoeveel objecten gaat het?** (alleen tellen indien vraag 15a)
- a. Nee
b. Ja, in zoveel objecten _____
- Indien bekend: om hoeveel persoonsgebonden beschikkingen en hoeveel object gebonden beschikkingen gaat het?
- _____

8. **Wordt er op het park ook voor langere tijd aan niet-vakantiegangers verhuurd?** (langer dan 2 weken)
- a. Ja, regelmatig aan arbeidsmigranten of andere arbeiders
b. Ja, incidenteel aan arbeidsmigranten of andere arbeiders
c. Ja, regelmatig aan mensen die om bepaalde redenen tijdelijk onderdak nodig hebben (bijv. vanwege verbouwing of scheiding)
d. Ja, incidenteel aan mensen die om bepaalde redenen tijdelijk onderdak nodig hebben (bijv. vanwege verbouwing of scheiding)
e. Ja, aan andere doelgroepen zoals zorgbehoevenden, vluchtelingen, asielzoekers of reclassering
f. Nee

9. **In hoeveel eenheden vindt langdurig verhuur plaats aan niet-vakantiegangers?** _____ eenheden

10. **Worden eigenaren automatisch en verplicht lid van de eigenaarsvereniging bij aanschaf van een recreatie-object op uw terrein? Indien dit niet het geval is, hoeveel procent is (bij benadering) is lid van de eigenaarsvereniging?**
- a. Ja
b. Nee, er is geen eigenaarsvereniging
c. Nee, zoveel % is lid

Evt. toelichting _____

11. **Is er sprake van splitsing in appartementsrechten?**
- a. Ja
b. Nee

12. **Voldoet de jaarlijkse parkbijdrage voor het onderhoud van gezamenlijke voorzieningen** (bijvoorbeeld infrastructuur, slagbomen, kabels, riool etc.)?
- a. Ja, dat is meer dan genoeg en we bouwen reserves op
b. Ja, dit voldoende voor de jaarlijkse uitgaven (zoals noodzakelijk onderhoud)
c. Nee, dit is net niet voldoende
d. Nee, dit bedrag is te laag om het park te kunnen onderhouden
e. We heffen geen parkbijdrage

Evt. toelichting _____

13. **Over welke onderwerpen zijn afspraken gemaakt met de eigenaren over het gebruik van de recreatie-woningen en het onderhoud?**
- a. Gezamenlijk onderhoud
b. Inrichting van het openbaar gebied
c. Bouwcommissies (tegen ongewenste bebouwing)
d. Er zijn geen afspraken gemaakt
e. Anders, namelijk

14. **Handhaaft u als organisatie op deze afspraken?**
- a. Ja, we handhaven hier op en dat lukt goed
b. Ja, we handhaven hierop, maar in de praktijk is dat lastig
c. We handhaven hier maar beperkt op
d. We handhaven hier helemaal niet op
e. We handhaven hier niet op, want dat is niet nodig

Evt. toelichting _____

15. **Kunt u aangeven waar en hoe dit is geregeld en of eventuele boetes juridisch handhaafbaar zijn?**

16. **Hoeveel heeft u gemiddeld bij benadering per jaar geïnvesteerd, in de afgelopen drie jaar? Indien u geen exacte bedragen weet, wilt u dan een schatting geven? Met investeringen bedoelen we geen lopende exploitatiekosten.**
- In Euro's per jaar _____

17. **Waarin heeft u geïnvesteerd?**

Ik heb de afgelopen jaren niet geïnvesteerd.

18. **Hoeveel verwacht u gemiddeld bij benadering per jaar in de komende drie jaar te investeren? Indien u geen exacte bedragen weet, wilt u dan een schatting geven? Met investeringen bedoelen we geen lopende exploitatiekosten.**
- In Euro's per jaar _____

19. Waarin gaat u investeren?

Ik heb geen investeringsplannen voor de komende drie jaar

20. Hoe belangrijk is het thema duurzaamheid op uw park?

- a. Duurzaamheid is een cruciaal onderdeel / kernwaarde van de bedrijfsvoering
- b. Duurzaamheid speelt een redelijk belangrijke rol in de bedrijfsvoering
- c. Ik ben steeds meer bezig met het thema duurzaamheid
- d. Ik ben een beetje bezig met het thema duurzaamheid
- e. Ik ben niet bezig met het thema duurzaamheid

21. Wat heeft u zoal gedaan om duurzaamheid een rol te geven op uw park?

22. Waar staat het park volgens u over 5 jaar?

23. Ervaart u belemmeringen in de bedrijfsvoering? Zo ja, welke?

OPMERKINGEN

24. Heeft u tot slot nog op- en/of aanmerkingen naar aanleiding van dit onderzoek?

Schouw bij vitaliteitsgesprek niet bedrijfsmatige exploitatie – intern gebruik

Deze informatie wordt niet met het park gedeeld, dit is nodig om een inschatting te maken in het vitaliteitsmodel.

Audit op basis van de website:

NB voor een aantal van onderstaande elementen geldt dat ze moeilijk objectiveerbaar te maken zijn. Het gaat daarom echt om een expert judgement op basis van de eigen ervaring (inschatting)..

1. Online aanwezigheid

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

Toelichting _____

Audit tijdens schouw van het bedrijf: NB voor een aantal van onderstaande elementen geldt dat ze moeilijk objectie-veerbaar te maken zijn. Het gaat daarom echt om een expert judgement op basis van de eigen ervaring (inschatting).

2. Ligging / locatie, aantrekkelijkheid omgeving

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

3. Mate van ondernemerschap (visie, initiatief, conceptueel, ondernemend)

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

4. Staat van onderhoud voorzieningen en terrein (groenonderhoud, schoonmaak, verf, algemeen onderhoud)

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

5. Staat van onderhoud stacaravans/chalets van derden

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

6. Mate van onderhoud rest bedrijf (ontvangstruimte, ontbijtzaal etc.)

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

7. Eigentijdsheid bedrijf (komt tegemoet aan wensen huidige consument)

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

8. Recreatieve beleving (woonwijk of recreatiepark?)

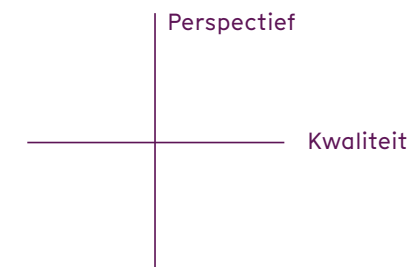
Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

9. Voorzieningen niveau (recreatieve voorzieningen)

Slecht Matig Redelijk Goed Uitstekend

10. Kwaliteit en perspectief

Vul in de grafiek de plaats in van het bedrijf op het gebied van kwaliteit en perspectief (dit betreft een Expert Judgement).



Toelichting _____



Deze methodiek is ontwikkeld door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd in opdracht van het programma Vitale Vakantieparken. We proberen de informatie zo goed mogelijk weer te geven, maar hieraan kunnen geen rechten ontleend worden. We werken volgens het principe van de creative commons. Voel je vrij om alles uit deze uitgave (en onze website www.vitalevakantieparken.nl) zo veel en zo vaak mogelijk te gebruiken. We stellen het wel op prijs als er naar het programma Vitale Vakantieparken Veluwe verwezen wordt.

Oktober 2023



In 2013 is de Veluwe als eerste in Nederland gestart met een integraal programma om op regionale schaal te werken aan oplossingen voor de vraagstukken die spelen op en rond de bijna 500 Veluwse vakantieparken. Het programma Vitale Vakantieparken is uitgegroeid tot een robuuste samenwerking van elf Veluwse gemeenten, de provincie Gelderland en vele andere partijen. Ons doel is het realiseren van een kwalitatief goed aanbod van parken waar recreanten graag verblijven. Nu en in de toekomst. Het programma richt zich vooral op het ontwikkelen en realiseren van instrumenten en initiatieven die gemeenten en anderen helpen bij de uitvoering.