

# Kleinschalig kamperen op de Veluwe

Verkenning in opdracht van Vitale Vakantieparken Veluwe



## Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, juni 2023

**Voor** Vitale Vakantieparken Veluwe  
Mevr. E. (Esther) Karman

**Auteurs** Mevr. N. (Nina) Ruigrok  
Dhr. R. (Rick) van Zadelhoff  
Dhr. J.J. (Jan Jaap) Thijs

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd  
Oude Kraan 72  
6811 LL Arnhem  
Tel: 06 51174193  
Mail: [thijs@ruimteenvrijetijd.nl](mailto:thijs@ruimteenvrijetijd.nl)  
[www.ruimteenvrijetijd.nl](http://www.ruimteenvrijetijd.nl)

**Foto's** Via PixaBay, en Mirjam Verschoor



# Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>De sector in beeld .....</b>	<b>7</b>
2.1	Kleinschalig kamperen	7
2.2	Minicampings op de Veluwe	8
2.3	Beleid kleinschalig kamperen	8
2.4	Trends en ontwikkelingen in de sector	10
<b>3</b>	<b>Ondernemers aan het woord .....</b>	<b>14</b>
3.1	De huidige minicampings	14
3.2	Toekomstverwachtingen	16
3.3	Het programma Vitale Vakantieparken	19
3.4	De brancheorganisaties	20
<b>4</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen .....</b>	<b>24</b>
4.1	SWOT-analyse	24
4.2	Conclusies en belangrijkste uitdagingen	25
4.3	Betekenis voor het programma Vitale Vakantieparken	25



# 1 Inleiding

Op de Veluwe werken 11 gemeenten en de provincie Gelderland samen in het programma Vitale Vakantieparken. Er zijn bijna 500 vakantieparken op de Veluwe. Deze zijn heel divers. De meeste parken zijn vitaal, maar er bevinden zich ook minder of niet-vitale parken waar gewoonlijk wordt en waar ongewenste activiteiten plaatsvinden. Het programma Vitale Vakantieparken versterkt de recreatieve koppositie van de Veluwe. Met beleid en inzet van diverse instrumenten wordt gewerkt aan een vitale sector. De focus van dit beleid ligt terreinen met recreatieve bestemming, vaak (middel)grote vakantieparken. In de afgelopen jaren zijn ook enkele vragen vanuit ondernemers met kleinschalige kampeerterreinen bij Vitale Vakantieparken terecht gekomen, wat de vraag met zich meebrengt of het programma zich ook (wat meer) op deze doelgroep zou moeten richten. Daarom heeft Vitale Vakantieparken het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd gevraagd hiernaar een verkenning uit te voeren.

## Opzet verkenning

Deze verkenning gaat in op de volgende onderzoeksvragen:

1. *Wat verstaan we precies onder kleinschalig kamperen?*  
In hoofdstuk 2.1 gaan we daarop in: hoe wordt kleinschalig kamperen afgebakend door de verschillende gemeenten in het werkgebied van Vitale Vakantieparken.
2. *Hoeveel kleinschalige kampeerbedrijven zijn er en in welke vorm?*  
In hoofdstuk 2.3 gaan we op basis van data uit de Parkenbank<sup>1</sup> in op deze vraag en typeren we de bedrijven en spreiding in het werkgebied van Vitale Vakantieparken.
3. *Welke ontwikkelingen in de maatschappij bieden kansen?*  
In hoofdstuk 2.2 gaan we in op welke ontwikkelingen in de maatschappij mogelijk kansen bieden voor ondernemers in deze

---

<sup>1</sup> Parkenbank afkomstig van Vitale Vakantieparken Veluwe. Deze bevat informatie van de Veluwe bungalowparken en campings.

sector. Ook hebben we dit aan ondernemers zelf gevraagd, dit komt terug in hoofdstuk 3. *Wat speelt er qua wensen, behoeften en ontwikkelingen bij deze bedrijven?*

Op basis van een enquête en interviews met camping-eigenaren gaan we in op deze vragen. Ook hebben we met een tweetal brancheorganisaties gesproken.

4. *Hoe staat voorgaande in relatie tot de opgave op 'reguliere' vakantieparken?*

In het laatste hoofdstuk (4) gaan we in op de belangrijkste conclusies en geven we aanbevelingen aan Vitale Vakantieparken. Ook gaan we in dit hoofdstuk in wat Vitale Vakantieparken kan betekenen voor kleinschalige kampeerbedrijven.

## Programma Vitale Vakantieparken Veluwe

Doordat het aanbod aan vakantieparken in de afgelopen jaren niet voldoende is meegegroeid met de veranderende wensen van de gast, zijn vraag en aanbod niet meer goed in balans. Dit heeft op sommige plekken geleid tot minder bezoek, minder opbrengsten en investeringen en kwaliteitsverlies van de parken en de omgeving. In de zoektocht naar nieuwe verdienmodellen heeft dat deels geleid tot het uitpanden van parken of het huisvesten van niet-recreanten. Vitale Vakantieparken werkt aan het herstellen van de balans tussen vraag en aanbod door vakantieparken te ondersteunen in het versterken en te verbeteren. Op plekken waar een duurzame exploitatie niet meer haalbaar blijkt wordt gewerkt aan een toekomstbestendige bestemming voor die plek.

Vitale Vakantieparken zet zich in om in 2035 alleen nog maar toekomstbestendige parken op de Veluwe te hebben. In het recent vastgestelde programmaplan staat de ambitie om in 2025 voor elk park een perspectief te hebben. Om toekomstbestendig te kunnen worden en blijven, moeten ondernemers de ruimte en juiste ondersteuning gegeven worden om dit te realiseren. Daartoe zijn de volgende instrumenten ontwikkeld:

- Kwaliteitsteam Vitale Vakantieparken: ondersteunt ondernemers bij het verbeteren van de kwaliteit en het versterken van het ondernemerschap.
- Ariadne-project: ondersteunt gemeenten bij het voorkomen en bestrijden van ondermijnende criminaliteit.
- Ontwikkelingsmaatschappij Vitale Vakantieparken: speelt een rol bij het aankopen en beheren van parken die een revitaliserings- of transformatieopgave hebben.
- Het verstrekken van leningen aan ondernemers.

Het programma werkt en denkt vanuit vijf domeinen met een integrale benadering:

- Innovatie: Vernieuwing en versterking van vakantieparken, het vergroten van samenwerking in de keten.
- Herstructurering: Herstructurering van het aanbod door samenvoeging, herverkaveling en transformeren van (voormalige) vakantieparken naar een andere bestemming.
- Duurzaamheid: Het versnellen en intensivering van verduurzaming op en rond vakantieparken, o.a. op het gebied van energietransitie, biodiversiteit, circulariteit en klimaatadaptie.
- Sociaal en wonen: Het ontwikkelen van oplossingen voor het vraagstuk van niet-recreatief gebruik van de parken en sociale problematiek die hier vaak achter schuil gaat.
- Veiligheid: Het aanpakken van veiligheidsvraagstukken (o.a. ondermijning) en andere vraagstukken op het gebied van de openbare orde.

Vitale Vakantieparken heeft voor de komende jaren focus gelegd op de thema's **innovatie**, **duurzaamheid** en **herstructurering**.





## 2 De sector in beeld

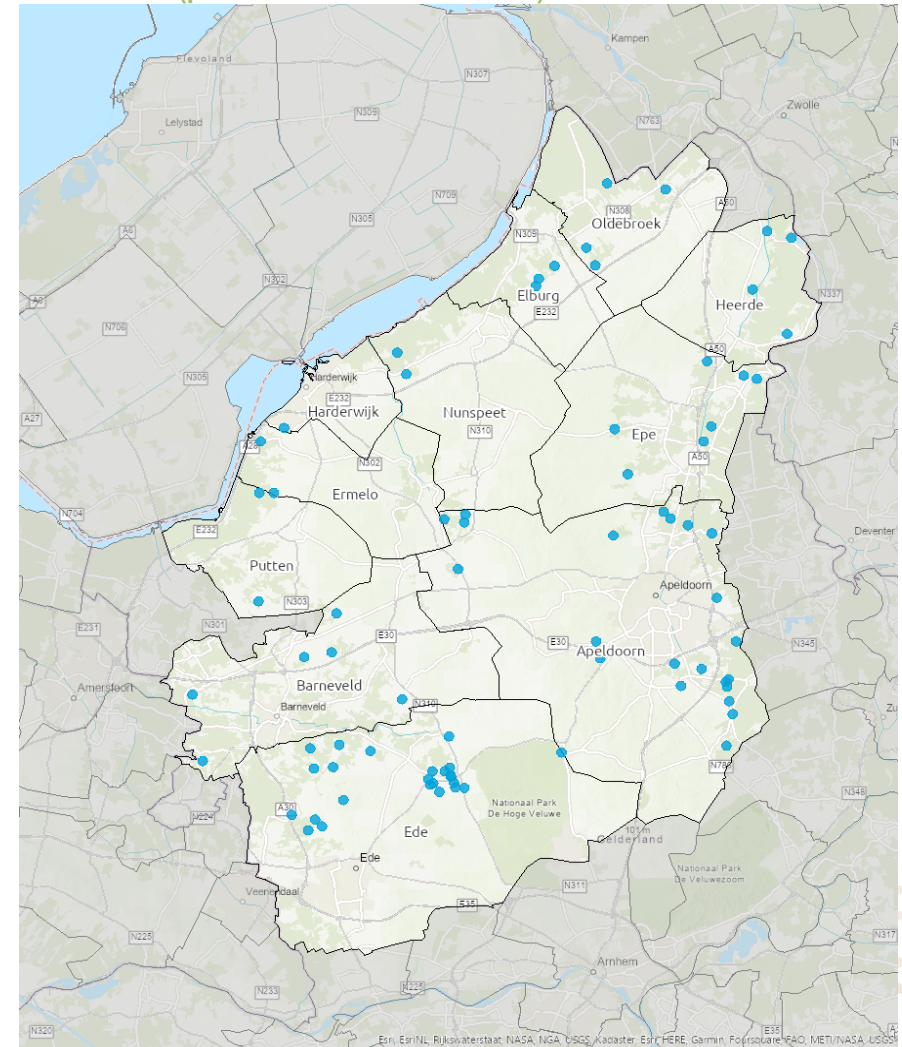
In dit hoofdstuk geven we aan wat we in deze verkenning onder kleinschalig kamperen verstaan, en bekijken we het gemeentelijk beleid voor kleinschalig kamperen op de Veluwe. Vervolgens geven we een korte weergave van het aantal kleinschalige campings op de Veluwe met een aantal karakteristieken. Tot slot kijken we naar een aantal trends die relevant zijn voor deze sector.

### 2.1 Kleinschalig kamperen

Onder 'kleinschalig kamperen' verstaan we over het algemeen kampeerterrainen zonder een recreatieve bestemming, als nevenfunctie bij een andere bestemming (vaak agrarisch)<sup>2</sup>. Het is in Nederland veelal ontstaan vanuit het aanbieden van kampeerplaatsen bij een boerenbedrijf. Het ging daarbij vaak om grasland grenzend aan een boerenbedrijf, waarop een beperkt aantal staanplaatsen voor kampeermiddelen waren gereserveerd. In de loop van de tijd is het begrip kamperen bij de boer verruimd naar kleinschalig kamperen. Zo is in sommige gemeenten ook mogelijk (gemaakt) om een kleine (mini)camping te starten op of bij een terrein dat een woonbestemming heeft, of is de eis losgelaten dat het agrarisch bedrijf nog actief moet zijn, om een kleinschalige camping te mogen exploiteren. De regelgeving hieromtrent verschilt per gemeente. VNG (Vereniging Nederlandse Gemeenten) hanteert voor de omgevingswet de volgende definitie voor kleinschalig kamperen: "kamperen gedurende de periode van 15 maart tot en met 31 oktober op een kampeerterrin geschikt voor een beperkt aantal standplaatsen voor kampeermiddelen waarvan het maximum in de regels bij de betreffende bestemming is opgenomen"<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Er zijn enkele minicampings op de Veluwe die een recreatieve bestemming hebben maar die in deze verkenning wel als kleinschalige minicamping worden beschouwd, omdat ze toch minder dan 25 eenheden hebben.

Afbeelding 2.1: Minicampings op de Veluwe op basis van de Parkenbank (peildatum 9 november 2022)



<sup>3</sup> <https://begrippenomgevingswet.nl/gemeente/246/begrip/kleinschalig%20kamperen>

## 2.2 Minicampings op de Veluwe

In de Veluwe Parkenbank staan alle voor Vitale Vakantieparken Veluwe bekende vakantieparken, (boeren)campings en minicampings die op de Veluwe gevestigd zijn. Deze bron geeft ons ook waardevolle informatie over minicampings op de Veluwe. In totaal zijn er 62 minicampings op de Veluwe geregistreerd in de parkenbank. De meeste van deze actieve minicampings zijn gevestigd in Ede (22) en Apeldoorn (13). De kaart op de vorige pagina toont waar deze minicampings gevestigd zijn.

### Eigenaarschap

De grond is bij bijna alle minicampings volledig in eigendom van de eigenaar. Van maar één minicamping is bekend dat deze niet volledig in eigendom is van de ondernemer, maar in erfpacht is van een andere partij.

### Grootte en capaciteit

De minicampings in de Parkenbank zijn tussen de 0,25 en 3,4 hectare groot. De meeste minicampings zijn tussen de 0,5 en 1 hectare groot. De meeste minicampings hebben 25 eenheden (plaatsen voor tenten en/of accommodaties). Dit is in veel gevallen gelijk aan het maximum wat door de gemeente wordt toegestaan. Een klein aantal (12) minicampings hebben aanvullend recreatiewoningen of B&B's in de verhuur voor gasten.

### Aanvullende diensten

In de meeste gevallen bieden de minicampings geen aanvullende faciliteiten. Een enkele keer komt het voor dat de camping horeca, een zwembad, een winkel of animatie aanbiedt.

## 2.3 Beleid kleinschalig kamperen

### Landelijk beleid kleinschalig kamperen

Tot 2008 was er sprake van landelijke wetgeving voor het kampeerbeleid. Dit was geregeld in de Wet op de Openlucht recreatie (WOR), waarin ook een onderscheid werd gemaakt tussen reguliere kampeerterreinen (met een recreatieve bestemming) en kleinschalige kampeerterreinen. Met het afschaffen van deze landelijke wetgeving kwam de verantwoordelijkheid voor regelgeving op dit terrein voor rekening van de individuele gemeenten. In 2010 onderzocht het Kenniscentrum Recreatie<sup>4</sup> hoe gemeenten in Nederland omgingen met deze wijziging in regelgeving. Hieruit bleek dat gemeenten de diversiteit en het onderscheid in kampeervormen overeind hielden vanuit de WOR. De meeste gemeenten die betrokken waren in dit onderzoek hadden destijds in het bestemmingsplan opgenomen onder welke voorwaarden ontheffing kon worden verleend voor een kleinschalig kampeerterrein bij een niet-recreatieve bestemming. Daarnaast had bijna de helft van de gemeenten de grens van het aantal kampeerplaatsen van 15 naar 25 verhoogd. Bij de overige gemeenten lag dit aantal op 15 en heel soms op 40. Het verhogen van het aantal kampeerplaatsen had o.a. economische redenen (meer verdiensten voor de eigenaar van de camping) maar ook de vraag naar dit type kampeervakanties was toegenomen.

### Beleid kleinschalig kamperen op de Veluwe

In 2022 is door Vitale Vakantieparken Veluwe een inventarisatie gedaan onder deelnemende gemeenten naar beleid dat zij voeren voor minicampings. Hier werd met minicampings bedoeld: een terrein zonder recreatiebestemming, waarbij ontheffing is verleend dat de gronden gebruikt worden voor een kleinschalig kampeerterrein (incl. camperplaatsen). Eventuele ontbrekende informatie hebben wij op basis van deskresearch aangevuld. Dit heeft geleid tot het volgende beeld.

**Tabel 2.1 Vanuit bestemmingsplan toegestane openingsdata**

<sup>4</sup> Gemeentelijk kampeerbeleid na intrekking WOR, Kenniscentrum Recreatie, 2010



Gemeente	Geopend van / tot
Apeldoorn	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 31 oktober.
Barneveld	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 31 oktober.
Ede	Mag gehele jaar geopend zijn.
Elburg	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 31 oktober.
Epe	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 31 oktober.
Ermelo	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 14 november.
Harderwijk	Toegestaan in de periode van 31 maart tot en met 31 oktober.
Heerde	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 31 oktober.
Nunspeet	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 31 oktober.
Oldebroek	Toegestaan in de periode van 15 maart tot en met 31 oktober.
Putten	Mag gehele jaar geopend zijn voor maximaal 15 standplaatsen, onder voorwaarden is tussen 1 juni en 30 september verruiming naar 25 standplaatsen mogelijk.

Bijna alle gemeenten stellen de regels dat de minicampings vanaf 1 november gesloten zijn voor de winterperiode. Vanaf 15 maart (of in één

geval twee weken later) mogen de minicampings in de meeste gemeenten weer openen. Ede vormt hierop een duidelijke uitzondering: daar mogen de minicampings het hele jaar open zijn.

**Tabel 2.2 Maximaal aantal standplaatsen op een minicamping**

Gemeente	Aantal standplaatsen
Apeldoorn	Maximaal 25 standplaatsen
Barneveld	Maximaal 25 standplaatsen
Ede	Maximaal 25 standplaatsen
Elburg	Maximaal 25 standplaatsen
Epe	Minicamping: maximaal 15 standplaatsen Kamperen bij de boer: maximaal 25 standplaatsen
Ermelo	Maximaal 40 plaatsen, maar het gaat om maatwerk, en is dus afhankelijk van afspraken met de gemeente
Harderwijk	Maximaal 25 standplaatsen
Heerde	Maximaal 25 standplaatsen
Nunspeet	Maximaal 25 standplaatsen
Oldebroek	Maximaal 25 standplaatsen
Putten	Maximaal 15 standplaatsen, onder voorwaarden mag dit tot maximaal 25 worden uitgebreid (tussen 1 juni en 30 september).

Het aantal standplaatsen is over het algemeen gemaximaliseerd op 25 plaatsen. Voor zover ons bekend stellen alle gemeenten de regel dat minicamping **geen** vaste kampeermiddelen mogen aanbieden zonder

hiervoor het bestemmingsplan te veranderen. Mobiele kampeermiddelen (zoals een tent, kampeerauto of caravan) zijn wel overal toegestaan

Als we het in deze rapportage hebben over minicampings, gaat het om campings met een maximum van (over het algemeen) 25 kampeerplaatsen, over het algemeen zonder vaste kampeermiddelen, en zonder recreatieve bestemming (op enkele uitzonderingen na: een beperkt aantal kampeerterreinen heeft minder dan 25 eenheden en hebben toch een recreatieve bestemming).

## 2.4 Trends en ontwikkelingen in de sector

In deze paragraaf behandelen wij een aantal relevante trends en ontwikkelingen die een belangrijke invloed hebben op het (kleinschalige) kamperen.

### Herontdekken van vakantie in eigen land

Het herontdekken van vakantie in eigen land is een trend die al langere tijd zichtbaar is. Tussen 2012 en 2022 (voorlopige cijfers), is het aantal binnenlandse toeristen met 34,6% gestegen. Tijdens de coronapandemie hebben veel Nederlanders gekozen voor een vakantie in eigen land. Toch is er geen daling zichtbaar in het aantal overnachtingen sinds het einde van de strenge maatregelen: de markt is zelfs alleen nog maar verder gegroeid.

### Veranderende kampeervraag

De kampeermarkt laat een wat grillig beeld zien. We kennen het exacte beeld op de Veluwe niet, maar uit de vitaliteitsonderzoeken verblijfsrecreatie voor de Achterhoek en Overijssel (beiden uit 2019) bleek dat de kampeermarkt een negatieve marktruimte in beide regio's kende: er was geen ruimte voor nieuw aanbod als we keken naar de ontwikkeling van de vraag. Dat kwam vooral door een dalende trend in het traditionele kamperen (met een eigen kampeermiddel). Bij verhuuraccommodaties en meer bijzondere kampeerconcepten werd

juist wel marktruimte gezien. Een dergelijk onderzoek specifiek voor de Veluwe is ons niet bekend, maar het is aannemelijk dat een vergelijkbaar beeld op de Veluwe bestaat. Tegelijkertijd heeft corona weer een extra boost gegeven aan het kamperen, óók aan het traditionele kamperen. Over het algemeen geldt echter: het traditionele kamperen heeft een bepaalde mate van verzadiging bereikt, de kansen voor campings liggen vooral in meer onderscheidend vermogen en het aanbieden van verhuuraccommodaties.

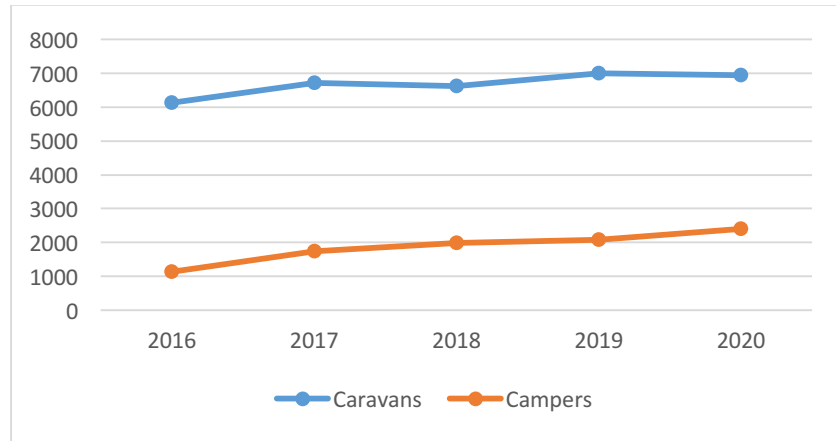
### Vraag naar meer onderscheidend vermogen

Daar waar het traditionele kamperen onder druk staat, is het onderscheidend vermogen van een concept steeds belangrijker, zowel qua verblijf als qua service. Kampeerterreinen onderscheiden zich steeds vaker door luxere en bijzondere verhuuraccommodaties aan te bieden om in deze behoeften te voorzien. Zo zoeken gasten bijvoorbeeld naar chalets, boomhutten, glampingtenten en trekkershutten. We zien onder een deel van de doelgroep dat kampeeders meer luxe en comfort verwachten, zoals een ontbijtservice, privé sanitair, en wifi, waarbij dat laatste ondertussen veelal als een basisvoorziening dient te worden beschouwd (overigens: wel afhankelijk van de doelgroep). Daarnaast wordt ook regelmatig gezocht naar een onderscheidende beleving die juist een tegenhanger is van meer luxe, bijvoorbeeld in de vorm van *uitstaan van het gewone leven*: helemaal *back to basics*, zonder wifi en andere gemakken, of juist nog extremer in de vorm van survival-natuurkamperen met *'bushcraft-workshops'*.

### Meer nieuwe campers en caravans verkocht

Er liggen kansen in de camper- en caravanmarkt. In beide markten is een groei te zien, met vooral een zeer sterke groei in de campermarkt. De campermarkt laat een groei zien van maar liefst 111% van nieuwe geregistreerde campers tussen 2016 en 2020. Ook de caravanmarkt is nog een groeiemarkt, maar is met 13% beduidend minder dan de campermarkt. De handel in tweedehands caravans en campers is naar verwachting ook sterk gestegen, echter zijn hier geen nationale cijfers van bekend. De markt lijkt door het oplossen van leveringsproblemen de

komende tijd langzaamaan door te groeien waardoor de (op 1 oktober 2022) 170.624 geregistreerde campers en ca. 600.000 geregistreerde caravans in Nederland ook de komende tijd zal blijven stijgen.



**Figuur 2.1: Cijfers van registraties van nieuwe caravans en campers tussen 2016 en 2020 (bron: BOVAG)**

### Bewuste en duurzame keuzes

Het ontlasten van de natuur en de leefomgeving is een nationale trend, en blijkt ook onder kampeersders belangrijker te worden. 8 op de 10 kampeersders vindt het belangrijk dat de camping duurzame maatregelen zoals groene stroom, afvalscheiding en recyclen faciliteert. Daarnaast wordt vaker liever de keuze gemaakt om lokaal te steunen, dan om een grote keten te steunen. Producten direct bij de herkomst halen is een belangrijk onderdeel van deze trend; wanneer dit deel is van de reisbeleving, zal dit een specifieke doelgroep aanspreken.

### Veranderingen in het landelijk gebied

De oorsprong van kleinschalig kamperen ligt in het 'kamperen bij de boer'. Vandaag de dag is kleinschalig kamperen niet meer onlosmakelijk verbonden met agrarische bedrijven, maar we zien nog steeds een groot deel ondernemers met actieve of afbouwende/gestopte agrarische bedrijven die verblijfsrecreatieve nevenactiviteiten aanbieden. De minicampings liggen allemaal in het landelijk gebied, waar een grote

transitie gaande is. Er komen veel ontwikkelingen op het landelijk gebied af: de reductie van stikstof is nu het meest prominent in beeld, maar ook ruimte voor de energietransitie, druk vanuit de woningbouwopgave en bijvoorbeeld klimaatadaptie of aandacht voor biodiversiteit; al deze opgaven moeten een plek krijgen in de ontwikkeling van het landelijk gebied.

Dit kan verschillende consequenties hebben voor minicampings. Bij sommigen leiden al deze ontwikkelingen tot een grotere onzekerheid, zeker als de camping nog gekoppeld is aan een agrarische onderneming: blijft mijn agrarisch bedrijf nog bestaan? Wil ik nog wel investeren in een minicamping, gezien deze onzekerheid? Anderen zullen er wellicht voor kiezen om juist de niet-agrarische verdiensten te vergroten en juist wel te investeren in een agrotouristisch product, waaronder het minikamperen.

### Interesse in agrotourisme

Het NBTC heeft onlangs een verkenning uitgevoerd naar kansen voor agrotourisme (alle vormen van recreatie en toerisme op nog functionerende boerderijen en tuinderijen). Er is een toenemende interesse in zowel verblijfsrecreatie bij de boer (kamperen bij de boer, B&Bs, etc.), als in dagrecreatieve activiteiten (bijv. zelf deelnemen aan het 'boerenleven' door mee te helpen, eten halen bij de boer zelf), vooral op bestemmingen met een goede toeristisch-recreatieve infrastructuur (denk aan bijvoorbeeld fiets- en wandelpaden) het NBTC geeft aan dat in andere Europese landen zingeving de belangrijkste reden is om gebruik te maken van agrotourisme. Ook hier komt de behoefte om 'uit te staan in de natuur', aangevuld met leuke activiteiten bij de boer, in terug. Het NBTC constateert wel dat er belangrijke kennishiaten zijn als het gaat om de vraagzijde van agrotourisme. Er zijn nauwelijks data over bekend.

Niet alle bestemmingen in Nederland zijn actief bezig met agrotourisme. Het NBTC pleit voor het op de agenda krijgen van agrotourisme in gebieden waar hier interesse voor is, bijvoorbeeld door agrotourisme een onderdeel te maken van de integrale gebiedsontwikkeling, of regionale aanjagers aan te stellen.

### **Boeren zoeken vaker tweede inkomstenbron**

Boeren zoeken steeds vaker een tweede inkomstenbron naast hun agrarische activiteiten. Eén van deze inkomstenbronnen is bijverdienen met agrotourisme (verblijfsrecreatie bij de boer, rondleidingen voor toeristen, etc.). Tussen 2016 en 2020 hebben steeds meer boeren een tweede inkomen gezocht, soms uit noodzaak, soms uit wens. Er is tussen deze jaren een stijging van 60% geweest, waardoor in 2020 42% van de agrarische bedrijven een tweede inkomstenbron had. De verwachting is dat in de komende jaren nog meer agrariërs op zoek zullen gaan naar een extra of vervangende inkomstenbron. Het aanbieden van kampeerplekken kan dan een wens zijn die naar voren komt en dat gebeurt in de praktijk dan ook met regelmaat.

Het uitwerken van een verblijfsrecreatieve tak op het agrarisch bedrijf vraagt ook veel van een ondernemer. Er zijn ook partijen op de markt, zoals BoerenBed, die kleinschalige accommodatieverstrekkers verantwoordelijkheden en werk uit handen door zelf accommodaties te plaatsen op hun terrein in ruil voor een meerjarig contract met vaste jaarlijkse bijdrage aan de ondernemer.





## 3 Ondernemers aan het woord

Hoe kijken de ondernemers zelf naar de sector, de toekomst en specifiek het programma Vitale Vakantieparken? We hebben het gevraagd via een enquête, die is ingevuld door 20 ondernemers, en via verdiepende interviews met zeven ondernemers, voornamelijk uit de groep die de vragenlijst heeft ingevuld. Het geeft een eerste beeld van het perspectief van de ondernemer. Daarnaast hebben we met de twee brancheorganisatie (SVR en Vekabo (die nu voor gasten de naam In het Groen hanteert) gesproken. De gegeven informatie in dit onderzoek is afkomstig uit de vragenlijst en de interviews.

### 3.1 De huidige minicampings

In de vragenlijst hebben we de 20 minicampings, die verspreid liggen over de Veluwe gemeenten, gevraagd zichzelf kort te beschrijven. De meeste campings beschrijven zichzelf als kleine campings voor mensen die rust zoeken in de natuur. De meeste campings spelen bewust in op de aanwezigheid van de mooie natuur op de Veluwe. Sommige campings maken dit deel van hun identiteit en spreken expliciet de doelgroep natuurliefhebbers aan, zo geven ze zelf aan. Enkele minicampings met agrarische activiteiten maken dit onderdeel van de geboden toeristische beleving, zo zijn gasten bijvoorbeeld welkom om het agrarische werk te aanschouwen. Andere minicampings met agrarische activiteiten houden dit liever gescheiden. De minicampings hebben vaak geen duidelijke doelgroepkeuze gemaakt; ouderen wordt het vaakst genoemd als doelgroep.

#### Omvang

De grootte van de minicampings die hebben deelgenomen aan de verkenning zit tussen de 0,15 en 2 hectare. De meeste campings hebben een oppervlakte van ongeveer een halve hectare, er zijn maar weinig (4) minicampings 1 hectare of groter. De meeste campings zitten

in de buurt van de gemeentelijke limiet (veelal 25) aan plaatsen, maar de omvang varieert tussen de vijf en achtentwintig plaatsen.

Campingeigenaren gaven in interviews aan dat het lastig is om rond te komen met weinig plaatsen: een hoger aantal plaatsen is nodig om de kosten te dekken. Er wordt aangegeven dat er een grijs gebied is in capaciteit waarin meer plaatsen niet per definitie meer winst betekent: 25 plaatsen is in veel gevallen goed te onderhouden zonder personeel. Een uitbreiding van plaatsen zou volgens sommige ondernemers betekenen dat er personeel ingehuurd moet worden en dat er moet worden nagedacht over het groeien naar grootschalige camping om nog steeds winstgevend te zijn.

In de verkenning zien we minicampings met enkel plaatsen voor tenten en/of campers, of een combinatie van tent- en/of camperplaatsen en verhuuraccommodaties. Er is één camping met enkel verhuuraccommodaties (diverse vormen van huurtenten). Negen campings geven aan seizoensplaatsen te bieden, variërend tussen de vier en acht plaatsen.

#### Wintersluiting

Zoals we eerder al aangaven, mogen in bijna alle gemeenten de minicampings niet het hele jaar open blijven. In het onderzoek kwamen we twee ondernemers tegen die wel in de winter open mochten blijven. Eén kiest daarvoor, de ander kiest ervoor om dit juist niet te doen omdat winterkamperen nog niet zo in trek is volgens deze ondernemer.

Ondernemers die we hebben gesproken geven vaak aan de wintersluiting te waarderen. Ze geven aan het moeilijk te vinden om balans te vinden tussen het runnen van hun minicamping en hun privéleven, en gebruiken de winterperiode om bij te komen.

#### Bestemmingsplan

Opvallend is dat de bestemmingen van de onderzochte minicampings sterk variëren. De helft heeft een agrarische bestemming (waarvan een deel reeds gestopt is met het agrarische bedrijf of aan het afbouwen is).

Een kwart van de onderzochte bedrijven heeft al een recreatieve bestemming. Eén minicamping heeft een woonbestemming. Bijna een kwart van de minicampings had meerdere bestemmingen, allen in combinatie met wonen.

Enkele minicampings geven aan in het proces te zitten van een wijziging van het bestemmingsplan, of dit in het verleden te hebben geprobeerd. Volgens de definitie kleinschalig kamperen zou een wijziging van het bestemmingsplan geen vereiste zijn om de minicamping te mogen exploiteren. De betreffende eigenaren geven echter aan voor hun toekomstplannen (verkopen van de camping in verband met leeftijd, uitbreiden naar andere typen accommodaties) graag wel een wijziging van de bestemming naar recreatie te willen zien.

In gesprekken hebben ondernemers aangegeven het moeilijk en kostbaar te vinden het bestemmingsplan te wijzigen. Eén ondernemer maakt zich hierdoor zorgen om zijn persoonlijke toekomst doordat het verkopen van huis inclusief camping zonder recreatieve bestemming niet mogelijk zou zijn. Of dit probleem breder speelt, kunnen wij uit ons onderzoek niet concluderen; veel van onze respondenten hadden nog een leeftijd waarop ze nog een aanzienlijk aantal jaren het bedrijf zouden kunnen voortzetten

### **Eigenaarschap**

Zoals we op basis van de gegevens uit de parkenbank al konden vermoeden, zijn we in de verkenning geen (deels) uitgeponde minicampings tegen gekomen. Bijna alle (18) ondernemers zijn volledig eigenaar van de grond. Anderen zijn mede-eigenaar (1) of een familielid is eigenaar (1). Geen enkele minicamping heeft kavels of accommodaties op hun land verkocht.

### **Bezetting**

De eigenaren zijn doorgaans positief over hun bezetting in het afgelopen jaar. Zestien van de twintig eigenaren geeft aan (erg) tevreden te zijn. Twee eigenaren zijn neutraal over hun bezetting en

twee eigenaren geven aan ontevreden te zijn. Van de eigenaren die niet (erg) tevreden zijn over hun bezetting, geeft één eigenaar aan net te zijn gestart, één vermoedt dat dit te maken heeft met hun online vindbaarheid, en één geeft aan te vermoeden dat gasten liever naar het buitenland gaan.

Het oplossen van problemen op een vakantiepark in de buurt heeft voor twee deelnemende campingeigenaren in dezelfde gemeente geleid tot meer bezoekers, en is voor één camping zelfs de 'redding' geweest voor de minicamping, aldus de ondernemer zelf.

### **Ontstaan camping**

In de verkenning zien wij zowel campings die al langere tijd geleden zijn opgericht, als campings die nog maar heel kort geleden zijn opgericht. De minicampings zijn tussen de 1 en 28 jaar oud. Het merendeel (15) is ouder dan 10 jaar. Opvallend is dat drie campings zijn gestart in of na de coronapandemie (tussen 2020 en nu).

De meeste (15) campingeigenaren hebben de minicamping gestart omdat zij dit persoonlijk leuk vonden. Hiernaast kwamen financiële redenen (6) ook vaak voor: ondernemers zijn de camping gestart ter aanvulling van hun inkomen. Al deze minicampings zijn of waren verbonden met een agrarisch bedrijf. Overige redenen om eigenaar te worden van de minicamping was omdat het ter overname beschikbaar kwam in de familie (1) of een heel specifieke aanleiding (1). Eén minicamping heeft geen reden opgegeven.

*“Ons agrarisch bedrijf heeft extra inkomsten nodig om een gezinsinkomen te hebben. De keuze voor een camping destijds is een goede geweest.”*

### **Belang van minicamping voor eigenaren**

Opvallend is dat voor bijna alle eigenaren (17 van de 20 respondenten) het inkomen van de minicamping (erg) belangrijk is. Voor negen van de 20 eigenaren is de minicamping zelfs hun enige activiteit. Van de elf eigenaren met andere activiteiten, hebben vier een agrarische onderneming. De overige eigenaren hebben een aanvullend inkomen

vanuit pensioen, loondienst of een ander bedrijf. Eén ondernemer geeft aan in de toekomst graag te willen stoppen met werken om de minicamping fulltime te runnen.

*“Omdat het zo kleinschalig is dat we er niet van kunnen leven, werken we beiden naast het runnen van de minicamping. Vandaar dat de hoogte van de omzet niet van invloed is op ons bestaan”*

### **Ontwikkelingen afgelopen 5 jaar**

De ondernemers zien dat meer mensen in Nederland vakantie vieren. Er worden meer Duitse en Belgische gasten gezien en ook de doelgroep van senioren lijkt te groeien. De coronapandemie werd zowel als positief als negatief ervaren. Ondernemers geven aan meer bezoekers te hebben ontvangen sinds de coronapandemie, maar te hebben geworsteld met de regelgeving. De stijging in bezoekers lijkt volgens ondernemers te zijn gestabiliseerd op een hoger aantal dan vóór de coronapandemie.

Meerdere ondernemers geven aan dat gasten korter willen verblijven en dat er iets meer gasten in het voor- en najaar worden gezien. Ook hebben we mooiere en langere zomers gehad wat zorgde voor een fijnere kampeerbeleving.

Veel ondernemers geven aan meer campers en caravans te zien. Er wordt ook aangegeven dat deze campers en caravans veel groter zijn dan voorheen. Enkele ondernemers hebben hierop ingespeeld.

De eigenaren hebben verandering gezien in wat gasten zoeken. Zo geven ze aan dat gasten meer op zoek zijn naar kleinschaligheid en mogelijkheden om te rusten en dicht bij de natuur te komen. Eén ondernemer vermeldt expliciet de wens van hun gasten om te verblijven zonder kinderen om deze rust te bewaren. Niet iedereen hoeft stilte op de minicamping: de wens van gasten naar contact en sociale ontmoetingen wordt ook uitgesproken.

Hiernaast zijn veranderingen te zien in de gewenste faciliteiten: er wordt gevraagd naar meer luxe, verblijf met internet en verblijf met meer stroomcapaciteit.

### **Belemmeringen**

We hebben de ondernemers gevraagd naar welke belemmeringen zij de afgelopen jaren hebben ondervonden. De helft van de ondernemers heeft niet te maken gehad met grote belemmeringen. De andere helft heeft aangegeven last te hebben van klagende omwonenden (3), verkeeroverlast (3) en/of strenge regelgeving (3). Ook zijn er zorgen over de zonneparkplannen (2) en heeft één eigenaar moeite met uitbreiden omdat het gewenste land niet gekocht kan worden.

## **3.2 Toekomstverwachtingen**

Voor de toekomst worden de volgende verwachtingen door de ondernemers uitgesproken:

### **Terughoudendheid in investeren**

Veel ondernemers geven aan terughoudend te zijn in hun investeringen in verband met het toekomstperspectief van hun minicamping. Dit heeft te maken met onduidelijkheid over het landbouwbeleid, waardoor de toekomst van het bovenliggend bedrijf onzeker is, of met de persoonlijke toekomstplannen van de eigenaren.

Veel eigenaren zijn op latere leeftijd begonnen met de minicamping, in veel gevallen pas toen de kinderen uit huis gingen. In de gesprekken geven de eigenaren aan heel goed te moeten nadenken over investeringen in verband met hun leeftijd. Veel of grote investeringen zoals het toevoegen van extra faciliteiten of het wijzigen van een bestemmingsplan, om bijvoorbeeld uit te breiden of andere accommodaties aan te kunnen bieden, zouden zichzelf niet terug kunnen verdienen in de tijd dat zij verwachten eigenaar te blijven van de camping. Zo'n investering zou alleen interessant zijn als de eigenaar de minicamping zou verkopen. De eigenaren geven aan liever hun geld te investeren in het netjes houden van wat zij nu hebben.

*“De economische crisis maar vooral de totale onzekerheid over het landbouwbeleid en stikstof zorgt voor stilstand op het bedrijf (camping, want melkveehouderij ligt al tijdje stil). Door onduidelijkheid*



*gaan we nu niet investeren in bijvoorbeeld sanitair (wat wel nodig is). Onzekerheid hangt als een donkere wolk boven het bedrijf.”*

### **De kosten worden hoger**

De kosten worden voor iedereen hoger. Met inflatie en de stijging in energietarieven komt er meer druk te staan op de koopkracht van gasten. Er wordt door ondernemers verwacht dat mensen vakanties meer als luxe gaan zien. Anderzijds hebben eigenaren ook te maken met hoge kosten, waardoor zij de prijzen voor het kamperen moeten aanpassen. Enkele ondernemers maken zich daarbij ook zorgen over de invloed van de stijgende toeristenbelasting.

### **Groei in caravan- en campermarkt**

Veel ondernemers geven aan zelf ook een groei in het aantal caravans en campers te hebben ondervonden. In veel gevallen zijn hier speciale faciliteiten voor nodig, bijvoorbeeld een verharde ondergrond ter voorkoming van wegzakken en/of kapotrijden, of mogelijkheden om tanks te legen. Enkele minicampings geven aan hier al bewuste keuzes in gemaakt te hebben om deze doelgroep juist wel, of juist niet aan te spreken.

*“Ze zijn niet echt geschikt voor onze camping, maar daardoor missen we veel klanten.”*

Bij een aantal ondernemers zijn er zorgen over de opkomst van het elektrisch rijden. Dit heeft namelijk invloed op de caravanmarkt. Goedkopere elektrische auto's hebben doorgaans een veel lager maximaal trekgewicht dan duurdere modellen, waardoor het reizen met caravan minder vanzelfsprekend wordt dan met diesel- of benzineauto's.

*“Het stimuleren van elektrisch rijden gaat invloed hebben op de kampeermarkt omdat de meeste elektrische auto's maar beperkt caravans kunnen trekken of een ander duur rijbewijs vragen. Het alternatief is campers, maar daar speelt voorlopig de benzineprijs nog een rol.”*

### **Onderscheidend vermogen kampeerterreinen wordt belangrijker**

Ondernemers geven aan dat zij verwachten dat het belang van onderscheidend vermogen groter wordt. Aan de ene kant is er een vraag naar uniek kamperen in accommodaties en speelt budget bij deze doelgroep misschien een kleine rol, en aan de andere kant voorzien ondernemers een groei in de vraag naar voordelig tentkamperen. Ook is er met de groei van de camper- en caravanmarkt vraag naar camper- en caravanplaatsen met bijbehorende faciliteiten. Minicampings voorzien dat zij keuzes moeten maken welke doelgroep zij graag aan willen spreken, maar deze doelgroepen niet (altijd) met elkaar kunnen combineren. Ze vinden het soms lastig om een passende keuze te maken.

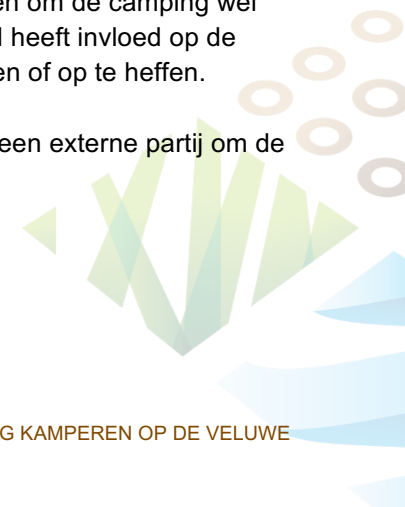
### **Toekomstbeeld**

De minicampingeigenaren zijn, ondanks dat zij zorgen hebben, doorgaans (heel) positief over de toekomst. Maar één eigenaar geeft aan negatief te zijn over de toekomst. Wel geven de meeste eigenaren aan zich zorgen te maken over de energietarieven, stijgende kosten en strenge regelgeving. We zien dat er veel waardering is voor de Veluwe en mogelijkheid om hier kleinschalig te kamperen, en kleinschalig kamperen aan te mogen bieden.

### **Verkopen, overdragen of opheffen**

Twaalf (van de 20 in de enquête) minicampingeigenaren hebben aangegeven de minicamping in ieder geval de komende tijd niet te willen verkopen, overdragen of opheffen. Vier eigenaren geven aan het niet te weten, en drie hebben al concrete plannen om de camping wél over te dragen. Vooral de leeftijd en gezondheid heeft invloed op de wens om de camping over te dragen, te verkopen of op te heffen.

Drie ondernemers zijn al eerder benaderd door een externe partij om de camping te verkopen.



### Wensen om uit te breiden

We hebben de minicampingeigenaren gevraagd naar eventuele plannen om uit te breiden, bijvoorbeeld in toevoegen van extra plaatsen of in het toevoegen van accommodaties. Veertien ondernemers geven aan **niet** uit te willen breiden. Vijf willen dit wel graag. Voor drie ondernemers is dit nog niet gelukt, omdat dit vraagt om het wijzigen van het bestemmingsplan. Voor één ondernemer is dit wel al gelukt, en één heeft enkel een plan maar nog geen actie ondernomen.

### Kansen in de toekomst

Er worden door veel ondernemers kansen gezien waar zij in de toekomst op in willen spelen. Vier ondernemers geven aan helemaal niet te willen veranderen en door te blijven gaan zoals zij nu doen. De genoemde veranderingen:

- **(Natuur)beleving**  
Kansen die genoemd worden hebben te maken met de wens meer te richten op de (natuur)beleving. Ondernemers geven als voorbeeld zich te willen richten op programma-aanbod met een eigen moestuin, educatieve programma's, rust en ruimte in de natuur, en/of in de marketing te willen richten op de mooie fiets- en wandelmogelijkheden en nabijheid van toeristisch aantrekkelijke plaatsen.
- **Seizoensverlenging**  
We zien de wens om, ook waar de verplichte wintersluiting geldt, in de koudere maanden of met minder weer toch een aantrekkelijk toeristisch aanbod te kunnen bieden. Enkele ondernemers geven aan te willen investeren in (wintervaste) verhuuraccommodaties voor minder afhankelijkheid van het weer.
- **Overige veranderingen**  
Hiernaast wordt de wens uitgesproken meer gasten te trekken door bruiloften en groepsreizen aan te spreken, samen te werken met andere lokale of landelijke ondernemers en om te verduurzamen in energie.

### Bedreigingen in en zorgen over de toekomst

Ondanks een relatief positief toekomstperspectief, worden verschillende zorgen geuit over de toekomst. Naast de genoemde zorgen over de stijgende kosten en hiermee verminderde koopkracht, worden zorgen geuit over:

- **Wet- en regelgeving**  
Ondernemers geven aan dat zij zich zorgen maken over teveel regelgeving. Een voorbeeld is de stikstofregeling bij een ondernemer midden op de Veluwe nabij het N2000 gebied. Deze ondernemer geeft aan niet de gewenste beleving te kunnen bieden omdat kampvuren niet meer mogen. Ook lopen ondernemers aan tegen lange en kostbare processen bij de gemeente, en frustratie door de strenge regelgeving. Hiernaast is er door deze regelgeving veel controle.

*“Je kunt haast geen struikje meer verplanten op je eigen grond of er moet wel een papertje (met kosten) daarvoor worden ingevuld. En dan weken wachten of je dit mag doen.”*

*“Je voelt je haast als ondernemer bijna een crimineel die ze onder de duim willen houden en controleren i.p.v. een hardwerkend mens die met zijn eigen geld en inspanningen dienstbaar wil zijn in de samenleving. Soms vraag je je dan wel eens af, waar doe je al die moeite eigenlijk voor?”*

- **Ontwikkelingen nabije omgeving**  
Er zijn een aantal zorgen over (mogelijke) ontwikkelingen in de nabije omgeving. De verbreding van de A1 geeft overlast en voor een ondernemer onzekerheid in hun toekomstige bestaan wegens het mogelijk moeten verkopen van hun camping aan de gemeente. Hiernaast geven de snelwegen ook zonder werkzaamheden voor enkele ondernemers geluidsoverlast. De veiligheid in het verkeer als fietser is niet overal op peil, geeft een ondernemer aan. De fietsbeleving is belangrijk voor hun bestaan en een onveilige situatie zorgt voor teleurgestelde gasten. De mogelijke aanbouw van windmolens zorgt hiernaast voor grote zorgen voor één ondernemer. De ondernemer geeft aan dat de windmolens mogelijk zo dichtbij geplaatst worden, dat er onder andere geluidsoverlast zal worden ervaren op de camping, en mogelijk ook op andere campings in de gemeente.
- **Ontwikkelingen in de markt**

Tenslotte worden zorgen geuit over ontwikkelingen bij concurrenten. De prijzen om te verblijven zijn erg laag en worden in sommige gevallen lager gedreven door boekingsplatformen. Veel ondernemers geven al aan niet rond te kunnen komen van enkel hun minicamping. Door de lage prijzen van de concurrenten, durven zij geen hogere prijzen aan te houden. Hiernaast verwachten campingeigenaren dat deze druk op zal lopen door een mogelijke toename van minicampings en camperplaatsen.

### 3.3 Het programma Vitale Vakantieparken

We hebben de ondernemers tenslotte in de enquête en de interviews bevraagd over het Programma Vitale Vakantieparken.

#### Bekend met Vitale Vakantieparken

De bekendheid van Vitale Vakantieparken is groot. Bijna alle ondernemers geven aan bekend te zijn met Vitale Vakantieparken, een groot deel heeft zelfs eerder deelgenomen aan een training of bijeenkomst. Eén van de geïnterviewde ondernemers heeft aangegeven meegedaan te hebben met een adviestraject van Vitale Vakantieparken (het Kwaliteitsteam Veluwe). Deze ondernemer gaf aan dit extreem waardevol te hebben gevonden, vooral door de samenstelling van het team met experts uit verschillende disciplines.

*“Het kwaliteitsteam bestaat uit zo'n mooie groep experts dat je dat altijd aan moet grijpen”*

Ondernemers die bekend zijn met Vitale Vakantieparken zijn vrijwel allemaal positief over de organisatie en de activiteiten waarbij Vitale Vakantieparken betrokken is, bijvoorbeeld de workshops of hun betrokkenheid bij de aanpak van niet-vitale vakantieparken.

#### Interesse kennisprogramma

Ondernemers zijn verdeeld wanneer gevraagd wordt of zij meer kennis willen opdoen die kan helpen bij hun bedrijfsvoering. In de enquête geven zes van de twintig ondernemers aan dit interessant te vinden, vijf misschien. Acht ondernemers geven aan hier geen gebruik van te willen maken.

In gesprekken geven de ondernemers aan dat de behoefte aan informatie het grootste is in de eerste jaren van het runnen van de minicamping. De kennis en ervaring van de ondernemers groeit met de jaren, waardoor er minder behoefte is aan uitgebreide informatie over het runnen van een minicamping, bijvoorbeeld over het opzetten van boekingsystemen. Wel hebben de al ervaren minicampingeigenaren interesse in informatie over marketing, omdat dit vaak sneller gaat dan zij zelf kunnen bijhouden.

#### Figuur 3.1: Over wat voor soort thema's zou u meer kennis op willen doen? (N=20)

De ondernemers die (misschien) wel een kennisprogramma van Vitale Vakantieparken zouden willen volgen, zijn verdeeld als het gaat om hun kennisbehoefte. De meeste interesse ging uit naar het opdoen van meer kennis op het gebied van marketing. Nieuwe ondernemers zijn vaak wat zoekende, kregen we mee uit de gesprekken en de vragenlijst.

*“Ik zou vooral informatie willen over de do's en don'ts, dus wat mag wel en wat niet, contact met gemeentelijke instanties voor mogelijkheden en voor subsidies.”*

Hiernaast gaven drie ondernemers in gesprekken aan dat de workshops van Vitale Vakantieparken met natuur- en landschapsthema's tot nu toe het meest interessant waren en dat zij meer van dit soort workshops zouden willen volgen.



**Figuur 3.2: Gewenste wijze van kennis ontvangen (N=20)**



Ondernemers nemen kennis het liefste op incidentele wijze tot zich. Incidentele online of fysieke bijeenkomsten worden het meest positief ontvangen. Over structurele bijeenkomsten en individuele trajecten zijn de ondernemers minder enthousiast, maar de verschillen zijn niet heel groot.

*“Een goede online kennisbank daarover met praktische ervaringen/tips van kleinschalige ondernemers en de mogelijkheid daar vragen over te stellen zou een meerwaarde hebben.”*

### Grote en kleine ondernemingen los van elkaar bedienen

Ondernemers geven aan dat zij de indruk hebben dat de huidige informatie van Vitale Vakantieparken beter past bij grotere ondernemingen met meer omzet, omdat zij makkelijker aan financiering kunnen komen om vernieuwingen op het bedrijf door te voeren. De ondernemers spreken de behoefte uit naar kennis specifiek voor deze kleinschalige ondernemingen met minder middelen en mogelijkheden om van elkaar te kunnen leren.

*“Ik heb met regelmaat bijeenkomsten bijgewoond van de Vitale Vakantieparken en ook al enkele cursussen gevolgd. Ik ben dus blij dat er nu ook specifiek gekeken gaat worden naar de kleinere campings.”*

*“Bijeenkomst voor de kleine campingeigenaren, zonder de parken en grote campings. Zij hebben andere mogelijkheden en doelen voor ogen dan de kleine campingeigenaren, welke ook vragen en of adviezen willen delen en het nodig hebben.”*

## 3.4 De brancheorganisaties

We hebben ook met brancheorganisaties SVR en VeKaBo gesproken. Beide organisaties behartigen de belangen van de kleinschalige accommodaties op het platteland of bij de boer. Gasten kunnen via de platformen van VeKaBo en SVR hun vakanties boeken bij aangesloten accommodaties. Hiernaast bieden de platforms extra diensten aan aangesloten leden, zoals gezamenlijke promotie, kennisuitwisseling, kostenbesparing bij aangesloten leveranciers en belangenbehartiging, bijvoorbeeld richting de ANWB of richting de ministeries. De SVR is tevens een organisatie van kampeerders, dus de gebruikers van en bezoekers aan minicampings. De SVR behartigt ook hun belangen.

*‘Minicampings zijn belangrijk want ze zijn een waardevolle aanvulling op het aanbod. Maakt het aanbod divers! Deze niche heb je nodig om het aanbod in het totaal interessant te maken. Je wordt anders als regio minder interessant (ook voor die gasten die wel voor het grote vakantiepark kiezen), want je wordt getriggerd door het totaal aanbod aan hotels, bungalows, minicampings, dagrecreatie etc.’ (VeKaBo)*

VeKaBo richt zich op agrarisch toerisme (specifiek kamperen). De organisatie is sinds 1972 actief en heeft inmiddels 700 leden. Op de Veluwe zijn 20 leden aangesloten bij VeKaBo. Het aanbod van VeKaBo bestaat voornamelijk uit kleinschalige campings, maar ook glampings, groepsaccommodaties en B&Bs. Wel liggen alle accommodaties nog steeds in de natuur of bij een agrarisch bedrijf. Op dit moment is 35% van de aangesloten accommodaties verbonden met een nog actief agrarisch bedrijf.

De SVR (Stichting Vrije Recreatie) heeft ongeveer 1.200 aangesloten campings in Nederland en ongeveer 150.000 kampeerders die donateur zijn van de organisatie. De SVR koestert de kleinschaligheid van de aangesloten leden. Wat de SVR betreft, en daarin verschillen ze van VeKaBo, is de veelal gehanteerde grens van 25 eenheden als maximum op een minicamping prima en is juist een reden voor gasten om voor een SVR-camping te kiezen. Als die grens op grote schaal zou worden losgelaten, verlies je het unieke karakter van de kleinschalige campings, aldus SVR.

### **Kennisuitwisseling**

Als een van de kerntaken bieden de brancheorganisaties kennisuitwisseling. In de gesprekken met ondernemers werd deze kennisuitwisseling als zeer waardevol beschreven.

VeKaBo geeft aan dat kennisdeling gratis of goedkoop moet zijn, omdat het anders niet haalbaar is voor de ondernemers. De onderwerpen die worden behandeld, moeten dicht bij de bedrijfsvoering liggen. Zo organiseert VeKaBo regelmatig webinars, bijvoorbeeld specifiek gericht op camperplekken (15 à 20 deelnemers per keer) of over omgaan met prijsverhogingen (bijna 100 deelnemers).

De SVR geeft aan dat veel vragen van ondernemers ook bij hen terecht komen, o.a. op het gebied van marketing. Tegelijkertijd is de indruk dat veel ondernemers ook geen extra ondersteuning meer nodig hebben als het bedrijf eenmaal loopt.

### **Belangrijkste ontwikkelingen in de branche**

We hebben de brancheorganisaties gevraagd welke ontwikkelingen zij zien in de branche. Zij benoemen de volgende:

- **Vraag**

Zij zien een toenemende interesse in minicampings. Deze interesse is al jaren langzaam aan het stijgen, maar de coronapandemie heeft hier een extra impuls aan gegeven.. De waardering voor landschap is sindsdien enorm toegenomen en de voorzieningen om landschap

te beleven zijn ook toegenomen. De fietsmarkt is specifiek erg gegroeid, ook in gezinnen met kinderen.

Hiernaast zien de brancheorganisaties een verhoogde interesse in agrotourisme. Ook wordt de campermarkt als kansrijk beschreven. Volgens VeKaBo ook extra kansrijk, omdat het gastheerschap op een laag niveau gehouden kan worden door automatisering (gasten automatisch laten in- en uitchecken). Hier is wel een investering voor nodig.

De SVR zag in een recent onderzoek dat duurzaamheid voor de achterban steeds belangrijker wordt. Zo is 70% van de gasten bereid om te betalen naar gebruik, zodat je alleen belast wordt voor wat je daadwerkelijk gebruikt en te veel energieverbruik ontmoedigd wordt. De organisatie spreekt van een kentering in interesse in duurzaamheid vanuit de achterban.

- **Aanbod**

Er wordt door VeKaBo geen stijging in het aanbod van minicampings geconstateerd. Dit heeft te maken met veroudering van de eigenaren: ondernemers die in de jaren '80 of '90 zijn begonnen, kiezen er op dit moment veel voor om te stoppen. Aan de andere kant zien ze wel een stijging in het aantal boeren die een minicamping starten.

De SVR ziet ook nog wel een toename van het aantal aangesloten bedrijven.

- **Toekomst**

VeKaBo ziet dat het vaak lastig is om opvolging voor de minicamping te zoeken. Vaak wordt de grond uiteindelijk verkocht voor bijvoorbeeld kleine woningbouw.

De SVR geeft aan dat er (nog beperkt) signalen binnen komen dat kleinschalige campings worden opgekocht om er chaletparken van te maken. Als die ontwikkeling zich doorzet, vindt de SVR dat zorgelijk, omdat er steeds meer aanbod (inclusief het aanbod op reguliere grotere campings) wordt onttrokken aan de markt. Voor de consument is er daardoor mogelijk steeds minder keuze.

- **Regelgeving**

Een belemmering is strenge regelgeving, volgens VeKaBo; bestemmingsplannen zijn vaak rigide in het aantal plaatsen, dit leidt tot weinig vernieuwing in de sector. Het is namelijk bijna niet rendabel om te investeren, bijvoorbeeld in (duurzaam) sanitair, omdat de investering zich (bijna) niet terugverdient met maximaal 25 plaatsen. De SVR ziet dat anders en geeft aan dat de kleinschaligheid juist de grote kracht is van de minicampings en dat verruiming op grote schaal dit karakter zal aantasten. In de meeste gevallen hebben eigenaren van minicampings ook een ander inkomen.



# 4 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk geven we met behulp van een SWOT-analyse de belangrijkste bevindingen weer, trekken conclusies en geven betekenis aan het onderzoek voor programma Vitale Vakantieparken Veluwe.

## 4.1 SWOT-analyse

In deze paragraaf geven we een overzicht van de belangrijkste sterktes en zwaktes (interne factoren) en kansen en bedreigingen (externe factoren) voor minicampings op de Veluwe. We baseren ons op de verkenning en hebben hiervoor geen uitgebreide analyse van het huidige aanbod gedaan. De belangrijkste elementen geven we hieronder weer.

### Sterktes

- Met 62 minicampings op de Veluwe maken minicampings een fundamenteel onderdeel uit van het kampeeraanbod op de Veluwe.
- De natuur op de Veluwe speelt een belangrijke rol in de aantrekkingskracht van de Veluwse minicampings.
- Bijna alle minicampings zijn in eigen bezit, verkaveling/uitponing komt niet voor in deze sector. Ook permanente bewoning of sociale problematiek, zoals we die op vakantieparken soms tegen komen, komen bij minicampings niet voor.
- Ondernemers zijn over het algemeen positief over hun bezettingen. Minicampings op de Veluwe worden dus goed bezocht.

### Zwaktes

- De ondernemers zijn over het algemeen in grote mate afhankelijk van de inkomsten van de minicamping. Dat maakt de campings relatief kwetsbaar, omdat de exploitatie door de beperkte omvang uiteraard klein is en niet voor een eigenstandig inkomen kan zorgen.

- Minicampings hebben weinig financiële middelen door een combinatie van weinig plaatsen voor lage prijzen. Dit zorgt voor weinig financiële ruimte om zonder lening te investeren in de minicamping.
- Ondernemers zijn over het algemeen terughoudend met investeringen; enerzijds door de leeftijd van sommige ondernemers, anderzijds door onzekerheden over de toekomst (mede als gevolg van de onduidelijkheden rondom het stikstofbeleid). Als gevolg daarvan wordt er relatief weinig vernieuwd op de minicampings.
- De minicampings worden doorgaans door één persoon of één familie gerund. De persoonlijke omstandigheden van deze eigenaren bepalen daarom in grote mate de toekomst van de minicamping. Er zit daardoor een hogere dynamiek in het 'verdwijnen' en in het starten van minicampings dan bij grote campings.
- De leeftijd van veel eigenaren is hoog; de kans dat er in de komende jaren daardoor bedrijven gaan stoppen is groot.
- De kennis op het gebied van de markt en vooral marketing is soms moeilijk bij te houden voor ondernemers en soms ook lastig vanwege kleinschaligheid van de onderneming (en het beperkte investeringsvermogen).

### Kansen

- Veel ondernemers zien het belang in van meer onderscheidend vermogen en een keuze tussen verschillende doelgroepen. Ze zien dat de markt hierom vraagt en willen hier wel op inspelen (al vinden ze het lastig om hierin keuzes te maken)
- Vooral de campermarkt is in opkomst en biedt kansen voor minicampings om een onderscheidend product neer te zetten voor campers en mee te liften op deze groei
- Er is bij de consument steeds meer aandacht voor duurzaamheid en agrotourisme (het 'echte leven' en terug naar de natuur). Minicampings kunnen daar op inspelen.

### Bedreigingen



- De onzekerheid rondom de toekomst van de agrarische sector door o.m. de stikstofcrisis, zorgt ervoor dat er naar verwachting meer initiatieven op het platteland ontstaan voor minicampings (NB tegelijkertijd verdwijnen er naar verwachting ook weer minicampings vanwege de leeftijd van de eigenaren). De vraag is of dat vooral aanbodgedreven is, of dat er ook voldoende markt voor is.
- Er is onvoldoende zicht op de markt voor agrotourisme en kleinschalig kamperen.
- De verkoop van minicampings kan in de praktijk lastig blijken. Dat houdt investeringen voor de toekomst mogelijk tegen.
- Toenemende kosten voor bedrijfsvoering (met name energie, maar ook als gevolg van stijgende kosten in het algemeen of volgens sommige ondernemers als gevolg van wet- en regelgeving) kunnen mogelijk niet altijd doorberekend worden aan gasten, omdat ondernemers bang zijn dan 'te duur' te zullen worden
- Kostbare processen om te voldoen aan gemeentelijke wet- en regelgeving zorgen ervoor dat ondernemers ervoor kiezen niet te investeren in hun minicamping.
- Toegang tot financiering is voor sommige minicampings iets lastiger, vanwege hun beperktere omzet.

## 4.2 Conclusies en belangrijkste uitdagingen

Over het algemeen gaat het goed met de minicampings op de Veluwe en zien we niet de complexiteit van de problematiek die we op reguliere vakantieparken wel tegenkomen. Daar zorgen vooral uitgepode parken, permanente bewoning en sociale problematiek voor complexe uitdagingen die we op minicampings *niet* tegenkomen.

De kleinschaligheid van de minicampings brengt wel enkele andere uitdagingen met zich mee. We schetsen op basis van de analyse hieronder de twee belangrijkste:

- Hoe kunnen ondernemers inspringen op veranderende kansen in de markt (campermarkt, marketingopgave, onderscheidend

vermogen, keuzes in doelgroepen, duurzaamheid) met beperkte middelen?

- Hoe voorkomen we dat onzekerheden over de toekomst ervoor zorgen dat investeringen uitblijven?

Daarnaast worden er in de komende vijf tot tien jaar veel ontwikkelingen verwacht als het gaat om minicampings op de Veluwe: veel campings zullen verdwijnen (als gevolg van de leeftijd van de huidige eigenaren en de onzekerheid over verkoop als minicamping). Mogelijk zullen er ook nieuwe initiatieven bijkomen omdat steeds meer agrarische ondernemers op zoek gaan naar bijverdiensten. Hoe deze dynamiek zich verhoudt tot de vraag uit de markt, is vanwege beperkte marktkennis niet helder en brengt ook vraag met zich mee wat dit op de langere termijn betekent voor de markt voor minicampings; ontstaat er een overaanbod of lost de markt dat zelf op?

## 4.3 Betekenis voor het programma Vitale Vakantieparken

De aanleiding voor deze verkenning was de vraag of het zinvol zou kunnen zijn om het programma Vitale Vakantieparken verder uit te breiden naar kleinschalige kampeerbedrijven. In de praktijk zien we dat eigenaren van minicampings al wel bekend zijn met het programma en daar zelfs al in meer of mindere mate gebruik van maken (in de vragenlijst één keer het Kwaliteitsteam en verder vooral kennissessies) of de positieve effecten ervan zien (belangrijk dat de probleemparken in de buurt worden aangepakt). Tegelijkertijd zien we dat de complexiteit die op reguliere vakantieparken soms speelt, niet van toepassing is op minicampings. Er speelt geen uitpoding, geen permanente bewoning en geen sociale problematiek. Daarmee zijn eigenlijk twee 'domeinen' van de aanpak Vitale Vakantieparken niet relevant voor minicampings: 1) het aanpakken van veiligheidsvraagstukken en 2) oplossingen voor niet-recreatief gebruik. Ook herstructurering is waarschijnlijk niet aan de orde, behalve in die gevallen dat een minicamping graag zou willen uitbreiden, daar niet in de gelegenheid toe is, maar door de ligging

herstructurering daartoe wél kansen zou bieden. Dat zal echter maar beperkt het geval zijn, is onze indruk. Het is wel goed om dat in de gaten te houden.

De grootste aansluiting op het programma Vitale Vakantieparken lijkt te liggen op het domein 'innovatie en versterking' en dan vooral via de poot 'kennis'. Het Kwaliteitsteam zal in veel gevallen mogelijk een te zwaar middel zijn voor de minicampings (alhoewel één ondernemer daar dus goede ervaringen mee heeft). Het is het overwegen waard om een specifiek, laagdrempelig (!) kennisprogramma op te richten voor minicampings, gericht op de belangrijkste uitdagingen zoals die in paragraaf 4.2 zijn gesteld. De uitwisseling met gelijksoortige kleinschalige bedrijven is naar onze inschatting van meerwaarde voor de eigenaren van minicampings. Het is aan te bevelen om met VeKaBo en SVR af te stemmen welk aanbod zij al hebben aan hun leden en waar mogelijk specifiek op de Veluwe hiaten kunnen worden ingevuld.

Daarnaast is het het overwegen waard om te inventariseren hoe de toekomst voor het minikamperen er op de Veluwe uitziet. Hoe ziet de markt eruit, waar liggen de kansen en wat betekent dat voor hoe we met elkaar op de Veluwe willen omgaan met minicampings? Op dit vlak liggen op dit moment nog veel kennishiaten.