



Dagrecreatie en
verblijfsrecreatie
in de Groene
Metropoolregio
Arnhem-Nijmegen

Vitaliteitsonderzoek

Colofon

© Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, voorjaar 2023

Opdrachtgever

Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen
Marleen Hegeman

Auteurs

J.J. (Jan Jaap) Thijs
E. (Ellen) Ruiter
N. (Natasja) Sonderen
J. (Jeske) Van Gerven

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
Oude Kraan 72
6811 LL Arnhem
Tel: 06-51174193
Mail: thijs@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

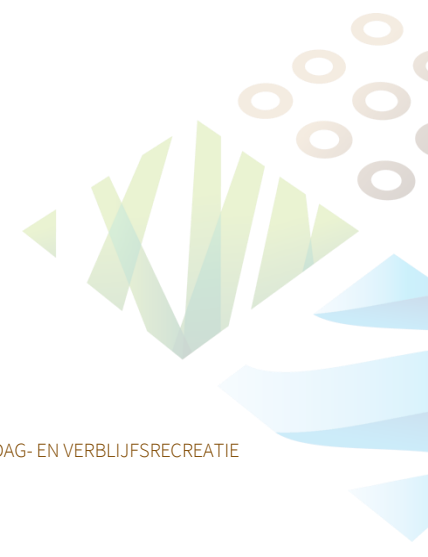
Foto's

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, tenzij anders vermeld



Inhoudsopgave

1	INLEIDING	4
2	ONDERZOEKSVERANTWOORDING	6
	2.1 AFBAKENING REGIO'S.....	6
	2.2 AFBAKENING SECTOREN	7
	2.3 RESPONS	9
3	VRAAG EN AANBOD VOLGENS DE LEEFSTIJLVINDER.....	11
	3.1 DE LEEFSTIJLVINDER	11
	3.2 LEEFSTIJLPROFIEL VAN INWONERS EN BEZOEKERS	11
	3.3 HET AANBOD IN DE HELE REGIO GEKLEURD	13
	3.4 HET AANBOD IN DE DEELREGIO'S	17
	3.5 HET AANBOD PER DEELSECTOR IN DE DAGRECREATIE	23
	3.6 HET AANBOD PER DEELSECTOR IN DE VERBLIJFSRECREATIE	24
	3.7 VRAAG EN AANBOD.....	25
	3.8 DE AANTREKKINGSKRACHT VAN DE BINNENSTEDEN	27
	3.9 CONCLUSIES.....	30
4	VITALITEITSONDERZOEK.....	32
	4.1 HET VITALITEITSMODEL EN DE VITALITEITSSCAN	32
	4.2 DAGRECREATIE.....	33
	4.3 DEELSECTOREN BINNEN DE DAGRECREATIE	35
	4.4 VERBLIJFSRECREATIE	37
	4.5 DEELSECTOREN BINNEN DE VERBLIJFSRECREATIE	39
5	CONCLUSIES EN HET VERVOLG	41
	5.1 BELANGRIJKSTE CONCLUSIES.....	41
	5.2 BELANGRIJKSTE UITDAGINGEN MET MOGELIJKE ACTIES.....	42



1 Inleiding

‘Over vijf jaar hebben we in de regio een vitale sector voor recreatie, die aansluit bij de vraag en bijdraagt aan de (basis)voorzieningen en leefbaarheid in de kernen’

Dit is één van de ambities die is uitgesproken in de Regionale Agenda 2022 van de Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen. Een belangrijke stap om daar te komen is om eerst in kaart te brengen hoe vitaal de sector nu is. De regio heeft het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd gevraagd dit te onderzoeken. De resultaten van dit onderzoek staan beschreven in dit rapport.

Onderzoeksvragen

In dit onderzoek staan twee onderzoeksvragen centraal:

1. Hoe verhoudt vraag en aanbod zich tot elkaar als het gaat om doelgroepen (aan de hand van de Leefstijlvinder)?

Aan de hand van de Leefstijlvinder kijken we zowel naar de vraag als het aanbod van de dag- en verblijfsrecreatie in de regio. Dit geeft antwoord op de vraag in welke mate het aanbod aansluit op de vraag van de bewoner en de toerist. We kijken hierbij naar de markt en voor welke doelgroepen deze met name aantrekkelijk is, wat voor soort nieuwe initiatieven er daadwerkelijk iets toevoegen aan het bestaande aanbod en van welk bestaand aanbod er in relatie tot de vraag ruim aanbod aanwezig is.

We kijken hierbij ook specifiek naar de binnensteden van Arnhem en Nijmegen. Voor welke leefstijlen is de beleving in de centra het meest aantrekkelijk?

2. Hoe vitaal is de sector op dit moment?

Door het aanbod van de dagrecreatie en verblijfsrecreatie een plek te geven in het door ons ontwikkelde vitaliteitsmodel geven we antwoord op deze vraag. Aan de hand van parameters met betrekking tot kwaliteit en perspectief van het bedrijf geven we een weergave van de sectoren. Daarbij gaan we ook in op de belangrijkste uitdagingen per deelsector.

Opbouw rapport

In hoofdstuk 2 gaan we in op de onderzoeksverantwoording. Daarin beschrijven we de gehanteerde afbakening van de regio's en sectoren en gaan we in op de behaalde response. In hoofdstuk 3 en 4 behandelen we de eerste twee onderzoeksvragen.

Tot slot geeft hoofdstuk 5 de conclusies van het onderzoek weer en geven we enkele aanbevelingen.





2 Onderzoeksverantwoording

In dit hoofdstuk gaan we op de geografische afbakening van de onderzochte regio, de onderzochte sectoren en de omvang van de respons. De onderzoeksmethodieken worden in de betreffende hoofdstukken (3 t/m 5) beschreven.

2.1 Afbakening regio's

Dit onderzoek richt zich op het aanbod aan verblijfsrecreatie en dagrecreatie in zestien gemeenten in de Groene Metropoolregio. We hebben deze regio in het onderzoek onderverdeeld in twee deelregio's:

- Rijk van Nijmegen, bestaande uit de gemeenten¹:
 - Nijmegen
 - Berg en Dal
 - Beuningen
 - Heumen
 - Wijchen
 - Druten
- Arnhem en omstreken, bestaande uit de gemeenten:
 - Arnhem
 - Overbetuwe
 - Lingewaard
 - Renkum
 - Rozendaal
 - Rheden
 - Doesburg

¹ In deze regio zijn nog enkele bedrijven vlak over de grens van het gebied meegenomen: in Mook en Middelaar en in West Betuwe.

- Zevenaar
- Duiven
- Westervoort

De afbakening van de regio's is pragmatisch gekozen, om zo iets meer zicht te krijgen op de eventuele verschillen in de regio. Tegelijkertijd was het bij de rapportage van de bevindingen belangrijk dat deze niet herleidbaar zouden zijn tot één bedrijf. Uitsplitsing naar kleinere deelregio's was daarom niet wenselijk.

De gemeente Doesburg

In de gemeente Doesburg hebben eerder vitaliteitsonderzoeken plaats gevonden door ons bureau. Om ondernemers niet te vaak te belasten met vergelijkbare onderzoeken hebben we, in overleg met de opdrachtgever ervoor gekozen, deze bedrijven niet opnieuw te benaderen. Het gaat om de volgende onderzoeken:

- Vitaliteit dagrecreatie (onderdeel van onderzoek op Achterhoek-niveau, 2022). Deze vitaliteits- en leefstijlscores van deze bedrijven hebben we integraal meegenomen in dit onderzoek, daar waar dat mogelijk was (de vraagstelling was grotendeels, maar niet overal hetzelfde).
- Vitaliteit verblijfsrecreatie (onderdeel van onderzoek op Achterhoek-niveau, 2019). We hebben besloten deze bedrijven **niet** mee te nemen in het onderzoek, omdat het ondertussen om een onderzoek gaat dat vier jaar oud is, en er in de maatschappij (denk aan corona) sindsdien grote veranderingen hebben plaats gevonden. Bovendien is het recreatiepark met de grootste capaciteit in deze gemeente de tussenperiode overgenomen door een nieuwe exploitant. Dat maakt

de uitkomsten uit 2019 in onze ogen niet meer voldoende actueel en betrouwbaar om in dit onderzoek nog een plek te geven.

2.2 Afbakening sectoren

Dit onderzoek richt zich op de verblijfsrecreatie en dagrecreatie.

Verblijfsrecreatie

We hebben de verblijfsrecreatie als volgt afgebakend:

- Campings, inclusief mini-campings, maar met een ondergrens van 20 staanplaatsen
- Bungalowparken, met een ondergrens van 10 vakantiewoningen op één terrein²
- Hotels, pensions en B&B's, met een ondergrens van 8 kamers
- Groepsaccommodaties, met een ondergrens van 20 slaapplekken
- Jachthavens met overnachtingsmogelijkheid, met minimaal 10 ligplaatsen

Dagrecreatie

De dagrecreatie is een brede sector, bestaande uit heel verschillende deelsectoren. Samen met de begeleidingsgroep van het onderzoek hebben we vooraf bepaald welke sectoren onderdeel uitmaken van het onderzoek. We maken daarbij onderscheid tussen 8 deelsectoren binnen de dagrecreatie, met een aantal subcategorieën (zie tabel 2.1 op de volgende pagina). Hoewel de aantrekkingskracht van de regio Arnhem-Nijmegen ook wordt bepaald door landschap, natuur en routestructuren, hebben we in dit onderzoek uitsluitend gekeken naar betaalde

dagrecreatieve voorzieningen. We hebben de volgende bedrijven en voorzieningen in het onderzoek meegenomen:

Deelsector	Wat valt hieronder?	Eventuele nadere afbakening
Dagattracties	Pret- en themaparken	
	Dieren- en plantentuinen	Minimaal 5 dagen per week geopend in het 'seizoen'. Kinderboerderijen: alleen indien voorzien van meerdere functies (spelen, horeca etc.).
	Wijngaarden	Alle wijngaarden, met rondleiding en publieksfunctie
Sauna's en wellness	Sauna's en wellness	Enkel wanneer een dagdeelvullend programma kan worden aangeboden. Geen: beautycenters, zonnebankstudio's of sauna's als nevenactiviteit.
Zwembaden	Indoor zwembaden	Indien recreatief zwemmen prominent wordt aangeboden.

² NB het gaat hierbij om parken met grondgebonden woningen; niet-grond gebonden 'woningen', zoals chalets vallen onder de categorie 'campings'.

	Openlucht zwembaden	Indien recreatief zwemmen prominent wordt aangeboden.
Indoor leisure	Bowling, kegel, lasergamen, paintball, indoor klim- en boulderhal, trampolinepark. Indoor jeu de boules	Alleen als hoofdactiviteit aangeboden, niet als nevenactiviteit (bijv. een bowlingbaan bij een restaurant).
	Family Entertainment Centers.	Combinatie van meerdere leisure activiteiten, leisure cluster.
	Escape rooms	Als hoofdactiviteit aangeboden
	Overig indoor leisure	Bijvoorbeeld binnenspeeltuin, als hoofdactiviteit
Cultuur & Erfgoed	Theaters, schouwburgen,	Met gemiddeld minimaal 2 dagen per week een voorstelling
	Bioscopen & filmhuizen.	Met gemiddeld minimaal 2 dagen per week een voorstelling
	Musea, kerken, monumenten, molens, kastelen en landgoederen, beeldentuinen, expositieruimtes.	Alleen met betaalde entree en opengesteld. Minimaal 5 dagen per week geopend.

Sportief & outdoor	Klimbos,	Als hoofdactiviteit, met losse kaartverkoop
	Golfbanen, Pitch & Putt.	Indien ook opengesteld voor niet leden.
	Outdoorbedrijven en verhuurbedrijven	Verhuurbedrijven indien het bijzondere verhuur betreft (geen fietsen en scooters maar wel bijv. combinatie kano en fietsverhuur). Outdoorbedrijven met een eigen locatie (bijvoorbeeld karten of survivalbaan). Verhuur als hoofdactiviteit met totaalservice
Watersport	Jachthavens en rondvaarten	Jachthavens met verhuurmogelijkheden, niet alleen ligplaatsen Rondvaarten: dagtoeren (geen internationale vaart), ook die vanuit elders (Wageningen bijv.) de regio binnen varen

De term ondernemers of bedrijven

In dit onderzoek hebben we het vaak over ondernemers of bedrijven, soms ook over voorzieningen. Niet iedere dagrecreatie voorziening is een bedrijf; vooral in de culturele sector komen ook stichtingen of andere organisatievormen voor. Daar waar in dit onderzoek sprake is van de term 'ondernemer' of 'bedrijf', bedoelen we alle voorzieningen in de

beschreven categorie, dus ook soms stichtingen of andere organisatievormen.

2.3 Respons

De leefstijl- en vitaliteitsanalyse is gebaseerd op een respons van 156 bedrijven, waarvan 80 in de dagrecreatie en 76 in de verblijfsrecreatie. In tabel 2.2 geven we de steekproef weer per deelregio per sector.

De tabel is als volgt te lezen: in de regio Rijk van Nijmegen hebben 43 van de 71 dagrecreatie bedrijven deelgenomen aan het onderzoek. Dat is 61% van het totaal aan dagrecreatie bedrijven in deze deelregio.

Tabel 2.2 Respons per regio

Deelregio	Dagrecreatie			Verblijfsrecreatie			Totaal		
	Aantal	Aantal	%	Aantal	Aantal	%	Aantal	Aantal	%
Rijk van Nijmegen	43	71	61%	47	80	59%	90	151	60%
Arnhem en omstreken	37	77	48%	29	73	40%	66	148	45%
Totaal	80	146	55%	76	153	50%	154	299	52%

Werkwijze

Alle bedrijven in de regio die binnen de afbakening vielen zijn benaderd voor het onderzoek³ en hebben dus de gelegenheid gekregen om te reageren. Ieder bedrijf is in totaal meerdere keren benaderd:

- Een vooraankondiging vanuit de opdrachtgever

³ Op basis van overzichten die zijn aangeleverd door de gemeenten, TVAN en een steekproefsgewijze controle via Google.

- Een mail met de vragenlijst, met daarna nog twee reminders indien nodig
- Indien nodig: telefonische navraag. In totaal tot maximaal 3 keer. Uiteraard was deelname vrijwillig.

Opvallendheden

Alhoewel we met een gemiddelde respons van 52% een groot gedeelte van de sector hebben kunnen meenemen in het onderzoek, weten we niet hoe representatief de respons is. Vanuit andere onderzoeken in het land weten we wel dat er geen redenen zijn om aan te nemen dat niet-vitale bedrijven minder snel zouden willen deelnemen dan wel-vitale bedrijven, of andersom.

Vooraf in de **verblijfsrecreatie** viel ons wel het volgende op in de regio Arnhem-Nijmegen:

- We zijn in de respons geen enkel bedrijf tegengekomen waar kavels waren uitgepondd⁴. Bij de steekproef was ongeveer 80% van de bedrijven was de grond in eigen bezit, bijna 20% onderneemt op gepachte of gehuurde grond.
- Als gevolg daarvan zijn we dan ook enkel bedrijfsmatig geëxploiteerde bedrijven tegengekomen (dus parken waar een ondernemer op zit) en geen parken met een eigenaarsvereniging, die als tweede huisjespark fungeert.

We weten dat deze parken er wel (een beperkt aantal, naar onze indruk) zijn in de Groene Metropoolregio, maar ze zitten dus **niet** in de respons.

⁴ Verkopen of in erfpacht geven van kavels aan derden.



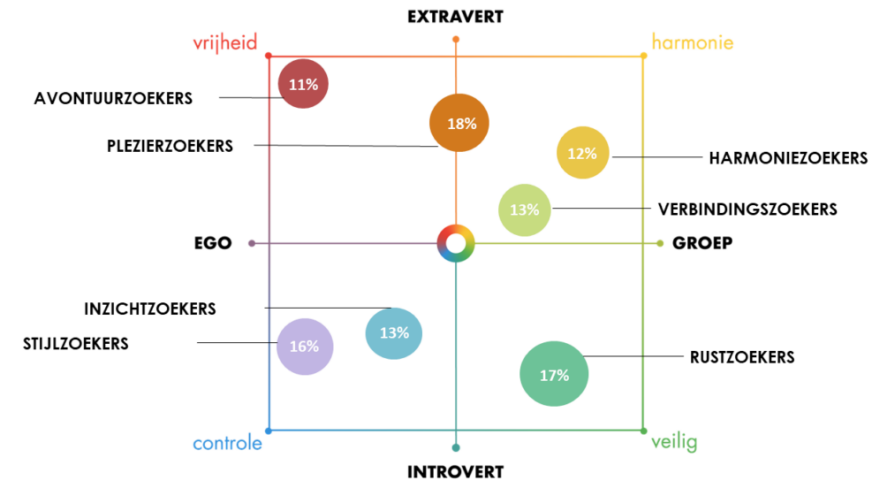
3 Vraag en aanbod volgens de Leefstijlvinder

In dit hoofdstuk bekijken we of het dagrecreatieve en verblijfsrecreatieve aanbod kwalitatief aansluit op de vraag. We beginnen met een uitleg over de Leefstijlvinder. Daarna gaan we in op het leefstijlprofiel van de inwoners en bezoekers. Vervolgens geven we de leefstijlkleuring van het aanbod weer, in de Groene Metropoolregio als geheel en uitgesplitst naar het Rijk van Nijmegen en Arnhem en omgeving. Daarna zetten we vraag en aanbod tegen elkaar af en trekken we enkele conclusies.

3.1 De Leefstijlvinder

In dit onderzoek maken we gebruik van de Leefstijlvinder, ontwikkeld door Marketresponse in opdracht van acht provincies en een aantal bureaus. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel (zie figuur 3.1). De percentages hebben betrekking op het aantal Nederlandse inwoners die binnen deze leefstijl valt. Deze Leefstijlvinder is het uitgangspunt voor de analyse van vraag en aanbod in dit onderzoek.

Figuur 3.1 Model Leefstijlvinder, Marketresponse 2022

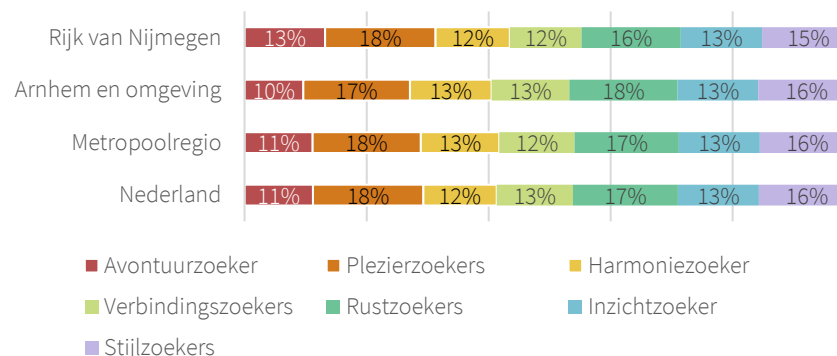


3.2 Leefstijlprofiel van inwoners en bezoekers

3.2.1 Leefstijlprofiel van de inwoners

In onderstaand figuur staat het leefstijlprofiel van de inwoners van de twee deelregio's weergegeven, van de Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen als geheel en die van de gemiddelde Nederlander.

Figuur 3.2 De leefstijlkleuring van de inwoners in de regio vergeleken met Nederland



Wat valt op?

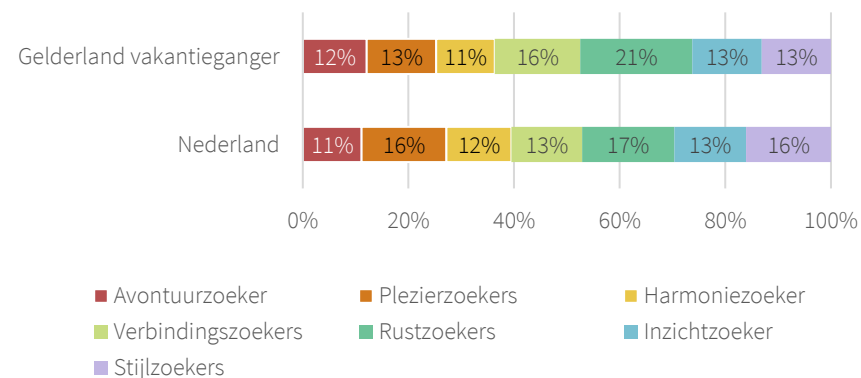
- Het gewogen gemiddelde⁵ (totaal van de inwoners in de Groene Metropoolregio) komt bijna exact overeen met het gemiddelde in Nederland. Dit is niet verrassend omdat het een gemiddelde van achttien gemeenten betreft. *Belangrijk om te beseffen is dat er wel grote verschillen **binnen** de regio zitten, en dan vooral tussen de steden en de omliggende gebieden. Zo is 15% (Arnhem) tot 19% (Nijmegen) van de inwoners in de steden een avontuurzoeker, terwijl dat percentage in bijvoorbeeld Zevenaar 4,5% bedraagt.*
- De meest omvangrijke leefstijlgroep is, net als in Nederland gemiddeld, de plezierzoeker (18%), gevolgd door de rustzoeker (17%). De avontuurzoeker is de kleinste groep (11%), gevolgd door de harmonie-, verbinding- inzichtzoeker (allen 13%).

⁵ Gewogen gemiddelde: omdat het aantal inwoners duidelijk verschilt per gemeente (zo heeft Nijmegen bijna 180.000 inwoners en Rozendaal bijna 1.800) hebben we, naast het

4.2.2 Leefstijlprofiel van de verblijfsrecreanten

We kennen het leefstijlprofiel van de *verblijfstoerist* aan de Groene Metropoolregio helaas niet, dus we moeten helaas naar een veel groter schaalniveau kijken, namelijk naar die van de provincie Gelderland als geheel, inclusief bijvoorbeeld de toeristisch omvangrijke Veluwe. Uiteraard is dat niet ideaal, maar helaas zijn er op een kleiner schaalniveau geen data beschikbaar.

Figuur 3.3 Omvang van de leefstijlen uitgedrukt in percentages van het totale aantal Nederlandse verblijfsrecreanten in Gelderland en Nederland



Bron: CVO Gelderland 2019-2020, NBTC-NIPO Research

Wat valt op?

- Het profiel van de vakantieganger in Gelderland wijkt iets af van het landelijk gemiddelde. De rustzoeker is de meest omvangrijke groep en groter dan het gemiddelde in Nederland. De plezierzoeker en de

leefstijlprofiel per gemeente, een gewogen profiel gemaakt. 12% inzichtzoekers in Nijmegen is immers in absolute zin veel meer dan 23% inzichtzoekers in Rozendaal.

stijlzoeker zijn daarentegen opvallend kleiner dan het gemiddelde in Nederland.

- Op de rustzoeker en verbindingszoeker na, zijn alle leefstijlgroepen ongeveer even groot (11-13%).

3.3 Het aanbod in de hele regio gekleurd

In deze paragraaf beschrijven we voor welke leefstijlen het aanbod in de regio Arnhem-Nijmegen als geheel en per regio het meest aantrekkelijk is. We hebben hiervoor het dagrecreatie en verblijfsrecreatie aanbod 'gekleurd'. Dit is als volgt gedaan:

- Een bezoek aan de voorziening, inclusief waar mogelijk een gesprek met de ondernemer, een vertegenwoordiger van het bestuur van een organisatie, of een personeelslid van een bedrijf.
- Het bekijken van de website en andere online informatiemiddelen.

We hebben hierbij vooral gekeken naar wat de aangeboden beleving is en bij welke leefstijlen deze beleving het beste aansluit. In interne werksessies zijn alle organisaties die deel uit maken van het onderzoek besproken door het projectteam, zodat we op een eenduidige manier te werk konden gaan.

In het totaal hebben we 156 organisaties van een leefstijlkleuring voorzien. Hiervan zijn er 80 dagrecreatie bedrijven en 76 verblijfsrecreatie bedrijven. De kleuring hoeft niet noodzakelijkerwijs overeen te komen met het leefstijlprofiel van de daadwerkelijke bezoeker aan de voorziening. Het resultaat is een expert judgement van het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd en geeft aan voor welke leefstijlen een dag- of verblijfsrecreatieve voorziening aantrekkelijk is.

3.3.1 Illustratie van voorzieningen

In deze paragraaf geven we ter illustratie enkele voorbeelden van kleuringen van dagrecreatieve en verblijfsrecreatieve bedrijven in de regio Arnhem Nijmegen.

Camping Oosterbeeks Rijnsoever

Aantrekkelijk voor avontuurzoekers en inzichtzoekers



Bron foto 1 en 2: <https://www.oosterbeeksrijsoever.nl/>

Camping Oosterbeeks Rijnsoever is camping met jachthaven, gelegen op een verhoogd plateau in de uiterwaarden bij Oosterbeek. Het bedrijf is volgens onze inschatting vooral aantrekkelijk voor de avontuurzoeker, gevolgd door de inzichtzoeker.

De losse sfeer op de camping, de natuurlijke, unieke setting, de bijzondere kampeerplekken met de mogelijkheid om een vuurtje te stoken en de bijzondere verhuuraccommodaties met een 'twist' (retro, pipo, bijzonder bootje) spreken de avontuurzoeker aan. De inzichtzoeker zal de natuurlijke setting aanspreken, de kleinschalige uitstraling met een beleving die past bij de ligging in de uiterwaarden en het unieke landschap.

Akwart

Aantrekkelijk voor plezierzoekers en harmoniezoekers



Bron: eigen foto's

The Akwart Experience is een zogenaamd Instagram Museum. Een plek waar je kunst op een andere manier kan beleven, omdat je overal aan mag zitten en je vooral wordt uitgenodigd om creatieve, spontane of bijzondere foto's te maken. Het bedrijf is volgens onze inschatting vooral aantrekkelijk voor de plezierzoeker en de harmoniezoeker. Beide groepen houden van op een laagdrempelige manier zelf actief bezig zijn. De plezierzoeker kan op en top opgaan in de beleving en lekker gek doen in de verschillende kamers. De harmoniezoeker zal aangesproken worden omdat het echt een familie- of groepsuitje is: gezellig samen op pad en voor ieder wat wils. Beide groepen zijn over het algemeen niet intrinsiek geïnteresseerd in kunst, maar zullen deze ervaring zeker kunnen waarderen.

Heuvelrijk

Aantrekkelijk voor stijlzoekers en inzichtzoekers



Bron foto's: eigen foto's

Heuvelrijk Berg en Dal is een nieuwe groepsaccommodatie in Groesbeek. De accommodatie is volgens onze inschatting aantrekkelijk voor de stijlzoeker en inzichtzoeker. De stijlzoeker vindt de mate van privacy en de ruimte kamers/appartementen, van alle gemakken voorzien, erg prettig. Voor hen kan het niet snel te luxe zijn. De aanwezige spa vinden zij een belangrijke plus. Daarnaast is de mate van service (volledig ontzorgd worden) passend bij de stijlzoeker. De inzichtzoeker houdt ook van deze goede kwaliteit. De manier waarop duurzaamheid een plek heeft in de bedrijfsvoering is voor deze groep extra aantrekkelijk.

Visvijver de Forel

Aantrekkelijk voor rustzoekers en verbindingszoekers



Bron foto's: eigen foto's

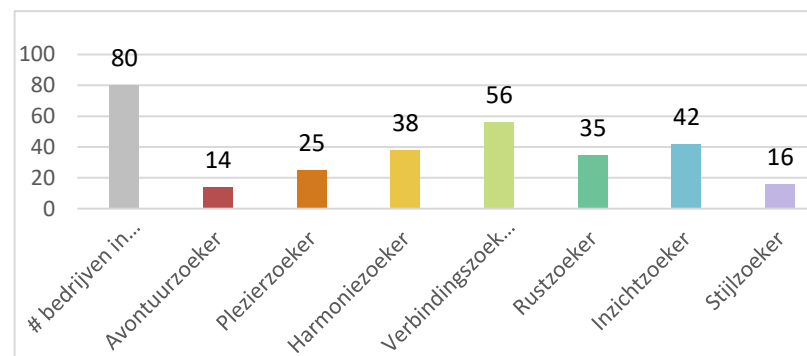
In de dorpskern van Bergharen ligt de visvijver De Forel. Het bedrijf heeft 5 visvijvers een horeca paviljoen en een speeltuin. Het bedrijf is volgens onze inschatting aantrekkelijk voor de rustzoeker en verbindingszoeker. De Forel biedt een laagdrempelig dagje uit, waarbij rustzoekers volledig op zichzelf kunnen genieten van hun sport. Voor de verbindingszoekers is er de mogelijkheid om een kopje koffie te halen in het paviljoen, te kletsen met de buurman/-vrouw of deel te nemen aan een wedstrijd. Het horeca-aanbod sluit goed aan bij beide doelgroepen; het is laagdrempelig en herkenbaar.

3.3.2 Het totale aanbod verdeeld over de leefstijlen

In het onderstaande figuur wordt weergegeven hoe het dagrecreatie en verblijfsrecreatie aanbod in regio Arnhem-Nijmegen verdeeld is over de zeven leefstijlen van de Leefstijlvinder. Dit doen we in zowel absolute aantallen (het aantal bedrijven per leefstijl), als in percentages op basis van de bezoekersaantallen die we hebben opgevraagd.

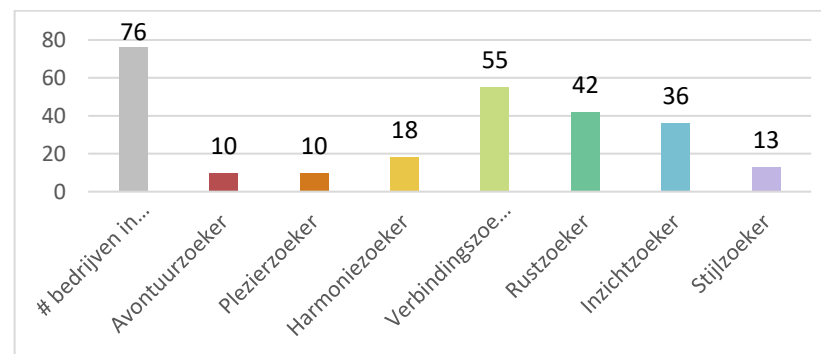
Figuren 3.4 en 3.5 geven het aantal bedrijven per leefstijl weer. Let op: één bedrijf kan aantrekkelijk zijn voor meerdere leefstijlen.

Figuur 3.4 Dagrecreatie: keuzemogelijkheden regio Arnhem-Nijmegen (totaal) in absolute aantallen (een bedrijf kan aantrekkelijk zijn voor meerdere leefstijlen).



Als volgt te lezen: 35 van de 80 dagrecreatie bedrijven in de regio Arnhem-Nijmegen zijn aantrekkelijk voor de rustzoeker.

Figuur 3.5 Verblijfsrecreatie: keuzemogelijkheden regio Arnhem-Nijmegen (totaal) in absolute aantallen (een bedrijf kan aantrekkelijk zijn voor meerdere leefstijlen).



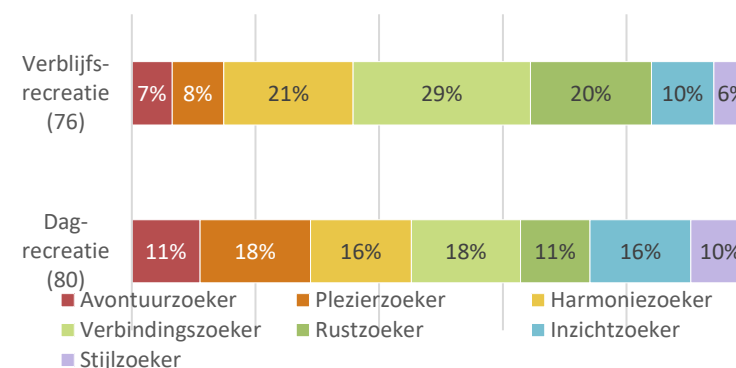
Als volgt te lezen: 42 van de 76 verblijfsrecreatieve bedrijven in de regio Arnhem-Nijmegen zijn aantrekkelijk voor de rustzoeker.

Wat valt op?

- De meeste dagrecreatieve bedrijven in de Regio Arnhem-Nijmegen zijn aantrekkelijk voor de verbindingszoeker en inzichtzoeker, gevolgd door de harmoniezoeker en rustzoeker.
- In de verblijfsrecreatie vindt de verbindingszoeker ook het meeste aantrekkelijke aanbod, gevolgd door de rustzoeker en inzichtzoeker.
- Voor de avontuur-, stijl en plezierzoeker zijn het minst dagrecreatieve voorzieningen aantrekkelijk. Dat zien we ook bij de verblijfsrecreatie, waarbij het aanbod voor deze leefstijlgroepen nog kleiner is.

Omdat een grote camping meer bezoekers kan ontvangen heeft dan een kleinschalig hotel, laten we in figuur 3.6 de kleuring zien van de verblijfsrecreatie op capaciteit (aantal bedden) en voor dagrecreatie op basis van bezoekersaantallen⁶.

Figuur 3.6 Kleuring dagrecreatie sector en verblijfsrecreatie in de regio Arnhem-Nijmegen, op grootte (bezoekersaantallen en capaciteit).



Wat valt op?

- In de verblijfsrecreatie is er voor de verbindingszoeker het meest aantrekkelijk aanbod, gevolgd door de harmoniezoeker en rustzoeker. Het aanbod voor deze groepen beslaat in totaal 70% van het onderzochte aanbod. De overige groepen, en dan vooral de stijl- en avontuurzoeker vinden relatief juist minder aanbod.
- De dagrecreatie is qua kleuring veel diverser dan de verblijfsrecreatie en dus minder eenzijdig. Hier zien we het meeste aanbod voor de plezier- en verbindingszoekers, op de voet gevolgd door de harmonie- en inzichtzoekers. Het aanbod voor de rust-, stijl- en avontuurzoeker is het minst omvangrijk.

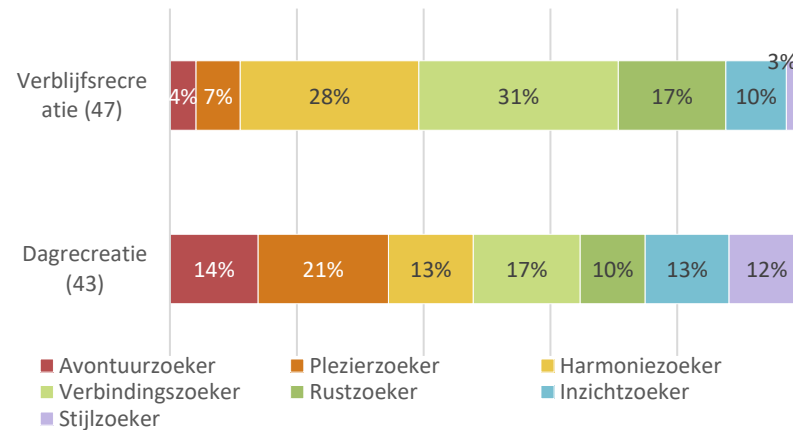
⁶ Van de organisaties die geen bezoekersaantallen konden geven, hebben we op basis van een expert judgement een inschatting gemaakt op basis van vergelijkbare bedrijven waar wel bezoekersaantallen van beschikbaar waren.

3.4 Het aanbod in de deelregio's

In deze paragraaf zoomen we verder in op de deelregio's Rijk van Nijmegen en Omgeving Arnhem.

2.4.1 Rijk van Nijmegen

Figuur 3.7 Kleuring aanbod Rijk van Nijmegen, op grootte (bezoekersaantallen en capaciteit).



Wat valt op?

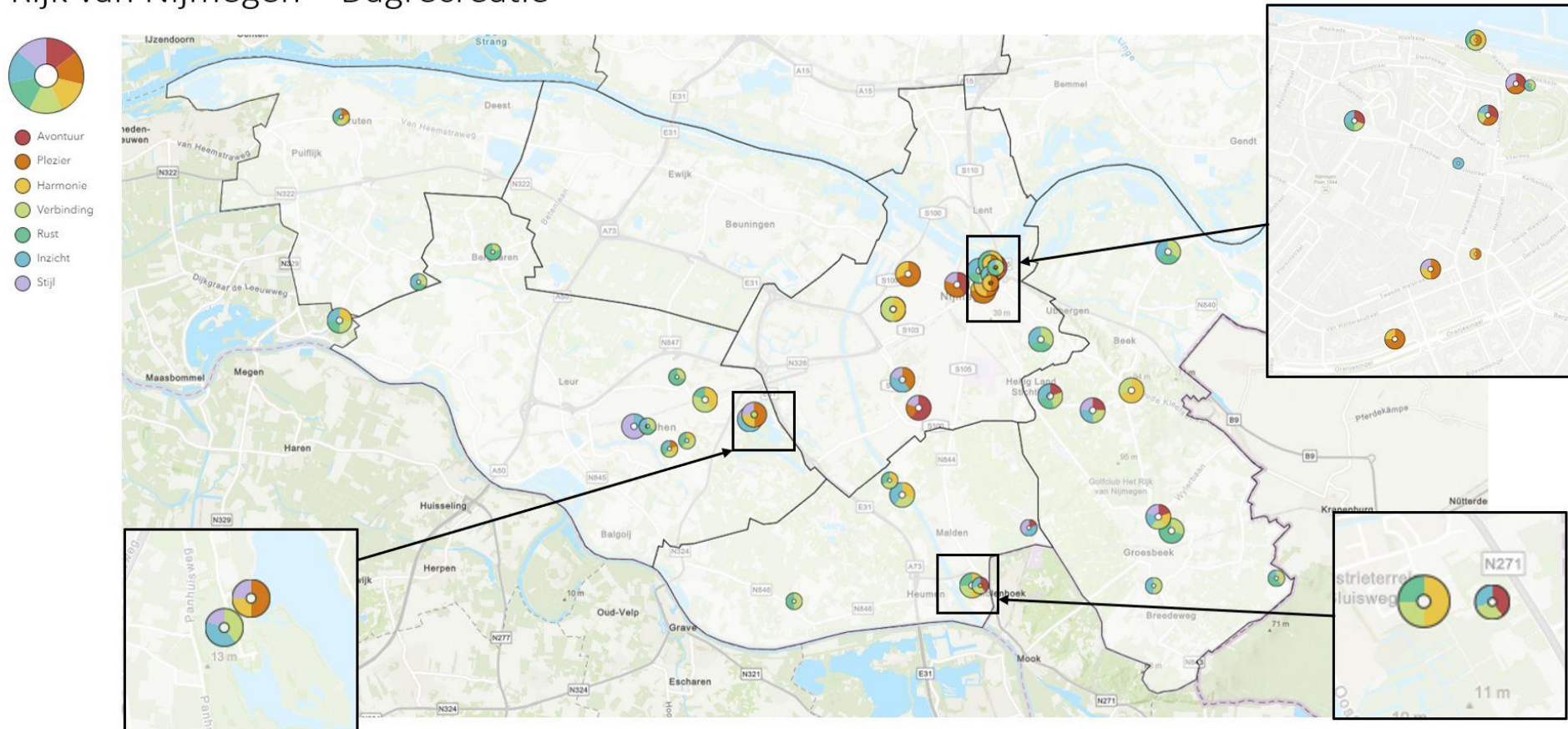
- De verblifsrecreatie in het Rijk van Nijmegen is relatief eenzijdig. We vinden vooral veel aantrekkelijk aanbod voor de verbindingszoeker en harmoniezoeker aanbod, gevolgd door de rustzoeker. Het aanbod voor de plezierzoeker is beperkt en voor de avontuurzoeker en stijlzoeker zelfs nagenoeg afwezig.
- In de dagrecreatie in het Rijk van Nijmegen zien we juist een divers aanbod; voor alle leefstijlen is er aantrekkelijk aanbod te vinden in de regio. Vooral het aanbod voor de plezierzoeker is hoog in deze regio.

Op de volgende bladzijden geven we de gekleurde bedrijven weer op kaart⁷, waarbij we onderscheid maken tussen grootschalige en kleinschalige bedrijven (grote en kleine cirkels op de kaart). Deze grens ligt voor verblifsrecreatie op 100 slaappleaatsen, voor dagrecreatie op 20.000 bezoekers en is enkel bedoeld om te illustreren dat er verschillen zijn in omvang van bedrijven.

⁷ NB dit betreft bijna alle bedrijven; indien een bedrijf niet wilde dat de onderzoeksuitkomsten gedeeld zouden worden met de gemeente, hebben we de kleuringen wel meegenomen in de analyse, maar het bedrijf niet op kaart opgenomen.

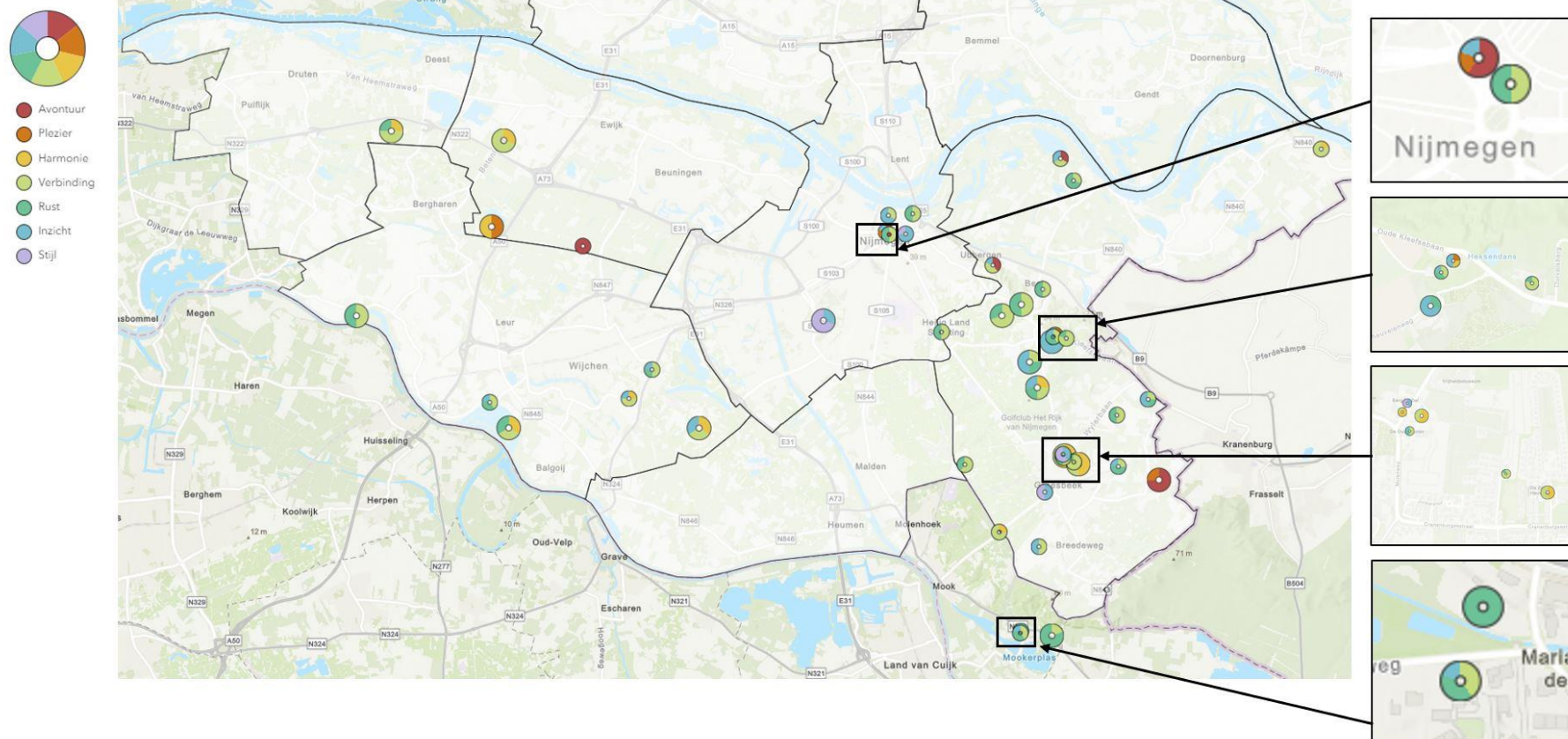
Figuur 3.8 Ligging gekleurde dagrecreatieve bedrijven in het Rijk van Nijmegen

Rijk van Nijmegen – Dagrecreatie



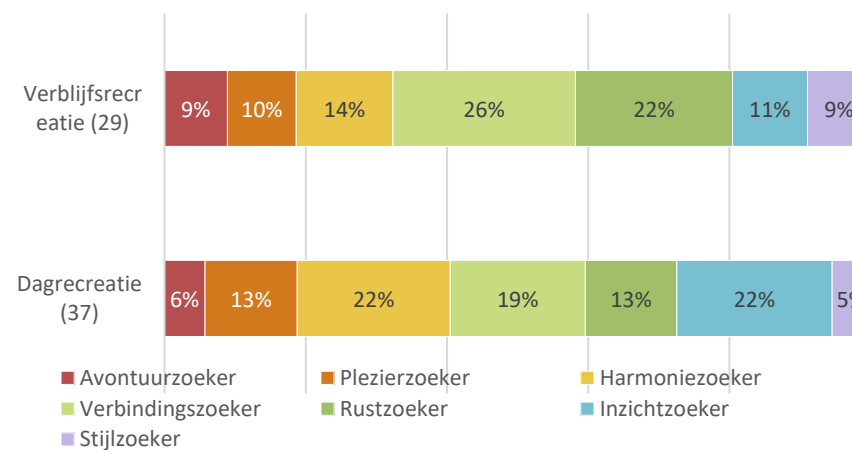
Figuur 3.9 Ligging gekleurde verblijfsrecreatieve bedrijven in het Rijk van Nijmegen

Rijk van Nijmegen – Verblijfsrecreatie



3.4.2 Omgeving Arnhem

Figuur 3.10 Kleuring aanbod omgeving Arnhem, op grootte (bezoekersaantallen en capaciteit)



Wat valt op?

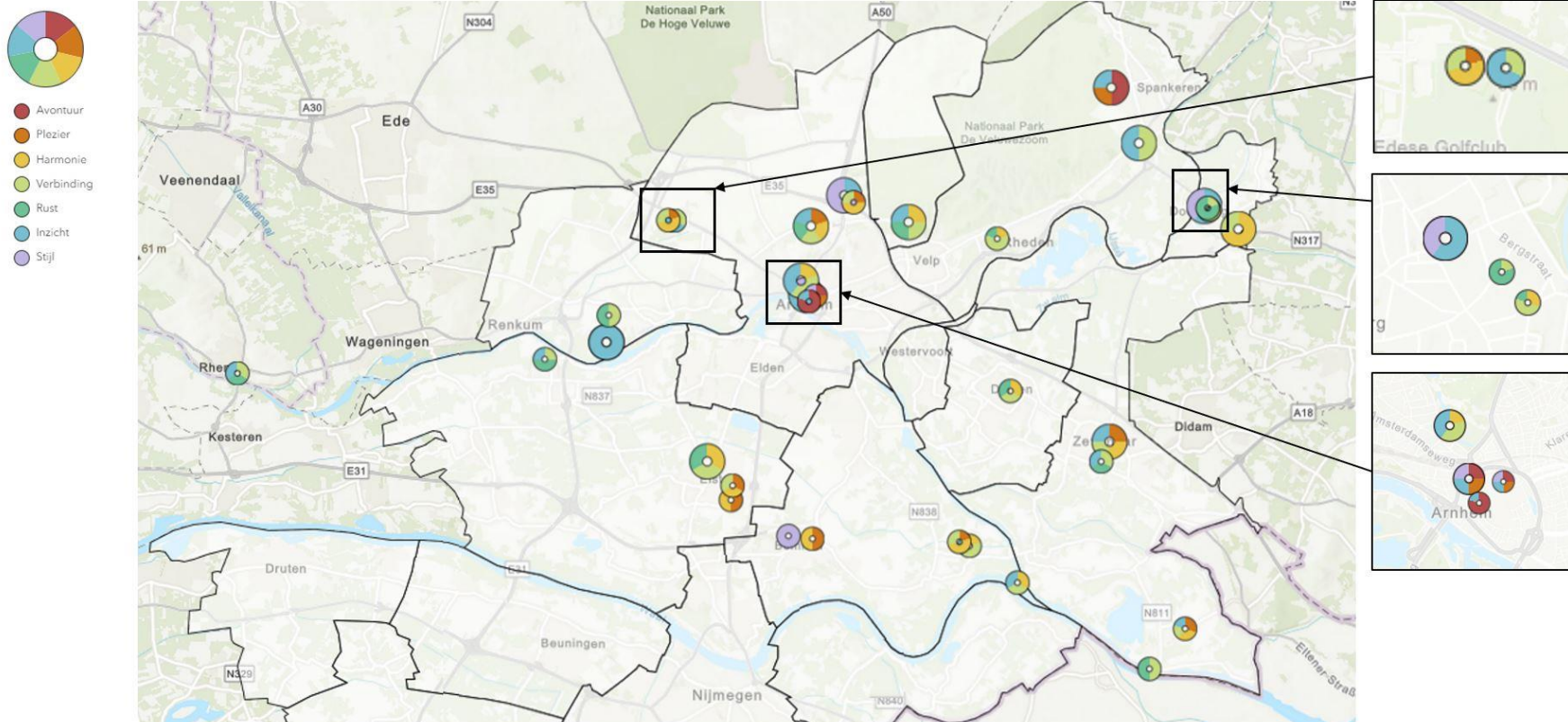
- Bij de verblijfsrecreatie vinden vooral de verbindingszoeker en de rustzoeker aantrekkelijk aanbod; het aanbod is daarmee relatief eenzijdig (maar wel veelzijdiger dan in het Rijk van Nijmegen).
- Bij de dagrecreatie zien we veel aanbod voor de harmoniezoeker, inzichtzoeker en verbindingszoeker. De avontuurzoeker en stijlzoeker vinden weinig aanbod in de omgeving Arnhem. Ook de dagrecreatie is daarmee relatief eenzijdig.

Op de volgende bladzijden geven we de gekleurde bedrijven weer op kaart⁸, waarbij we onderscheid maken tussen grootschalige en kleinschalige bedrijven (grote en kleine cirkels op de kaart). Deze grens ligt voor verblijfsrecreatie op 100 slaappleaatsen, voor dagrecreatie op 20.000 bezoekers en is enkel bedoeld om te illustreren dat er verschillen zijn in omvang van bedrijven.

⁸ NB dit betreft bijna alle bedrijven; indien een bedrijf niet wilde dat de onderzoeksuitkomsten gedeeld zouden worden met de gemeente, hebben we de kleuringen wel meegenomen in de analyse, maar het bedrijf niet op kaart opgenomen.

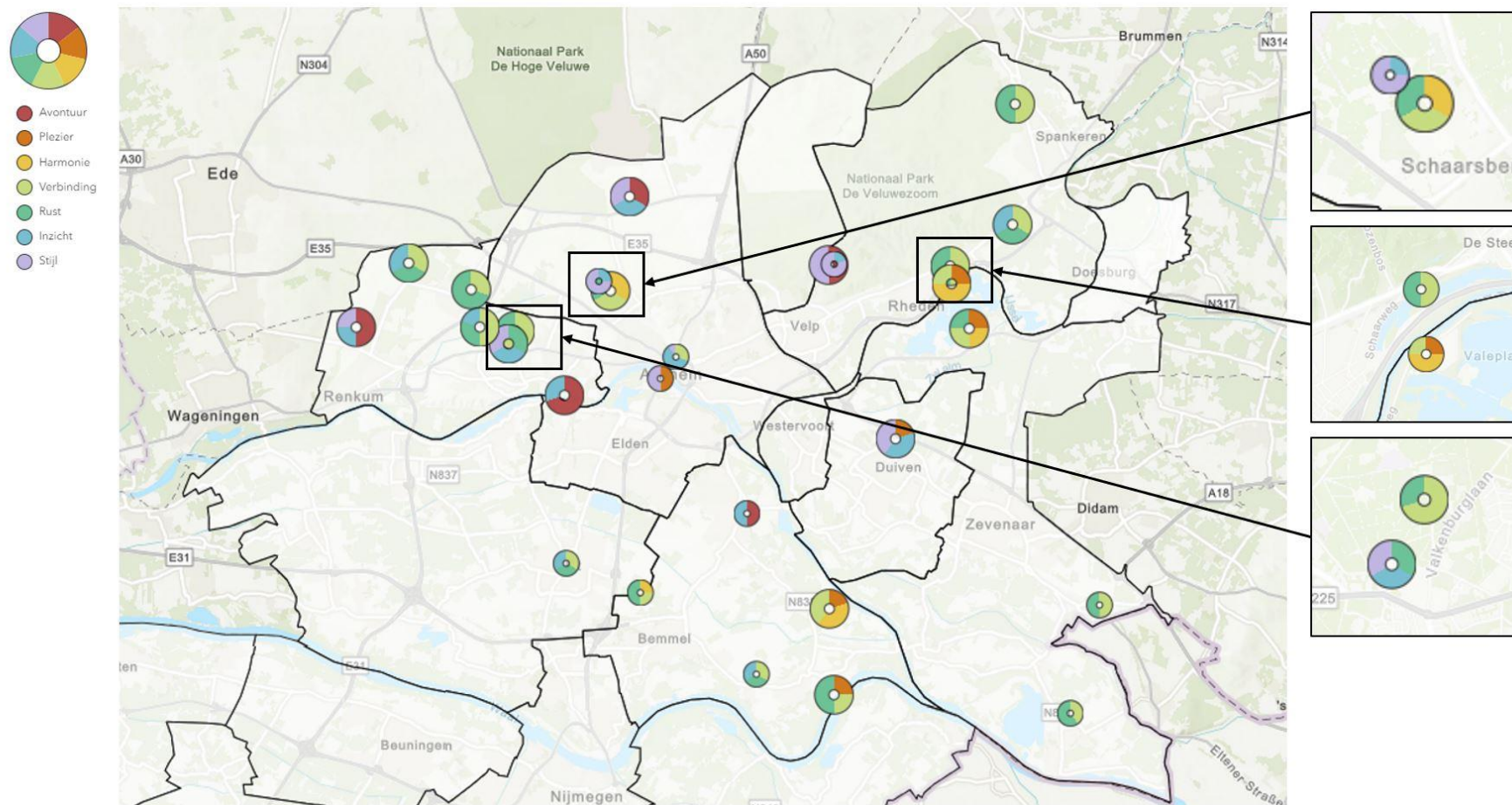
Figuur 3.11 Ligging gekleurde dagrecreatie bedrijven in Omgeving Arnhem

Omgeving Arnhem – Dagrecreatie



Figuur 3.12 Ligging gekleurde verblijfsrecreatie bedrijven in Omgeving Arnhem

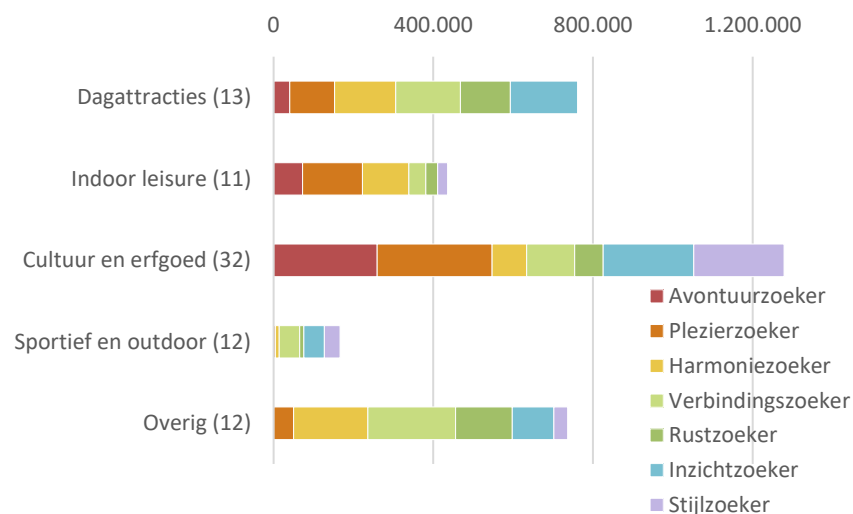
Omgeving Arnhem – Verblijfsrecreatie



3.5 Het aanbod per deelsector in de dagrecreatie

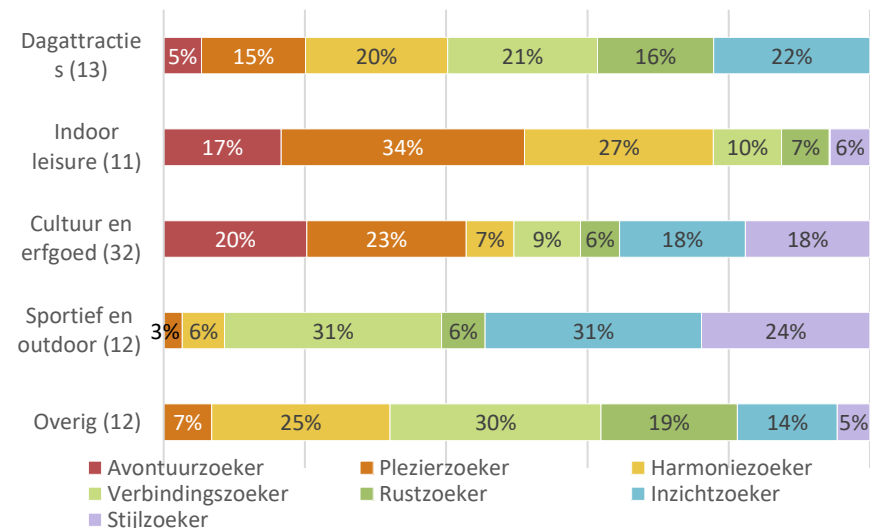
In deze paragraaf zoomen we kort verder in op de deelsectoren binnen de dagrecreatie en de verblijfsrecreatie, omdat er verschillen in leefstijlkleuringen per deelsector naar voren komen. We geven het eerst weer op bezoekersaantallen, vervolgens geven we de relatieve verdeling per deelsector weer.

Figuur 3.13 Absolute verdeling leefstijlen per type voorziening op grootte (bezoekersaantallen). Tussen haakjes staat het aantal bedrijven in de betreffende categorie.



De categorie overig bestaat uit de deelsectoren sauna en wellness, zwembaden en watersport.

Figuur 3.14 Relatieve verdeling leefstijlen per type dagrecreatie voorziening



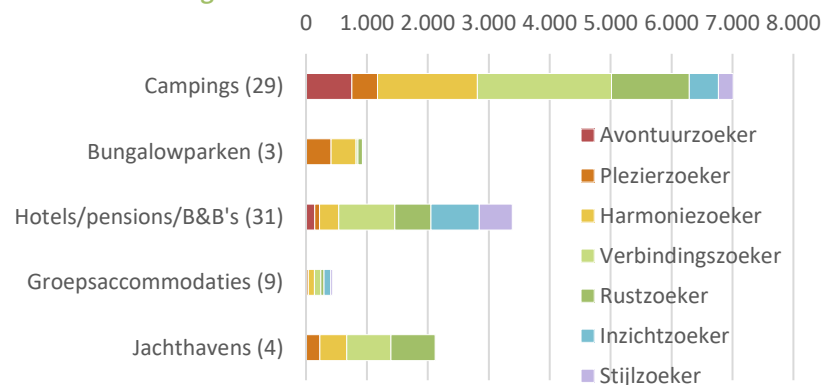
Wat valt op?

- Het aanbod in de cultuur en erfgoedsector is het meest omvangrijk, dit zijn dan ook de meeste bedrijven in de steekproef. Zij ontvangen jaarlijks ruim 1,2 miljoen bezoekers op een totaal van 3,4 miljoen in de dagrecreatieve sector. Daarnaast zijn de sectoren dagattracties (ruim 760.000 bezoekers) en de categorie overig (met ruim 730.000 bezoekers) relatief omvangrijk.
- We zien duidelijke verschillen in de kleuringen per dagrecreatieve voorzieningen:
 - De dagattracties sector is redelijk divers, hierbij valt op dat het aanbod voor de stijlzoeker afwezig is en voor de avontuurzoeker beperkt is.
 - De indoor leisure richt zich voornamelijk op de plezier- harmonie- en avontuurzoeker.

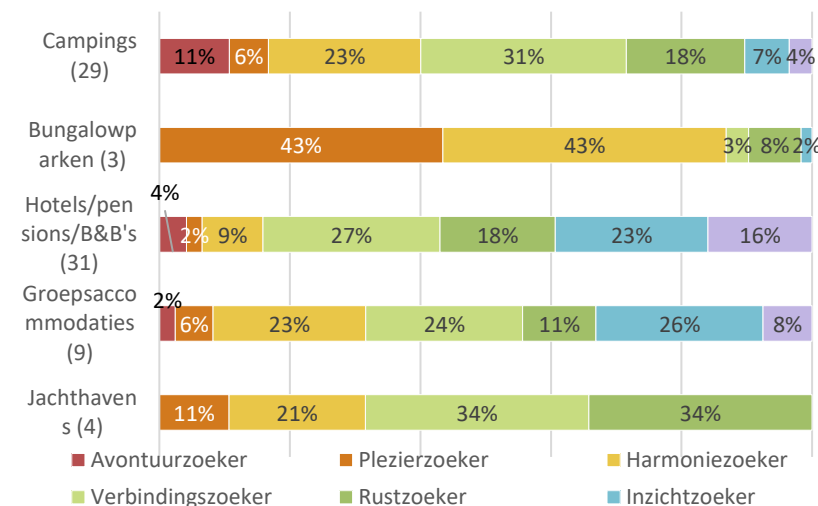
- De cultuur- en erfgoedsector is voornamelijk aantrekkelijk voor de plezier- en avontuurzoeker, gevolgd door de inzicht- en stijlzoeker (waarbij de laatste drie ook bovenmatig zijn geïnteresseerd in deze sector).
- De sector sportief en outdoor richt zich voornamelijk op de verbindings- en inzichtzoeker, gevolgd door de stijlzoeker (waarbij de laatste ook bovenmatig geïnteresseerd is in deze activiteiten).
- De overige categorie (met voornamelijk wellness en zwembaden) is voornamelijk aantrekkelijk voor de verbindingszoeker en harmoniezoeker.

3.6 Het aanbod per deelsector in de verblijfsrecreatie

Figuur 3.15 Absolute verdeling leefstijlen per type voorziening op grootte (capaciteit). Tussen haakjes staat het aantal bedrijven in de betreffende categorie.



Figuur 3.16 Relatieve verdeling leefstijlen per type verblijfsrecreatie voorziening



Wat valt op?

- Het aanbod campings op basis van capaciteit (slaapplaatsen) is het meest omvangrijk met 7.000 bedden op een totaal van ongeveer 14.000 bedden in de respons. Camping in de regio zijn voornamelijk aantrekkelijk voor de verbindingszoeker en harmoniezoeker, gevolgd door de rustzoeker.
- Opvallend is het lage aantal bungalowparken (3) en jachthavens (4) in de steekproef. Daarom zijn de leefstijlprofielen van deze sectoren ook minder divers, bij bungalowparken voornamelijk plezier- en harmoniezoeker en bij jachthavens voornamelijk verbindings- en rustzoeker.
- Hotels, pensions en B&B's laten een diverser profiel zien, met veel aantrekkelijk aanbod voor de verbinding- en inzichtzoeker, maar ook

de rustzoeker en stijlzoeker vinden relatief veel aanbod in deze categorie.

- Ook bij de groepsaccommodaties is het profiel redelijk divers. De inzichtzoeker, harmoniezoeker en verbindingszoeker vinden hier vooral aantrekkelijk aanbod.

3.7 Vraag en aanbod

In de vorige paragrafen hebben de vraag en het aanbod van de dagrecreatie en verblijfsrecreatie sector en in Regio Arnhem-Nijmegen in kaart gebracht. In deze paragraaf zetten we eerst de vraag van de inwoners en het aanbod aan dagrecreatie tegen elkaar af (en we vergelijken dat met de vraag vanuit de verblijfsrecreant) en daarna de vraag van de verblijfsrecreant⁹ en het aanbod aan verblijfsrecreatie. Dat doen we eerst voor de regio als geheel en vervolgens per deelregio.

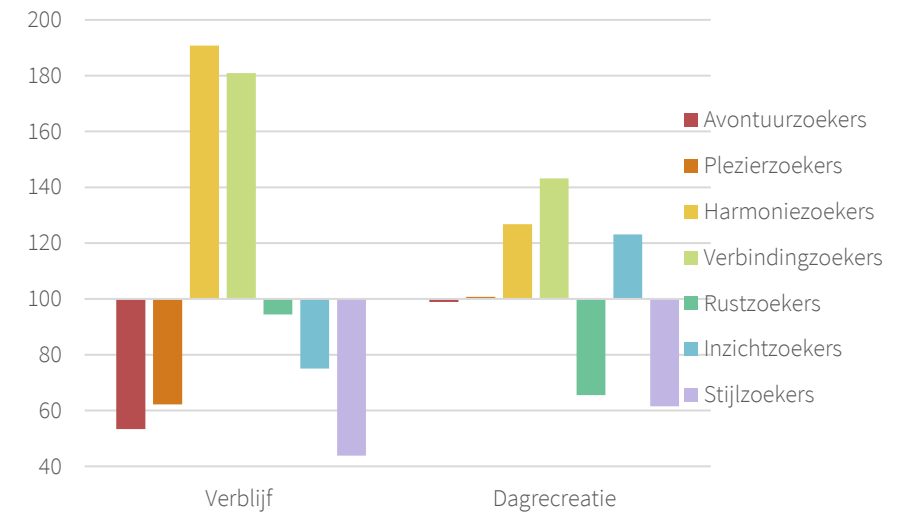
In onderstaande figuren zetten we vraag en aanbod tegen elkaar af op index. Dat betekent: een score boven de 100 duidt op relatief veel voorzieningen ten opzichte van de vraag, een score onder de 100 duidt op relatief weinig voorzieningen ten opzichte van de vraag¹⁰.

⁹ Een belangrijke kanttekening hierbij is dat we, zoals beschreven in paragraaf 3.2, niet de leefstijlprofielen kennen van de verblijfsrecreanten aan de regio Arnhem-Nijmegen, maar alleen aan Gelderland als geheel.

¹⁰ Het gaat hier om een kwalitatieve analyse, waarbij we de leefstijlverdeling van de vraagzijde (vakantiegangers of inwoners) afzetten tegen de leefstijlverdeling van het

3.7.1 Vraag en aanbod Groene Metropoolregio als geheel

Figuur 3.17 Vraag (verblijfsrecreanten) en aanbod verblijfsrecreatie en vraag (inwoners) en aanbod dagrecreatie tegen elkaar afgezet voor de Groene Metropoolregio als geheel op index (100= in evenwicht)



Wat valt op?

- In de verblijfsrecreatie is er ten opzichte van de vraag veel aanbod voor de harmonie- en verbindingszoeker. Er is juist relatief weinig

aanbod (verblijfsrecreatie of dagrecreatie). Het is belangrijk te beseffen dat een 'ondervertegenwoordigd aanbod' niet automatisch betekent dat er ook marktruimte is voor het betreffende segment, dit heeft ook te maken met het kwantitatieve aanbod (is er nog marktruimte voor nieuwe bedden). Die analyse hebben we voor dit onderzoek niet uitgevoerd.

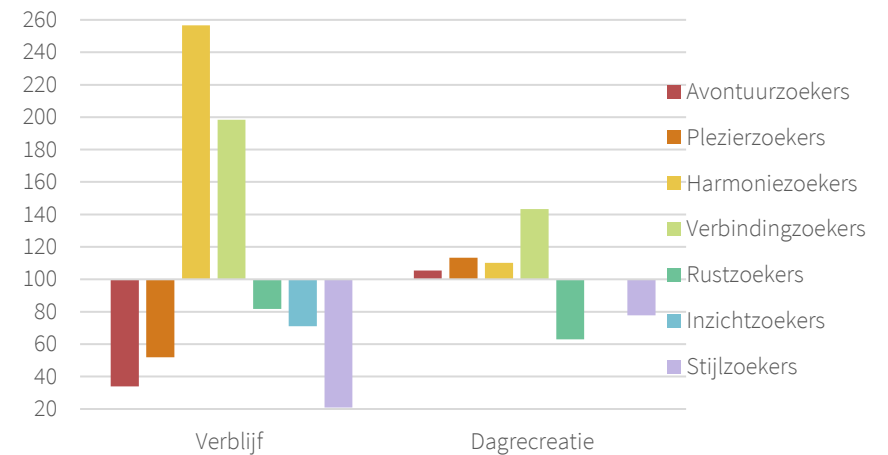
aanbod te vinden voor de stijl-, avontuur- en plezierzoeker, gevolgd door de inzichtzoeker. Voor de rustzoeker lijkt het aanbod in evenwicht.

- Het aanbod in de dagrecreatie is ten opzichte van de vraag evenwichtiger dan in de verblijfsrecreatie. Toch is er beperkt aanbod voor de stijl- en rustzoekers ten opzichte van de vraag van de inwoners. Voor de avontuur- en plezierzoeker is het in balans en voor de verbindings-, harmonie en inzichtzoeker is er relatief veel aanbod te vinden.

Natuurlijk maken niet alleen inwoners, maar ook toeristen gebruik van de dagrecreatieve voorzieningen. Als we in de vraag-aanbodanalyse de leefstijlkleuring van de inwoners zouden vervangen door die van de toeristen, dan komt echter een vergelijkbaar beeld naar voren. We hebben deze figuur daarom niet opgenomen in de rapportage, mede omdat voor de dagrecreatie de bezoekers uit de eigen regio waarschijnlijk de belangrijkste bezoekersgroep vormen. We zien een paar kleine verschillen als we het aanbod aan dagrecreatie afzetten tegen die van toeristen: er wordt een ‘overaanbod’ zichtbaar voor plezierzoekers, het ‘overaanbod’ voor verbindingszoekers wordt kleiner. En er ontstaat juist een kleine ‘tekort’ voor avontuurzoekers.

3.7.2 Vraag en aanbod Rijk van Nijmegen

Figuur 3.18 Vraag (verblijfsrecreanten) en aanbod verblijfsrecreatie en vraag (inwoners) en aanbod dagrecreatie Rijk van Nijmegen op index (100= in evenwicht)



Wat valt op?

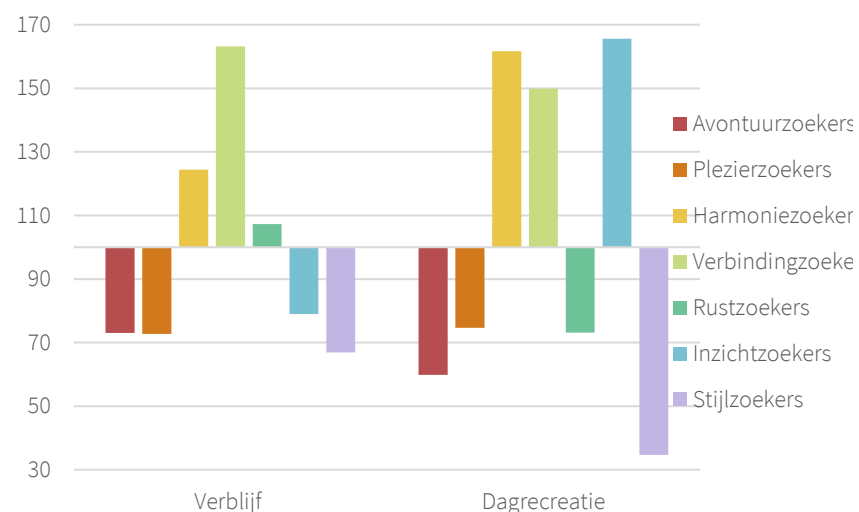
- In de verblijfsrecreatie zien we in het Rijk van Nijmegen ten opzichte van de vraag weinig aanbod voor de stijl-, avontuur- en plezierzoeker. Voor de harmoniezoeker en verbindingszoeker is er relatief veel aanbod.
- Bij de dagrecreatie is het profiel veel meer in balans in het Rijk van Nijmegen. Er is relatief veel dagrecreatief aanbod voor de verbindingszoeker. Voor de rustzoeker en stijlzoeker is er is er beperkt aanbod ten opzichte van de vraag van de inwoners. De verschillen zijn echter veel kleiner dan bij de verblijfsrecreatie.

Als we in de vraag-aanbodanalyse de leefstijlkleuring van de inwoners vervangen door die van de toeristen bij de dagrecreatie, dan zien we een

vergelijkbaar beeld, met alleen wat accentverschillen. We hebben deze figuur niet opgenomen in de rapportage.

3.7.3 Vraag en aanbod Omgeving Arnhem

Figuur 3.21 Vraag (verblijfsrecreanten) en aanbod verblijfsrecreatie en vraag (inwoners) en aanbod dagrecreatie Arnhem en omgeving op index (100= in evenwicht)



Wat valt op?

- In de verblijfssector in de Omgeving Arnhem zien we wederom weinig aanbod voor de stijl-, avontuur- en plezierzoeker. Voor de verbindingszoeker is er juist veel aanbod t.o.v. de vraag. De verschillen zijn minder groot dan in het Rijk van Nijmegen
- Bij de dagrecreatie zien we beperkt aanbod voor met name de stijlzoeker, maar ook voor de avontuurzoeker, rustzoeker en plezierzoeker is het aanbod beperkt. De inzicht-, harmonie-, en

verbindingsoeker vinden juist veel aantrekkelijk aanbod. De verschillen in de dagrecreatie tussen vraag en aanbod zijn in de Omgeving Arnhem juist groter dan in het Rijk van Nijmegen.

Als we in de vraag-aanbodanalyse de leefstijlkleuring van de inwoners vervangen door die van de toeristen bij de dagrecreatie, dan zien we een vergelijkbaar beeld, maar valt het 'tekort' voor plezierzoekers wel weg, wordt het 'overaanbod' voor harmoniezoekers nog iets groter, maar het 'overaanbod' veel minder (maar nog steeds aanwezig) voor verbindingzoekers. We hebben deze figuur niet opgenomen in de rapportage.

3.8 De aantrekkingskracht van de binnensteden

Naast de individuele bedrijven hebben wij in dit onderzoek ook gekeken naar de aantrekkingskracht op de leefstijlen van de binnensteden van de twee grote steden in de regio: Nijmegen en Arnhem.

Hierbij hebben wij per binnenstad een deskstudie uitgevoerd, een rondleiding gehad door de binnenstad en een werksessie gehouden met experts om onze resultaten te toetsen. We hebben hierbij geen individuele bedrijven (horeca, winkels e.d.) gekleurd, maar hebben vooral naar de totaalbeleving gekeken. Hieronder beschrijven we onze belangrijkste bevindingen.

Nijmegen

De binnenstad van Nijmegen heeft de meeste aantrekkingskracht op de **avontuurzoeker** en de **plezierzoeker**.



De eigenzinnige levendige sfeer van de ringstraten met de kleine, bijzondere en lokale winkels en horeca is vooral aantrekkelijk voor de **avontuurzoeker**. Ook het historische centrum en rijke cultuur en erfgoed in de stad spreekt deze doelgroep aan. Het kernwinkelgebied met de grote ketens, de gezellige grote terrassen en de evenementen zoals de Vierdaagsefeesten hebben een grote aantrekkingskracht op de **plezierzoeker**.

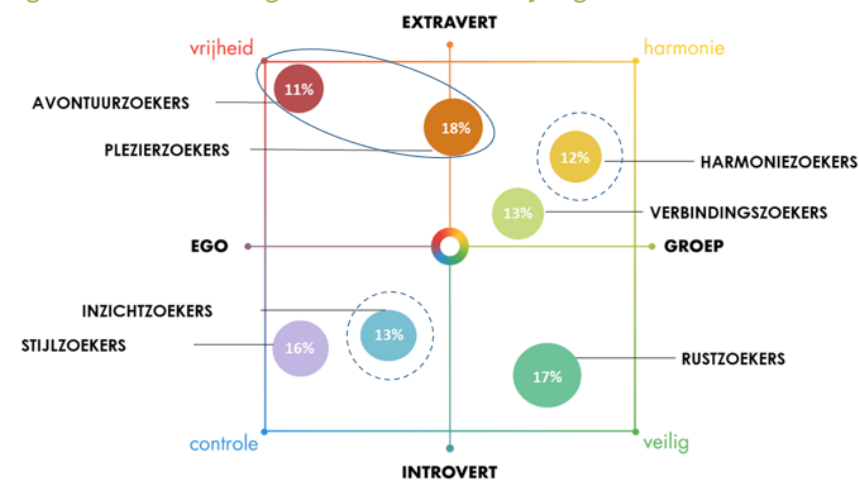
Naast de avontuur en plezierzoeker zijn er ook delen van de stad die aantrekkelijk zijn voor de **harmoniezoeker** en **inzichtzoeker**.



Net als de plezierzoeker voelt de harmoniezoeker zich aangetrokken tot het kernwinkelgebied met de grote ketens en laagdrempelige horeca waar ze zich goed met familie of een groep vrienden kunnen vermaken. De inzichtzoeker voelt zich aangetrokken tot de de culturele plekken in de binnenstad, in de historische kern rond de Stevenskerk en bij het Valkhof. Zij zoeken verdieping, nieuwe inzichten en willen alles leren over de stad, de cultuur en de geschiedenis.

Figuur 3.22 geeft een overzicht van de leefstijlen waar de binnenstad van Nijmegen de grootste aantrekkingskracht op heeft.

Figuur 3.22 Aantrekkingskracht binnenstad Nijmegen



De binnenstad van Nijmegen is primair aantrekkelijk voor de avontuur- en plezierzoekers en secundair voor de harmonie- en inzichtzoekers.

Arnhem

De binnenstad van Arnhem heeft de meeste aantrekkingskracht op de **plezierzoeker** en **harmoniezoeker**.



Voornamelijk het hoofdwinkelgebied met de conceptstores (Ketelstraat, Vijzelstraat) is aantrekkelijk voor deze doelgroepen, dit zijn herkenbare ketens wat deze leefstijlen erg aanspreekt. Ook het stationskwartier met Pathé en laagdrempelige horeca het Korenkwartier (uitgaanscentrum) spreken deze leefstijlen erg aan.

Daarnaast zijn er delen die ook aantrekkelijk zijn voor de **avontuurzoeker** en **inzichtzoeker**.

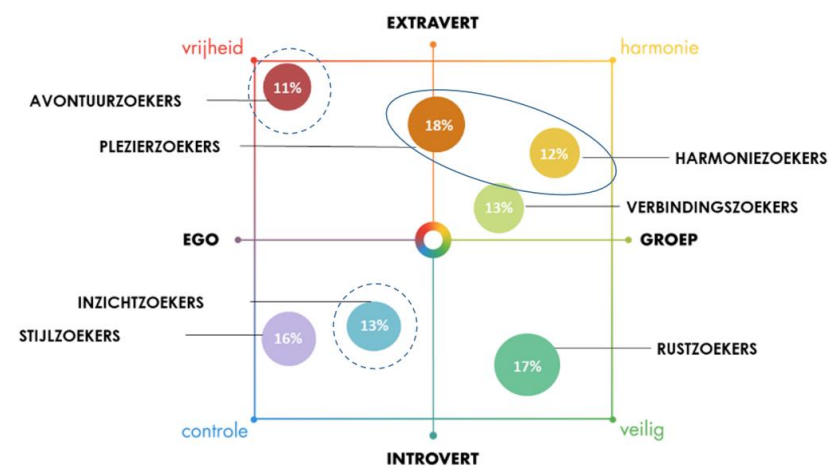


Bij deze leefstijlen zien we meer (culture) accenten in de stad. De **avontuurzoeker** vindt de 7 straatjes en het modekwartier erg aantrekkelijk

met de unieke shopervaring van bijzondere boetiekjes, creatieve ondernemers, bijzondere producten en een duurzame inslag. Ook het Spijkerkwartier met de Steenstraat, bijzondere winkels met specialiteiten spreekt deze leefstijl aan.

Het Rozetkwartier spreekt deze beide leefstijlen aan, gericht op cultuur, kennis en educatie. De **inzichtzoeker** zal daarnaast graag de culturele voorzieningen bezoeken zoals Musis Sacrum en het Stadstheater (Musiskwartier), de Eusebius en het Focus filmhuis (Eusebiuskwartier). De conclusies zijn samengevat in onderstaand model.

Figuur 3.23 Aantrekkingskracht binnenstad Arnhem



De binnenstad van Arnhem is primair aantrekkelijk voor de plezier- en harmoniezoekers en secundair voor de avontuur- en inzichtzoekers.

3.9 Conclusies

De Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen heeft voor iedere leefstijl aantrekkelijk aanbod te bieden. Vooral in de dagrecreatie, en dan met name in het Rijk van Nijmegen, is het aanbod divers. In de verblijfsrecreatie is het aanbod iets eenzijdiger. We zien in de verblijfsrecreatie in de totale regio relatief weinig aanbod voor de stijl-, avontuur- en plezierzoeker, daar liggen dus kansen voor ontwikkeling¹¹. Tegelijkertijd is juist heel veel aanbod is voor verbindings- en harmoniezoeker in relatie tot de vraag. Dat betekent dat er relatief veel bedrijven in dezelfde 'vijver vissen' als het gaat om doelgroepen.

Hieronder beschrijven we de belangrijkste opvallendheden in de verschillende regio's:

Rijk van Nijmegen

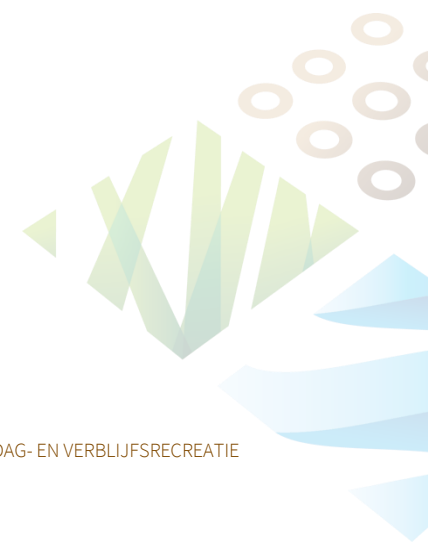
- In de verblijfsrecreatie zien we vooral kansen voor toekomstige ontwikkelingen bij de stijl-, avontuur-, en plezierzoeker.
- De dagrecreatie is relatief divers en redelijk in balans met de vraag! Er is bijvoorbeeld een mooie balans voor de avontuur- en plezierzoeker, wat ook goed past bij de beleving van de binnenstad. De rust- en stijlzoeker zien relatief het minste aanbod, maar de verschillen zijn niet groot.

Omgeving Arnhem

- In de verblijfsrecreatie zien we vooral kansen voor toekomstige ontwikkelingen bij de stijl-, avontuur-, en plezierzoeker, maar ook ver de inzichtzoeker.

- In de dagrecreatie zien we vooral kansen voor toekomstige ontwikkelingen bij de stijl- en avontuurzoeker, maar ook de plezierzoeker, die al wel in de binnenstad van Arnhem goed terecht kan.

¹¹ In het bijlagenrapport wordt inzichtelijk gemaakt hoe het verblijfsrecreatieve aanbod voor deze leefstijlen eruit kan zien.





4 Vitaliteitsonderzoek

In dit hoofdstuk brengen we de vitaliteit van de dag- en verblijfsrecreatie in de Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen in beeld. Deze vitaliteitsanalyse geeft inzicht in hoe de sectoren ervoor staan als het gaat om de kwaliteit en het toekomstperspectief.

4.1 Het vitaliteitsmodel en de vitaliteitsscan

Om een uitspraak te doen over de vitaliteit van een bedrijf is gebruik gemaakt van de door ons bureau ontwikkelde vitaliteitsscan. Deze scan betreft een online enquête met een set vragen over de kwaliteit en het perspectief van een bedrijf. Als aanvulling hebben we *alle* deelnemende bedrijven bezocht om een volledige indruk te krijgen. Met een aantal ondernemers hebben we face-to-face enquêtes afgenomen tijdens een bedrijfsbezoek (indien zij de enquête niet online hadden ingevuld).

Kwaliteit

Bij het in beeld brengen van de kwaliteit is gekeken naar de huidige situatie. Kwaliteit zegt iets over de aantrekkelijkheid van de voorziening voor de consument. Is er een doelgroep die graag van deze voorziening gebruik zou willen maken en voldoet het daarmee aan de wensen van de huidige tijd? Kwaliteit is bijna per definitie een subjectief begrip. Daarom is dit begrip door middel van verschillende parameters zo veel mogelijk geobjectiveerd.

Perspectief

De variabele perspectief zegt iets over het toekomstperspectief van het bedrijf. Deze variabele bestaat uit meer feitelijke parameters en zegt iets

over de toekomst van een bedrijf: zijn er redenen tot zorg over het voortbestaan als toeristisch-recreatief bedrijf of is het perspectief voor de toekomst juist gunstig? We kijken naar zaken als investeringen, bedrijfsresultaten, belemmerende factoren, oneigenlijk gebruik (in de verblijfsrecreatie) en toekomstplannen.

Score kwaliteit en perspectief

Met behulp van de verschillende parameters zijn de bedrijven beoordeeld met een score op kwaliteit en perspectief. Deze score varieert van -10 (heel negatief) tot +10 (heel positief). Deze scores worden geplaatst in het vitaliteitsmodel en krijgen op die manier de indeling in verschillende segmenten (zie groen kader hieronder).

Voorlopers zijn zeer vitale bedrijven die zowel op kwaliteit als perspectief 5 of hoger scoren. Voorlopers hebben veelal een voorbeeldfunctie voor de sector en regio.

Hoge middenmoters zijn bedrijven waar het goed mee gaat. Zij scoren op kwaliteit hoger dan 2,5 en op perspectief een 0 of hoger. Daarmee zijn het prima vitale bedrijven.

Lage middenmoters zijn bedrijven die net vitaal zijn; op kwaliteit scoren ze tussen de 0 en 2,5 en op perspectief boven de 0. Het is een groep bedrijven waarvan de kwaliteit positief is, maar die zich zeker ook niet onderscheiden.

Zorgenkindjes zijn bedrijven die niet vitaal zijn. Ze scoren op kwaliteit en/of op perspectief negatief. Bij deze bedrijven moet wat gebeuren om ervoor te zorgen dat ze niet nader zullen afglijden.

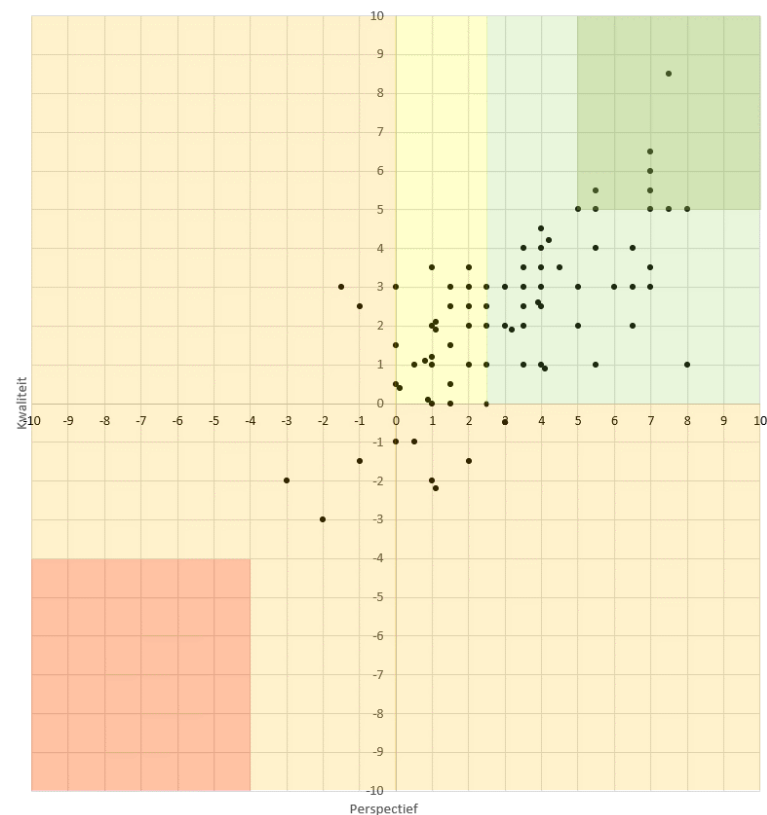
Achterblijvers scoren zowel op kwaliteit als perspectief -4 of lager. Bij deze bedrijven is de situatie dusdanig ernstig, dat we geen toekomstperspectief meer zien. *NB in dit vitaliteitsonderzoek zijn we deze bedrijven niet tegengekomen.*

4.2 Dagrecreatie

In dit hoofdstuk gaan we in op de sector dagrecreatie. We geven voor deze sector de belangrijkste resultaten weer voor de Groene Metropoolregio als geheel. In de tabel geven we de indeling van de bedrijven weer in de verschillende categorieën. In de figuur geven we de vitaliteit weer in de vitaliteitsgrafiek, waarbij ieder puntje één bedrijf is. De vitaliteit van de verblijfsrecreatie is in het Rijk van Nijmegen relatief iets hoger dan in de Omgeving Arnhem, maar de verschillen zijn niet heel groot.

Tabel 4.1 en figuur 4.1 dagrecreatie score vitaliteit

Groep	Dagrecreatie	% van totaal bedrijven	% van totaal bezoekers
Voorloper	10	13%	27%
Hoge middenmoter	30	38%	48%
Lage middenmoter	29	36%	22%
Zorgenkindje	11	14%	4%
Achterblijver	0	0%	0%
Groene Metropoolregio	80	100%	100%



<p>Dagrecreatie: Zeer vitaal</p>	<p>Het overgrote merendeel van de dagrecreatie bedrijven is vitaal. Slechts 14% is niet vitaal. Geen enkel bedrijf is als achterblijver getypeerd. Gemiddeld scoort deze sector een 3,1 voor kwaliteit en een 2,2 voor perspectief.</p>
<p>Typering</p>	<p>In deze analyse zijn 80 dagrecreatieve bedrijven onderzocht. Deze bedrijven zijn erg verschillend van aard en omvang; zo zagen we voorzieningen met slechts 230 bezoekers per jaar, maar ook voorzieningen met ruim 400.000 bezoekers. Gemiddeld is het aantal bezoekers voor deze sector ongeveer 42.000 per jaar.</p>
<p>Wat gaat er goed?</p>	<p>In de dagrecreatie zien we (81%) goed tot zeer onderhouden bedrijven met een goede of zelfs uitstekende ligging (76%). Veelal (57%) gaat het hier ook om eigentijdse bedrijven die de nodige investeringen doen om bij de tijd te blijven (54% investeert veel of heel veel). Dit uit zich ook vaak in aantrekkelijke websites (59% goed tot uitstekende uitstraling) met ruim voldoende informatie voor de gast om zich online te kunnen oriënteren (75% goede of uitstekende informatievoorziening). Alle (!) bedrijven hebben meerdere online reviews en meer dan de helft (53%) van de bedrijven scoort gemiddeld een 8,5 of hoger. Ook zien we bij 61% goed tot uitmuntend ondernemerschap, wat zich uit in zicht op trends en ontwikkelingen in de sector en het inspelen op veranderingen in de markt. Meer dan de helft van de bedrijven (58%) verwacht de komende jaren een stijging van de bezoekersaantallen. De afhankelijk van subsidies en donaties is over het algemeen klein. 2/3^e van de ondernemers geeft aan grotendeels of zelfs volledig aangepast te zijn voor mensen met een beperking. Voor slechts 16% van de bedrijven is dit niet het geval.</p>
<p>Wat kan er beter?</p>	<p>Bijna een derde van de bedrijven heeft geen specifieke doelgroepkeuze gemaakt (waarbij ze helemaal geen doelgroep hebben benoemd of heel generieke doelgroepbeschrijvingen te hanteren (zoals 'ouderen' of 'gezinnen met kinderen'). Daarnaast geeft tweederde van de bedrijven aan belemmeringen te ervaren in de bedrijfsvoering en de realisatie van toekomstplannen. Voor veel bedrijven zijn de energie- en inflatiekosten hoog en is het niet mogelijk om deze door te berekenen. Dit zien we ook terug in het bedrijfsresultaat van bedrijven. 3/4^e van de bedrijven zag een stabiel of zelfs dalend bedrijfsresultaat in de afgelopen drie jaar. En de helft van de bedrijven verwacht ook in de komende drie jaar nog geen stijgend bedrijfsresultaat. Hiervoor worden ook vaak de extreem stijgende vaste lasten als oorzaak gegeven. Verder geeft een vijfde van de bedrijven aan dat het moeilijk is om aan (externe) financiering te komen. Ook is het voor ruim een derde van de bedrijven (heel) moeilijk om aan personeel te komen. Deze bedrijven geven vooral aan dat het personeel vaak meerdere functies moet vervullen, het serviceniveau minder hoog is dan ze zouden willen en dat het tot omzetverlies leidt. Voor meer dan de helft van deze bedrijven is het personeelstekort schadelijk voor de bedrijfsvoering. Duurzaamheid speelt voor bijna de helft van de bedrijven nog geen belangrijke rol in de bedrijfsvoering (alhoewel het merendeel daarvan zich wel een beetje of steeds meer bezighoudt met duurzaamheid; slechts 8% geeft aan niets met duurzaamheid te doen in het bedrijf).</p>

4.3 Deelsectoren binnen de dagrecreatie

De sector dagrecreatie bestaat uit zeven deelsectoren. De belangrijkste bevindingen vindt u per deelsector hieronder weergegeven, waarbij we ingaan op de belangrijkste afwijkingen ten opzichte van het gemiddelde in de verblijfsrecreatie.

- **Dagattracties (12 bedrijven)**
Hieronder vallen pret- en themaparken, dieren- en plantentuinen, wijngaarden, speeltuinen en grootschalige kinderboerderijen met speelvoorzieningen. Deze deelsector is grotendeels vitaal. Drie bedrijven worden als zorgenkindje beschouwd. Het onderhoud en de eigentijds is gemiddeld genomen wat minder goed bij deze bedrijven, net als het ondernemerschap, maar het verschil is niet groot. De online marketing is over het algemeen juist wat beter op orde. Het merendeel van de bedrijven zag de afgelopen jaren een stabiel bedrijfsresultaat en verwacht ook dat het bedrijfsresultaat in de toekomst niet zal stijgen, maar stabiel zal blijven. Ook verwacht een groot deel van de bedrijven dat het bezoekersaantal stabiel blijft. Deze bedrijven ervaren ook vaker (grote) belemmeringen in de bedrijfsvoering en realisatie van toekomstplannen. Met name beperkingen door natuurwetgeving en moeite om aan (externe) financiering te komen worden vaker genoemd.
- **Sauna en Wellness (2 bedrijven)**
Deze deelsector is de kleinste deelsector met slechts twee bedrijven. De bedrijven zijn uitstekend onderhouden, eigentijdse bedrijven. De aandachtspunten voor deze sector zitten met name in dat beide bedrijven een (forse) daling verwachten in het bedrijfsresultaat. Dit komt met name door de hoge energiekosten waar deze bedrijven mee te maken hebben. Daarnaast verwachten de bedrijven een (forse) daling van de bezoekersaantallen doordat de stijgende vaste

lasten doorberekend moeten worden in de toegangsprijzen, maar er tegelijkertijd sprake is van forse inflatie waardoor men minder te besteden heeft. Beide bedrijven zien dit ook als grote belemmeringen voor de toekomst.

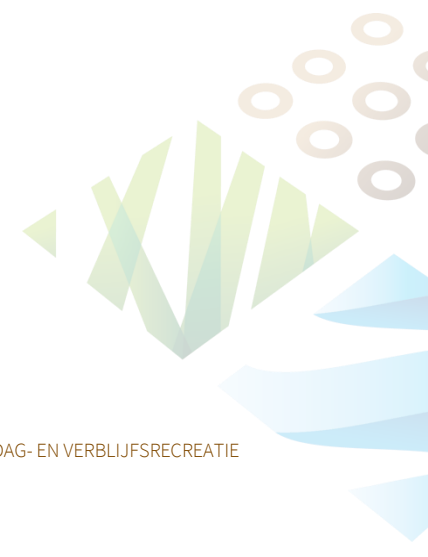
- **Zwembaden (6 bedrijven)**
Hieronder vallen binnen- en buitenzwembaden. In deze deelsector zien we *gemiddeld* vaker minder eigentijdse bedrijven. Ook geven deze bedrijven vaker aan geen zicht te hebben op veranderingen in de markt en dat er geen specifieke, of een heel generieke doelgroep is gekozen. Hoewel deze bedrijven vaak wel een eigentijdse online uitstraling hebben, zien we dat de websites vaak weinig beleving uitstralen. De zwembaden vaak voor een groot deel afhankelijk van subsidies en de energielasten zijn vaker zorgen voor deze bedrijven.
- **Indoor leisure (12 bedrijven)**
Onder indoor leisure verstaan we bedrijven die overdekte leisure activiteiten aanbieden (indoor speeltuinen, lasergamen, paintball, Family Entertainment Centers, trampolinedparken, klim- en boulderparken en bowling). Tien van de elf onderzochte bedrijven zijn vitaal. In deze deelsector zien we gemiddeld genomen minder ondernemerschap en relatief veel franchises (waarbij de locatiemanager wellicht zelf minder vrijheid heeft om keuzes te maken). Ook zien we dat er relatief vaak geen doelgroepkeuze is gemaakt. Deze bedrijven zagen in de afgelopen drie jaar (met name door corona) vaker een daling van het bedrijfsresultaat en doen vaker slechts beperkt investeringen. Ook ervaart de helft van de bedrijven (forse) belemmeringen in de bedrijfsvoering. Met name belemmeringen door personeelstekort worden regelmatig genoemd.
- **Cultuur en erfgoed (32 bedrijven)**
De deelsector cultuur en erfgoed is veruit de grootste deelsector onder de onderzochte bedrijven. Hieronder vallen kerken, kastelen, monumenten, musea, (openlucht)theaters, schouwburgen,

concertzalen, poppodia, bioscopen en filmhuizen. Bijna alle bedrijven in deze deelsector zijn vitaal, slechts drie (van de 32) bedrijven zijn niet vitaal¹². Deze sector bestaat voornamelijk uit stichtingen en verenigingen, slechts drie voorzieningen zijn commercieel. Deze deelsector is vaker minder eigentijds, zowel in de uitstraling op locatie als online. Ook scoren deze bedrijven vaker wat lager in online reviews (vaker een drie of lager uit vijf punten). 18 van de 32 bedrijven ervaren (grote) belemmeringen in de bedrijfsvoering of realisatie van toekomstplannen. Met name de moeite om aan (externe) financiering te komen wordt relatief vaak genoemd.

- Sportief en outdoor (11 bedrijven)
Hieronder vallen golfbanen, pitch & putt, outdoor en verhuurbedrijven. Deze deelsector is grotendeels vitaal. Slechts één bedrijf wordt als zorgenkindje beschouwd. Bedrijven in deze deelsector hebben iets vaker dan gemiddeld een wat gedateerde online uitstraling. Ook zien we dat deze bedrijven vaker een lagere gemiddelde score hebben uit online reviews (drie of lager uit vijf punten). Bedrijven hebben ook vaak geen doelgroepkeuze gemaakt, en als er een doelgroep voor ogen is dan is de doelgroepomschrijving zeer generiek. Zeven van de elf bedrijven ervaren (grote) belemmeringen in de bedrijfsvoering of in de realisatie van toekomstplannen. Redenen voor deze belemmeringen zijn onder andere moeite om aan (externe) financiering te komen, het ontbreken van uitbreidingsmogelijkheden en beperkingen door natuurwetgeving.
- Watersport (4 bedrijven)
Hieronder vallen bootverhuur en rondvaarten. Deze bedrijven hebben vaak een minder eigentijdse uitstraling, zowel op locatie als

online. Ook hebben deze bedrijven vaak geen specifieke doelgroep voor ogen en ervaren ze vaker (grote) belemmeringen in de bedrijfsvoering of in de realisatie van toekomstplannen. Hier worden verschillende redenen voor genoemd.

¹² Dit is met name opvallend, omdat in twee eerdere vitaliteitsonderzoeken dagrecreatie (Overijssel en de Achterhoek) we juist relatief veel vitaliteitsproblematiek zagen bij de culturele sector. Dat is in de Groene Metropoolregio dus niet het geval.



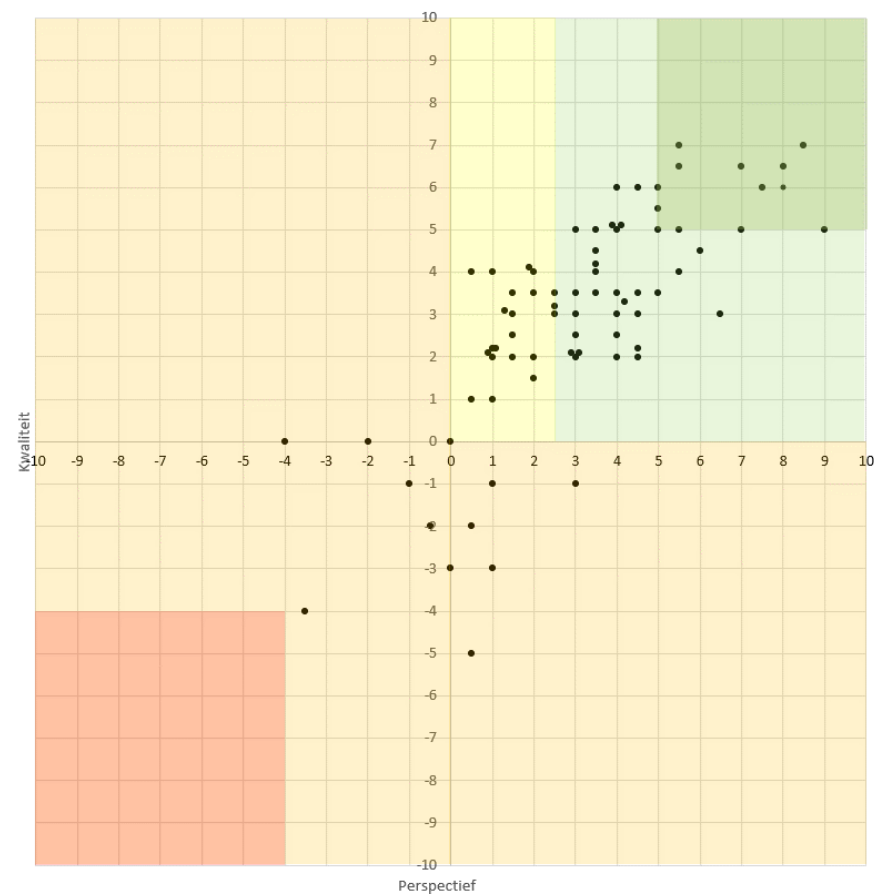
4.4 Verblifsrecreatie

In dit hoofdstuk gaan we in op de sector verblifsrecreatie. We geven voor deze sector de belangrijkste resultaten weer. In de tabel geven we de indeling van de bedrijven weer in de verschillende categorieën. In de figuur geven we de vitaliteit weer in de vitaliteitsgrafiek, waarbij ieder puntje één bedrijf is.

De vitaliteit van de verblifsrecreatie is in de Omgeving Arnhem relatief iets hoger dan in het Rijk van Nijmegen, maar de verschillen zijn niet heel groot.

Tabel 4.2 en figuur 4.2 verblifsrecreatie score vitaliteit

Groep	Verblifsrecreatie	% van totaal bedrijven	% van totaal capaciteit
Voorloper	13	17%	14%
Hoge middenmoter	30	39%	36%
Lage middenmoter	22	29%	39%
Zorgenkindje	11	14%	11%
Achterblijver	0	0%	0%
Groene Metropoolregio	76	100%	100%



Verblijfsrecreatie: Zeer vitaal	<p>Het overgrote merendeel van de verblijfsrecreatie is vitaal. Slechts 14% van deze bedrijven is niet vitaal. De niet vitale bedrijven worden allen als zorgenkindje beschouwd, waarvan slechts één bedrijf op het randje van achterblijver zit. Gemiddeld scoort deze sector een 3,1 voor kwaliteit en een 2,9 voor perspectief.</p>
Typering	<p>Deze sector bestaat vooral uit hotels/pensions/B&B's en campings. De omvang van de bedrijven is erg divers; we zien voorzieningen met slechts 10 slaappleatsen, maar ook voorzieningen met ruim 1300 slaappleatsen. Gemiddeld hebben de bedrijven 182 slaappleatsen.</p>
Wat gaat er goed?	<p>In deze sector zien we veelal (57%) goed tot uitstekend onderhouden accommodaties met een (zeer) gunstige ligging (76%). We zien ook in 68% van de bedrijven goed tot ondernemerschap, wat zich uit in zicht op de trends en ontwikkelingen in de sector en het inspelen op veranderingen in de markt. Ook zijn de ondernemers vaak (55%) positief gestemd wat betreft het bedrijfsresultaat en de bezettingsgraad (54% verwacht stijgende bezettingsgraden) Online zien we vaak (71%) dat bedrijven alle nodige informatie bieden voor gasten om zich online te kunnen oriënteren, waarbij 58% een goede of uitstekende online uitstraling heeft. Hoewel de gemiddelde score lager ligt dan bij de dagrecreatie, scoort 2/5^e van de bedrijven zeer positief (een 8,5 of hoger) in online reviews. De helft van de bedrijven scoort tussen de 7,5 en 8,5 uit 10. Bij vakantieparken (campings en bungalowparken) zijn we in de respons geen uitgeponde parken tegen gekomen (wat gunstig is voor de vitaliteit, omdat de zeggenschap over de gronden dus veelal ligt bij de ondernemer zelf), wel kwamen we in 19% van de gevallen gepachte of gehuurde grond tegen. Permanente bewoning of langdurige verhuur aan niet-toeristen zijn we slechts heel beperkt tegen gekomen in het onderzoek (binnen de respons).</p>
Wat kan er beter?	<p>De eigentijdsheid van de verblijfsrecreatie kan op veel bedrijven beter (op slechts 42% hebben we dit als goed of uitstekend beoordeeld; bij 43% hebben we het als redelijk beoordeeld). 69% van de bedrijven heeft geen doelgroepkeuze gemaakt en een heel generieke (zoals 'gezinnen met kinderen' of 'ouderen'). 54% van de bedrijven ervaart belemmeringen in de bedrijfsvoering of in de realisatie van toekomstplannen. Bijna alle belemmeringen (problemen bij bedrijfsopvolging, uitdaging in vinden van (externe) financiering, ontbreken van uitbreidingsmogelijkheden, personeelstekort, conflict met de omgeving of beperkingen door natuurwetgeving) worden evenveel genoemd. Gemiddeld spelen deze belemmeringen voor 10% van alle onderzochte bedrijven een rol. Verder wordt ook een aantal keren het contact met de gemeente benoemd dat moeizaam verloopt (vergunningen, gemeentelijke plannen, gemis van duidelijk beleid, moeilijke procedures, etc.). 58% geeft aan dat het (heel) moeilijk is om aan geschikt personeel te komen. Voor een groot deel van deze bedrijven resulteert dit in een minder hoog serviceniveau dan wenselijk, dat het personeel meerdere functies moet vervullen, omzetverlies en hogere bedrijfskosten. Daarnaast geeft een vijfde van deze bedrijven aan dat dit leidt tot een hogere werkdruk, meer werk, minder vrije tijd of zelfs stress. Duurzaamheid speelt voor bijna de helft van de bedrijven nog geen belangrijke rol in de bedrijfsvoering (alhoewel het merendeel daarvan zich wel een beetje of steeds meer bezig houdt met duurzaamheid; slechts 7% geeft aan niets met duurzaamheid te doen in het bedrijf). Ook op het gebied van toegankelijkheid is winst te behalen. Slechts 1/4^e van de bedrijven is grotendeels of volledig aangepast op mensen met een beperking.</p>

4.5 Deelsectoren binnen de verblijfsrecreatie

De sector verblijfsrecreatie bestaat uit vijf deelsectoren. De belangrijkste bevindingen vindt u per deelsector hieronder weergegeven, waarbij we ingaan op de belangrijkste afwijkingen ten opzichte van het gemiddelde in de verblijfsrecreatie.

- Campings (29 bedrijven)

De deelsector campings is grotendeels vitaal. Toch zien we hier het grootste aantal (7) niet-vitale bedrijven, die allen als zorgenkindje worden beschouwd. Het aantal voorlopers is met 3 (10%) ook relatief kleiner dan gemiddeld (17%). Gemiddeld genomen zijn de campings minder eigentijds (24% goed tot uitstekend) dan gemiddeld, is het ondernemerschap iets minder vaak als goed of uitstekend beoordeeld (55%) en zien we dat de online marketing iets minder goed op orde is dan gemiddeld. Slechts 20% heeft een enigszins of zeer specifieke doelgroep benoemd. Opvallend is dat geen van de onderzochte bedrijven gedeeltelijk of volledig is uitgepond, wel onderneemt ongeveer 17% van de bedrijven op gehuurde of gepachte grond. Permanente bewoning of langduriger niet-recreatief gebruik vindt slechts zeer beperkt plaats.
- Bungalowparken (3 bedrijven)

De deelsector bungalowparken is de kleinste deelsector met slechts drie bedrijven. Deze deelsector is volledig vitaal. Een deel van de bedrijven verwacht een dalend bedrijfsresultaat in de nabije toekomst. De hoge inflatie en dalende koopkracht wordt als reden gegeven voor deze verwachte daling. Verder geven ondernemers een vrij generieke doelgroepomschrijving (zoals “gezinnen met kinderen” of “ouderen”), en is het gemiddelde gastoordeel bij deze bedrijven lager dan gemiddeld in de sector. Geen van de bedrijven is uitgepond.
- Hotels/pensions/B&Bs (31 bedrijven)

Deze deelsector is het meest vitaal, met de meeste voorlopers en hoge middenmoters. Drie bedrijven worden als zorgenkindjes beschouwd. Ruim 3/4^e van de bedrijven is niet alleen afhankelijk van de verblijfsrecreatie maar genereert daarnaast ook nog andere inkomsten, bijvoorbeeld in de vorm van horeca. Meer dan de helft van deze bedrijven genereert minder dan 50% van de inkomsten uit de verblijfsrecreatie. *Gemiddeld* genomen is het gastoordeel bij deze bedrijven vaker wat aan de lage kant en is de doelgroepomschrijving vaak nog wat generiek is of ontbreekt zelfs. 17 bedrijven ervaren (grote) belemmeringen in de bedrijfsvoering of realisatie van toekomstplannen. Met name de personele bezetting is voor deze bedrijven vaak een uitdaging.
- Groepsaccommodaties (9 bedrijven)

Deze deelsector is volledig vitaal. Het gaat veelal om goed onderhouden bedrijven. Alle ondernemers hebben aangegeven zich te richten op bepaalde doelgroepen, de doelgroepomschrijving blijft echter wel generiek. Een groot deel van de bedrijven heeft naast de inkomsten uit de verblijfsrecreatie geen andere bron van inkomsten.
- Jachthavens (4 bedrijven)

Met slechts bedrijven is één van de kleinste deelsectoren. Deze bedrijven zijn vaak goed onderhouden, maar hebben een minder eigentijdse uitstraling. Ook de uitstraling online is vaak minder professioneel of oogt wat gedateerd, maar dat komt deels ook omdat het verenigingshavens betreft, waarbij passanten niet de hoofddoelgroep vormen. De websites van deze bedrijven bieden niet altijd voldoende informatie voor de gast om zich online te kunnen oriënteren (geen boekingsmodule of slechts beperkt informatie over het bedrijf of de omgeving). Beperkende factoren zeer bedrijfsspecifiek, bijvoorbeeld de negatieve effecten van lage waterstanden.



5 Conclusies en het vervolg

In dit hoofdstuk geven we de conclusies van het onderzoek weer en gaan we in op de belangrijkste uitdagingen en mogelijke acties om daarmee aan de slag te gaan.

5.1 Belangrijkste conclusies

Leefstijlanalyse

Over het algemeen is vooral het aanbod in de dagrecreatie redelijk divers, de verblijfsrecreatie in een iets mindere mate. Als we vraag en aanbod aan elkaar relateren, dan liggen er vooral kansen voor nieuwe initiatieven voor de stijl- en avontuurzoeker, maar in sommige sectoren en regio's ook voor rustzoeker, plezierzoeker en inzichtzoeker. Door bestaande (of nieuwe) initiatieven zich (bewust) meer te laten richten op deze doelgroepen, kan beter ingesprongen worden op de vraag.

Vitaliteit dagrecreatie

De dagrecreatie is over het algemeen zeer vitaal, slechts 14% hebben we betiteld als zorgenkindje. Achterblijvers (bedrijven waarvoor we geen toekomstperspectief zien in de recreatie) zijn we niet tegengekomen. Het onderhoud, de eigentijdsheid, het ondernemerschap en de online marketing zijn gemiddeld genomen goed. Ook zien dat er relatief veel wordt geïnvesteerd.

De aandachtspunten liggen met name bij het kiezen van een specifiekere doelgroep, waar veel bedrijven nog niet heel bewust mee bezig zijn. De energiekosten en algehele inflaties baart veel ondernemers zorgen en heeft invloed op het bedrijfsresultaat. Het verkrijgen van externe financiering voor investeringen is soms lastig en 1/3^e van de bedrijven

vindt het moeilijk tot zeer moeilijk om aan geschikt personeel te komen. Deze bedrijven geven vooral aan dat het personeel vaak meerdere functies moet vervullen, het serviceniveau minder hoog is dan ze zouden willen en dat het tot omzetverlies leidt. Duurzaamheid speelt voor bijna de helft van de bedrijven nog geen belangrijke rol in de bedrijfsvoering.

Vitaliteit verblijfsrecreatie

Ook de verblijfsrecreatie is over het algemeen zeer vitaal, met ook hier 14% van de bedrijven die we als zorgenkindje hebben betiteld en geen enkele achterblijver.

Goed onderhoud, goed ondernemerschap en een positieve houding naar de toekomst qua bezettingsgraden en bedrijfsresultaten zijn we relatief veel tegengekomen. Ook de online informatie is over het algemeen eigentijds en goed op orde. Bij vakantieparken (campings en bungalowparken) zijn we in de respons geen uitgepode parken tegengekomen (wat gunstig is voor de vitaliteit, omdat de zeggenschap over de gronden dus veelal ligt bij de ondernemer zelf), wel kwamen we in 19% van de gevallen gepachte of gehuurde grond tegen. Permanente bewoning of langdurige verhuur aan niet-toeristen zijn we slechts heel beperkt tegengekomen in het onderzoek (binnen de respons).

De aandachtspunten liggen in de eigentijdsheid (die op veel bedrijven toch wel verbeterd kan worden) en, net als bij de dagrecreatie, een scherpere doelgroepkeuze. Ervaren belemmeringen zijn zeer divers: problemen bij bedrijfsopvolging, uitdaging in vinden van (externe) financiering, ontbreken van uitbreidingsmogelijkheden, personeelstekort, conflict met de omgeving of beperkingen door natuurwetgeving. Gemiddeld spelen deze belemmeringen voor 10% van alle onderzochte bedrijven een rol. 58% geeft aan dat het (heel) moeilijk is om aan geschikt personeel te komen. Voor een

groot deel van deze bedrijven resulteert dit in een minder hoog serviceniveau dan wenselijk, dat het personeel meerdere functies moet vervullen, omzetverlies en hogere bedrijfskosten. Daarnaast geeft een vijfde van deze bedrijven aan dat dit leidt tot een hogere werkdruk, meer werk, minder vrije tijd of zelfs stress. Duurzaamheid speelt voor bijna de helft van de bedrijven nog geen belangrijke rol in de bedrijfsvoering. Ook op het gebied van toegankelijkheid is winst te behalen. Slechts 1/4^e van de bedrijven is grotendeels of volledig aangepast op mensen met een beperking.

5.2 Belangrijkste uitdagingen met mogelijke acties

We hebben op basis van het onderzoek een aantal opgaven benoemd en besproken tijdens twee werksessies. Tijdens de eerste sessie bespraken we met gemeenten, ondernemers, TVAN, HISWA-RECRON en citymarketing van Nijmegen en Arnhem de belangrijkste **uitdagingen** die naar voren komen uit het onderzoek. Tijdens de tweede sessie keken we met gemeenten en HISWA-RECRON naar de belangrijkste mogelijke **acties**, passend bij de uitdagingen. De zes belangrijkste uitdagingen met de acties die op het meeste draagvlak konden rekenen, staan in deze paragraaf genoemd.

Heel bewust beschrijven we de acties *per actielijn*, en maken we niet een individueel overzicht van acties. Er is immers een sterke samenhang tussen de acties, die juist in combinatie met elkaar tot de optimale meerwaarde kunnen leiden. Het is aan de regio zelf om nadere keuzes te maken in prioritering van de actielijnen en combinaties te maken tussen acties tot een logisch samenhangend 'programma' per actielijn. Bij een aantal acties ligt het voor de hand om deze vanuit de gemeenten direct op te pakken, bij andere acties is aangegeven dat deze mogelijk bij TVAN zouden kunnen worden neergelegd; daarover zouden dan wel nadere afspraken met TVAN gemaakt moeten worden.



Uitdaging 1: hoe kunnen we bestaande ondernemers faciliteren om in te spelen op de kansen in de markt?

Vanuit het onderzoek zijn enkele kansrijke ontwikkelrichtingen benoemd voor dag- en verblijfsrecreatie. Voor een deel kunnen deze liggen in het toevoegen van ‘nieuw’ aanbod, maar vooral liggen er ook kansen om het bestaande aanbod beter te laten aansluiten bij de wensen van de consument. De analyse van de Leefstijlvinder kan daarbij behulpzaam zijn. Wat hebben ondernemers nodig om deze kansen te kunnen pakken?

Voorgestelde actielijn	Beschrijving
Actielijn kansen in de markt	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="887 512 2029 655">▪ Inzicht in marktruimte. In het vitaliteitsonderzoek is kwalitatief (via de Leefstijlvinder) gekeken naar kansen in de markt. Aanvullend kan kwantitatief gekeken worden: is er marktruimte voor verschillende initiatieven in dag- en verblijfsrecreatie? NB Voor de dagrecreatie is de voorziene groei van de bevolking in de regio belangrijk om hierbij mee te nemen.<li data-bbox="887 683 2029 826">▪ Een ken-uw-gast traject, waarin ondernemers aan de slag gaan met de Leefstijlvinder; niet tijdens een eenmalige workshop, maar tijdens een langer durend project dat afgestemd wordt op de behoeftes. Het biedt ondernemers de kans om onder professionele begeleiding de Leefstijlvinder daadwerkelijk toe te passen op het eigen bedrijf en daarbij de uitkomsten uit voorliggend onderzoek te gebruiken.<li data-bbox="887 853 2029 959">▪ Een inspiratietour. Voor ondernemers die verder willen met de leefstijlen, kan een inspiratietour worden ontwikkeld met inspirerende voorbeelden van dagrecreatie en verblijfsrecreatie voor bepaalde leefstijlgroepen.<li data-bbox="887 986 2029 1171">▪ Training Leefstijlvinder voor ambtenaren. Om ervoor te zorgen dat ambtenaren die over plannen van ondernemers moeten adviseren of deze beoordelen ook goed op de hoogte zijn van de Leefstijlvinder en hoe je deze in de praktijk kan toepassen, kan een trainingsprogramma voor ambtenaren toerisme en recreatie, maar mogelijk ook voor collega's met andere expertises die plannen moeten beoordelen, worden aangeboden.<li data-bbox="887 1198 2029 1383">▪ Inspiratiedocument. Om ondernemers de kans te geven om optimaal in te springen op kansen in de markt, is het goed een soort inspiratiedocument waarin aangegeven wordt welk soort ontwikkelingen (inclusief sprekende voorbeelden) het meest kansrijk zijn. De leefstijlen kunnen daar een plek in krijgen. Eventueel kan er ook voor gekozen worden een ontwikkel- of uitnodigingskader op te stellen, waarmee helderheid aan de markt wordt gegeven aan wat voor initiatieven de regio graag meewerkt.

Uitdaging 2: hoe bevorderen we het ondernemerschap in de sector?

Gelukkig zien we veel goed tot uitstekend ondernemerschap in de dagrecreatie (61%) en verblijfsrecreatie (68%) in de Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen. De deelsectoren indoor leisure en campings scoren gemiddeld wat lager op ondernemerschap, maar in alle sectoren is nog winst te behalen. Een bewustere doelgroepkeuze, bewuster inspringen op kansen in de markt, omgaan met online marketing, een beter onderscheidend vermogen, reviewmanagement; al deze zaken hebben een sterke relatie met ondernemerschap.

Ondernemers kunnen worden ondersteund met kennis en kunde op een aantal thema's. Verschillende partijen (o.m. TVAN, HISWA-RECRON, KHN, provincie, Oost NL) bieden reeds een uitgebreid programma en het is de kunst om de minder vitale ondernemingen te bereiken met dit aanbod.

Voorgestelde actielijn	Beschrijving
Actielijn ondernemerschap	<ul style="list-style-type: none">▪ Kennis- en coachingsprogramma's. Via kennisprogramma's voor ondernemers stimuleren we ondernemerschap. Er is in het bijzonder aandacht voor online vindbaarheid en uitstraling. De inzet en het gebruik maken van bestaande kennisprogramma's (TVAN) en het ontwikkelen van nieuwe kennisprogramma's wordt gestimuleerd.▪ Kennisdeling ondernemers onderling. We stimuleren de kennis van ondernemers over wat er in de regio te doen is en zorgen dat ondernemers naar elkaar doorverwijzen, zoals bijvoorbeeld in Noord-Holland Noord gebeurt via zogenaamde 'regioafari's' (https://nhn.nl/regiosafari).▪ Campagne omgaan met reviews. Met een dergelijke campagne richting ondernemers kunnen ondernemers het belang van online reviews beter inzien en hun eigen gasten actiever vragen om een review achter te laten, zoals in Friesland is gedaan https://www.friesland.nl/nl/merkfryslan/nieuws-updates/merk-fryslan-archief/toeristische-sector-profiteert-van-reviewcampagne.

Uitdaging 3: hoe om te gaan met de personele uitdagingen op de bedrijven?

Voor veel bedrijven is het moeilijk om aan voldoende personeel te komen. Voor de dagrecreatie geldt dat 1/3e van de bedrijven moeite heeft om aan voldoende personeel te komen. Voor de verblijfsrecreatie is de nood nog hoger: maar liefst 58% van de respondenten geeft aan dat zij onvoldoende personeel hebben. Het hebben van onvoldoende personeel resulteert in een lager dan gewenst serviceniveau en een (te) hoge belasting van de medewerkers. Met name de middenkaderfuncties zijn in de verblijfsrecreatie lastig in te vullen. Het personeelstekort zorgt ervoor dat bedrijven omzetverlies lijden en hogere bedrijfskosten hebben.

Voorgestelde actielijn	Beschrijving
Actielijn personele uitdagingen	<p>The Economic Board, de Groene Metropoolregio en provincie Gelderland werken gezamenlijk aan een regionale agenda Human Capital agenda. Deze agenda moet ertoe leiden dat er voldoende en goed opgeleid personeel beschikbaar is voor en in de regio. Idealiter wordt de wens vanuit recreatie en toerisme op het vlak van personele uitdagingen geïntegreerd in deze agenda, zodat langjarig op een breed draagvlak, integrale benadering en financiering gebouwd kan worden. Of dit kansrijk is, dient nog te worden onderzocht. De volgende acties zouden vanuit dit onderzoek wenselijk zijn:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Samenwerking met het onderwijs voor betere verbinding met het bedrijfsleven. Opleidingstrajecten en ondernemers beter aan elkaar verbinden. Zie als voorbeeld de Vakschool 100% gastvrij → https://vakschoolgastvrij.nl/, een initiatief van ondernemers in het Overijsselse Vechtdal.▪ Trajecten om met digitalisering/robotisering minder personeelsafhankelijk te worden. Het gezamenlijk ontwikkelen van digitale reserveringssystemen zoals online digitaal inchecken. Daarin mag digitalisering niet ten koste gaan van gastvrijheid. De innovatievouchers van Oost NL kunnen dergelijke ontwikkelingen mogelijk stimuleren. Ook hierbij kan ervoor gekozen worden om een inspiratietour te organiseren met goede voorbeelden van toepassingen elders in het land.

Uitdaging 4: hoe kunnen we ondernemers stimuleren de bedrijfsvoering te verduurzamen?

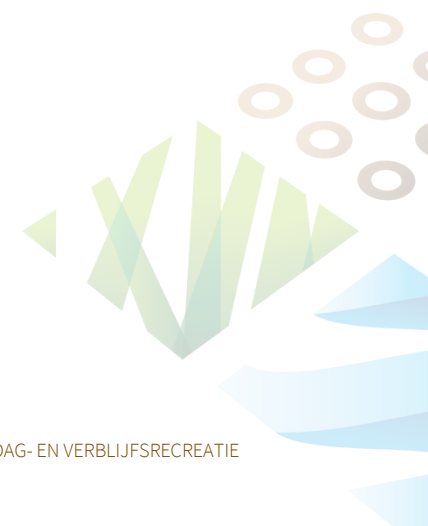
Ongeveer de helft van de ondernemers in de dagrecreatie en verblijfsrecreatie houdt zich in de bedrijfsvoering bewust bezig met duurzaamheid, in meer of mindere mate. Zij houden zich bezig met bijvoorbeeld energiebesparing, energieopwekking, afvalreductie of hergebruik van materialen. Ongeveer de helft van de ondernemers is dus nog niet of nog erg beperkt actief met dit thema. De Groene Metropoolregio vindt een duurzame bedrijfsvoering belangrijk en wil ondernemers stimuleren om hierin te investeren.

Voorgestelde actielijn	Beschrijving
Actielijn verduurzaming sector	<p>Inspiratiesessies voor ondernemers. Aan ondernemers worden goede inspirerende voorbeelden getoond. Zoals ook in Zeeland, https://www.impulszeeland.nl/nl/vrijtjidssector/inspiratie.</p> <ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="891 667 2036 810">▪ Stimuleren duurzaam ondernemerschap via actieplan. Opzetten van een provincie dekkend en meerjarig actieplan voor de regio om te werken aan een duurzame, circulaire vrijetijdssector, zoals in Friesland: http://www.circulairgastvrij.frl/ door het bieden van kennis, informatie en inspiratie en het daadwerkelijk ondersteunen daarmee van ondernemers die aan de slag willen.<li data-bbox="891 858 2036 970">▪ Verwijzen naar subsidies gericht op duurzaamheid en energietransitie. Ondernemers actief wijzen op bestaande regelingen (zoals https://financiering.versnellingshuisce.nl/) of de innovatievoucher van Oost NL. Ondernemers die daar behoefte aan hebben, kunnen geholpen worden bij een aanvraag.<li data-bbox="891 1018 2036 1161">▪ Stimulering Greenkey- en Blauwe Vlag-certificering. De Provincie Gelderland heeft met HISWA-RECRON en KHN een programma ontwikkeld om de deze certificeringen voor alle bedrijven toegankelijker te maken. Aandachtspunt hierbij is dat ook kleinere ondernemingen bereikt moeten worden met communicatie en het voor hen toegankelijk moet zijn.<li data-bbox="891 1209 2036 1353">▪ Het verwerven van de ‘Green Destinations’ predicaat als regio. Dit stimuleert ondernemers en overheden om te investeren in duurzaamheid. Daarnaast is het een promotiemiddel. De stad Nijmegen en Berg en Dal zijn al beloond met een “Green Destinations Award” en kunnen hun opgedane kennis delen.

Uitdaging 5: hoe zorgen we voor een toegankelijker sector voor mensen met een beperking?

Er zijn momenteel ongeveer 2,5 miljoen mensen met een beperking en met een vergrijzende samenleving zal dat alleen maar toenemen. De regio wil graag voor iedereen gastvrij zijn en wil daarom werken aan een toegankelijker sector. De regio wil het bewustzijn bij ondernemers vergroten dat dit kansrijk is, samen investeren en de regio als toegankelijke vrijetijdsregio vermarkten.

Voorgestelde actielijn	Beschrijving
Actielijn toegankelijke sector	<ul style="list-style-type: none">▪ Aansluiten bij het programma 'Ongehinderd' voor toeristische ondernemers. Ondernemers stimuleren om het keurmerk 'Ongehinderd' te behalen. De organisatie achter 'Ongehinderd' keurt locaties door middel van een quick scan en deelt deze informatie met gebruikers van hun app en bezoekers van hun website. De gemeente Berg en Dal is hierin al heel actief en kan als voorbeeld dienen: https://www.bergendal.nl/app-ongehinderd-voor-toeristische-ondernemers▪ <i>Promotie van toegankelijke accommodaties.</i> Na het behalen van het keurmerk worden ondernemers opgenomen in de promotiecampagne 'Zorgeloos op Vakantie' (www.zorgeloosopvakantie.nl) van visitnijmegen.nl. De campagne kan dan tevens uitgerold worden naar de regio rondom Arnhem.



Uitdaging 6: hoe voorkomen we vitaliteitsproblemen in de toekomst?

De sector is over het algemeen genomen zeer vitaal. Dat wil de regio voor de lange termijn ook vasthouden. Voor dagrecreatieve voorzieningen geldt dat vitalisering vaker door de markt opgepakt wordt, doordat ondernemingen die het financieel moeilijk hebben vaak snel door marktpartijen overgenomen kunnen worden. Bij verblijfsrecreatieve voorzieningen (vooral vakantieparken, maar ook grotere hotelcomplexen) geldt dat zij veelal langzamer en/of lastig van koers kunnen veranderen. Zodra zij zich op een glijdende schaal bevinden, is het lastig om de weg naar boven weer te vinden en soms zelfs onmogelijk. Redenen daarvan zijn met name de vaak zeer grote investeringen die gemoeid zijn met vitalisering en de vaak complexere eigendomssituatie, ruimtelijke opgaven of bijvoorbeeld sociale problematiek die is ontstaan. Voorkomen is daarom (veel) beter dan genezen.

Voorgestelde actielijn	Beschrijving
Actielijn duurzame vitaliteit	<p>Aanstellen vitaliteitsmanager verblijfsrecreatie. De vitaliteitsmanager ondersteunt hotelcomplexen, vakantieparken en gemeenten bij opgaven en legt verbindingen met andere regio's in Gelderland en de Landelijke Actieagenda Vakantieparken.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Tegengaan negatieve effecten verkaveling vakantieparken. Het tempo waarop vakantieparken verkaveld/uitgepond worden is in een stroomversnelling gekomen. Gemeenten weten vaak niet wat de effecten daarvan (kunnen) zijn; indien niet goed geregeld kan door gebrek aan sturing complexe problematiek op de langere termijn ontstaan. De gemeenten dienen voorzien te worden van extra kennis op dit vlak: hoe kan je aan de voorkant problemen voorkomen?▪ Optimaliseren inzet Ariadne om bewoning op vakantieparken terug te dringen en sociale problematiek en criminaliteit aan te pakken.▪ Agenderen bewoning vakantieparken in uitwerking woningbouwprogramma's en woondeals. Om bewoning van recreatieobjecten te voorkomen en terug te kunnen dringen, dienen voldoende woningen beschikbaar te zijn, reguliere instroom of herhuisvesting vanaf hotels en parken. De extra (nu nog deels verborgen vraag naar woningen) dient opgenomen te worden in de woningbouwprogramma's van gemeenten en de regionale woondeals van de provincie Gelderland en er dient duidelijk en eenduidig uitgedragen te worden dat recreatiewoningen geen structurele oplossing bieden voor het woningtekort.