

Hoe naar vitale vakantieparken (via vitale regio's)?

23 april 2018 | Hans de Vries bureau voor vernieuwing

In o.a. Drenthe, Gelderland, Zeeland, Limburg en Noord-Holland wordt toegewerkt naar 'vitale vakantieparken'. Uit inventarisaties door ZKA blijkt dat in een provincie gemiddeld 40% van de bedrijven (met tweederde van het aantal eenheden) vitaal is en dat voor gemiddeld één derde van de bedrijven 'geen perspectief en geen kwaliteit' wordt gezien. Noord-Holland Noord kent het hoogste percentage niet vitale bedrijven (45%), Limburg met 28% het laagste.

In dit artikel zoom ik in op de problematiek en de voorliggende opgaven. Ook zal ik niet nalaten het omdenken te bevorderen en gereedschappen aan te dragen om in 2030-2050 een geheel ander landschap in een vitale regio te creëren.



Fig. 1 Het gaat vooral over de toekomst, laten we niet te veel terugkijken (bron foto: greenlinekeukens)

Vitaal en niet vitaal

Vitale vakantieparken zijn campings, bungalowparken en gemengde bedrijven waar kampeerplaatsen en/of verhuureenheden (zoals chalets, verhuurtenten en huisjes) recreatief worden verhuurd en dat goed doen. Vitale parken staan - zoals het door ZKA wordt genoemd - 'in verbinding met de gast', hebben 'doelgroep-focus' en investeren in de ontwikkeling van het park.

De niet-vitale parken worden niet bedrijfsmatig geëxploiteerd¹ en liggen regelmatig op minder geschikte locaties. Bij de niet vitale parken is meer dan gemiddeld sprake van een

¹ de term 'bedrijfsmatige exploitatie' komt in vele onderzoeken en beleidsstukken terug als een vereiste om vitaal te zijn. Hiermee wordt dan bedoeld het als rechtspersoon beheren/exploiteren van een terrein met huisjes en/of kampeerplaatsen op een wijze die wisselend recreatief gebruik tot gevolg heeft.

verwevenheid van verblijfsrecreatie en wonen (oftewel niet recreatieve langverhuur aan mensen die tijdelijke woonruimte zoeken).

De huidige situatie

De vitaliteit van vakantieparken hangt in mijn ogen samen met de kenmerken van de markt voor het huren van een plek om te slapen:

- (1) **Vraag ververst.** Consumenten vragen om regelmatige vernieuwing en hebben redenen nodig om te boeken. Vitaliteit is met andere woorden altijd een tijdsopname en geen garantie voor de toekomst.
Als steeds hetzelfde op dezelfde manier wordt aangeboden zal de overstap van gasten/bezoekers naar alternatieve aanbieders een kwestie van tijd zijn.
- (2) **Betreft dienstverlening.** Het aanbieden van logiesmogelijkheden betreft het verlenen van diensten. Daarbij zijn de waardering en karakteristieken erg gebonden aan de personen die de diensten uitvoeren.
De gebondenheid aan gastheerschap maakt dat kwalitatief hoogwaardige accommodaties niet voldoende zijn om een gast enthousiast te krijgen.
- (3) **Verscheidenheid in accommodaties.** Logiesaccommodaties kennen een grote verscheidenheid in type (van tent, huis, boot en kampeerplaats tot hotel-, B&B- en Airbnb-kamers), uitvoering (van alleen een slaapgelegenheid tot 'van alle gemakken voorzien') en locatie (van stadscentrum tot boven in een kraan).
Juist het kunnen vergroten van die verscheidenheid is nodig voor een vitale vraag naar accommodaties.
- (4) **Beperkte toplocaties.** Hoogwaardige locaties zijn in Nederland niet in grote aantallen aanwezig. Langs de kust, in leuke steden en op plekken met water en/of bossen liggen de accommodaties met de hoogste bezetting en opbrengst. En dan spelen naast het ondernemerschap nog de bereikbaarheid, de nabijheid van dagrecreatieve bezoekmogelijkheden en de ruimte die het bestemmingsplan biedt.
Zonder goede locaties wordt vitaal ondernemerschap veel moeilijker. Dat op die locaties waarschijnlijk 'passend' moet worden omgegaan met de bijzondere omgeving is een logische vereiste. Kunnen ondernemen in of nabij een beschermd landschap kan als belangrijke competentie voor de toekomst worden beschouwd.
- (5) **Ondernemerschap.** Soms liggen op hoogwaardige locaties minder presterende parken. Daar zijn de ondernemers niet in staat geweest aan de veranderde vraag met de juiste producten en diensten tegemoet te komen. Aan de andere kant zijn er ook ondernemers die op mindere locaties in staat waren hoogwaardige en vitale parken te realiseren bijvoorbeeld door thematisering of de toevoeging van dagrecreatieve voorzieningen.
Krachtig en toekomstgericht ondernemerschap is nodig om het hoofd te bieden aan de transformatie-uitdagingen van het overwegende oude aanbod naar een nieuw en aansprekend aanbod.

(6) **Belangrijk maar monotoon.** Natuurlijk is de verblijfssector van belang voor werkgelegenheid, welzijn en leefbaarheid. Maar tegelijkertijd spelen in de sector diverse problemen die de vitaliteit (en daarmee hun bijdrage aan de regionale economie) in de weg staan. Zo is bij bungalow- en chaletparken de verhuurbaarheid en bedrijfsmatig exploitatie veel meer een vraagteken dan bij campings en hotels.

Bij de realisatie van een huisjespark staat (bijna altijd) de verkoop van de opstallen - al dan niet inclusief grond - voorop en niet de exploitatie c.q. vitaliteit na oplevering. Huisjes dienen in de ogen van makelaars en ontwikkelaars vooral door 'iedereen' gekocht te kunnen worden. Daardoor worden vrijwel alleen 6-persoons recreatiewoningen en chalets ontwikkeld die erg op elkaar lijken.

Het gevolg is (bij de veelal verplichte verhuur) dat tussen parken en huisjes op prijs wordt geconcentreerd en het verblijf in een dergelijk saai park niet tegemoet komt aan de veranderde vraag van de (meeste) gasten.

(7) **Beleid loopt achter.** Het ruimtelijk beleid in Nederland wordt slechts in hoofdlijnen op rijks- of provincieniveau georganiseerd. Ook hier is decentralisatie ingezet 'omdat gemeenten de lokale situatie het beste kennen'. Helaas hebben veel gemeenten hun handen al vol aan de handhaving van bestaande regels en willen daardoor uit zelfbehoud en tekort aan middelen niet met al te ambitieuze ruimtelijke ordeningsvisies komen.

In Nederland wordt gestuurd op basis van de regels in de bestemmingsplannen. Aangezien die regels tussen gemeenten niet al te veel verschillen en ook nog eens handhaafbaar moeten zijn, stimuleren die regels de eenvormigheid en niet de gewenste diversiteit en vitaliteit.

Sommige samenwerkende gemeenten hebben hun beleid wel afgestemd maar vaak op basis van het tegengaan van 'ongewenste situaties' (zoals permanente bewoning) en veel minder op het creëren van een in de regio gewenste integrale ruimtelijke kwaliteit (van wonen, natuur, landbouw, recreatie en ondernemen).

Al houdt de provincie een oogje in het zeil vanuit situaties die van 'provinciaal belang' worden geacht, het ruimtelijk beleid in Nederland rondom vakantieparken is vooral volgend en aanvraag gestuurd (de aanvraag van een Omgevingsvergunning en dus op basis van verzoeken van ontwikkelaars en ondernemers).

Het ruimtelijk beleid is daardoor vooral gebaseerd op situaties uit het verleden (en dus reparatiegericht) en veel minder op duidelijke streefbeelden over de toekomst.

(8) **Park al achterhaald bij realisatie.** Chalets en recreatiewoningen worden voor de komende 30-50 jaren neergezet. Mede door de verkoopgerichtheid van ontwikkelaars (zie eerder) en de langdurige realisatieprocedures (van 2-20 jaar) is een park bij oplevering vaak al achterhaald c.q. heeft een te korte levenscyclus.

Nieuwe veel flexibelere ontwerp-, inrichtings- en afwerkingsmogelijkheden zijn gewenst, zowel in de plannen van ontwikkelaars/ondernemers als in de regels van bestemmingsplannen. Daardoor kan de uitvoering worden aangepast aan de verwachte vraag en misschien wel tijdelijk worden gebouwd (voor bijvoorbeeld 10 jaar) waarna de opstal wordt vervangen en hergebruikt.

(9) **Droomwereld.** De vaak particuliere eigenaren van chalets en recreatiewoningen kopen met de verwachting dat hun eigendom behalve genot ook geld oplevert, uit de verhuuropbrengst en/of bij verkoop. Helaas zijn die kopers geen verhuurders noch kenners van de verhuurmarkt; zij realiseren zich te weinig dat hun opstallen de middelen zijn voor vitaal ondernemerschap. En de praktijk leert dat die opstallen een zeer korte levenscyclus kennen waarbij de recreatieve aantrekkelijkheid (en de daaraan gekoppelde waarde) snel achteruit gaat.

Bij verkoop van chalets en recreatiewoningen op een vitaal vakantiepark dienen overeenkomsten opgesteld te worden die uitgaan van de verhuurbaarheid van die eenheden (en dus van het regelmatig moeten aanpassen van de woning aan de veranderde eisen van de gast). De beslissingsbevoegdheid rondom het - beter - verhuurbaar maken van een recreatiewoning dient niet (alleen) bij die particuliere eigenaar te liggen.

(10) **Geen verhuurmogelijkheden.** De vele parken die op B- of zelfs C-locaties zijn ontwikkeld (in kale weilanden in toeristisch onaantrekkelijke gebieden) - vaak gestimuleerd door gemeentebestuurders die vooral hamerden op de verwachte werkgelegenheidseffecten en in regionale aannemers enthousiaste partners vonden - zijn niet tot nauwelijks te verhuren. Alleen in die (zeldzame) gevallen dat dagrecreatieve mogelijkheden in de nabijheid mee-ontwikkeld zijn, is de verhuurbasis verbreedt.

Parken op B- en C-locaties zijn bij uitstek geschikt voor het mogelijk maken van een meer permanentere vorm van recreatie of bewoning, zeker daar waar de regionale vraag naar goedkopere woon- en verblijfsvormen groot is.

(11) **Nieuw ondernemerschap is nodig.** Circa tweederde van de huidige ondernemers in de verblijfsrecreatie is 50+ en zij zijn vaak gestart in de jaren 1978-2008 waarin de vraag gemiddeld groter was dan het aanbod. De laatste 10 jaren is de vraag naar 'gemiddelde' parken & accommodaties echter omgeslagen naar behoefte aan bijzondere belevingen in de gehele 'customer journey'.

Niet alle ondernemers kunnen die ommezwaai (alleen) maken. Nieuw bloed en/of nieuw ondernemerschap is gewenst.

(12) **Andere gasten.** Ondernemers hebben met ongeveer hetzelfde product de afgelopen decennia een goed belegde boterham kunnen verdienen. De vraag is echter of de bestaande gasten blijven komen. Hun (klein)kinderen hebben andere behoeften met andere prioriteiten. Zij denken bijvoorbeeld anders over bezit en over het elk weekend op dezelfde plek moeten verblijven.

De nieuwe gast/bezoeker is veel meer op zoek naar korte en wisselende verwen momenten, naar een verhaal achter het bedrijf en haar aanbod, naar zingeving en bevestiging - al kan dat nog steeds op een bestaande plek voor recreatief overnachten en verblijven zijn -.



Fig. 2 In de toekomst gaan we anders om met onze omgeving (bron foto: Planeteo Research Group)

Uitgaan van een maakbare wereld

Tankers

Voorgaande bewijst dat revitalisering geen geringe opgave is. Het betreft diverse tankers die niet alleen van koers maar ook van lading, aandrijving en type schip moeten veranderen. In mijn ogen hebben we een andere benadering van de voorliggende uitdaging nodig.

Gemeenten vragen ondernemers om mee te denken en met plannen te komen, plannen die vervolgens veelal uitblijven of niet de ambitie hebben die de gemeenten graag zouden zien. Ondernemers willen een meedenkende en faciliterend overheid maar niet één die op hun stoel gaat zitten. Milieu- en natuurregels werpen barrières op voor uitbreiding of wijziging van activiteiten. De vraag naar grond voor landbouw, natuur, bedrijven, wonen en recreatie wordt weer groter.

Duidelijkheid nodig

Daarom is duidelijkheid is nodig. Duidelijkheid over wat we de komende decennia met de beschikbare grond willen gaan doen. En welke plek en welke rol de verhuurders van logiesaccommodaties in het gebruik van die schaarse grond moeten of kunnen hebben.

Ik stel voor om uit te gaan van de regio die we wensen over 15-30 jaar en dat we niet alleen uitgaan van de wereld van vandaag of gisteren. Hoe willen we dan leven en hoe willen we dat onze wereld er uit ziet? Die leefwereld gaat per definitie verder dan alleen de verblijfssector. Het vooruitkijken en een optimale wereld creëren gaat ook over natuurbeleving, boeren voor de regio, sociale zorgvormen, leuker en kleiner wonen, werken waar het kan. Vanuit die gewenste stip op de horizon kunnen we dan terugwerken en ontwikkelingsstrategieën en -scenario's ontwikkelen.

Waarom vonden we het in de 20e eeuw heel normaal om tussen 1 april en 1 november op de camping te verblijven en van daaruit naar het werk te gaan, en is deze recreatiebehoefte voor diverse gemeenten tegenwoordig een doorn in het oog omdat dit niet recreatief verblijf zou zijn? Het hoofdverblijf is nog steeds elders toch?

Misschien moeten we meer naar de recreatie- en woonbehoeften kijken (wat zouden mensen ideaal vinden) en minder naar de uitwassen van de saaie verkeerd ontworpen recreatie- en woonwijken op saaie verkeerde plekken.

Handreiking

Omdenkend over de huidige situatie kom ik tot de volgende handreikingen (naast wat ZKA in haar rapporten aanbeveelt):

A. ONDERNEMERSCHAP

Zonder ondernemerschap geen transformatie noch excellent presterende toppers. En 'toppers' zijn in sommige regio's dunner gezaaid dan in andere. Rondom ondernemerschap is nodig:

- i. **Nieuw bloed.** Nieuwe omdenkende concepten, ondernemers en managers zijn nodig.
- ii. **Bijscholen.** Het marktconform ondernemen in diversiteit en streekeigenheid vraagt om versterking van het ondernemerschap. Concept-, product- en content ontwikkeling is aan te leren. Begeleiding bij herstructurering en vernatuurlijking eveneens.
- iii. **Co-creatie.** Laat de regio en de gasten/bezoekers meedenken over de ruimtelijke ontwikkeling. Ga met ze scenario's ontwikkelen, samen met landschapsarchitecten, laat die scenario's tot leven komen, met maquettes / 3D video's, en ga vervolgens (langzaam) trechteren en kaderen. Bespreek het met belangenorganisaties en zoek steun. Niet vanuit het willen ontwikkelen van een x-tal huisjes maar vanuit een bedrijfsfilosofie anno 2030.
- iv. **Omdenken.** Ga bij ontwikkeling niet altijd uit van verkoop van de opstallen plus percelen. Denk in termen van hoogwaardige totale en life long recreatiekwaliteit. Dat kan betekenen dat nieuwe vormen van verhuur, delen en private lease leidend kunnen worden en dat bijvoorbeeld de vele naast elkaar liggende individuele tuintjes verdwijnen ten gunste van een natuurlijk terrein waarin veel extensiever huisjes geplaatst zijn.

Ga niet altijd uit van grote aaneengesloten terreinen omdat die nu eenmaal gemakkelijker te beheren zijn. Misschien is buurman's terrein niet eens het meest geschikt voor recreatie. Kijk ook naar manieren om de verder weg gelegen of te kleine percelen exploitabel te maken. Dus om een multi locatie ondernemer te worden.

Ga als ondernemer allianties vormen met collega ondernemers, niet eens alleen in de recreatie. Kijk naar winkeliers, boeren en natuurbeheerders. En ga stel vervolgens de te creëren city- (of dorps-), natuur- en landschapsbeleving voorop in het denken over de nieuwe recreatie.

B. FINANCIERS

Kapitaal wordt gevraagd bij zowel de transformatie als de ontwikkeling van nieuw aanbod. Het ingezette kapitaal dient een rendement op te leveren. Dat rendement kan ook een sociale of duurzame component in zich hebben (door maatschappelijk verantwoord te ondernemen) of mede gericht zijn op natuurontwikkeling. En misschien kan kapitaal op een andere manier worden ingezet.

- i. **Bestaand kapitaal.** Stimuleer de transformatie van een 'gemiddeld' vakantiepark naar een bijzondere plek met bijzondere vakantiebelevingen door 'nieuw bloed' te koppelen aan kapitaal van bestaande ondernemers. De bestaande eigenaar zou een stapje terug kunnen doen en (nog enige tijd) aanblijven als aandeelhouder en risico-investeerder. De nieuwe ondernemer/manager dient de investeringen en toekomstplannen aan zijn aandeelhouder(s) voor te leggen. De aandeelhouder heeft geen directe invloed meer op het bedrijfsbeleid maar profiteert door waardevermeerdering en/of dividend.
- Ook kan 'nieuw bloed' in de vorm van een externe coach of klankbord worden gekoppeld aan de bestaande ondernemer. Na gesprekken en visievorming kan op die manier kapitaal op een minder voor de hand liggend manier worden ingezet om (a) verkoopklaar te worden of (b) klaar te zijn voor de toekomst over 10-20 jaar.
- ii. **Nieuw kapitaal.** Vreemd vermogen van banken of externe investeerders kan ook worden gekoppeld aan die van crowdfunders. In de horeca en verblijfsrecreatie zijn al voorbeelden waarbij de co-creatie en het co-funderen worden gezocht. Vaak wordt dan een leenovereenkomst gesloten (met een rente van 5-11%); financiële bijdragen in ruil voor overnachtingen komen zelden voor.
- Met block chain technologie (die rechtstreekse 'transactionele' 1 op 1 relaties zonder tussenkomst van intermediairs zoals banken mogelijk maakt) zal het beschikbaar stellen van kapitaal waarschijnlijk een heel ander karakter krijgen.
- iii. **Ander verdienmodel.** Uitpounding is een logisch verdienmodel voor ontwikkelaars. Maar voor exploitanten is uitpounding niet de ideale manier omdat dit letterlijk kortzichtigheid tot gevolg heeft (zie eerder). Idealer is een situatie waarbij:
- a. Eigen (recreatief) gebruik zonder verhuurverplichting wordt toegestaan zodat die kopers eerder tot aankoop van een woning overgaan (nu is dat in sommige provincies verboden). Passend in de behoefte aan 'gebruik maar geen eigendom'
 - b. Beleggers worden gezocht die participeren door het kopen van aandelen of certificaten in een project. Die beleggers gaan ook voor optimalisering van de verhuuropbrengst. De enige randvoorwaarde is dan wel dat:
 - nieuwe verhuurorganisaties en -concepten ontstaan. Nu zijn kopers en zeker beleggers op zoek naar de grote verhuurders die zich committeren aan een bepaalde jaarlijkse verhuuromzet. Die traditionele verhuurders (zoals Roompot (incl. Hogenboom en hun partners zoals Europarcs), Landal en Center Parcs hebben wel de schaal maar zijn niet altijd in staat 'andere' verblijfsconcepten te verhuren.
 - Daardoor ontstaat ruimte voor spelers die losse vakantiewoningen verhuren zoals Booking, @Leisure (met 10 merken w.o. Belvilla), Micazu, Atraveo, Homeaway (en VRBO) etc. Alleen is het bij deze partijen moeilijker voor de daadwerkelijke realisatie van een huisjespark een verhuurgarantie los te krijgen; de garantie op basis waarvan beleggers eerder instappen.
 - c. De ontwikkelaar en exploitant/verhuurder dezelfde zijn of hand-in-hand werken (zoals bijvoorbeeld bij Molecaten, Dutchen, Droomparken en Topparken). Dit is echter geen garantie voor een duurzaam toekomstgericht bedrijfsconcept. Alleen Molecaten probeert uitpounding te voorkomen, de andere genoemde partijen

hebben de ontwikkeling en verkoop van individuele recreatiewoningen als kern activiteit (verhuur is een afgeleide - noodzakelijk geworden - activiteit).

- d. Nieuwe type vakantieparken. De betrokken partijen bij een recreatieve ontwikkeling (eigenaren grond, financierende partijen, ontwerpers, verhuurders en ontwikkelaars) zijn helaas gewend te denken vanuit traditionele patronen, zoals minimaal 300 huisjes met centrumvoorzieningen en zekerheden in de vorm van de woningen en grond.

Waarom proberen we niet te denken in nieuwe recreatie- en verblijfsvormen en andere exploitatiemodellen? Waarom moeten recreatiewoningen altijd in grote aantallen bij elkaar staan? Vanwege het gemak qua ontwikkeling en exploitatie, niet vanuit de (toekomstige) vraag van gasten. Waarom zouden 8-12 losse recreatiewoningen (of 'hotelkamers' of vakantiewoningen) niet in een stad of dorp kunnen staan in plaats van altijd op percelen in het buitengebied? Waarom gaan we niet uit van de toekomstige recreatiewensen en gewenst ruimtegebruik, in plaats van te starten bij een toevallig perceel met landbouw- of recreatiebestemming?

C. BELEID

Nu versnipperd en reactief

Bestemmingsplannen zijn leidend in ons ruimtelijk beleid. Dat betekent (a) per definitie binnen gemeentelijke grenzen, (b) versnippering door de vele deelplannen en (c) meestal reactief (aan de hand van verzoeken tot bestemmingswijzigingen wordt bepaald of en hoe het bestaande beleid en de bestaande ruimtelijke kwaliteit wordt aangepast).

Dat heeft tot gevolg dat het bepalende ruimtelijk beleid in Nederland niet gemeentegrens-overschrijdend is (zoals recreanten / vakantiegangers in hun vakantiekeuzes en -gedrag wel zijn) en zelden ontwikkeld vanuit een duidelijk toekomstperspectief (eindbeeld).

'Bij de revitaliseringsopgave, die uit het vitaliteitsonderzoek voortkomt, geldt een sterke verwevenheid op zowel economisch, fysiek-ruimtelijk, volkshuisvestelijk als sociaal-maatschappelijk terrein. Problemen zijn vaak niet eendimensionaal. Het onderzoek toont aan dat sprake is van een meervoudige opgave die meerdere beleidsvelden beslaat én gemeentegrenzen overstijgt; dit vraagt om een langjarige, integrale aanpak.

De 'Aanpak Vitale Vakantieparken Drenthe 2018-2024' is gericht op het realiseren van de volgende doelen:

- meer ruimte voor ondernemerschap;
- meer bestedingen door toeristen;
- meer werkgelegenheid;
- meer grip op sociale problematiek;
- meer balans tussen vraag en aanbod.

Bron: Convenant Aanpak Vitale Vakantieparken Drenthe 2018-2024.

Naar een gewenst toekomstbeeld

Daarom stel ik voor meer te gaan werken vanuit een door bewoners, ondernemers en gebruikers gewenst toekomstbeeld van onze ruimte. Een visie op de ruimte die

gemeentegrens overschrijdend is (regionaal) en zo veel mogelijk uitdagingen en belangen tegelijk aanpakt c.q. afweegt.

Dus aan de slag met een regionaal ruimtelijk en sociaal-economisch kader, waarin wonen-werken-recreëren passend (duurzaam, ecologisch² en haalbaar) geïntegreerd worden in beleid op het gebied van natuur- en waterbeheer, luchtkwaliteit, voedsel/landbouw, vervoer, (mantel)zorg, volkshuisvesting, energie, landschap etc.. Met als doel de regio duurzaam sterker te maken, met input van gebruikers en bewoners.

De opzet is om toe te werken naar een landschap over 20-30 jaar waarin niet de eenvormigheid van woningen de toon zet (van recreatiewoningen en woon-ingen) maar de diversiteit in natuur, leefstijlen, werkvormen, verdienopties, uitzichten en recreatiemogelijkheden.

De oproep dus om te komen tot een (kijk op een) gemengd landschap waarin leven en beleven voorop staat en niet de opdeling in functies. Met die diversiteit als streven wordt (nieuwe en bestaande) gebruikers, ondernemers en bewoners een streefbeeld voorgelegd. Bij dat streefbeeld kunnen de juiste ondernemers gezocht worden.

Daarom ook de volgende beleidsgerelateerde suggesties om niet (alleen) naar postzegel-situaties te kijken maar vooral te streven naar vitale regio's:

- i. **Naar kaders.** Denk als overheden niet in regels en beperkingen maar in het creëren van kaders en/of scenario's met ruimte voor diversiteit en kwalitatieve groei.

Dat werkt het beste als duidelijkheid bestaat over het gewenste eind- of streefbeeld. Het streefbeeld kan via participatie en raadpleging tot stand komen, met ondersteuning van specialisten bij gemeenten en provincies.

- ii. **Groot is niet altijd gewenst of passend.** Voorkom grote aaneengesloten stand alone parken. Deze hebben - succesvol of niet - een erg groot effect op de lokale gemeenschap en het omringende landschap.

Juist door die clustering (van 50+ woningen) en verplichte omzoming door hoge en brede groenzones ontstaan eerder grote niet vitale probleemgevallen. Laat parken opgaan in het (te ontwikkelen) landschap en verstop opstallen door reliëf en laag groen te creëren.

- iii. **Naar individuele vakantiehuizen.** Stimuleer het gebruik van individuele vakantiehuizen, zoals in de rest van de wereld ('je weekendhuis aan het meer').

De behoefte aan recreatie blijft de komende decennia bestaan. De invulling van die behoefte zou niet aan grote vakantieparken gebonden moeten zijn. De successen van Airbnb vragen niet om grote vakantieparken maar om er even tussentui te zijn, zo mogelijk met 'local guides'. Dat vakantiegedrag vraagt om een kleinschaliger opzet en invulling, zowel binnen als buiten de bebouwde kom.

² De betekenis van ecologie past in Het Nieuwe Denken over recreatie: 'de wisselwerking tussen organismen, levensgemeenschappen, populaties en landschappen ten opzichte van de niet-biologische omgeving'. Het gaat dus niet om het 'implanteren' van clusters verblijfsrecreatie maar om het 'samen leven' en de wisselwerking met de omgeving.

- iv. **Eis ruimtelijke kwaliteit.** Overweeg bij een ruimtelijke ingreep - ongeacht of dit ten behoeve van wonen, werken of recreëren is - te verplichten het gebied ter plaatse op te waarderen. En dan niet vanuit een negatieve strafprikkel, zoals compensatie van verlies van natuurwaarden, maar als positieve prikkel om bij te dragen aan een vitale regio.

Die verplichte ruimtelijke verbetering zou in termen van toeristisch-recreatieve aantrekkelijkheid en natuurbeleving kunnen worden gedefinieerd, als een soort keuzemenu uit de op te stellen ruimtelijke beleidsvisie. En eis diversiteit in het te realiseren aanbod en ten aanzien van de flankerende natuur- en landschapswaarden.

- v. **Andere planonderbouwing.** De ondernemer-ontwikkelaar zou kunnen worden gestimuleerd te denken en ontwikkelen vanuit de gewenste situatie over 20-30 jaar. Hij zou met het 'Streefbeelden-boek 2035' in de hand voorstellen moeten kunnen doen over de duurzame ruimtelijke kwaliteit die hij wil realiseren (qua inpassing in het landschap, energie & afval, leefbaarheid etc.). Daarbij liever denken in zones dan in percelen.

Om de diversiteit en investeringen in de ruimtelijke kwaliteit mogelijk te maken zou de gemeente kunnen overwegen af te zien van de kostprijs verhogende anterieure overeenkomsten. Liever samen investeren in een duurzame toekomst.

Ondergetekende is (met diverse partners) bezig een concept uit te werken (getiteld 'Ons Dorp') waarbij 10-20 ha gezocht wordt om een leef-landschap anno 2050 te ontwikkelen. Om een nieuw dorp te realiseren waarin 'wonen zoals je zou willen' voorop staat en niet de standaard rechte straten met saaie bebouwing. Dus een dorp waar 'samen leven' voorop staat, als een deelplatform waarin onder andere duurzame tiny houses, lokale energie opwekking, gedeelde kinderopvang en mantelzorg, hergebruik werkplaatsen, eigen groente- en fruittuinen, flexibele werk-, logeer- en woonlocaties en eigen recreatiemogelijkheden een plek zouden kunnen hebben.

- vi. **Durf te selecteren.** Als een gewenst einddoel bekend is, mag in mijn ogen ook een werving en selectie plaatsvinden voor passende ondernemers en aansprekende visies.

Goede ondernemers met bewezen track records in 'het nieuwe ondernemen' (en dat kan in een geheel andere branche zijn) hebben een veel grotere kans op succes dan ondernemers met een mindere track record. Zo zal een goede boer vaker in staat een goede agro-toeristische onderneming op te zetten dan een 'slechte' boer. En schaal is belangrijk maar niet cruciaal, zeker niet bij toekomstige ondernemingsvormen.

- vii. **Niet langer in hokjes denken.** Het huidige ruimtelijk beleid (en ook bijvoorbeeld de politiek en college programma's) gaat uit van 'hokjes': functies die afzonderlijk worden beschreven / vastgesteld en die bijna per definitie met elkaar (lijken te) conflicteren: functies en beleidsterreinen zoals landbouw, natuur, recreatie, wonen, energie, ondernemen, vervoer, water etc.. Dit individueel beoordelen en uiteindelijk in één ruimtelijk plan samenvoegen leidt per functie en per regio tot een suboptimaal resultaat. Ik pleit voor een hoger symbiotisch einddoel waarin de onderlinge relaties en elkaar versterkende maatregelen voorop staan.

Belangrijk is niet of een recreatiewoning 60 m² of 70 m² mag worden, of 6 m of 7 m hoog. Het gaat uiteindelijk om de kwaliteit van het te realiseren recreatielandschap. Er is niet voor niets sprake van een aanvraag van een 'Omgevingsvergunning' in het

kader van de 'Omgevingswet'. De totale integrale omgeving zou in ons ruimtelijk beleid centraal moeten staan.

Bovendien is recreatie niet iets geheel anders dan wonen of natuur, het gaat om menselijk gedrag en vooral de gezochte beleving. Op basis daarvan zijn in mijn ogen 'kapstokken' te vinden om boven-sectoraal naar gedeelde einddoelen toe te werken.

viii. Vanuit gebiedskernwaarden. Als consultant op het gebied van branding & concepting, onder andere voor regio's, kan ik het niet nalaten te pleiten voor een regionaal ruimtelijk beleid vanuit de kernwaarden van die regio. Een regio als de Veluwe, Drenthe of Texel zal dat misschien gemakkelijker kunnen dan regio's als Sudwest Fryslan of Noord-Holland Noord.

Om enthousiaste gebruikers en bewoners te krijgen blijft het bewezen effectiever om integrale regio marketing te bedrijven, teneinde een maakbare en sterke identiteit te creëren. De identiteit van een regio is 'het karakteristieke van een regio, dat bepaald wordt door het landschap, de sociale verbanden, de cultuur, de taal en de mate waarin de bewoners zich verbonden voelen met de regio'. Dus wie je bent of wilt zijn als regio. Dat kan te maken hebben met het economisch klimaat, hoe je woont, waar je naar school gaat, maar ook met de sociale energie, het landschap en het innovatief vermogen.

Het DNA van een gebied is historisch bepaald (bestaande uit o.a. de taal, de kerkelijke gezindten, de landschappelijke oorsprong, de sociale cohesie etc.), de kernwaarden (hoe je wilt leven) kun je zelf bepalen. Een regio kan dus zelf bepalen welke kernwaarden tot de gewenste identiteit anno 2030 gaan leiden.

Werkbare kernwaarden zijn specifiek, toepasselijk, acceptabel en realistisch. Ze moeten inspireren en leiden, aanzetten tot actie. Een regio zoekt kernwaarden die op consistente wijze een jaar of 10-15 kunnen worden gebruikt. Deze kernwaarden dienen dus niet te algemeen te zijn en vooral prikkelen en stimuleren. Kernwaarden als 'ondernemend' of 'de ruimte bieden' kunnen ook op onderwijs, cultuur en natuur betrekking hebben.

Vanuit de kernwaarden kunnen we de regionale ruimtelijke kwaliteit proberen te definiëren in termen van beleving: wat maakt een verblijf in Giethoorn anders dan Callantsoog en werk dat uit in alle mogelijke verschijningsvormen.

En laten we vooral voorkomen dat we de beleving in een regio vastpinnen op een bepaalde leisure leefstijl. Regionaal de vraag c.q. doelgroep determineren is de dood in de vernieuwingspot voor individuele locaties.

ix. Blijf denken in oplossingen. Sommige bestaande parken hebben geen recreatieve toekomst. Het transformeren van een niet vitaal park op een voor verhuur slechte locatie is niet eenvoudig. Alleen als veel kan worden geïnvesteerd in de huisjes en in de creatie van een grote dagrecreatieve trekker (op het terrein of vlak in de buurt) kan de transformatie kansrijk zijn.

Op dergelijke plekken is het permanent wonen geregeld de enig passende oplossing voor die locatie, zeker met het oog op een vitale regio. Het creëren van goedkopere huurwoningen voor tijdelijke verblijven kan juist daar heel goed, al dan niet in samenwerking met een woningcorporatie of andere investeerder.

- x. **Zoek naar allianties.** Sommige regio's kennen relatief veel slecht draaiende winkeltjes, lege historische en agrarische gebouwen, nauwelijks ambachtelijke activiteiten en/of vele kleine musea.

Kijk hoe één en ander duurzaam te koppelen en te verbinden zijn. Laat ervaren horeca- en verblijfsrecreatie-ondernemers uit de buurt de eigenaren van in potentie aantrekkelijke panden bijstaan in de verbouwing, inrichting en verhuur. Stimuleer lokale denktanks om bijvoorbeeld hergebruik van gebouwen te bewerkstelligen of de oprichting van lokale gidsen-teams en probeer dergelijke initiatieven te ondersteunen.

Concluderend roep ik op om niet alleen te kijken naar transformatie en revitalisatie van het huidige aanbod, ondernemerschap en beleid. Het lijkt tevens nodig na te denken over hoe wij willen dat ons leeflandschap er anno 2030-2050 uit gaat zien, rekening houdende met de huidige beperkingen & kritiekpunten en toekomstige trends & leefbehoeften. Vanuit die eindbeelden kunnen we op pragmatische wijze terugwerken en het ruimtelijk beleid vormgeven.

In mijn ogen kunnen alleen op die wijze de socio-economische opgaven rondom diversiteit, anders land bouwen, natuurbeleving, kleiner wonen, zorg, dichtbij recreëren, energieneutraliteit, verdraag- en duurzaamheid in een regio integraal en marktconform worden aangepakt. En met een landschap als gevolg waarin we allemaal willen leven.

Toewerken naar een duidelijke en gewilde stip op de regionale horizon kon wel eens sneller tot succes leiden (juist voor nieuwe en bestaande kansrijke locaties) dan het willen veranderen van de oude manieren van ontwikkelen, ondernemen en de ruimte ordenen.

Wie wil hierover meedenken? Laat weten via hans@bureauvoorvernieuwing.nl.

Hans de Vries
omdenker & trendvertaler bij bureauvoorvernieuwing.nl

@voorvernieuwing
@toerismetrends

Bronnen (ZKA):

- Convenant 'Aanpak Vitale Vakantieparken Drenthe 2018-2024' Nu samen aan de slag voor later (7 december 2017)
- Vitaliteit Verblijfsrecreatie Drenthe, Rapportage September 2017
- (Her)ontwikkelingsperspectieven Verblijfsrecreatie (4 november 2016)
- Regionale Visie Verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord (december 2017)