

# Behoeftedonderzoek Vakantiepark Zuyd Duyne



Onderzoek naar het concept, locatie, doelgroepen en de vraag voor vakantiepark Zuyd Duyne te Den Helder

Eindversie

7-6-2021 | 's Hertogenbosch



# Inhoud

0.1	Inleiding	3		
	<b>Hoofdstuk 1. Beoordeling plan en locatie</b>	<b>4</b>		
1.1	Plan en locatie	5		
1.2	Beoordeling plan en locatie	7		
	<b>Hoofdstuk 2. Beleid, doelgroepen en trends</b>	<b>13</b>		
2.1	Inpassing bestaand beleid en onderzoek	14		
2.2	Doelgroepen	16		
2.3	Kwalitatieve trends en ontwikkelingen	17		
2.4	Kwantitatieve trends en ontwikkelingen	20		
	<b>Hoofdstuk 3. Benchmark concurrerend aanbod</b>	<b>21</b>		
3.1	Benchmark concurrerend aanbod regio	22		
3.2	Benchmark concurrerend aanbod regionaal	24		
3.3	Benchmark concurrerend aanbod landelijk	25		
3.4	Aanbod koopmarkt	26		
	<b>Hoofdstuk 4: Behoeft e koop- en huurmarkt</b>	<b>30</b>		
4.1	Behoeft e en vraag koopmarkt	31		
4.2	Behoeft e en vraag huurmarkt	35		
4.3	Buiten versus binnen stedelijk gebied	37		
	<b>Hoofdstuk 5: Conclusies en advies</b>	<b>38</b>		
5.1	Conclusies en aanbevelingen	39		
	<b>Bijlagen</b>	<b>42</b>		



## 0.1 Inleiding

In 2018 heeft Kontour Vastgoed een koopovereenkomst getekend voor de gronden van de huidige camping De Donkere Duinen (Jan Verfaillweg 616) in Den Helder. De huidige camping is vooral ingericht op kamperen, aangevuld met een klein aantal verhuurobjecten. Kontour beoogt een transformatie van de camping naar een vakantiepark met daarop 35 luxe recreatiewoningen. De woningen moeten een kapitaalkrachtige doelgroep aanspreken. De werktitel van dit plan is Zuyd Duyne. Een bestemmingsplanwijziging is noodzakelijk om de woningen te kunnen realiseren.

Gezien deze bestemmingsplanwijziging dient de ladder voor duurzame verstedelijking (hierna te noemen: de ladder) te worden getoetst voor Vakantiepark Zuyd Duyne.

In de handrekening van de ladder wordt het volgende voorgeschreven: *De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.* Deze behoefte moet kwantitatief en/of kwalitatief worden onderbouwd. Het onderhavige behoefteonderzoek komt hieraan tegemoet.





# 01

## Beoordeling plan en locatie



## 1.1 Plan en locatie

Dit hoofdstuk gaat in op het plan en de locatie. Eerst wordt een beschrijving gegeven (1.1.), vervolgens volgt een beoordeling van zowel het plan als de locatie. (1.2.)

### Beschrijving plan en locatie: luxe als norm, gericht op kust en natuur

In Den Helder is er een plan voor de realisatie van 35 recreatiewoningen voor 8 tot 12 personen. De woningen kenmerken zich door luxe en zijn gelegen in een fraaie, groene locatie op loopafstand van natuur, duinen en kust. Elke woning heeft meerdere eigen parkeerplaatsen, sauna, meerdere luxe badkamers en een luxe ingerichte keuken. De indeling en inrichting van de woning zijn eventueel op maat te maken. Op het park zelf zijn geen voorzieningen gepland. Voorzieningen in de directe omgeving zijn Restaurant De Helderse Vallei, Pfannkuchen & Steakhouse, De Pannenkoekenvallei en de Klimvallei. Het centrum van Den Helder met veel horeca en culturele voorzieningen is gelegen op ca. 3 kilometer en is vlot te bereiken per fiets. In de regio zijn ook enkele golfbanen te vinden.

De totale oppervlakte van het terrein is ongeveer 5,5 ha. Daarmee komt de dichtheid uit op ongeveer 6 woningen per hectare. Conform het vigerend bestemmingsplan is het gebruik van de gronden als standplaats voor niet mobiele kampeermiddelen niet toegestaan. Een wijziging is dus nodig voor de realisatie van de recreatiewoningen.

Er zijn drie typen recreatiewoningen. Deze zijn qua aantallen evenredig over het park verdeeld en hebben een kavelgrootte van gemiddeld ca. 1.000 m<sup>2</sup>. Verder hebben ze de volgende kenmerken:

- 8 persoons woning, 96m<sup>2</sup> (8 x 12m), goothoogte 3m, bouwhoogte 9m
- 10 persoons woning, 112m<sup>2</sup> (8 x 14m), goothoogte 3m, bouwhoogte 9m
- 12 persoons woning, 126m<sup>2</sup> (9 x 14m), goothoogte 3m, bouwhoogte 9m

De luxe recreatiewoningen hebben een vraagprijs vanaf € 700.000,- excl. BTW. De gemeente wenst daarbij nadrukkelijk een verhuurverplichting voor de woningen. Conform de Regionale Visie Verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord (2017) is het belangrijk dat een nieuwe ontwikkeling een toeristisch-recreatieve doelgroep aanspreekt. Door het eigen gebruik te beperken tot 30% van de maximale capaciteit kan dit worden gewaarborgd en is er geen sprake van een afwijkend primair recreatief-toeristisch verblijfsmotief. Ook biedt dit voldoende ruimte voor de positionering van de hoogwaardige Europese verhuurorganisatie waar nu afspraken mee gemaakt worden. Daarbij is permanente bewoning niet toegestaan.

Het park wordt gerealiseerd op loopafstand van de kust (ca. 0,8 km) en is fraai gelegen in de bossen. Ook het centrum van Den Helder is vlot en goed bereikbaar.




**LEGENDA**

-  gras
-  ruig gras - drogere delen
-  ruig gras - nattere delen
-  water - verlaging
-  water - zwembijver
-  riet
-  strandje
-  bossage nieuw
-  bossage bestaand
-  pad - bestaand
-  pad - nieuw, halverharding
-  pad - nieuw, vlonder
-  haag
-  modern karrespoor - verharding en grasstenen
-  3 parkeerplaatsen - grasstenen
-  2 parkeerplaatsen - grasstenen
-  12 persoons villa: 126m<sup>2</sup> (9 x 14m), goothoogte 3m, bouwhoogte 9m
-  10 persoons villa: 112m<sup>2</sup> (8 x 14m), goothoogte 3m, bouwhoogte 9m
-  8 persoons villa: 96m<sup>2</sup> (8 x 12m), goothoogte 3m, bouwhoogte 9m
-  nieuwe boom



**Zuyd Dwyne**

## 1.2 Beoordeling plan en locatie

### Duidelijke doelgroepfocus, woningen op loopafstand van de kust

Hieronder volgt een beoordeling van het plan en de locatie. De sterke punten, zwakke punten en aandachtspunten worden benoemd.

### Sterke punten

Het concept richt zich op een specifieke doelgroep (zie ook 'doelgroep en positionering'): een kapitaalkrachtige doelgroep die luxe en comfort waardeert, die er graag met een groep op uit gaat en geniet van strand en natuur. Een duidelijke doelgroepenonderscheiding is essentieel bij het vermarkten van het product;

- Passend bij deze doelgroep is ook het feit dat de inrichting en indeling van de woningen op maat zijn te realiseren. Het totale concept is onderscheidend, zeker vergeleken met bestaand aanbod in de regio. Maar ook op landelijk niveau is er weinig aanbod in dit luxe segment. De doelgroep houdt van exclusiviteit;
- Een deel van eigenaren heeft de keuze om de woning voor eigen gebruik in te zetten of het te verhuren. In dit laatste geval gaat dit via één aangewezen Europees opererende verhuurorganisatie. Dit laatste is een sterk punt, zo kan er goed zicht worden gehouden op de verhuur;
- Op het park zelf zijn geen voorzieningen aanwezig. Maar naar onze verwachting wenst de beoogde doelgroep dit juist ook niet. Het is een doelgroep die privacy wil, en geen druk vertier om zich heen. Geen voorzieningen, betekent ook meer rust. Zij gaan er graag op uit en hebben in de nabije omgeving voldoende goede voorzieningen tot hun beschikking. Voor hen aansprekend zijn onder andere, centrumgebied Willemsoord en Marine Golfclub Nieuwediep en Golfclub Oogduyne. De woningen zelf zijn wel voorzien van voorzieningen, zoals wellness;
- In de nabije omgeving is de nodige horeca te vinden. Op loopafstand zijn o.a. De Helderse Vallei, De Pannenkoekenvallei en Duinoord's Steakhouse. Daarnaast is de binnenstad van Den Helder op steenworp afstand met een uitgebreid aanbod aan dag- en avondhoreca. Via een speciaal voor dit park ontwikkelde 'guestcom' kunnen gasten terecht bij lokale ondernemers die met hun producten aansluiting zoeken bij de beoogde doelgroep;



- Het door ons uitgevoerde Vitaliteitsonderzoek Kop van Noord-Holland (2018) geeft aan dat de regio de wind in de rug heeft, maar dat innovatie en vernieuwing belangrijk zijn voor de sector om toekomstproof te worden. Veel recent beleid sluit hier ook bij aan (zie hfst 3.1.). Zuyd Duyne voldoet aan deze voorwaarde. Het speelt in op een nieuwe doelgroep die momenteel niet bediend wordt, en ook het concept is vernieuwend door de sterke inzet op domotica en natuur-inclusieve bouw van de woningen;
- De verwachting is dat de regio in populariteit gaat toenemen, omdat de omringende regio's 'vol' raken qua verblijfsrecreatie. Zo is het in de gemeenten Texel en Bergen niet of nauwelijks mogelijk om verblijfsrecreatief aanbod toe te voegen aan de markt, zeker niet direct aan de kust. De gemeente Den Helder is dan ook bij uitstek een gebied dat verder ontwikkeld kan worden, en het aantrekken van een kapitaalkrachtige doelgroep kan daarbij een impuls voor de regio betekenen. Ontwikkelingen als Seasaw, Dijkzone, De Nollen Wint Museum, Stellingen van Den Helder, Willemsoord, Schutsluis Boerenverdriet, Molen de Onderneming en Zijner majesteit Bonaire dragen bij aan het versterken van de toeristische reputatie van Den Helder.





- De locatie is vanuit toeristisch oogpunt uitstekend. Het park ligt op loopafstand van de duinen en de kust. tevens is de weg naar het strand ook fraai door een bosrijk natuurgebied. Tussen het park en de kust is geen bebouwing aanwezig. Een ander sterk punt is dat het ook dichtbij de stad ligt met hippe ontwikkelingen die aansluiten bij de doelgroep zoals het voormalige Marinewerf Willemsoord.
- Het Vitaliteitsonderzoek benadrukt ook het belang van een sterke toeristische clustering. Belangrijk voor een sterk cluster zijn onder andere verbondenheid met de omliggende recreatieve bedrijven in het cluster (bijv. door samenwerking in marketing, arrangementen en verwijzen) en diversiteit in het aanbod. Den Helder kan gezien worden als een cluster met alle recreatieve voorzieningen hier omheen. Het centrum, hotels, B&B's en vakantieparken, de kust en andere dagrecreatieve aanbieders vormen één logisch en samenhangend geheel. Binnen dit cluster is de ontwikkeling van Zuyd Duyne een goede aanvulling die zorgt voor diversiteit. Verblijfs-aanbod voor het hoogste marktsegment is momenteel niet aanwezig in Den Helder. Deze ontwikkeling voegt daardoor een 'smaak' toe en kan het cluster verder versterken;
- Lokaal en regionaal beleid en onderzoek naar toerisme laten een positief perspectief zien, waarbij innovatie en vernieuwing centraal staat. Zuyd Duyne past daarmee goed in deze ontwikkeling. Zie het volgende hoofdstuk voor meer details over deze beleidsstukken en onderzoeken.

### Minder sterke punten

- Den Helder heeft niet de reputatie en het imago van een aantrekkelijke badplaats. Zo zijn er beperkt voorzieningen aanwezig specifiek voor kapitaalkrachtige bezoekers, en ook het achterland is matig lommerrijk. Daarnaast scoort Den Helder overwegend slecht in lijstjes van meest leefbare en aantrekkelijke gemeenten. Het aantrekken van een kapitaalkrachtige doelgroep is daarom geen gegeven.<sup>1</sup> Een goede marketing en promotie van het park, zowel in binnen- als buitenland, is daarom onontbeerlijk. Wel heeft Den Helder sterke ambities als het gaat om het versterken van het toeristisch imago (zie ook hfst. 2.1.). De realisatie van Zuyd Duyne kan daar een verdere impuls aan geven. Ook heeft Kontour de nodige ervaring opgedaan met het aanspreken van een hoogwaardige doelgroep, zoals bijvoorbeeld bij het park PUUR in Exloo, Drenthe.

### Inzichtspunten concept

- De dichtheid van het park is met zes woningen per hectare als 'goed' te kwalificeren voor deze doelgroep. In vergelijkbare ontwikkelingen elders in het land vinden we meestal een dichtheid van het aantal recreatiewoningen van 5 oplopend tot ca. 20 woningen per hectare (bron: ervaringscijfers ZKA). De beoogde doelgroep hecht veel waarde aan privacy en een eigen plek. Met zes woningen per hectare en goede afscheidingen is dit goed te realiseren. Maar een grotere dichtheid is niet gewenst;
- De doelgroep wenst luxe en comfort. Grootse voorzieningen zijn niet nodig. Maar persoonlijke services zijn van des te meer van belang. De koelkast die gevuld is bij aankomst is hier een goed voorbeeld van. Daarnaast kan gedacht worden aan een boodschappen bezorgservice, ontbijt- / dinerservice, schoonmaakservice en arrangementen die bijgeboekt kunnen worden. Denk aan golf – en of vaartocht arrangementen. Deze doelgroep wil maximaal ontzorgd worden;

<sup>1</sup> Recent onderzoek van vastgoedadviesbureau JLL (2020) naar de gemeente waar Nederlanders het liefst wonen plaatst Den Helder op plek 79 van 84 onderzochte gemeenten. In een soortgelijk onderzoek plaatst weekblad Elsevier Den Helder op plek 303 van 355 Nederlandse gemeenten.



- De gemeente ziet graag een verhuurverplichting voor de woningen. Een deel van de kopers zal sowieso kiezen voor verhuur. Dit vanwege de BTW-voordelen en doordat er een goed rendement valt te behalen uit verhuur. De woningen bevinden zich in een hoogwaardige niche, waar veel vraag is naar luxe en kwaliteit. Het concept en de locatie borgen dit. De woningen waarop een verhuurverplichting komt te liggen moeten dan ook een groot deel van het jaar in de verhuur komen te staan. De aanwezigheid van regelmatig wisselende kapitaalkrachtige gasten zorgt voor een hoge economische impact voor de regio. Daarnaast halen kopers ook rendement uit de gerealiseerde waardeverhoging die de afgelopen jaren optrad in deze markt. Dit laatste blijkt uit enkele referentieprojecten van Kontour, zoals de recreatievilla's in Delfstrahuizen. Deze zijn sinds oplevering in 2015 jaarlijks zo'n 6% in waarde gestegen (bron: Kontour Vastgoed);
- In dit marktsegment van recreatiewoningen is een 100% verhuurverplichting echter niet wenselijk en ook niet noodzakelijk. Naar onze verwachting wil een deel van de doelgroep de woning aanschaffen voor eigen gebruik. In dit marktsegment zijn kopers niet altijd op zoek naar het hoogste rendement, en zit er ook een deel prestige in de aanschaf van de woning. De kapitaalkrachtige achtergrond van de eigenaren en de inrichting van de woningen, met bijvoorbeeld meerdere badkamers, maken permanente bewoning onwaarschijnlijk;
- Het provinciaal beleid biedt ruimte voor een gecombineerd gebruik van de woningen (bron: Regionale Visie Verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord, 2017). Als woningen tot 30% worden ingezet als tweede woning (en dus 70% voor verhuur) dan is er immers geen sprake van een afwijkend primair toeristisch-recreatief verblijfsmotief;
- De clustergedachte gaat, zoals eerder beschreven, uit van goede verbondenheid van bedrijven binnen het cluster. Samenwerking met andere recreatie-aanbieders (dag en verblijf) heeft de voorkeur. In een samenhangend cluster versterken bedrijven elkaar. Zuyd Duyne bevindt zich in principe in een sterk toeristisch cluster, al rijst de vraag in hoeverre het aanwezige aanbod aantrekkelijk is voor de kapitaalkrachtige doelgroep. Het is bijvoorbeeld de vraag in hoeverre de nabij gelegen horeca aansluit bij de wensen van de beoogde doelgroep, al biedt de realisatie van het park kansen voor ondernemers om in te spelen op een nieuwe doelgroep. Aandachtspunt is om de samenhang en samenwerking te zoeken met gerelateerde bedrijven om te voorkomen dat het een (te) losstaande ontwikkeling wordt. Kontour heeft reeds de ambitie uitgesproken te willen samenwerken met aanbieders van luxe wellness, hoogwaardige food producten en golfarrangementen.

## Conclusie

Al met al is het een onderscheidend concept op een aantrekkelijke locatie, met zowel de kust als de (toeristisch in ontwikkeling zijnde) stad nabij. Het hoge luxe niveau en de hoge mate van privacy is zeer aantrekkelijk voor een kapitaalkrachtige doelgroep. Het concept ligt op loopafstand van de kust, in een bosrijke omgeving en nabij de nodige centrumvoorzieningen. Het zal naar verwachting tijd nodig hebben voordat Den Helder de reputatie heeft van een bekende badplaats. Op korte termijn kan dit het aantrekken van de beoogde doelgroep enigszins bemoeilijken. Desondanks is Den Helder wel een gemeente in ontwikkeling, en kan een ontwikkeling als Zuyd Duyn de stad van een verdere impuls voorzien. Ook heeft Kontour vanuit eerdere vastgoedontwikkelingen elders in het land veel ervaring met de markt van kapitaalkrachtige particuliere beleggers. Een aantal inzichtspunten is genoemd: biedt voldoende extra services, en werk samen met andere aanbieders (dag en verblijf) in de omgeving om samen sterker te staan.

In de volgende hoofdstukken onderzoeken we of er voldoende behoefte is aan deze ontwikkeling, zowel vanuit de koop- als de verhuurmarkt.





# 02

## Beleid, doelgroepen en trends



Zwyd Dwyne

## 2.1 Inpassing bestaand beleid en onderzoek

De afgelopen jaren wordt sterk ingezet op de re-vitalisatie van Den Helder als aantrekkelijke gemeente om te werken, wonen en recreëren. Onder andere in het Stadshart en Willemsoord wordt volop geïnvesteerd. In de hieronder genoemde beleidsdocumenten en onderzoeken wordt dit verder uiteengezet:

### **Den Helder Bruist (2017; Beleidskader Toerisme)**

Dit document biedt een overzichtelijk en integraal beeld van de geldende beleidsregels en heeft als speerpunt dat de komende jaren met name ondernemers en andere organisaties in de toeristische sector innovatieve en kwalitatieve initiatieven opstarten. Om de verblijfsgast te behouden, of te verleiden tot een verblijf in Den Helder wordt het noodzakelijk geacht om intensief te werken aan kwaliteit, differentiatie, duurzaamheid en verbreding van het aanbod in de accommodaties. Nieuwe initiatieven moeten passend zijn bij de aard en karakter van het kerngebied en van de specifieke locatie. Zo wordt er ook gesproken over het toevoegen van innovatief en exclusief verblijfsaanbod, bij voorkeur gelegen ten westen van het centrum rondom Huisduinen.

### **Helders Perspectief 2020**

Het gaat goed met Den Helder. De stad knapt op en ontwikkelt zich op veel terreinen positief. De komende jaren zijn er veel vacatures in te vullen. Om het voorzieningenaanbod in Den Helder op peil te houden is het van belang dat de stad aantrekkelijk is voor zowel eigen als nieuwe inwoners. Met het bedrijfsleven, onderwijs, maatschappelijke organisaties, Koninklijke Marine, Woningstichting en andere partners is een programma ontwikkeld dat daar op inzet.

Vanuit toeristisch perspectief is vooral de promotie van de stad relevant middels een sterke inzet op de organisatie van evenementen. Deze geven een impuls aan het verhaal en het merk Den Helder. Ook trekken ze mensen naar de stad toe. Grote evenementen als GameDay, Sail, De Halve van Den Helder, Lichtroute Den Helder en nautische tussenevenementen worden benut voor de marketing van Den Helder, en spreken diverse doelgroepen aan. Naast evenementen zijn er diverse (dagrecreatieve) ontwikkelingen die moeten leiden tot meer bezoek, waar ook verblijfsaccommodaties profijt van hebben.



### Rapportage Vitaliteitsonderzoek Kop van Noord-Holland 2019

In 2018 heeft ZKA Leisure Consultants een vitaliteitsonderzoek uitgevoerd naar campings en bungalowparken in de Kop van Noord-Holland. De aanleiding voor het onderzoek was de ambitie van de regio om de meest vitale verblijfsrecreatiesector van Nederland te worden. Geconcludeerd werd dat de recreatiesector zich razendsnel ontwikkelt en, gestuwd door de hoogconjunctuur en de populariteit van de kust, is het de afgelopen jaren goed gegaan. De trend is eveneens positief. Met de Noordzeekust en het Waddeneiland Texel kent de regio Kop van Noord-Holland twee grote toeristische trekkers. Daarbij onderscheidt het aanbod in de regio Kop van Noord-Holland zich met name door de lage kosten strategie. De positieve ontwikkeling van de sector biedt kansen om door te groeien. Dit gaat echter niet vanzelf. Vernieuwing en innovatie zijn belangrijk om als sector toekomstproof te zijn.

### Visie Recreatie en Toerisme Noord-Holland 2030

Recent is ook een Provinciale visie opgesteld voor toerisme en recreatie. De visie beschrijft de belangrijkste kansen en uitdagingen op het gebied van recreatie en toerisme voor Noord Holland op de middellange termijn (2030) en geeft richting aan hoe omgegaan kan worden met de uitdagingen. Hierbij maken ze onderscheid tussen sociaal-maatschappelijke, economische en gezondheidswaarden.

In de context van dit onderzoek is van belang dat geconstateerd wordt dat op diverse plekken aan de kusten van Noord-Holland Noord het druk is, maar dat er ook gebieden zijn die kunnen profiteren van een toename van het aantal gasten. Het is zaak om potentiële gasten te verleiden deze gebieden te bezoeken, onder meer door passend en verrassend aanbod. Aan de Noordzeekust zet de provincie zich samen met betrokken partijen in voor het verbeteren van de bereikbaarheid, door slimme en duurzame vervoersoplossingen. De gemeente Den Helder is een van de gebieden die kunnen profiteren van een groei van het aantal bezoekers. .

## 2.2 Doelgroepen

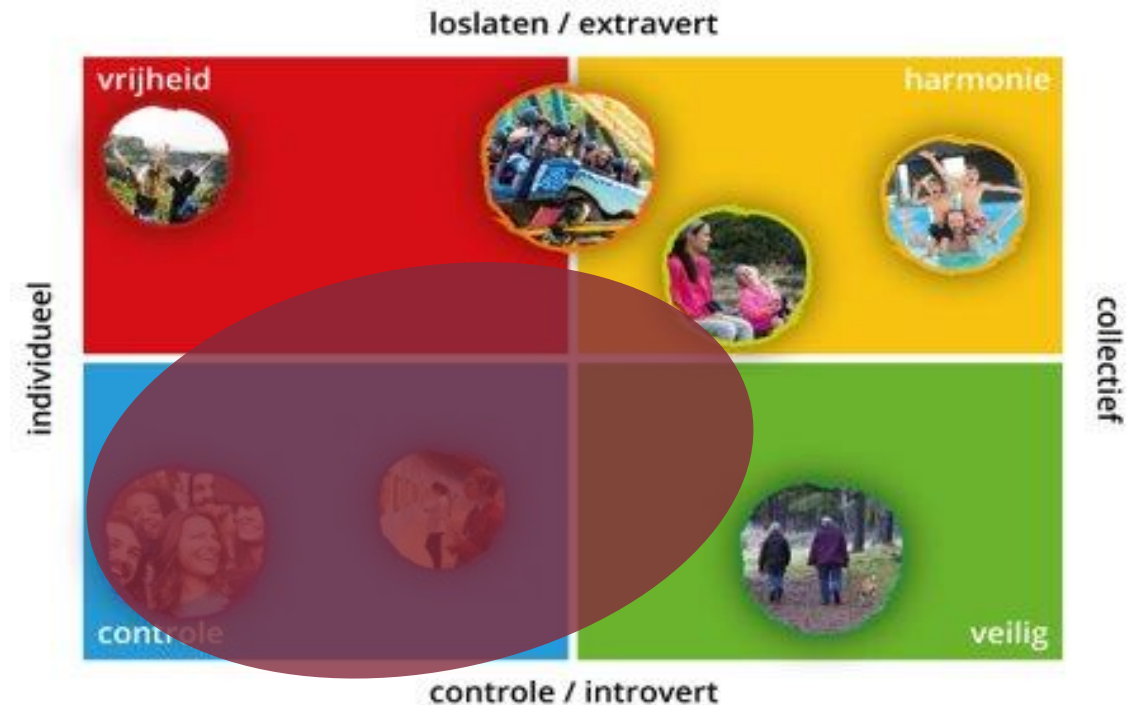
### Doelgroepen en positionering

Zoals gezegd richt het concept zich op een specifieke doelgroep. Het concept wordt gepositioneerd als een uiterst luxe concept waarin veel zaken vrij in te vullen zijn: indeling, inrichting, maar ook wel of niet verhuren. Het spreekt een doelgroep aan die houdt van luxe en comfort, van 'op maat gemaakt'. Ook de ruime kavels, eigen parkeerplaats en ruime luxe woningen, spreekt deze doelgroep aan. Het is een groep die privacy en rust waardeert, maar die er ook graag op uit gaat en actief bezig is. Dat er geen voorzieningen op het park zijn, creëert juist rust. Zolang er in de omgeving genoeg te doen is, is het goed. Dus omringd door fraaie natuur, leuke badplaatsen en overige voorzieningen zoals een golfbaan spreken hen zeker aan. De aanwezigheid van voldoende aansprekende en onderscheidende horeca is wel een punt van aandacht.

De woningen zijn geschikt voor een doelgroep die graag deelt; die de woning graag gebruikt met kinderen, kleinkinderen en vrienden ("drie generaties"). Een eventuele afwezigheid van een verhuurverplichting spreekt hen juist aan. Het is daarmee hun eigen domein; zij kunnen dit delen met degenen die dichtbij hen staan. Voor deze doelgroep geldt dat het verschil in kwaliteit en het luxe-niveau tussen hun eerste en tweede woning niet al te groot is.

In termen van de Leefstijlvinder (leefstijlvinder.nl) is de doelgroep het best te vergelijken met de Inzicht- en de Stijlzoekers (zie voor een korte omschrijving bijlage 1). En dan met name de wat ouderen, met een hoog inkomen. Het zijn recreanten die luxe en comfort waarderen en verdienen hebben, die rust en privacy opzoeken.

Figuur 1: Doelgroepen op basis van Leisure Leefstijlen





## 2.3 Kwalitatieve trends en ontwikkelingen

### Zuyd Duyne speelt goed in op veel actuele trends en ontwikkelingen

Op basis van eerdere studies en ervaringen herkennen wij een aantal (kwalitatieve) trends en ontwikkelingen in de markt van tweede en recreatiewoningen. De ontwikkeling van Zuyd Duyne sluit goed aan bij veel van deze trends en ontwikkelingen. De locatie, waterbeleving, concept, luxe en groepsbeleving maken het park onderscheidend ten opzichte van andere vakantieparken in de regio en hiermee heeft het park voor een duidelijke doelgroep een heldere propositie die goed in de huidige markt te positioneren valt.

- **Belang toplocaties:** De mate van succes hangt sterk samen met de vestigingslocatie. De locatie is vaak het vertrekpunt in de aanschaf of huur van de woning. De Kop van Noord Holland zien wij als een toeristisch gebied met potentie. Het is echter niet van het A+ niveau zoals bijvoorbeeld de Waddeneilanden of de Zeeuwse kust. Kansen zijn echter zeker aanwezig in deze regio (zie ook de sterke punten in het vorige hoofdstuk). De positieve prognoses in het Vitaliteitsonderzoek bevestigen dit beeld. Dit betekent echter dat de ontwikkeling moet kloppen (type en omvang woning in overeenstemming met opzet plan en directe omgeving), zeker in het hoogwaardige relatief dunne segment. De sterke link met de natuurlijke omgeving, de hoge mate van privacy en het hoge luxe niveau verzekeren dit;
- **Kustbeleving:** De succeskans van een recreatiewoningenproject wordt vergroot door een onderscheidende belevingswaarde van een park. Vaak is de belevingswaarde gerelateerd aan de succesfactoren omgeving, voorzieningen en concept. Directe nabijheid van de kust, water en waterfront-ontwikkelingen met privé-havens zorgen in de meeste gevallen voor aantrekkingskracht op kopers van tweede woningen. De nabijheid van een strand komt het recreatief gebruik doorgaans ten goede, en is zeker iets dat ook de Duitse markt aanspreekt. De kust op loopafstand, en te bereiken via een fraaie wandeling door het bos, is dan ook een sterke troef voor het park;
- **Concept en doelgroep:** Om als recreatiebedrijf op te vallen is een onderscheidend concept en doelgroepkeuze belangrijk. De accommodaties, de omgeving van het park, de voorzieningen, infrastructuur, het management (inclusief bejegening), de esthetische uitstraling en het verhaal van het park moeten één geheel vormen. Het concept moet aansluiten bij een doelgroep die van voldoende omvang is. Zeker aangezien Den Helder niet de reputatie heeft van een gevestigde badplaats, moet het concept tot in de puntjes uitgewerkt en verzorgd zijn. Mede door de grote mate van vrijheid bij de bouw en inrichting van de woningen is een goede aansluiting bij de kapitaalkrachtige koopmarkt gegarandeerd;

- **Luxe en comfort:** Steeds hogere en flexibele kwaliteitseisen worden gesteld. Dit betekent een toenemende vraag naar luxe en comfortabele recreatiewoningen met bijbehorende voorzieningen. Het verschil tussen de eerste en tweede woning is vaak klein. De tweede woning moet vaak minimaal dezelfde gemakken en voorzieningen hebben als men thuis ook heeft. Dit laatste geldt ook voor de hurende gast. De luxe woningen zijn van 5\*-kwaliteit, hebben meerdere luxe wellness badkamers, sfeervolle interieurs, smart home technology en butlerservice. Hiermee wordt voldaan aan de hoogste verwachtingen omtrent luxe en comfort;
- **Groepsbeleving:** Steeds vaker worden vakanties geboekt voor grotere gezelschappen. Hier wordt op ingespeeld door de grootte van de woningen. Deze woningen zijn zo ingericht dat drie generaties of grote groepen (familie, vrienden, etc.) kunnen verblijven en een optimaal gemak en comfort ervaren en deels eigen privacy. De slaapkamers in de woningen beschikken over een eigen luxe badkamer, waardoor de woning geschikt is samengestelde groepen. Hiermee wordt goed ingespeeld op de trend naar groepsbeleving;
- **Een eigen vakantiehuis is een vorm van belegging.** Voor veel vermogende mensen is het bezit van een recreatiewoning in eigen land een veilig eigendom. Zeker met de extreem lage rentestanden is men op zoek naar nieuwe manieren om vermogen te laten renderen of veilig te stellen. Het feit dat de woning aan de kust ligt geeft een grote mate van zekerheid dat de waarde ervan duurzaam stijgt. De locatie en de formules borgen ook een hoge huuropbrengst als dat nodig of wenselijk zou zijn;

- **Verblijf sluit aan bij huidige Corona-maatregelen.** De doelgroep voor hoogwaardige concepten bestaat voornamelijk uit vermogende en koopkrachtige mensen/families. Voor deze groep is een recreatiewoning op relatief korte reisafstand van de eigen woning (eigen plek, belegging) interessant. Met een recreatiewoning in Den Helder kan een eigenaar en/of huurder namelijk op korte termijn besluiten (afhankelijk van weer, persoonlijke omstandigheden e.d.) om wel of niet gebruik te maken van de recreatiewoning. Bovendien kan het gebruik van de woning veel gemakkelijker worden gecombineerd met zakelijke, medische of sociale verplichtingen dan in het buitenland. Zeker door Corona is een trend zichtbaar dat mensen willen recreëren dichtbij huis, gezien alle onzekerheden die komen kijken bij een verblijf in het buitenland. Nederland is het afgelopen jaar herontdekt als vakantieoord, en dit zal best wel eens structureel kunnen zijn. Daarnaast past het gebruik van de recreatiewoningen ook binnen de normen van de '1,5- meter' samenleving. Door de aanwezigheid van meerdere luxe badkamers zijn de woningen geschikt om bezocht te worden door meerdere huishoudens tegelijkertijd. Zo wordt geborgd dat, mocht het Coronavirus voor langere tijd in Nederland aanwezig blijven, de huurdersmarkt kan blijven worden aangesproken.





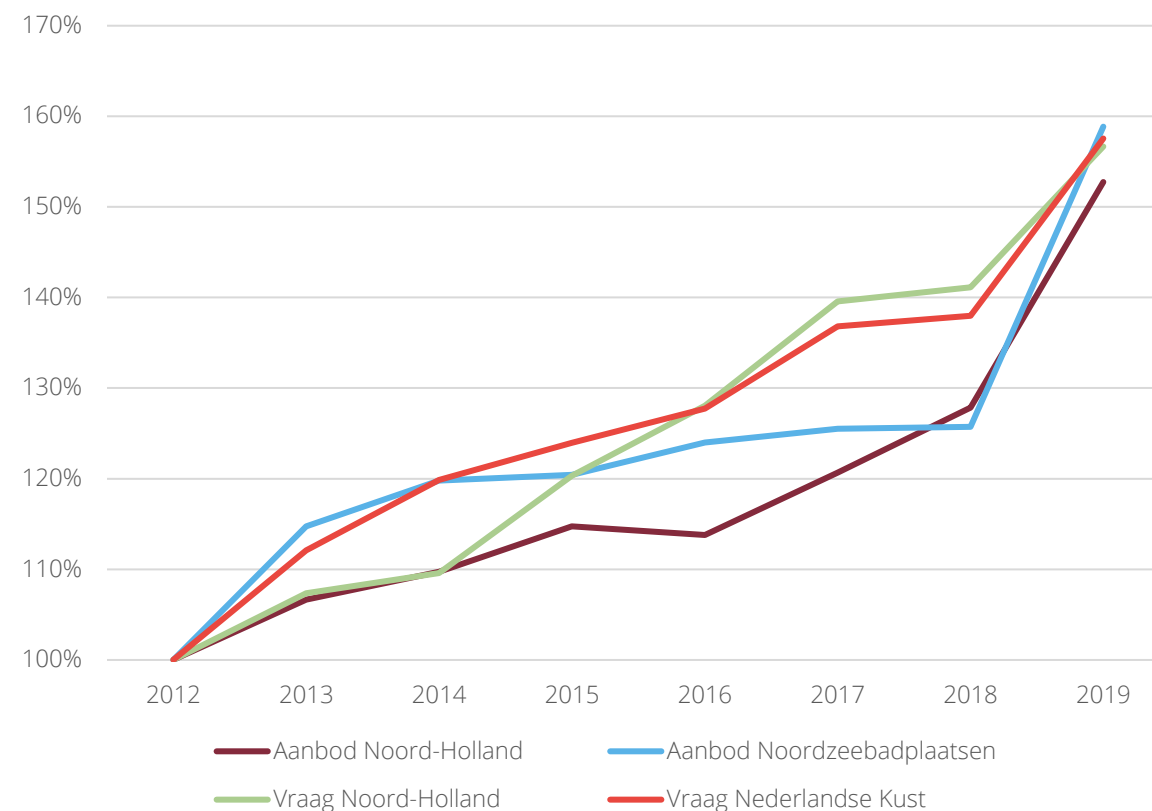
## 2.4 Kwantitatieve trends en ontwikkelingen

### Sterke groei vraag en aanbod naar vakantiehuisjes

Naast enkele kwalitatieve trends zien we ook dat de kwantitatieve vraag naar vakantiehuisjes aan de kust toeneemt. Het aanbod van vakantiehuisjes is de afgelopen jaren sterk toegenomen, zowel in Noord-Holland als in de Nederlandse Noordzeebadplaatsen (bron: CBS). In beide regio's is het aanbod in de periode 2012-2019 met ca. 50% toegenomen. In dezelfde periode zien we dat de vraag naar huisjesterreinen zelfs nog harder is gestegen. Deze is met ca. 60% gegroeid. Dit heeft tot gevolg dat de bezettingen ook zijn gegroeid. Nieuw aanbod wordt dus consistent door de markt geabsorbeerd. Hier moet wel bij worden aangetekend dat het om een periode van hoogconjunctuur gaat.

In het Coronajaar 2020 is de vraag naar vakantiehuisjes een stuk lager. Dit komt mede doordat vakantieparken een deel van het jaar verplicht hun deuren moesten sluiten. In de maanden dat de parken open konden was de bezetting echter hoog. De verwachting is dat dit ook voor de komende jaren zal gelden, met in het achterhoofd dat door Corona het binnenlands toerisme een boost heeft gekregen. Vooral de parken op aantrekkelijke A-locaties (zoals kust, Veluwe, Zuid-Limburg) zullen hiervan profiteren. Met kust, bos en stad binnen handbereik heeft Zuyd Duyne een goede propositie om in te spelen op deze trend.

Grafiek 1: Vraag en aanbod huisjesterreinen (index; 2012 = 100)



NB: De Nederlandse kust is breder gedefinieerd dan de Noordzeebadplaatsen, en behelst ook de groei in vraag op de Wadden.

Admiraal  
Verhuelplein

03

Benchmark  
concurrerend  
aanbod

## 3.1 Benchmark concurrerend aanbod regio

In de regio is het nodige verblijfsaanbod te vinden. Niet alle vakantieparken zijn naar verwachting concurrerend met Zuyd Duyne. Op basis van de volgende criteria hebben we de benchmark samengesteld:

- **Aantal huisjes:** Alleen parken met ten minste 10 huisjes maken onderdeel uit van de benchmark. Parken met overwegend kampeereenheden en/of gemengde parken maken geen onderdeel uit van de benchmark. Solitaire hoogwaardige recreatiewoningen maken eveneens geen onderdeel uit van de benchmark.
- **Locatie:** Gelegen in de regio Kop van Noord-Holland en dan specifiek in de sub-regio NoordzeeKust. Parken op Texel maken geen onderdeel uit van de benchmark.
- **Toeristische verhuur:** Het aanbod op de parken moet overwegend toeristisch worden verhuurd vanuit een centrale exploitatie. Standaard tweede woningparken en parken met veel permanente bewoning maken geen onderdeel uit van de benchmark.
- **Veel voorzieningen, focus op middensegment.** Dit zijn vaak grote parken waar veel te doen en waar veel voorzieningen aanwezig zijn. De kwaliteit van deze parken is overwegend gemiddeld. Op Landal Oogduyne, maar ook op andere parken, wordt bijvoorbeeld (in beperkte mate) permanent gewoond. Veel van deze parken richten zich op een brede doelgroep (vooral gezinnen met kinderen) in het middensegment. De concurrentie van Zuyd Duyne met deze parken is zeer beperkt.
- **Geen of weinig voorzieningen, eveneens focus op middensegment.** De nodige parken zijn relatief kleinschalig in termen van capaciteit (tot 50 huisjes). De meeste hiervan hebben geen of weinig voorzieningen. In het geval dat er voorzieningen aanwezig zijn gaat het vaak om een kleine supermarkt of speelvoorzieningen voor kinderen. De meeste van deze parken richten zich eveneens op het middensegment, of het midden-hoge segment. Dat blijkt ook uit de reviewscores die overwegend als 'redelijk' te beoordelen vallen. Daarnaast zijn er ook veel parken die zich richten op de onderkant van de markt en waarvan de huisjes vaak individueel verhuurd worden. De concurrentie met Zuyd Duyne zal eveneens voor deze categorie parken zeer beperkt zijn.

De resultaten van de benchmark staan in de tabel en grafiek op de volgende pagina's. De resultaten komen overeen met de conclusies uit het Vitaliteitsonderzoek, namelijk dat de parken weinig onderscheidend zijn en echte toppers ontbreken. *Grosso modo* kan het huidige aanbod worden ingedeeld in twee categorieën:



Om de regionale markt in beeld te krijgen moet, naast het huidige aanbod, ook naar het geplande aanbod en nieuwbouwprojecten gekeken worden. Op basis van deskresearch, contact met de gemeenten Den Helder, Schagen en Hollands Kroon en een eerdere inventarisatie vanuit het Vitaliteitsonderzoek is ingegaan op het geplande aanbod. We richten ons hier vooral op de harde plannen met een jaarronde opening, dus waar geen bestemmingsplanwijziging voor nodig is:

- **Qurios Callantsoog:** Een park dat zomer 2021 open gaat. Het park behelst 90 huisjes vlak achter de duinen in Callantsoog. De huisjes zijn van goede kwaliteit en richten zich op een midden-hoog marktsegment. Desondanks zijn de privacy, grootte en het luxe niveau niet van dezelfde orde van grote in vergelijking met Zuyd Duyne.
- **Boskerpark** is een ontwikkeling bij Grootte Keeten in Callantsoog. Het is een omvangrijk initiatief van ca. 300 huisjes, waarbij recentelijk het bestemmingsplan onherroepelijk is geworden. Conform bestemmingsplan moeten de woningen goed worden geïntegreerd in het polderlandschap en dient er veel groen op het park aanwezig te zijn. Ook is er sprake van de aanwezigheid van centrale voorzieningen als een zwembad en sportfaciliteiten. Vanwege de omvang van het park zal het naar verwachting een andere doelgroep aanspreken dan Zuyd Duyne;
- **Uitbreiding Camping de Wielen:** Betreft een gemengd park (kamperen, bungalows en chalets) dat meer landinwaarts is gelegen. De uitbreiding betreft 32 huisjes die reeds allemaal verkocht zijn en in het voorjaar 2022 opgeleverd worden. Vanwege de ligging en het concept zal het park geen directe concurrentie vormen voor Zuyd Duyne;
- **Uitbreiding De Bongerd:** Vakantiepark De Bongerd in Tuitjenhorn heeft een vergunning voor een uitbreiding met 225 lodges. Het betreft een echte familiecamping met veel entertainment en vermaak voor kinderen. De uitbreiding zal daarom naar verwachting weinig concurrentie betekenen voor Zuyd Duyne, ook aangezien de uitbreiding geen stenen vakantiehuisjes betreft.
- **Transformatie Camping Corfwater:** Huidige camping wil transformeren naar 75 recreatiewoningen. Het park moet uiteindelijk een open, transparant en toegankelijk duinlandschap worden met daarin hoogwaardige recreatiewoningen. Dutchen wordt genoemd als ontwikkelaar. Verder nog weinig bekend over de kwaliteit van de woningen, en formeel gaat het hier nog om een 'zacht' plan.

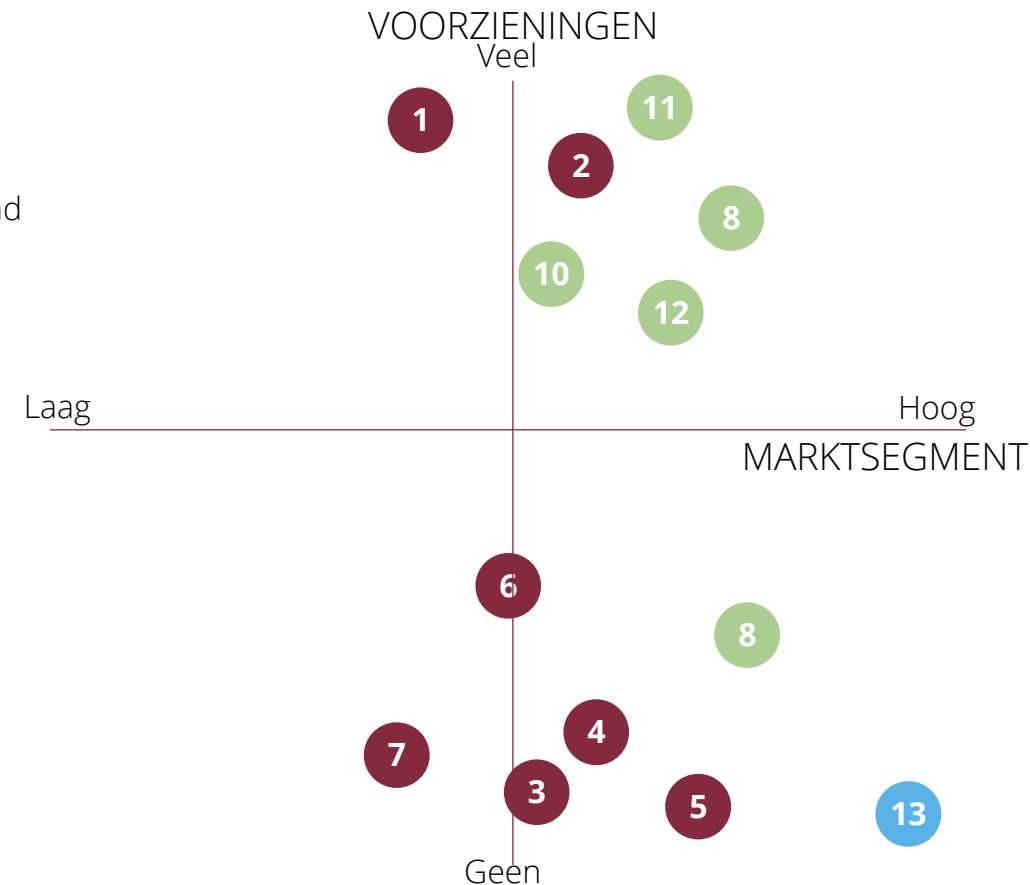
## 3.2 Benchmark concurrerend aanbod regionaal

In de onderstaande tabel staan de vakantieparken die in enige mate concurrerend kunnen zijn met Zuyd Duyne. De **rode** nummers zijn bestaande parken, de **groene** nummers de parken in de planvoorraad. De Figuur rechts geeft aan hoe de parken zich (globaal) verhouden tot Zuyd Duyne, zowel in termen van voorzieningen als marktsegment.

Tabel 1: Benchmark huidig en toekomstig aanbod vakantiewoningen Kop van Noord-Holland

	NAAM	PLAATS	AANTAL HUISJES	GOOGLE-REVIEWS	SEGMENT	VOORZIENINGEN
1	BUNGALOWPARK STRANDSLAGE	JULIANADORP	334	4,6	MIDDEN-LAAG	VEEL
2	LANDAL BEACH RESORT OOGHDIUYNE	JULIANADORP	317	4,2	MIDDEN	VEEL
3	VILLAPARC DUYNOPGANG	JULIANADORP AAN ZEE	12	4,1	MIDDEN-HOOG	GEEN
4	RESORT DUYNZICHT	JULIANADORP AAN ZEE	33	4,5	MIDDEN-HOOG	GEEN
5	VILLAPARK ANZELHOEF	SINT MAARTENSVLOTBRUG	32	4,5	MIDDEN-HOOG	GEEN
6	PARK DUINLAND	SINT MAARTENSVLOTBRUG	261	4,2	MIDDEN	BEPERKT
7	BOHEMIEN RESORT	SINT MAARTENSVLOTBRUG	47	3,8	MIDDEN	GEEN
8	QUIROS CALLANTSOOG	CALLANTSOOG	90	-	MIDDEN-HOOG	BEPERKT
9	BOSKERPARK	CALLANTSOOG	300	-	MIDDEN-HOOG	REDELIJK VEEL
10	DE WIELEN	SINT MAARTEN	32	-	MIDDEN	REDELIJK VEEL
11	DE BONGERD	TUITJENHORN	225	-	MIDDEN	VEEL
12	CORFWATER	PETTEN	70	-	MIDDEN-HOOG	REDELIJK VEEL
13	ZUYD DUYN	DEN HELDER	35	-	ZEER HOOG	GEEN

Figuur 1: Verhouding aanbod vakantiewoningen



NB: Maximum score op Google Reviews is een 5. De oriëntatie op marktsegment is een inschatting op basis van de ons bekende informatie en desk research. De positionering in het assenstelsel is eveneens indicatief. Dit geldt met name voor de parken in de planvoorraad. Over deze parken is nog weinig informatie bekend.

### 3.3 Benchmark concurrerend aanbod landelijk

De regionale benchmark toont aan dat het concept en luxeniveau van Zuyd Duyne wezenlijk anders is dan het overige aanbod in de regio. Elders in het land zijn wel vergelijkbare parken te vinden, die eveneens inspelen op vraag in het bovenste marktsegment. Door een benchmark te presenteren met deze parken kan een inschatting worden gemaakt van de potentie van Zuyd Duyne, en in hoeverre het daadwerkelijk inspeelt op vraag uit de bovenkant van de markt:

- Voor Zuyd Duyne geldt dat het aantal woningen per hectare als 'goed' valt te benoemen. De meeste parken zitten tussen de 6 en de 12 woningen per hectare. Parken met een lagere dichtheid per hectare bieden voor de gast meer ruimte, meer privacy, een betere landschappelijke inpassing en daarmee luxer verblijf.
- Zuyd Duyne wil zich op een serviceniveau positioneren waarbij veel luxeservices worden aangeboden. Zo worden de bedden (standaard) opgemaakt, kunnen de boodschappen worden bezorgd in de vakantiewoning en is er een ontbijtservice, waarbij het ontbijt dagelijks vers wordt afgeleverd bij de accommodatie. Deze drie services komen bij andere parken ook voor, al worden ze doorgaans niet allemaal aangeboden. Uitzondering is Puur Exloo, eveneens een Kontour ontwikkeling, met Landal als verhuurorganisatie. Dit park heeft de hoogste Net Promotor Score (NPS) van alle Nederlandse Landal parken.
- De meeste parken scoren boven de 4 op Google-reviews, maar idealiter zou het streven moeten zijn om een score te hebben hoger dan 4,5.

Tabel 2 & 3: Benchmark concurrerend aanbod landelijk

BENCHMARKPARK	AANTAL WONINGEN	AANTAL HA.	DICHTHEID
CENTER PARCS PORT ZÉLANDE	700	27	25,9
HOF VAN SAKSEN	800	63	12,7
BOSRIJK EFTELING	203	17	12,2
ROOMPOT BEACH RESORT NIEUWVLIET-BAD	360	32	11,3
LANDAL RESORT OUDDORP DUIN	260	30	8,6
DUTCHEN DE GROOTE DUYNEN	109	15	7,3
LARGO HARBOUR VILLAGE	78	12	6,5
PUUR EXLOO	180	21	9
<b>ZUYD DUYNE DEN HELDER</b>	<b>35</b>	<b>5,5</b>	<b>6</b>

BENCHMARKPARK	ONTBIJT AAN HUIS	BOODSCHAPPEN-BEZORGSERVICE	OPGEMAAKTE BEDDEN	GOOGLE REVIEWS
BOSRIJK EFTELING	NEE	NEE	JA	4,7
CENTER PARCS PORT ZÉLANDE	JA	NEE	JA	4,0
DUTCHEN DE GROOTE DUYNEN	NEE	NEE	JA	4,6
HOF VAN SAKSEN	JA	JA	JA	4,6
LANDAL RESORT OUDDORP DUIN	NEE	JA	JA	4,5
LARGO HARBOUR VILLAGE	NEE	NEE	JA	4,2
ROOMPOT BEACH RESORT NIEUWVLIET-BAD	NEE	NEE	JA	4,2
PUUR EXLOO	JA	JA	JA	4,6
<b>ZUYD DUYNE DEN HELDER</b>	<b>JA</b>	<b>JA</b>	<b>JA</b>	<b>--</b>



## 3.4 Aanbod koopmarkt

De koopmarkt voor recreatiewoningen is volop in ontwikkeling en zeer dynamisch. Door de Corona-maatregelen is de vraag naar recreatiewoningen in eigen land nog verder toegenomen. De verkoopmarkt wordt dan ook beoordeeld als zeer gunstig. In dit hoofdstuk wordt dit verder onderbouwd.

### Afbakening marktgebied

Om de markt(ontwikkelingen) met betrekking tot de koopmarkt te beoordelen bakenen we het verzorgingsgebied af tot de regio Kop van Noord-Holland (bestaande uit de gemeenten Den Helder, Schagen en Hollands Kroon). Formeel hoort Texel ook bij deze regio, maar dit beschouwen we als een apart marktgebied, met een kenmerkend toeristisch karakter en een eigen identiteit. De overige drie gemeenten zijn qua type gebied en beleving vergelijkbaar, en worden gekenmerkt door een combinatie van kustbeleving, kustplaatsjes en een uitgestrekt binnenland. Net iets meer dan de helft van alle verblijfsrecreatieve bedrijven in deze regio is in Schagen gevestigd, gevolgd door Den Helder en Hollands Kroon. Vanuit De Nederlandse Coöperatieve Vereniging van Makelaars en Taxateurs (NVM) wordt gekeken naar de kust van Noord-Holland als marktgebied omdat een verdere verdieping niet beschikbaar is. Dit is dus feitelijk een iets groter gebied dan het door ons afgebakende verzorgingsgebied (zie kaart bijlage 2).

### Landelijke ontwikkeling koopmarkt recreatiewoningen

Op basis van deskresearch (bijv. studies/documentatie Nederlandse Vereniging van Makelaars o.g. en vastgoeddeskundigen (NVM, 2020)) concluderen we dat de landelijke markt voor recreatiewoningen gunstig is. Het aantal transacties en de transactiepreizen namen in de periode 2015-2019 ieder jaar toe, al was er wel een (lichte) daling te zien van het aantal transacties in 2019 na het recordjaar 2018. Ook neemt de vraag naar duurdere recreatiewoningen (> €200.000) toe, wat blijkt uit het groter wordende aandeel van woningen in deze prijsklasse op het totaal aantal transacties. De afgelopen jaren was er geen krapte op de landelijke markt voor recreatiewoningen, en daarom typeert het NVM de markt als 'evenwichtig' (bron: NVM, 2020).

Het aanbod in het hoogste segment is landelijk wel iets hoger dan de vraag (> € 500.000). Dit komt vooral doordat veel nieuwbouw zich op dit segment richt. Deze constatering lijkt echter weinig betrekking te hebben op het onderhavige verzorgingsgebied, aangezien de plancapaciteit voor nieuwbouw recreatiewoningen in het hoogste segment in deze regio zeer beperkt is (zie ook de vorige paragraaf over het toekomstige concurrerende aanbod).

De gemiddelde verkoopprijs van een verkochte recreatiewoning in Nederland in 2019 bedraagt € 152.000,- op een perceel van gemiddeld zo'n 400 m<sup>2</sup>. De beoogde verkoopprijs en perceelgrootte van de woningen in Zuyd Duyne zijn fors hoger en groter dan deze gemiddelden. Dit toont het onderscheidend vermogen aan van het concept. De ontwikkeling in Den Helder betreft een significant ander product dan wat gemiddeld gangbaar is in deze sector.

Regionale verschillen in vraag en aanbod zijn aanzienlijk. Het aantal transacties in de regio Kust van Noord-Holland nam tussen 2017 en 2019 af met ca. 17%, van 725 transacties in 2017 naar 625 transacties in 2019. Oorzaak is dat het beschikbare aanbod hier vrijwel opgedroogd is. De transactiepreizen stegen in de periode aanzienlijk, met ca. 9%. Dit betekent dat de vraag groter is dan het aanbod. Als we kijken naar de transactieprijs per m<sup>2</sup> dan neemt de regio de Kust van Noord-Holland de derde positie in, na de Wadden en Zeeland. Per m<sup>2</sup> wordt gemiddeld ca. € 2.600 betaald.

### Huidig aanbod: te koop staande recreatiewoningen

In de regio's Kop van Noord-Holland en Alkmaar en omgeving staan 63 recreatiewoningen op een recreatiepark in de verkoop (peilmoment: 6 mei 2021). Van deze woningen hebben er 6 een minimale vraagprijs van € 500.000 (k.k.) of hoger (tabel 4). 5 van deze woningen liggen echter op Texel, en vallen daarmee buiten het marktgebied. Dit betekent dat er momenteel slechts één recreatiewoning te koop staat in het marktgebied van Zuyd Duyne met een vergelijkbare vraagprijs. Het betreft een vakantievilla in Sint Maartensvlotbrug op het Park Duinland. De woning heeft een oppervlakte van 187 m<sup>2</sup> en staat op een perceel van 458m<sup>2</sup>. De woning is geschikt voor 10 personen, ligt op loopafstand van de kust en staat te koop voor € 598.750 (k.k.). Momenteel is dit de enige woning die een directe concurrentie vormt voor de woningen van Zuyd Duyne.

Het afgelopen jaar zijn er 4 woningen verkocht in de regio's Kop van Noord-Holland en Alkmaar en omgeving met een vraagprijs van boven de € 500.000. 3 van deze 4 woningen werden binnen een maand verkocht. De omloopsnelheid van recreatiewoningen in dit marktsegment is hoog en tekent de kansen voor woningen in dit segment. Uiteraard gaat het om zeer beperkte aantallen, maar het is een feit dat er recreatiewoningen zijn verkocht in het allerhoogste marktsegment die overwegend een zeer beperkte doorlooptijd hadden. Er is dus onomstotelijk vraag naar dit type woningen.

De 5 recreatiewoningen (te koop en verkocht) liggen op 5 verschillende parken/recreatiegebieden. Het merendeel van het aanbod bestaat uit bestaande woningen die al in eigendom zijn van een eerste of volgende eigenaar. Het bouwjaar is wisselend. De oudste woningen zijn in de jaren '50 gebouwd, en liggen in het duingebied. Dit zijn direct ook de duurste woningen. De meest recente ontwikkeling is het nieuwbouwproject van Villapark Duynvoet (gemeente Bergen). Dit project behelst 13 nieuwbouw recreatiewoningen die verhuurd gaan worden via Dutchen.

**Tabel 4:** Benchmark koopwoningen Kop van Noord-Holland

PARK/GEBIED	TYPE WONING	PLAATS	BOUWJAAR/-PERIODE	WOONOPP. (M2 BVO)	PERCEELOPP. (M2)	VOORZIENINGEN	PRIJS (K.K.)	PRIJS PER M2 BVO	STATUS
PARK DUINLAND	VRIJSTAAND	SINT MAARTENSVLOT BRUG	2011-2020	187M2	458M2	LOOPAFSTAND VAN ZEE, TENNISBANEN OP HET PARK. SAUNA EN PARKEERPLAATS AANWEZIG	€ 598.750	€ 3.202	TE KOOP
EGMOND AAN ZEE (SOLITAIRE WONING)	VRIJSTAAND	EGMOND AAN ZEE	1953	170M2	988M2	OP 100 METER VAN STRAND EN DORPSKERN. RECENTELIJK VOLLEDIG VERBOUWD, GELEGEN OP EEN DUIN DUS VEEL PRIVACY	€ 1.250.000	€ 7.353	VERKOCHT
BERGEN (SOLITAIRE WONING)	VRIJSTAAND	BERGEN	PERCEEL - WONING IN AANBOUW	200M2	695M2	LOOPAFSTAND VAN BERGERBOS EN CENTRUM BERGEN.	€ 669.000	€ 3.345	VERKOCHT
EGMOND AAN ZEE (SOLITAIRE WONING)	VRIJSTAAND	EGMOND AAN ZEE	1954	169M2	535M2	TEGEN DE DUINOPGANG. WONING IS GEMODERNISEERD EN MAG VAST BEWOOND WORDEN	€ 885.000	€ 5.237	VERKOCHT
VILLAPARK DUYNVOET	VRIJSTAAND	SCHOORL	2015	146M2	ONB.	ONDERDEEL LUXE VAKANTIEPARK, HUISJE HEEFT JACUZZI	€ 595.000	€ 4.075	VERKOCHT



## Conclusies aanbodanalyse

Er staat op moment van schrijven in de marktregio de kust van Noord-Holland (excl. Texel) één recreatiewoning met een vergelijkbaar prijsniveau als de beoogde ontwikkeling in Zuyd Duyne in de verkoop. Dit is direct de enige woning die een potentiële concurrent is voor de woningen van Zuyd Duyne. Afgelopen jaar zijn er slechts 4 woningen verkocht met een vraagprijs van boven de € 500.000 (k.k.). Dit bevestigt de conclusies van het rapport van de NVM naar recreatiewoningen dat er in dit marktgebied nauwelijks transacties worden gedaan wegens schaarse aan recreatiewoningen, zeker in het hogere segment. De stijgende vraagprijzen en de hoge omloopsnelheid bevestigen dit beeld.

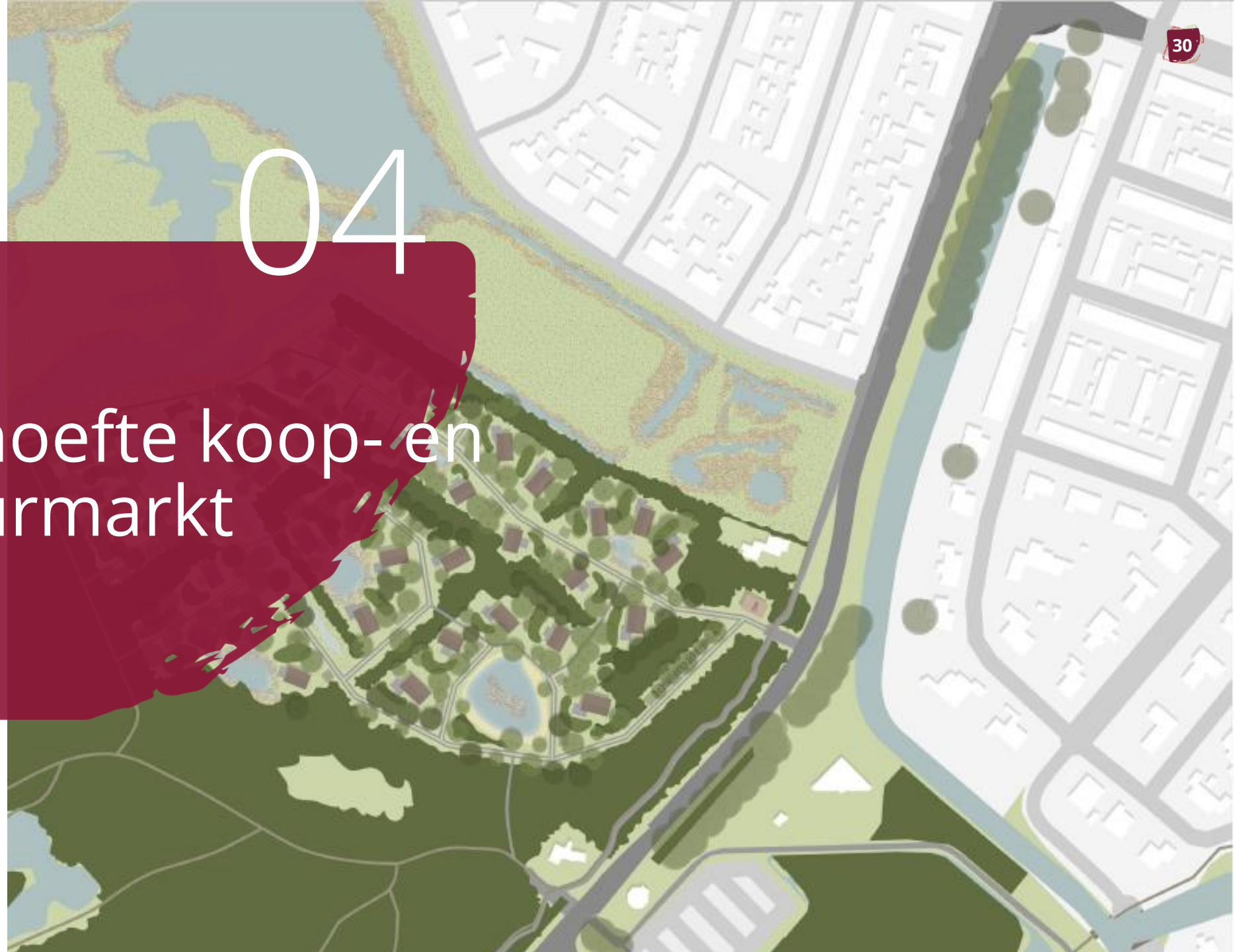
De prijs per m<sup>2</sup> BVO ligt in het verlengde van de andere recreatiewoningen in de benchmark. Daarnaast zijn de conceptuele uitgangspunten van de ontwikkeling van Zuyd Duyne consistent en in aansluiting bij de marktbehoeften. Maximaal 35 eenheden maakt het overzichtelijk en persoonlijk. Doordat het park opereert in een nichemarkt is het ook aantrekkelijk voor de verhuurmarkt. Beleggers willen niet alleen direct rendement, maar vaak ook een waardevaste belegging voor lange termijn waarbij ze ook een familiebezit hebben voor de toekomst.

Het is niet de verwachting dat er de komende jaren soortgelijk aanbod met eenzelfde prijsniveau zal worden gerealiseerd in de regio, al kunnen de nieuwbouw recreatiewoningen van Curios Callantsoog, Boskerpark en Corfwater wellicht worden gezien als een goedkoper alternatief. Desondanks verwachten we dat deze parken een andere doelgroep zullen aanspreken.

Het onderscheidend vermogen van de recreatiewoningen in Den Helder in termen van locatie, luxe en grootte moet daarom direct duidelijk zijn voor potentiële kopers. In dat geval heeft de beoogde ontwikkeling in Den Helder een goede basis voor de verkoop van de woningen. De benchmark maakt duidelijk dat een soortgelijk park momenteel ontbreekt in de marktregio, en dat ook de toekomstige plannen overwegend op een lager marktsegment georiënteerd zijn. De primaire vraag is evenwel of er voldoende markt is voor deze woningen aanvullend op de reeds te koop staande woningen en het vergelijkbare nieuwbouwplan. Dit wordt in het volgende hoofdstuk beantwoord.

# 04

## Behoeftte koop- en huurmarkt



## 4.1 Behoeftte en vraag koopmarkt

### Introductie

In dit hoofdstuk toetsen wij de kwantitatieve en/of kwalitatieve behoefte aan Vakantiepark Zuyd Duyne. We maken onderscheid in de koopmarkt (4.1.) en de huurmarkt (4.2.). Uit voorgaande hoofdstukken werd duidelijk dat Vakantiepark Zuyd Duyne een onderscheidend concept is in de regio, bestaande uit de gemeenten Den Helder, Hollands Kroon en Schagen. Door dit onderscheidend vermogen voorziet Vakantiepark Zuyd Duyne in een kwalitatieve behoefte. Dit is in voorgaande hoofdstukken getoetst door een confrontatie tussen vraag en aanbod en een analyse van de huidige regionale planvoorraad. Dit hoofdstuk bevat een kwantitatieve analyse voor de koopmarkt, aanvullend op de aanbodanalyse in voorgaand hoofdstuk (4.1). Ook gaan we in dit hoofdstuk in op de huurmarkt. Vakantiepark Zuyd Duyne richt zich op het hoogste huursegment. De woningen hebben weinig tot geen invloed op de bestaande markt en daarom baseren wij ons in dit hoofdstuk op de kwalitatieve behoefte (4.2.). Ten slot wordt beargumenteerd waarom de onderhavige ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied gerealiseerd kan worden (4.3.)

### Berekening behoefte koopmarkt

Voor de berekening van de marktbehoefte gaan we uit van de volgende uitgangspunten:

- Uitgaande van een reistijd van twee uur heeft de locatie in Den Helder een grote potentiële afzetmarkt (zie ook bijlage 3). Dit gebied, grofweg bestaande uit heel Nederland, minus de provincies Limburg, Zeeland en delen van Brabant, Overijssel en Gelderland;
- Het aantal huishoudens in deze marktregio<sup>2</sup> met een bruto huishoudinkomen van boven de € 100.000 per jaar bedraagt ca. 1,2 miljoen huishoudens (bron: CBS). Dit huishoudinkomen fungeert als ondergrens voor de afzetmarkt die naar verwachting de financiële middelen hebben een woning in het beoogde prijssegment aan te schaffen;
- Daarnaast is het de verwachting van Kontour Vastgoed dat er vanuit Duitsland de nodige vraag zal zijn naar recreatiewoningen in deze regio. Uit referentieprojecten blijkt bijvoorbeeld dat ongeveer 20% van de woningen is verkocht aan Duitsers. Deze doelgroep maakt echter geen onderdeel uit van de berekening, en komt dus feitelijk nog bovenop de berekende marktbehoefte.

<sup>2</sup> Dit zijn alle Nederlandse provincies exclusief Zeeland en Limburg. De provincies Brabant, Gelderland en Overijssel tellen voor 50% mee.



Om de regionale behoefte nader te kwantificeren is een beroep gedaan op rapportages van het NVM. Het aantal huishoudens in Nederland met een bruto huishoudinkomen van ten minste € 100.000 per jaar bedraagt ca. 1,2 miljoen huishoudens (bron: CBS). Dit is de potentiële afzetmarkt waarvan wij verwachten dat ze de financiële middelen hebben om een recreatiewoning te kopen in het beoogde marktsegment. Hierop passen we de volgende filters toe (bron: NVM, 2016):

- 2% van de huishoudens geeft aan in een enquête van het NVM zeker te weten dat ze binnen vijf jaar een recreatiewoning gaan aanschaffen;
- 1 op de 6 huishoudens gaat vervolgens daadwerkelijk over tot aanschaf (bron: NVM 2016). We verwachten echter dat voor deze kapitaalkrachtige doelgroep dit getal hoger ligt, aangezien financiële belemmeringen in mindere mate een beperkende factor zijn bij de keuze tot aanschaf. Op basis van onze eigen inschatting ramen we daarom dat 1 op de 3 huishoudens in deze categorie daadwerkelijk over gaat tot aanschaf;
- 6% van de ondervraagden wenst een recreatiewoning aan te schaffen in de NVM-regio de Kust van Noord-Holland;
- 80% van de huishoudens wenst een vrijstaande recreatiewoning te kopen. In het NVM-rapport wordt gesproken van 59%, maar dit is een gemiddelde van alle huishoudens. Voor de hogere inkomensgroepen zal de vraag naar een vrijstaande woning significant hoger zijn. Vandaar dat we ervoor gekozen hebben dit percentage naar boven bij te stellen. Een deel zal echter ook kiezen voor een appartement met een fraai uitzicht;
- 50% van de huishoudens zal kiezen voor nieuwbouw. In het NVM-rapport wordt dit percentage geraamd op 35%. Echter, in het bovenste prijssegment wensen potentiële kopers de optie te hebben hun recreatiewoning 'op maat' te kunnen aanschaffen, en dus invloed te hebben op de indeling en aanwezige voorzieningen van de woning. Het percentage dat kiest voor nieuwbouw zal dan ook hoger zijn dan het landelijke gemiddelde.

Met deze filters is de marktbehoefte te bepalen. Zoals bovenstaand uiteengezet is dit gebaseerd op zoveel mogelijk op de markt afgestemde analyses, maar tevens op een aantal aannamen en inschattingen. Daarom is het goed de marktbehoefte in een bandbreedte uit te drukken met een onder- en bovengrens. Als we deze filters toepassen op het aantal huishoudens dan prognosticeren we de marktvrage op 175 - 225 recreatiewoningen per vijf jaar, ofwel circa 35 - 45 nieuwbouw recreatiewoningen in het hoogste prijssegment in het marktgebied (NVM-regio De kust van Noord-Holland) per jaar.

Naar verwachting zal een deel van deze vraag landen in het Den Helderse deel van de NVM-regio, aangezien er in het overige marktgebied naar verwachting weinig tot geen vrijstaand nieuwbouw-aanbod op de markt zal komen in het bovenste segment. De vraag vanuit de Duitse markt komt hier feitelijk nog bovenop. Zoals gezegd bedraagt deze ca. 20% op basis van een referentieproject. De totale marktbehoefte zou dan uitkomen op ca. 45 - 55 nieuwe recreatiewoningen in de marktregio.

De berekening gaat in op de reguliere vraag vanuit de koopmarkt. Daarnaast is er ook vraag vanuit institutionele beleggers en investeringsfondsen naar recreatief vastgoed. Als vuistregel wordt vaak aangehouden dat 1/3 van het aanbod wordt gekocht door deze groepen. Dat zou in dit geval dan om ca. 15 woningen gaan.

Tabel 5: Berekening marktbehoefte koopmarkt

BEHOEFTE	FILTERS EN AANTALLEN
<b>HUISHOUDENS AFZETGEBIED</b>	<b>1,2 MILJOEN</b>
OVERWEEGT AANKOOP	2%
GAAT OVER TOT AANKOOP	33%
AANKOOP IN REGIO KUST VAN NOORD-HOLLAND	6%
WENST VRIJSTAANDE RECREATIEWONINGEN	80%
WENST NIEUWBOUW WONING	50%
<b>MARKTBEHOEFTE PER 5 JAAR</b>	<b>175 - 225 WONINGEN</b>
<b>MARKTBEHOEFTE PER JAAR</b>	<b>35 - 45 WONINGEN</b>
BEHOEFTE DUITSE MARKT	+20%
<b>TOTAAL BEHOEFTE PER JAAR</b>	<b>CA. 45 - 55 RECREATIEWONINGEN</b>

Het voorgaande leidt tot de verwachting dat er beperkt marktbehoefte is voor recreatiewoningen in het (hoge) beoogde segment. Dit beperkt zich tot een maximum van ca. 50 recreatiewoningen per jaar (indien je de totale behoefte voor 5 jaar gelijk verdeeld per jaar). De marktbehoefte wordt daarmee bijna volledig ingevuld met de realisatie van Zuyd Duyn in Den Helder. De bestaande overige plancapaciteit richt zich voornamelijk op doelgroepen in lagere prijssegmenten. Dit betekent dat de nieuwe recreatiewoningen in Den Helder kunnen inspelen op een landelijke behoefte, maar dat het belangrijk is om aan diverse randvoorwaarden te voldoen:

- Het beoogde luxeniveau is dusdanig hoog dat het niet volledig op de reguliere koopmarkt inspeelt. Het is daarom de verwachting dat het concept de nodige eigen vraag genereert. Het is echter wel essentieel dat het beoogde aanbod onderscheidend genoeg is ten opzichte van het huidige en toekomstige aanbod, zowel in termen van kwaliteit als locatie;
- Het aanboren van de Duitse markt wordt gezien als kansrijk. Vanuit enkele referentieprojecten is bekend dat de Duitse vraag naar recreatiewoningen aan de Nederlandse kust en meren groot is. Hier moet echter wel acquisitie op worden gevoerd. Kontour heeft reeds de beschikking over een ruim bestand aan potentiële Duitse kopers;
- De beoogde services door middel van een lokale beheerder vormen een onderscheidend onderdeel van het concept en moeten zijn gewaarborgd. Dit is onderscheidend ten opzichte van het huidige te koop staande aanbod. Overwogen kan worden om extra services aan te bieden die aansluiten bij de wensen van de doelgroep (zoals beschreven in hfst 2). Daarbij moet vooral privacy gewaarborgd worden, iets dat voor deze doelgroep een zeer belangrijke voorwaarde is bij aanschaf van een woning. Een eigen parkeerplaats en vrijstaande woningen waarborgen dit, evenals de dichtheid van ca. zes woningen per hectare;



## 4.2 Behoefte en vraag verhuurmarkt

Naast de koopmarkt krijgt ook de verhuurmarkt een impuls met de toevoeging van 35 luxe recreatiewoningen. Een deel van de woningen zal worden verhuurd. Mocht, in lijn met de Regionale Visie Verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord, gekozen voor een verhuurverplichting van 70% van de capaciteit, dan zou dat betekenen dat ten minste 25 woningen zullen worden verhuurd. In dit hoofdstuk wordt de reguliere vraag vanuit de verhuurmarkt nader toegelicht.

Als basis voor de marktruimte dient de berekening zoals opgesteld in het Vitaliteitsonderzoek (bron: ZKA, 2018). Destijds werd geconcludeerd dat er marktruimte is voor de toevoeging van ca. 750 vakantiehuisjes in de regio Kop van Noord-Holland tot en met 2023. Echter, ook werd geconcludeerd dat de harde planvoorraad groter is dan de toenmalige marktruimte. Het overaanbod betrof ca. 300 eenheden. Voor dit onderzoek hebben we contact gezocht met de gemeenten Schagen en Den Helder. Aangegeven werd dat er weinig veranderingen hebben plaatsgevonden in de aanbodbestanden en de planvoorraden. Grote wijzigingen hebben de afgelopen niet plaatsgevonden.

De toevoeging van 35 extra vakantiewoningen in het hoogste huursegment zal weinig tot geen invloed hebben op de marktruimte. Daarvoor hebben we de volgende argumenten:

- De recreatiewoningen van Zuyd Duyne genereren voornamelijk additionele vraag naar verhuurwoningen in de regio Kop van Noord-Holland. Het spreekt namelijk een doelgroep aan die momenteel niet of nauwelijks aanwezig is in de regio. De marktruimteberekening heeft vooral betrekking op de reguliere marktvraag, waar in dit geval dus niet of nauwelijks een beroep op wordt gedaan. Een verschuiving van vraag binnen de regio valt niet te verwachten, het zal grotendeels om nieuwe gasten gaan die zonder de woningen van Zuyd Duyne niet naar de regio zouden komen;
- Het aantal woningen dat inspeelt op de verhuurmarkt is beperkt, en afhankelijk hoeveel woningen onder de verhuurverplichting komen te vallen. Het aantal extra woningen voor de verhuurmarkt zal naar verwachting minimaal 25 woningen bedragen;
- Bij de bepaling van de marktruimte is uitgegaan van een realisatiegraad van de harde planvoorraad van 100%. Om verschillende redenen leiden harde plannen echter niet altijd tot nieuwe vestigingen of uitbreidingen. Sommige plannen staan al jaren op de planvoorraad, zonder dat er zicht is op spoedige realisatie.

- De planvoorraad is fors vanwege de aanwezigheid van een aantal plannen met veel capaciteit. Uit de benchmark (zie hfst 3.1.) bleek al dat deze plannen een andere doelgroep aanspreken dan de beoogde doelgroep van Zuyd Duyne. Dit geldt eveneens voor de resterende plannen in de harde planvoorraad. Dit betreft bijvoorbeeld strandhuisjes die niet jaarrond geopend zijn of de toevoeging van niet-stenen verhuuraccommodaties op een bestaande camping;
- Bij de bepaling van de marktruimte is geen rekening gehouden met de aanwezigheid van minder vitale bedrijven in de markt. Er ontstaat meer marktruimte wanneer deze bedrijven uit de huidige voorraad verdwijnen en dit leidt tot een gewijzigde planologische bestemming. Hier wordt vanuit De Kop Werkt! en de provincie concreet beleid op gevoerd, om minder vitale parken uit de markt te halen;
- Ook vanuit de planvoorraad zullen vakantiehuisjes worden ingezet als tweede woningen, waardoor de planvoorraad niet volledig voor toeristische verhuur zal gelden. Als bijvoorbeeld 33% van de voorraad als tweede woning wordt gebruikt is de huidige harde planvoorraad kleiner dan het benodigd aantal vakantiehuisjes voor de toeristische markt.



## 4.3 Buiten versus binnen bestaand stedelijk gebied

### Ontwikkeling plan past niet binnen bestaand stedelijk gebied

Aangezien de planlocatie gelegen is buiten het bestaand stedelijk gebied moet gemotiveerd worden waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in de behoefte kan worden voorzien. Daarbij moet aangetekend worden dat het plangebied zeer dicht tegen het stedelijk gebied aanligt. Het gebruik van de planlocatie wijzigt niet ten opzichte van de huidige camping. De locatie blijft een plaats waar recreanten meerdaags verblijven. De huidige camping is vier maanden per jaar open, het vakantiepark blijft jaarrond geopend. De locatie is één van de redenen die de ontwikkeling van Vakantiepark Zuyd Duyne onderscheidend maakt. De combinatie van zowel kust, bos en de (toeristisch in ontwikkeling zijnde) stad voorziet mede in de kwalitatieve en/of kwantitatieve behoefte. Een locatie binnen het bestaand stedelijk gebied voorziet hier niet in. Het bestaand stedelijk gebied is niet te kwalificeren als een kustlocatie in een bosrijk gebied.

Een locatie binnen het bestaand stedelijk gebied voorziet niet in de beschreven kwalitatieve behoefte en daarmee niet vanzelfsprekend in een positieve uitkomst voor de laddertoets. Voor zover er überhaupt fysieke beschikbare gronden zijn ligt het bovendien niet voor de hand om de ontwikkeling binnen het bestaand stedelijk gebied te realiseren. Het risico is dat de ontwikkeling als een woondomein in de stad in de markt wordt gezet of zich op den duur in deze richting ontwikkelt, wat in strijd is met vigerend lokaal/regionaal beleid. Dit is ook de reden dat de gemeente een verhuurverplichting heeft opgelegd.

Concluderend, het concept is gericht op verblijf in een fraaie natuurlijke omgeving aan de kust. Mocht er ruimte zijn binnen het bestaand stedelijk gebied, wat er niet is, dan zou het concept totaal anders zijn, namelijk een stadse beleving aan de kust. Het concept kan dus niet ontwikkeld worden in het bestaand stedelijk gebied.



05

Conclusies en  
advies





## 5.1 Conclusies en aanbevelingen

### Conclusie: Voldoende vraag naar recreatiewoningen in het hoogste marktsegment, recente trends en ontwikkelingen versterken dit beeld

Op grond van voorgaande analyses wordt de marktbehoefte aan het plan Zuyd Duyne in Den Helder positief beoordeeld:

- De marktprognoses voor vakantieparken tot 2030 zijn gunstig. Recentelijk is op basis van het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) de verwachting uitgesproken dat de markt voor vakantieparken zich in 2023-2024 volledig heeft hersteld van de coronacrisis, en dat het niveau van voor de crisis weer wordt bereikt. Uitgegaan wordt dat de vakantiemarkt vanaf dat moment met 1% per jaar zal groeien, waarbij de binnenlandse markt harder groeit dan de buitenlandse (bron: Toekomstperspectief Nederlandse Vakantiemarkt 2030). NBTC Holland Marketing heeft in 2018 een soortgelijke verwachting voor de toeristische markt in Nederland geformuleerd. Tot en met 2030 verwacht het NBTC een gemiddelde jaarlijkse groei van 1,9% voor de binnenlandse markt en 3,7% voor de buitenlandse markt.
- De vakantiewoningen in Den Helder vormen een concept dat unieke kenmerken en kwaliteiten heeft en die aansluiten bij een groeimarkt in Nederland. Met de vakantiewoningen wordt een nog niet volledig bestaande markt ontwikkeld. Het voegt daarmee een smaak toe aan het bestaande verblijfsaanbod in een toeristisch aantrekkelijke en groeiende regio. Vergelijkbare nieuwbouwprojecten zijn in de regio de Kop van Noord-Holland niet te vinden. Ook vanuit de planvoorraad zijn geen plannen bekend die hetzelfde luxe en kwaliteitsniveau beogen. De snelle doorlooptijd in de regio van op de markt komende bestaande recreatiewoningen in het topsegment geeft aan dat er veel vraag is naar dit type woningen. Potentiële kopers moeten er snel bij zijn. Zeker met de trend in het achterhoofd dat door Corona het aantal binnenlandse vakanties naar alle waarschijnlijkheid zal gaan toenemen, zal de vraag in de regio naar dit type woningen verder toenemen. Ook voorziet de ontwikkeling in een trend naar meer luxe en comfort.

- Het plan heeft een duidelijke hoogwaardige doelgroepfocus, waarmee het onderscheidend gepositioneerd wordt ten opzichte van het gedifferentieerde en overwegend lager gepositioneerde huidige en geplande regionale aanbod. Het is interessant voor een smalle doelgroep, maar wel een met een hoge reisbereidheid. Vakantiepark Zuyd Duynе concurreert dan ook niet of nauwelijks met dit bestaande en geplande regionale aanbod. Bovendien kan het plan bijdragen aan de diversificatie van het aanbod en verfraaiing van de omgeving. Ook geeft het plan een extra economische impuls aan de gemeente Den Helder vanwege de bestedingen die de eigenaren en mogelijke gasten doen, waardoor het draagvlak van voorzieningen in Den Helder wordt versterkt. Dit wordt nog verder versterkt door het gegeven dat het park zelf geen voorzieningen gaat bouwen/exploiteren;
- De recreatiewoningen sluiten dus aan bij de wensen van een nieuw segment in de (eigentijdse en toekomstige) markt in de verblijfsrecreatie. Door enkele actuele ontwikkelingen, zoals de lage rentestanden en de toenemende onzekerheid met betrekking tot buitenlandse vakanties neemt de vraag van vermogende mensen naar leisure-vastgoed in aantrekkelijke Nederlandse gebieden verder toe.



### Advies

Wij adviseren de planvorming voort te zetten. Hierbij kan de opnamecapaciteit vergroot worden door sterk te benadrukken dat de combinatie van luxe, privacy, locatie en flexibiliteit het product uniek maakt in de regio en in aansluiting is bij de huidige markttrends. Wel is het belangrijk dat goed over het voetlicht wordt gebracht dat Den Helder vanuit toeristisch perspectief een groeiregio is, waar de komende jaren veel impulsen gaan plaatsvinden. Het aanbieden van meer services in samenwerking met lokale ondernemers, zoals bijvoorbeeld samenwerking met wellness-aanbieders, boodschappenservice, versterkt het concept. Op deze wijze kan nog beter worden ingespeeld op de individuele wensen van de gasten, zowel voor diegenen die de woning als tweede woning gebruiken als voor diegenen die de woning verhuren.







06

# Bijlagen



# Bijlage 1: Doelgroepen Leefstijlen

## Stijlzoekers

- 'Work hard, play hard'
- Wellnesscenters, een sportwedstrijd bezoeken of slapen in een mooi hotel; dat is de wereld van deze groep.
- Het zijn zelfverzekerde en doelgerichte recreanten. Harde werkers met ambitie en ondernemingsdrift treffen we hier vaak onder.
- Hun actieve en strevende levensstijl komt ook duidelijk naar voren in hun vrije tijd en vakantie. In hun eigen woorden: 'Work hard, play hard'.
- Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie. Luxe en comfort is dan ook zeer belangrijk. En daarbij: het sociale gebeuren moet kloppen. Dus liever zoveel mogelijk Ons Soort Mensen, op dezelfde golflengte om zich heen. Goed voor je netwerk ook.

## Inzichtzoekers

- 'Kunst, cultuur en wandelingen houden je fit!'
- Inspirerende en rustige activiteiten zijn het domein van deze groep. De over het algemeen iets oudere Inspiratiezoeker heeft weer tijd voor zijn interesses én: wil blijven meedoen in de wereld.
- Dingen leren en ervaren willen ze, in de natuur en met culturele activiteiten. Het liefst alleen, of in klein gezelschap.
- Vrije tijd is tijd die je bewust moet besteden. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen; daar liggen de interesses. Actief de natuur in kan ook: het liefst wandelend of fietsend.
- Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Zoals in een bekende hotelketen, in een bed & breakfast met goede recensies. Ze zijn dan ook best bereid iets meer te betalen.
- Ze lezen opvallend vaak de krant (NRC, Trouw, Volkskrant) en gebruiken op het gebied van social media vooral LinkedIn.

## Bijlage 2: NVM Marktregio's



# Bijlage 3: Verzorgingsgebied koopmarkt Nederland



ZKA LEISURE CONSULTANTS

Brugstraat 1A

5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 50

info@zka.nl

www.zka.nl

Willem Kraanen

Joost Gieling

Bennie Roelands

