

**Onderbouwing marktbehoefte en
economische haalbaarheid
Treehouse Resort
te Hengelo Gld.**



rapport

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	1
2.	Markontwikkelingen.....	2
3.	Doelgroepen.....	11
4.	Concept	14
5.	Vergelijkbaar aanbod.....	16
6.	Exploitatieprognose.....	19
7.	Conclusie	23
	Bijlage 1 Leefstijlen.....	24

18 februari 2020
R12764 – RB

Van der Reest Advies
Anklaarseweg 15
7316 MA Apeldoorn
T: 055-5382460
E: info@vanderreestadvies.nl
I: www.vanderreestadvies.nl

Rapportverzoek van: Treehouse Resort

Opgesteld door: Van der Reest Advies

1. Inleiding

De heer B. Wisselink te Zelhem heeft het plan opgevat om op het landgoed Lijftogtsheide, gelegen tussen Hengelo gld. en Ruurlo een hoogwaardig en onderscheidend kleinschalig recreatiepark op te richten: het *Treehouse Resort*.

Het *Treehouse Resort* omvat 5 boomwoningen die volledig opgaan in het landschap, een bos- en natuurperceel van bijna 15 ha. Het is de bedoeling dat hier een innovatief verhuurconcept wordt gerealiseerd uitgaande van optimale natuurbeleving en een hoge kwaliteitsstandaard. Hierdoor wordt een bijzonder element toegevoegd aan het reeds bestaande huisjesaanbod in de gemeente Bronckhorst.

In deze rapportage wordt bekeken welke behoefte er vanuit de markt is aan een dergelijk park in de gemeente Bronckhorst. Daartoe wordt een marktanalyse gemaakt waarin trends en ontwikkelingen in recreatie en toerisme, het aanbod in de gemeente Bronckhorst, doelgroepen en vergelijkbaar aanbod aan de orde komen. De marktanalyse geeft antwoord op de vraag of het initiatief vanuit de markt haalbaar is. Vervolgens is het van belang dat het initiatief ook bedrijfseconomisch verantwoord is. Op basis van marktgegevens en kengetallen wordt bekeken of een duurzame en winstgevende exploitatie mogelijk is.

De rapportage wordt afgesloten met conclusies en aanbevelingen te aanzien van de haalbaarheid van het Treehouse Resort.



2. Marktontwikkelingen

2.1 Trends en ontwikkelingen

Algemeen

- Toename aantal ouderen.
- Steeds meer allochtonen.
- Kleinere huishoudens.
- Digitalisering, Mobiliteit, Duurzaamheid.

Consumententrends

- Blijvende vraag naar luxe en comfort.
- Groeiende belangstelling voor beleving.
- Toenemend belang van natuur, rust en ruimte als tegenhanger van de dagelijkse hectiek.
- Kwaliteit en service.
- Persoonlijke aandacht.
- Toenemende aandacht voor fysieke en mentale gezondheid.
- Belangstelling voor roots & regio.

Recreatie & vrije tijd

- Lokale kwaliteiten als onderscheidingsmiddelen.
- Sfeer en beleving, authenticiteit.
- Behoeftes aan kleinschaligheid, knusheid en actieve buitenrecreatie.
- Campings: toenemende vraag naar verhuuraccommodaties.
- Toenemende vraag naar unieke overnachtingsaccommodaties.
- Toenemende vraag naar doelgroepgerichte recreatiebedrijven en andere logiesaccommodaties.
- Binnenland steeds meer bestemming voor korte tussendoorvakanties.

Conclusies

- De **locatie** c.q. omgevingsfactor is het belangrijkste keuzecriterium voor de recreant. Pas daarna kiest men een bedrijf c.q. logiesaccommodatie.
- De recreant is steeds meer op zoek naar unieke ervaringen c.q. een **hoge belevingswaarde**. Het gewone is al lang niet meer bijzonder genoeg. Dit vraagt om een scherp profiel c.q. een groot onderscheidingsvermogen.
- **Lifestyle** is daarom belangrijker dan demografische of sociaaleconomische kenmerken van de doelgroepen. Dit vergt kennis van wat gasten willen. Zij zoeken niet een dak boven het hoofd, maar een ervaring die bij hun leefstijl past.
- Behoeftes aan **privacy en comfort** beperkt zich niet tot de thuissituatie, ook het recreatiemilieu dient hieraan tegemoet te komen. Gevolg is dat de belangstelling voor kamperen daalt en de vraag naar meer comfortabele logiesaccommodaties toeneemt.
- **'Kwaliteit bieden'** is een must voor elk recreatiebedrijf. Dit geldt zowel voor het fysieke product als voor de immateriële aspecten (dienstverlening, sfeer). Beide onderdelen zijn van even groot belang; het ene kan niet zonder het andere.
- De **vergrijzing** neemt toe: het aandeel 65+ers groeit van 19% nu naar 26% in 2040. De oudere doelgroep is primair gericht op kleinschaligheid en authenticiteit en minder op uitgebreide centrale voorzieningen.
- Toename **groepsactiviteiten**. Mensen gaan er steeds vaker in groepsverband op uit, zowel in de familiesfeer als in informele groepen. Hierdoor stijgt de vraag naar passende accommodaties voor twee of drie generatiegezelschappen.

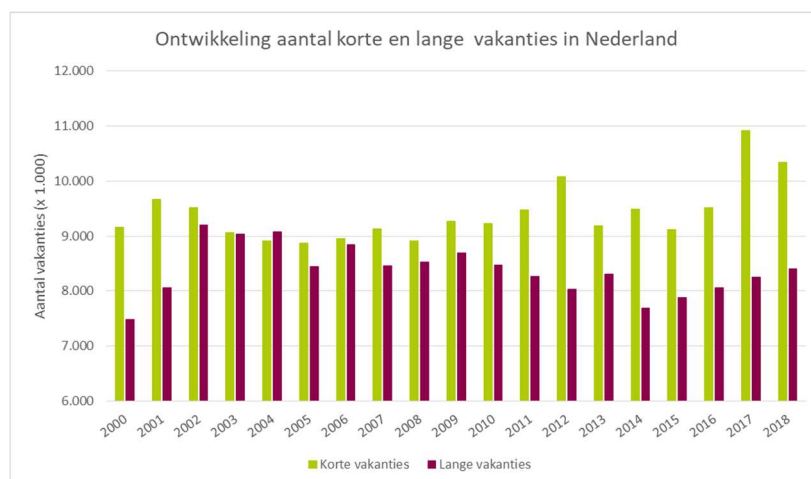
Samenvattend: het draait om **kwaliteit en belevingswaarde**. Zonder dat is er geen toekomst voor recreatiebedrijven.

2.2 Vakanties in Nederland

Korte en lange vakanties in Nederland

Trend: het aantal lange vakanties (≥ 4 aaneengesloten overnachtingen) heeft de afgelopen twintig jaar een flinke daling laten zien. De laatste jaren is er wel weer sprake van een stijgende tendens.

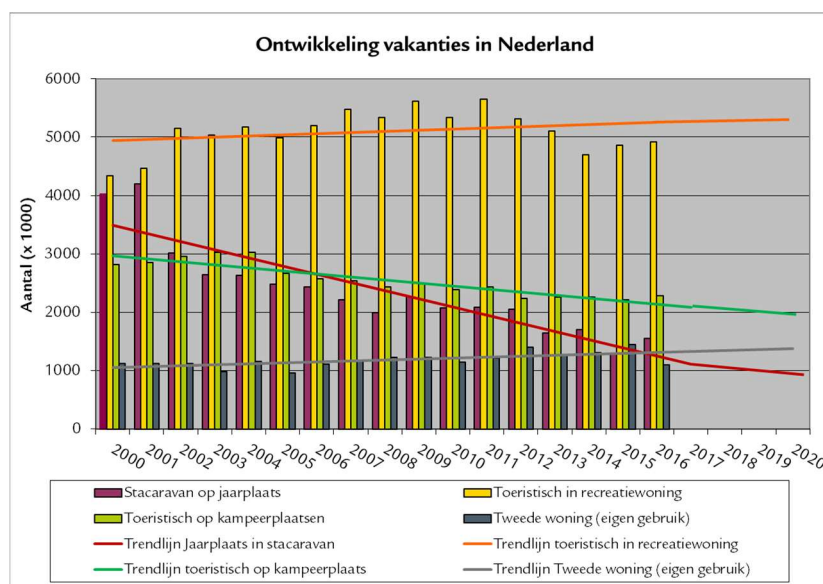
Het aantal korte vakanties laat al jaren een stijgende trend zien. In Nederland richt de groei zich vooral op korte vakanties. Het is belangrijk om hierop in te spelen door accommodatievormen aan te bieden die geschikt en aantrekkelijk zijn voor een kort verblijf.



Bron: CBS 2019

Gebruikte accommodaties in de Nederlandse vakantiemarkt

In Nederland houdt het CBS gegevens bij ten aanzien van de accommodaties die tijdens vakanties in Nederland worden gebruikt. In de volgende tabel is het trendbeeld zichtbaar gemaakt.



Bron: CBS 2019

De gegevens laten het volgende beeld zien:

- De structureel dalende trend in de belangstelling voor jaarplaatsen met stacaravans gaat door, terwijl de trendlijn eigen gebruik tweede woningen een stijgende lijn laat zien. Deze tendens maakt zichtbaar dat de belangstelling voor accommodaties met meer luxe stijgt..
- Het aantal vakanties op toeristische plaatsen is licht dalend. Deze daling is niet spectaculair maar heeft wel een structureel karakter (elk jaar een beetje minder).
- Het aantal toeristische vakanties in bungalows en daarmee vergelijkbare (huur)accommodaties laat een stijgend verloop zien. Voor het Treehouse Resort is dit een gunstige ontwikkeling.

2.3 Conclusie landelijke ontwikkelingen

Er is een verschuiving gaande van lange naar korte vakanties. Nederland wordt steeds meer een bestemming voor een korte vakantie. Hierdoor neemt de vraag naar accommodaties die geschikt zijn voor een kort verblijf toe. Daarnaast is er sprake van een verschuiving naar luxere accommodatievormen zoals recreatiebungalows en vergelijkbare accommodaties. Dit past in de trend naar meer zekerheid en comfort. Het Treehouse Resort speelt op deze trends in door een kwalitatief hoogwaardig product met een hoge belevingswaarde te bieden die uitstekend geschikt is voor een kort verblijf maar ook een langer verblijf niet uitsluit.

2.4 Kerncijfers vrijetijdseconomie Gelderland

- Gelderland: binnenlandse vakantieprovincie nummer 1 in Nederland.
- Ruim 3 miljoen binnenlandse vakanties (17,5% van het nationale totaal) in 2019 · Waarvan ruim 2,6 miljoen toeristische (totaal excl. vaste standplaatsvakanties) vakanties.
- Ruim 16,4 miljoen overnachtingen van Nederlanders tijdens vakanties in Gelderland · Waarvan ruim 13,5 miljoen toeristische overnachtingen
- Ca. € 539 miljoen bestedingen aan binnenlandse vakanties in Gelderland.
- Er zijn 65.300 arbeidsplaatsen in de vrijetijdseconomie van Gelderland in 2018 · 6,5% van de totale Gelderse werkgelegenheid.
- Ca. 170 miljoen ondernomen vrijetijdsactiviteiten in Gelderland (alle (dag) recreatieve activiteiten buiten de eigen woning van meer dan twee uur) in 2015.
- Bijna € 3,2 miljard euro bestedingen vrijetijdsactiviteiten, waarvan € 2,3 miljard directe bestedingen (het overige deel betreft vaste- en vervoerskosten)
- Vanuit Duitsland (Nordrhein-Westfalen/Niedersachsen) zijn 4 miljoen dagtochten ondernomen in Gelderland in de periode juni 2015 t/m mei 2016. De economische waarde van deze dagtochten komt uit op € 308 miljoen.
- 496.000 (meerdaagse) binnenlandse zakenreizen in 2016
- Ca. € 189 miljoen bestedingen (meerdaagse) binnenlandse zakenreizen
- Ca. 676.000 buitenlandse verblijfsgasten in 2018 met bijna 1,8 miljoen overnachtingen · Het grootste deel hiervan is afkomstig uit de ons omringende landen: 39% uit Duitsland, 22% uit België en 8% uit het Verenigd Koninkrijk ·
- Er vinden in Gelderland ruim 53 miljoen wandelingen plaats in 2016 (12,2% van het nationale totaal).
- Gelderland is fietsprovincie nr. 1

Bronnen: CBS, CVO, CVTO, CZO, NBTC, LISA, www.fietsen.123.nl (2018), Nationale Wandelmonitor 2016

2.5 Marktcijfers Achterhoek

Aanbod

Op basis van gegevens van het CBS zijn de volgende aanbodgegevens samengesteld. De tabel geeft inzicht in de verdeling van de slaappleaatsen over de verschillende accommodatiesoorten. De gegevens van de Achterhoek zijn afgezet tegen de gegevens van Gelderland en Nederland als geheel.

Tabel 1 Aanbod slaappleaatsen in de Achterhoek

	Achterhoek	Gelderland	Nederland		Achterhoek in %	Gelderland in %	Nederland in %
Slaappleaatsen							
Hotels	3.908	20.778	302.748		7%	10%	21%
Kampeertreinen	40.293	129.000	723.464		71%	63%	51%
Huisjesterreinen	9.504	45.442	328.678		17%	22%	23%
Groepsaccommodaties	2.788	9.597	56.034		5%	5%	4%
Totaal	56.493	204.817	1.410.924				
Gem. aantal slaappleaatsen per acc.							
Hotels	35,2	53,3	79,5				
Kampeertreinen	208,8	252,4	264,1				
Huisjesterreinen	176,0	209,4	236,5				
Groepsaccommodaties	50,7	68,1	61,8				

Bron: CBS 2020

De gegevens laten het volgende beeld zien:

- Ten opzichte van Nederland en Gelderland is het aantal slaappleaatsen in hotels vrij beperkt in de Achterhoek. Het aantal slaappleaatsen per accommodatie ligt ver onder het gemiddelde van Gelderland en Nederland. Het aanbod is kleinschalig.
- 71% van de slaappleaatsen in de Achterhoek bevindt zich op kampeertreinen. Het aanbod is dus veel meer dan provinciaal en landelijk gericht op kamperen. Wel zijn de campings veel kleinschaliger, want het aantal slaappleaatsen ligt ver onder het gemiddelde in Gelderland en Nederland.
- Het aantal slaappleaatsen op huisjesterreinen is relatief laag ten opzichte van Gelderland en Nederland. Ook hier is sprake van kleinschalig aanbod.
- Groepsaccommodaties komen iets meer voor dan provinciaal en Landelijk. Het aanbod blijft echter vrij beperkt. Opvallend is dat ook hier weer sprake is van kleinschaligheid.

Vraag

Tabel 2 Overnachtingen in De Achterhoek

Overnachtingen (x 1.000)	Achterhoek	Gelderland	Nederland	Achterhoek in %	Gelderland in %	Nederland in %
Hotel/motel/pension	283	1.577	9.740	9%	12%	14%
Bed & Breakfast	57	226	1.333	2%	2%	2%
Appartement	0	21	1.531	0%	0%	2%
Woning van particulier, niet op een park	127	754	7.685	4%	6%	11%
Woning van particulier, op een park	51	386	1.843	2%	3%	3%
Vakantiebungalow op een park	885	4.372	23.083	29%	35%	33%
Losstaande vakantiebungalow niet op een park	122	348	2.220	4%	3%	3%
Totaal woningen/bungalows	1.185	5.860	34.831	39%	46%	50%
Tent op toeristische plaats	75	461	3.253	2%	4%	5%
Toercaravan/vouwwagen op toeristische plaats	1.171	3.154	12.145	39%	25%	17%
Camper	83	220	1.589	3%	2%	2%
Totaal kamperen	1.329	3.835	16.987	44%	30%	24%
Caravan/stacaravan op jaarplaats	146	649	3.247	5%	5%	5%
Groepsaccommodatie	21	219	808	1%	2%	1%
Overig	7	254	1.500	0%	2%	2%
Totaal	3.028	12.641	69.977	100%	100%	100%

Bron: CVO 2019

De gegevens laten het volgende beeld zien:

- Het aantal overnachtingen in Hotels in de Achterhoek ligt ver onder het gemiddelde in Gelderland en Nederland. Dit komt mede door het beperkte en kleinschalige aanbod in deze regio.
- Het aantal overnachtingen in een Bed&Breakfast is in lijn met Gelderland en Nederland.
- Verblijven in particuliere woningen of vakantiebungalows ligt ver onder het gemiddelde in Gelderland en Nederland. Dit komt mede door het beperkte en kleinschalige aanbod op dit gebied.
- Verblijf op de camping scoort hoog in de Achterhoek. Opvallend is dat ook campers het goed doen in de Achterhoek. De Achterhoek is een echte kampeerregio.
- Verblijf op een jaarplaats is in lijn met Gelderland en Nederland.
- Overnachtingen in groepsaccommodaties zijn nauwelijks van betekenis. Naar verwachting ligt de bezetting hier dus laag.

Tabel 3 Verblifsduur in de Achterhoek

Vakantieduur	Achterhoek	Gelderland	Nederland	Achterhoek in %	Gelderland in %	Nederland in %
Aantal vakanties (x 1.000)						
2-4 dagen (=kort)	260	1.520	9.700	49,1%	52,8%	54,8%
5-8 dagen (=middellang)	182	925	5.480	34,3%	32,1%	31,0%
9+ dagen (= lang)	88	436	2.520	16,6%	15,1%	14,2%
Totaal aantal vakanties	530	2.881	17.700	100,0%	100,0%	100,0%
Aantal nachten (x 1.000)						
Kort	527	3.095	19.634	14,1%	18,0%	20,4%
Middellang	948	5.055	29.589	25,3%	29,5%	30,7%
Lang	2.266	9.004	47.120	60,6%	52,5%	48,9%
Totaal aantal	3.741	17.154	96.343	100,0%	100,0%	100,0%
Gemiddeld aantal nachten						
Kort	2,0	2,0	2,0			
Middellang	5,2	5,5	5,4			
Lang	25,8	20,7	18,7			
Alle vakanties	7,1	6,0	5,4			

De gemiddelde verblijfsduur in de Achterhoek is hoog. Dat komt omdat lange vakanties in de Achterhoek relatief gezien hoog scoren. Bovendien duren de lange vakanties gemiddeld aanzienlijk langer dan in Gelderland en Nederland. Korte vakanties van 2 tot 4 dagen komen relatief minder voor dan in de Gelderland en Nederland. Dit heeft vooral te maken met het grote campinaanbod dat in belangrijke mate is gericht op middellang en lang verblijf.

Vitaliteitsonderzoek Verblifsrecreatie Achterhoek (2019)

In 2019 is in opdracht van de gezamenlijke Achterhoekse gemeenten en Achterhoek Toerisme een vitaliteitsonderzoek uitgevoerd door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd. Doel van dit onderzoek is de verblifsrecreatiesector in de Achterhoek up to date te houden, te verbeteren en te vernieuwen.

De belangrijkste bevindingen:

- Groeiende bezettingsgraden in bijna alle sectoren behalve in de kampeersector.
- Voor hotels en groepsaccommodaties is nog beperkte marktruimte aanwezig.
- Het huidige aanbod is over het algemeen vitaal maar er zijn weinig voorlopers in de branche en er zijn weinig echt onderscheidende accommodaties.
- In vergelijking met andere toeristische regio's is er veel middelmaat in de Achterhoek.
- Eenzijdig aanbod, primair gericht op rustzoekers met weinig andere wensen dan een betaalbare accommodatie.
- De hotelsector is voor het grootste deel vitaal. Veel bedrijven zijn recent vernieuwd. De minder vitale bedrijven kunnen door vernieuwingen en kwaliteitsverbetering vitaal worden gemaakt.
- Van de bungalowsector is circa 60% van de bed capaciteit vitaal, maar er zijn nauwelijks koplopers met vernieuwend aanbod.
- Bij de bungalowparken is een relatief grote planvoorraad aan nieuwe initiatieven aanwezig. Dit kan leiden tot marktverdringing.

- Het lijkt er bovendien op dat een relatief groot deel van de bungalowsector niet goed toegerust is om de te verwachten groei in de sector op goede wijze op te kunnen vangen. De bungalowparken die het slecht doen worden niet commercieel geëxploiteerd.
- De kampeersector is verrassend vitaal. De vraag loopt echter terug, waardoor de bezetting onder druk komt te staan. Kampeerterreinen met veel, vaak verouderde, stacaravans op jaarplaatsen hebben het wel moeilijk.
- De groepsaccommodaties scoren goed. Er is sprake van een lichte groei in het aantal overnachtingen en bezettingsgraden.
- Nieuw aanbod kan echter wel nieuwe vraag creëren, mits van toegevoegde waarde (niet meer-van-hetzelfde). Onderscheidend vermogen van nieuwe initiatieven wordt daarmee des te belangrijker!

Voor de bestaande recreatiebedrijven met weinig perspectief ('de zorgenkindjes') wordt een aanpak op maat aanbevolen ('1 Park 1 Plan') vanwege de soms complexe situaties (permanente bewoning, oneigenlijk gebruik, criminaliteit, overlast). Zonder interventies zullen deze bedrijven en parken naar verwachting afglijden naar de 'achterblijvers', wat de problematiek in de Achterhoek plotseling veel groter zal maken. Daarom is het belangrijk om met deze parken en bedrijven aan de slag te gaan.

Conclusie ontwikkelingen in de Achterhoek

- Het aanbod in de Achterhoek bestaat voor een groot deel uit slaapplaatsen op kampeerterreinen. Het aantal overnachtingen op kampeerterreinen is dan ook hoog. Een kampeerterrein is een accommodatie die in belangrijke mate gericht is op middellang en lang verblijf. Dit is terug te zien in het aantal overnachtingen, het aantal lange vakanties is hoog en de gemiddelde verblijfsduur is lang.
- Hotels en huisjesterreinen zijn in de minderheid. Deze accommodatievormen zijn geschikt voor korte vakanties. Het aanbod is echter beperkt waardoor het aantal overnachtingen tijdens korte vakanties laag is. Een uitbreiding van het aanbod dat geschikt is voor kort verblijf is kansrijk. Voor het Treehouse Resort liggen hier kansen.
- Over de gehele linie is het aanbod in de Achterhoek kleinschalig.
- Het vitaliteitsonderzoek laat zien dat over het algemeen de toeristisch gerichte bedrijven met een commerciële bedrijfsvoering vitaal zijn. Op deze parken wordt voortdurend geïnvesteerd in kwaliteitsverbetering en vernieuwing. Uitgeponde parken met nauwelijks toeristische verhuur en parken met stacaravans op jaarplaatsen zijn over het algemeen veel minder vitaal en dreigen af te glijden naar zorgenkindjes en achterblijvers.
- Kansrijk is een ontwikkeling die zowel flexibel ingezet kan worden voor korte en middel-lange vakanties, die onderscheidend is voor de regio, die vernieuwend is en kwaliteit levert en bedrijfsmatig wordt geëxploiteerd. Bijzondere accommodaties zoals Treehouse Resort voldoen bij uitstek aan deze voorwaarden.

2.6 Concurrerend aanbod in de gemeente Bronckhorst

Om een beeld te krijgen van het concurrerend aanbod in de gemeente Bronckhorst is een inventarisatie gemaakt via internet.

Bungalowparken

Onderstaande tabel laat zien welke bungalowbedrijven in de gemeente aanwezig zijn.

Bungalowparken	Plaats	Aantal bungalows	Verhuur	Capaciteit bungalows
Wolferswoud	Zelhem	100	30%	4-10 personen
Bungalowpark Bos en Enk	Halle	42	2%	
Buitengoed 't Sikkeler	Ruurlo	100	30%	4-9 personen
Landgoed Zelle	Hengelo	12	100%	4-8 personen
Aan 't Hackfort	Wichmond	26	4%	4 personen

- Het aanbod bestaat uit kleinschalige en middelgrote parken.
- Wolferswoud en Bos en Enk zijn al wat oudere parken. Bij Wolferswoud is het aantal recreatiebungalows dat door de eigenaar zelf wordt gebruikt hoog, slechts 30% is beschikbaar voor verhuur.
- Bos en Enk is een bospark waar vrijwel alle huizen door de eigenaar zelf worden gebruikt. Op het park wordt veel permanent gewoond.
- Buitengoed 't Sikkeler is een nieuw park met moderne recreatiewoningen. De woningen zijn mooi maar niet heel bijzonder. Ook hier wordt slechts 30% van de woningen verhuurd.
- Landgoed Zelle beschikt over 12 recreatiewoningen die over het landgoed staan verspreid. Alle woningen zijn beschikbaar voor verhuur.
- Aan 't Hackfort is een nieuw chaletparkje in Scandinavische stijl met allemaal houten chalets. Het park is nog in ontwikkeling. De eigenaren wordt de mogelijkheid geboden om het chalet te verhuren. Het aanbod dat daadwerkelijk beschikbaar is voor verhuur is dus beperkt. Op de website wordt slechts één bungalow aangeboden.

Hotels

Hotels	Plaats	Aantal kamers	Sterren
De Gouden Karper	Hummelo	12	3
Heezen	Steenderen	7	2
Bakker	Vorden	31	3
Kasteel Vorden	Vorden	3	4
De Gravin van Vorden	Vorden	14	3
Totaal		67	

Op het gebied van hotels is het aanbod ook vrij beperkt. Het aanbod concentreert zich in Vorden. De capaciteit is beperkt en kleinschalig. Kasteel Vorden is een vier sterren hotel. De negatieve reacties op Zoover doen echter geen recht aan deze classificatie. Hotel Bakker in Vorden steekt echt met kop en schouders boven de andere hotels uit wat kwaliteit en uitstraling betreft.

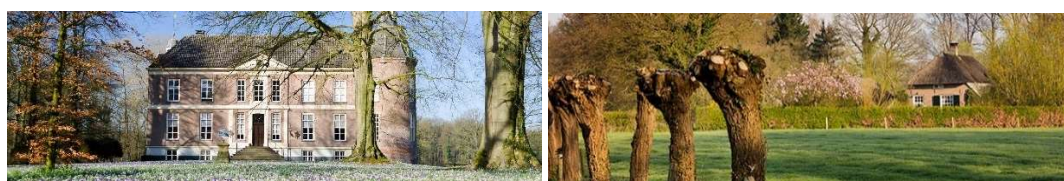
Campings

Campings	Plaats	Aantal toeristische plaatsen	Aantal jaar- plaatsen	Aantal verhuur- eenheden
De Reehorst	Vorden	25	?	10
t Meulengrugge	Vorden	112	7	0
De Goldberg	Vorden	45	80	5
Hoeve Kroep An	Vorden	30	0	0
Camping de Boomgaard	Vorden	30	0	0
De Prinsenhoeve	Vorden	33	0	0
Minicamping 't Haller	Vorden	15		
De Elzenbos	Vorden	15		
De Grasplas	Vorden	15		
Kom es an	Hengelo	70	140	16
Camping Jena	Hummelo	164		
Parkcamping De Graafschap	Hummelo	65	65	9
Siebieverden	laag Keppel	20		
De Betteld	Zelhem	105	336	168
Landgoed Het Zand	Zelhem			
Dorado Beach	Olburgen	25	435	11
Het zwarte Schaar	Doesburg	51	320	8
Totaal		820	1.383	227

Het aantal campings in de gemeente Bronckhorst is enorm. Bovenstaande tabel geeft een overzicht van het aanbod, maar dit overzicht is zeker niet compleet. Er zijn nog veel meer minicampings bij boerenbedrijven dan bovenstaand zijn aangegeven. Opvallend is de kleinschaligheid van de meeste campings. Stuk voor stuk zijn het mooie natuurlijk gelegen campings. Een aantal zijn aangesloten bij Karaktervolle groene campings. Parkcamping de Graafschap staat zelfs te boek als Charme camping. Mooie ligging in een mooie natuurlijke omgeving staan hierbij centraal. Alleen de Betteld, Dorado Beach en Het Zwarte Schaar zijn hierop een uitzondering. De Betteld heeft een geheel eigen profiel door de christelijke doelgroep die wordt aangetrokken. Dorado Beach en Het Zwarte Schaar hebben vooral een watersportkarakter door de ligging aan de IJssel.

Conclusie aanbod in Bronckhorst

Het aanbod in Bronckhorst bestaat voor een nog groter deel, dan in de Achterhoek, uit slaapplaatsen op campings (circa 85%). Hotels spelen nauwelijks een rol in Bronckhorst, naar schatting 2% van het aanbod bestaat uit hotelbedden. Ook de bungalowparken spelen een beperkte rol van betekenis. Bovendien wordt slechts 26% van de bedden op de bungalowparken verhuurd. Het productaanbod is daardoor vrij eenzijdig en nauwelijks geschikt voor korte vakanties.



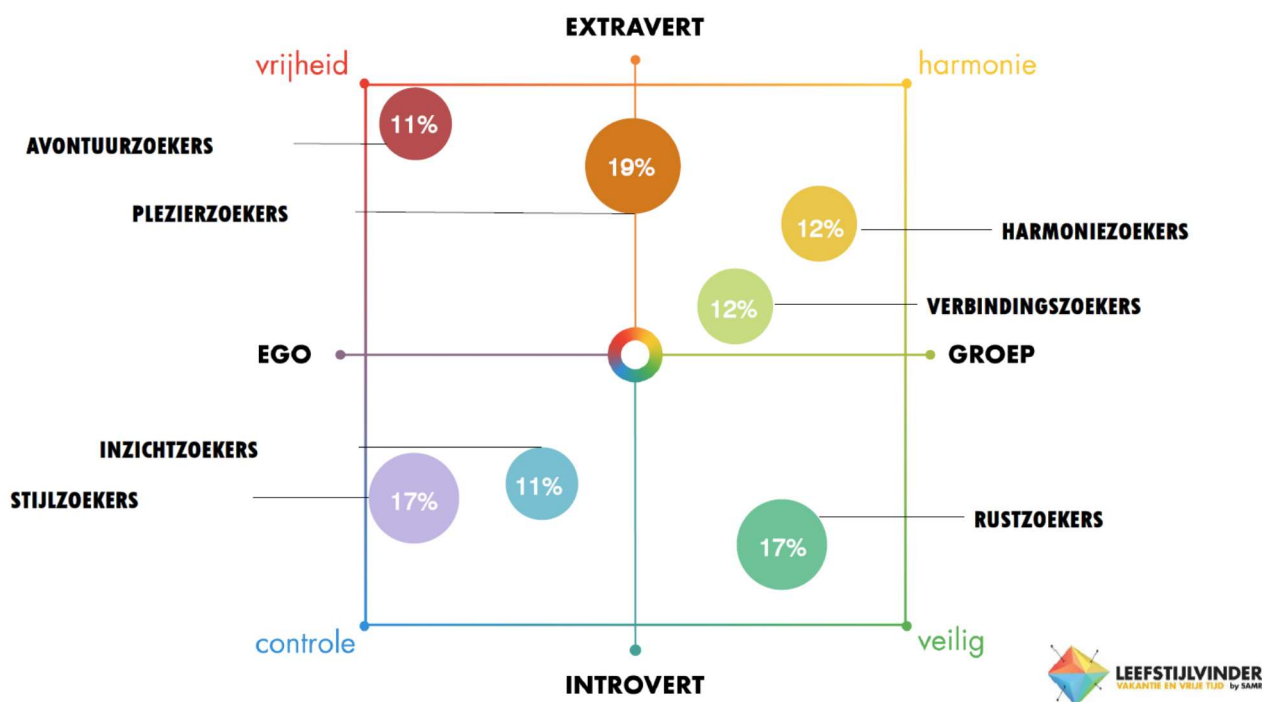
3. Doelgroepen

3.1 Leisure Leefstijlen

Voor de recreant is de belevingswaarde van de camping of het vakantiepark een belangrijke factor. Het gaat daarbij om zaken als sfeer, inrichting, aard en omvang van de voorzieningen, kwaliteitsniveau en de dienstverlening (invulling gastheerschap). Niet iedereen stelt daaraan dezelfde eisen en wat voor de ene recreant van groot belang is vindt de andere recreant onnodig.

Om het onderscheid in doelgroepen te onderkennen wordt daarom steeds meer de nadruk gelegd op *leefstijlkenmerken c.q. belevingswerelden* in plaats van demografische en/of sociaaleconomische kenmerken als leeftijd, opleiding en inkomen. Focussen op 'gezinnen' of 'senioren' of 'jongeren' heeft immers alleen zin als je weet om welke gezinnen, welke senioren of welke jongeren je wilt richten. Het gaat daarbij om gedrag en voorkeuren van mensen in hun vrije tijd. Als dat bekend is kun je als ondernemer/recreatiebedrijf daar gericht op inspelen en aldus recreanten aan je binden.

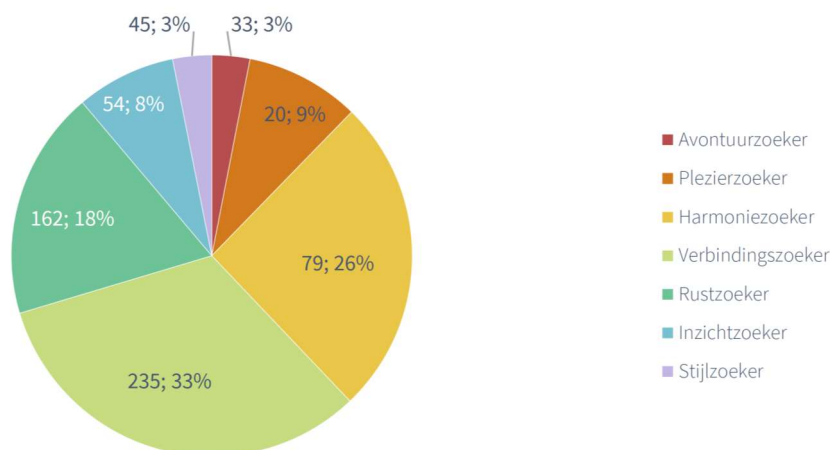
Met behulp van het *Brand Strategy Research (BSR)-model* van Smart Agent Company is door RECRON in 2008 een zogenaamde *Recreantenatlas* ontwikkeld die een goede oriëntatie op de meest kansrijke consumentendoelgroep(en) mogelijk maakt. In 2018 zijn de Leisure Leefstijlen geactualiseerd. Dit heeft geresulteerd in de *Leefstijlvinder* (SAMR, 2018), een consumentenmodel dat inzicht geeft in waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. In de volgende figuur zijn de belevingswerelden nader uitgewerkt in leefstijlprofielen, gerangschikt naar plaats in het totale spectrum en naar omvang.



De bijlage bij dit rapport geeft een beschrijving van de in het model genoemde doelgroepen.

3.2 Confrontatie aanbod en vraag

In het eerder genoemde Vitaliteitsonderzoek¹ is het aanbod gekleurd op basis van de Leefstijlvinder. In onderstaande grafiek wordt het verblijfsaccommodatie aanbod gekleurd op basis van de capaciteit

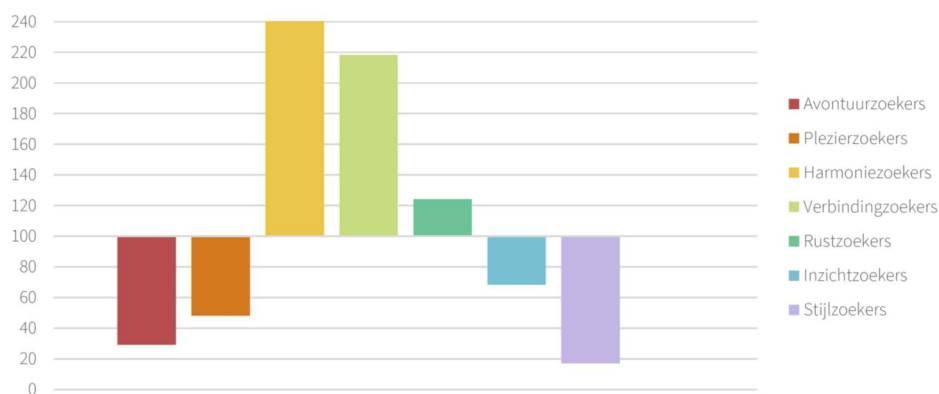


Bron: Vitaliteitsonderzoek Achterhoek

De grafiek is als volgt opgezet: 33 bedrijven zijn aantrekkelijk voor de Avontuurzoeker, zij beschikken over 3% van het aantal bedden. Daarbij willen we opmerken dat een bedrijf aantrekkelijk kan zijn voor meerdere leefstijlen.

De grafiek laat zien dat het aanbod in de Achterhoek zich concentreert op de rechterzijde van het Leefstijlvindermodel. Het meeste aanbod richt zich op de Verbindingszoeker (33%), de Harmoniezoeker (26%) en de Rustzoeker (18%). De overige doelgroepen zijn ondervertegenwoordigd in de Achterhoek.

Vervolgens zijn vraag en aanbod tegen elkaar afgezet in het Vitaliteitsonderzoek. Bij een score van 100 zijn vraag en aanbod met elkaar in evenwicht.



Bron: Vitaliteitsonderzoek Achterhoek

¹ Verblijfsrecreatie in de Achterhoek, Onderzoek naar de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in de Achterhoek, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, september 2019.

Op basis van deze gegevens trekt het onderzoek de volgende conclusies:

- Het verblijfsrecreatieve aanbod in de Achterhoek is tamelijk eenzijdig als we kijken naar de aantrekkelijkheid voor de leefstijlen. Vooral de harmoniezoekers en verbindingszoekers vinden aantrekkelijk aanbod, gevolgd door de rustzoekers. Over het algemeen kunnen we zeggen dat het aanbod vooral aantrekkelijk is voor mensen die met de eigen familie, eigen partner of ander gezelschap op zoek zijn naar een vakantie waarin het hele gezelschap het naar de zin heeft, met leuke, vaak eenvoudige activiteiten. Een deel van de groep is ook vooral op zoek naar rust en privacy. Al deze doelgroepen zijn niet op zoek naar heel bijzonder, onderscheidend aanbod, maar vooral gezellig en betaalbaar.
- Het aanbod voor de stijlzoekers, avontuurzoekers en plezierzoekers is beperkter; zeker in relatie tot de vraag. Over het algemeen kunnen we zeggen dat het aanbod voor bezoekers die op zoek zijn naar een bijzondere, unieke ervaring maar zeer beperkt aanwezig is, of dat nu back to basic is (avontuurzoeker), of juist zeer luxe (stijlzoeker). Ook de plezierzoeker, die vooral komt voor reuring en veel activiteiten, vindt maar beperkt aantrekkelijk aanbod in de Achterhoek.

Over het algemeen betekent het dat vernieuwing en innovatie van het aanbod een aandachtspunt in de regio is.

3.3 Kansrijke doelgroepen

Uit het Vitaliteitsonderzoek blijkt dat de meest kansrijke doelgroepen zich bevinden aan de linkerkant van de Leefstijlvinder. Onderstaand een opsomming van deze doelgroepen met een korte beschrijving van het productaanbod dat deze doelgroepen aanspreekt:

Avontuurzoeker

- Bijzondere, gekke of verrassende locatie.
- Mag eenvoudig en liefst kleinschalig.
- Creatieve omgeving die inspiratie biedt.
- Plek waar ze zich kunnen ontwikkelen, zoals vrijwilligerswerk of yoga retraite.
- Aandacht voor sportieve en culturele mogelijkheden. Liever geen standaard vermaak.
- Liever geen grote groepen, en het liefst gaan ze op pad met gelijkgestemden.

Stijlzoeker

- Luxe en stijlvolle accommodatie, zoals luxe of boutique hotel, privé accommodatie of glamping.
- Goede faciliteiten en service (ook culinair)
- Kwaliteitskeurmerken en bekende, kwalitatief goede merken in het interieur.
- Gevoel van exclusiviteit/Vip arrangement.
- De accommodatie mag prikkelend zijn, denk aan sportfaciliteiten, sauna en wellness, bijzonder uitzicht.



4. Concept

Doelgroepen

Het Treehouse Resort richt zich op kansrijke doelgroepen in de Achterhoek zoals de Avontuurzoeker en Stijlzoeker. Dat betekent dat een bijzonder en exclusief product moet worden geboden met een hoge belevingswaarde. Op een verrassende locatie voelen gasten zich één met de natuur. Tussen de toppen van de bomen voelt men zich vrij als een vogel en geniet men van een bijzonder uitzicht in een luxe en kwalitatief hoogwaardige omgeving.



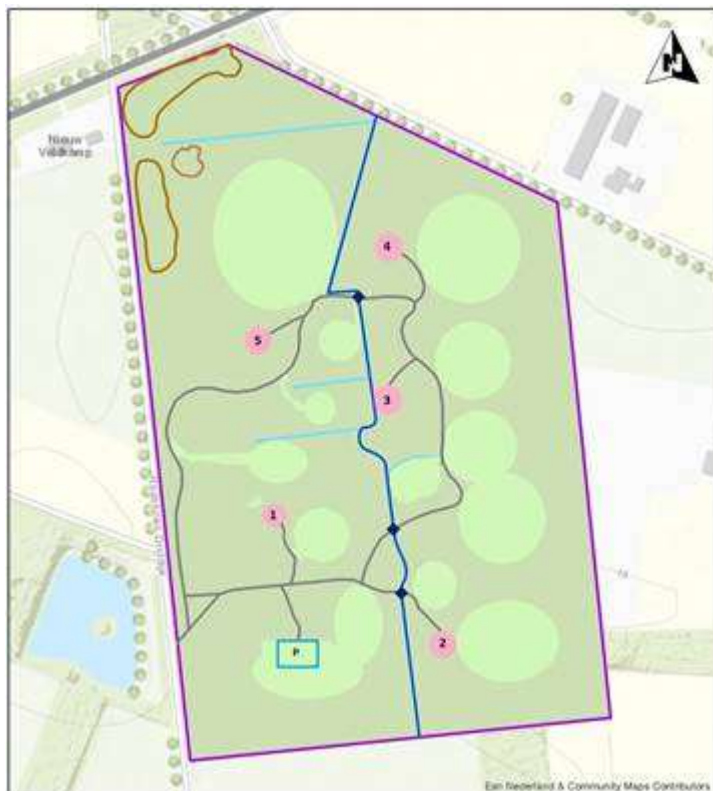
Locatie

De accommodaties bevinden zich op Landgoed Lijftogtsheide. Dit gebied ligt in een streek met oude landgoederen en kastelen. In het verleden was dit bos onderdeel van Landgoed het Zelle. Het gebied kent een rijke cultuurhistorie. In de omgeving bevinden zich diverse horecavoorzieningen waarmee samengewerkt kan worden bij het samenstellen van arrangementen. Bovendien is er in de omgeving het nodige te beleven. Enkele voorbeelden zijn het nabijgelegen klimbos, het doolhof en waterdoolhof, de golfbaan en de vele bossen om in te wandelen en te fietsen.

Het resort

- Het fysieke product bestaat uit 5 boomwoningen die zich minimaal 6 meter boven de grond bevinden. Hierdoor bevindt men zich tussen de toppen van de bomen.
- De **boomwoning** bestaat uit 2 verdiepingen op een stam van 9 meter hoog, met bovenop een dakterras. Boven het dakterras komen ten dele zonnepanelen voor de opwekking van elektriciteit.

- Het park wordt zoveel mogelijk **CO²-neutraal** uitgevoerd. Op het dak komen zonnepanelen, in de suites en woonkamers komen houtkachels (voor het snoeihout van eigen bodem) en de rest wordt verwarmd met infraroodpanelen.
- De boomwoningen komen midden in het bos te staan, zodat ze een eenheid vormen met het bos.
- Vanuit elke boomwoning zijn de andere boomwoningen niet te zien waardoor een gevoel van exclusiviteit ontstaat alleen in het bos te wonen.



- De padenstructuur door het bos wordt onverhard.
- Het park wordt autovrij. Auto's worden geparkeerd op een centrale parkeerplaats. De auto's staan onder een overkapping waardoor ze aan het zicht worden onttrokken.
- Het terrein is volledig gericht op rust. Er zijn geen speelvoorzieningen voor kinderen.

Exploitatie van het park

Het park wordt geëxploiteerd door een partij met veel ervaring in de recreatiebranche. Op andere parken in de regio verzorgen zij ook het beheer en de verhuur van accommodaties. Hierdoor kan het resort gebruik maken van een marketingplatform dat reeds bestaat en al een klantenkring heeft opgebouwd. Tevens beschikt het park over een ervaren beheermaatschappij op dit gebied. Voor het beheer en de verhuur van het park wordt een exploitatievergoeding betaald van 30% over de omzet.

5. Vergelijkbare projecten

Het Treehouse Resort is uniek in Nederland, maar er zijn uiteraard wel meer bijzondere accommodaties. Om een beeld te krijgen van de prijsstelling in Nederland is gezocht naar accommodaties met een bijzonder karakter 'op hoogte'. Onderstaand worden referentiebeelden getoond. Daaronder staat een tabel waarin een beeld wordt gegeven van de prijsstelling.

In Nederland



Camping de Koeksebelt in Ommen



Hotelsuites.nl



Fitland hotel Mill



De Seinpoststelling



Kustwachttorenen Den Helder



Vuurtoren van Harlingen



Havenkraan Harlingen



Euromast, Rotterdam

Tabel 4 Prijsstelling per nacht en per week in Euro's

Bedrijf	Plaats	Accommodatie	Aantal personen	Nacht		Week	
				Laagseizoen	Hoogseizoen	Laagseizoen	Hoogseizoen
In Nederland							
Camping Koeksebelt	Ommen	Boomhut	5	n.v.t.	n.v.t	574	924
Hotelssuites.nl	Teuge	Vliegtuig	2	395	395	n.v.t.	n.v.t.
Fitland Hotel	Mill	Vliegtuig	2	259	259	n.v.t.	n.v.t.
De Seinpoststelling	Ijmuiden	Seinpost	2	195	195	900	900
De Kustwachtoren	Den Helder	Kustwachtoren	2	322	322	2.137	2.137
De Watertoren	Vlissingen	Watertoren	16	228	430	1.596	3.010
Vuurtoren van Harlingen	Harlingen	Vuurtoren	2	319	349	n.v.t.	n.v.t.
Havenkraan van Harlingen	Harlingen	Havenkraan	2	319	349	n.v.t.	n.v.t.
Euromast	Rotterdam	Euromast	2	419	419	n.v.t.	n.v.t.

In het buitenland

Ook in het buitenland is gezocht naar referenties.



Chateau dans les arbres, Frankrijk



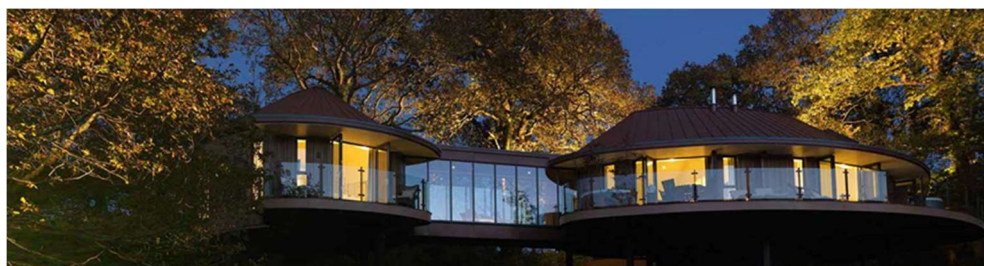
Treehotel , Harads, Zweden



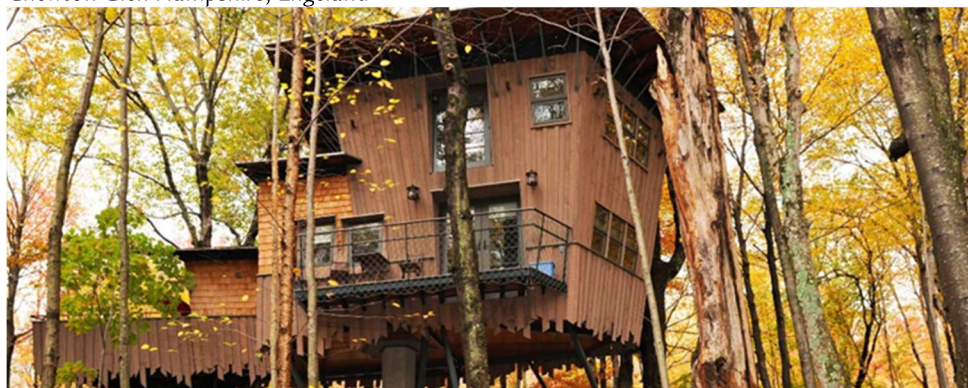
Playa Viva, Mexico



Tsala Hunterhotels, Zuid Afrika



Chewton Glen Hampshire, Engeland



Winvian Litchfield Hills, USA

Onderstaande tabel geeft informatie over het soort accommodatie en de prijsstelling.

Bedrijf	Plaats	Accommodatie	Aantal personen	Nacht		Week	
				Laagseizoen	Hoogseizoen	Laagseizoen	Hoogseizoen
In het buitenland							
Chateaux dans les Arbres	Frankrijk/Dordogne		2	240	290		
Treehotel	Zweden/Harads		2	495	495		
Playa Viva	Mexico		2	442	604		
Hinchinbrookresort	Australië	Waterfront Houses	8	279	372	1.755	2.341
Tsala Hunterhotels	Zuid Afrika	Treetop suite	2	566	876		
Chewton Glen Hampshire	Engeland	Treehouse Studio S	2	850	1134		
Winvian Litchfield Hills	USA	Treehouse	2	644	828		
La Cabane en L'air	Frankrijk	Boomhut	2	250	290	1.645	1.900
Tongabezi - Livingstone	Zambia	Boomhut	2	1395	1750		
Tranquil Resort	India			180	215		
Hotel Costa Verde	Costa Rica	Boomhut/vliegtuig	4	375	820		
Anavilhanas Jungle lodge	Brazilië	Boomlodge	2	817	889	4.374	5.870

Conclusie

- In Nederland en de rest van de wereld is geen vergelijkbaar aanbod te vinden. De boomhutten van camping de Koeksebelt hebben veel minder luxe dan het Treehouse Resort zal krijgen. Het Treehouse Resort sluit meer aan bij de vuurtoren, kustwachttorens en de vliegtuigen die als referentie worden genoemd. De prijsstelling van deze accommodaties varieert tussen de € 195 en € 430 (inclusief BTW) per nacht. Gemiddeld ligt de prijsstelling tussen de € 300 in het laagseizoen en € 340 per nacht in het hoogseizoen.
- In het buitenland is sprake van zeer exclusieve resorts die prijzen per dag rekenen die oplopen naar € 1.750 per nacht. Deze resorts bieden een luxe voorzieningenniveau die het Treehouse Resort te boven gaat.
- Ook in het buitenland bevinden zich accommodaties die een prijsstelling aanhouden van € 200 tot € 400 per nacht. Het is realistisch om bij deze prijsstelling aan te sluiten voor het Treehouse Resort. Op weekbasis is een gemiddelde prijsstelling van rond de € 2.000 realistisch.

6. Exploitatieprognose

Op basis van het concept en de gegevens uit de marktanalyse wordt het bedrijfsconcept nu doorgerekend. Het concept is haalbaar als het na een aanloopperiode een bedrijfsresultaat weet te realiseren van minimaal 7%.

6.1 Omzet

Onderstaand worden de uitgangspunten voor de bepaling van de opbrengst per onderdeel benoemd en onderbouwd.

- In totaal komen er in het resort 5 boomwoningen. De prijs per persoon per nacht is gesteld op € 125 (incl. BTW en excl. Toeristenbelasting). De bezetting van dergelijke bijzondere accommodaties is zeer hoog. De gemiddelde prijsstelling per week sluit aan op de prijsstelling per nacht. Per week wordt gemiddeld een prijs van € 1.750 gevraagd.
- Naar verwachting zal de bezetting van deze accommodaties zich ontwikkelen van 25 weken in het eerste jaar naar 35 weken in het vijfde jaar.
- De boomwoningen worden gefaseerd geplaatst. In het eerste jaar wordt de eerste eenheid geplaatst. In de jaren daarna wordt jaarlijks 1 boomwoning aan het aanbod toegevoegd totdat er in totaal 5 zijn gerealiseerd.
- De boomwoningen worden via de eigen website in de markt gezet, maar er wordt ook gebruik gemaakt van tussenpersonen als Booking.com en dergelijke om tot een snelle marktpenetratie te komen. Hiervoor rekenen dergelijke bureau's een provisie van circa 20%.

Op basis van deze uitgangspunten ziet de opbrengst er als volgt uit:

EXPLOITATIE PROGNOSE (10 jaar)		Treehouse Resort		Hengelo (Gld)		18-2-2020 Scenario: 5 treehouses					
(bedragen * euro 1.000,--)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
OPBRENGSTEN											
Boomwoning		41	92	154	225	289	289	289	289	289	289
Provisie		-8	-18	-31	-45	-58	-58	-58	-58	-58	-58
Totaal opbrengsten		33	74	123	180	231	231	231	231	231	231

6.2 Kosten

Kosten beheer en onderhoud

- Dhr. Wisselink realiseert de boomwoningen, maar de exploitatie is uitbesteed aan een derde partij. Deze partij ontvangt een exploitatievergoeding van 30% over de omzet.
- De overheidsheffingen zijn gebaseerd op tarieven voor de OZB, rioolheffing, zuiveringsheffing en watersysteemheffing. De kosten liggen in totaal rond de € 850 per boomwoning.
- De assurantiekosten bestaan uit aansprakelijkheidsverzekeringen, verzekeringen voor het onroerend goed en de inboedel. Gestart wordt met een bedrag van € 2.800. Door de uitbreiding van de capaciteit komt hier jaarlijks € 300 bij totdat alle eenheden zijn gerealiseerd.
- De energiekosten worden bij aanvang geschat op € 2.500 uitgaande van een verbruik van 10.000 Kwh. Daarna stijgt het energieverbruik afhankelijk van het aantal overnachtingen.

- Tot slot wordt een schatting toegevoegd van de overige kosten. Hierbij wordt uitgegaan van circa € 0,50 per overnachting.

Kapitaallasten

De kapitaallasten bestaan uit de afschrijving op de investeringen en de interestkosten die betaald moeten worden in verband met de financiering van de investeringen. In de tabel is een raming gemaakt van de benodigde investeringen. Hierbij is uitgegaan van een prijsopgaaf voor de realisatie van het park en de accommodaties. Het park wordt niet ineens volledig gerealiseerd maar gefaseerd opgebouwd. In de tabel wordt de fasering van de investeringen getoond.

Investeringsraming	Investeringen	1	2	3	4	5
Halfverharding	15.000	7.500		7.500		
Overkapping parkeerplaats	33.500	13.400		20.100		
Parkeren halfverharding	1.500	1.500				
Wegen en parkeren	50.000	22.400	0	27.600	0	0
Boomwoningen	1.450.000	290.000	290.000	290.000	290.000	290.000
Nieuwbouw accommodatie	1.450.000	290.000	290.000	290.000	290.000	290.000
Aanleg nutsvoorzieningen	50.000	20.000		30.000		
Nutsvoorzieningen	50.000	20.000	0	30.000	0	0
Inventaris boomwoning	150.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Inventaris	150.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Totaal 'fysieke investeringen'	1.700.000	362.400	320.000	377.600	320.000	320.000
Onvoorzien	170.000	36.240	32.000	37.760	32.000	32.000
Architect / bouwbegeleiding / leges	93.500	19.932	17.600	20.768	17.600	17.600
Diversen	263.500	56.172	49.600	58.528	49.600	49.600
TOTAAL	1.963.500	418.572	369.600	436.128	369.600	369.600

De investeringen leiden tot afschrijvingen die in onderstaande tabel worden weergegeven.

Afschrijvingstermijnen	Afschrijvings- termijn
Wegen en parkeren	30
Nieuwbouw accommodatie	40
Nutsvoorzieningen	30
Inventaris	10
Diversen	25

De investeringen worden voor een groot deel uit eigen middelen gefinancierd (€ 750.000). De overige investeringen (ruim € 1,2 mln.) worden extern gefinancierd. Dat betekent een externe financier van 60% van het totale investeringsbedrag. In de recreatiebranche is dit een gebruikelijke verhouding. Als financieringspercentage is 3% gehanteerd. Onderstaande tabel laat zien op welk moment externe financiering nodig is. De tabel laat ook zien dat vanaf het

zesde jaar voldoende eigen middelen aanwezig zijn om daaruit te financieren of extra af te lossen.

EXPLOITATIE PROGNOSE (10 jaar)		Treehouse Resort		Hengelo (Gld)		18-2-2020 Scenario: 5 treehouses					
(bedragen * euro 1.000,--)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FINANCIERING											
Investering		419	370	436	370	370	0	0	0	0	0
Overschot vorig jaar o.b.v. liquiditeit		750	345	35	30	32	32	65	99	134	170
Te financieren		-331	25	401	340	338	-32	-65	-99	-134	-170

6.3 Exploitatiekosten

De totale kosten worden in onderstaand overzicht op een rij gezet.

EXPLOITATIE PROGNOSE (10 jaar)		Treehouse Resort			Hengelo (Gld)		18-2-2020 Scenario: 5 treehouses			
(bedragen * euro 1.000,-)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
LASTEN										
Exploitatievergoeding exploitant	10	22	37	54	69	69	69	69	69	69
Heffingen overheid	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4
Assurantiekosten	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
Energie en nutskosten	3	4	6	8	10	10	10	10	10	10
Overige en diverse kosten	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Totale lasten beheer en onderhoud	17	32	50	71	89	89	89	89	89	89
Betaalde interest	0	1	13	22	31	29	27	26	24	22
Afschrijvingen totaal	14	26	41	53	65	65	65	65	65	65
Huur / erfpacht	2	3	4	5	6	6	6	6	6	6
Totale lasten kapitaal	16	30	57	80	102	100	99	97	95	93
Totale lasten exploitatie	33	62	107	151	192	190	188	186	184	183

6.4 Bedrijfsresultaat en cashflow

Uit de berekening van de opbrengst en de exploitatiekosten volgt de berekening van het bedrijfsresultaat.

EXPLOITATIE PROGNOSE (10 jaar)		Treehouse Resort			Hengelo (Gld)		18-2-2020 Scenario: 5 treehouses				
(bedragen * euro 1.000,-)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
OPBRENGSTEN											
Totaal opbrengsten		33	74	123	180	231	231	231	231	231	231
LASTEN											
Totale lasten exploitatie		33	62	107	151	192	190	188	186	184	183
RESULTAAT											
Bedrijfsresultaat		0	12	15	29	39	41	43	45	47	49
Af: belasting VPB+IB		0	2	3	8	12	13	14	14	15	16
Bij: afschrijvingen totaal		14	26	41	53	65	65	65	65	65	65
Cashflow (na belasting)		14	36	53	74	92	93	95	96	97	98
Aflossingen		0	1	23	42	61	61	61	61	61	61
Netto overschot / tekort		14	35	30	32	32	33	34	35	36	37

De berekening laat zien dat het eerste jaar kostendekkend (break-even) wordt gedraaid. Daarna stijgt het bedrijfsresultaat naar 16%. Door de toename van de kapitaallasten laat het resultaat daarna een daling zien naar 12,5%. In de jaren daarna stijgt het bedrijfsresultaat boven de 15%. Voor een recreatiebedrijf is dit een erg goede score.

Het bedrijfsresultaat is van groot belang, maar nog belangrijker is de cashflow. Wezenlijk is dat er voldoende cashflow wordt gegenereerd om aan de aflossingsverplichting te kunnen

voldoen. De tabel laat zien dat de cashflow in het eerste jaar positief is. Ook de jaren daarna ligt de cashflow rond de 40% van de opbrengst. Dit is een goede score. De cashflow wordt voor een groot deel gebruikt om af te lossen, maar er blijven voldoende middelen over om te kunnen investeren uit eigen middelen of deze te gebruiken voor extra aflossing van de leningen.

Conclusie

De berekening laat zien dat de exploitatie een positief bedrijfsresultaat oplevert dat ruim boven de 7% van de omzet ligt. Het bedrijf is bovendien in staat om een cashflow te genereren die voldoende is om hieruit aan de aflossingsverplichtingen te voldoen, bovendien blijven er voldoende middelen over voor extra investeringen of vermogensopbouw. De continuïteit van het bedrijf is daardoor gegarandeerd. Hieruit blijkt dat het concept financieel haalbaar is.

7. Conclusie

- In Nederland is behoefte aan kwalitatief goede en bijzondere accommodaties met een hoge belevingswaarde. Bijzondere accommodaties zoals vuurtorens, havenkranen, strandlodges en dergelijke staan in de belangstelling, zijn zeer gewild en kennen vaak een hoge bezettingsgraad. Het Treehouse Resort is een zeer bijzondere accommodatie, die in Nederland zijn gelijke niet kent. Op grond van marktgegevens verwachten we dat de vraag naar deze accommodatie groot zal zijn.
- In Nederland vindt een verschuiving plaats van lange naar korte vakanties. De boomwoningen van het Treehouse Resort zijn uitstekend geschikt voor een korte vakantie en sluiten dus goed aan bij de marktontwikkelingen.
- De Achterhoek is een echte kampeerregio. De gemiddelde verblijfsduur per vakantie ligt hoog. Dit komt omdat het aanbod in de Achterhoek in grote mate gericht is op lang verblijf. Het Treehouse Resort biedt onderscheidende en vernieuwende accommodaties die zeer geschikt zijn voor een kort verblijf. Hieraan is in de Achterhoek zeker behoefte.
- Het vitaliteitsonderzoek in de Achterhoek laat zien dat juist bedrijven die commercieel worden geëxploiteerd vitaal zijn. Dit komt omdat deze bedrijven voortdurend investeren in kwaliteitsverbetering. Het Treehouse Resort zal ook op commerciële basis worden geëxploiteerd. Daarom zal ook in de toekomst in het park worden geïnvesteerd om de marktontwikkelingen voor te blijven.
- Ook in de gemeente Bronckhorst is het recreatieaanbod vrij eenzijdig. Het aandeel van de campings is in deze gemeente nog hoger dan in de Achterhoek als geheel. Nieuw onderscheidend aanbod in de vorm van het Treehouse Resort is een goede aanvulling op het huidige productaanbod. Hiermee wordt een geheel nieuwe doelgroep naar de Achterhoek en de gemeente Bronckhorst getrokken.
- Uit het Vitaliteitsonderzoek Achterhoek blijkt dat behoefte is aan aanbod voor de doelgroepen Avontuurzoekers en Stijlzoekers. Het concept van het Treehouse Resort sluit naadloos aan op de wensen van deze doelgroepen. Een kleinschalig, luxe, onderscheidende en bijzondere accommodatie van hoge kwaliteit in een bijzondere omgeving met een zeer hoge belevingswaarde.
- Uit de marktanalyse blijkt dat er zowel kwantitatief (toevoegen aanbod voor korte vakanties) als kwalitatief (aantrekken nieuwe doelgroepen) behoefte is aan het Treehouse Resort.
- De marktanalyse laat ook zien dat men voor bijzondere en exclusieve accommodatie een forse prijs wil betalen. In combinatie met een hoge bezetting verwachten we dan ook dat een hoge omzet kan worden gerealiseerd. Deze hoge omzet is nodig om de forse investeringen die nodig zijn om het resort te realiseren te kunnen dragen.
- De exploitatiedoorrekening laat zien dat het bedrijf voldoende bedrijfsresultaat en cash-flow weet te genereren om de continuïteit van het bedrijf te waarborgen.
- Slotconclusie is dat de realisatie van het Treehouse Resort zowel vanuit de markt als bedrijfseconomisch haalbaar is.

Apeldoorn, 18 februari 2020
Van der Reest Advies

Bijlage 1 Leefstijlen

Onderstaand wordt kernachtig de kenmerken van de verschillende doelgroepen weergegeven.

Avontuurzoekers (11%)

Moderne kunst? Graag. Andere culturen? Interessant. Slapen op een vulkaan? Doen!

- Zijn avontuurlijk en creatief.
- Doen lekker hun eigen ding en zijn ruimdenkend.
- Zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling.
- Op zoek naar authentieke ervaringen.
- Trekken veel rond op vakantie.
- Zoeken naar bijzondere, gekke of verrassende locaties om te overnachten.



Plezierzoekers (19%)

Lang leve de lol!

- Plezier hebben; gekke dingen doen en vermaakt worden. Gezellig!
- Er op uit gaan met familie of een groep vrienden.
- Zon- en strandvakanties, feestvakantie, avontuurlijke vakantie.
- Camping, huisje, hotel is prima; als er voor iedereen maar wat te doen is.
- Vrolijk en uitbundig; extravert.



Harmoniezoekers (12%)

Hè, gezellig!

- Als het maar voor iedereen gezellig is
- Gaan graag met eigen gezin, familie of vrienden op vakantie.
- Park of camping met veel voorzieningen.
- Lekker ontspannen en rustig aan doen.
- Hartelijk, gemoedelijk, interesse voor anderen.
- Vrolijk maar niet uitbundig; primair op het eigen gezelschap gericht.



Verbindingszoekers (12%)

Gewoon, samen even lekker ontspannen

- Er zijn voor elkaar, je inzetten voor anderen, vrijwilligerswerk.
- Natuurbeleving, wandelen, fietsen.
- Museum en theaterbezoek is ook fijn.
- In vakantie niet gebonden aan één plek.
- Camping met goede faciliteiten, hotel van keten.
- Als ze tevreden zijn komen ze terug en delen hun waardering met anderen.



Rustzoekers (17%)

Dichtbij huis is genoeg moois te zien

- Letterlijk en figuurlijk dichtbij huis blijven. Eigen land is prima.
- In vertrouwde omgeving lekker je gang kunnen gaan; er verandert al zoveel op de wereld.
- Geen verrassingen, weten waar je aan toe bent. Vooraf reserveren geeft zekerheid.
- Terugkomen op de plek waar je al eens geweest bent en waar ze je kennen is fijn.
- Niet teveel drukte om je heen. Rust is belangrijk.



Inzichtzoekers (11%)

Kunst, cultuur en wandelingen houden je fit!

- Inspirerende en rustige activiteiten. Natuur en cultuur.
- Weer tijd voor interesses.
- Willen blijven meedoen met de tijd.
- Dingen willen (blijven) leren. Bewust omgaan met je vrije tijd.
- Musea en bezienswaardigheden.
- Iets ouder, klein gezelschap.
- Goede recensies achterna. Of bekende ketens. Mag best wat kosten.
- Lezers. Kwaliteitskranten. NPO.



Stijlzoekers (17%)

Work hard, play hard.

- Zelfverzekerd en doelgericht. Ambitieuus.
- Chic hotel, wellnesscentra, grote sportwedstrijden bezoeken.
- Actief, ook in de vakantie.
- Luxe & comfort, verwend worden, exclusiviteit.
- Ons soort mensen. Netwerken met gelijkgestemden.

