

BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN

*master in de toegepaste economische wetenschappen:  
accountancy en financiering*

2010  
2011

## Masterproef

*De toeristische meerwaarde van tweede verblijven in het  
Maasland*

Promotor :  
Prof. dr. Patrick DE GROOTE

Copromotor :  
Mevrouw Thea VERSLEEGERS

## Joke Bijmens

*Masterproef voorgedragen tot het bekomen van de graad van master in de toegepaste  
economische wetenschappen, afstudeerrichting accountancy en financiering*

2 0 1 0  
2 0 1 1

# BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN

*master in de toegepaste economische wetenschappen:  
accountancy en financiering*

## Masterproef

*De toeristische meerwaarde van tweede verblijven in het  
Maasland*

Promotor :  
Prof. dr. Patrick DE GROOTE

Copromotor :  
Mevrouw Thea VERSLEEGERS

## Joke Bijmens

*Masterproef voorgedragen tot het bekomen van de graad van master in de toegepaste  
economische wetenschappen , afstudeerrichting accountancy en financiering*



## Woord vooraf

Het maken van een eindwerk vergt een behoorlijke hoeveelheid tijd, energie, inzet en motivatie. Het combineren van dit eindwerk met de lessen van een masterjaar en andere privé-aangelegenheden is niet altijd evident. Ik zou daarom van deze gelegenheid gebruik willen maken om iedereen te bedanken die geholpen heeft bij de verwezenlijking van deze masterproef.

Als eerste wil ik mijn promotor Prof. dr. Patrick De Grootte, hoogleraar aan de faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen en co-promotor Drs. Thea Versleegers, assistent aan de faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen bedanken voor de goede begeleiding en bijsturing doorheen dit hele proces.

Ook Toerisme Limburg, meer specifiek Mevrouw Kelly Droogmans, wil ik bedanken voor haar input en medewerking. Ik hoop dat de resultaten van dit onderzoek nuttig kunnen zijn voor het toekomstig beleid.

Dhr. Sylvain Sleypen en de uitbaters van de Maaslandse campings hebben ook enorm geholpen door hun bereidheid om mee te werken aan de interviews, waarvoor mijn dank.

Ik wil ook mijn dank betuigen aan mijn ouders voor de steun gedurende mijn hele opleiding aan de universiteit. Zonder hen zou dit niet mogelijk geweest zijn. Ook mijn vriend, Geert, verdient een welgemeende dankjewel voor zijn steun en de enorme hulp bij het uitvoeren van het kwantitatief onderzoek. Ik wil ook mijn zus, Elle, bedanken die zorgde voor de nodige stressbestendigheid.



## **Samenvatting**

De gasten op de campings in het Maasland verblijven vaak voor langere tijd op de campings. Vóór dit onderzoek was het profiel en de economische en toeristische meerwaarde van de langverblijver niet gekend. Deze gegevens zouden nochtans erg nuttig zijn als basis voor het vormen van het beleid van Toerisme Limburg m.b.t. deze langverblijver.

Deze studie beoogt het vastleggen van de economische en toeristische meerwaarde van Nederlandstalige tweede verblijvers in het Maasland. Enkel de langverblijvers vallen binnen het domein van dit onderzoek. Een langverblijver wordt in deze studie gedefinieerd als “elke verblijfs gast die, voor een periode van minstens één maand en maximum één jaar, een verblijf op een camping ter beschikking heeft, dat niet zijn hoofdverblijfplaats uitmaakt.” Het onderzoek beoogt tevens een sociodemografisch profiel van de langverblijver in het Maasland.

Dit onderzoek vindt plaats op vraag van Toerisme Limburg. De beschikbare literatuur en informatie over de langverblijver in het Maasland is erg beperkt. Toch is de ‘Analyse van het Toerisme in het Maasland’ door Prof. Dr. Patrick De Grootte een heel goede referentiebasis. Deze studie omvat het toerisme in het Maasland in het algemeen met een onderverdeling voor de bespreking van de campingsector. Deze studie wordt niet besproken in de literatuurstudie door de late ontvangst ervan maar de enquêteresultaten uit dit onderzoek worden wel met de studie van Prof. Dr. De Grootte vergeleken.

Het schrijven van een masterproef is een opleidingsonderdeel voor het behalen van het masterdiploma in de Bedrijfseconomische Wetenschappen aan de Universiteit Hasselt.

De afstudeeropdracht heeft als doel het bewijs te leveren dat de student wetenschappelijke methoden kan toepassen, zelfstandig een probleem kan stellen en oplossen, en de nodige mondelinge en schriftelijke taalvaardigheid bezit.

Het onderzoek bestaat uit een literatuurstudie, een kwalitatief en kwantitatief onderzoek en aanbevelingen voor de betrokken partijen.

In de literatuur worden tweede verblijven op talloze verschillende manieren gedefinieerd. Toch is er weinig informatie beschikbaar over de langverblijver. De tweede verblijven aan de Belgische Kust werden wel reeds door het WES onderzocht, en het NRIT (Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme) onderzocht de Nederlandse markt voor tweede woningen.

Het kwalitatief onderzoek toont aan dat de langverblijver van groot belang is voor de campingsuitbater, omdat de langverblijvers ook voor inkomsten zorgen buiten het hoogseizoen. De economische meerwaarde is zelfs zo groot dat het niet rendabel zou zijn de camping open te houden indien de langverblijvers zouden wegblijven. Bijna 78% van de plaatsen op de Maaslandse campings zijn vaste jaarplaatsen. Aan de andere kant twijfelt Toerisme Limburg aan de toeristische meerwaarde van de langverblijver. De toeristische meerwaarde bestaat uit de inkomsten voor de plaatselijke middenstand, in tegenstelling tot de economische meerwaarde ontvangen door de campingsuitbaters.

De toeristische meerwaarde van de langverblijvers wordt bepaald door de activiteiten die men onderneemt buiten het domein van de camping. Volgens het kwantitatief onderzoek onderneemt men gemiddeld 6,57 verschillende activiteiten buiten de camping tijdens het verblijf in het Maasland. De populaire activiteiten bestaan uit een café- of restaurantbezoek, een bezoek aan een naburige stad of gemeente, shoppen, wandelen volgens eigen route, en een bezoek aan Maasmechelen Village. De enquêteresultaten toonden aan dat ongeveer de helft van de gasten regelmatig de camping verlaat. Bijkomend onderzoek zou dit verder kunnen specificeren.

Het onderzoek in opdracht van Toerisme Limburg geeft aan dat de campinggast veel meer uitgeeft tijdens zijn verblijf in het Maasland, nl. € 11,35 per persoon per dag, t.o.v. € 5,99 per persoon per dag voor de langverblijver. Het verschil is mede te wijten aan het feit een kort verblijf per dag duurder is dan een lang verblijf.

De toeristische meerwaarde van de langverblijver op een Maaslandse camping bedraagt € 3.702 per gezelschap per jaar. Maar hoeveel gezelschappen verblijven er per jaar op de campings in het Maasland? Indien verder onderzoek i.v.m. de bezettingsgraad tijdens de

verschillende seizoenen en hoe vaak men per jaar terugkeert naar de camping een antwoord op deze vraag kan geven, krijgt men de totale toeristische meerwaarde van het geheel van langverblijvers op de campings in het Maasland.

Het kwantitatief onderzoek schetst ook het profiel van de langverblijver op de campings in het Maasland. De langverblijver is gemiddeld 53 jaar, heeft geen thuiswonende kinderen en is afkomstig uit de nabije omgeving van de camping. Het cliënteel van de campings bestaat voornamelijk uit arbeiders, gepensioneerden, huisvrouwen of -mannen, arbeidsongeschikten en zelfstandigen. 30% van de gasten is vaste bewoner op de camping en verblijft er dus 12 maanden van het jaar. Men verblijft er over het algemeen in het gezelschap van partner of gezin.

De belangrijkste redenen om voor langere tijd op een Maaslandse camping te verblijven zijn het sociale contact en de rust. De gasten verblijven niet enkel op de camping tijdens de vakantieperioden of slechts in het weekend, maar voor een gemiddelde duur van 5 maanden per jaar.

De grootste troef van het Maasland, in vergelijking met andere regio's, is het groene karakter van de streek. De herkomst van de gasten toont aan dat ook de nabijheid van de streek erg belangrijk is. Over het algemeen is de Maaslandse campinggast best tevreden over het toeristisch aanbod in het Maasland. De fiets- en wandelroutes scoren erg goed bij de gasten. De aanwezigheid van de Maas speelt een minder grote rol bij de keuze voor het Maasland en er wordt echter weinig aandacht besteed aan musea en historisch erfgoed. Men hecht wel veel waarde aan goede ervaringen in het verleden en aanbevelingen van vrienden.

De aankopen buiten de camping bestaan voornamelijk uit levensmiddelen en kleding. Levensmiddelen worden zelfs door 94,12% van de gasten buiten de camping aangekocht. Dit wil echter niet zeggen dat men geen levensmiddelen aankoopt in de campingwinkel. Wanneer er een campingwinkel aanwezig is maakt men ook hier gebruik van voor het aankopen van levensmiddelen.



De langverblijver op de Maaslandse camping is niet op de hoogte van het beschikbare aanbod streekproducten. Nochtans bestaan er initiatieven, georganiseerd door of met de medewerking van Toerisme Limburg om de toeristische producten met een culinaire invalshoek te promoten. Voorbeelden hiervan zijn Vlaanderen Lekker Land en Puur Limburg.

De beschikbare informatie op de campings in het Maasland is voldoende volgens de respondenten van de enquête. De informatiekanaal zijn echter niet altijd optimaal. De campinguitbaters en het personeel op de camping blijken wel efficiënte informatiekanaal. Duitstalige gasten in het bijzonder waren tijdens het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte in 1998 niet tevreden over de beschikbare toeristische informatie. Dit kan betekenen dat er toen te weinig Duitstalige toeristische informatie voorhanden was. Verder onderzoek zal moeten uitwijzen of dit nog steeds het geval is. Bijkomend onderzoek naar alle eigenschappen van de Duitstalige gasten is aan te raden.

Toerisme Limburg heeft reeds op regelmatige basis contact met de Maaslandse gemeenten over de kortverblijvers op de campings. Ook voor het beleid omtrent de langverblijvers op de Maaslandse campings is overleg nodig met de betreffende gemeenten en de campinguitbaters. Toerisme Limburg zal de resultaten van dit onderzoek en de te ondernemen acties met de campinguitbaters en de regiocoördinatoren bespreken.

## Inhoudsopgave

Woord vooraf

Samenvatting

Lijst van afkortingen

Lijst van tabellen

Lijst van figuren

Inleiding .....	2
Hoofdstuk 1: Probleemstelling en onderzoeksopzet .....	4
1.1    Probleemstelling .....	4
1.2    Onderzoeksvragen .....	5
1.2.1    Centrale onderzoeksvraag .....	5
1.2.2    Deelvragen.....	5
1.3    Onderzoeksopzet .....	6
Hoofdstuk 2: Literatuurstudie .....	8
2.1    Definities .....	8
2.1.1    Tweede verblijf.....	8
2.1.2    Mobiel verblijf .....	13
2.1.3    Openluchtrecreatieve terreinen .....	13
2.1.4    De langverblijver .....	14
2.2    Literatuur.....	15
Hoofdstuk 3: Kwalitatief onderzoek.....	24
Hoofdstuk 4: Kwantitatief onderzoek .....	34
4.1    Enquêteresultaten.....	35
4.1.1    Achtergrondinformatie en gezinssituatie .....	35
4.1.2    Verblijf.....	43

4.1.3	Aantal personen .....	45
4.1.4	Duur en reden .....	46
4.1.5	Informatiebronnen.....	52
4.1.6	Campingfaciliteiten, activiteiten in de omgeving en streekproducten.....	55
4.1.7	Budget .....	67
4.1.8	Bezit van of aanschafplannen voor een tweede verblijf.....	70
4.1.9	Opmerkingen.....	70
4.1.10	Vergelijking van koppels en gezinnen .....	71
Hoofdstuk 5: Besluit en aanbevelingen.....		78
5.1	Besluit.....	78
5.2	Aanbevelingen.....	81
5.2.1	Aanbevelingen voor Toerisme Limburg .....	81
5.2.2	Aanbevelingen voor de campinguitbaters .....	83
5.2.3	Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek .....	84

Lijst van geraadpleegde werken

Lijst van bijlagen

Lijst van interviews

Bijlage I: Interview met Dhr. Lode Nulmans

Bijlage II: Interview met Dhr. Erik Gorissen

Bijlage III: Interview met Dhr. Sylvain Sleypen

Bijlage IV: Adressenlijst van de campings in het Maasland

Bijlage V: Enquête

Bijlage VI: Het aantal vaste plaatsen en de herkomst van de gasten op de campings in het Maasland

## **Lijst van afkortingen**

DAL = Dagtoerisme Limburg vzw

KAP III-project KiTS = Kustactieplan III-project Kustindicatoren Toeristisch-Statistisch

LNV = Landbouw, Natuurbeheer en Visserij

MAREC = Maaslandse Recreatiecentra

M.A.S. = Market Analysis & Synthesis

NRIT = Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme

PRUP = Provinciaal Ruimtelijk Uitvoeringsplan

RECREAD = federatie van recreatieondernemers vzw

SPSS = Statistical Package for the Social Sciences

UNIZO = Unie van Zelfstandige Ondernemers

VROM = Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer

WESTTOER = West-Vlaams provinciebedrijf voor Toerisme en Recreatie



## Lijst van tabellen

Tabel 2. 1: Soorten vaste plaatsen op een camping .....	11
Tabel 4. 1: Het gezelschap van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland.....	46
Tabel 4. 2: De verblijfsduur van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	47
Tabel 4. 3: Het aandeel vaste plaatsen op de Maaslandse campings .....	48
Tabel 4. 4: Het aantal Nederlandstalige vaste bewoners op de campings in het Maasland .....	49
Tabel 4. 5: Het gemiddeld aantal opgegeven redenen door de Nederlandstalige langverblijver om te kiezen voor een camping in het Maasland .....	51
Tabel 4. 6: Het belang van faciliteiten voor de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	51
Tabel 4. 7: Het belang van faciliteiten voor de Nederlandstalige langverblijver bij de keuze voor een camping in het Maasland.....	52
Tabel 4. 8: Aantal ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver op de Maaslandse camping.....	58
Tabel 4. 9: Aantal ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping .....	62
Tabel 4. 10: De door de gasten gependeerde tijd aan de activiteiten buiten de Maaslandse camping.....	62
Tabel 4. 11: De door de gasten gependeerde tijd aan de activiteiten buiten de Maaslandse camping .....	64
Tabel 4. 12: Mate van tevredenheid met het toeristisch aanbod in het Maasland van de Maaslandse campinggast.....	64
Tabel 4. 13: Rangorde van de verschillende aankopen binnen het budget van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	67
Tabel 4. 14: De uitgaven per persoon per dag van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	68
Tabel 4. 15: Gemiddelde bestedingen per persoon per dag volgens logiestype van de toeristen in Limburg.....	68
Tabel 4. 16: Het gemiddeld aantal personen en de gemiddelde verblijfsduur van de Nederlandstalige langverblijvers op de Maaslandse campings.....	69
Tabel 4. 17: De uitgaven van een gemiddeld gezelschap per jaar van Nederlandstalige langverblijvers op een Maaslandse camping .....	69
Tabel 4. 18: De markt voor tweede verblijven volgens de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping.....	70
Tabel 4. 19: Aantal geplande en ondernomen activiteiten op de Maaslandse camping door koppels en gezinnen.....	74
Tabel 4. 20: Aantal ondernomen activiteiten buiten de Maaslandse camping door koppels en gezinnen .....	76

## Lijst van figuren

Figuur 2. 1: Bestedingen in de vrijetijdseconomie in Nederlands Limburg .....	22
Figuur 4. 1: Het geslacht van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	36
Figuur 4. 2: De leeftijd van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	36

Figuur 4. 3: De leeftijd van de gasten op de Maaslandse campings in 1998 .....	37
Figuur 4. 4: De leeftijd van de kinderen van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	37
Figuur 4. 5: De gezinsstatus van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	38
Figuur 4. 6: De gezinssamenstelling van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	39
Figuur 4. 7: Samengestelde gezinnen op de campings in het Maasland .....	39
Figuur 4. 8: De herkomst van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	40
Figuur 4. 9: De herkomst per provincie van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	41
Figuur 4. 10: De nationaliteit van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	41
Figuur 4. 11: Het opleidingsniveau van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	42
Figuur 4. 12: Het beroep van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	43
Figuur 4. 13: De Nederlandstalige langverblijver in het bezit van een woongedeelte op een Maaslandse camping .....	44
Figuur 4. 14: Het kampeermiddel van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	44
Figuur 4. 15: De terugkeer van de Nederlandstalige langverblijver naar een camping in het Maasland .....	45
Figuur 4. 16: Het gezelschap van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	46
Figuur 4. 17: De verblijfsduur van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland .....	47
Figuur 4. 18: De Nederlandstalige vaste bewoners op een camping in het Maasland .....	48
Figuur 4. 19: De reden voor vaste bewoning van een verblijf op een camping in het Maasland .....	49
Figuur 4. 20: Waarom kiest men voor een lang verblijf in het Maasland? .....	50
Figuur 4. 21: De geraadpleegde informatiebronnen door de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	53
Figuur 4. 22: De hoeveelheid beschikbare informatie volgens de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	54
Figuur 4. 23: Informatie over activiteiten/producten in de streek volgens de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	55
Figuur 4. 24: Gebruikt en gepland gebruik van de faciliteiten op de Maaslandse camping door de Nederlandstalige langverblijver .....	56
Figuur 4. 25: Gebruik van de faciliteiten op de Maaslandse camping door de Nederlandstalige langverblijver .....	57
Figuur 4. 26: Ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping .....	59
Figuur 4. 27: Ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping, aangepast ter vergelijking met de ondernomen activiteiten door de Limburgse toeristen. ....	60
Figuur 4. 28: Ondernomen activiteiten door de toeristen in Limburg .....	60
Figuur 4. 29: Ondernomen activiteiten buiten de camping door de gasten op de Maaslandse campings .....	61
Figuur 4. 30: Hoe vaak vertoeft de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping? .....	63
Figuur 4. 31: Aankopen buiten de Maaslandse camping door de Nederlandstalige langverblijver .....	65
Figuur 4. 32: Streekproducten aangekocht door de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping .....	66
Figuur 4. 33: Vergelijking van de verblijfsduur tussen koppels en gezinnen op een vaste standplaats op een camping in het Maasland .....	72
Figuur 4. 34: Vergelijking van de redenen om voor een verblijf op een vaste standplaats op een Maaslandse camping te kiezen tussen koppels en gezinnen .....	73

Figuur 4. 35: Vergelijking van het gebruik van campingfaciliteiten tussen koppels en gezinnen die verblijven op een vaste standplaats op een Maaslandse camping ..... 74

Figuur 4. 36: Vergelijking van de ondernomen activiteiten buiten de Maaslandse camping tussen koppels en gezinnen die op een vaste standplaats verblijven ..... 75

Figuur VI. 1: Kaart van het aantal vaste plaatsen en herkomst van de gasten op de campings in het Maasland





## **Inleiding**

Toerisme Limburg wil, op vraag van de gemeenten uit het Maasland, onderzoeken welke economische betekenis de langverblijver heeft voor het Maasland. Men wil een overzicht en analyse van de tweede verblijfsmogelijkheden in het Maasland, een beperkt sociologisch profiel van de tweede verblijfgasten in het Maasland en een inschatting van de economische betekenis van het tweede verblijf voor de Maaslandse gemeenten. Deze studie zal zich bezighouden met het beantwoorden van deze vragen.

Het eerste deel van dit onderzoek bestaat uit een literatuurstudie. Omdat er tot op heden nog weinig literatuur te vinden is over dit onderwerp, zal dit deel relatief beperkt blijven. Er zal wel dieper ingegaan worden op de definiëring van enkele begrippen en het verduidelijken van de eigen werkdefinitie.

Vervolgens zullen de interviews met Maaslandse campinguitbaters besproken worden, alsook het interview met voormalig deputé van Toerisme Limburg, Sylvain Sleypen. Deze interviews verduidelijken de huidige situatie omtrent de langverblijver in het Maasland.

Er zal een situatietanalyse uitgevoerd worden aan de hand van de resultaten van de enquête. De enquête zal schriftelijk afgenomen worden, voorafgegaan door een korte persoonlijke voorstelling. Het is de bedoeling om uit deze gegevens het sociodemografisch profiel op te stellen van de tweede verblijver in het Maasland, en de economische en toeristische meerwaarde van de langverblijvers te bepalen.

Een volgend onderdeel omvat het in kaart brengen van de tweede verblijven in het Maasland. Omdat zulke gegevens enkel te vinden zijn over de tweede verblijven aan de Kust, kan dit een meerwaarde betekenen voor het beleid, de campings en voor verder onderzoek.

De conclusies zullen het laatste deel uitmaken van deze studie. Deze kunnen nuttig zijn voor Toerisme Limburg en de campinguitbaters in het Maasland of elders. Op 16 mei 2011 werd de gegevensverwerking van deze studie afgesloten.



# Hoofdstuk 1: Probleemstelling en onderzoeksopzet

## 1.1 Probleemstelling

Zijn de “tweede verblijven” onderdeel van het toerisme? Waar trekken we de grens? Wanneer is een verblijf toeristisch en wanneer is het een tweede verblijf? En welke kenmerken bepalen dit onderscheid?

De discussie op dit moment situeert zich vooral rond de vragen: “Wat is een tweede verblijf?”, en “Wat is een recreatieverblijf of een toeristisch verblijf?” Verschillende definities van tweede verblijven sluiten staanplaatsen en/of verblijven uit, die zich bevinden op openluchtrecreatieve terreinen. Maar als men hier meer dan de helft van het jaar doorbrengt, is het volgens sommige bronnen ook geen toeristisch verblijf meer.

Dan luidt de vraag: Tot welke categorie behoren deze verblijven? Er bestaat op dit ogenblik nog weinig onderzoek of zelfs informatie over deze vorm van verblijven. Toch zien we dat deze verblijven erg vaak voorkomen in de praktijk. Volgens campinguitbaters in het Maasland, vertegenwoordigen deze verblijven zelfs meer dan 60 % van de omzet. Men noemt deze verblijven erg belangrijk en zelfs ‘noodzakelijk’ voor het overleven van de camping.

Aangezien het grote belang van deze ‘langverblijvers’ is het vreemd dat er zo weinig informatie over te vinden is. Eerdere onderzoeken zijn vrijwel onbestaand. Daarom is het ook de intentie van deze studie om verder onderzoek te stimuleren.

Het standpunt van Toerisme Vlaanderen/Toerisme Limburg staat haaks op dat van de Maaslandse campinguitbaters. Hun ideeën van de ideale situatie zijn erg verschillend, dat misschien het gevolg is van het gebrek aan een eenduidige definitie of zelfs maar een naam voor dit fenomeen. Als beide partijen samen kunnen besluiten tot welke categorie deze verblijven behoren, is het al een stuk eenvoudiger om samen te werken in verband met toekomstige investeringen. Deze studie beoogt dus ook het verstrekken van tot nu toe onbekende informatie aan de belanghebbenden.

Horen deze verblijven tot de categorie recreatie? Moet er in de toekomst geïnvesteerd worden in lange verblijven? Hoe kan men de link leggen met de mogelijkheden die de omgeving biedt? Om een antwoord te vinden op deze vragen komt er nog een veel belangrijkere vraag naar boven: hebben deze langverblijvers een toeristische en economische meerwaarde?

## 1.2 Onderzoeksvragen

### 1.2.1 Centrale onderzoeksvraag

De belangrijkste vraag die gesteld wordt in de loop van dit onderzoek luidt: **“Zorgt de langverblijver voor een economische en/of toeristische meerwaarde?”** Volgens sommigen blijven langverblijvers voornamelijk op het domein van de camping. Hierdoor zouden ze geen toeristische meerwaarde betekenen voor de omgeving. Is dit effectief zo? Op deze vraag zal de verwerking van de enquête een antwoord bieden. De economische meerwaarde moet duidelijk worden tijdens de interviews met de campinguitbaters. Zij kunnen vertellen wat een langverblijver voor hun bedrijf betekent.

### 1.2.2 Deelvragen

Om de centrale onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden en verder uit te diepen, moet er ook een antwoord geformuleerd worden op enkele andere vragen. Deze vragen zijn:

**“Wat houdt deze meerwaarde in?”** Indien er besloten kan worden, dat de langverblijver op de Maaslandse camping wel degelijk een economische en/of toeristische meerwaarde heeft, moet er bepaald worden wat deze meerwaarde inhoudt. Zo kan er geëvolueerd worden of deze meerwaarde voldoende groot is en hoe belangrijk de langverblijver eigenlijk is.

**“Wie zijn de ‘langverblijvers’ op de campings in het Maasland?”** Om een sociodemografisch profiel te kunnen opstellen van de langverblijver, dient onderzocht te worden wie deze mensen zijn. Zijn er bijvoorbeeld belangrijke kenmerken die we steeds zien terugkomen?

**“Waarom verblijft men voor langere tijd op een camping?”** Welke redenen heeft een persoon om voor langere tijd op een camping te verblijven? Verblijft men er doorlopend over de hele uurperiode of komt men enkel naar de camping tijdens het weekend?

**“Waarom kiest men voor een verblijf in het Maasland ten opzichte van andere streken?”** Hoe ziet men het Maasland ten opzichte van andere streken? Welke concurrentiële voordelen heeft het Maasland? Wat heeft deze streek te bieden, wat men nergens anders vindt? Als we deze kenmerken kunnen identificeren, kunnen diverse partijen hier hun voordeel uit halen.

### 1.3 Onderzoeksopzet

Bij de start van deze studie zal eerst een literatuurstudie uitgevoerd worden. De reden hiervoor is voornamelijk om het verrichten van overbodig werk te vermijden en om een zekere voorkennis op te bouwen omtrent het onderzoeksobject. Bij een literatuurstudie kunnen ook bepaalde aspecten aan het licht komen, die extra aandacht vereisen, of gewoon interessant zijn om verder uit te diepen. De literatuurstudie is ook erg handig om de relevante termen duidelijk te definiëren en vervolgens een eigen werkdefinitie op te stellen.

De interviews met de campinguitbaters en Toerisme Limburg worden in het begin van deze studie afgenomen. De interviews moeten een goed inzicht bieden in de praktijksituatie. De bevoorrechte getuigen zijn ook de aangewezen personen om te wijzen op bijkomende problemen of ideeën, die niet beschreven staan in de literatuur.

Door gebruik te maken van een enquête, is het mogelijk om een erg breed publiek te bereiken en zoveel mogelijk gegevens te vergaren. Een korte persoonlijke voorstelling zorgt voor een hoger aantal ingevulde enquêtes en meer waarheidsgetrouwe gegevens. Omdat de enquêtes nadien persoonlijk terug worden opgehaald heeft de respondent de mogelijkheid om vragen te stellen indien iets niet duidelijk was.

De resultaten van de enquête zullen verwerkt worden met behulp van SPSS en Excel. Hier zal de centrale onderzoeksvraag getest worden en onderworpen worden aan een gepast significantieniveau.



## Hoofdstuk 2: Literatuurstudie

### 2.1 Definities

Uit bestaande literatuur blijkt dat er nog steeds geen duidelijke definitie bestaat van 'tweede verblijven'. In diverse onderzoeken gebruikt men telkens weer andere werkdefinities. Vlaanderen (Decreet van 3 maart 1993) gebruikt de overkoepelende term 'terreinen voor openluchtrecreatieve verblijven' (WES, 2008, p. 39). Onderzoekers en andere analisten schrijven echter vaak een eigen werkdefinitie voor hun onderzoek. Dit maakt het erg moeilijk om eenduidige informatie te vinden over tweede verblijven.

Dat er geen algemeen aanvaarde en te gebruiken definitie bestaat, wordt bevestigd door het onderzoek van het Ruimtelijk Planbureau en RIGO Research en Advies BV omtrent tweede verblijven.

Er is een groot verschil tussen tweede verblijven als 'private woningen bedoeld voor recreatieve doeleinden' en tweede verblijven als 'openluchtrecreatieve verblijven'. Om deze redenen zal er voldoende aandacht moeten worden geschonken aan een duidelijke definiëring van de gebruikte begrippen. Een goede definitie van het onderzoeksobject is immers de basis van een goede studie.

#### 2.1.1 Tweede verblijf

##### Wettelijke definities

Een **openluchtrecreatief verblijf** wordt in het Decreet van 3 Maart 1993 omschreven als een: "1° tent, caravan, mobilhome, kampeerauto, woonauto of iedere andere verblijfsvorm die niet ontworpen is om als vaste woonplaats te dienen of niet als dusdanig wordt gebruikt en waarvoor geen vergunning vereist is overeenkomstig artikel 44 van de wet van 29 maart 1962 houdende organisatie van de ruimtelijke ordening en van de stedenbouw; 2° chalet, bungalow, huisje, paviljoen of iedere andere verblijfsvorm die niet ontworpen is om als vaste



woonplaats te dienen of niet als dusdanig wordt gebruikt en waarvoor een vergunning vereist is overeenkomstig artikel 44 van de wet van 29 maart 1962 houdende organisatie van de ruimtelijke ordening en van de stedenbouw". (Toerisme Vlaanderen, 2006, p. 8)

Later werd er een wetsvoorstel ingediend met als doel de tweede verblijven in het algemeen duidelijker te definiëren. Dit was het wetsvoorstel tot wijziging van de wet van 13 juli 1987. Artikel 1, 6<sup>o</sup> omschrijft een *tweede verblijf* als "elke verblijfplaats, die niet gelegen is op een terrein voor openluchtrecreatieve verblijven, die minstens twee weken per jaar wordt betrokken en die niet het hoofdverblijf uitmaakt, met uitsluiting van een tent, caravan, stacaravan, kampeerauto of iedere andere verblijfsvorm die niet ontworpen is om als vaste woonplaats te dienen. Wordt slechts als tweede verblijf aangezien: iedere verblijfplaats die uiteraard niet het hoofdverblijf uitmaakt en aan de volgende kenmerken voldoet: 1. De betrokken verblijfplaats moet minstens twee weken per jaar worden betrokken. Dit lijkt een absoluut minimum opdat niet elk toevallig verblijf van enkele dagen op een plaats zou leiden tot de kwalificatie als tweede verblijf. 2. De verblijven gelegen op terreinen voor openluchtrecreatieve verblijven worden niet als tweede verblijf aangemerkt. 3. Worden uitdrukkelijk uitgesloten: verblijven in de vorm van het verblijf in een tent, caravan, stacaravan, kampeerauto of iedere andere verblijfsvorm die niet ontworpen is om als vaste woonplaats te dienen" (Wetsvoorstel tot wijziging van de wet van 13 juli 1987 betreffende het kijk- en luistergeld, toelichting, Art 1; 6<sup>o</sup>, B.S. 2 juli 1998). Er is echter geen bewijs te vinden in de wet over het definitief doorvoeren van dit wetsvoorstel.

In de wet vinden we ook nog een ander begrip terug. In een Besluit van de Vlaamse Regering heeft men het over een een campingverblijf. Men omschrijft een *campingverblijf* als: "*elke vorm van openluchtrecreatief verblijf, tent uitgezonderd, gelegen op een terrein voor openluchtrecreatieve verblijven, vermeld in artikel 2, van het decreet van 3 maart 1993 houdende het statuut van de terreinen voor openluchtrecreatieve verblijven*" (Besluit van de Vlaamse Regering van 12 oktober 2007, B.S. 7 december 2007).

#### Definities uit de literatuur

*Tweede verblijven* worden in het onderzoek van het WES gedefinieerd als "private woningen (die): opgenomen zijn in de belastingkohieren op tweede verblijven van de kustgemeenten en

waar derhalve geen domicilie gevestigd is op dit adres, waarvan het gebruik bedoeld is voor recreatieve doeleinden, en exclusief deze woongelegenheden die vallen onder de vergunning van openluchtrecreatief verblijf” (WES, 2008, p.7).

De definitie van een **tweede woning** volgens de Raad Landelijk Gebied, het adviesorgaan van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij (LNV) luidt als volgt: “een tweede woning is in alle gevallen een verblijf dat men door eigendom of anderszins min of meer permanent voor zichzelf beschikbaar heeft naast de hoofdwoning (eerste woning). In veel gevallen wordt een tweede woning aangeschaft met een recreatief doel en daarmee is die woning functioneel een recreatieverblijf: een plek om er af en toe even uit te zijn. Een dergelijk verblijf kan echter ook letterlijk een tweede woning worden, een plek waar men dus vaker verblijft en die dan ook voldoet aan de daarbij behorende normen van comfort en voorzieningen. Formeel zijn tweede woningen niet het hoofdverblijf van de bewoner: men is niet in de betreffende gemeente ingeschreven” (NRIT, 2010, p. 13).

Binnen de definitie die gebruikt wordt door het NRIT (Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme) vallen alle woningen. Deze woningen hoeven dus niet specifiek gelegen te zijn op een terrein voor openluchtrecreatieve verblijven.

Het Ruimtelijk Planbureau en RIGO Research en Advies BV onderscheiden drie dimensies voor de definiëring van een tweede woning. De eerste dimensie is die van de functie van het object: Dient de woning als eerste of als tweede woning? De verschijningsvorm is de tweede dimensie: Gaat het om een woning zoals de reguliere woonvormen, een volkstuincomplex of een camper? De laatste dimensie is die van de eigendomsverhouding. Een gehuurde vakantiebungalow zou niet beschouwd worden als tweede woning, een recreatiewoning in particulier bezit wel.

Bouwfonds onderscheidt verschillende vormen van een tweede woning. Het kan gaan om een woon- en werkadres, een woon- en recreatie/weekendadres, het permanent bewonen van de tweede woning, een eerste woning om familie/vrienden op te zoeken (vooral gepensioneerden), of diverse andere (meng)vormen. Hieruit kan men besluiten dat een tweede woning niet altijd hetzelfde is als een recreatiewoning.

Door het Ministerie van VROM (Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer) is het begrip *recreatiewoning* als volgt gedefinieerd: “een recreatiewoning is een woning ten behoeve van een tijdelijk recreatief verblijf dat voldoet aan de technische eisen van het bouwbesluit met betrekking tot de logiesfunctie en voldoet of met kleine ingrepen kan voldoen aan de eisen die het bouwbesluit stelt aan woonfuncties” (NRIT, 2010, p. 14).

De verordening op de heffing en de invordering van toeristenbelasting 2011 van diverse Nederlandse gemeenten maken een onderscheid tussen de verschillende soorten plaatsen op een camping. Men deelt de verblijven in, naargelang de duur, de verblijfsvorm, de mogelijkheid om te overnachten in de winter en verplichting het verblijf te verwijderen van de standplaats na afloop van de duurtijd.

Een *vaste jaarplaats* definieert men als “een terrein of terreingedeelte dat bestemd is voor het gedurende een jaar plaatsen van een zelfde mobiel kampeeronderkomen of stacaravan”.

Een *vaste seizoenplaats* wordt omschreven als “een terrein of terreingedeelte dat bestemd is voor het gedurende een seizoen plaatsen van een zelfde mobiel kampeeronderkomen of stacaravan, waarin het gedurende de winterperiode niet toegestaan is te overnachten”.

Een *seizoenplaats* is “een terrein of terreingedeelte waar gedurende het seizoen hetzelfde mobiel kampeeronderkomen is geplaatst en dat na afloop van het seizoen verwijderd wordt” (Schellingerhout, 2010, p.2).

In *tabel 4.1* worden de kenmerken van de verschillende soorten plaatsen weergegeven.

**Tabel 2. 1: Soorten vaste plaatsen op een camping**

	Duur		Verblijf		Winter	Stallen
	1 jaar	1 seizoen	mobiel kampeeronderkomen	stacaravan	overnachten in de winter	verblijf nadien verwijderen
Vaste jaarplaats	X		X	X	X	
Vaste seizoenplaats		X	X	X		
Seizoenplaats		X	X		X	X

Bron: Verwerkte gegevens Schellingerhout, 2010, p 2.

### Werkdefinitie

Aangezien er voor de in dit onderzoek bedoelde tweede verblijven geen naam geformuleerd wordt in de wet, noch in de literatuur, gebruiken we de algemene naam “*tweede verblijf*”. Dit gebeurt echter wel met de beperkingen in het achterhoofd, opgelegd door de werkdefinitie van deze studie. We definiëren een tweede verblijf als:

**“Elk mobiel verblijf, dat gelegen is op een camping, dat minstens één maand en maximum één jaar wordt betrokken, dat niet het hoofdverblijf uitmaakt, en waar dus geen domicilie gevestigd is.”**

Onze definitie staat in contrast met de wettelijke definitie. Deze stelt namelijk dat een tweede verblijf minstens twee weken per jaar betrokken moet worden en dat verblijven gelegen op terreinen voor openluchtrecreatieve terreinen niet als tweede verblijf worden aangemerkt. Deze studie richt zich specifiek op die verblijven, die zich wel bevinden op openluchtrecreatieve terreinen met een minimum van één maand en één maximum van 1 jaar. De wet voorziet geen maximum.

Bovendien sluit de wetgeving ook bepaalde verblijven uitdrukkelijk uit. Verblijven in de vorm van een tent, caravan, stacaravan, kampeerauto of iedere andere verblijfsvorm die niet ontworpen is om als vaste woonplaats te dienen, worden niet beschouwd als tweede verblijven. Het onderzoeksobject van deze studie zijn net wel deze uitgesloten verblijfsvormen. Er wordt verder geen definitie in de wet voorzien voor deze verblijfsvormen indien men deze voor een langere periode dan twee weken betreft.

Indien deze verblijven geen tweede verblijven zouden zijn, maar men verblijft er wel de helft van het jaar, onder welke categorie vallen deze verblijven dan? Ze mogen immers ook niet als hoofdverblijfplaats gebruikt worden.

Deze grenzen zijn bepaald met het oog op het schetsen van een profiel van gasten die niet gewoon een week op vakantie gaan maar er echt voor langere tijd verblijven. Daarom wordt in deze studie verwacht een heel ander publiek aan te treffen.

### 2.1.2 Mobiel verblijf

Onder de naam *mobiel verblijf* wordt verstaan: “een tent, een vouwwagen, een kampeerauto, een rijcaravan, een stacaravan of elk ander vergelijkbaar verblijf” ( De Wilde, 2010a, p. 9).

De Verordening toeristenbelasting 2011 van de gemeente Rhenen formuleert een gelijkaardige definitie voor *Mobiele kampeeronderkomens*. Deze omvatten “tenten, vouwwagens, kampeerauto’s, toercaravans en soortgelijke onderkomens dan wel soortgelijke voertuigen welke bestemd zijn dan wel gebezigd worden als verblijf voor vakantie en andere recreatieve doeleinden” (Schellingerhout, 2010, p.2) .

Onze werkdefinitie omvat enkel bovenvermelde mobiele verblijven. De reden hiervoor is het uitsluiten van vaste tweede woningen op de campings in kwestie zoals chalets, appartementen, zomerhuisjes, trekkershutten en dergelijke.

### 2.1.3 Openlucht recreatieve terreinen

#### Wettelijke Definities

Een *openlucht recreatief terrein* wordt in de wet als volgt omschreven: “Ieder terrein waarop ten minste drie verblijven staan of kunnen staan zoals bedoeld in artikel 2, § 1 en dat ingericht is met het oog op of bestemd voor openlucht recreatief verblijven” (Decreet van 3 maart 1993, B.S. 28 april 1993).

Het Decreet van 3 maart 1993 werd opgeheven door het Decreet van 10 juli 2008. Artikel 29 van dit decreet wijzigt het statuut van de terreinen voor openlucht recreatieve verblijven. Het nieuwe decreet omschrijft een *openlucht recreatief terrein* als volgt : “een uitgerust en afgebakend terrein in centraal beheer waarop gekampeerd of verbleven wordt in openlucht recreatieve verblijven of dat daarvoor bestemd of ingericht is” (Decreet 10 juli 2008, Art 2; 10°, p.30).

#### Definities uit de literatuur

Volgens het Vlaams Logiesdecreet is een *openlucht recreatief terrein* “een uitgerust en afgebakend terrein in centraal beheer. Toeristen kunnen er kamperen of verblijven in

openluchtrecreatieve verblijven, zoals een verblijfplaats, een toeristische kampeerplaats, een kampeerplaats voor kortkampeers, een kampeerautoplaats of een plaats op de tentenweide” (De Wilde, 2010b, p. 2).

Openluchtrecreatieve terreinen worden hier onderverdeeld in vijf subcategorieën: campings, vakantieparken, kampeerautoterreinen, minicampings en verblijfparken. Om tot een bepaalde categorie te behoren, moet men voldoen aan bepaalde voorwaarden. Onze werkdefinitie van een tweede verblijf past binnen de categorie van de campings.

De voorwaarden die het Vlaams Logiesdecreet oplegt om de naam *camping* te gebruiken zijn de volgende: “Een camping beschikt over minstens 30 kampeerplaatsen voor kortkampeers of stelt minstens 15% van de plaatsen voor openluchtrecreatieve verblijven op het terrein ter beschikking als kampeerplaatsen voor kortkampeers. Maximum een derde van de noodzakelijke kampeerplaatsen voor kortkampeers mag vervangen worden door: Verblijfplaatsen met een openluchtrecreatief verblijf dat de exploitant van het terrein, ofwel via bemiddeling, ofwel op zelfstandige basis, aanbiedt aan dezelfde toeristen voor niet meer dan 31 opeenvolgende dagen, of: Kampeerautoplaatsen van minder dan 80 m<sup>2</sup>, waarbij drie kampeerautoplaatsen gelijkwaardig zijn aan één kampeerplaats voor kortkampeers” (De Wilde, 2010a, p.7).

#### 2.1.4 De langverblijver

De ‘langverblijver’ is een term die in dit onderzoek regelmatig zal terugkomen. We definiëren de *langverblijver* als volgt:

**“Elke verblijfgast die, voor een periode van minstens één maand en maximum één jaar, een verblijf op een camping ter beschikking heeft, dat niet zijn hoofdverblijfplaats uitmaakt.”**

Een langverblijver is dus duidelijk geen synoniem voor een vaste bewoner. Een vaste bewoner verblijft immers permanent, en dus ook langer dan een jaar, op de camping. Een langverblijver kan eigenaar of huurder zijn van het woongedeelte, maar is steeds huurder van de standplaats. Appartementen, chalets, trekkershutten enz., behoren niet tot deze definitie.

## 2.2 Literatuur

### Onderzoek door het WES

In 2008 is er ongeveer een gelijkaardige studie als deze uitgevoerd door het WES, in opdracht van het 'Kustactieplan', over de tweede verblijven aan de Belgische Kust. In dit onderzoek werden echter alle mogelijke vormen van tweede verblijven bestudeerd. De studie betreft ook appartementen, chalets, trekkers, enzovoort. Het onderzoek toont aan dat de verblijven aan de Kust een enorm potentieel vertegenwoordigen voor het verblijfstoerisme, veel groter dan dat uit de officiële statistieken blijkt. Ook kan men besluiten dat de diverse kustgemeenten sterk van elkaar verschillen m.b.t. het aantal tweede verblijven, de evolutie over de voorbije twintig jaar, de geografische spreiding en de herkomst van de eigenaars. De studie van het WES bevestigt nogmaals het belang van de tweede verblijven. Tussen 1989 en 2007 stelt men een gemiddelde jaarlijkse groei vast van 2%.

Het profiel van de tweede verblijver weerspiegelt een leeftijd van minstens 55 jaar en een hoge sociale klasse. Voor de toekomst, geeft bijna 18% van de eigenaars aan dat men op termijn 'zeker wel' of 'wellicht wel' het tweede verblijf permanent gaat bewonen. Binnen 10 jaar zou de bewoning aan de Kust toenemen met ongeveer 12.000 oudere gezinskernen. De redenen om naar de Kust te komen omvatten genieten, wandelen, fietsen, uitstapjes naar het Hinterland, cultuur en natuur. Heel zelden maakt men gebruik van de toeristische dienst of de website van de gemeenten.

De tweede verblijven aan de Kust vertegenwoordigen een zeer hoge economische waarde door de grote uitgavenposten voor de Kust, de bestedingen door de eigenaars en hun gezinsleden, uitgaven door vrienden en familie die gratis in de woning verblijven en de uitgaven door de huurders van de woningen. Dit alles opgeteld, zouden 82.700 tweede verblijven aan de Kust € 1,2 miljard bestedingen vertegenwoordigen.

### Onderzoek door het NRIT

In 2010 vond ook in Nederland een gelijkaardig onderzoek plaats. Het NRIT onderzocht de markt voor tweede woningen voor binnen- en buitenland. Men focust zich op aspecten als bezit en aanschafplannen, gebruik en verhuur van de tweede woning, voorkeuren en

keuzecriteria. Men probeert uit te zoeken welke invloed de economische recessie heeft op deze aspecten.

Men besluit aan het einde van het onderzoek dat eigenlijk niemand weet hoeveel tweede woningen er in het bezit van Nederlanders zijn en dat de verblijven alsmaar luxueuzer worden. Degenen met aanschafplannen denken volgens het onderzoek juist nu een tweede woning te kunnen aanschaffen voor € 85.000 minder dan ze eigenlijk kost. Dit verschil is maar € 25.000 euro voor het buitenland. Men verwacht tijdens de recessie dus net meer waarde voor zijn geld dan omgekeerd. Er zouden ook meer plannenmakers bijkomen in plaats van af te haken. Een ander besluit dat men kan trekken uit dit onderzoek is dat de verhuurbaarheid bij aanschaf altijd een belangrijk punt is, terwijl de tweede woning in de praktijk vaak alleen dient voor eigen gebruik. Men komt ook tot de vaststelling dat het profiel van de tweedewoningbezitters evolueert in de tijd. Mensen die een tweede verblijf aanschaffen zouden, in tegenstelling tot het onderzoek van het WES, steeds jonger worden en dus vaker opgroeiende kinderen hebben. De hogere inkomens overheersen nog wel, maar het verschil wordt duidelijk kleiner.

### **Onderzoek door WESTTOER**

Westtoer (West-Vlaams provinciebedrijf voor Toerisme en Recreatie) voerde in de zomer van 2008 een onderzoek uit, in het kader van het KAP III-project KiTS (Kustactieplan III-project Kustindicatoren Toeristisch-Statistisch), naar het belang van de vaste standplaatsen op campings aan de kust. Men onderzocht het profiel, het gebruik van de vaste standplaats en de bestedingen van de verblijfgasten. Het onderzoek gaf aan dat 93% van het cliënteel binnenlandse gasten zijn. Dit zijn vooral oudere mensen voor de bungalows en een iets jonger cliënteel in de toer- en stacaravans. De lagere sociale klassen zouden sterk vertegenwoordigd zijn, vooral in de bungalows.

Men kiest voor een vaste standplaats, voornamelijk om de flexibele logiesvorm, de ruimte, de sociale contacten en de prijs. De langverblijvers kiezen vaker voor een bungalow of een huisje, de kortere verblijven komen vaker voor bij de toercaravans. De stacaravan situeert zich ergens tussen de andere twee.



### **Advies van de Raad voor het Landelijk Gebied**

Wonen, werken en recreëren smelten meer en meer samen in tijd en ruimte. Maar bij verblijfsrecreatie is het essentieel dat men zich ontspant in een andere omgeving dan thuis. Toch zien we dat er in recreatieverblijven gewoond wordt en gerecreëerd in woonverblijven. De Raad voor het Landelijk Gebied spreekt in zijn Advies over de Ontwerp Nota Wonen, over een probleem omtrent tweede verblijven in Nederland die voor langere perioden verhuurd worden.

Men erkent ook het probleem van permanente bewoning op openluchtrecreatieve verblijven. Men bouwt een heel andere sfeer op als meer en meer mensen permanent verblijven op een recreatieterrein. Na verloop van tijd zal het terrein het uitzicht krijgen van een woonwijk. Dit zou ervoor kunnen zorgen dat toeristen zich hier niet meer goed voelen en uiteindelijk wegblijven.

Het permanent bewonen van een recreatieverblijf is verboden op dit moment, maar komt toch vaak voor. Men pleit in dit advies voor een dringende aanpak. Het probleem zou zich vooral situeren in Zeeland en op de Veluwe. Toch houdt men zich in Nederland bezig met de vraag of een deel van het recreatief woningbezit voor permanente bewoning mag dienen.

### **Onderzoek door het VROM**

Een intern onderzoek van het VROM (Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer) zegt echter dat er op dit moment niet gewerkt wordt aan een Europese wetgeving of regels voor permanente bewoning van recreatieverblijven en/of tweede woningen. De lidstaten mogen zelf maatregelen opnemen in verband met permanente bewoning van recreatieverblijven binnen de algemeen aanvaarde en internationaal erkende rechtsbeginselen. Dit geldt enkel als deze maatregelen noodzakelijk zijn voor de ruimtelijke ordening en milieubescherming.

### **Wettelijke bepaling m.b.t. de hoofdverblijfplaats**

Men voorziet wel een extra artikel in het Decreet van 10 juli 2008, nl.: "Met behoud van de toepassing van artikel 4, 5°, is het toegestaan om de hoofdverblijfplaats te hebben op een toeristisch logies van de categorie Openluchtrecreatief terrein voor personen die er al sinds 1

januari 2001 onafgebroken hun hoofdverblijfplaats hebben, alsook hun gezin, totdat aan hen een passende woning wordt aangeboden" (art 31., decreet van 10 juli 2008).

### **Radioprogramma "Peeters en Pichal" op Radio één**

Permanente bewoning van een tweede verblijf op een camping is niet toegelaten. In recreatie gebieden daarentegen wonen wel veel mensen in wat vroeger weekendverblijven waren. In het radioprogramma "Peeters en Pichal" bespreekt men op 9 maart 2011 deze permanente bewoning van huizen of chalets in recreatiegebieden. Op dit moment zijn de verschillende provincies, in opdracht van de Vlaamse overheid, samen met de betrokken gemeenten bezig met het opstellen van een provinciaal ruimtelijk ordeningsplan. In die plannen zou opgenomen worden, welke huizen permanent bewoond mogen worden, en welke huizen enkel als vakantiewoning gebruikt mogen worden.

Men bespreekt het onderwerp met "Mie van den Kerckhove", woordvoerder van het departement ruimtelijke ordening bij de Vlaamse Overheid. Zij vertelt dat de Provinciale Ruimtelijke Uitvoeringsplannen klaar zouden moeten zijn in 2015. Het probleem is ontstaan in de jaren '60-'70. Een tweede verblijf aankopen in bos- en recreatiegebied was toen de nieuwe trend. Het ging vooral over kleinere zelfstandigen, die de stad wilden ontvluchten om in het weekend tot rust te komen. In de jaren '80 werden deze weekendverblijven meer en meer permanent bewoond. Een tijd geleden, bij de telling van deze woningen, kwam men tot een aantal van 30.000 woningen. De Vlaamse overheid heeft geoordeeld dat er een juridisch en planologisch kader gecreëerd moet worden om hiervoor een billijke oplossing te zoeken.

In de voorlopige plannen staan reeds een aantal voorwaarden, zoals de locatie. Men mag bijvoorbeeld niet permanent wonen in natuureservaten of natuurgebieden met een wetenschappelijke waarde. Er worden natuurlijk ook beperkingen opgelegd m.b.t. het bouwvolume. De woningen moeten ook voldoen aan de vereisten van de Vlaamse Wooncode. Hierin staan voorwaarden voor kwaliteit, gezondheid en veiligheid.

Om misbruik van de voorwaarden tegen te gaan komen enkel woningen die op 1 september 2009 al minstens één jaar permanent bewoond waren in aanmerking. Men zou immers niet willen dat een aantal mensen die er nog niet permanent verbleven, zich op deze domeinen plots toch zouden vestigen, om alsnog te kunnen profiteren van deze voorwaarden. Dit geldt eveneens voor immobiliënkantoren en dergelijke.

De bewoners van de 'Nonnebossen' in Zonnebeke bij Ieper moesten onlangs een formulier invullen om een declaratief woningattest te krijgen. Dit attest moet voor 31 maart ingevuld worden in heel Vlaanderen. In dit attest staan een aantal belangrijke voorwaarden. De woning moet sinds 31 augustus 2008 permanent bewoond zijn, de woning mag niet groter zijn dan 300m<sup>3</sup> en men mag geen andere woningen in volle eigendom bezitten.

### **Rapport van RIGO Research en Advies BV**

In een rapport van RIGO Research en Advies BV stelt men vast dat er in Nederland geen duidelijk beleid gevoerd word omtrent tweede woningen. Men heeft het ook in dit rapport over permanente bewoning van tweede verblijven op openluchtrecreatieve verblijven.

Men schrijft de groei van tweede woningen toe aan het compacte- stadsbeleid. Het huidige beleid zou gericht zijn op het zo compact mogelijk houden van activiteiten zoals werken en wonen. Hierdoor ervaart men meer en meer de drang om erop uit te trekken. Een deel van de recreatie vindt volgens hen plaats in het 'onthaastingshutje'. Dit kan een volkstuin zijn, een stacaravan of een tweede woning. Stadsbewoners voelen zich beklemd en hebben nood aan rust in een groene omgeving in hun vrije tijd. Dit is volgens hen een verschijnsel dat dateert uit de tijd van de Romeinen. Het onderzoek van het NRIT bevestigt dit en zegt dat de Romeinen de eersten waren om buiten de stad te gaan wonen om zich mentaal en fysiek weer op te laden.

Door de groei van het aantal tweede woningen, zou het beleid omtrent het compacte wonen zijn effect missen.

Een oorzaak van de groei van tweede woningen in de rest van Europa zou te wijten zijn aan compensatiegedrag. De groeiende vraag zou vooral komen vanuit middengroepen, die de moderne stedelijke maatschappij typeren. Mensen zoeken hun toevlucht in een buitenhuis aan de kust, in de bergen of op het platteland, om hun dagelijks leven in appartementen te compenseren met een vrijheidsgevoel. Buitenhuizen zijn erg populair in landen als Zweden, Oostenrijk en Hongarije, waar één derde van de inwoners van de compacte steden een tweede verblijf heeft.

Wanneer men op zoek is naar een tweede verblijf in het buitenland, zijn Spanje en Frankrijk de favoriete bestemmingen; dit vooral vanwege het klimaat en door de minder uitgebreide beperkingen omtrent het bezit van een tweede woning.

Voor de toekomst verwacht men een toename in tweede woningen en een meer gedifferentieerd aanbod. Dit zou te wijten zijn aan een stijging van het aantal mensen van middelbare leeftijd en het aantal ouderen. Een tweede woning valt binnen het budget van deze groep. Een stijging van de inkomens is een andere reden waarom meer mensen zich op de markt voor tweede woningen zullen begeven. In 2030 verwacht men in Nederland ongeveer 1 miljoen tweede woningen.

### **Wettelijke bepaling m.b.t. de terbeschikkingstelling van informatie**

Tijdens de uitvoering van de literatuurstudie en het interview met Dhr. Sleypen is gebleken dat er geen duidelijk overzicht bestaat van de tweede verblijven in Vlaanderen. Niet elk tweede verblijf, volgens de werkdefinitie van deze studie, is opgenomen in de belastingkohieren. Daarenboven zijn deze gegevens ook niet zomaar beschikbaar.

Toerisme Vlaanderen stelt wel een lijst ter beschikking met alle vergunde en aangemelde tweede verblijven. Deze verplichting werd bepaald door het Decreet van 10 juli 2008 betreffende de toeristische logies. Het artikel bepaalt het volgende: “ Toerisme Vlaanderen zorgt ervoor dat de volgende informatie actueel, duidelijk en ondubbelzinnig voor iedereen beschikbaar is, onder meer van op afstand en met elektronische middelen : 7° een lijst en de gegevens van de vergunde en aangemelde toeristische logies”(art 24, decreet 10 juli 2008). Maar ook deze bevat niet alle tweede verblijven, aangezien er geen sancties volgen indien men zich niet aanmeldt.

Hieruit kan besloten worden dat, hoewel de wet de terbeschikkingstelling van informatie van sommige logies voorziet, er nog steeds geen allesomvattende lijst van alle tweede verblijven bestaat. Er zal dus bij het uitvoeren van dit onderzoek voldoende aandacht besteed worden aan het in kaart brengen van de tweede verblijven in het Maasland, alsook aan het opstellen van een lijst die zo volledig mogelijk is.

### **Bericht uit Het Belang Van Limburg**

De economische meerwaarde van de langverblijver voor de campings wordt met de financiële crisis alleen maar groter. De financiële crisis en de warme zomermaanden drukten in de zomer van 2010 duidelijk hun stempel op dagverblijven op de Maaslandse campings. Dat meldt men in een artikel in Het Belang Van Limburg van augustus 2010. Lode Nulmans verklaart dat het

dagtoerisme langer op zich laat wachten dan andere jaren. Men rekent hierdoor meer dan voorheen op de bouwvakantie in Zuid-Nederland. De gasten waren vorig jaar waakzamer over hun uitgaven dan anders. Het gedaalde aantal gasten zou te wijten zijn aan de plaatselijke bevolking volgens Dhr. Gorissen. En de klanten die toch boeken, zouden hier elk jaar weer iets langer mee wachten.

### **De toeristische trendrapportage van Nederlands Limburg**

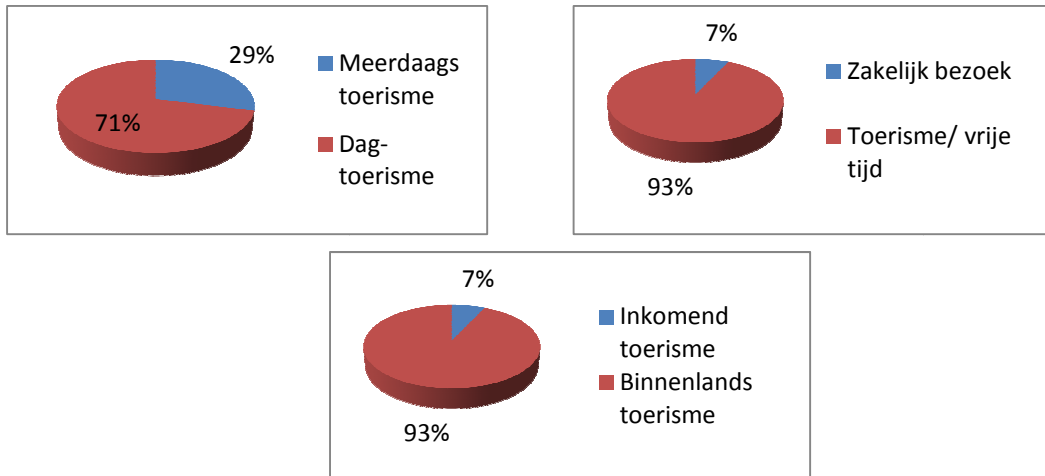
In Nederlands Limburg publiceert men elk jaar een toeristisch rapport omtrent het aanbod van verblijfsaccommodaties, inkomend en binnenlands toerisme en de bestedingen en werkgelegenheid in de Limburgse vrijetijdssector. Dit rapport bevat geen gegevens over de vaste staanplaatsen van buitenlanders, dagtoerisme door buitenlanders en zakelijk toerisme (dagbezoek) omwille van gebrek aan gegevens. Het rapport meldt een toename op de binnenlandse vakantiemarkt. Deze toename kan verklaard worden door de economische crisis, het mooie weer en de extra promotie/publiciteit voor Nederland als vakantieoord. De crisis zorgde er eveneens voor dat de gemiddelde bestedingen per persoon per vakantiedag in Limburg gedaald zijn met bijna 1%.

Het aantal buitenlandse gasten daalde in 2009 ten opzichte van 2008 voor heel Nederland, maar in het bijzonder voor Nederlands Limburg. De voornaamste oorzaken hiervan zijn de economische crisis, de relatief dure euro en de vliegtax.

De belangrijkste activiteiten die zorgen voor een groot aantal daguitstapjes in Nederlands Limburg zijn buitenrecreatie, uitgaan en funshoppen. Het dagtoerisme in Limburg bestaat echter wel voor 89% uit bewoners van de provincie zelf.

De bestedingen in de vrijetijdseconomie in Nederlands Limburg zijn verdeeld zoals getoond in *figuur 2.1*.

**Figuur 2. 1: Bestedingen in de vrijetijdseconomie in Nederlands Limburg**



Bron: Verwerkte gegevens Schreuder-Roijmans, Buth-van der Slik, 2010, p 6.

Vaste standplaatsvakanties van Nederlanders zorgen voor slechts 1% (d.i. € 15.000.000) van de totale Toerisme en Recreatie bestedingen in Limburg. Dit kan een onvolledig beeld geven, aangezien de vaste standplaatsvakanties van buitenlanders niet opgenomen werden in het rapport.

De toeristisch-recreatieve sector wint aan belang in Nederlands Limburg door de tewerkstelling. Toerisme en recreatie vertegenwoordigden in 2009 36.950 jobs, of 7% van de totale werkgelegenheid in Limburg. Hierdoor komt de sector op de vijfde plaats in Limburg.



## Hoofdstuk 3: Kwalitatief onderzoek

Na het doornemen van de beschikbare literatuur, kan een eigen kwalitatief onderzoek een beter beeld scheppen van de situatie. Het interviewen van bevoorrechte getuigen kan elementen aan het licht brengen die niet besproken worden in de beschikbare literatuur. Zeker omdat de literatuur over tweede verblijven in het Maasland bijna onbestaand is, kunnen deze praktijkdeskundigen de aandacht vestigen op onderwerpen die belangrijk zijn voor deze specifieke regio.

Het kwalitatief onderzoek werd uitgevoerd door middel van interviews met bevoorrechte getuigen. Het eerste interview werd afgenomen van Dhr. Lode Nulmans, eigenaar van drie Limburgse Campings, ondervoorzitter van de Raad van Bestuur van Toerisme Limburg, lid van RECREAD (federatie van recreatieondernemers vzw) en de Algemene Vergadering van UNIZO (Unie van Zelfstandige Ondernemers), en voorzitter van de federatie Toerisme Limburg. Voor het tweede interview werd Dhr. Erik Gorissen gecontacteerd. Dhr. Gorissen is eigenaar van camping “De Kikmolen”. Om een objectief beeld te krijgen van de situatie, werd ook Dhr. Sylvain Sleypen geïnterviewd. Dhr. Sleypen was op het moment van het interview gedeputeerde van Toerisme van de Provincie Limburg en voorzitter van Toerisme Limburg vzw.

### *Wat is een tweede verblijf?*

Volgens Dhr. Sleypen bestaat er grote onduidelijkheid omtrent het onderscheid tussen tweede verblijven en korte verblijven. De grote diversiteit van tweede verblijven maakt de kwestie relatief ingewikkeld. Hij beweert dat korte verblijvers wel een meerwaarde betekenen voor de plaatselijke bevolking, maar voor langverblijvers zou dit anders zijn.

### *Zijn langverblijvers toeristen?*

Langverblijvers worden op dit moment niet gezien als toeristen. Er heerst hierover grote discussie, want de campinguitbaters zijn het hier niet mee eens. Dhr. Nulmans verklaart dat deze gasten heel erg belangrijk zijn voor de campings, aangezien zij voor een vast inkomen zorgen onafhankelijk van de seizoenen. De korte verblijven zijn namelijk heel erg weersafhankelijk. Voor de campings zijn de langverblijvers economisch noodzakelijk. “Alleen overleven op recreatieverblijven kunnen we niet”, beweert Dhr. Nulmans.



Dus wat is volgens de campinguitbater toeristisch en wat niet? Tweede verblijven, waaronder dus jaarplaatsen op een camping, zijn volgens Dhr. Nulmans wel degelijk toeristisch. De langverblijver op de camping zorgt voor zekerheid van inkomsten voor de uitbater, maar hij betekent ook een meerwaarde voor de plaatselijke middenstand. De langverblijver zorgt ook voor inkomsten tijdens het laagseizoen, omdat een langverblijver activiteiten onderneemt in het laagseizoen om de drukke periodes te omzeilen. Dhr. Nulmans beweert dat deze gasten wel een toeristische meerwaarde opleveren. Het verschil is dat deze meerwaarde meer gespreid wordt over een periode van één jaar, in plaats van geconcentreerd in bijvoorbeeld één week.

Dhr. Sleypen maakt een onderscheid tussen de verhuur van staanplaats en caravan, en de verhuur van enkel de staanplaats waar men dan een eigen caravan op mag zetten als tweede verblijf. In het eerste geval zou het om een toeristisch verblijf gaan. Indien de camping een aantal maanden per jaar gesloten zou zijn, gaat het om een toeristisch verblijf want dan zou men er enkel kunnen verblijven tijdens het toeristisch seizoen.

Men kwam tot de vaststelling dat vele erkende campings enkel vaste staanplaatsen aanbieden. Een toeristische plaats waar je als toerist voor een korte periode kan verblijven, bleek op heel veel campings niet aanwezig te zijn. Om als camping erkend te worden, moet men minstens 50% toeristische plaatsen aanbieden. Als dit niet het geval is, mag men geen erkenning krijgen als camping. Indien men deze erkenning niet krijgt, zou het domein, volgens Dhr. Sleypen beschouwd kunnen worden als woonzone. Maar dit biedt ook geen oplossing voor de discussie, aangezien het hier niet gaat om permanente bewoning en er geen inschrijving is in het bevolkingsregister van de betreffende gemeenten.

Bij het voorstel van de toeristenbelasting in 2007, ontdekte Dhr. Sleypen dat het heel moeilijk is om een inventaris te vinden of op te maken van de campings. Men moet aangeven als campinguitbater of men een vergunning heeft of niet. Maar indien men dit niet doet volgen er geen sancties.

De vaste staanplaatsen zijn volgens Dhr. Sleypen budgetvriendelijke tweede verblijven en vallen daardoor buiten het toerisme. Hij beschrijft deze verblijven als een vastgoedgegeven, waar geen kadastraal inkomen voor betaald wordt.

### *Het aandeel langverblijvers op de Maaslandse campings*

Dhr. Lode Nulmans benadrukt het belang van de langverblijver voor het overleven van de camping. De langverblijvers zorgen immers voor een vast inkomen en dus zekerheid voor de campingsuitbater. Hij noemt de langverblijver “heel belangrijk” en zelfs “noodzakelijk”. Naar een erg ruwe schatting zouden de langverblijvers twee derde van de omzet betekenen. Als deze zouden wegvallen is het volgens hem economisch niet verantwoord om nog een camping uit te baten. Deze schatting zou later ook bevestigd worden in het interview met Dhr. Eric Gorissen. Hij schat dat ongeveer 85% van de gasten langverblijvers zijn en de overige 15% toeristen. Dhr. Gorissen durft zelfs te stellen dat minimum 65% van het totale cliënteel langverblijvers zouden moeten zijn om te kunnen overleven als camping.

### *Creëert de langverblijver een toeristische en/ of economische meerwaarde?*

Tijdens het gesprek met Dhr. Sleypen, werd duidelijk waarom men dit onderzoek nodig vindt. Men is van mening dat de langverblijver geen significante economische of toeristische meerwaarde oplevert voor de gemeenten in kwestie. Men vraagt zich af of het nog rendabel is om te investeren in langverblijvers als deze niets opleveren voor de lokale economie. Als men tijdens zijn verblijf enkel op de camping blijft en geen gebruik maakt van de ontspanningsmogelijkheden of activiteiten in de buurt, levert dit alleen een opbrengst op voor de campingsuitbater. Men vraagt zich af of dit het geval is.

Volgens Dhr. Nulmans heeft de langverblijver wel een toeristische meerwaarde. Zij zouden tijdens het laagseizoen wel gebruik maken van het fietsroutenetwerk. Zeker de jaarplaatsen zijn volgens hem toeristisch. “Na een jaar heb je het wel gezien op de camping zelf en trek je er net zoveel op uit. Zij zorgen voor omzet voor de hele buurt.” zegt Dhr. Nulmans.

Dhr. Sleypen denkt hier anders over. Volgens hem zouden de gasten weinig tot geen aankopen doen in de buurt. Men kan namelijk alles wat men nodig heeft thuis aankopen en meenemen naar de staanplaats. De vaste gasten die meerdere opeenvolgende jaren op dezelfde camping verblijven zouden er volgens hem ook niet meer op uit trekken om te kijken wat er in de buurt te beleven is, aangezien men de omgeving reeds goed kent. Dhr. Sleypen ontkent niet dat de langverblijvers een economische meerwaarde hebben voor de omgeving. Hij benadrukt wel het verschil tussen iemand die in een appartement verblijft en een gast op de camping in een caravan.

Verdere investeringen zouden nog kunnen plaatsvinden in de toekomst indien de camping zou samenwerken met de omgeving en indien de camping zou promoten wat de omgeving te bieden heeft. Op die manier zouden de gasten ook geld uitgeven buiten de camping. In dat geval kan Toerisme Limburg de voordelen zien van dergelijke investeringen.

De langverblijver heeft dus wel degelijk een economische meerwaarde voor de campinguitbater. Maar welke waarde heeft deze dan voor de gemeenten? Dhr. Nulmans verklaart dat de campings in het Maasland kunnen blijven staan omwille van de langverblijvers. Zolang de camping kan blijven bestaan, komen er bezoekers uit andere gemeenten. Deze mensen doen uitgaven in diverse ondernemingen die de stad doen bloeien. Ook de gemeente zelf zou hierdoor een economisch voordeel verwerven. Als uit dit onderzoek echter blijkt dat de langverblijver bijna geen geld uitgeeft buiten het domein van de camping, heeft deze langverblijver een erg kleine waarde voor de gemeenten.

#### *Samenwerking tussen de campings en de omgeving*

Om de link tussen de camping en de omgeving te benadrukken zijn er reeds extra voorzieningen voor de gasten van de campings. Dhr. Nulmans heeft bijvoorbeeld een samenwerkingsverband met DAL, Dagtoerisme Limburg vzw. Met een DAL-pasje krijg je korting voor verscheidene uitstapjes. Alle gasten, ook de langverblijvers, kunnen deze pasjes gratis krijgen via de camping.

Dhr. Gorissen omschrijft de andere campinguitbaters in het Maasland als collega's en vertelt dat zijn concurrenten zich in het buitenland bevinden. Hij is ervan overtuigd dat de Maaslandse campings zich moeten verenigen en samen het Maasland/Limburg moeten promoten.

Volgens Dhr. Sleypen vormt zich hier een grote tegenstrijdigheid. De campinguitbaters willen zoveel mogelijk de link leggen met externe activiteiten en ontspanningsmogelijkheden om hun camping zo aantrekkelijk mogelijk te maken. Op deze manier kan men het bezoekersaantal opdrijven. Maar aan de andere kant wil de campinguitbater niets liever dan de bezoeker op het domein van de camping houden, éénmaal de bezoeker geboekt heeft. Als de bezoeker op de camping blijft geeft hij zijn geld uit in de campingwinkel en de horecagelegenheden op de camping. Voor deze tegenstrijdigheid moet volgens Dhr. Sleypen een compromis gevonden worden waar iedereen baat bij heeft.

### *Samenwerking tussen de campings en Toerisme Limburg*

Dhr. Gorissen beweert dat Toerisme Limburg de inkomsten van de gemeentebelasting op een ineffektieve en inefficiënte manier besteedt. “Er zou meer samenspraak moeten zijn tussen Toerisme Limburg en de uitbaters want wij hebben namelijk de kennis van de praktijk.” zegt Dhr. Gorissen. Omdat Toerisme Limburg niet over deze kennis beschikt, investeren zij vaak in niet-rendabele projecten. Hij haalt hier het voorbeeld aan van de skipiste in Peer. Deze had volgens hem veel beter rond het domein van Kelchterhoef gelegen. Dit zou een voordeel betekend hebben voor beide ondernemers. Hij vraagt zich ook af waarom de gemeente Maasmechelen en Toerisme Limburg nog geen sportveld langs het domein van “De Kikmolen” gebouwd hebben, maar wel op een locatie waar geen andere toeristische activiteiten mogelijk zijn. Een sportveld in de buurt van “De Kikmolen” zou volgens Dhr. Gorissen een betere besteding geweest zijn van de inkomsten van de toeristenbelasting.

### *Is Limburg een attractieve regio om te kamperen?*

Een ander probleem situeert zich rond de locatie. Dhr. Nulmans vergelijkt de Maaslandse campings met de Belgische Kust. Een stuk grond aan de Kust trekt altijd toeristen. Maar in het Maasland moet je investeren in extra voorzieningen om de toeristen aan te trekken. Omwille van deze extra investeringen is het rendement in Limburg lager dan aan de Belgische Kust.

Omdat het Maasland een extra inspanning van de ondernemers vraagt, stelt Dhr. Sleypen zich de vraag of Limburg een voldoende attractieve regio is voor toerisme. Hij is van mening dat er iets moet gebeuren op de Maaslandse campings omtrent het aantrekken van toeristen. De troef die reeds aanwezig is in Limburg is het groene landschap. Dat maakt Limburg een attractieve provincie om te kamperen. Een andere troef is de nabijheid van Nederland. De Nederlandse markt is tenslotte een kampeermarkt. Toerisme Limburg wil daarom ook iets doen voor deze campings. De door Dhr. Sleypen voorgestelde oplossing omvat het leggen van de link met het reeds bestaande aanbod aan recreatie in het Maasland zoals eerder vermeld. Dhr. Sleypen beweert dat de campinguitbaters beginnen te beseffen dat men de gasten best naar de omgeving rond de camping verwijst, om een latere terugkeer te garanderen.

Is Limburg een goede regio waar rendabel kamperen mogelijk is? Zijn er voldoende zonnedagen en heeft Limburg voldoende toeristische activiteiten? Volgens Dhr. Sleypen kunnen er zeker enkele campings zijn in Limburg. De voorwaarde hiervoor is echter wel dat er

voldoende sterke toeristische producten aanwezig zijn en genoeg gasten die niet komen voor de zon.

Dhr. Sleypen maakt zich ook zorgen over de Limburgse campings binnen de globale marktcontext. Hij vraagt zich af of men in het Maasland over een voldoende onderscheidend product beschikt. Hier stelt zich het probleem dat na diverse investeringen een kampeerplaats duur wordt in vergelijking met een overnachting in een hotel in het buitenland, waar het weer wel altijd goed is. De camping ligt in het marktsegment met een lage prijs, waardoor men niet veel marge heeft om aan optimalisatie van comfort te doen.

### *De toeristentaks*

Wanneer er tijdens het interview gevraagd wordt naar de toeristentaks, wordt meteen duidelijk dat dit een gevoelig punt is. De campinguitbaters voelen zich zwaar gediscrimineerd t.o.v. andere sectoren. In Maaseik betaalt de campinguitbater € 93 taks per staanplaats, bezet of onbezet. Dit vertegenwoordigt 10% van de omzet. Dhr. Nulmans vergelijkt zichzelf met een garagist: “Wij vragen ons af waarom een garagist die een auto verkoopt ook geen 10% van de omzet moet betalen? Waarom wordt onze sector gediscrimineerd?” In Opglabbeek en Houthalen, waar de andere campings van Dhr. Nulmans zich bevinden, moet men deze taks niet betalen.

De toeristische dienst van Maaseik biedt volgens Dhr. Nulmans geen meerwaarde voor de sector. Hij beweert dat de gasten die op de camping verblijven geen gebruik maken van deze dienst. Culturele aangelegenheden zouden wel tot het takenpakket van de toeristische dienst behoren. De toeristentaks die men als campinguitbater moet betalen vindt Dhr. Nulmans echter te hoog wanneer deze enkel voor culturele aangelegenheden gebruikt zou worden.

Het stadsbestuur zou deze taks rechtvaardigen door het feit dat het niet de campinguitbater is die de taks moet betalen, maar de toeristen. Dhr. Nulmans weerlegt dit argument omdat de toerist rekening houdt met de totale prijs van het product. Hij vraagt zich af wat men wil bereiken met een dergelijke taks. “Men neemt daar de nodige zuurstof weg van de ondernemer om te investeren in kwaliteitsverbeteringen voor de toerist. Als alle ondernemers die taks zouden kunnen gebruiken voor kwaliteitsverbeteringen op hun eigen campings, waardoor men betere kwaliteit kan aanbieden tegen eenzelfde prijs, dan kan er een concurrentievoordeel ontstaan ten opzichte van de rest van het toeristische aanbod, ook ten

bate van de stad.” verklaart Dhr. Nulmans. Deze taks is volgens hem wel goed op korte termijn, maar de onderneming gaat op lange termijn achteruit en belandt in een vicieuze cirkel.

Camping Zavelbos betaalt per jaar € 6.324 taks, buiten de vennootschapsbelasting en onroerende voorheffing. Dit is 28% taks op de winst van dat jaar (€ 22.000 winst).

De verblijfsbelasting op camping “De Kikmolen” bedraagt € 50 per plaats, ten opzichte van € 250 per plaats in Lanaken. Net zoals Lode Nulmans voelt Dhr. Gorissen, uitbater van “De Kikmolen”, zich gediscrimineerd. Waarom zou hun sector extra belast moeten worden? En waarvoor dient het geld? Men heeft het gevoel dat men er niks voor terug krijgt.

In 2007 maakte Provincie Limburg bekend dat men een nieuwe toeristische taks wou invoeren. Dhr. Nulmans legt uit dat deze taks hoger zou zijn dan het standgeld. Hierop kwam reactie van de beroepsvereniging. Later, voelde men zich gedwongen de pers op de hoogte te brengen en te betogen aan het provinciehuis. Uiteindelijk is de taks afgevoerd.

#### *Het toekomstig beleid van Toerisme Limburg*

In de toekomst zouden er vanuit Toerisme Limburg initiatieven plaatsvinden om de gasten zoveel mogelijk in contact te brengen met het bestaande aanbod buiten de campings. Er zijn bijvoorbeeld al fietsvertrekpunten vlak bij enkele campings voorzien, wandelpaden die vertrekken vanuit de campings en paardenrustplaatsen op de campings. Men wil de campings meer aansluiten op de toeristische punten, zodat de ligging van de camping ook een toeristische ligging kan zijn. De voorwaarde hiervoor is dat er voldoende ruimte voor kortverblijvers aanwezig is op de camping. Langverblijvers hebben hier volgens Dhr. Sleypen immers geen nood aan.

#### *Investerings*

Ook de campinguitbaters investeren in de Maaslandse campings. In maart 2009 werd camping De binnenvaart overgenomen door Dhr. Nulmans. Een reden hiervoor was kostenefficiëntie door middel van het complementair maken van bepaalde producten en een betere onderhandelingspositie ten opzichte van leveranciers. Men kan door het aankopen van een extra camping ook kosten besparen door de mogelijkheid om personeel uit te wisselen tussen de verschillende campings.

### *Trends*

Dhr. Gorissen legt uit dat de bezettingsgraad tijdens de seizoenen terug verschuift naar de trend van vroeger. Toen waren er pieken in de bezettingsgraad rond de feestdagen en in de vakanties. Daarna veranderde de bezettingsgraad en leek deze meer op een golfbeweging met slechts kleine verschillen tussen de vakantieperiodes en het laagseizoen. Dhr. Gorissen verklaart dat men nu terug naar de vroegere trend beweegt met grotere verschillen tussen de pieken en dalen.

Dhr. Gorissen beschrijft ook een trendverschuiving naar vakantiebestemmingen in de buurt. In plaats van een lange rit naar de Belgische Kust kiest men nu voor een vakantieoord dat dichterbij ligt. Op die manier kan men ook al voor een weekendje naar de camping.

### *Lokale en regionale markt*

Op de campings ontstaat een dubbele functie. Een overdekt zwembad bijvoorbeeld, is niet rendabel als enkel de gasten van de camping hiervan gebruik maken. Dit geldt ook voor de feestzaal of het restaurant van de camping. Dhr. Nulmans bevestigt deze dubbele functie van verscheidene faciliteiten. De campings zijn dus gericht op de lokale bevolking tijdens de winter en op toeristen in de zomer. Men moet hier wel oppassen dat er geen verwarring ontstaat tussen de toeristische en lokale doelstellingen vindt Dhr. Sleypen. Maar hij vindt deze combinatie gerechtvaardigd voor het creëren van een leefbare situatie.

### *Permanent verblijven op de Maaslandse campings*

Permanent op de camping verblijven is niet toegelaten op de camping van Dhr. Nulmans. Gasten die een jaarplaats zouden willen huren omdat men het financieel moeilijk heeft, of een appartement te duur vinden, worden geweigerd. Dhr. Nulmans wil immers niet dat de camping het karakter krijgt van een woonwagenvakantie of zelfs een sociale instelling. Als men echter ergens anders een hoofdverblijfplaats zou hebben en in de zomermaanden op de camping wil verblijven, kan dat wel. In dergelijke situaties gaat het om een tweede verblijf. Men kan als campinguitbater echter niet nagaan of men ergens anders effectief een andere woning ter beschikking heeft. Men kan de gasten wel bevragen maar niet controleren. Indien men toch merkt dat de gast permanent op de camping verblijft, wordt deze gast aangetekend in gebreke gesteld en verzocht om de camping binnen veertien dagen te verlaten. Permanent

wonen op een camping mag immers niet. Als de campingsuitbater dit zou toestaan, kan hij zijn vergunning verliezen.

#### *Aankopen van een woongedeelte of staanplaats op een camping*

De campingsuitbater is niet betrokken bij de verkoop van een mobiel woongedeelte. Er zal echter wel een nieuwe overeenkomst gesloten moeten worden met de nieuwe eigenaars als deze het woongedeelte op dezelfde staanplaats willen laten staan. Hiervoor kan men best op voorhand de campingsuitbater contacteren, zegt Dhr Nulmans.

De staanplaats blijft ten alle tijde eigendom van de campingsuitbater en is ten gevolge niet te koop. Dit wordt bevestigd door alle campingsuitbaters uit de steekproef van dit onderzoek.

#### *Herkomst van de gasten*

De gasten die verblijven op de camping van Dhr. Nulmans zijn overwegend Nederlanders. Er verblijven ook enkele Vlamingen en Duitsers. Gasten uit Wallonië komen bijna niet voor.

Op de camping van Dhr. Gorissen bestaat het cliënteel voornamelijk uit Nederlanders, Duitsers, en enkele West-Vlamingen. Nederlanders komen er rust en ruimte zoeken. Ze hebben thuis geen of slechts een kleine tuin, of wonen in een erg kleine flat met kinderen. Deze gezinnen komen dan naar de camping om op adem te komen. Sinds kort verblijven er ook enkele gasten waarvan de hoofdverblijfplaats gelegen is in de gemeente van de camping.

Op camping "Leeuwerikhof" in Maaseik is 90% van de gasten van Duitse afkomst.





## Hoofdstuk 4: Kwantitatief onderzoek

Het kwantitatief onderzoek werd uitgevoerd m.b.v. een schriftelijke enquête. Voor het verdelen van de enquête werden de gasten ter plekke aangesproken en gevraagd om deel te nemen. De verwerking van de resultaten gebeurde met behulp van het statistisch programma SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) en Excel onder begeleiding van Mevrouw Kelly Droogmans, contactpersoon bij Toerisme Limburg vzw. De procentuele resultaten in de vergelijking van koppels en gezinnen werden gemaakt met behulp van de functie Crosstabs in SPSS. Daarna werden van deze gegevens grafieken gemaakt in Excel. Bij onduidelijke resultaten werd terug contact opgenomen met de campinguitbaters voor verduidelijking. Voor het kwantitatief onderzoek werd aangenomen dat een langverblijver op een vaste staanplaats op de camping verblijft. De toeristische plaatsen zijn immers bedoeld voor korte verblijven, en omdat dit onderzoek enkel geïnteresseerd is in de langverblijver horen de toeristische plaatsen niet tot de populatie van deze studie.

De **populatie** bestaat uit alle Nederlandstalige gasten die op de Maaslandse campings verblijven op een vaste staanplaats. Bijlage VI toont een kaart van het Maasland met de ligging van de campings, voorzien van het aantal vaste plaatsen en de herkomst van het grootste deel van de gasten. De Duitstalige gasten behoren niet tot de populatie van deze studie. De reden hiervoor is de interesse vanuit Toerisme Limburg voor de Nederlandse en Belgische gasten. Het aantal Duitstalige gasten op de Maaslandse campings werd namelijk onderschat door Toerisme Limburg. Tijdens het verdelen van de enquêtes konden ook twee Duitstalige enquêtes verzameld worden. Deze resultaten kunnen echter niet wetenschappelijk veralgemeend worden.

De **steekproef** werd getrokken uit alle Maaslandse campings met een voldoende aantal vaste plaatsen en met een meerderheid aan Nederlandstalige gasten. De steekproef bestaat uit alle Nederlandstalige gasten van deze campings die op het moment van de enquêtering aanwezig waren en die bereid waren de enquête in te vullen. Wanneer in de bespreking verwezen wordt naar de gasten op de campings, worden hiermee enkel de Nederlandstalige gasten bedoeld. De enquêtes werden afgenomen van 9 april 2011 t.e.m. 1 mei 2011. In totaal werden 119 enquêtes ingevuld en terug opgehaald. Deze steekproef bedraagt 7,39% van de populatie van

1.610 vaste plaatsen op de Maaslandse campings met voornamelijk Nederlandstalige gasten. Met een steekproefgrootte van 119 en een populatie van 1.610 vaste plaatsen, kunnen we met een betrouwbaarheidsniveau van 74% zeggen dat deze resultaten gelden voor de hele populatie. Wanneer de steekproef van een bepaalde analyse kleiner is, is het betrouwbaarheidsniveau uiteraard ook kleiner. Wanneer de vermelde steekproef bij de tabellen en/of figuren groter is dan 119, zijn de resultaten van respondent en partner samengevoegd.

De enquêteresultaten in dit hoofdstuk worden waar mogelijk vergeleken met voorgaand onderzoek van Toerisme Limburg en Prof. Dr. De Grootte.

## **4.1 Enquêteresultaten**

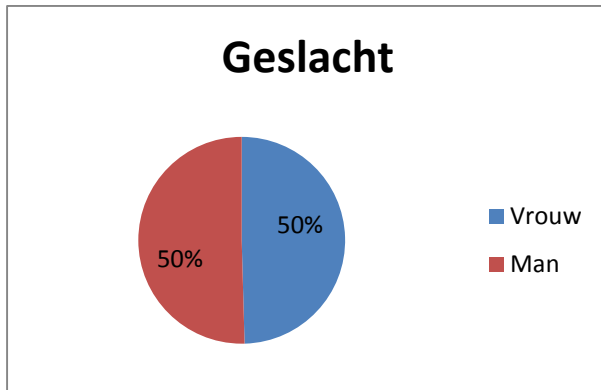
### **4.1.1 Achtergrondinformatie en gezinssituatie**

Het kwantitatief onderzoek start met enkele vragen om het sociodemografisch profiel van de langverblijver te achterhalen. Deze vragen bieden een antwoord op de tweede deelvraag: Wie zijn de langverblijvers op de campings in het Maasland? Het profiel van de respondenten van deze enquête omschrijft eveneens de steekproef van het onderzoek.

#### ***Het geslacht***

De steekproef van onze studie bevat evenveel mannen als vrouwen. Aangezien de respondenten willekeurig gekozen zijn kunnen we stellen dat er evenveel mannen als vrouwen op de campings in het Maasland verblijven.

Figuur 4. 1: Het geslacht van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland

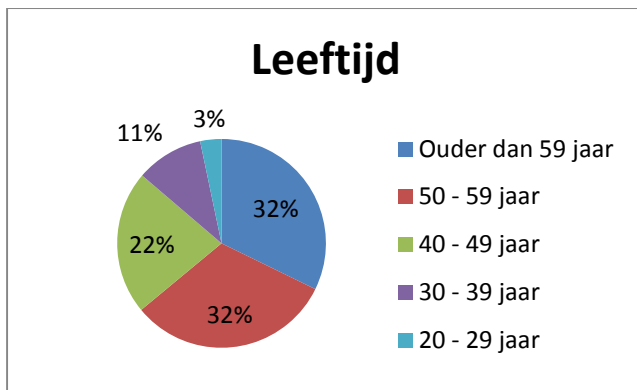


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 216)

### De leeftijd

De gemiddelde leeftijd van een langverblijver op een camping in het Maasland is 53 jaar. De resultaten tonen aan dat 86% van de gasten op de campings 40 jaar of ouder zijn en 64% van de gasten zijn 50 jaar of ouder. Slechts 3% van de gasten is jonger dan 30 jaar. De steekproef bevat gasten van 20 tot 84 jaar.

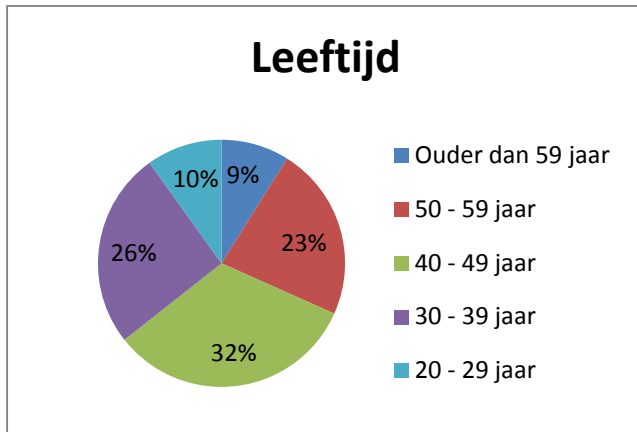
Figuur 4. 2: De leeftijd van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 211)

In 1998 voerde Prof. Dr. Patrick De Grootte een analyse uit m.b.t. het Toerisme in het Maasland. Zijn onderzoek kwam tot een opvallend lager percentage 50-plussers, nl. slechts 32% ten opzichte van 64% uit de enquête van dit onderzoek. Dit kan te wijten zijn aan het kleinere steekproef of omdat in de studie van Prof. Dr. De Grootte ook de kortverblijvers inbegrepen waren.

Figuur 4. 3: De leeftijd van de gasten op de Maaslandse campings in 1998

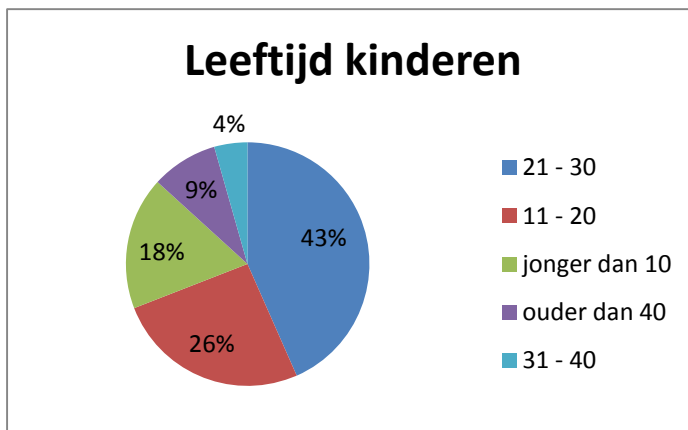


Bron: De Grootte, 1998, p. 80 (N = 102)

#### *De leeftijd van de kinderen*

Aangezien de leeftijd van de langverblijver op een Maaslandse camping gemiddeld 53 jaar is, is het niet verwonderlijk dat de leeftijd van het oudste kind gemiddeld 24 jaar is. Het 2<sup>de</sup>, 3<sup>de</sup>, 4<sup>de</sup> en 5<sup>de</sup> kind is respectievelijk gemiddeld 22, 21, 17 en 20 jaar oud. De steekproef bevat kinderen van 2 tot 48 jaar.

Figuur 4. 4: De leeftijd van de kinderen van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping

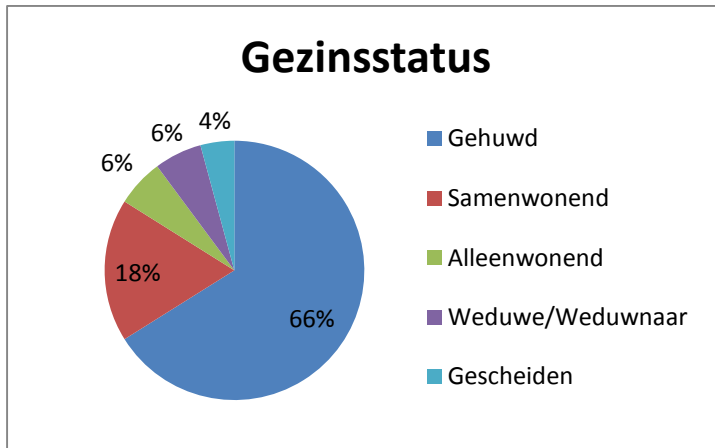


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 149)

#### *De gezinsstatus*

66% van de respondenten van de enquête geven aan getrouwd te zijn en 18% is samenwonend. 16% van hen is gescheiden, alleenwonend of weduwe/weduwnaar.

Figuur 4. 5: De gezinsstatus van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland



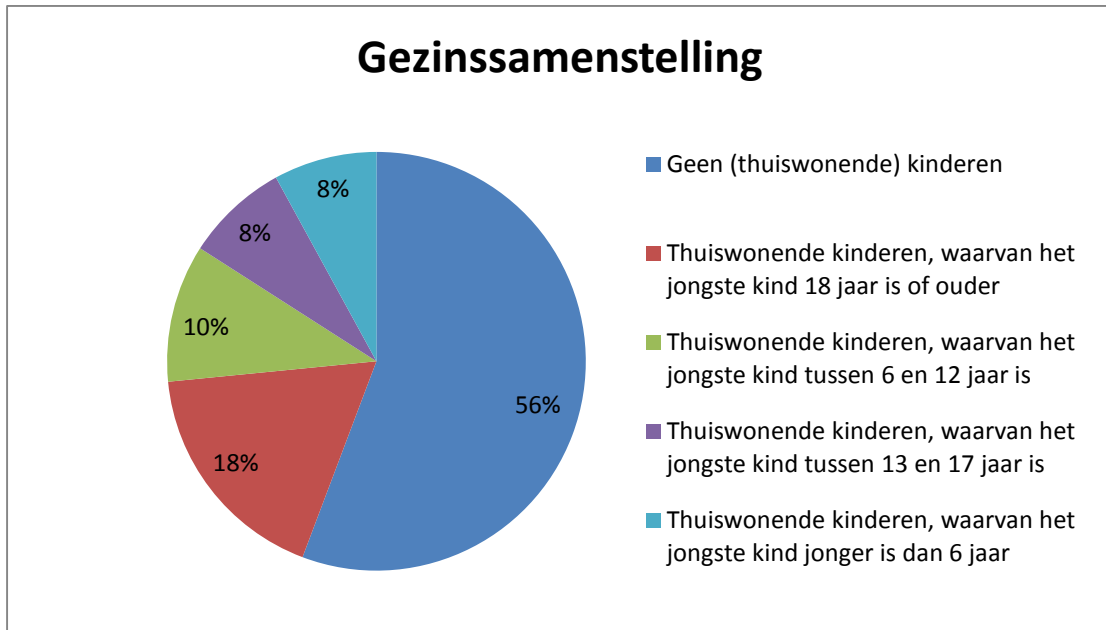
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 118)

#### *De gezinssamenstelling*

De meerderheid van de gasten op de Maaslandse campings heeft geen thuiswonende kinderen. Dit is een gevolg van de relatief hoge gemiddelde leeftijd van de populatie. Ook wanneer men wel thuiswonende kinderen heeft, is een groot deel hiervan 18 jaar of ouder.

Het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte in 1998 voor alle gasten van de Maaslandse campings rapporteerde gelijkaardige gegevens. Uit het onderzoek kan men afleiden dat 54,9% van de gasten geen (thuiswonende) kinderen heeft, terwijl deze groep bij dit onderzoek 56% van de gasten vertegenwoordigt.

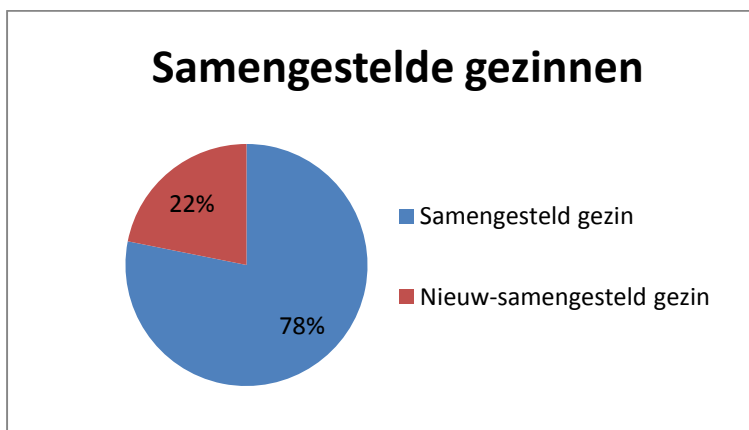
Figuur 4. 6: De gezinssamenstelling van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 113)

De gezinnen die verblijven op een camping in het Maasland zijn voor 22% nieuw-samengestelde gezinnen. Voor het berekenen van dit percentage werden de antwoorden van alleenstaande individuen uiteraard niet meegerekend.

Figuur 4. 7: Samengestelde gezinnen op de campings in het Maasland

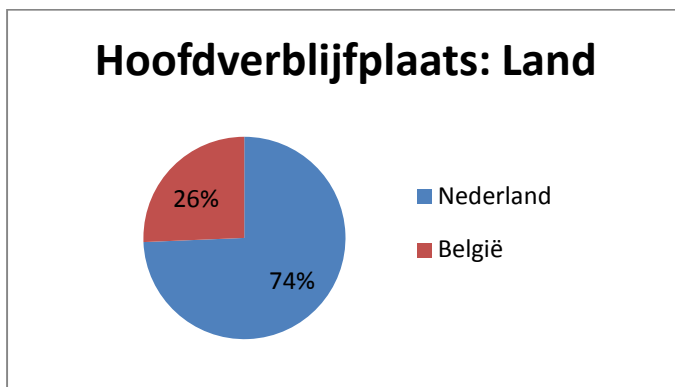


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 96)

### De herkomst

De populatie van dit onderzoek betreft enkel de Nederlandstalige gasten op de campings. Logischerwijs zijn de hoofdverblijfplaatsen van deze gasten gelegen in België of Nederland. Opvallend is het grote aandeel Nederlandse gasten, nl. 74%. De Nederlandse kampeercultuur zou hiervan een oorzaak kunnen zijn.

Figuur 4. 8: De herkomst van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping

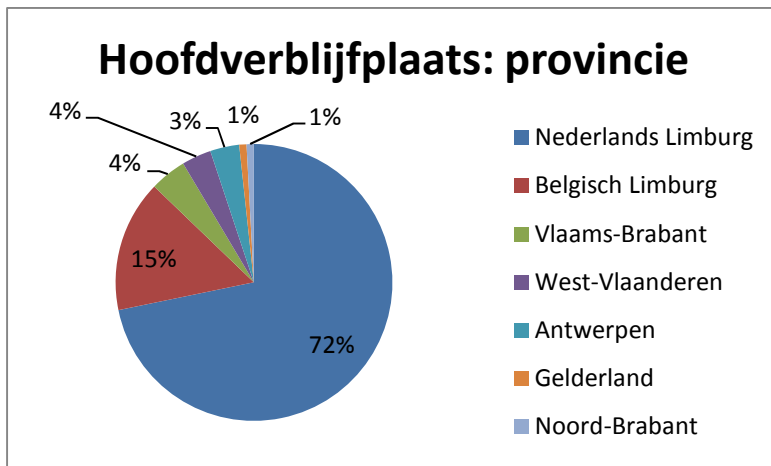


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 117)

De Nederlandstalige toerist in het Maasland is voor 72% afkomstig uit Nederlands Limburg. Omdat Nederlands Limburg direct aan het Maasland grenst kan men besluiten dat de Nederlandse gast een voorkeur heeft voor kamperen in de buurt van de hoofdverblijfplaats. Dit komt verder in het onderzoek ook aan bod, wanneer men de nabijheid van de streek als een van de voornaamste redenen opgeeft om te kamperen in het Maasland ten opzichte van andere regio's. In het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte uit 1998 blijkt ook het belang van een verblijf in de nabijheid van de hoofdverblijfplaats. Hier stelt men vast dat de Maaslandse campinggast, inclusief de Duitstalige gasten, gemiddeld 59 km moet rijden van de hoofdverblijfplaats tot de camping.



Figuur 4. 9: De herkomst per provincie van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping

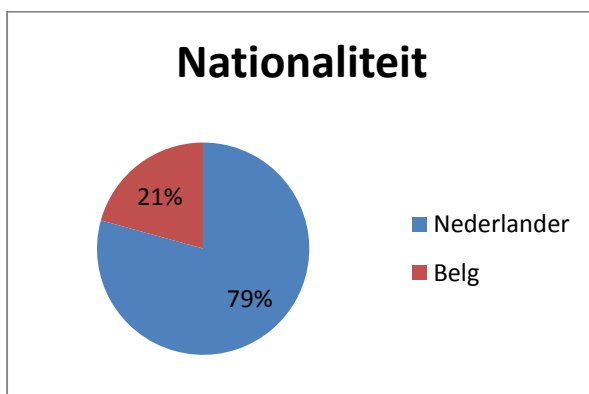


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 117)

#### De nationaliteit

De resultaten van de enquête tonen aan dat 79% van de gasten op de campings de Nederlandse nationaliteit bezit. Dit percentage ligt hoger dan het percentage van de gasten wiens hoofdverblijfplaats in Nederland gelegen is. Men kan hieruit afleiden dat 5% van de gasten over de Nederlandse nationaliteit beschikt maar op het moment van de enquête gedomicilieerd was in België en/of vaste bewoner is op een camping in het Maasland en hier dus zijn hoofdverblijfplaats heeft.

Figuur 4. 10: De nationaliteit van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland



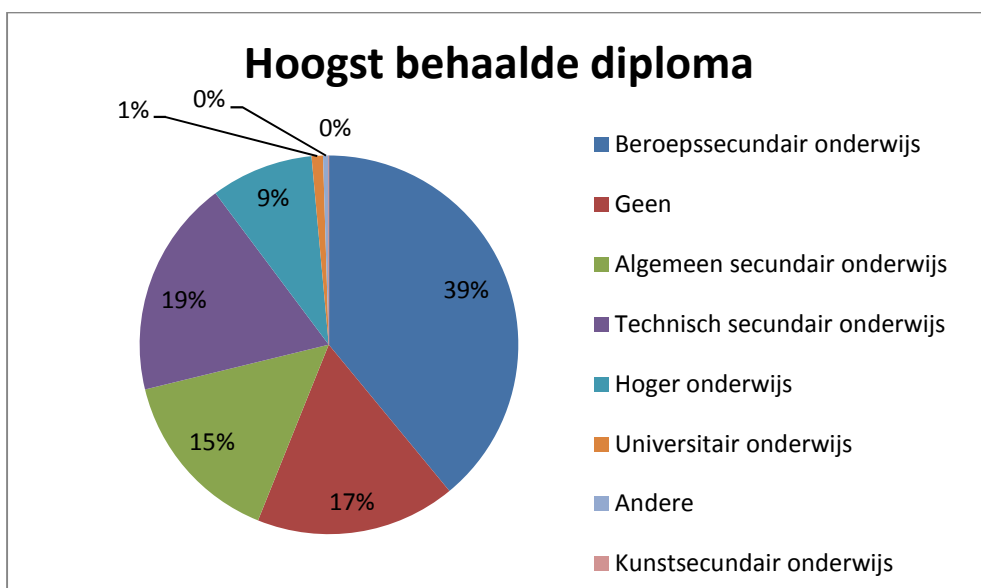
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 116)

Het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte toonde in 1998 ook een groot aandeel Nederlanders op de Maaslandse campings. Wanneer de Duitstalige gasten uit deze studie geëlimineerd worden komen we tot 85,94% Nederlandse gasten en 14,06% Belgische gasten. De totale steekproef bestond voor 37,30% uit Duitse gasten.

#### *Het opleidingsniveau*

In de enquête wordt gevraagd naar het opleidingsniveau van de respondent, maar ook dat van de partner. De meerderheid van de gasten heeft geen opleiding of een opleiding gehad in het beroepssecundair onderwijs. Slechts 10% van de respondenten heeft na het middelbaar onderwijs een hogere studie gevolgd. Dit zou men kunnen verklaren doordat een hogere opleiding vaak gepaard gaat met een hoger inkomen en het feit dat de campings zich in de lagere prijsklasse van het toeristisch aanbod bevinden.

**Figuur 4. 11: Het opleidingsniveau van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping**



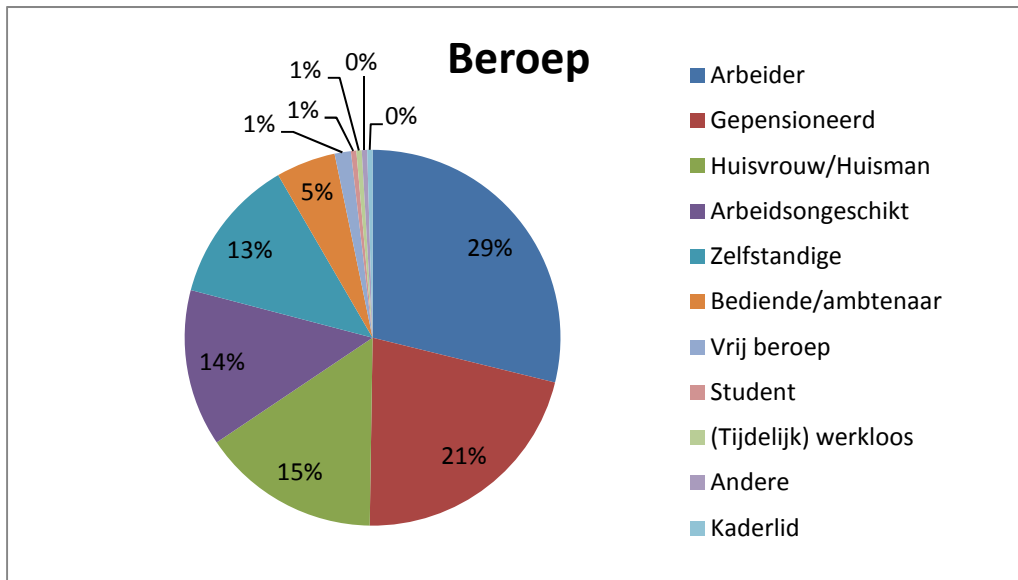
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 234)

#### *Het beroep*

De gasten op de campings bestaan voornamelijk uit arbeiders, gepensioneerden, huisvrouwen of huismannen, arbeidsongeschikten en zelfstandigen. Zoals hierboven besproken genoot 39% van de gasten een opleiding in het beroepssecundair onderwijs. De beroepen die hier vaak op volgen, zoals arbeider of zelfstandige, worden hier uiteraard goed vertegenwoordigd. Het

grote aandeel gepensioneerden kan verklaard worden door de eerder vermelde relatief hoge gemiddelde leeftijd. Opvallend is het grote aandeel arbeidsongeschikten. Deze groep vertegenwoordigt 14% van de gasten op de Maaslandse campings.

**Figuur 4. 12: Het beroep van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 235)

#### 4.1.2 Verblijf

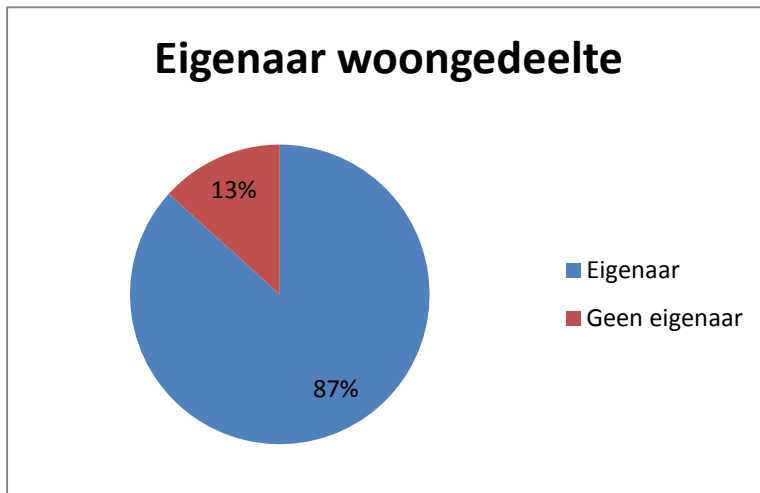
In dit onderdeel worden de verblijfskenmerken besproken. Is de gast eigenaar van het woongedeelte en om welk kampeermiddel gaat het? Is het de eerste keer dat men in het Maasland verblijft of is men ooit eerder in de streek geweest?

##### *De eigendom*

Omdat de populatie van deze studie enkel vaste plaatsen op de campings bevat, is de grote meerderheid van de gasten eigenaar van het woongedeelte op deze staanplaats. Wanneer men eigenaar is van een stacaravan zal men sneller kiezen voor een vaste staanplaats, aangezien de camping de mogelijkheid biedt het woongedeelte tijdens de sluitingsperiode van de camping te laten staan. Een tweede verklaring voor het grote aantal gasten met een eigen woongedeelte op de camping is de te grote investering voor de campinguitbater indien zij deze

verblijven zelf zouden moeten voorzien. Om deze reden verhuurt de campinguitbater slechts de staanplaats waar de gast zijn eigen verblijf mag stationeren.

**Figuur 4. 13: De Nederlandstalige langverblijver in het bezit van een woongedeelte op een Maaslandse camping**

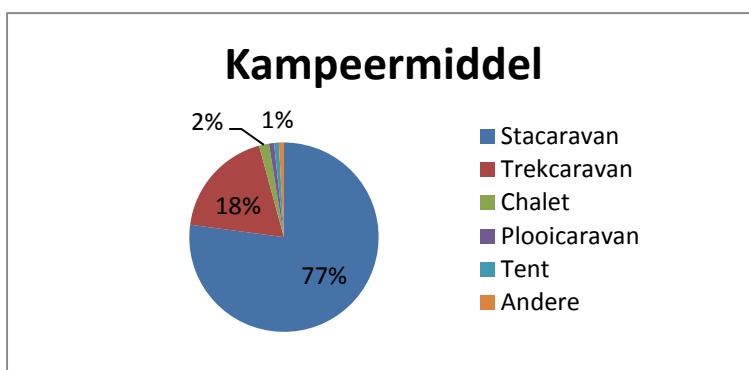


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 113)

#### *Het kampeermiddel*

Op de campings zijn voornamelijk stacaravans terug te vinden. De reden hiervoor is, zoals hierboven reeds vermeld, de mogelijkheid om deze het hele jaar te laten staan op de camping. Ook het grote aantal vaste bewoners of langverblijvers kan hiervoor een reden zijn. Een stacaravan is over het algemeen comfortabeler dan een trekcaravan wanneer men voor langere tijd op de camping wil verblijven.

**Figuur 4. 14: Het kampeermiddel van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland**

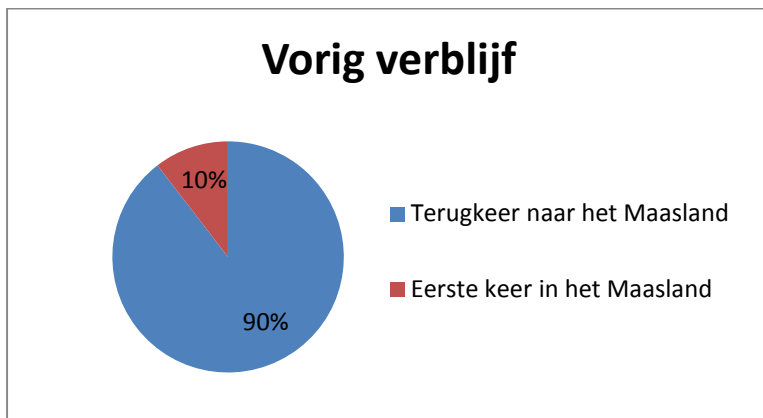


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 118)

### *Een vorig verblijf in het Maasland*

Vele gasten hebben een eigen woongedeelte op de camping en zullen hierdoor meerdere keren terugkeren naar dezelfde camping in het Maasland. Zelfs 90% van de gasten op de camping verblijft niet voor de eerste keer in het Maasland.

**Figuur 4. 15: De terugkeer van de Nederlandstalige langverblijver naar een camping in het Maasland**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 115)

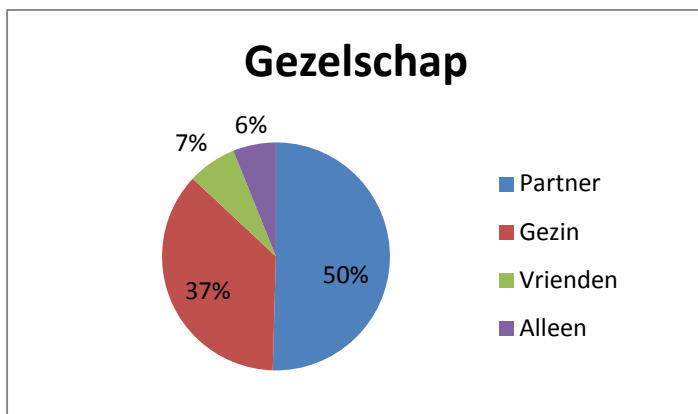
### **4.1.3 Aantal personen**

Met wie de gasten op de camping verblijven is erg belangrijk om te weten tot welk publiek Toerisme Limburg zich moet richten. Het gezelschap waarin men verkeert zal ook bepalend zijn voor de activiteiten die men doet, hoe lang men op de camping blijft en waarom men voor het Maasland kiest.

#### *Het gezelschap*

De enquête toont aan dat kamperen op een Maaslandse camping een familieaangelegenheid is. 87% van de gasten verblijft er in het gezelschap van partner of gezin. Slechts 6% van de respondenten verblijft er alleen. Men zou verwachten dat dit percentage hoger ligt omwille van het grotere aandeel weduwen/weduwnaars, alleenwonende of gescheiden gasten. De resterende 7% zijn gasten die in het gezelschap van vrienden op de camping verblijven.

**Figuur 4. 16: Het gezelschap van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 115)

Het gemiddelde gezelschap bestaat uit 2,55 personen. Dit kan men verklaren door de vele koppels op de campings. Het aantal volwassenen blijft beperkt tot 2 personen, d.w.z. dat de resterende 0,55 te wijten is aan de aanwezigheid van kinderen. Dit is ook te zien in *figuur 4.16* aan het grote aantal gezinnen.

**Tabel 4. 1: Het gezelschap van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland**

	Aantal personen	Aantal volwassenen	Aantal kinderen jonger dan 18 jaar	Aantal kinderen jonger dan 12 jaar	Aantal kinderen jonger dan 6 jaar
N Geldig	114	114	114	114	114
Ontbrekend	5	5	5	5	5
Gemiddelde	2,55	2,02	,19	,20	,14
Minimum	1	1	0	0	0
Maximum	9	4	2	3	4

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 114)

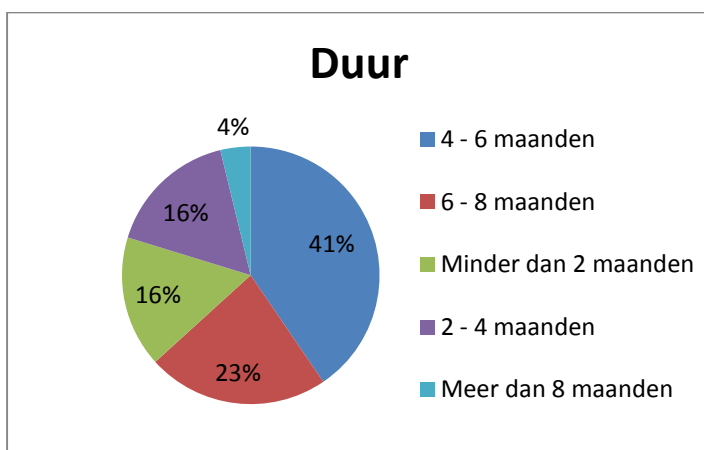
#### 4.1.4 Duur en reden

In dit onderdeel van het kwantitatief onderzoek wordt de derde deelvraag beantwoord. Hier wordt namelijk een antwoord gegeven op volgende vragen: Waarom verblijft men voor langere tijd op een camping? Verblijft men er doorlopend over de hele huurperiode of gaat men enkel naar de camping tijdens het weekend?

### De verblijfsduur

De gegevens van de vaste bewoners werden gewist uit de volgende analyse. De 40 ontbrekende waarden in **tabel 4. 2** vertegenwoordigen 32 geëlimineerde vaste bewoners en 8 ontbrekende waarde, zoals getoond in **tabel 4. 4**. De gasten die niet permanent op de camping verblijven, blijven gemiddeld 5 maanden van het jaar op de camping. Dit wil zeggen dat de gasten niet enkel tijdens de vakantieperioden of slechts voor het weekend naar de camping gaan. De oorzaak hiervan kan men wellicht vinden in het grote aantal gepensioneerden, arbeidsongeschikten en huisvrouwen/huismannen. Deze groep vertegenwoordigt immers 50% van de gasten op de campings.

**Figuur 4. 17: De verblijfsduur van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 79)

**Tabel 4. 2: De verblijfsduur van de Nederlandstalige langverblijver op een camping in het Maasland**

Exclusief vaste bewoners		
N	Geldig	79
	Ontbrekend	40
Gemiddelde		5,0103
Minimum		,03
Maximum		9,00

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 79)

### Het aandeel vaste plaatsen op de Maaslandse campings

Het aandeel vaste plaatsen is veel groter dan men in eerste instantie zou verwachten. Volgens de jaarlijkse bevraging van Toerisme Limburg m.b.t. de logiesector zouden bijna 78% van de plaatsen op de Maaslandse campings vaste jaarplaatsen zijn. In de Analyse van het Toerisme in het Maasland door Prof. Dr. Patrick De Groot uit 1998 werd ook reeds vermeld dat de vaste standplaatsen het grootste aandeel van de campings uitmaken.

Tabel 4. 3: Het aandeel vaste plaatsen op de Maaslandse campings

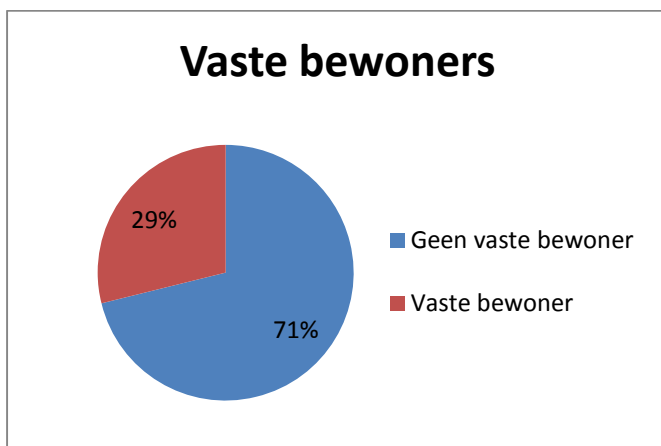
	Percentage
Toeristische plaatsen	22,03%
Vaste plaatsen	77,97%

Bron: Verwerkte gegevens jaarlijkse bevraging logiesector Toerisme Limburg (N = 3041)

### De vaste bewoners

Het aandeel vaste bewoners op de campings is bijzonder groot, zeker wanneer men bedenkt dat vaste bewoning op een camping niet is toegelaten. Bijna 30% van de respondenten gaf aan vaste bewoner te zijn en dus 12 maanden per jaar op de camping te verblijven, ook tijdens de sluitingsperiode.

Figuur 4. 18: De Nederlandstalige vaste bewoners op een camping in het Maasland



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 111)



Tabel 4. 4: Het aantal Nederlandstalige vaste bewoners op de campings in het Maasland

		Frequentie	Geldig percentage	Cumulatief percentage
Geldig	Geen vaste bewoner	79	71,2	71,2
	Vaste bewoner	32	28,8	100
	Total	111	100	
Ontbrekend		8		
Total		119		

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 111)

#### Redenen voor het vast bewonen van een verblijf op een Maaslandse camping

De redenen waarom zoveel gasten permanent op de camping verblijven worden in [figuur 4.19](#) weergegeven. Deze vormen een antwoord op de derde deelvraag van dit onderzoek. Opvallend veel gasten gaven het sociale contact en de rust op als motieven voor het vast bewonen van een verblijf op de camping. Wanneer men rust erg belangrijk vindt is het Maasland een goede keuze omwille van al het groen in de regio. En omdat het wonen op een camping veel compacter is dan buiten de camping, is ook het sociale contact een goede reden om er permanent te wonen. De antwoorden van respondenten die minder dan 12 maanden per jaar op de camping verblijven werden uiteraard geëlimineerd uit dit deel van de analyse.

Figuur 4. 19: De reden voor vaste bewoning van een verblijf op een camping in het Maasland



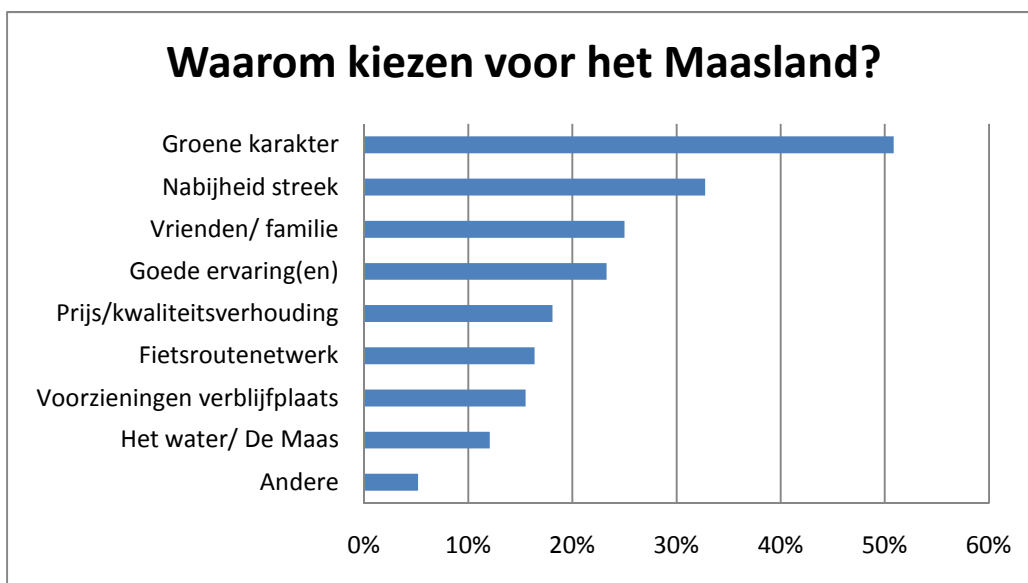
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 38)

### Waarom kiezen voor een verblijf in het Maasland?

De reden voor het kiezen voor het Maasland ten opzichte van andere regio's is belangrijk om de troeven van deze regio te evalueren. Op deze manier kan Toerisme Limburg de kwaliteiten extra benadrukken om meer toeristen naar het Maasland te lokken.

Het groene karakter van de streek scoorde erg goed op deze vraag. Dit is uiteraard ook de grootste troef van het Maasland. Toch is het opvallend dat slechts weinig respondenten het water of de Maas opgaven als de reden voor hun keuze. Men zal namelijk eerder kiezen voor het Maasland omwille van de nabijheid. Dit werd eerder aangetoond bij de analyse van de herkomst van de gasten, waaruit bleek dat de grote meerderheid van de gasten afkomstig is uit de directe omgeving. In het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte werd de nabijheid van de streek door slechts 11,54% van de gasten aangeduid. Ook het fietsroutenetwerk scoort niet bijzonder goed. Het fietsroutenetwerk wordt nochtans erg aangeprezen door de toeristische diensten van de regio. Een reden hiervoor kan zijn dat het fietsroutenetwerk voornamelijk gebruikt wordt door gasten die verblijven op een toeristische plaats. Goede ervaringen in het verleden en aanbevelingen van vrienden blijken eveneens goede redenen om te kiezen voor een verblijf in het Maasland. Dit resultaat benadrukt het belang van goede mond-op-mondreclame. De andere aangehaalde redenen bestonden vooral uit rust en voordelen voor kind en dier.

Figuur 4. 20: Waarom kiest men voor een lang verblijf in het Maasland?



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 116)

**Tabel 4. 5** toont aan dat de respondenten gemiddeld 2 redenen opgeven om voor het Maasland te kiezen.

**Tabel 4. 5: Het gemiddeld aantal opgegeven redenen door de Nederlandstalige langverblijver om te kiezen voor een camping in het Maasland**

N	Geldig	116
	Ontbrekend	3
	Gemiddelde	1,99
	Minimum	0
	Maximum	8

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 116)

***Het belang van ontspanningsmogelijkheden, horeca en een winkel op en buiten de camping***

De gemiddelde waarde die de respondent toekent aan ontspanningsmogelijkheden, horeca en een winkel is ongeveer gelijk, wanneer deze faciliteiten zich bevinden op of buiten de camping. De waarde 1 betekent dat men dit criterium niet belangrijk vindt bij de keuze voor een verblijf op een camping in het Maasland, 5 betekent dat men dit wel belangrijk vindt. De respondenten kennen de ontspanningsmogelijkheden, horeca en winkel op en zowel buiten de camping beide de middelste waarde 3 toe. Hieruit kunnen we afleiden dat de respondenten onverschillig zijn ten opzichte van de ligging van deze faciliteiten bij het kiezen van een verblijf in het Maasland. **Figuur 4.20** toonde al aan dat de voorzieningen op en rond camping geen rol spelen bij de keuze voor een camping in het Maasland.

**Tabel 4. 6: Het belang van faciliteiten voor de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping**

	Ontspanningsmogelijkheden, horeca en winkel op de camping	Ontspanningsmogelijkheden, horeca en winkel buiten de camping
<b>Gemiddelde</b>	3,06	2,99
Schaal: 1 = Niet belangrijk, 5 = Heel belangrijk		

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 113)

De toegekende gemiddelde waarden van de aparte elementen hebben een afwijking van de middelste waarde 3, die iets groter is dan wanneer de elementen op en buiten de camping gegroepeerd worden. Toch blijven de meningen ongeveer gelijk verdeeld.

Toerisme Limburg leest uit deze gegevens af dat de langverblijver de aanwezigheid van deze activiteiten op en buiten de camping als 'normaal' beschouwd. Men zal hier geen tot weinig rekening mee houden bij de keuze van de camping maar men ziet de aanwezigheid van deze faciliteiten als vanzelfsprekend. Er moet wel opgemerkt worden dat men vaak een lage waarde toekende aan bepaalde items omdat deze niet aanwezig zijn op de camping, wat niet betekent dat men de aanwezigheid ervan niet graag zou willen.

**Tabel 4. 7: Het belang van faciliteiten voor de Nederlandstalige langverblijver bij de keuze voor een camping in het Maasland**

	Ontspanning of activiteiten op de camping	Ontspanning of activiteiten buiten de camping	Horeca-faciliteiten op de camping	Horeca-faciliteiten buiten de camping	Winkel op de camping	Winkel in de buurt van de camping
<b>Gemiddelde</b>	3,37	2,44	3,01	2,85	2,81	3,68
Schaal: 1 = Niet belangrijk, 5 = Heel belangrijk						

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 113)

#### 4.1.5 Informatiebronnen

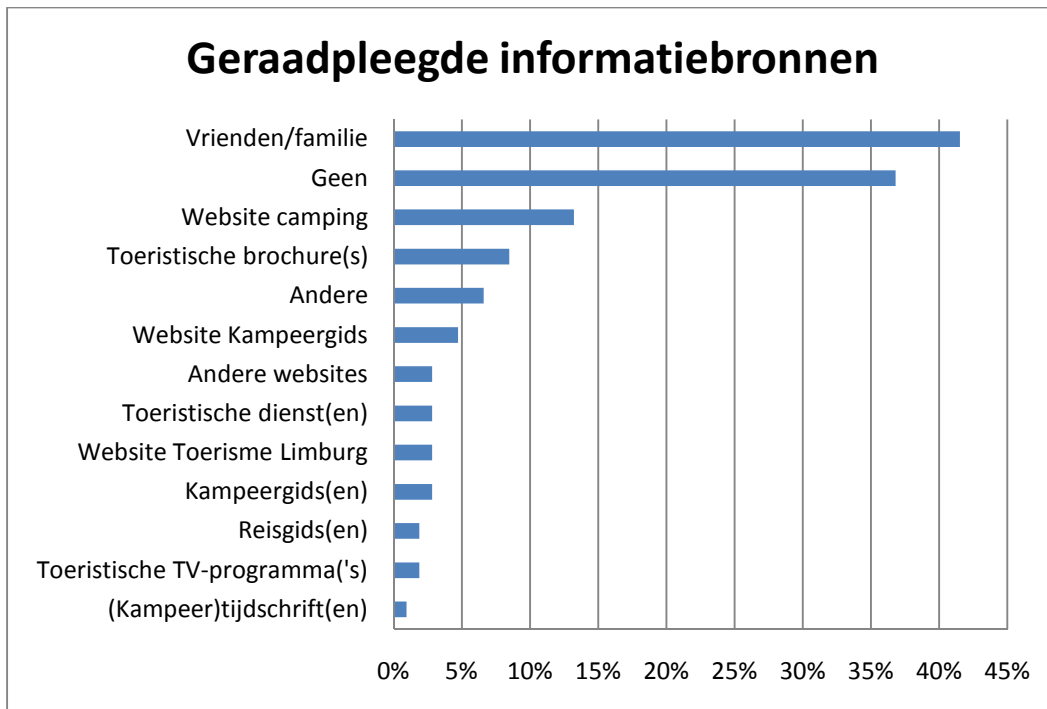
De resultaten over de beschikbare informatiebronnen kunnen inzicht geven in de efficiëntie en reikwijdte van de beschikbare informatiekkanalen. Deze resultaten zijn van groot belang voor Toerisme Limburg en de toeristische diensten in de regio.

##### *De geraadpleegde informatiebronnen*

Uit de enquête blijkt dat er erg weinig gebruik gemaakt wordt van de beschikbare informatiebronnen. Aangezien het vaak gaat over gasten die niet voor de eerste keer in het Maasland verblijven, is men vaak de regio zelf al gaan verkennen in het verleden om te ontdekken welke activiteiten men kan ondernemen in de omgeving. Men gaat wel te rade bij familie of vrienden voor informatie. Hieruit kunnen we besluiten dat men vaak zelf, of met familie en vrienden, op verkenning wil gaan en niet echt gebruik maakt van de beschikbare informatiebronnen. Dit bevestigt het eerder vermelde belang van mond-op-mondreclame. De andere informatiebronnen die men raadpleegt bestaan voornamelijk uit de website van de

camping zelf en toeristische brochures of folders. De respondenten gaven zelf ook aan bij de campinguitbater geïnformeerd te hebben.

**Figuur 4. 21: De geraadpleegde informatiebronnen door de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping**

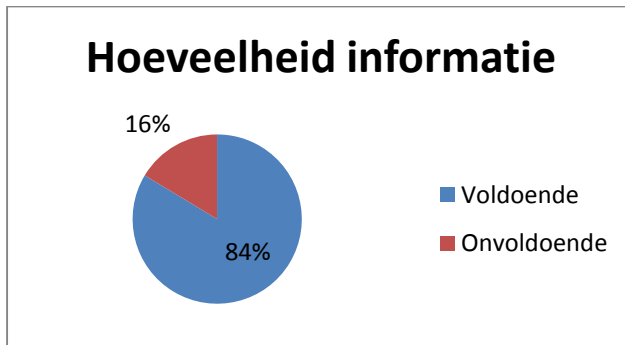


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 106)

### *De hoeveelheid informatie*

De grote meerderheid van de respondenten is van mening dat er voldoende informatie ter beschikking is over de activiteiten en producten die de streek te bieden heeft. Toch werd hierboven duidelijk dat men de informatiebronnen niet raadpleegt. Dus een toename van het aanbod aan informatie zou zinloos zijn. De gasten die aanduiden dat er niet voldoende informatie ter beschikking is, vinden niet zozeer dat er te weinig informatie ter beschikking is maar wel dat de informatie niet toegankelijk genoeg is of hen niet op de juiste manier bereikt. Men is van mening dat men te weinig brochures of folders van de aanwezige activiteiten of over nabij gelegen gemeenten op de staanplaats zelf ontvangt.

**Figuur 4. 22: De hoeveelheid beschikbare informatie volgens de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping**

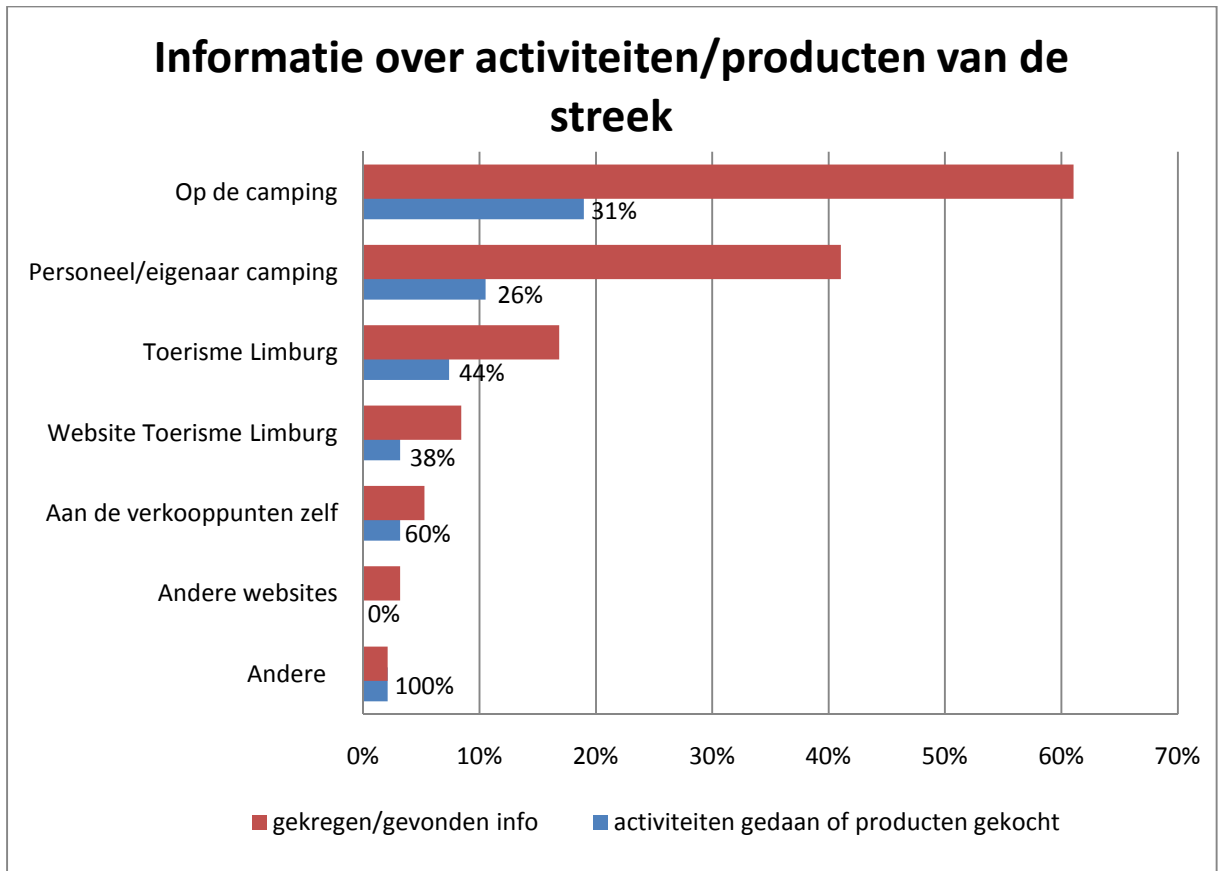


Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 110)

### *Informatieverdeelpunten en efficiëntie*

Informatie over de aanwezige activiteiten en producten in de omgeving vindt men vooral op de camping zelf. 57% van de respondenten die hier informatie kregen of vonden, ondernamen ook effectief de activiteit of kochten het product. De camping zelf en het personeel op de camping zijn dus zeer efficiënte kanalen voor de verspreiding van informatie. Wanneer Toerisme Limburg informatie tot bij de gasten van de camping wil krijgen, is de beste manier hiervoor goed geïnformeerde campinguitbaters en hun personeel. Als men deze enthousiast kan maken voor een activiteit of een product, zal de informatie zeker bij de gasten aankomen. Een 24-tal gasten kregen of vonden ook informatie bij Toerisme Limburg of op de website van Toerisme Limburg. 82% van deze gasten gebruikten de informatie ook effectief om een activiteit te doen of een product te kopen. Deze resultaten geven aan dat, wanneer de informatie gevonden of verkregen is, Toerisme Limburg en haar website voldoende aantrekkelijk zijn en aanzetten tot het ondernemen van de betreffende activiteit. De reden hiervoor is volgens Toerisme Limburg het feit dat men reeds gericht zoekt naar een te ondernemen activiteit wanneer men beslist Toerisme Limburg te raadplegen.

Figuur 4. 23: Informatie over activiteiten/producten in de streek volgens de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 95)

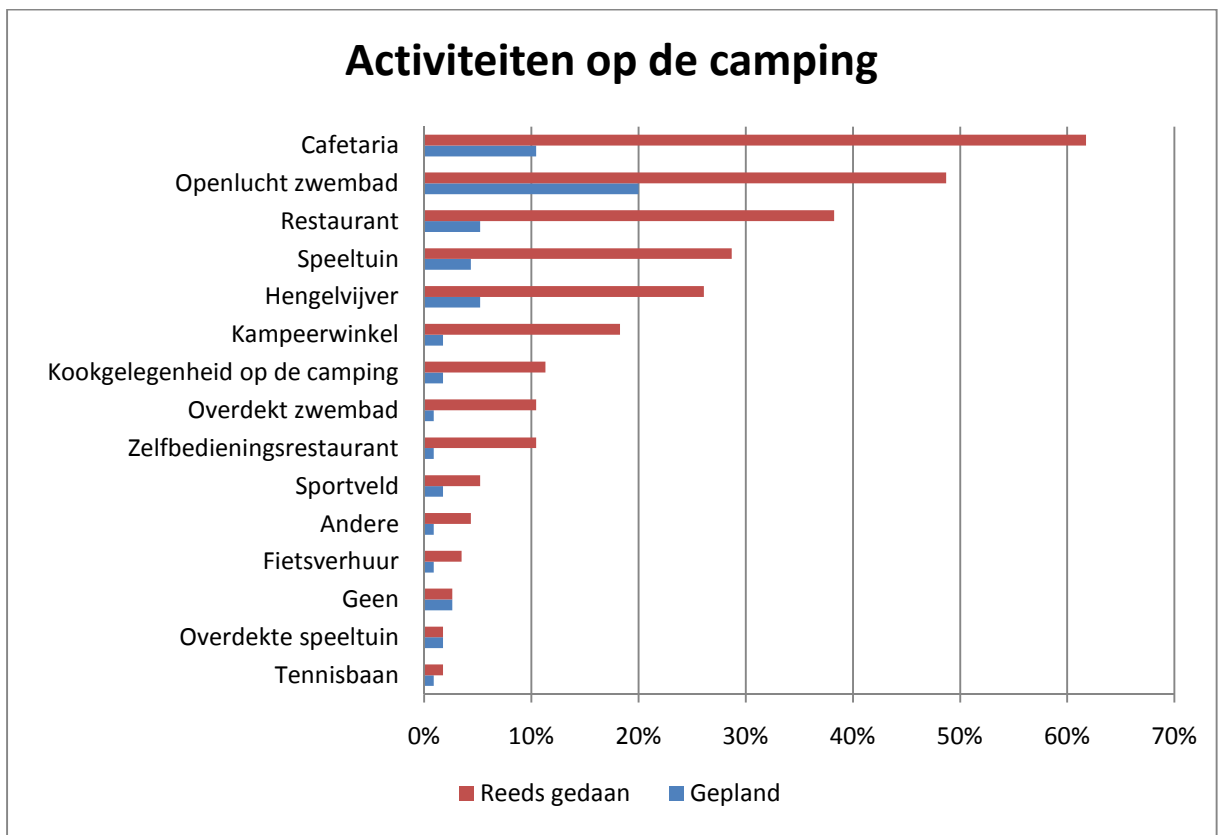
#### 4.1.6 Campingfaciliteiten, activiteiten in de omgeving en streekproducten

Toerisme Limburg was erg geïnteresseerd in de activiteiten die de gasten ondernemen op en rond de camping. Hier wordt getoond welke activiteiten de gasten tijdens hun verblijf ondernemen en hoeveel activiteiten men gemiddeld onderneemt. Bij de interpretatie van deze gegevens werd rekening gehouden met het wel of niet aanwezig zijn van deze activiteiten op of rond de camping. Bij afwezigheid kan men er immers geen gebruik van maken. Ook het koopgedrag op en rond de camping is van belang. Hoe en waar men het beschikbare budget besteedt bepaalt de toeristische meerwaarde van de gast voor de camping en de omgeving.

### Activiteiten en faciliteiten op de camping

De enquête onderzocht van welke activiteiten en faciliteiten de gasten gebruik maken op de camping. De vraag werd opgedeeld in reeds ondernomen activiteiten en de nog geplande activiteiten. Deze resultaten zijn erg interessant voor de campinguitbaters om de interesses van de gasten te kennen, alsook voor eventuele toekomstige investeringen of desinvesteringen.

**Figuur 4. 24: Gebruikt en gepland gebruik van de faciliteiten op de Maaslandse camping door de Nederlandstalige langverblijver**



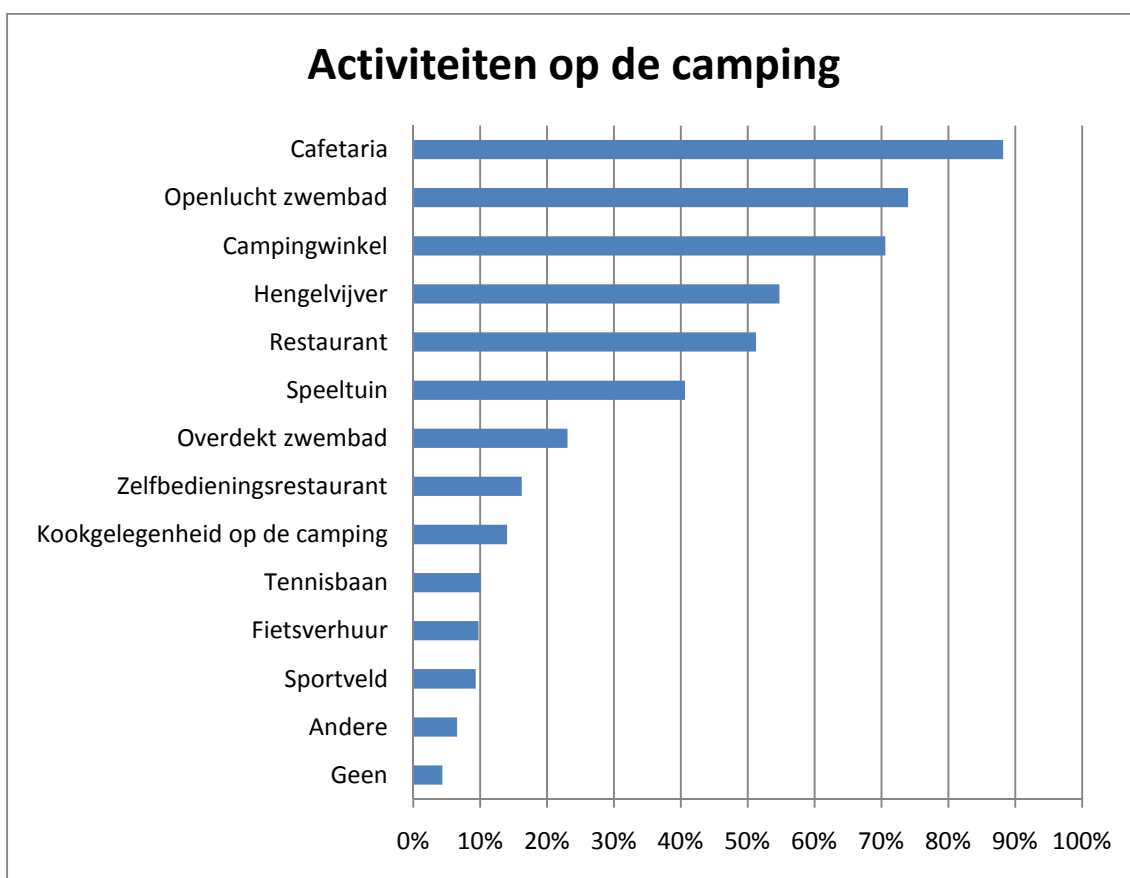
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 115)

**Figuur 4.24** geeft de resultaten weer van het gebruik en het gepland gebruik van de aanwezige faciliteiten op de camping, terwijl **figuur 4.25** deze twee categorieën optelt. Bij het maken van deze twee figuren werden alle activiteiten die niet aanwezig zijn op de betreffende camping gewist uit de gegevens. De andere resultaten werden daarna procentueel uitgedrukt en proportioneel opgeteld. Op deze manier kan men zien welke faciliteiten men op de camping



het meest gebruikt. In deze figuren wordt aangetoond dat men regelmatig gebruik maakt van de campingwinkel indien deze aanwezig is op het domein. De campingwinkel is zelfs de derde meest gebruikte faciliteit op de camping. Wanneer echter alle gegevens bekeken worden is dit niet het geval omdat vele campings niet uitgerust zijn met een campingwinkel. De cafetaria en het openluchtzwembad scoren het best. Opmerkelijk is dat de optie 'geen' helemaal onderaan staat. Dit betekent dat de aanwezige faciliteiten op de campings zeker door de gasten gebruikt worden.

**Figuur 4. 25: Gebruik van de faciliteiten op de Maaslandse camping door de Nederlandstalige langverblijver**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 115)

De respondenten doen en/of plannen gemiddeld 3,27 verschillende activiteiten op het domein van de camping gedurende het verblijf. Dit resultaat kan men aflezen uit [tabel 4. 8](#). Op de campings uit de steekproef zijn er gemiddeld 10,75 activiteiten aanwezig van de 13 activiteiten opgenomen in de enquête. Men onderneemt dus gemiddeld 30,42% van de verschillende

beschikbare activiteiten op de camping. Een gemiddelde van 3,27 verschillende activiteiten is dus niet slecht. Hoe vaak men deze activiteiten onderneemt over de periode van het hele verblijf werd echter niet gevraagd in de enquête.

**Tabel 4. 8: Aantal ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver op de Maaslandse camping**

	Aantal activiteiten op de camping gedaan	Aantal activiteiten op de camping gepland	Aantal activiteiten op de camping totaal
N Geldig	115	115	115
Ontbrekend	4	4	4
Gemiddelde	2,70	,57	3,27
Minimum	0	0	0
Maximum	9	6	11

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 115)

#### **Activiteiten buiten de camping**

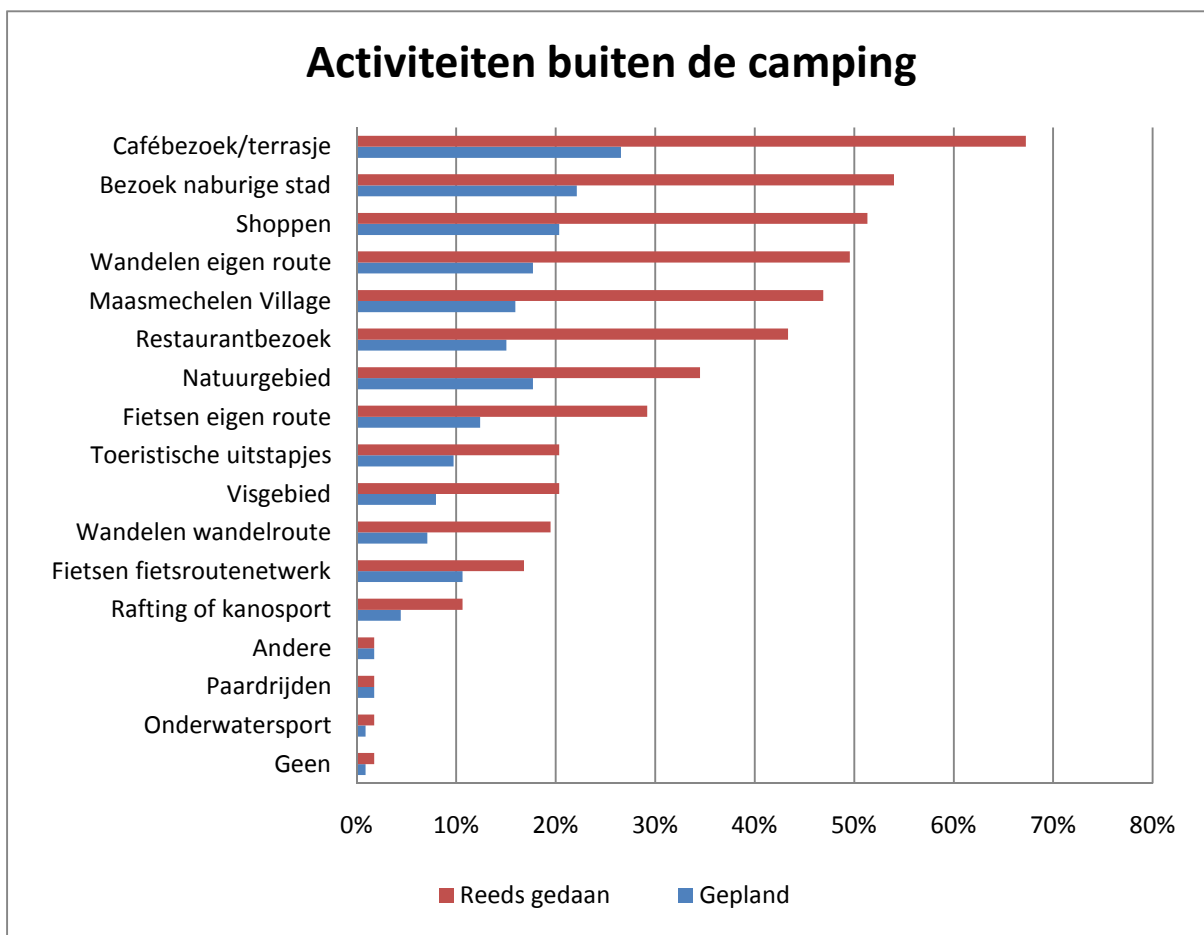
Weten welke activiteiten de campinggasten buiten de Maaslandse campings ondernemen kan interessant zijn voor de campinguitbaters, maar zeker ook voor Toerisme Limburg.

De resultaten bieden ook al een gedeeltelijk antwoord op de centrale onderzoeksvraag van deze studie. De toeristische meerwaarde van de langverblijver op een Maaslandse camping wordt immers bepaald door de activiteiten die de gasten buiten de camping ondernemen.

Na een eerste blik op **figuur 4.26** is meteen duidelijk dat activiteiten buiten de camping populairder zijn dan deze op de camping. Dit komt gedeeltelijk doordat men vaak buiten de camping treedt met als doel een activiteit te ondernemen. Wanneer men geen plannen heeft blijft men op de camping. Een tweede vaststelling is dat men een grote verscheidenheid aan activiteiten onderneemt. De meest voorkomende activiteiten zijn een cafébezoek of terrasje, een bezoek aan een naburige stad of gemeente, shoppen, wandelen volgens eigen route, een bezoek aan Maasmechelen Village en een restaurantbezoek. Deze resultaten bevestigen de toeristische meerwaarde van de langverblijver op de Maaslandse campings, omdat deze activiteiten bijna allemaal inkomsten betekenen voor de lokale middenstand. Hoeveel deze meerwaarde bedraagt wordt besproken bij de analyse van het budget. Hier valt ook op, net

zoals in *figuur 4.24* en *figuur 4.25* m.b.t. de activiteiten op de camping, dat het item 'geen' erg weinig voorkomt.

**Figuur 4. 26: Ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping**



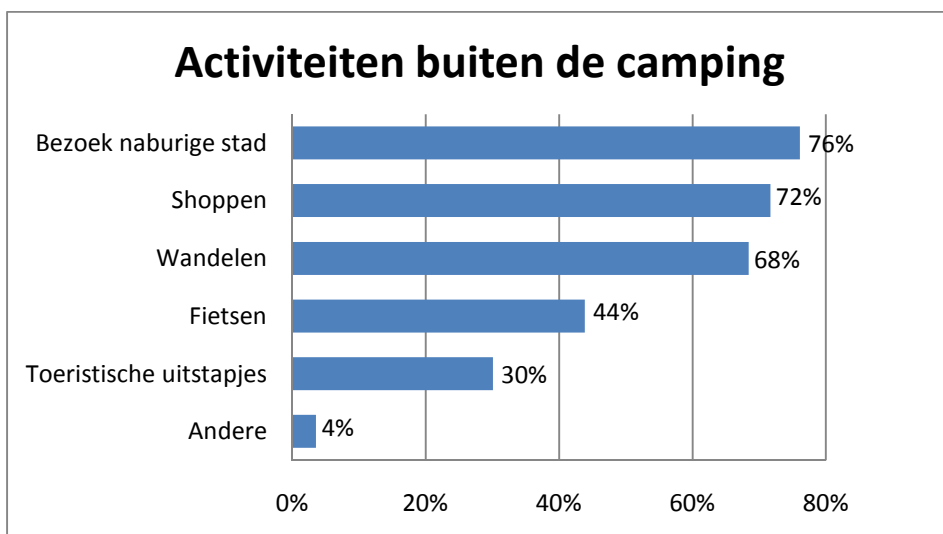
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 113)

*Figuur 4. 26* werd omgevormd tot *figuur 4. 27* om de resultaten uit de enquête te vergelijken met de tevredenheidsmeting van Toerisme Limburg van 2009. De tevredenheidsmeting onderzocht de activiteiten ondernomen door alle Limburgse toeristen, inclusief Duitstalige gasten en kortverblijvers. De toeristische uitstapjes uit deze studie worden vergeleken met de museumbezoeken uit de tevredenheidsmeting van Toerisme Limburg. Het bezoek aan een stad of gemeente wordt gelijk gesteld aan een bezoek aan het stadscentrum.

Limburgse toeristen bezoeken vaker het stadscentrum in vergelijking met de langverblijvers in het Maasland. Over het algemeen onderneemt een groter aandeel van de Limburgse toeristen

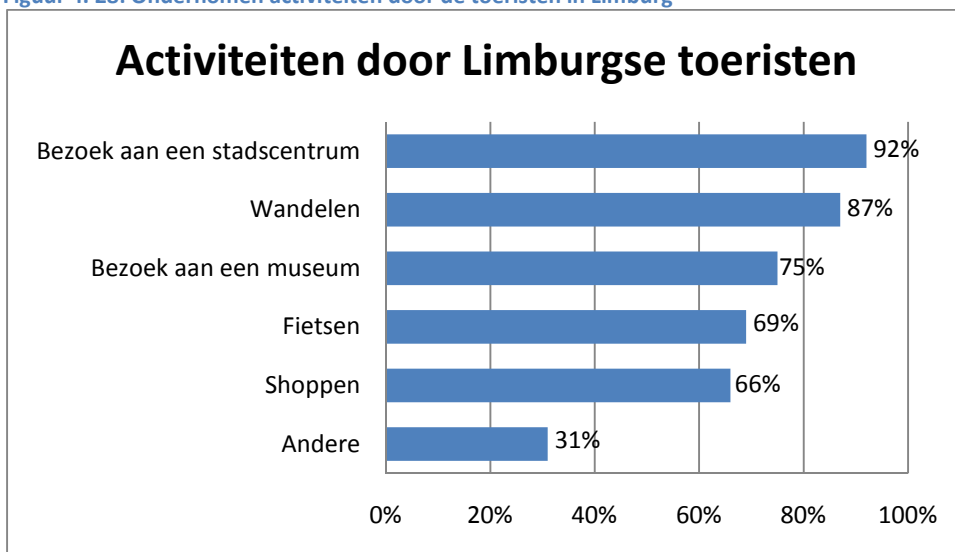
de vermelde activiteiten in vergelijking met de langverblijvers op de Maaslandse campings. De reden hiervoor is wellicht het feit dat toeristen in Limburg verblijven omdat ze er activiteiten willen doen en langverblijvers activiteiten doen omdat ze in het Maasland verblijven. Een uitzondering is het shoppen, ook al is het verschil niet groot. 72% van de langverblijvers gaat shoppen tijdens zijn verblijf in het Maasland ten opzichte van 66% van de toeristen in Limburg.

**Figuur 4. 27: Ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping, aangepast ter vergelijking met de ondernomen activiteiten door de Limburgse toeristen.**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 113)

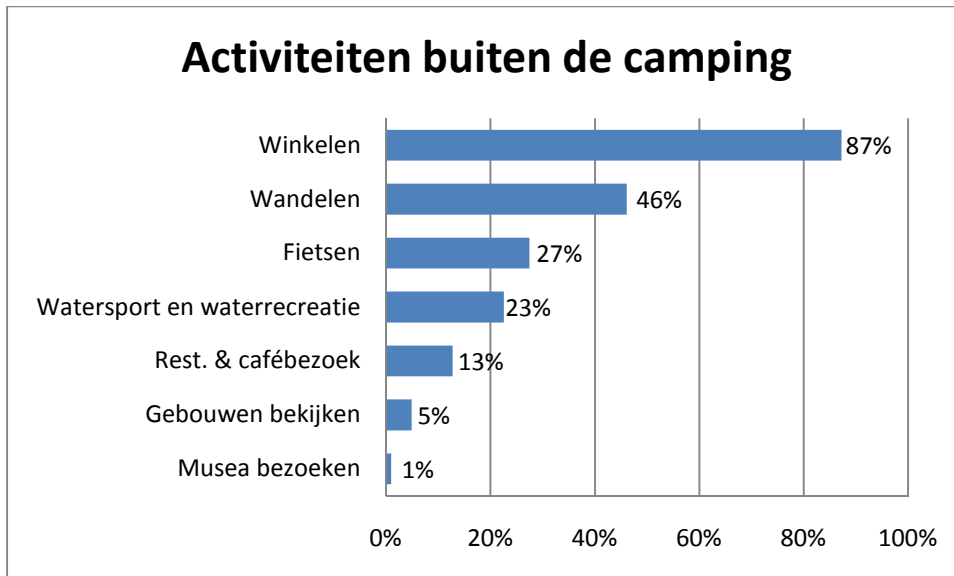
**Figuur 4. 28: Ondernomen activiteiten door de toeristen in Limburg**



Bron: Toerisme Limburg, 2009 (N = 210)

**Figuur 4. 29** geeft de resultaten weer uit het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte m.b.t. de activiteiten buiten de camping. Ook hier valt op dat shoppen en wandelen populaire activiteiten zijn. Het aandeel van de gasten dat aangeeft te fietsen is beduidend minder dan het aandeel in dit onderzoek en dat van Toerisme Limburg. Ook het verschil in museabezoeken is erg groot t.o.v. de studie van Toerisme Limburg.

**Figuur 4. 29: Ondernomen activiteiten buiten de camping door de gasten op de Maaslandse campings**



Bron: Bewerkte gegevens De Grootte, 1998, p. 86 (N = 102)

De respondenten geven aan dat ze gemiddeld 6,57 verschillende activiteiten minstens éénmaal gedaan of gepland hebben buiten de camping. Men onderneemt dus gemiddeld dubbel zoveel activiteiten buiten de camping als op de camping. Het is dus zeker niet zo dat de langverblijvers geen activiteiten buiten het domein van de camping doen. Het gemiddeld aantal verschillende activiteiten ondernomen door de langverblijver buiten de camping is volgens Toerisme Limburg ongeveer gelijk aan het gemiddeld aantal verschillende activiteiten ondernomen door de kortverblijver in het Maasland. Aangezien de langverblijver voor een langere periode in het Maasland verblijft doet men deze activiteiten wellicht vaker dan kortverblijvers. Hoe vaak men deze activiteiten doet werd echter niet bevraagd in de enquête.

Tabel 4. 9: Aantal ondernomen activiteiten door de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping

		Aantal activiteiten buiten de camping gedaan	Aantal activiteiten buiten de camping gepland	Aantal activiteiten buiten de camping totaal
N	Geldig	113	113	113
	Ontbrekend	6	6	6
Gemiddelde		4,65	1,90	6,57
Minimum		0	0	0
Maximum		14	11	20

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 113)

De tijd die men spendeert aan elke activiteit buiten de camping werd wel onderzocht in de analyse van Prof. Dr. De Grootte. Wanneer men gaat wandelen, fietsen of winkelen brengt men hiervoor 1 tot 3 uur buiten de camping door. Voor een restaurant- of cafébezoek en watersport begeeft men zich voor een langere tijd buiten de camping. Deze resultaten zijn niet verwonderlijk aangezien de aard van de activiteiten.

Tabel 4. 10: De door de gasten gependeerde tijd aan de activiteiten buiten de Maaslandse camping

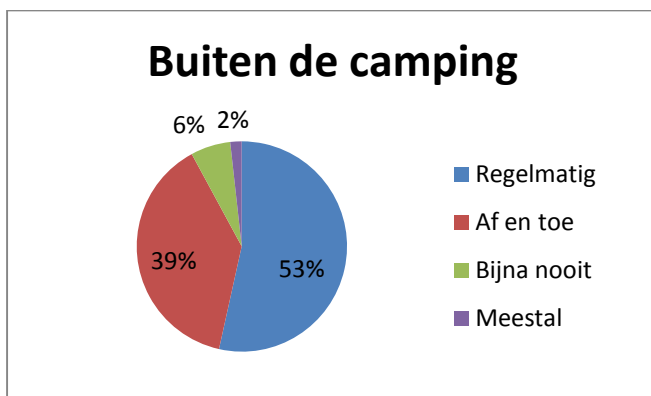
	Wandelen	Fietsen	Rest. & cafébezoek	Gebouwen bekijken	Musea bezoeken	Winkelen	Watersport en water- recreatie
< 1 uur	40,43%	21,43%	7,69%	0,00%	0,00%	51,69%	0,00%
1 - 3 uren	34,04%	50,00%	23,08%	40,00%	0,00%	29,21%	34,78%
3 - 5 uren	14,89%	10,71%	46,15%	20,00%	0,00%	12,36%	39,13%
> 5 uren	10,64%	17,86%	23,08%	40,00%	100,00%	6,74%	26,09%
Totaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Bron: Bewerkte gegevens De Grootte, 1998, p. 86 (N = 102)

### Het vertoeven buiten de camping

Om een antwoord te kunnen geven op de centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek dient eerst de regelmaat waarmee de gasten de camping verlaten gekend te zijn. Wanneer men gedurende het hele verblijf op het domein van de camping zou blijven, kan men geen toeristische meerwaarde opleveren voor de omgeving. Dit onderdeel is van groot belang voor Dhr. Sleyten. Hij vroeg zich af of de langverblijver vaak genoeg buiten de camping vertoeft om een toeristische meerwaarde te kunnen opleveren. Ongeveer de helft (53%) van de gasten op de Maaslandse campings duidt aan regelmatig de camping te verlaten. Slechts 6% van de respondenten begeeft zich bijna nooit buiten het domein van de camping.

Figuur 4. 30: Hoe vaak vertoeft de Nederlandstalige langverblijver buiten de Maaslandse camping?



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 114)

De resultaten uit [tabel 4. 10](#) kunnen aangepast worden om de gemiddelde tijd per activiteit buiten de camping weer te geven. 78% van de gasten spendeert maximum 3 uur aan een activiteit buiten de camping. Men moet natuurlijk nog steeds rekening houden met de regelmatigheid waarmee men 3 uur buiten de camping vertoeft aangezien deze resultaten de duur per activiteit weergeven.

Tabel 4. 11: De door de gasten gependeerde tijd aan de activiteiten buiten de Maaslandse camping

	Gemiddelde tijdsduur voor een activiteit buiten de camping
< 1 uur	50%
1 - 3 uren	28%
3 - 5 uren	14%
> 5 uren	8%
Totaal	100%

Bron: Bewerkte gegevens De Groote, 1998, p. 86. (N = 102)

#### *Tevredenheid van de Maaslandse campinggast met het toeristisch aanbod in het Maasland*

Uit [tabel 4. 12](#) kunnen we besluiten dat de Maaslandse campinggast best tevreden is over het toeristisch aanbod in het Maasland. De natuur en de fiets- en wandelroutes scoren erg goed bij de gasten. De musea en het historisch erfgoed scoren relatief heel goed maar het absolute aantal reacties was erg laag. D.w.z. dat hieraan weinig aandacht wordt besteed door de campinggasten in het Maasland. De neutrale kolom (-/+) en beide negatieve kolommen voor de toeristische informatie werden uitsluitend aangeduid door de Duitstalige gasten. Dit kan betekenen dat er te weinig Duitstalige toeristische informatie voorhanden is.

Tabel 4. 12: Mate van tevredenheid met het toeristisch aanbod in het Maasland van de Maaslandse campinggast

Toeristisch aanbod	--	-	-/+	+	++
Historisch erfgoed	0,00%	3,13%	31,25%	31,25%	34,38%
Musea	5,88%	5,88%	26,47%	29,41%	32,35%
Natuur	0,00%	0,00%	0,00%	30,26%	69,74%
(Water)sport	1,75%	1,75%	5,26%	29,82%	61,40%
Fietsroutes	1,35%	1,35%	1,35%	41,89%	54,05%
Wandelroutes	0,00%	1,37%	4,11%	34,25%	60,27%
Shoppingmogelijkheden	0,00%	4,48%	19,40%	29,85%	46,27%
Cafés en restaurants	1,56%	1,56%	6,25%	35,94%	54,69%
Toeristische informatie	2,08%	8,33%	16,67%	35,42%	37,50%
Openbaar vervoer	6,25%	12,50%	25,00%	28,13%	28,13%
Parkeergelegenheid	1,52%	7,58%	10,61%	45,45%	34,85%

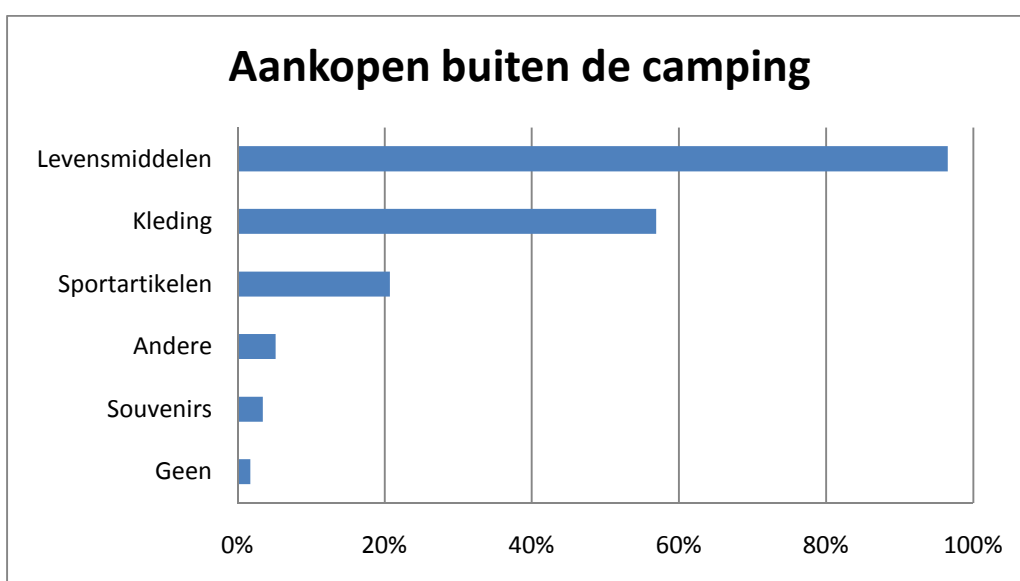
Bron: Bewerkte gegevens De Groote, 1998, p. 87 (N = 102)



### Aankopen buiten de camping

De aankopen buiten de camping bestaan voornamelijk uit levensmiddelen en kleding. Levensmiddelen worden zelfs door 94,12% van de gasten buiten de camping aangekocht. Dit wil echter niet zeggen dat men geen levensmiddelen aankoopt in de campingwinkel. Wanneer er een campingwinkel aanwezig is maakt men ook hier gebruik van voor het aankopen van levensmiddelen. Sportartikelen worden ook af en toe aangeschaft, wellicht om aan activiteiten op en buiten de camping deel te nemen.

Figuur 4. 31: Aankopen buiten de Maaslandse camping door de Nederlandstalige langverblijver



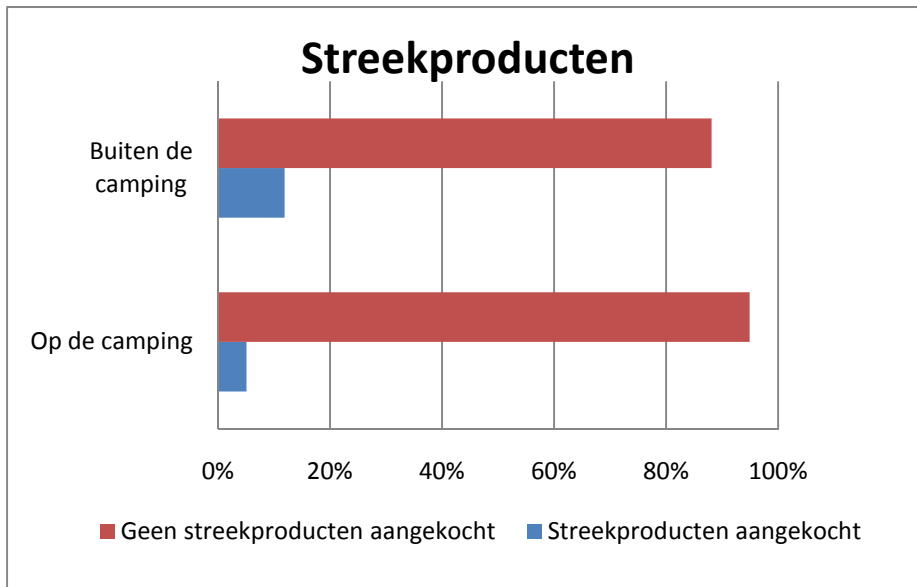
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 116)

### Streekproducten

De enquête polst naar de aangekochte streekproducten door middel van een open vraag. Bij de resultaatverwerking werd duidelijk dat dit niet de meest optimale aanpak was. De Maaslandse streekproducten zijn bij de grootste groep van de gasten niet gekend. Dit kan te wijten zijn aan het gebrek aan informatie over de te verkrijgen streekproducten van de regio. Slechts 5% van de respondenten gaf aan streekproducten gekocht te hebben op de camping en 12% kocht streekproducten buiten de camping. Deze bestonden voornamelijk uit Maaseiker Knapkoek, asperges en Oterke.

Nochtans bestaan er initiatieven, georganiseerd door of met de medewerking van Toerisme Limburg om de toeristische producten met een culinaire invalshoek te promoten. Voorbeelden hiervan zijn Vlaanderen Lekker Land en Puur Limburg.

**Figuur 4. 32: Streekproducten aangekocht door de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 118)

#### **Rangorde van de verschillende aankopen binnen het budget**

De aankoop van voeding en drank buiten de camping scoort het best binnen de verdeling van het budget, met een gemiddelde waarde van 2,86. De resultaten tonen aan dat voeding en drank uit de campingwinkel slechts een waarde krijgt van 5,16. Omdat een score van 7 betekent dat dit item het kleinste deel van het budget uitmaakt, is dit geen goede score. De oorzaak hiervan is de afwezigheid van een campingwinkel op het grootste deel van de campings. Op de campings waar wel een winkel aanwezig is, vertegenwoordigde dit item het grootste aandeel van het budget. Shoppen buiten de camping maakt ook een groot deel uit van het budget, met een waarde van 3,77. Op de derde en vierde plaats volgen respectievelijk de huurprijs van de staanplaats en activiteiten buiten de camping. Uitgaven voor de verplaatsing en andere uitgaven vormen gemiddeld het kleinste deel van het budget.

Tabel 4. 13: Rangorde van de verschillende aankopen binnen het budget van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping

Aandeel van het budget	Gemiddelde waarde
Voeding en drank buiten de camping	2,86
Shoppen buiten de camping (geen levensmiddelen)	3,77
Logies/staanplaats	4,5
Activiteiten en ontspanning buiten de camping	4,98
Voeding en drank uit de winkel op de camping	5,16
Verplaatsing ter plaatse	5,5
Andere uitgaven	6,62
Schaal: 1 = Heel belangrijk, 7 = Niet belangrijk	

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 115)

#### 4.1.7 Budget

De volgende analyse geeft een antwoord op de centrale onderzoeksvraag en de eerste deelvraag.

De toeristische meerwaarde van de langverblijver op de Maaslandse camping wordt bepaald door de uitgaven die hij doet tijdens het verblijf in het Maasland. Door middel van een analyse van het budget kan bepaald worden of er sprake is van een toeristische meerwaarde en wat deze meerwaarde inhoudt.

##### *Het budget*

De vraag over het budget bleek een moeilijke vraag te zijn. 45,38% van de respondenten lieten deze vraag gedeeltelijk of volledig open. Een oorzaak hiervan zou kunnen zijn dat men deze gegevens niet wil prijsgeven of dat de vraagstelling niet duidelijk was. De gegevens uit de gedeeltelijk ingevulde enquêtes zijn voor deze vraag niet opgenomen in de resultaatverwerking, om de vergelijkbaarheid tussen de verschillende antwoorden niet te hinderen. Ook de extreme waarden werden geëlimineerd uit de data.

Uit de enquêtes die wel volledig ingevuld werden blijkt dat men gemiddeld € 4,04 per persoon per dag spendeert aan het verblijf en gemiddeld € 5,99 aan overige items. Dit komt neer op een gemiddelde totale uitgave van € 10,03 per persoon per dag. Deze analyse geeft aan dat het budget van de gemiddelde langverblijver op een Maaslandse camping voor 59,72%

bestemd is voor overige uitgaven. De toeristische meerwaarde van de langverblijver bedraagt volgens deze gegevens € 5,99 per dag per persoon.

Tabel 4. 14: De uitgaven per persoon per dag van de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping

	Verblijfskosten per persoon per dag	Overige uitgaven per persoon per dag	Totale uitgaven per persoon per dag
Gemiddelde	€ 4,04	€ 5,99	€ 10,03
Minimum	€ 0,79	€ 0,63	€ 1,85
Maximum	€ 16,67	€ 16,67	€ 27,78

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 60)

Het onderzoek door M.A.S. (Market Analysis & Synthesis) in opdracht van Toerisme Limburg geeft aan dat de gemiddelde campinggast veel meer uitgeeft dan de resultaten van de langverblijvers aangeven, nl. € 22,51 per persoon per dag t.o.v. € 10,03 per persoon per dag. Dit verschil is te wijten aan het feit dat in het onderzoek van Toerisme Limburg ook de kortverblijvers onderzocht werden en een kort verblijf per dag duurder is dan een lang verblijf. Ook de uitgaven tijdens het verblijf zijn veel hoger voor de campinggasten in het onderzoek van Toerisme Limburg dan die van de langverblijvers op een Maaslandse camping. Dit komt wellicht mede doordat een groter aandeel toeristen in Limburg de onderzochte activiteiten buiten de camping ondernemen, getoond in de vergelijking van [figuur 4. 27](#) en [figuur 4. 28](#).

Tabel 4. 15: Gemiddelde bestedingen per persoon per dag volgens logiestype van de toeristen in Limburg

	Uitgaven logies per persoon per dag	Totaal alle aankopen per persoon per dag	Totale uitgaven per persoon per dag
Hotel (N = 344)	€ 42,34	€ 40,05	€ 82,39
<b>Camping (N = 94)</b>	<b>€ 11,16</b>	<b>€ 11,35</b>	<b>€ 22,51</b>
Verhuurmarkt (N = 58)	€ 18,08	€ 19,20	€ 37,28
Logies doelgroepen (N = 244)	€ 12,45	€ 5,92	€ 18,37
Alle respondenten (N = 921)	€ 16,77	€ 10,58	€ 27,35

Bron: Bewerkte resultaten M.A.S., 2008 (n=921)

Met de resultaten uit [tabel 4.14](#) kan de economische meerwaarde van een gemiddeld gezelschap op een camping in het Maasland per jaar berekend worden. Dit wordt berekend via

het gemiddeld aantal personen binnen een gezelschap en de gemiddelde verblijfsduur per jaar. Deze analyse bevatten enkel de gegevens van respondenten die op al deze items correct geantwoord hebben, ongeacht of deze respondenten vaste bewoners zijn of niet. Het gemiddeld aantal personen per gezelschap en de gemiddelde verblijfsduur per jaar moeten opnieuw berekend worden voor deze respondenten. Deze resultaten worden getoond in [tabel 4. 16](#).

**Tabel 4. 16: Het gemiddeld aantal personen en de gemiddelde verblijfsduur van de Nederlandstalige langverblijvers op de Maaslandse campings**

		Aantal personen	Duur
N	Geldig	60	60
	Ontbrekend	59	59
Gemiddelde		2,75	7,49
Minimum		1,00	,50
Maximum		9,00	12,00

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 60)

Wanneer de resultaten uit [tabel 4. 16](#) vermenigvuldigd worden met de uitgaven per persoon uit [tabel 4. 14](#) kunnen we de toeristische meerwaarde per jaar voor een gemiddeld gezelschap op een Maaslandse camping aflezen.

**Tabel 4. 17: De uitgaven van een gemiddeld gezelschap per jaar van Nederlandstalige langverblijvers op een Maaslandse camping**

Verblijfskosten voor een gem. gezelschap/jaar	Overige uitgaven voor een gem. gezelschap/jaar	Totale uitgaven voor een gem. gezelschap/jaar
€ 2.498,47	€ 3.701,59	€ 6.200,06

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 60)

De totale uitgaven voor een gemiddeld gezelschap bedragen € 6.200 per jaar. Hiervan gaat € 3.702 naar uitgaven tijdens het verblijf en € 2.498 naar de huur van de standplaats op de camping. De toeristische meerwaarde van de langverblijver op een Maaslandse camping bedraagt dus € 3.702 per gezelschap per jaar. Resultaten van de langverblijver in het Maasland, zoals deze in [tabel 4.17](#), werden voor de eerste maal berekend in dit onderzoek. De

doelgroep waarop Toerisme Limburg zich richt bestaat voornamelijk uit kortverblijvers, m.a.w. gasten die op de camping verblijven voor minder dan 30 dagen. Toch werd vanuit Toerisme Limburg gevraagd naar deze resultaten om een volledig beeld te krijgen van de bestedingen van de korte en lange verblijvers op de Maaslandse campings. De interpretatie van deze resultaten is dus erg moeilijk aangezien deze resultaten nooit eerder berekend werden.

#### 4.1.8 Bezit van of aanschafplannen voor een tweede verblijf

Om een beeld te krijgen van de markt voor tweede verblijven voor de komende jaren werd gevraagd naar de aanschafplannen voor (nog) een tweede verblijf in de nabije toekomst. De grote meerderheid van de respondenten was op het moment van de enquête in het bezit van een verblijf op de camping, maar heeft geen plannen een nieuw of bijkomend verblijf aan te schaffen in de nabije toekomst. Een vierde van de gasten bezit geen verblijf op de camping en is ook niet van plan er een te kopen. Opmerkelijk is het feit dat geen enkele gast, die nog geen verblijf in zijn bezit heeft een verblijf wil aanschaffen in de toekomst.

Tabel 4. 18: De markt voor tweede verblijven volgens de Nederlandstalige langverblijver op een Maaslandse camping

	Percentage
Bezit zonder aanschafplannen	72,12%
Bezit en aanschafplannen	2,88%
Geen bezit en aanschafplannen	0,00%
Geen bezit zonder aanschafplannen	25,00%

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 104)

Omdat slechts 2,88% van de gasten aanschafplannen heeft voor een tweede verblijf in de nabije toekomst, zijn de resultaten van de bijvragen van deze vraag helaas onbruikbaar.

#### 4.1.9 Opmerkingen

Een aantal respondenten schreven enkele opmerkingen neer. Deze bestonden voornamelijk uit beoordelingen van de campings m.b.t. hygiëne, onderhoud en vriendelijkheid. Verder was

er vraag naar een campingwinkel en meer activiteiten/animatie op de camping. Een veel terugkomende opmerking was dat de gasten een persoonlijke aanpak verkiezen bij het verspreiden van informatie over activiteiten in de buurt. Een informatiebord aan de receptie zou te weinig mensen bereiken. Men zou graag folders en informatiebrochures over activiteiten in de omgeving op de staanplaats zelf ontvangen.

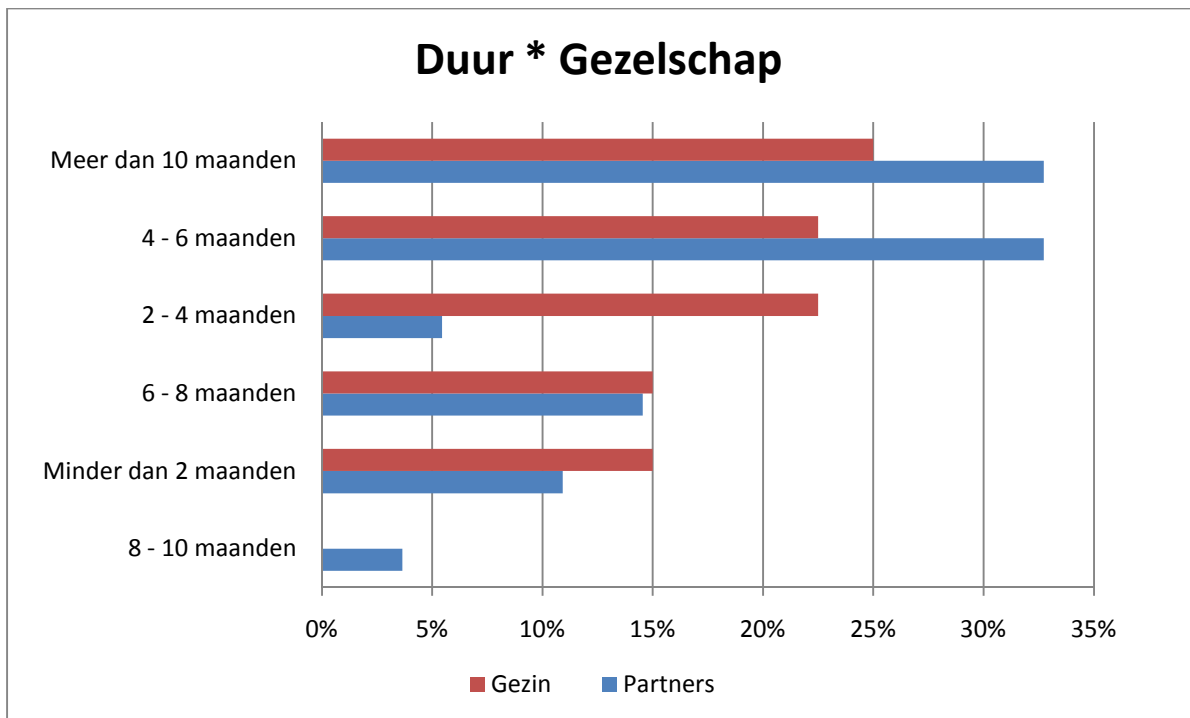
#### **4.1.10 Vergelijking van koppels en gezinnen**

Gezinnen en koppels verschillen in hun antwoorden op de voorgaande items. Om de toeristische markt beter te leren kennen, worden in deze vergelijking de verschillen duidelijk. Vriendengroepen en alleenwonenden worden niet opgenomen in dit onderdeel wegens een tekort aan gegevens.

##### *De verblijfsduur*

Wanneer de resultaten van het gezelschap en de duur met elkaar gekruist worden, wordt de samenhang tussen de verschillende gezelschappen en de verblijfsduur duidelijk. **Figuur 4.33** toont aan dat koppels vaker zullen kiezen voor een verblijf op de camping van meer dan 10 maanden dan gezinnen. Koppels kiezen er dus vaker dan gezinnen voor vaste bewoners te zijn op een camping in het Maasland. Dit is ook het geval bij de verblijven tussen 4 en 6 maanden. Gezinnen zullen, veel vaker dan koppels, kiezen voor verblijven van 2 tot 4 maanden. Dit is waarschijnlijk een gevolg van het feit dat gezinnen meer rekening houden met de schoolplicht van de kinderen. Men verblijft proportioneel even vaak 6 tot 8 maanden op een Maaslandse camping als koppel of als gezin. De kinderen van deze gezinnen gaan in dat geval naar school in de buurt van de camping. Over het algemeen kunnen we besluiten dat koppels eerder de lange verblijven zullen verkiezen ten opzichte van gezinnen.

Figuur 4. 33: Vergelijking van de verblijfsduur tussen koppels en gezinnen op een vaste standplaats op een camping in het Maasland



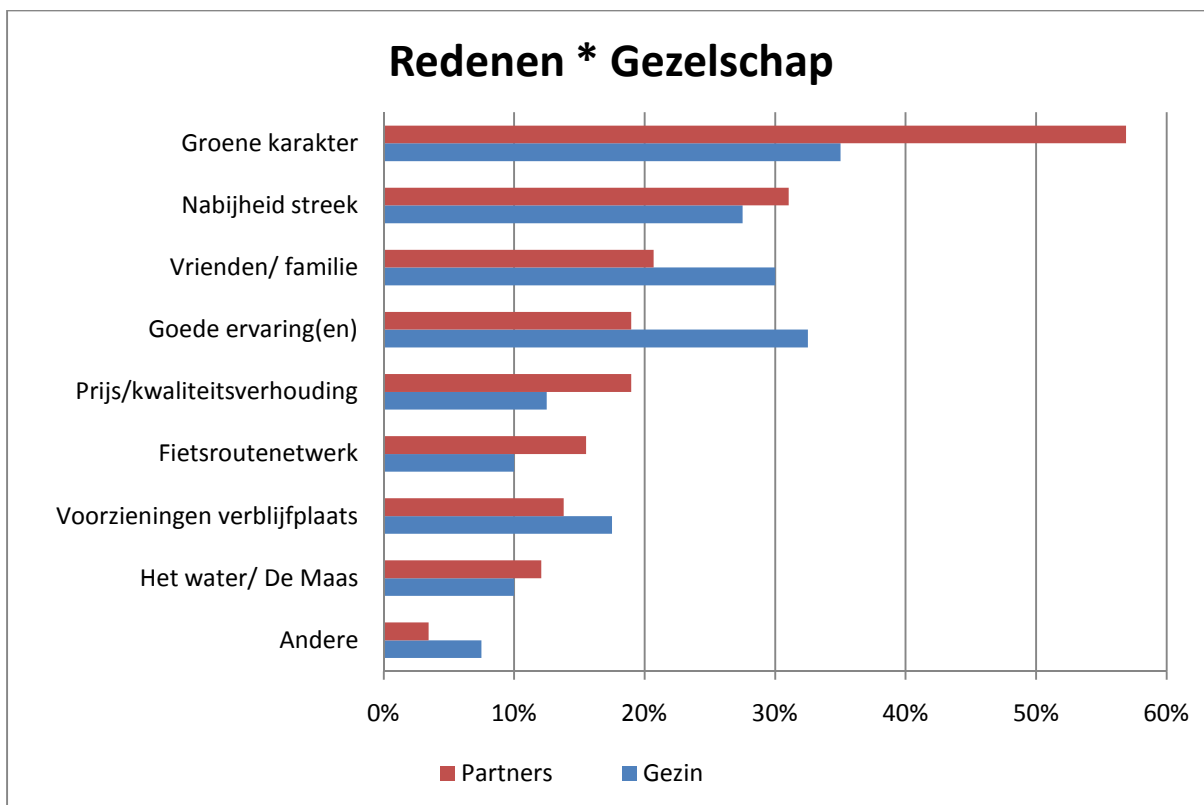
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 95)

#### *De redenen om voor het Maasland te kiezen*

In dit onderdeel wordt het gezelschap telkenmale gekruist met een van de redenen om te kiezen voor een verblijf in het Maasland. De respondent kan meerdere antwoorden aanduiden op deze vraag, waardoor de kruisingen in SPSS enkel in afzonderlijke grafieken getoond kunnen worden. De grafieken werden samengevoegd met behulp van Excel, om de interpretatie te vergemakkelijken. De grafiek toont het belang dat gezinnen en koppels toekennen aan de verschillende eigenschappen van het Maasland bij hun keuze voor een verblijf in de streek. Koppels hechten meer belang dan gezinnen aan het groene karakter, het fietsroutenetwerk, de nabijheid van de streek, de aanwezigheid van de Maas en de goede prijs/kwaliteitsverhouding. Gezinnen vinden de voorzieningen op de verblijfplaats, de mening van vrienden en/of familie en goede ervaringen in het verleden belangrijker bij hun keuze voor het Maasland.



**Figuur 4. 34: Vergelijking van de redenen om voor een verblijf op een vaste standplaats op een Maaslandse camping te kiezen tussen koppels en gezinnen**



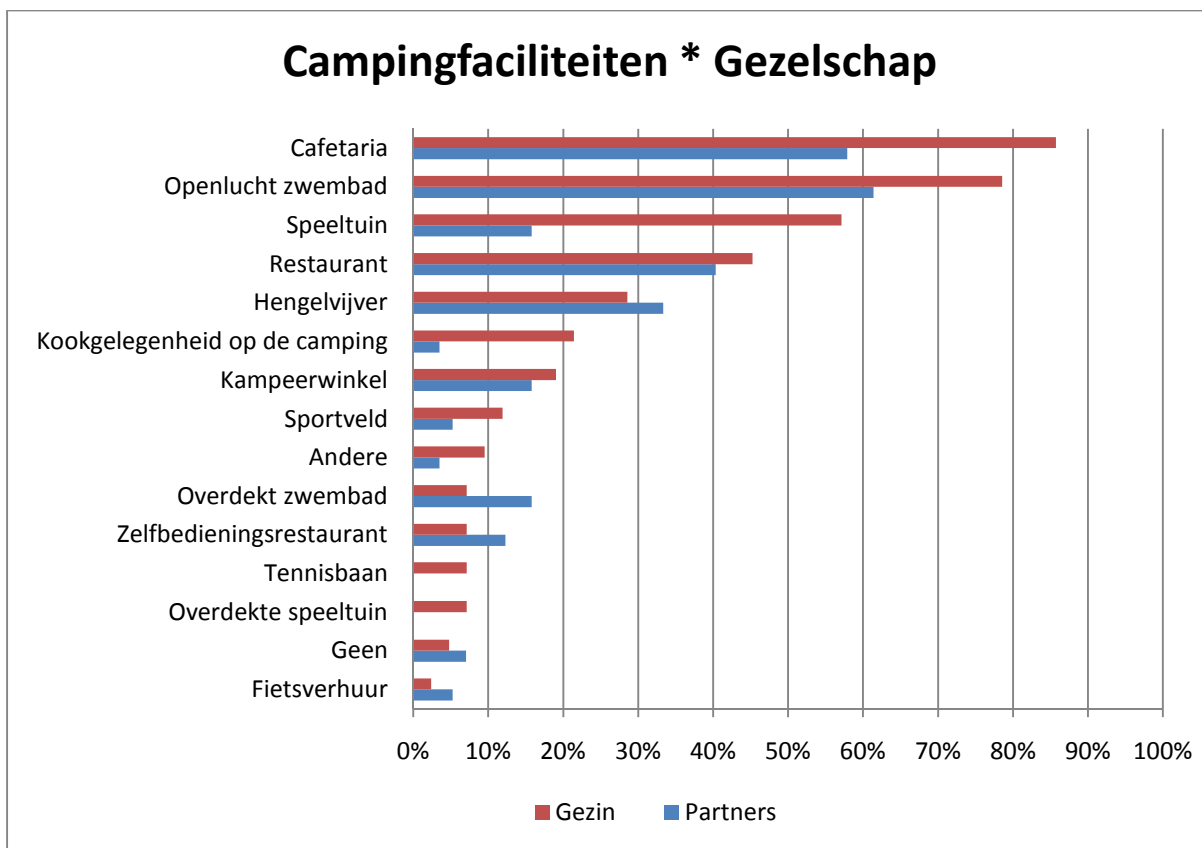
Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 98)

**Het gebruik van de campingfaciliteiten.**

Bij de verwerking van deze gegevens werden reeds ondernomen en geplande activiteiten samengevoegd. De faciliteiten die niet aanwezig zijn op de betreffende camping werden hier, net zoals bij [figuur 4.24](#) en [figuur 4.25](#), gewist uit de gegevens.

Gezinnen zullen sneller beslissen om naar de speeltuin te gaan dan koppels. Dit is ook het geval bij het openluchtwembad en de cafetaria. Dit is een logisch gevolg van het feit dat gezinnen, vaak nog jonge, kinderen meenemen naar de campings. Koppels zullen dan weer, eerder dan gezinnen, gebruik maken van het overdekt zwembad of het fietsverhuur.

Figuur 4. 35: Vergelijking van het gebruik van campingfaciliteiten tussen koppels en gezinnen die verblijven op een vaste standplaats op een Maaslandse camping



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 99)

Gezinnen ondernemen gemiddeld meer activiteiten op de camping dan koppels, nl. 3,88 voor gezinnen ten opzichte van 2,70 voor koppels. Deze resultaten worden getoond in [tabel 4.19](#). De ontbrekende waarden in de tabel vertegenwoordigen de andere soorten gezelschappen uit de enquête en 5 ontbrekende waarden.

Tabel 4. 19: Aantal geplande en ondernomen activiteiten op de Maaslandse camping door koppels en gezinnen

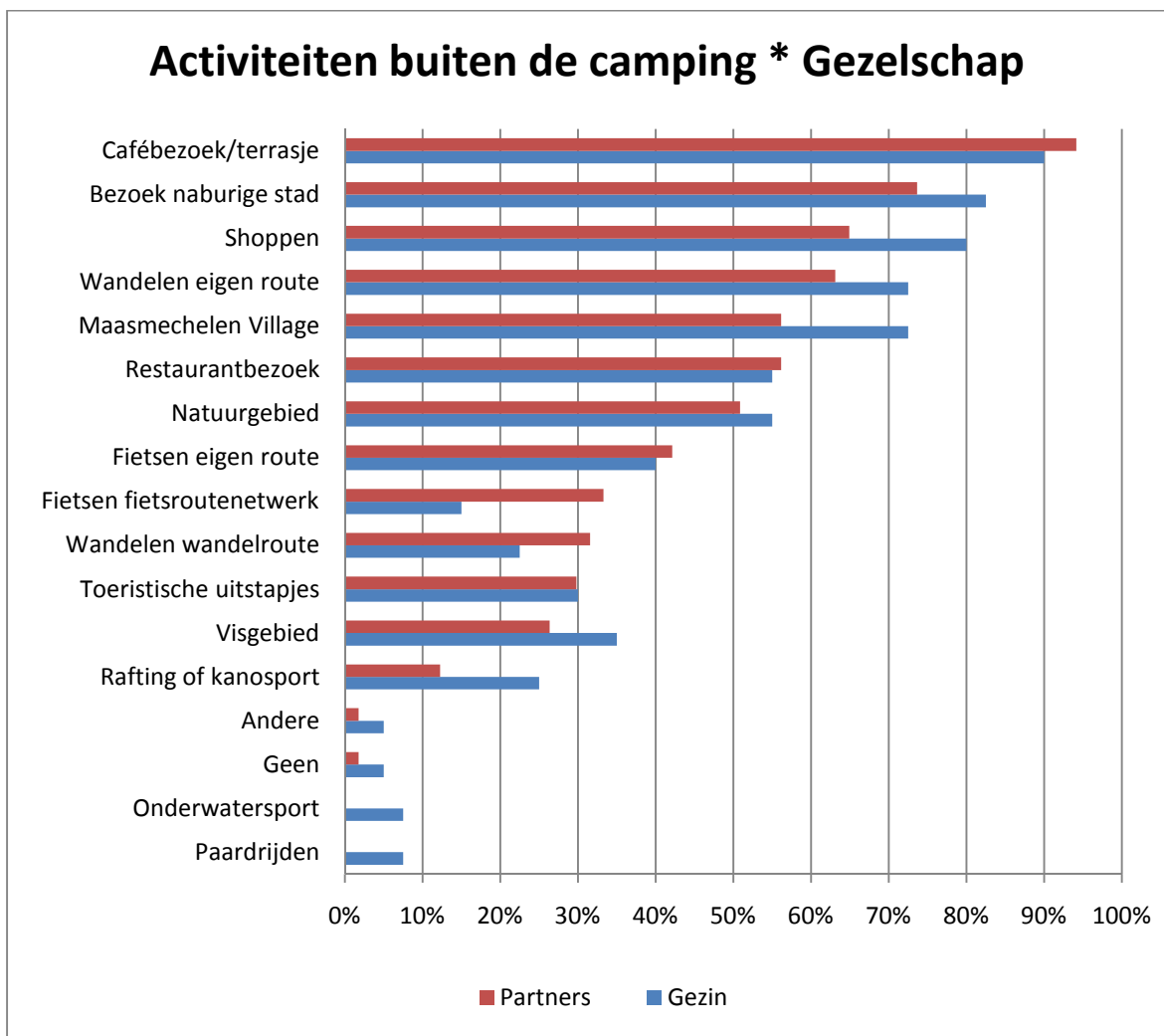
		Aantal activiteiten op de camping partners	Aantal activiteiten op de camping gezinnen
N	Geldig	57	42
	Ontbrekend	62	77
Gemiddelde		2,70	3,88
Minimum		0	0
Maximum		6	11

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 99)

### De activiteiten buiten de camping

Het is niet zo dat gezinnen minder activiteiten dan koppels ondernemen buiten de camping omdat ze meer activiteiten op de camping doen. De verschillen tussen koppels en gezinnen m.b.t. activiteiten buiten de camping zijn namelijk niet zo heel groot. Het cafébezoek of terrasje is erg populair bij zowel koppels als gezinnen. Opvallend is ook het grote aantal bezoeken aan nabij gelegen steden en gemeenten. **Tabel 4. 20** toont zelfs aan dat gezinnen gemiddeld 6,95 activiteiten buiten de camping ondernemen ten opzichte van de 6,38 activiteiten ondernomen door koppels. Ook in deze tabel vertegenwoordigen de ontbrekende waarden de andere soorten gezelschappen uit de enquête en 8 ontbrekende waarden.

**Figuur 4. 36: Vergelijking van de ondernomen activiteiten buiten de Maaslandse camping tussen koppels en gezinnen die op een vaste standplaats verblijven**



Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 96)

Tabel 4. 20: Aantal ondernomen activiteiten buiten de Maaslandse camping door koppels en gezinnen

	Aantal activiteiten buiten de camping partners	Aantal activiteiten buiten de camping gezinnen
N Geldig	56	40
Ontbrekend	63	79
Gemiddeld	6,38	6,95
Minimum	0	0
Maximum	18	20

Bron: Verwerkte gegevens eigen enquête (N = 96)



## Hoofdstuk 5: Besluit en aanbevelingen

### 5.1 Besluit

Het besluit geeft een antwoord op de onderzoeksvragen van dit onderzoek met behulp van de gevonden resultaten.

#### *Zorgt de langverblijver voor een economische en/of toeristische meerwaarde en wat houdt deze meerwaarde in?*

Tijdens het kwalitatief onderzoek werd de economische meerwaarde van de langverblijver duidelijk. Voor de campinguitbaters is de langverblijver van groot belang voor het garanderen van de inkomsten buiten het hoogseizoen. Dit wordt door alle geïnterviewde campinguitbaters bevestigd. De economische meerwaarde is zelfs zo groot dat het niet rendabel zou zijn de camping open te houden indien de langverblijvers zouden wegblijven. Het aandeel vaste plaatsen aanwezig op de campings is ook veel groter dan men initieel zou verwachten. Bijna 78% van de plaatsen op de Maaslandse campings zijn vaste jaarplaatsen.

De toeristische meerwaarde van de langverblijvers wordt bepaald door de activiteiten die men onderneemt buiten het domein van de camping. Gemiddeld onderneemt men 6,57 verschillende activiteiten buiten de camping tijdens het verblijf in het Maasland. Dit is ongeveer gelijk aan het gemiddeld aantal activiteiten ondernomen door een kortverblijver. Lode Nulmans vermeldde reeds in zijn interview dat de langverblijver dezelfde activiteiten onderneemt als een kortverblijver met het verschil dat deze activiteiten gespreid worden over een langere tijdspanne. Aangezien de langverblijver voor een langere periode in het Maasland verblijft doet men deze activiteiten wellicht vaker dan kortverblijvers. Hoe vaak men deze activiteiten doet werd echter niet bevraagd in de enquête. De populaire activiteiten bestaan uit een café- of restaurantbezoek, een bezoek aan een naburige stad of gemeente, shoppen, wandelen volgens eigen route, en een bezoek aan Maasmechelen Village. Dezelfde activiteiten worden ook ondernomen door de Limburgse toeristen volgens het onderzoek van Toerisme Limburg. Het verschil is echter dat een groter aandeel van de Limburgse toeristen de vermelde activiteiten onderneemt in vergelijking met de langverblijvers in het Maasland. De reden

hiervoor is wellicht het feit dat toeristen in Limburg verblijven omdat ze de regio-specifieke activiteiten willen doen en langverblijvers er de beschikbare activiteiten doen omdat ze in het Maasland verblijven.

De tijd die men spendeert aan elke activiteit buiten de camping werd onderzocht in de analyse van Prof. Dr. De Grootte. Wanneer men gaat wandelen, fietsen of winkelen brengt men hiervoor gemiddeld 1 tot 3 uur buiten de camping door. Voor een restaurant- of cafébezoek en watersport begeeft men zich voor langere tijd buiten de camping. Deze resultaten zijn niet verwonderlijk aangezien de aard van de activiteiten. 78% van de gasten spendeert maximum 3 uur aan een activiteit buiten de camping. Men moet natuurlijk nog steeds rekening houden met de regelmatigheid waarmee men 3 uur buiten de camping vertoeft aangezien deze resultaten de duur per activiteit weergeven. Ongeveer de helft (53%) van de gasten op de campings duidt aan regelmatig de camping te verlaten.

Het onderzoek in opdracht van Toerisme Limburg geeft aan dat de campinggast veel meer uitgeeft tijdens zijn verblijf in het Maasland, nl. € 11,35 per persoon per dag, t.o.v. € 5,99 per persoon per dag voor de langverblijver. Het verschil is te wijten aan het feit een kort verblijf per dag duurder is dan een lang verblijf.

De toeristische meerwaarde van de langverblijver op een Maaslandse camping bedraagt € 3.702 per gezelschap per jaar. Deze resultaten werden voor de eerste maal berekend in dit onderzoek. De doelgroep waarop Toerisme Limburg zich richt bestaat voornamelijk uit kortverblijvers, m.a.w. gasten die op de camping verblijven voor minder dan 30 dagen. Toch werd vanuit Toerisme Limburg gevraagd naar deze resultaten om een volledig beeld te krijgen van de bestedingen van de korte en lange verblijvers op de Maaslandse campings. De interpretatie van deze resultaten is dus erg moeilijk aangezien deze resultaten nooit eerder berekend werden. Toerisme Limburg zal dus in alle voorzichtigheid met de campinguitbaters moeten overleggen of deze meerwaarde groot genoeg is voor toekomstige investeringen.

De aankopen buiten de camping bestaan voornamelijk uit levensmiddelen en kleding. Levensmiddelen worden zelfs door 94,12% van de gasten buiten de camping aangekocht. Dit wil echter niet zeggen dat men geen levensmiddelen aankoopt in de campingwinkel. Wanneer

er een campingwinkel aanwezig is maakt men ook hier gebruik van voor het aankopen van levensmiddelen.

De langverblijver op de Maaslandse camping is niet op de hoogte van het beschikbare aanbod streekproducten. Nochtans bestaan er initiatieven, georganiseerd door of met de medewerking van Toerisme Limburg om de toeristische producten met een culinaire invalshoek te promoten. Voorbeelden hiervan zijn Vlaanderen Lekker Land en Puur Limburg.

### *Wie zijn de 'langverblijvers' op de campings in het Maasland?*

Het kwantitatief onderzoek schetst het profiel van de langverblijver op de campings in het Maasland. De langverblijver is gemiddeld 53 jaar, heeft geen thuiswonende kinderen en is afkomstig uit de nabije omgeving van de camping. Deze gegevens worden bevestigd door het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte m.b.t. het toerisme in het Maasland uit 1998. Het cliënteel van de campings bestaat voornamelijk uit arbeiders, gepensioneerden, huisvrouwen of huismannen, arbeidsongeschikten en zelfstandigen. De grote meerderheid van hen is eigenaar van een stacaravan en verblijft meerdere opeenvolgende jaren in het Maasland. Men verblijft er over het algemeen in het gezelschap van partner of gezin, voor een gemiddelde duur van 5 maanden. 30% van de gasten is vaste bewoner op de camping en verblijft er dus 12 maanden van het jaar. Over het algemeen kunnen we besluiten dat koppels eerder de lange verblijven of vaste bewoning zullen verkiezen ten opzichte van gezinnen.

Bij het uitwerken van het te volgen beleid door Toerisme Limburg moet men rekening houden met de eigenschappen van de langverblijvers op de Maaslandse camping. Het is immers cruciaal dat het profiel van de belanghebbenden gekend is.

### *Waarom verblijft men voor langere tijd op een camping?*

De belangrijkste redenen om voor langere tijd op een Maaslandse camping te verblijven zijn het sociale contact en de rust. De gasten verblijven niet enkel op de camping tijdens de vakantieperiodes of slechts in het weekend, maar voor een gemiddelde duur van 5 maanden per jaar.

De oorzaak hiervan kan men vinden in het grote aantal gepensioneerden, arbeidsongeschikten en huisvrouwen/huismannen.



Het opvallend groot aandeel vaste bewoners, nl. bijna 30% van de gasten, zal later door Toerisme Limburg geverifieerd worden bij de campinguitbaters om zeker te kunnen stellen dat deze gegevens de werkelijke situatie weerspiegelen.

### ***Waarom kiest men voor een verblijf in het Maasland ten opzichte van andere streken?***

De grootste troef van het Maasland is het groene karakter van de streek. De herkomst van de gasten toont aan dat ook de nabijheid van de streek erg belangrijk is. Over het algemeen is de Maaslandse campinggast best tevreden over het toeristisch aanbod. De fiets- en wandelroutes scoren erg goed bij de gasten. De aanwezigheid van de Maas speelt een minder grote rol bij de keuze voor het Maasland en er wordt weinig aandacht besteed aan musea en historisch erfgoed. Men hecht wel veel waarde aan goede ervaringen in het verleden en aanbevelingen van vrienden.

Toerisme Limburg is op de hoogte van het belang van het groene karakter van het Maasland. Het Nationaal Park Hoge Kempen wordt reeds heel sterk ondersteund door het huidig beleid. Ook het feit dat Limburg de groenste provincie van Vlaanderen is, en het gedifferentieerd landschap van de regio wordt reeds sterk benadrukt door het beleid en men zal dit ook in de toekomst verderzetten. De aanwezigheid van de Maas is volgens Toerisme Limburg voornamelijk een voordeel voor oudere gezinnen en koppels, alhoewel dit niet werd aangetoond in de resultaatverwerking van dit onderzoek.

Met deze antwoorden op de centrale onderzoeksvraag en alle deelvragen heeft dit onderzoek zijn doel bereikt. Toerisme Limburg zal de resultaten van dit onderzoek en de te ondernemen acties met de campinguitbaters en de regiocoördinatoren bespreken.

## **5.2 Aanbevelingen**

### **5.2.1 Aanbevelingen voor Toerisme Limburg**

Toerisme Limburg heeft het meeste baat bij de resultaten van dit onderzoek. Deze bieden immers een nuttig hulpmiddel bij het maken van beleidsbeslissingen omtrent de Maaslandse campinggasten. Hieronder volgen enkele aanbevelingen voor Toerisme Limburg.

De resultaten uit eerder onderzoek m.b.t. de toeristische meerwaarde van de toeristen in Limburg zouden vermenigvuldigd moeten worden met de gemiddelde verblijfsduur en het gemiddeld gezelschap. Op deze manier kunnen de resultaten van deze studie en de resultaten van Toerisme Limburg met elkaar vergeleken worden op jaarbasis.

Vermits Toerisme Limburg het aandeel Duitstalige gasten op de Maaslandse campings onderschatte, kan het erg nuttig zijn de “Analyse van het Toerisme in het Maasland” door Prof. Dr. De Grootte te raadplegen. Hier kan men het aandeel Duitstalige gasten in terugvinden. Ook de andere resultaten uit de studie kunnen erg nuttig zijn. Men kan er namelijk een volledige analyse van de Maaslandse campingsector in terugvinden.

De markt voor tweede verblijven op de campings in het Maasland situeert zich voornamelijk in Belgisch en Nederlands Limburg, omdat de gasten geen lange afstanden willen afleggen om het tweede verblijf te bereiken. Men zou zich als toeristische dienst voornamelijk tot Belgisch en Nederlands Limburg moeten richten voor de Nederlandstalige gasten. Over de Duitstalige gasten kan hier geen uitspraak gedaan worden, aangezien deze gasten niet tot de steekproef van deze studie behoren.

De beschikbare informatie op de campings in het Maasland is voldoende volgens de respondenten van de enquête. De informatiekanalen zijn echter niet altijd optimaal. De gasten op de campings maken weinig gebruik van de informatie die voor iedereen beschikbaar is aan de receptie of op de informatieborden. Informatie die persoonlijk aan de gasten is gericht, zoals folders en brochures afgeleverd aan de staanplaatsen, is gewenst. Deze manier van communicatie zou een veel groter publiek bereiken. De campinguitbaters en het personeel op de camping blijken ook een efficiënt informatiekanaal. Het is aan te raden om van dit kanaal gebruik te maken, door het uitgebreid inlichten van het personeel op de camping over de activiteiten in de omgeving.

Na dit onderzoek zal Toerisme Limburg met de campinguitbaters bespreken hoe zij de informatie efficiënter tot bij de gasten kan krijgen. Volgens Toerisme Limburg krijgen de gasten van een aantal campings reeds een infomap met verschillende folders mee bij aankomst op de camping.

Ook het bestaande kennislabo van Toerisme Limburg kan hiervoor een oplossing bieden. Het kennislabo stelt een overzichtspagina voor elke campinguitbater ter beschikking. Toerisme Limburg stelt voor om hier gebruik van te maken om een forum open te stellen voor de uitbaters om de interactie tussen de campinguitbaters te bevorderen. Op deze manier kan men ook leren uit de ervaringen van collega's.

Duitstalige gasten in het bijzonder waren tijdens het onderzoek van Prof. Dr. De Grootte in 1998 niet tevreden over de beschikbare toeristische informatie. Dit kan betekenen dat er toen te weinig Duitstalige toeristische informatie voorhanden was. Toerisme Limburg kan nagaan of dit probleem ondertussen behandeld is. Wanneer dit niet het geval zou zijn, moet men hier zeker extra aandacht aan besteden aangezien de Duitstalige gasten toch 40% van de campinggasten in het Maasland uitmaken.

De Maaslandse streekproducten zijn onvoldoende gekend onder de gasten van de campings. Er zou meer informatie ter beschikking gesteld kunnen worden over het beschikbare aanbod streekproducten, alsook over de verdeelpunten ervan. Men zou ook in samenspraak met de campinguitbaters deze producten kunnen promoten en verdelen in de campingwinkels. Toerisme Limburg ziet de mogelijkheid om via de bestaande initiatieven, omtrent de streekproducten van de regio, samen te werken met de campinguitbaters en de toegankelijkheid van deze producten te vergemakkelijken. Hiervoor is uiteraard eerst overleg met de campinguitbaters nodig.

Toerisme Limburg heeft reeds op regelmatige basis contact met de Maaslandse gemeenten over de kortverblijvers op de campings. Ook voor het beleid omtrent de langverblijvers op de Maaslandse campings is overleg nodig met de betreffende gemeenten en de campinguitbaters. De resultaten van dit onderzoek zullen eveneens onderling besproken moeten worden door de verschillende regiocoördinatoren van Toerisme Limburg.

### **5.2.2 Aanbevelingen voor de campinguitbaters**

De campinguitbaters van de Maaslandse campings kunnen ook hun voordeel halen uit dit onderzoek. Vaak zijn de gevonden resultaten erg handig om een inzicht te krijgen in de

voorkeuren van de gasten. Wanneer de campingsuitbaters een beeld krijgen van wat de gasten belangrijk vinden, kunnen ze eventueel aanpassingen doen op de campings om aan de wensen van de gasten te voldoen.

Het plaatsgebrek in de feestzalen en cafetaria's op de campings, o.w.v. de dubbele functie van deze faciliteiten, wordt door de gasten soms als storend ervaren. Een mededeling over wanneer deze faciliteiten gebruikt zullen worden door niet-camping gasten, kan hiervoor een oplossing bieden.

De resultaten tonen aan dat de meerderheid van de gasten een campingwinkel erg belangrijk vinden. De gasten doen een groot deel van de dagelijkse aankopen in de campingwinkel, wanneer deze aanwezig is. Het openen van een winkel op de camping kan zeker een extra bron van inkomsten betekenen voor de campingsuitbaters.

Vele campinggasten zouden graag meer activiteiten en animatie op de camping zien tijdens de schoolvakanties. Door de grote mate van belang dat men hieraan hecht, zou het voor de campingsuitbaters mogelijk zijn hiervoor een kleine bijdrage van de gasten te vragen. Hier is zeker ook potentieel voor extra inkomsten.

### **5.2.3 Aanbevelingen voor toekomstig onderzoek**

De toeristische meerwaarde van de langverblijver op de Maaslandse camping wordt in dit onderzoek uitgedrukt per gezelschap per jaar. Maar hoeveel gezelschappen verblijven er per jaar op de campings in het Maasland? Indien verder onderzoek i.v.m. de bezettingsgraad tijdens de verschillende seizoenen en hoe vaak men per jaar terugkeert naar de camping een antwoord op deze vraag kan geven, krijgt men de totale toeristische meerwaarde van het geheel van langverblijvers op de campings in het Maasland.

Bijkomend onderzoek met betrekking tot de Duitstalige gasten is aan te raden. Uit de weinige Duitstalige enquêtes die werden afgenomen, zou men kunnen afleiden dat de resultaten gelijkaardig zullen zijn aan deze van de Nederlandstalige gasten. Dit kan echter niet empirisch aangetoond worden.

De resultaten tonen aan dat bezoeken aan nabij gelegen gemeenten erg populair zijn onder de gasten van de campings. In dit onderzoek werd echter niet verder op deze vraag ingegaan. Toekomstig onderzoek zou zich kunnen richten op het verder uitdiepen van deze vraag. Men kan vragen welke gemeenten men specifiek bezoekt. Bedoelen de gasten van de campings hier Belgische gemeenten of bezoekt men de dorpjes over de Nederlandse grens? Dit kan namelijk een verschil betekenen voor de toeristische meerwaarde van de langverblijvers op de Maaslandse campings.

In deze studie werd ook niet verder ingegaan op de toeristische uitstapjes die men als langverblijver doet. Welke zijn de populaire toeristische plekjes? Verder onderzoek kan de gasten op de campings hierover verder bevragen.

Het gemiddeld aantal ondernomen activiteiten buiten de camping door een langverblijver komt ongeveer overeen met het gemiddeld aantal ondernomen activiteiten buiten de camping door een kortverblijver. Het gaat hier om het aantal verschillende activiteiten maar de frequentie van deze activiteiten werd hier niet onderzocht. De enquêteresultaten tonen aan dat ongeveer de helft van de gasten regelmatig de camping verlaat. Verder onderzoek kan zich richten op hoe vaak men deze verschillende activiteiten onderneemt.

Door het gebruik van een andere versie van het tekstverwerkingsprogramma door de drukker werd de opsplitsing van de vraag m.b.t. de geraadpleegde informatiebronnen onduidelijk. Hierdoor moest in de resultaatverwerking de opsplitsing samengevoegd worden. Verder onderzoek zou deze onderverdeling wel kunnen maken.

## Lijst van geraadpleegde werken

BESLUIT VAN DE VLAAMSE REGERING TOT REGLEMENTERING VAN HET SOCIALE HUURSTELSEL TER UITVOERING VAN TITEL VII VAN DE VLAAMSE WOONCODE van 12 oktober 2007, Belgisch Staatsblad, 7 december 2007, s.p.. Opgevraagd op 21 februari 2011, te raadplegen op <URL: <http://www.ejustice.just.fgov.be/wet/wet.htm>

BODAAR, A., BUTTER, S., KEERS, G., 2003, *Onthaastingshutje voor compact wonen*, RIGO Research en Advies BV, Amsterdam, 8 p.  
Opgevraagd op zaterdag 26 februari 2011, te raadplegen op <URL: [http://www.rigo.nl/site/nl-NL/Onzepublicaties/Publicatie/\\_p/itemID/1385/Onthaastingshutje-voor-compact-wonen.aspx](http://www.rigo.nl/site/nl-NL/Onzepublicaties/Publicatie/_p/itemID/1385/Onthaastingshutje-voor-compact-wonen.aspx)

DE GROOTE, P., 1998/1, *Analyse van het Toerisme in het Maasland*, LUC, Diepenbeek, 106 p.

DE WILDE, P., 2010a, *Het Vlaamse logiesdecreet: categorie OPENLUCHTRECREATIEVE TERREINEN*, Toerisme Vlaanderen, Brussel, 104 p.

DE WILDE, P., 2010b, *Het Vlaamse logiesdecreet*, Brochure, Toerisme Vlaanderen, Brussel, 8p.

DECREET van 3 maart 1993 betreffende de terreinen voor openluchtrecreatieve verblijven, Belgisch Staatsblad, 28 april 1993, s.p.. Opgevraagd op dinsdag 3 augustus 2010, te raadplegen op <URL: <http://www.ejustice.just.fgov.be/wet/wet.htm>

DECREET van 10 juli 2008 betreffende het toeristische logies (1), Belgisch Staatsblad, 26 augustus 2008, s.p.. Opgevraagd op 21 februari 2011, te raadplegen op <URL: <http://www.ejustice.just.fgov.be/wet/wet.htm>

GORISSEN, E., (campinguitbater), 2010, Tweede verblijven in het Maasland. Door Bijmens, J., 01-12-2010, Maasmechelen.

Hete julimaand houdt dagjestoeristen thuis, *Het Belang Van Limburg*, 3 augustus 2010, s.p..

Opgevraagd op 28 oktober 2010, te raadplegen op <URL:

<http://www.hbvl.be/limburg/hete-julimaand-houdt-dagjestoeristen-thuis-2.aspx>

M.A.S., 2008, *Impact van het verblijfstoerisme op de Limburgse detailhandel 2007-2008*, Toerisme Limburg, Hasselt, s.p..

NEDERLANDS RESEARCH INSTITUUT VOOR TOERISME EN REKREATIE, 2010, *De markt voor tweede woningen*, Gepubliceerd onderzoek, NRIT, Breda, 83 p.

NULMANS, L., (campinguitbater), 2010, Tweede verblijven in het Maasland. Door Bijmens, J., 11-10-2010, Opglabbeek.

Permanente bewoning in recreatiegebied, *Peeters en Pichal*, Radio één, woensdag 9 maart 2011.

RAAD VOOR HET LANDELIJK GEBIED, 2000, *Wonen in het landelijk gebied*. Gepubliceerd advies, RLG, Den Haag, 49p. Opgevraagd op zaterdag 26 februari 2011, te raadplegen op <URL:  
<http://www.rli.nl/publicaties/2000/advies/wonen-in-het-landelijk-gebied>

SHELLINGERHOUT, W., 2010, *Verordening op de heffing en de invordering van toeristenbelasting 2011*, bis 10/553, Rhenen, 4p. Opgevraagd op zaterdag 12 maart 2011, te raadplegen op <URL:

<http://www.rhenen.nl/Docs/Belastingen%20en%20WOZ/2011%20toeristenbelasting.pdf>

SCHREUDER-ROIJMANS, M., BUTH-VAN DER SLIK, E., 2010, *Toeristische Trendrapportage Limburg 2009/'10*, Gepubliceerd rapport, ZKA Consultants & planners, Limburg, 76 p.

SLEYPEN, S., (deputé Toerisme Limburg), 2011, Tweede verblijven in het Maasland. Door Bijmens, J., 06-01-2011, Hasselt.

TOERISME LIMBURG VZW, 2009, *Tevredenheidsmeting 2009*, Niet-gepubliceerde tekst, Toerisme Limburg vzw, Hasselt, s.p..

TOERISME VLAANDEREN, 2006, *Officieuze gecoördineerde tekst van het decreet van 3 maart 1993*, Niet-gepubliceerde tekst, Toerisme Vlaanderen, Brussel, 92p.

Opgevraagd op dinsdag 2 november 2010, te raadplegen op <URL:

[http://www.toerismevlaanderen.be/doc/UPL\\_2006082314495218132.pdf](http://www.toerismevlaanderen.be/doc/UPL_2006082314495218132.pdf)

WES, 2008, *Tweede verblijven aan de Kust: onderzoek naar het profiel, de effecten en een toolkit voor beleid*, Gepubliceerd onderzoek, WES, Brugge, 197 p.

WESTTOER, 2009, *Gebruik van vaste standplaatsen op kustcampings 2008*, Niet-gepubliceerd onderzoek, RECREAD, 23p. Opgevraagd op donderdag 21 oktober 2010, te raadplegen op <URL:

<http://www.toerismevlaanderen.be/showpage.asp?iPageID=831&iLevel=2#standplaatsen>

WETSVOORSTEL TOT WIJZIGING VAN DE WET van 13 juli 1987, *Belgisch Staatsblad*, 2 juli 1998, s.p..

Opgevraagd op 21 februari 2011, te raadplegen op <URL:

<http://www.senate.be/www/?MIval=/publications/viewPubDoc&TID=16783421&LANG=nl>





## **Lijst van bijlagen**

Bijlage I: Interview met Dhr. Lode Nulmans

Bijlage II: Interview met Dhr. Erik Gorissen

Bijlage III: Interview met Dhr. Sylvain Sleypen

Bijlage IV: Adressenlijst van de campings in het Maasland

Bijlage V: Enquête

Bijlage VI: Het aantal vaste plaatsen en de herkomst van de gasten op de campings in het Maasland

## **Lijst van interviews**

Interviews afgenomen door Joke Bijmens:

Lode Nulmans, campinguitbater, geïnterviewd op 11-10-2010 te Opglabbeek.

Erik Gorissen, campinguitbater, geïnterviewd op 01-12-2010 te Maasmechelen.

Sylvain Sleypen, deputé Toerisme Limburg, geïnterviewd op 06-01-2011 te Hasselt.



## **Bijlage I: Interview met Dhr. Lode Nulmans**

Interview afgenomen door Joke Bijmens:

Lode Nulmans, campingsuitbater, geïnterviewd op 11-10-2010 te Opglabbeek.

Dhr. Lode Nulmans is op dit moment eigenaar van drie Limburgse campings: Wilhelm Tell, Zavelbos en De binnenvaart, waarvan camping Zavelbos in het Maasland ligt. Hij is opgegroeid in de toeristische sector. Als ondervoorzitter van de Raad van Bestuur van Toerisme Limburg, lid van RECREAD en de Algemene Vergadering van UNIZO, en voorzitter van de federatie Toerisme Limburg, is hij de aangewezen persoon om een beeld te scheppen van de huidige situatie.

Op dit moment heerst er discussie, omdat de langverblijvers niet gezien worden als toeristen. De toeristische sector neemt hieromtrent een tegenovergesteld standpunt in. Voor een bedrijf zijn deze gasten immers erg belangrijk omdat zij zorgen voor een vast inkomen. De korte verblijven zijn heel erg weersafhankelijk. Bij jaarplaatsen is dit anders. Deze gasten sluiten een jaarovereenkomst en betalen op voorhand voor het hele jaar, of het nu regent of niet. Voor de campings zijn die economisch noodzakelijk. "Alleen overleven op recreatieverblijven kunnen we niet." beweert Dhr. Nulmans.

Een ander probleem situeert zich rond de locatie. Dhr. Nulmans vergelijkt de Maaslandse campings met de Belgische Kust. Een stuk grond aan de kust brengt vanzelf inkomsten met zich mee vanwege de locatie. In Limburg daarentegen, moet men naast de mooie natuur en de fietspaden zorgen voor extra activiteiten. De sector zelf moet hiervoor extra investeren in allerlei voorzieningen om hetzelfde aantal toeristen aan te trekken. Dit zorgt ervoor dat de toeristische sector in Limburg een lager rendement heeft dan aan de Belgische Kust. Een eventueel alternatief om dit probleem op te lossen zou in de prijszetting kunnen liggen. Indien men in Limburg een lagere prijs zou vragen zou dit tot meer gasten kunnen leiden. Uit dit alles kunnen we concluderen dat een ondernemer in de toeristische sector in Limburg het financieel veel moeilijker heeft dan diezelfde ondernemer aan de Belgische Kust.

Dhr. Lode Nulmans wees me op het belang van de langverblijver voor het overleven van de camping. De langverblijvers zorgen immers voor een vast inkomen en dus zekerheid voor de campingsuitbater. Hij noemt de langverblijver *“heel belangrijk”* en zelfs *“noodzakelijk”*.

Naar een erg ruwe schatting zouden de langverblijvers twee derde van de omzet betekenen. Als deze zouden wegvallen is het volgens hem economisch niet verantwoord om nog een camping uit te baten. Deze schatting zou later ook bevestigd worden in mijn interview met Dhr. Eric Gorissen, uitbater van camping *“De Kikmolen”*.

De langverblijver heeft volgens Dhr. Nulmans wel degelijk een toeristische meerwaarde. In de dalperioden zouden deze gasten wel gebruik maken van het fietsroutenetwerk. Als men een jaar lang op dezelfde camping verblijft, trekt men er net zoveel op uit om andere activiteiten te ondernemen aangezien men niet kan blijven teren op de voorzieningen van de camping zelf. Zij zorgen dus net zoveel als een gewone toerist voor de omzet van de hele buurt.

Wanneer er gevraagd wordt naar de toeristentaks, wordt meteen duidelijk dat dit een gevoelig punt is. Als sector voelt men zich zwaar gediscrimineerd t.o.v. andere sectoren. In Maaseik betaalt de campingsuitbater € 93 taks per staanplaats, bezet of onbezet. Dit vertegenwoordigt 10% van de omzet. 10% van de omzet is, zoals Dhr. Nulmans het verwoordt, *“schandalig veel”*. Hier vergelijkt hij zichzelf met een garagist: *“Wij vragen ons af waarom een garagist die een auto verkoopt met een waarde van € 10.000, dan ook geen € 1.000 aan taks moet betalen?”* Men vindt deze taks onrechtvaardig en absurd. In Opglabbeek en Houthalen, waar de andere campings van Dhr. Nulmans zich bevinden, moet men deze taks niet betalen.

Het stadsbestuur zou deze taks rechtvaardigen door het feit dat het niet de campingsuitbater is die de taks moet betalen, maar de toeristen. Dhr. Nulmans weerlegt dit argument omdat de toerist rekening houdt met de totale prijs van het product. Hij vraagt zich ook af wat men wil bereiken met een dergelijke taks. Men neemt de nodige zuurstof weg van de ondernemer om te investeren in kwaliteitsverbeteringen voor de toerist. Als alle ondernemers die taks zouden kunnen gebruiken in kwaliteitsverbeteringen voor hun eigen campings, waardoor men betere kwaliteit kan aanbieden voor eenzelfde prijs, kan er een concurrentievoordeel ontstaan ten opzichte van de rest van het toeristische aanbod. Dit zou ook de stad ten goede komen. Deze taks is volgens hem wel goed op korte termijn, maar de onderneming gaat op lange termijn achteruit en belandt in een vicieuze cirkel.

Camping Zavelbos betaalt per jaar € 6.324 taks, buiten vennootschapsbelasting en onroerende voorheffing. Dit is 28% taks op de winst van dat jaar (€ 22.000 winst).

In 2007 maakte Provincie Limburg bekend dat men een nieuwe toeristische taks wou invoeren. Deze taks zou hoger zijn dan het standgeld gevraagd door de campinguitbater. Hierop volgde reactie van de beroepsvereniging. Later voelde men zich gedwongen naar de pers te stappen en zelfs over te gaan tot betogingen aan het provinciehuis. Uiteindelijk werd de taks afgevoerd. De bedoeling van deze taks was om € 4.000.000 uit de sector te halen. Maar ondertussen heeft men de budgetten verhoogd vanuit het provinciebestuur. Toerisme Limburg heeft hierdoor nu toch de middelen, alleen niet door middel van een bijkomende taks.

De toeristische dienst van Maaseik biedt volgens Dhr. Nulmans geen meerwaarde voor de sector. Gasten op deze camping zouden er niet gekomen zijn dankzij Toerisme Maaseik. Initiatieven zoals het openen van een museum, worden wel geapprecieerd. Men vindt de taks echter overdreven indien deze enkel zou dienen voor initiatieven als deze.

De campinguitbaters investeren in de Maaslandse Campings voor de toekomst. In maart 2009 werd camping "De binnenvaart" overgenomen. Hiervoor zijn verschillende redenen. Als eerste is er de emotionele reden. Men wou het bedrijf graag terug in handen zien van een Limburgse uitbater, in plaats van overgenomen worden door een Duits bedrijf.

De overname vond ook plaats omwille van economische redenen. Aangezien men op camping "Zavelbos" en "Wilhelm Tell" klaar is met investeren, was dit het ideale project.

Nog een reden die Dhr. Nulmans aanhaalt, is de tewerkstelling. Op dit moment heeft men werknemers in dienst, die later ingezet kunnen worden op Wilhelm Tell als men kan beginnen met de uitbreiding. Op dit moment zou er echter geen werk meer zijn voor hen, en zouden ze ontslaan moeten worden. Nu is de situatie anders. Door de overname kunnen deze werknemers aan het werk gehouden worden op De binnenvaart.

Als laatste reden heeft men het over kostenefficiëntie. Indien de twee campings kunnen samenwerken kan men een betere onderhandelingspositie innemen bij het vastleggen van de voorwaarden met leveranciers, de gemeente, en dergelijke. Er bestaat eveneens de mogelijkheid om verscheidene producten complementair te maken, zoals bijvoorbeeld het zwembad of de visvijver, en voor De binnenvaart de plas.

Camping Zavelbos en Wilhelm Tell staan jaarlijks een klein deel van de omzet af aan Toerisme voor Allen. Deze instantie zorgt ervoor dat Vlaamse gezinnen met financiële problemen, door bijvoorbeeld een echtscheiding of een ziekte, toch op vakantie kunnen. Deze mensen hebben het vaak meer nodig dan anderen. Deze gezinnen kunnen op de camping een vakantie boeken. Aan hen wordt een korting gegeven van 40%. “Dit is uiteraard maar een klein deel van de omzet want anders gaan wij natuurlijk ook failliet.” verklaart Dhr. Nulmans.

In deze gevallen gaat het om korte vakanties. Gasten die een jaarplaats zouden willen huren omdat men het financieel moeilijk heeft, of een appartement te duur vinden, worden geweigerd als men hoort dat het de bedoeling is om te wonen op het domein. Het risico dat deze mensen in financiële problemen raken is te groot en het is niet de bedoeling dat de camping het karakter krijgt van een woonwagencampingspark of zelfs een sociale instelling. Als de gasten echter ergens anders een hoofdverblijfplaats zouden hebben en in de zomermaanden op de camping willen verblijven, kan dat wel. In dergelijke situaties gaat het om een tweede verblijf. Hier stelt zich een ander probleem. Men kan als campinguutbater niet nagaan of men ergens anders effectief een andere woning ter beschikking heeft. Men kan het wel vragen, maar niet echt controleren. Het enige wat men dan kan doen in dergelijke situaties is observeren of men ook af en toe naar huis gaat. Als dit niet het geval is, en men verblijft toch permanent op de camping, wordt de gast aangetekend in gebreke gesteld en verzocht om de camping binnen veertien dagen te verlaten. Permanent wonen op een camping mag immers niet. Als hij dit zou toestaan, kan de campinguutbater zijn vergunning verliezen. Dit risico wil hij uiteraard niet lopen.

In Engeland bestaan er wel campings die zich georiënteerd hebben op veredelde woonwagencampings. Hier kopen mensen die hun huis verkocht hebben een bungalow. In België bestaat dit niet. Men kan natuurlijk niet voorkomen dat er een enkele gast op de camping verblijft, die elders geen huis bezit op dat moment. Maar deze gasten zijn niet de doelgroep van de camping. In dat geval zou men de toeristische markt in het gedrang brengen. Bij een toename van vaste bewoners op de camping verliest men het vakantiegevoel voor de kortverblijvers. De campinguutbater moet erover waken dat dit niet gebeurt.

Dan komen we bij de vraag: “Wat is toeristisch en wat is niet toeristisch?” Tweede verblijven, waaronder dus jaarplaatsen op een camping, zijn volgens Dhr. Nulmans wel degelijk

toeristisch. De langverblijver op de camping zorgt voor zekerheid van inkomsten voor de uitbater, maar hij zorgt ook voor de plaatselijke middenstand, zoals de horeca in de buurt, de bakker, de slager, enz. De langverblijver zorgt ook voor inkomsten tijdens het laagseizoen. Een toerist in de zomer maakt gebruik van het fietsroutenetwerk als iedereen dit doet, maar een gast op een jaarplaats vult de toeristische markt in tijdens de minder drukke periodes. Deze gasten nemen deel aan dezelfde activiteiten als kortverblijvers. Het enige verschil is dat men deze activiteiten verspreid over een langere periode in plaats van te concentreren in één week. De langverblijver heeft volgens Dhr. Nulmans zeker een toeristische meerwaarde.

Het hoogseizoen is voornamelijk juli en augustus, maar ook met Pasen, Hemelvaart, Pinksteren, en tijdens de Nederlandse meivakantie komen er veel gasten naar de campings. Het aantal korte verblijven is sterk afhankelijk van de weersomstandigheden. Bij jaarplaatsen is dit niet het geval. Jaarplaatsen zijn bij slecht weer dus veel belangrijker voor de campinguitbaters. Dit is een aspect dat politiek niet onderschreven wordt vanuit het beleid volgens Dhr. Nulmans. Toerisme Limburg gaat ervan uit dat toeristen een week of 10 dagen op de camping verblijven. In ieder geval een verblijf van minder dan een maand. Hier opent zich de discussie. Als men een appartement heeft aan de Kust, waar men in het weekend verblijft, is men dan een toerist, ja of nee? Waar trekt men de grens? Hoe ver mag men daarin gaan? Volgens Dhr. Nulmans ben je op dat ogenblik een toerist, in tegenstelling tot de statistieken. Toch zijn de langverblijvers erg belangrijk, de bestedingen die men doet zijn alleen meer gespreid in de tijd en rekening houdend met de weersomstandigheden.

Tijdens de wintermaanden, december, januari en februari, komt er niemand kamperen. Dan zijn het enkel gasten met een jaarplaats. In het voor- en najaar zijn er wel nog kampeerders die komen fietsen. Dat zijn dan gewoonlijk wel meer gepensioneerden, koppels of gezinnen met kinderen die enkele dagen komen genieten van de natuur.

“De eeuwigdurende discussie met Toerisme Vlaanderen of de overheid, is te wijten aan het gebruik van een andere maatstaf.” zegt Lode Nulmans. Toerisme Vlaanderen telt het aantal overnachtingen. De campinguitbaters daarentegen tellen hoeveel winst men heeft gemaakt op het einde van het jaar. Hier wordt de vergelijking gemaakt met een website op het internet. Hier kan men erg goedkope vakanties boeken. Deze website zal veel meer overnachtingen



boeken in tegenstelling tot de camping van Dhr. Nulmans, maar deze onderneming zal waarschijnlijk een veel kleinere winstmarge hebben. En dat is nu net het belangrijkste vanuit het standpunt van een ondernemer.

De campinguitbater is niet echt betrokken bij de verkoop van een mobiel woongedeelte. Er zal echter wel een nieuwe overeenkomst gesloten moeten worden met de nieuwe eigenaars. Het wordt immers veel te vaak voor vanzelfsprekend genomen, dat een gekochte caravan mag blijven staan op dezelfde staanplaats. De campinguitbater had immers een overeenkomst met de vorige en niet met de nieuwe eigenaar. Want er is enkel een woongedeelte verkocht, en geen overeenkomst met de uitbater. Het zou immers kunnen dat deze nieuwe eigenaar de intentie heeft, permanent te wonen op de camping. Dit is zoals eerder vermeld niet toegestaan, en men kan de nieuwe eigenaar vragen zijn caravan te verwijderen van het domein. De campinguitbater moet er ook voor zorgen dat de kwaliteit van het recreatiedomein behouden blijft ten aanzien van de andere gasten. De verkoop van een woongedeelte op de camping is dus wel mogelijk, mits overleg met de campinguitbater. Dit is slechts een kleine vereiste aangezien er normaliter een commissie van 15% op de verkoop, door de campinguitbater gevraagd kan worden. Deze commissie wordt in Limburg niet gevraagd, in tegenstelling tot de Belgische Kust.

De grond van de staanplaats zelf, wordt op de campings van Dhr. Nulmans niet verkocht. Dit kan wel op andere domeinen, zoals bijvoorbeeld Vakantiepark Molenheide in Houthalen. Hier kan men een windmolen kopen en de grond in erfpacht hebben. Hiervoor zouden erg zware contracten nodig zijn in geval van verkoop en daar waagt men zich liever niet aan als camping. De gasten die verblijven op de campings zijn overwegend Nederlanders. Er verblijven ook sommige Vlamingen en enkele Duitsers. Gasten uit Wallonië komen bijna niet voor.

De financiële crisis heeft toch enkele gevolgen gehad voor de campings. Er worden minder jaarplaatsen geboekt, de prijzen staan onder druk en er zijn 30 tot 40 procent minder bezoekers in juli. Als laatste punt haalde Dhr. Nulmans aan dat de bezoekers minder geld overhouden en dus ook minder uitgeven ter plaatse aan dagrecreatie. Dit is voor hem natuurlijk een dubbel negatief effect, aangezien de camping voorzien is van een binnenzwembad. Het zwembad ziet dus ook een deel van zijn inkomsten wegsmelten door de crisis. Voor een prijsverhoging is het logischerwijs ook geen gepast moment. Daar komt nog bij

dat de campings volledig met privévermogen gefinancierd zijn en niet kunnen rekenen op subsidies. In vergelijking met vorige jaar komen er ongeveer 30% minder bezoekers bij dezelfde weersomstandigheden. Een ander negatief effect is dat de gasten ter plaatse minder uitgeven aan ijs, snoep en drank, eten en speelgoed. Deze bijkomende omzet van het zwembad waar men vroeger op kon rekenen is hierdoor eveneens gezakt tot 70% van de omzet in vorige jaren.

Het zwembad wordt niet enkel gebruikt door gasten op de camping. Er komen ook scholen zwemmen en andere bezoekers. Het is dus een heel gemengd bedrijf. Dit wil zeggen dat tijdelijke slechte resultaten in de toeristische markt gecompenseerd kunnen worden door de lokale markt.

Er zijn ook extra voorzieningen voor de gasten van de campings. Men heeft een samenwerkingsverband met DAL, dagtoerisme Limburg vzw. Met een DAL-pasje krijg je korting voor verscheidene uitstapjes. Alle gasten, ook de langverblijvers, kunnen deze pasjes gratis krijgen via de camping.

De langverblijver heeft dus wel degelijk een economische meerwaarde voor de campingsuitbater. Maar welke waarde heeft deze verblijver dan voor de gemeenten? Doordat deze langverblijver op de campings in het Maasland verblijft, kan de camping blijven bestaan. Zolang de camping kan blijven bestaan, komen er bezoekers uit andere gemeenten. Deze mensen doen uitgaven in diverse ondernemingen die de stad doen bloeien. Ook de gemeente zelf haalt er een economisch voordeel uit, bijvoorbeeld door middel van de parkeermeters. Als uit dit onderzoek echter blijkt dat de langverblijver bijna geen geld uitgeeft buiten het domein van de camping, heeft deze langverblijver een erg kleine waarde voor de gemeenten.



## **Bijlage II: Interview met Dhr. Erik Gorissen**

Interview afgenomen door Joke Bijmens:

Erik Gorissen, campinguitbater, geïnterviewd op 01-12-2010 te Maasmechelen.

Dhr. Gorissen, eigenaar van camping "De Kikmolen", is opgegroeid in Maasmechelen. Vroeger woonde hij op het domein van de camping. Nu is hij verhuisd naar een woning op ongeveer drie kilometer van het domein gelegen. Er woont wel nog één van de andere uitbaters op het domein, zodat er steeds iemand aanwezig is, waar de gasten bij terecht kunnen. Dhr. Gorissen heeft de camping, samen met zijn broers, 30 jaar geleden overgenomen van de familie.

Mr. Gorissen schat dat er ongeveer 85% van de gasten langverblijvers zijn en 15% toeristen. Indien men een standplaats niet meer wil huren of men wil de caravan doorverkopen, heeft men een opzegtermijn van twee maanden. Deze opzegtermijn geldt ook voor de uitbater. Men betaalt de standplaatsvergoeding voor een heel jaar. Het domein is jaarlijks geopend van 1 april t.e.m. 31 oktober. Tijdens de sluitingsperiode mogen de gasten wel op het domein komen voor onderhoud en dergelijke, maar er mag niemand overnachten. De standplaats kan dus elk jaar gebruikt worden gedurende zeven maanden. Het standgeld bestaat uit een vergoeding per persoon, een bijdrage per auto en een bijdrage voor alle diensten, zoals ophaling huisvuil, stroom en dergelijke.

Aangezien het aandeel langverblijvers door Mr. Gorissen geschat wordt op 85% van het totale cliënteel, kan men zeker stellen dat de overlevingskansen van de camping in het gedrang komen indien de langverblijvers zouden wegblijven. Dhr. Gorissen durft zelfs te zeggen dat men minimum 65% van het totale cliënteel als langverblijver moet hebben om te kunnen overleven als camping.

Het cliënteel bestaat voornamelijk uit Nederlanders, Duitsers, en enkele West-Vlamingen. Nederlanders komen hier rust en ruimte zoeken. Ze hebben thuis geen of slechts een kleine tuin, of wonen in een erg kleine flat met kinderen. Deze gezinnen komen dan naar de camping om op adem te komen. De laatste tijd komen er ook enkele plaatselijke mensen.

Tegenwoordig zien we een trendverschuiving van drie uur in de file staan naar de Belgische Kust, naar een vakantieoord dat dichterbij ligt en waar men niet lang voor onderweg hoeft te zijn. Op die manier kan men ook al sneller voor een weekendje komen. Dit zijn vooral managers die de rust opzoeken in het weekend en daarvoor niet eerst in de file willen staan, maar direct aan hun vakantie/weekend willen beginnen.

In de nabije toekomst zijn er geen grote investeringen gepland, uitgezonderd de vernieuwing van een sanitair gebouw. Wat wel eventueel nog kan veranderen zijn de standplaatsen. Men wil steeds groter kamperen, want er worden steeds vaker grotere standplaatsen verhuurt. Na een wetswijziging, mag men nu meer dan de helft van de staanplaats gebruiken voor het woongedeelte. De grootte van de staanplaatsen is gegroeid van 100 m<sup>2</sup> naar 120 m<sup>2</sup> tot 140 m<sup>2</sup>. Op het domein staan 14 chalets, 300-350 stacaravans en 150-200 toercaravans. Er wordt elk jaar ongeveer 10% doorverkocht.

Door de financiële crisis zou de bezettingsgraad met ongeveer 15% gedaald zijn. Nu, na de financiële crisis, zou de residentiële bezetting volgens Dhr. Gorissen terug aan het stijgen zijn. Deze trend werd ook opgemerkt door Dhr. Nulmans. Zo zal de bezetting zich de komende jaren naar verwachting weer terug volledig herstellen.

Mr. Gorissen legt uit dat de bezettingsgraad tijdens de seizoenen terug verschuift naar de trend van vroeger. Toen waren er pieken in de bezettingsgraad rond de feestdagen en in de vakanties. Daarna veranderde de bezettingsgraad en leek deze meer op een golfbeweging met slechts kleine verschillen tussen de vakantieperiodes en het laagseizoen. Mr. Gorissen verklaart dat men nu terug naar de vroegere trend beweegt met grotere verschillen tussen de pieken en dalen. Voor de campinguitbaters is het erg moeilijk om zich te voorzien van personeel dat meteen klaar staat tijdens de pieken en die men ook naar huis kan sturen tijdens het laagseizoen. Op deze camping is dit probleem niet zo groot aangezien de hele familie meewerkt in het bedrijf en men deze werkrachten dus kan verdelen over de plaatsen waar het nodig is. De collega's van Dhr. Gorissen hebben het echter moeilijker en zullen dezelfde personeelskosten hebben tijdens de dalperioden als in de piekperioden. Hierdoor maakt men dus sneller verlies op verschillende evenementen. De hoge personeelskosten allemaal door te

rekenen aan de gasten is volgens de heer Gorissen niet mogelijk, aangezien men dus niet genoeg aanwezig zou hebben op de evenementen wegens te hoge prijzen.

De camping heeft niet echt vaste contracten afgesloten met horeca of ontspanning in de buurt, maar bij slecht weer kan men de gasten wel altijd doorverwijzen naar een collega, die bijvoorbeeld een overdekt zwembad of een binnenspeeltuin heeft. Mr. Gorissen beschrijft de andere campinguitbaters in het Maasland als collega's en vertelt dat zijn concurrenten zich in het buitenland bevinden. Daarom moet men zich verenigen en samen het Maasland/Limburg promoten.

Toerisme Limburg zou hiervoor zorgen met de inkomsten van de gemeentebelasting, maar dit wordt volgens Dhr. Gorissen op een ineffectieve en inefficiënte manier gedaan. "Er zou meer samenspraak moeten zijn tussen Toerisme Limburg en de uitbaters want wij hebben namelijk de kennis van de praktijk." zegt hij. Omdat Toerisme Limburg niet over deze kennis beschikt, investeren zij vaak in niet-rendabele projecten. Hij vindt ook dat Toerisme Limburg eerst de initiële idee zou moeten voorleggen aan de uitbaters, alvorens een plan uit te werken dat niet werkt. Hierdoor kan vermeden worden dat er tijd verloren gaat aan het uitwerken van niet-rendabele projecten. Hij zegt ook dat men het plan heel vaak uitvoert, gewoon omdat het helemaal uitgewerkt is. Daarom is het volgens hem belangrijk om al in een vroeg stadium contact op te nemen met de uitbaters, die meer kennis hebben van de praktijk. Hij haalt hier het voorbeeld aan van de skipiste in Peer. Deze had volgens hem veel beter rond het domein van Kelchterhoef gelegen. Dit zou een voordeel betekenen voor beide ondernemers. Hij vraagt zich ook af waarom de gemeenten en Toerisme Limburg nog geen sportveld langs het domein "De Kikmolen" gebouwd hebben, maar wel in een gebied waar geen andere toeristische activiteiten mogelijk zijn. Dit is volgens hem iets dat de gemeenten hadden kunnen doen met de toeristenbelasting.

De verblijfsbelasting bedraagt op deze camping € 50 per plaats ten opzichte van € 250 per plaats in Lanaken. Ook deze uitbater, net zoals Lode Nulmans, voelt zich gediscrimineerd. Waarom zou hun sector extra belast moeten worden? En waarvoor dient het geld? Men heeft het gevoel dat men er niks voor terug krijgt.



## **Bijlage III: Interview met Dhr. Sylvain Sleypen**

Interview afgenomen door Joke Bijmens:

Sylvain Sleypen, deputé Toerisme Limburg, geïnterviewd op 06-01-2011 te Hasselt.

Dhr. Sleypen was op het moment van het interview gedeputeerde van Toerisme van de Provincie Limburg en voorzitter van Toerisme Limburg vzw. Tijdens het gesprek met Dhr. Sleypen, werd duidelijk waarom men dit onderzoek nodig vindt. Men is van mening dat de langverblijver geen significante economische of toeristische meerwaarde oplevert voor de gemeenten in kwestie. Men vraagt zich af of het nog rendabel is om te investeren in langverblijvers als deze niets opleveren voor de lokale economie. De langverblijver op de Maaslandse camping wordt gezien als iemand die budgetvriendelijk tot rust wil komen. Als men tijdens zijn verblijf enkel op de camping blijft en geen gebruik maakt van de ontspanningsmogelijkheden of activiteiten in de buurt, levert dit alleen een opbrengst op voor de campinguitbater. Men vraagt zich af of dit het geval is.

Verdere investeringen zouden nog kunnen plaatsvinden in de toekomst indien de camping zou samenwerken met de omgeving en indien de camping zou promoten wat de omgeving te bieden heeft. Op die manier zouden de gasten ook geld uitgeven buiten de camping. In dat geval kan Toerisme Limburg de voordelen zien van dergelijke investeringen. Als de link tussen de camping en de omgeving niet voldoende gelegd wordt, zijn de voordelen voor het toerisme en de nabijgelegen bedrijven erg klein en is het volgens Dhr. Sleypen niet zinvol om nog meer budgetten vrij te maken voor deze groep.

Dhr. Sleypen is van mening dat er iets moet gebeuren op de Maaslandse campings omtrent het aantrekken van toeristen. De troef die we al hebben in Limburg is het groene landschap. Limburg is dus een attractieve provincie om te kamperen en daardoor hebben we ook aardig wat campings. De Nederlandse markt is tenslotte een kampeermarkt. Omdat Nederland direct grenst aan het Maasland kunnen we hier ons voordeel uit halen. Toerisme Limburg wil daarom ook iets doen voor deze campings. In het verleden werden subsidies verleend voor de upgradering van de campings. Deze subsidies zijn nu afgeschaft.



Op een camping heeft men nood aan recreatie, iets om te doen. Dit zouden we kunnen doen door een link te leggen met het reeds bestaande aanbod aan recreatie in het Maasland. Maar volgens Dhr. Sleypen is dit tegen de wil van de campingsuitbaters. Deze zouden niet willen dat de gasten zich gaan ontspannen buiten het domein van de camping, omdat men dan geen extra inkomsten heeft van deze gasten. Dhr. Sleypen beweert dus dat de campingsuitbaters de regio in het algemeen wel willen promoten en zorgen voor een attractieve regio. Maar éénmaal de gasten daar zijn, wil men deze zoveel mogelijk op de camping houden om toch nog iets aan hen te verdienen. Toch zegt Dhr. Sleypen dat de campingsuitbaters zelf ook beginnen in te zien dat men de gasten best naar buiten de camping verwijst, omdat ze anders volgend jaar niet meer terugkomen.

Dit vormt echter een grote tegenstrijdigheid volgens Dhr. Sleypen. De campingsuitbaters willen zoveel mogelijk de link leggen met externe activiteiten en ontspanningsmogelijkheden om hun camping zo aantrekkelijk mogelijk te maken. Op deze manier kan men het bezoekersaantal opdrijven. Aan de andere kant, éénmaal de bezoeker geboekt heeft, wil de campingsuitbater niets liever dan hem op het domein van de camping houden. Hier haalt de ondernemer bovendien het meeste winst uit. Als de bezoeker op de camping blijft geeft hij zijn geld uit in de campingwinkel en de horecagelegenheden op de camping. Als de bezoeker echter gebruik zou maken van het aanbod buiten de camping, is er niet veel meer aan hem te verdienen, dan enkel de opbrengsten van zijn verblijf. Voor deze tegenstrijdigheid moet een compromis gevonden worden waar iedereen baat bij heeft.

In de toekomst zouden er wel initiatieven plaatsvinden vanuit Toerisme Limburg om de gasten zoveel mogelijk in contact te brengen met het bestaande aanbod buiten de campings. Toerisme Limburg wil de toeristen zoveel mogelijk in verband brengen met de reeds aanwezige toeristische punten. Er zijn bijvoorbeeld al fietsvertrekpunten aan enkele campings, wandelpaden die vertrekken vanuit de campings en paardenrustplaatsen op de campings. Men wil de campings meer en meer aansluiten op de toeristische punten, zodat de ligging van de camping ook een toeristische ligging kan zijn. Dhr. Sleypen verklaart: "We proberen daar rekening mee te houden bij de goede campings, niet waar de vaste verblijvers zijn want de langverblijvers hebben daar geen nood aan." Dhr. Sleypen beweert dat men als langverblijver geen fietsverhuur nodig heeft, aangezien zij hun fiets zelf kunnen meenemen naar de camping.

Dhr. Sleypen vergelijkt het probleem, dat zich op dit moment stelt met betrekking tot het beleid omtrent tweede verblijven, met een cafébaas. De situatie zou hetzelfde zijn indien een cafébaas van het beleid zou verlangen rekening te houden met het feit dat hij 35% in het zwart wil verkopen omdat hij anders niet kan overleven als onderneming. Hier kan het beleid uiteraard geen rekening mee houden aangezien het beleid zegt dat men niets in het zwart mag verkopen.

Bij het voorstel van de toeristenbelasting in 2007, ontdekte Dhr. Sleypen dat het heel moeilijk is om een inventarisatie op te maken van de campings. Een camping is verplicht aan te geven of men een erkenning heeft als camping of niet. Maar op dit moment bestaan er geen sancties indien men hier niet aan voldoet.

Daarna kwam men tot de vaststelling dat vele erkende campings enkel vaste staanplaatsen aanbieden. Op deze campings kon men geen enkele toerist terugvinden. Een toeristische plaats waar je als toerist voor een korte periode kan verblijven, bleek op heel veel campings niet aanwezig te zijn. Dhr. Sleypen noemt deze vaste staanplaatsen tweede verblijven maar benadrukt het verschil tussen een appartement aan de Belgische Kust en een stacaravan op een camping.

Dit brengt ons bij een nieuwe vraag: Wat zijn tweede verblijven in het Maasland?

Dhr. Sleypen noemt de boten op de jachthaven van MAREC (*Maaslandse Recreatiecentra*) als voorbeeld van tweede verblijven. Dit heeft volgens hem niets met toerisme te maken. Dhr. Sleypen vertelt: "Tweede verblijven zijn een vastgoedgegeven. En de eigenaars van een tweede verblijf op een camping betalen natuurlijk geen kadastraal inkomen." Dhr. Sleypen ziet de campings met staanplaatsen als een manier om het kadastraal inkomen te ontduiken door het gebruik van caravans in plaats van een huisje te bouwen.

Om als camping erkend te worden, moet men minstens 50% toeristische plaatsen aanbieden. Als dit niet het geval is, mag men geen erkenning krijgen als camping. Dit brengt ons bij ruimtelijke ordening. Als dit dan geen campings meer zijn, horen deze staanplaatsen met caravans tot de tweede verblijven en is het eigenlijk een woonzone. Maar het gaat hier niet over permanent verblijven, wel om tijdelijke verblijven, want men mag niet ingeschreven

worden in het bevolkingsregister van de betreffende gemeenten. En dit is volgens Dhr. Sleypen waar de discussie op dit moment om gaat.

Een camping zou 70% toeristische plaatsen moeten aanbieden en 30% tweede verblijven maar Dhr. Sleypen is van mening dat men 50% tweede verblijven mag hebben omdat het financieel ander niet haalbaar is. Dit op voorwaarde dat de andere 50% wordt ingevuld door toeristische plaatsen.

Men beweert dat deze tweede verblijven geen toeristische meerwaarde opleveren omdat men op de camping zelf kan koken, zich op de camping kan ontspannen, enz. Men kan alles van thuis meenemen en perfect de hele vakantie doorbrengen op het domein van de camping. Hij vraagt zich af wat dan de toeristische omzet is van deze langverblijvers. Na een aantal jaren op dezelfde camping verbleven te hebben zou men de buurt niet meer gaan ontdekken en voornamelijk op het domein van de camping blijven.

Hierdoor ontstond volgens hem de grote problematiek omtrent de toeristenbelasting. Toerisme Limburg ging uit van toeristische plaatsen die door deze belasting een halve euro per dag moesten betalen. Wanneer men echter 365 dagen op deze plaats verblijft zou dit betekenen dat de staanplaats met 180 euro zou moeten opslaan. Hierdoor ontstond discussie met de campinguitbaters.

De ideale situatie volgens Dhr. Sleypen is wanneer men in de zomer plaatsen op de camping verhuurt aan gasten die daar met hun caravan komen. Maar volgens hem zou men tegenwoordig zelfs een stukje grond kunnen kopen op de camping. Dit behoort niet meer tot het toerisme maar wel tot vastgoed. "Ik koop daar bijvoorbeeld een stukje grond en ik zet daar illegaal een bouwsel op, wat ik daar normaal niet mag opzetten en uiteindelijk verblijf ik daar toch het hele jaar. Ik mag eigenlijk niet ingeschreven worden in de betreffende gemeente maar ik zet mijn domicilie ergens anders waar ik doggeld krijg en ik kom daar 50 dagen naartoe met mijn partner. En ik ben niet alleen maar ik ben wel alleen voor de sociale zekerheid." verklaart Dhr. Sleypen. Hij noemt dit zelfs "bandieterij".

Men ontkent niet dat de langverblijvers een economische meerwaarde hebben voor de omgeving. Men zegt dat mensen met een appartement aan de Kust ook wel eens mosselen

zullen gaan eten en een terrasje doen. Maar dit zijn volgens Sylvain Sleypen echte tweede verblijven en niet te vergelijken met een caravan op een camping.

Dhr. Sleypen maakt een onderscheid tussen de verhuur van staanplaats en caravan, en de verhuur van enkel de staanplaats waar men dan een eigen caravan op mag zetten als tweede verblijf. In het eerste geval zou het om een toeristisch verblijf gaan. Indien de camping een aantal maanden per jaar gesloten zou zijn, gaat het om een toeristisch verblijf want dan zou men er enkel kunnen verblijven tijdens het toeristisch seizoen. Maar dan komen we bij een nieuw probleem. Men mag in de wintermaanden enkel op het domein komen voor herstellingswerken, maar men mag niet blijven slapen. Men kan echter heel moeilijk controleren of men de verwarming is komen repareren, of dat men Nieuwjaar gevierd heeft op de camping.

Dhr. Sleypen haalt de boten in MAREC aan als voorbeeld van de onduidelijkheid tussen tweede verblijven en korte verblijven. De boten liggen permanent in de haven maar men is niet het hele jaar door aanwezig op de boot. Dhr. Sleypen ziet de boten als de tweede verblijven van de Duitsers. De afstand tussen Düsseldorf en Kessenich is maar 50 minuten met de auto. Kessenich is een doodlopend punt waar geen grote vrachtschepen varen. Ideaal dus voor een plezierboot. "Dus als je je boot op nog geen uur van thuis voor een goede prijs kan laten liggen, dat is ongeveer hetzelfde als de caravans op die campings."

Volgens Dhr. Sleypen, ondervindt de plaatselijke bevolking wel een meerwaarde van deze boten. Deze mensen zouden vissen, verbouwen en wel cafés bezoeken, in tegenstelling tot de langverblijvers op de campings. Het verschil met de tweede verblijven op de campings in het Maasland is dat men geen 6 maanden per jaar op deze boot verblijft. Maar net zoals de caravans, worden de boten ook het hele jaar gestald op het water. De diversiteit onder de tweede verblijven maakt het dus relatief ingewikkeld.

Op de campings zien we ook een dubbele functie ontstaan. Een overdekt zwembad bijvoorbeeld, is niet rendabel als enkel de gasten van de camping hiervan gebruik maken. Dit werd ook gezegd in het interview met Dhr. Nulmans. Als men de feestzaal of het restaurant op de camping niet kan gebruiken voor trouw- en andere feesten, is deze niet rendabel. De campings zijn dus gericht op de lokale bevolking tijdens de winter en op toeristen in de zomer.

Men moet hier wel oppassen dat men geen verwarring krijgt tussen de toeristische en lokale doelstellingen. Toch besluit Dhr. Sleypen dat deze combinatie de situatie leerbaar maakt en ziet hier verder geen probleem in.

Ondanks de groene omgeving moet men zich toch afvragen of Limburg wel interessant is om te kamperen. Zijn wij een goede regio waar rendabel kamperen mogelijk is? Hebben wij voldoende zonnedagen om attractief te zijn om te kamperen? Een tweede vraag die we ons moeten stellen volgens Dhr. Sleypen is: "Hebben wij voldoende toeristische activiteiten? Kunnen we genoeg linken maken met die toeristische producten?" Indien het aanbod van toeristische producten voldoende groot is, zijn campings slechts de uitvalsbasis om een beleving te doen als toerist. Men moet als camping wel de verbinding maken met de buitenproducten die er zijn. De camping moet volgens Dhr. Sleypen genieten van alles wat Toerisme Limburg ontwikkelt in de omgeving. Camping "De Kikmolen" is bijvoorbeeld gevestigd aan het nationaal park. Deze camping zou dus ook het nationaal park moeten promoten. Is Limburg dan toch attractief om te kamperen? "Ja, ALS we voldoende sterke producten hebben waar de toeristen voor komen. Als er genoeg mensen zijn die niet voor de zon komen, kunnen we wel enkele campings hebben in Limburg." zegt Dhr. Sleypen.

Een volgende vraag die we ons moeten stellen is: Hebben we een onderscheidend product binnen de globale marktcontext? Als we positief kunnen antwoorden op deze vraag, moeten we dat product zo kwalitatief mogelijk maken. Maar dat betekent investeren, want op vakantie wil je minstens het comfort hebben van thuis, zeker als je niet voor de zon komt. Die investeringen moeten er komen naar sanitair toe en naar recreatie op het terrein. Maar dat kost geld en dat moet dan weer verrekend worden in de prijs van een kampeerplaats. En het probleem is dan dat die kampeerplaats duur wordt in vergelijking met een overnachting in een hotel in het buitenland, waar het weer wel altijd goed is. De camping ligt in het lage segment qua prijs dus men heeft niet veel marge om aan optimalisatie van comfort te doen. Dus de positie in de globale markt van toerisme is ook belangrijk.

## Bijlage IV: Adressenlijst van de campings in het Maasland

<p><b>Heerenlaak I-II</b>  <b>343 vaste plaatsen</b>  <b>Voornamelijk Duitstalig</b>  Heerenlaakweg 100  3680 Maaseik  tel. +32 89 56 68 42  fax. +32 89 56 75 05  <a href="http://www.marec.be">www.marec.be</a>  <a href="mailto:info@marec.be">info@marec.be</a></p>	<p><b>Jocomo</b>  <b>215 vaste plaatsen</b>  Maastrichterweg 1  3620 Lanaken  tel. +32 89 72 28 84  fax. +32 89 73 30 87  <a href="http://www.jocomo.be">www.jocomo.be</a>  <a href="mailto:info@jocomo.be">info@jocomo.be</a></p>	<p><b>De Kikmolen</b>  <b>764 vaste plaatsen</b>  Kikmolenstraat 3  3630 Maasmechelen  tel. +32 89 77 09 00  fax. +32 89 77 09 08  <a href="http://www.kikmolen.be">www.kikmolen.be</a>  <a href="mailto:info@kikmolen.be">info@kikmolen.be</a></p>
<p><b>'t Eiland</b>  <b>62 vaste plaatsen</b>  Komweg 11  3680 Neeroeteren  tel. +32 89 86 38 28  fax. +32 89 86 38 28  <a href="mailto:vvv.oeterdal@skynet.be">vvv.oeterdal@skynet.be</a></p>	<p><b>San Lanaco</b>  <b>286 vaste plaatsen</b>  Lepelvormweg 47  3620 Lanaken  Tel. +32 89 73 38 66  <a href="http://www.sanlanaco.be">www.sanlanaco.be</a></p>	<p><b>Batven</b>  <b>85 vaste plaatsen</b>  Batvendijk 1  3640 Kinrooi  tel. +32 89 70 19 25  fax. +32 89 70 38 93  <a href="http://www.batven.be">www.batven.be</a>  <a href="mailto:batven@skynet.be">batven@skynet.be</a></p>
<p><b>De Leeuwerik</b>  <b>116 vaste plaatsen</b>  <b>Voornamelijk Duitstalig</b>  Leeuwerikstraat 80  3680 Maaseik  tel. +32 89 56 43 33  fax. +32 89 56 11 46  <a href="mailto:matty.henckens@telenet.be">matty.henckens@telenet.be</a></p>	<p><b>Leeuwerikhof</b>  <b>117 vaste plaatsen</b>  <b>Voornamelijk Duitstalig</b>  Leeuwerikstraat 72  3680 Maaseik  tel. +32 89 56 43 60  <a href="http://www.campingleeuwerikhof.be">www.campingleeuwerikhof.be</a></p>	<p><b>Krieckaert</b>  <b>15 vaste plaatsen</b>  Krieckaertlaan z/n  3620 Gellik  tel. +32 89 71 30 62  fax. +32 89 71 54 75  <a href="mailto:dekrieckaert@skynet.be">dekrieckaert@skynet.be</a></p>
<p><b>Boomgaard</b>  <b>50 vaste plaatsen</b>  <b>Voornamelijk Duitstalig</b>  Leeuwerikstraat 75  3680 Maaseik  tel. +32 89 56 41 80  fax. +32 89 56 41 80  <a href="mailto:campingcremers@skynet.be">campingcremers@skynet.be</a></p>	<p><b>Geerensheide</b>  <b>Geen vaste plaatsen</b>  Steyvershofstraat 14  3640 Kinrooi  tel. +32 89 70 27 51  fax. +32 89 70 25 96  <a href="http://www.nieuwgeerensheide.be">www.nieuwgeerensheide.be</a></p>	<p><b>Zavelbos</b>  <b>103 vaste plaatsen</b>  Kattebeekstraat 1  3680 Maaseik  tel. +32 89 75 81 46  fax. +32 89 75 81 48  <a href="http://www.zavelbos.com">www.zavelbos.com</a>  <a href="mailto:receptie@zavelbos.com">receptie@zavelbos.com</a></p>
<p><b>De Spaanjerd</b>  <b>135 vaste plaatsen</b>  <b>Voornamelijk Duitstalig</b>  Maasdijk 1  3640 Ophoven  tel. +32 89 56 75 03  fax. +32 89 56 75 05  <a href="http://www.marec.be">www.marec.be</a>  <a href="mailto:info@marec.be">info@marec.be</a></p>	<p><b>Meinekom</b>  <b>Geen vaste plaatsen</b>  Leeuwerikstraat 86  3680 Maaseik  tel. +32 89 24 53 82  fax. +32 89 24 53 82  <a href="http://kampeerverblijfpark.meinekom@pandora.be">kampeerverblijfpark.meinekom@pandora.be</a></p>	<p><b>Berger-Ven</b>  <b>80 vaste plaatsen</b>  Ketelstraat 76  3680 Maaseik  tel. +32 89 86 45 53  fax. +32 89 86 79 30  <a href="http://www.bergerven.be">www.bergerven.be</a></p>

Bron: Eigen verwerking van <http://www.toerismevlaanderen.nl/tvl/view/nl/2872604--Vakantiecentra-en--parken-.html> en Toerisme Limburg



## **Bijlage V: Enquête**

# Enquête m.b.t. tweede verblijvers op een camping in het Maasland.

*Deze enquête streeft naar het vastleggen van de economische en toeristische waarde van tweede verblijvers in het Maasland, alsook een sociologisch profiel te schetsen. Deze enquête is volledig anoniem en de resultaten worden enkel gebruikt voor het onderzoek naar tweede verblijven in het Maasland in functie van mijn masterproef in de master Toegepaste Economische Wetenschappen aan de U Hasselt. Hartelijk dank voor uw medewerking!*

ER ZULLEN BIJ SOMMIGE VRAGEN MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK ZIJN. IN DERGELIJKE SITUATIES MAG U ALLE MOGELIJKE ANTWOORDEN AANDUIDEN.

### *Achtergrondinformatie en gezinssituatie*

Wat is uw geslacht?

- Man  
 Vrouw

Wat is uw geboortejaar?

\_\_\_\_\_

Wat is het geboortejaar van:

Uw partner: \_\_\_\_\_

Kind 1: \_\_\_\_\_

Kind 2: \_\_\_\_\_

Kind 3: \_\_\_\_\_

Kind 4: \_\_\_\_\_

Kind 5: \_\_\_\_\_



Wat is uw gezinsstatus?

- Alleenwonend
- Samenwonend
- Gehuwd
- Gescheiden
- Weduwe/weduwnaar

Wat is uw gezinssamenstelling?

- Geen (thuiswonende) kinderen
- Thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind jonger is dan 6 jaar.
- Thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind tussen 6 en 12 jaar.
- Thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind tussen 13 en 17 jaar.
- Thuiswonende kinderen, waarvan het jongste kind 18 jaar is of ouder.
- Andere: \_\_\_\_\_

Bent u getrouwd?

- Ja
- Neen

Vormen u en uw partner een nieuw samengesteld gezin (in nieuw samengestelde gezinnen wonen kinderen bij een ouder en een stiefouder, en eventueel ook bij broers en/of zussen uit vorige relaties)?

- Ja
- Neen

In welk land en gemeente ligt uw hoofdverblijfplaats? (Uw hoofdverblijfplaats is de plaats waar u gedurende het grootste deel van het jaar effectief verblijft en waar u (voorlopig) ingeschreven staat in het bevolkingsregister van de gemeente. Dit kan voor sommigen dezelfde plaats zijn als waar u op dit moment verblijft en dan vult u deze plaats in.)

Land: \_\_\_\_\_

Gemeente: \_\_\_\_\_

Wat is uw nationaliteit? \_\_\_\_\_

Welk is uw hoogst behaalde diploma?

- Geen
- Algemeen secundair onderwijs
- Beroepssecundair onderwijs
- Technisch secundair onderwijs
- Kunstsecundair onderwijs
- Hoger onderwijs
- Universitair onderwijs
- Andere: \_\_\_\_\_

Welk is het hoogst behaalde diploma van uw partner ?

- Niet van toepassing
- Geen
- Algemeen secundair onderwijs
- Beroepssecundair onderwijs
- Technisch secundair onderwijs
- Kunstsecundair onderwijs
- Hoger onderwijs
- Universitair onderwijs
- Andere: \_\_\_\_\_

Welk is uw situatie?

- Gepensioneerd (ook brugpensioen)
- Arbeider
- Bediende/ambtenaar
- Kaderlid
- Vrij beroep
- Zelfstandige
- Student
- Huisvrouw/huisman
- Arbeidsongeschikt
- (Tijdelijk) werkloos
- Vervangingsinkomen
- Andere: \_\_\_\_\_

Welke situatie is van toepassing op uw partner?

- Niet van toepassing
- Gepensioneerd (ook brugpensioen)
- Arbeider
- Bediende/ambtenaar
- Kaderlid
- Vrij beroep
- Zelfstandige
- Student
- Huisvrouw/huisman
- Arbeidsongeschikt
- (Tijdelijk) werkloos
- Andere: \_\_\_\_\_

### *Verblijf*

Bent u (of is uw partner) eigenaar van de verblijfplaats waar u momenteel logeert?

- Ja, staanplaats en vast woongedeelte
- Ja, staanplaats met mobiel woongedeelte
- Ja, maar enkel het woongedeelte
- Neen

Welk kampeermiddel gebruikt u tijdens uw huidig verblijf op een camping in het Maasland?

- Trekcaravan
- Stacaravan
- Kampeerauto/camper
- (Kampeervouwwagen)
- Tent
- Plooi-caravan
- Andere : \_\_\_\_\_

Heeft u ooit eerder verbleven (minstens 1 overnachting) in het Maasland?

- Ja
- Neen, dit is de eerste keer

### *Aantal personen*

In welk gezelschap verblijft u momenteel in het Maasland?

- Partner
- Gezin
- Vrienden
- Andere: \_\_\_\_\_

Met hoeveel personen verblijft u momenteel in het Maasland?

\_\_\_\_\_ personen, waarvan \_\_\_\_\_ volwassenen, \_\_\_\_\_ kinderen jonger dan 18 jaar,  
\_\_\_\_\_ kinderen jonger dan 12 jaar en \_\_\_\_\_ kinderen jonger dan 6 jaar.

### *Duur*

Hoe lang verblijft u tijdens uw huidig verblijf in het Maasland? (d.i. de huurtermijn van het verblijf, hoe lang u deze ter uwer beschikking heeft en niet hoe lang u effectief aanwezig bent)

- \_\_\_\_\_ dagen
- \_\_\_\_\_ maanden
- Ik ben een vaste bewoner

Indien u een vaste bewoner bent: Waarom verblijft u hier? (Indien u geen vaste bewoner bent, mag u deze vraag overslaan)

- Dit is een tijdelijke oplossing
- Ik woon hier graag
- Mijn familie woont hier ook
- Ik ben hier geboren
- Omwille van de sociale contacten
- Het is hier rustig
- Het is goedkoop
- Ik ben op pensioen
- Andere: \_\_\_\_\_

### Reden

Waarom heeft u, bij de keuze van uw verblijf, gekozen voor het Maasland?

- Het groene karakter van de streek
- De aanwezigheid van het fietsroutenetwerk
- De nabijheid van de streek
- Het water/ de Maas
- De voorzieningen op de verblijfplaats
- Op aanraden van vrienden/familie
- Goede ervaring(en) in het verleden
- De goede prijs/kwaliteitsverhouding t.o.v. andere streken
- Andere: \_\_\_\_\_

### Informatiebronnen

Welke informatiebron(nen) heeft u geraadpleegd voorafgaand uw aankoop of verblijf en tijdens uw verblijf?

	vooraf	
	aankoop	verblijf
Geen		
Toeristische brochure(s)/folder(s)		
Kampeergids(en)		
Website kampeergids		
Website Toerisme Limburg		
Website van de camping zelf		
Andere websites: _____		
Vrienden, familie of kennissen		
Reisgids(en)		
Toeristische tv-programma('s)		
Radio		
Dagblad(en)		
(Kampeer)tijdschrift(en)		
Toeristische dienst(en)		
Toeristische beurs		
Andere: _____		

Is er voldoende informatie voorhanden over de activiteiten/producten die de streek te bieden heeft?

- Ja
- Neen, omdat \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Waar heeft u informatie over activiteiten/producten van de streek gevonden/gekregen? Heeft deze informatie u ertoe bewogen aan deze activiteiten deel te nemen of deze producten te kopen tijdens uw laatste/huidig verblijf op een Limburgse camping?

	gekregen/gevonden info	activiteiten gedaan of producten gekocht
Op de camping		
Van het personeel/eigenaar van de camping		
Toerisme Limburg		
Website van Toerisme Limburg		
Andere websites: _____		
Aan de verkooppunten zelf		
Andere: _____		

### *Campingfaciliteiten, activiteiten in de omgeving en streekproducten*

Van welke aanwezige campingfaciliteit(en) heeft u reeds of bent u van plan gebruik te maken samen met uw reispartner(s) tijdens uw huidige verblijf op deze camping?

	reeds gedaan	gepland
Geen		
Speeltuin		
Overdekte speeltuin		
Zelfbedieningsrestaurant		
Campingwinkel		
Overdekt zwembad		

Openluchtwembad		
Sportveld		
Tennisbaan		
Hengelvijver		
Fietsverhuur		
Cafetaria		
Restaurant		
Kookgelegenheid op de camping		
Andere: _____		

Welke activiteit(en) in de omgeving heeft u samen met uw reispartner(s) ondernomen/gaat u nog ondernemen tijdens uw huidige verblijf op deze camping? Hier gaat het uitsluitend over activiteiten buiten de camping.

	reeds gedaan	gepland
Geen		
Bezoek aan naburige stad/gemeente		
Fietsen volgens eigen route		
Fietsen op het fietsroutenetwerk		
Wandelen volgens eigen route		
Wandelen op een wandelroute		
Bezoek winkelcentrum Maasmechelen Village		
Shoppen		
Cafébezoek of terrasje		
Restaurantbezoek		
Onderwatersport		
Visgebied		
Natuurgebied		
Rafting of kanosport		
Toeristische uitstapjes		
Paardrijden		
Andere: _____		

Hoe vaak bent u buiten de camping te vinden?

- Bijna nooit, ik blijf meestal op het domein van de camping
- Af en toe
- Regelmatig
- Ik ben vaker buiten de camping dan op de camping zelf

Welke artikelen heeft u tijdens uw verblijf in het Maasland gekocht in een lokale supermarkt of buurtwinkel buiten de camping?

- Geen
- Levensmiddelen
- Souvenirs
- Kleding
- Sportartikelen
- Andere: \_\_\_\_\_

Welke streekproducten heeft u gekocht op en buiten de camping? (indien u geen streekproducten heeft gekocht, mag u deze vraag open laten)

Op de camping: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Buiten de camping: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Rangschik volgende items van 1 t.e.m. 7 naargelang hun aandeel dat zij uitmaken van uw budget tijdens uw verblijf in het Maasland (1 = heel belangrijk, 7 = niet belangrijk):

- Voeding en drank uit de winkel op de camping
- Voeding en drank buiten de camping
- Activiteiten en ontspanning buiten de camping
- Logies/staanplaats
- Shoppen/winkelen buiten de camping (geen levensmiddelen)
- Verplaatsing ter plaatse
- Andere uitgaven: \_\_\_\_\_



Welke criteria waren voor u belangrijk bij de keuze van een camping in het Maasland? Gelieve voor elke mogelijkheid het vakje aan te kruisen dat het meest op u van toepassing is (1 = niet belangrijk, 5 = heel belangrijk)

	1	2	3	4	5
Ontspanningsmogelijkheden/activiteiten <u>op</u> de camping					
Ontspanningsmogelijkheden/activiteiten <u>buiten</u> de camping					
Aanwezigheid van horecafaciliteiten met eetmogelijkheid <u>op</u> de camping					
Aanwezigheid van horecafaciliteiten met eetmogelijkheid <u>buiten</u> de camping					
Aanwezigheid van een winkel <u>op</u> de camping					
Aanwezigheid van een winkel <u>in de buurt van</u> de camping					
Bezienswaardigheden in de omgeving					

### *Budget*

Hoeveel bedragen de **totale verblijfskosten** (uitsluitend kosten m.b.t. uw **verblijf** in het Maasland, dus geen kosten met betrekking tot verplaatsing, ontspanning, aankopen van levensmiddelen, ...)? De vermelde bedragen zijn **inclusief** BTW en taksen.

\_\_\_\_\_euro

Op hoeveel personen heeft dit bedrag betrekking? \_\_\_\_\_ personen

Hoeveel bedragen de **totale overige kosten** (persoonlijke uitgaven voor activiteiten **buiten** de camping zoals restaurantbezoek, museumbezoek, e.d. of voor het aankopen van levensmiddelen) tijdens uw verblijf in het Maasland?

\_\_\_\_\_euro

Op hoeveel personen heeft dit bedrag betrekking? \_\_\_\_\_ personen

### Bezit of aanschafplannen van een tweede verblijf

Bezit u op dit moment een tweede verblijf? Of heeft u aanschafplannen voor een tweede verblijf?

- Ja, ik bezit een tweede verblijf en ben niet van plan er nog een bij te kopen  
(beantwoord volgende vragen over het verblijf dat u reeds bezit)
- Ja, ik bezit een tweede verblijf en heb aanschafplannen voor binnen \_\_\_\_\_ jaar  
(beantwoord volgende vragen over het verblijf dat u wenst te kopen)
- Neen, maar ik heb wel aanschafplannen voor binnen \_\_\_\_\_ jaar  
(beantwoord volgende vragen over het verblijf dat u wenst te kopen)
- Neen en ik heb ook geen aanschafplannen in de toekomst  
(ga verder naar 'opmerkingen')

Van welk type zou dit tweede verblijf zijn?

- Vakantiewoning
- Chalet
- Woongedeelte op een camping in de vorm van:
  - Stacaravan
  - Trekcaravan
  - Ploocaravan
  - Kampeerauto/camper
  - (kampeer)vouwwagen
  - Tent
  - Andere: \_\_\_\_\_

In welke gemeente zou u een tweede verblijf willen kopen? Welke criteria spelen hierbij een rol?

	Maasland	Rest van België	Buitenland
Gemeente:	_____	_____	_____
Weer/klimaat			
Rust			
Ontspanning			
Prijs			
Activiteiten specifiek voor de regio			
Andere: _____			

Deze woning zou dienen als:

- Eerste woning
- Tweede woning
- Pand voor verhuur
- Andere: \_\_\_\_\_

Tot welke prijsklasse zou uw toekomstige tweede woning behoren?

\_\_\_\_\_euro

Voor hoeveel personen zou deze woning slaapmogelijkheid moeten bieden?

\_\_\_\_\_personen

Van hoeveel badkamers zou deze woning moeten voorzien zijn? (een badkamer is niet altijd nodig indien de nodige voorzieningen aanwezig zijn op de camping en dan vult u gewoon 0 in)

\_\_\_\_\_badkamers

### *Opmerkingen*

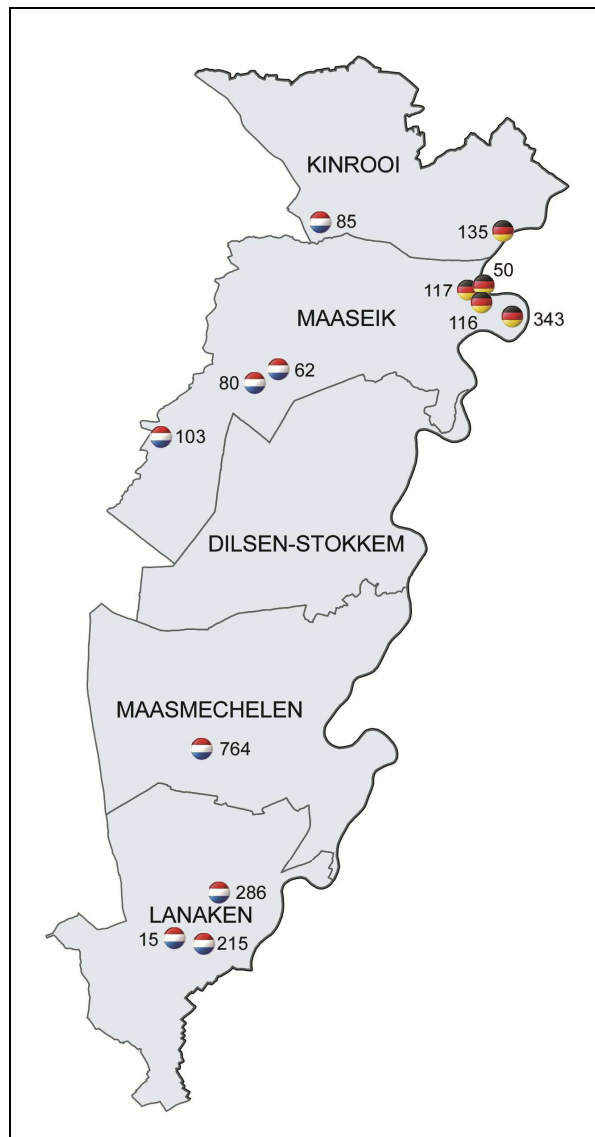
Indien u vragen en/of opmerkingen heeft, mag u deze in de kader hieronder noteren.


**Bedankt voor uw medewerking**

## Bijlage VI: Het aantal vaste plaatsen en de herkomst van de gasten op de campings in het Maasland

Onderstaand kaartje geeft de locatie weer van de campings in het Maasland en de herkomst van de meerderheid van de gasten die op deze campings verblijven. Naast de vlaggen kan men het aantal vaste plaatsen op de betreffende camping aflezen.

Figuur VI. 1: Kaart van het aantal vaste plaatsen en herkomst van de gasten op de campings in het Maasland



Bron: Eigen verwerking van gegevens van Toerisme Limburg en <http://www.toerismevlaanderen.nl/tvl/view/nl/2872604--Vakantiecentra-en--parken-.html>

# Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:

## **De toeristische meerwaarde van tweede verblijven in het Maasland**

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen-accountancy en financiering**

Jaar: **2011**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

**Bijnens, Joke**

Datum: **1/06/2011**