

# Verblijfsrecreatie aan Zeeuwse Kust

Nieuw evenwicht  
tussen  
ontwikkelen & exploiteren



# Inhoud

1. Inleiding
2. Basismodel
3. Theoretische rekensommen
4. Cases in praktijk
5. Haalbaarheid
6. Conclusies en aanbevelingen





1  
Inleiding





## Aanleiding: vitaliteit en kwaliteit

- Vitaliteit verblijfsrecreatie Zeeland (2015):
  - 30% van de verblijfsrecreatiebedrijven aan Zeeuwse kust is niet vitaal;
  - Mede daardoor is de ruimtelijke kwaliteit op verschillende plekken onder de maat;
  - Dit schaadt de reputatie van het samengestelde product;
  - Sanering/vernieuwing van dit aanbod is wenselijk;
  - De monotone ontwikkeltrend zal moeten omslaan in een differentiatiestrategie.
- Zeeuwse kustvisie (2016):
  - Vernieuwing van concepten is wenselijk;
  - Meer integratie van cultuur, bewoners, landschap en verblijfsrecreatie door productie in plaats van consumptie van landschappelijke kwaliteit;
  - Meer diversiteit en eiland-gebonden ruimtelijke identiteit;
  - Nieuwe doelgroepen en nieuwe formules zodat marktvergroting optreedt (kuren, ecotoerisme etc.).

## Vraagstelling: kan vernieuwing samengaan met sanering?



- Zeeland vraagt zich af of een integrale aanpak van kustvisie en vitaliteitsverbetering van verblijfsrecreatie haalbaar is;
- Is het realistisch dat recreatieondernemers, die een nieuw en in de Zeeuwse Kustvisie passend concept ontwikkelen, in staat zijn voor elke nieuwe recreatie-eenheid een verouderde eenheid te saneren?;
- Deze voorwaarde staat bekend als de 1:1 norm;
- Is een 1:1 norm haalbaar en hoe ligt dat per case?
  - Zijn er verschillen per eiland?
  - Is er onderscheid te maken tussen accommodatievormen (kamperen, incl. chalets en bungalows)?



## Kernvraag: is toegevoegde waarde van nieuwe concepten groter dan saneringskosten?

- De kernvraag luidt: is de toegevoegde waarde van nieuwe concepten die passen in de Zeeuwse kustvisie (inclusief productie van landschappelijke kwaliteit) groot genoeg om ook de kosten van herontwikkeling/sanering van bestaande, verouderde verblijfsrecreatieterreinen terug te verdienen?
- Is het wenselijk dat de overheid deze koppeling van 1:1 gaat afdwingen, welke neveneffecten kan dat hebben voor de sector?



## Aanpak: format van grondexploitatie (1)

- Enerzijds hebben we te maken met integrale opgaven: verbetering ruimtelijke kwaliteit, nieuwe marktfocus, meer diversiteit etc. van de hele Zeeuwse kust respectievelijk deelgebieden, zoals 'omgeving Zoutelande' of 'zones tussen Nieuwvliet en Nieuwvliet-Bad';
- Anderzijds wordt de invulling en investering gedaan door ondernemers en ontwikkelaars op park- of bedrijfsniveau;
- Deze situatie is sterk vergelijkbaar met opgaven voor woonwijken of binnensteden. Daar wordt gewerkt met een duidelijke cesuur tussen opstalontwikkeling (winkels, woningen, sporthal etc.) en gebiedsontwikkeling (wegen, parken, nutsvoorzieningen etc.).



## Aanpak: format van grondexploitatie (2)

- Grondaankoop en collectieve voorzieningen en ruimtes kosten geld. De te verkopen kavels aan marktpartijen brengen geld op. Deze waarden en kosten dienen met elkaar minimaal in balans te zijn;
- Daarbij is het bekend dat het ene opstal (bestemmingsafhankelijk) meer grondwaarde vertegenwoordigt dan het andere;
- Dit alles wordt uitgewerkt in het grondexploitatiemodel;
- De waarde van alle grondopbrengsten moeten minimaal gelijk zijn aan alle kosten van grondaankoop en gebiedsontwikkeling. Alleen dan kan het hele concept voor wijk, stadsdeel etc. worden gerealiseerd;
- Deze aanpak is in onze visie ook geschikt voor de gebiedsopgave aan de Zeeuwse kust.





2

## Basismodel grondexploitatie



De waarde van dit weiland  
neemt toe met een (potentiële)  
recreatiebestemming

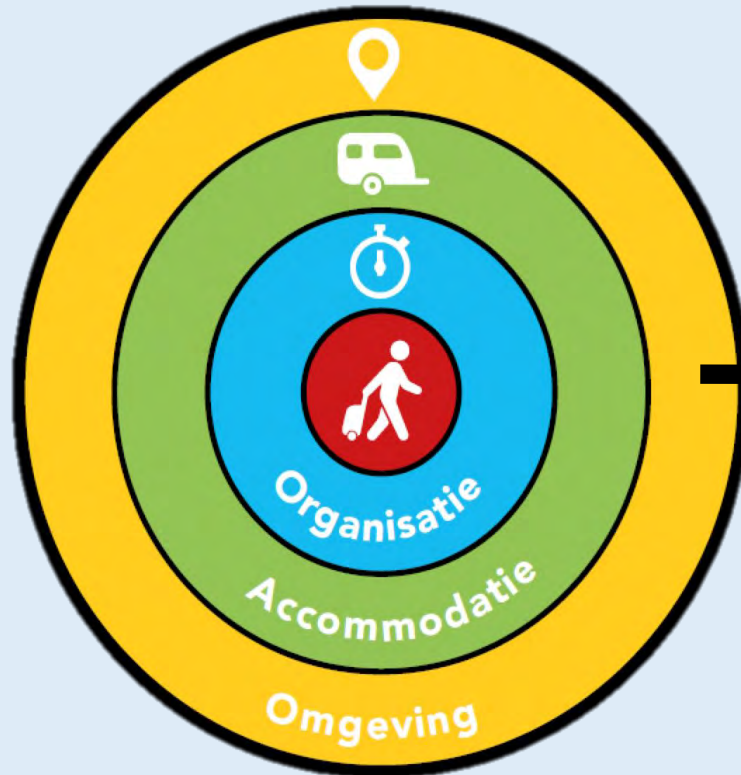




De recreatiewaarde van dit  
weiland tegen de duinen zal  
nooit heel hoog worden



## Grondexploitatie vormt de kern



De waarde van de locatie is uit te drukken in een algemene, door de **markt** bepaalde, economische waarde per vierkante meter. Deze waarde is af te leiden van de ligging (kust, toeristisch cluster), landschappelijke kwaliteit en de vigerende bestemming.



## Gebiedskwaliteit en grondwaarden

- De vraagstelling heeft dus betrekking op grondexploitatie. De waarde van opstal is formule- en management-afhankelijk. De grondwaarde is min of meer onafhankelijk van de invulling en 'objectief';
- De grondwaarde wordt bepaald door ligging, ruimtelijke kwaliteit en identiteit, alsmede de vigerende bestemming;
- Verschillen tussen chalets/lodges en kampeerplaatsen zijn irrelevant, omdat de ondernemer deze zelf kan substitueren binnen de vigerende bestemming. Hij zal dat doen op grond van zijn eigen managementvaardigheden en conceptkeuze;
- In de analyses en de 'rekeningen' voor waarde-creatie beperken we ons daarom tot grondwaardes en grondkosten.



## Berekening grondwaarden per m2 (1)

Grondwaarden voor de eindgebruiker (ondernemer-eigenaar of consument-eigenaar) kunnen worden geraamd door twee verschillende methoden en met verschillende uitkomsten:



1. **Wat is de marktwaarde van de grond?** Analyses van grondtransacties (bijvoorbeeld kavels of hele parken) in verschillende gebieden. Dit zijn feitelijke handelswaardes die we vertalen naar de waarde per bruto m2 grond (dus inclusief gemiddeld 40% circulatieruimte -groen, infra, centrale ruimtes-);
2. **Wat is de bedrijfsmatige waarde van de grond?** Analyse van bedrijfsresultaten van vergelijkbare exploitaties op verschillende locaties en vaststelling van verschillen in bedrijfsresultaten als gevolg van de ligging en de ruimtelijke kwaliteit. Met een marktconforme factor van 6x ebitda wordt de grondwaarde (ook per bruto m2) geraamd.

## Berekening grondwaarden per m2 (2)

Bij dit alles wordt onderscheid gemaakt tussen:

1. Bestemmingswaarde: kamperen en bungalows, omdat deze ook planologisch-juridisch een andere bestemming hebben. Dit geldt niet voor chalets en kampeermiddelen (keuze van ondernemer binnen een kampeerbestemming);
2. Locatiewaardes A1 t/m C: op basis van ligging (bijv. strand) en ruimtelijke kwaliteit (landschap, imago kern);
3. Regionale waarden: eventueel onderscheid tussen de vier eilanden-regio's.



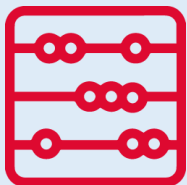
## Berekening grondkosten

De grondkosten om de waarden te kunnen creëren worden geraamd door:

1. Inventarisatie van aankoopkosten van grond, met een recreatieve of juist niet-recreatieve bestemming (feitelijk landbouwgrond);
2. Raming gemiddelde kosten voor landschapsproductie;
3. Raming van aanlegkosten van recreatieve infrastructuur voor kampeerterreinen en eventueel bungalowparken;
4. Inventarisatie van mogelijke 'uitkoopkosten' (sanering) van verouderde campings of bungalowparken;
5. Huidige vereveningskosten.







3

Theoretische  
rekensommen


$$+ + = 30$$


$$+ + = 18$$

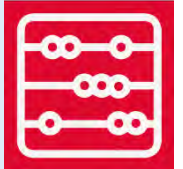

$$- = 2$$


$$+ + = ?$$

## Werkzaamheden waarde-ramingen

Om de **marktwaarde** (voor investeerder/consument) te achterhalen hebben wij de volgende werkzaamheden uitgevoerd:

- Benchmarks tussen transactiewaarden van bedrijven of kavels in verschillende locaties, met name die tussen kustlocaties (A1), in de kustregio gelegen locaties (A2), in het binnenland, fraai gelegen locaties (B) en in polderlocaties (C);
- Interviews met marktbetrokkenen uit de sectoren projectontwikkeling, exploitatie recreatiebedrijf en taxaties/rentmeesterschap.



Om de **bedrijfsmatige waarde** te achterhalen hebben wij de volgende werkzaamheden uitgevoerd:

- Benchmarks van exploitatieresultaten binnen onze monitors en vitaliteitsonderzoeken;
- interviews met exploitanten.

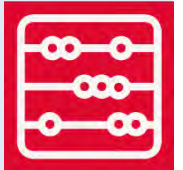
De uitkomsten van beide waardes zijn geduid tijdens interne sessies.

## Theoretische waarden campinggrond

De geraamde normaliter te creëren bedrijfswaarden en marktwaarden voor campings blijken per locatie als volgt te variëren:

	A1 locaties	A2 locaties	B locaties	C locaties
Bedrijfswaarde	€ 55-€ 65 per m2	€ 40-€ 55 per m2	€ 30-€ 40 per m2	€ 20-€ 35 per m2
Marktwaarde*	€ 90-€ 110 per m2	€ 80-€ 90 per m2	€ 30-€ 35 per m2	€ 15-€ 20 per m2

\* Er zijn weinig cases/data beschikbaar voor kavelverkoop op campings



## Theoretische waarden bungalowgrond

De geraamde normaliter te creëren bedrijfsmatige grondwaarden en marktwaarden voor de bungalowsector variëren per locatie:



	A1 locaties	A2 locaties	B locaties	C locaties
Bedrijfswaarde	€ 65-€ 75 per m2	€ 40-€ 50 per m2	€ 30-€ 35 per m2	€ 5-€ 15 per m2
Marktwaarde	€ 200-€ 250 per m2	€ 150-€ 200 per m2	€ 80-€ 120 per m2	€ 40-€ 50 per m2

## Waardeverschillen per eiland

De verhoudingen per kustlocatie op de eilanden liggen als volgt:

	Schouwen-Duiveland	Noord-Beveland	Walcheren	Zeeuws-Vlaanderen
Index	100	95	100	90



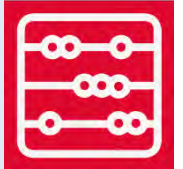
## Inkoopkosten voor waarde-creatie

- Inkoopkosten 'verouderde campings' met toekomstige bestemming bungalowpark:
  - A1/A2-locatie: € 55-€ 80,00 per m<sup>2</sup>; 'inclusief bonus';
  - B/C-locatie: € 20-€ 40,00 per m<sup>2</sup>; 'inclusief bonus'.
- Inkoopkosten 'verouderde campings' met toekomstige bestemming camping:
  - A1/A2-locatie: € 50,00-€ 60,00 per m<sup>2</sup>; 'inclusief speculatiewaarde';
  - B/C-locatie: € 15,00-€ 40,00 per m<sup>2</sup>.
- Inkoopkosten 'verouderde bungalowparken' met behoud bestemming
  - A1/A2-locatie: € 75,00-€ 100,00 per m<sup>2</sup>; 'incl. speculatiewaarde';
  - B/C-locatie: € 30,00-€ 50,00 per m<sup>2</sup>.



## Ontwikkelingskosten voor waarde-creatie

- Inkoopkosten ontwikkelingsgrond:
  - Zonder recreatieve bestemming: € 5-€ 10,00 per m<sup>2</sup>;
  - Met kampeerbesteding: € 15-€ 25,00 per m<sup>2</sup>;
  - Met bungalowbestemming: € 20-€ 30,00 per m<sup>2</sup>.
- Landschapsproductie:
  - Land (duinen, wetlands): € 2-€4,00 per m<sup>2</sup>;
  - Eilanden c.a.: € 15-€ 40,00 per m<sup>2</sup>.
- Verevening: €3,5 m<sup>2</sup> camping, €11,00 per m<sup>2</sup> bungalow;
- Aanleg infrastructuur en basisvoorzieningen (wegen, paden, groen, parking en entree):
  - Kampeerterrainen: € 20-€ 25,00 per m<sup>2</sup>;
  - Bungalowparken: € 20-€ 35,00 per m<sup>2</sup>.



## Saldo waarde-creatie camping → camping

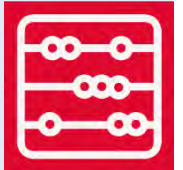


Camping → camping	A1-A2 locatie (upgraden)
Uitkoopkosten	€65,-
Inkoopkosten grond met kampeerbestemming	€0,-
Ontwikkelkosten (landschapsproductie en infra)	€35,-
Verevening	€0,-
Totaal	€100,-
Marktwaaarde	€100,-
Bedrijfswaarde	€60,-
Conclusie	Marginaal en te risicovol

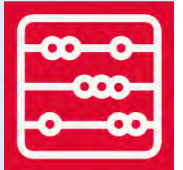


## Saldo waarde-creatie camping → camping

Camping → camping	A1-A2 locatie (upgraden)	B/C locatie (saneren)
Uitkoopkosten	€65,-	€30,-
Inkoopkosten grond met kampeerbestemming	€0,-	€20,-
Ontwikkelkosten (landschapsproductie en infra)	€35,-	€30,-
Verevening	€0,-	€3,5
Totaal	€100,-	€80-85,-
Marktwaaarde	€100,-	€80,- (te creëren A2)
Bedrijfswaarde	€60,-	€50,- (te creëren A2)
Conclusie	Marginaal en te risicovol	Zeer risicovol en alleen op basis van marktwaaarde



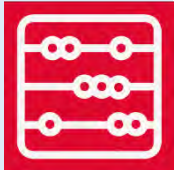
## Saldo waarde-creatie camping → bungalow



Camping → bungalow	A1-A2 locatie (her-ontwikkelen)
Uitkoopkosten	€70,-
Inkoopkosten grond met kampeerbestemming	€10,-
Ontwikkelkosten (landschapsproductie en infra)	€40,-
Verevening	€11,-
Totaal	€130,-
Marktwaarde	€200,-
Bedrijfswaarde	€60,-
Conclusie	Alleen op basis van marktwaarde haalbaar

## Saldo waarde-creatie camping → bungalow

Camping → bungalow	A1-A2 locatie (her-ontwikkelen)	B/C locatie (saneren)
Uitkoopkosten	€70,-	€30,-
Inkoopkosten grond met kampeerbesteding	€10,-	€25,-
Ontwikkelkosten (landschapsproductie en infra)	€40,-	€35,-
Verevening	€11,-	€11,-
Totaal	€130,-	€100,-
Marktwaarde	€200,-	€150,- (te creëren A2)
Bedrijfswaarde	€60,-	€45,- (te creëren A2)
Conclusie	Alleen op basis van marktwaarde haalbaar	Alleen op basis van marktwaarde haalbaar



## Saldo waarde-creatie bungalow → bungalow

Bungalow → bungalow	A1-A2 locatie (her-ontwikkelen)
Uitkoopkosten	€85,-
Inkoopkosten grond met bungalowbestemming	€0,-
Ontwikkelkosten (landschapsproductie en infra)	€40,-
Verevening	€0,-
Totaal	€125,-
Marktwaarde	€200,-
Bedrijfswaarde	€60,-
Conclusie	Alleen op basis van marktwaarde haalbaar



## Saldo waarde-creatie bungalow → bungalow

Bungalow → bungalow	A1-A2 locatie (her-ontwikkelen)	B/C locatie (saneren)
Uitkoopkosten	€85,-	€40
Inkoopkosten grond met bungalowbestemming	€-	€25
Ontwikkelkosten (landschapsproductie en infra)	€40,-	€35,-
Verevening	€0,-	€11,-
Totaal	€125,-	€110,-
Marktwaaarde	€200,-	€60,-
Bedrijfswaarde	€60,-	€25,-
Conclusie	Alleen op basis van marktwaaarde haalbaar	Volstrekt onhaalbaar



## Haalbare opties waarde-creatie

- De volgende opties op basis van marktwaarde zijn theoretisch haalbaar:
  - Bungalowparken op A1/A2 locaties met uitkoop campings op alle locaties;
  - Bungalowparken op A1/A2 locaties met uitkoop bungalows op B/C-locaties;
  - Kampeerterreinen op A1/A2 locaties met uitkoop campings op B/C-locaties incidenteel;
- Uitkoop van ‘verouderde eenheden’ op A- of B-locaties kan in een 1:1-relatie feitelijk alleen als kampeereenheden worden vervangen door verkoopbungalows;
- Evenwel, uitkoop van ‘verouderde bungalowparken’ is zeer moeilijk omdat deze eigendom zijn van verenigingen van eigenaren;
- In alle bedrijfswaarde opties is sanering van andere bedrijven sowieso onhaalbaar. Zelfs de vervanging van een andere camping is moeilijk haalbaar;
- De haalbare opties vragen uitkoop van ‘verouderde campings of parken’. Uitkoop vergt financiële middelen; al snel enkele miljoenen voor een gemiddelde camping. Veruit de meeste ondernemers beschikken niet over deze liquide middelen en banken of beleggers zijn niet bereid tot (voor)financiering. Grote vastgoedbedrijven kunnen dat vaak wel;
- Ook de waardeverschillen tussen de eilanden zijn te klein om de bovenstaande conclusies naar regio te nuanceren.



## Neveneffecten 1:1-regeling

Los van de moeizame financiële haalbaarheid heeft de 1:1-regeling een aantal ongewenste neveneffecten, zoals:

- De uitkoopwaarde van niet-vitale campings zal stijgen, indien sanering randvoorwaarde voor nieuwe ontwikkelingen wordt;
- Bij ondernemers zal het 'belonen van slecht ondernemerschap' ook grote ergernis en weerstand veroorzaken;
- Ondernemers in Zeeland zouden dan door sanering meer kosten hebben dan andere bedrijven elders in het land. Dat kan de kwaliteit van de bedrijven in gevaar brengen.
- Uit dit onderzoek is bovendien gebleken dat campings, ook als zij relatief hoge rendementen realiseren toch niet in de belangstelling staan van investeerders of financiers. Het bestaansrecht van campings staat onder druk.



## Financiering van campings is anno 2016 een probleem

- Financiering van campingontwikkelingen is een groot probleem, ook betere campings worden nauwelijks gefinancierd op bedrijfswaarden;
- In theorie kunnen campings gemakkelijk huursommen voor grond en infra betalen tegen rendementsnormen van 3-4% voor recreatiegrond en 7-8% voor infrastructuur. Een campingkavel (helemaal bedrijfsklaar) zou dan voor €1.000- €1.500,- kunnen worden gehuurd van een belegger;
- Bij opbrengsten van €3.000-€4.000 per kavel kan de ondernemer een zeer positief exploitatieresultaat bereiken. Dat lijkt win-win;
- Toch blijven zowel banken als beleggers huiverig staan tegenover financiering van kampeerbedrijven.







4  
Cases  
in praktijk



## Camping wordt bungalowpark

- Kampeerterrein ligt dichtbij strand (A1), heeft 500 plekken;
- Eigenaar is een familie, die al lange tijd niet veel heeft veranderd of vernieuwd in voorzieningen of activiteiten;
- De opbrengsten zijn daardoor relatief laag;
- De camping wordt uitgekocht voor € 5.0 miljoen (€60-€70,- per m<sup>2</sup> op basis van marktwaarde);
- Er worden 200 bungalows ontwikkeld, dus 300 eenheden zijn uit de markt gehaald;
- De bungalows zijn verkocht met een verhuurclausule. De grondwaardecomponent bij de verkoop wordt geschat op circa €50.000 (€100-110,- per m<sup>2</sup>) per kavel;
- De toegevoegde waarde in de grond is daardoor ca. €5 miljoen (€10 miljoen grondopbrengsten -/- €5 miljoen inkoopkosten) waarvoor alle ontwikkelingskosten betaald moeten worden (€5 miljoen / 200 bungalows: €25.000);
- Het project is met een positief resultaat afgerond en opgeleverd.



## Camping wordt extensiever

- Landbouwgrond op A2-locatie komt te koop tegen € 9,00 per m<sup>2</sup>;
- Recreatieondernemer wil hierop moderne camping met uitgebreide kustlandschapsbouw ontwikkelen. A2 wordt A1 locatie;
- Zijn concept is een mix van kampeerplekken en verhuurchalets. De verhuurchalets worden verkocht inclusief kavel;
- Zijn kosten voor landschap, infra en nutsvoorzieningen bedragen circa € 40,00 per m<sup>2</sup>;
- Voor uitkoop is € 1.5 miljoen beschikbaar voor uitkoop 'verouderde campings' (dit zijn 100-150 plekken, afhankelijk van de locatie); voor 350 nieuwe kavels kunnen 100-150 kavels elders (ca. €10,- per m<sup>2</sup>) worden gesaneerd. Onder die voorwaarde is zijn ontwikkeling realistisch haalbaar;
- Zijn grondexploitatie resultaat is ruim € 15,00 per m<sup>2</sup>.



## Landbouwgrond wordt resort

- Ontwikkelaar wil op landbouwgrond 1,5 km. vanaf de duinen (in de polder, B-locatie) een fraai landschap en bungalowresort realiseren;
- Zijn koopsom voor de grond is gemiddeld circa € 10,00 per m<sup>2</sup>;
- De landschaps- en infrastructurele kosten zijn € 40,00 per m<sup>2</sup>;
- Alle overige ontwikkelingskosten zijn € 30,00 per m<sup>2</sup> (procedure en onderzoeken voor gewaagd plan);
- Door de ontwikkeling van een hoogwaardig woon- en recreatieresort kan de grondwaarde (op basis van markt) stijgen naar € 125,00 per m<sup>2</sup>;
- Zijn grondexploitatieresultaat bedraagt circa € 45,00 per m<sup>2</sup>. Hiervan zou een camping op een C-locatie kunnen worden uitgekocht;
- Zijn resultaat is dan wel marginaal.





5  
Haalbaarheid



## Haalbaarheid 1:1-regeling alleen op basis van marktwaarden

- De 1:1-regeling is in verschillende cases theoretisch haalbaar, maar in praktijk is het alleen te realiseren indien verkoopbungalows worden ontwikkeld in de plaats van niet-vitale campings;
- Nieuwe bungalowontwikkelingen op bestaande bungalowparken (of uitkoop van bungalowparken) zijn in praktijk zeer weerbarstig (VVE);
- Financiering voor nieuwe campings is sowieso moeilijk te verkrijgen (alleen uitpondig van kavels lijkt een financieringsbron), laat staan dat nieuwe campings andere niet-vitale campings uitkopen en daarbovenop (her)ontwikkelingen plegen;
- Voor projectontwikkeling en verkoop van kavels is het bij de ontwikkeling van bungalows op A-locaties mogelijk om bijvoorbeeld 2-3 kampeereenheden te saneren;
- Soms kan ook bij verkoop van kampeerkavels enige uitkoop plaatsvinden maar dan meer in de verhouding van 2:1 (twee nieuwe kavels voor één gesaneerde kampeerkavel).




## 1:1-regeling alleen haalbaar bij verkoop van bungalows

- Feitelijk blijkt nu (ook in de praktijkcases) dat 1:1 sanering en landschapsproductie alleen gefinancierd kan worden door verkoop van bungalows/kavels aan investeerders (vaak particulieren);
- Doorzetten van de regeling leidt tot een nieuwe monocultuur van bungalowparken aan de Zeeuwse kust (dit is nu al zichtbaar);
- Met een bungalowpark kan veel sanering worden gefinancierd (2-3 kampeereenheden per bungalow);
- Wellicht kan deze bron wel als instrument worden ingezet, maar om de kustvisie te realiseren zou dat een beperkt deel van het nieuw te ontwikkelen aanbod moeten zijn.



De kustvisie zal niet automatisch gerealiseerd worden

**HEDEN**



**DELTA BROKKELT AF**

Opkomst massatoerisme:  
Scheiding der functies leidt tot monocultuur



**TOEKOMST**



**DELTAWAARDEN HERSTELD**

Ontwikkeling kwaliteitstoerisme:  
Door nieuwe synergie tussen toerist,  
landschap en bevolking is  
de Delta in een dynamisch evenwicht





## Dat is de weg van de minste weerstand

Niets doen? Of 1:1 saneren?  
Dan ontstaat een situatie die  
- nog meer dan nu- uitmondt in  
een eenzijdig aanbod van aan  
particulieren verkochte kavels  
en nieuwe VVE's.





5

## Conclusies en aanbevelingen



## Een meervoudig doel vraagt een integraal instrument

- Het sector-gebonden 1:1-instrument blijkt niet haalbaar en bovendien leidt het tot ongewenste neveneffecten;
- Doel van de Zeeuwse kustvisie is integrale kwaliteitsverbetering van landschap/natuur en verblijfsaccommodaties:

### **Kustvisie Zeeland**

Focus op integratie van recreatie met natuur, landschap, ecologie en cultuur van de Zeeuwen (lokaal DNA). In dit kader wordt ingezet op landschap produceren in plaats van verbruiken.

- Feitelijk is dit een meervoudig doel waarbij meerdere belangen en sectoren gemoeid zijn;
- Daarom pleiten wij voor een integraal instrument dat balans vindt tussen diverse belangen.



## Leren van andere integrale instrumenten

- Andere instrumenten zijn nodig om de meervoudige doelen toch te realiseren;
- In andere sectoren is het instrument gebiedsontwikkeling een beproefde methode voor het bereiken van meervoudige doelen. Bij de (her)ontwikkeling van woonwijken of binnensteden zijn ook diverse belangen gemoeid: infrastructuur, groenvoorzieningen, culturele voorzieningen, wonen, winkelen, sport, etc.;
- Bij deze ontwikkelingen streeft men ernaar om de balans tussen algemene of financieel niet-haalbare activiteiten en economisch rendabele functies te vinden door integraal te ontwikkelen en te exploiteren. Functies met een hoge grondopbrengst financieren (een deel van) de algemene of niet rendabele activiteiten. Dit is nodig om een gewenst totaalproduct te realiseren;
- In de Zeeuwse Kustvisie is dit instrument ook toepasbaar. In onze visie zou het mechanisme van verkoopbungalows (eerste en tweede woningen), gebruikt kunnen worden om totaalgebieden inclusief natuur, cultuur, sanering van niet-vitaal aanbod en andere onrendabele activiteiten te financieren;
- Daarom moeten we integraal gaan ontwikkelen: op mesoniveau (gebiedsniveau) de gebiedskwaliteit verbeteren en een aantrekkelijk en divers aanbod creëren (natuur, bio-landbouw, dagrecreatie, verblijfsrecreatie, cultuur, etc.).



## Grondexploitatie is een structurerend financieringsmiddel

- Een uitgekende grondexploitatie vormt de basis van de haalbaarheid. Ook hier gaat het om een balans tussen 'verdieners en kostenmakers'. Naar rato van grondwaarden dragen de individuele investeerders/ondernemers bij aan de gebiedsontwikkeling, net zoals dat bij de ontwikkeling van woonwijken en winkelcentra gebeurt;
- Zo ontstaat gewenste gebiedskwaliteit aan de Zeeuwse kust en een nieuw evenwicht tussen ontwikkelen en exploiteren;
- Het is van belang om de verplichte verevening in de huidige vorm in te zetten als instrument voor gebiedsontwikkeling. Dat geldt ook voor andere subsidieregelingen of overheidsmiddelen (bijv. opbrengst toeristen-, forenzenbelasting, kustbescherming, natuurbeheer, etc.) die dan ingezet worden voor natuur, infrastructuur, cultuur, als onderdeel van de gebiedsontwikkeling.



## Gebiedsontwikkeling sluit aan bij praktijk

- Op Schouwen-Duiveland heeft men positieve ervaringen met (her)ontwikkelen op 'meso-niveau';
- Ook de aandachtsgebieden in de Zeeuwse Kustvisie hebben vaak een meso-karakter (Nieuwvliet-Bad en omgeving Vrouwenpolder) en vragen om een integrale oplossing;
- Bij deze ontwikkelingen is in onze visie een gebiedsregisseur (of ontwikkelaar) nodig om het gebiedsconcept boven het individuele bedrijfs- of projectniveau te tillen;
- In toerisme en recreatie kennen wij geen of weinig private partijen die dit vak beheersen. Om die reden valt te overwegen een Zeeuwse Kust Transitimaatschappij op te richten.

**Gebiedsontwikkeling** is een ruimtelijke ordeningsterm voor de ontwikkeling van een afgebakend gebied in al haar facetten, gericht op het op een lijn brengen van publieke, private en particuliere belangen die bestuurlijke en sectorale grenzen doorsnijden, waarbij overheden samenwerken met maatschappelijke partners en risicodragend participeren. Gebiedsontwikkeling is een vorm van publiek-private samenwerking.

Bron: Wikipedia



## Wat is de Zeeuwse Kust Transitie maatschappij?

- Dit is een publiek-private organisatie die integraal plant en ontwikkelt en daarbij een mix van instrumenten hanteert, maar de grondexploitatie als leidend principe heeft;
- Activiteiten:
  - Marktgerichte gebiedsconcepten maken
  - Gebiedsconcepten implementeren door o.a.:
    - Het maken van een grondexploitatie model;
    - Het aankopen van landbouwgrond;
    - Het slim uitkopen van niet-vitale recreatiebedrijven;
    - Het verkopen van grond aan recreatieondernemers, natuur-, landschapsbeheerders, bio-boeren en projectontwikkelaars;
    - Organiseren gebiedsbeheer.



## Hoe nu verder?

- Onderzoek de haalbaarheid van integrale gebiedsontwikkeling in een belangwekkend gebied met zowel natuur als recreatieve belangen;
- Naast een theoretische verkenning van de haalbaarheid is het gewenst om één of enkele pilotgebieden te benoemen;
- Het zou praktisch veel waarde hebben als belanghebbenden in bestaande ontwikkelingsgebieden (zoals omgeving Vrouwenpolder en Nieuwvliet-Bad) een pilot willen adopteren. Dit moet op korte termijn worden getoetst.

