

# Oversteek naar de Delta?

De kansen van de Engelse watersportmarkt  
voor het Deltagebied

*Kenniscentrum Toerisme & Recreatie*

*Hogeschool Zeeland*

*Hiswa Zuidwest-Nederland*

---



*In opdracht van:*  
**Provincie Zeeland**

**Maart 2007**

## Inhoud

---

<b>1. Inleiding</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Onderzoeksmethode</b> .....	<b>6</b>
<b>3. Wat is het profiel en gedrag van de Engelse toerist aan Nederland?</b> .....	<b>8</b>
3.1 <i>Profiel</i> .....	8
3.2 <i>Reisgedrag</i> .....	8
3.3 <i>Vervoer naar Nederland</i> .....	10
3.4 <i>Imago van Nederland</i> .....	10
<b>4. Wat is de omvang van de Engelse watersporters?</b> .....	<b>13</b>
<i>Deelname aantallen 2005</i> .....	14
<b>5. Wat zijn de kenmerken van de Engelse toervaarder?</b> .....	<b>16</b>
<i>Deelname naar sekse</i> .....	16
<i>Deelname naar leeftijd in percentages</i> .....	16
<i>Deelname naar sociaal-economische groep (SEG) in percentages</i> .....	17
<i>Deelname naar arbeidsstatus in percentages</i> .....	18
<i>Deelname naar levensfase in percentages</i> .....	19
<i>Deelname naar levensfase in absolute aantallen</i> .....	19
<b>6. Wat zijn de herkomstgebieden?</b> .....	<b>21</b>
<i>Deelname naar regio in percentages</i> .....	21
<i>Deelname naar regio in absolute aantallen</i> .....	21
<b>7. Hoe is de verdeling van de ligplaatsen over Groot-Brittannië?</b> .....	<b>23</b>
<b>8. Wat is het vaargedrag?</b> .....	<b>28</b>
<i>Frequentie van deelname per jaar in Groot-Brittannië in percentages</i> .....	28
<i>Frequentie van deelname per jaar in Groot-Brittannië in absolute aantallen</i> .....	28
<i>Frequentie van deelname per jaar in het buitenland in percentages</i> .....	29
<i>Frequentie van deelname per jaar in het buitenland in absolute aantallen</i> .....	29
<i>Verdeling deelnamefrequentie</i> .....	30
<b>9. Hoeveel Engelse toervaarders komen er nu in de Delta?</b> .....	<b>31</b>
<b>10. Hoe is de situatie met betrekking tot verhuur van jachten?</b> .....	<b>34</b>

<b>11. Overige gegevens .....</b>	<b>35</b>
11.1 <i>Combinaties in watersporten.....</i>	35
11.2 <i>Lidmaatschap van clubs.....</i>	35
11.3 <i>Gegevens uit Maya 1 .....</i>	37
11.4 <i>Internetgebruik .....</i>	37
11.5 <i>Boekingsgedrag van de Engelse toevaarder .....</i>	38
11.6 <i>Economisch belang watersport in Groot-Brittannië .....</i>	38
<b>12. Resultaten expertmeeting .....</b>	<b>39</b>
12.1 <i>Beleidsmatige aspecten .....</i>	41
12.2 <i>De watersporter.....</i>	42
12.3 <i>De jachthaven .....</i>	43
12.4 <i>Het vaargebied.....</i>	44
12.5 <i>Promotie.....</i>	45
<b>13. Conclusies en aanbevelingen.....</b>	<b>46</b>
<b>14. Bronvermelding.....</b>	<b>51</b>
<b>15. Bijlage: vragenlijst .....</b>	<b>53</b>

## 1. Inleiding

---

In 2002 is een start gemaakt met het op de kaart zetten van de watersport in Zeeland en de Delta. Zeeland is een waterrijke provincie, maar dit is altijd benaderd vanuit de verdediging tegen het water. De (toeristische) watersport werd echter een belangrijke economische tak van “sport”: het werd daarom tijd om deze kansen te gaan benutten.

De provincie Zeeland heeft samen met het bedrijfsleven het “Watersportactieplan” tot stand gebracht. In dit plan heeft een aantal partijen samengewerkt, waaronder o.a. overheden, de ondernemers (incl. de brancheorganisatie HISWA), Kamer van Koophandel, ANWB, BOD en Bureau voor Toerisme Zeeland.

Daarnaast is ook veel aandacht besteed aan het promoten van de regio. Het BTZ heeft dit traject getrokken en is samen met de ondernemers gaan werken aan een promotieplan voor drie jaar. Het project Delta Waterland (logo in het kader van de promotie) heeft geleid tot een kwalitatief hoogstaande brochure (Deltagids) die grote waardering kent bij de consument. Het Deltagebied is gepromoot als watersportgebied bij uitstek met zeer goede mogelijkheden om de vakantie ook aan wal door te brengen.

In 2005 liep het watersportactieplan ten einde. Het partnership tussen het BTZ en de ondernemers leidde tot een plan dat is neergelegd bij de betrokken provincies. Nieuwe plannen werden gemaakt en de financiering is door alle partijen tot stand gebracht. Bovendien is in Zeeland watersport nadrukkelijk op de beleidsagenda gezet. Zowel in het Provinciaal Economisch Beleidsplan als in het Integraal Omgevingsplan wordt de ruimte geboden aan ontwikkeling van de watersport. Nieuwe initiatieven, uitbreiding ligplaatsen, de overheid biedt de mogelijkheden voor ondernemers om te ondernemen.

Voor de toekomst liggen er nog vele kansen. De samenwerking tussen de provincies Brabant, Zeeland en Zuid Holland vormt hiervoor een goede basis. Maar ook de samenwerking met Antwerpen is van belang. Op basis hiervan kunnen ook steden als Gent, Brugge en Oostende gaan meedenken en ontwikkelen. De watersporter heeft geen belang bij provinciale of landelijke grenzen. Er wordt gekeken naar het vaargebied en de Delta wordt nadrukkelijk als geheel gezien. Investerings uit het verleden moeten benut gaan worden in de toekomst. Nieuwe markten zijn nodig om deze ontwikkeling te realiseren. De wens om de Engelse markt te bewerken is daarom nu aangebroken: de opgedane contacten als gevolg van de verschillende activiteiten leggen hiervoor de basis. Een duurzame ontwikkeling van de watersport vraagt ook om een duurzame promotie van het gebied en daarvoor moet een duurzame samenwerking op touw worden gezet.

Om de mogelijkheden van deze nieuwe markt zo goed mogelijk te kunnen uitwerken, hebben het Kenniscentrum Toerisme en Recreatie Zuid Nederland, ondergebracht bij de Hogeschool Zeeland, en HISWA regio Zuid West Nederland gezamenlijk een voorstel gemaakt om beter inzicht te krijgen in de mogelijkheden die de Engelse markt kan bieden voor Delta Waterland (Deltagebied). In dit onderzoek draait het zoals aangegeven om de Engelse markt: hoe ziet deze er uit en hoe kan de Delta hier op inspelen?

De vraagstelling is nadrukkelijk gestuurd vanuit de sector zelf. Gezien het belang voor de overheden en de wens om al snel aan de slag te gaan, is het onderzoek opgedeeld in twee fases:

1. Het verzamelen van informatie over de Engelse markt door middel van deskresearch;
2. Onderzoek bij sleutelpersonen; dit zijn ondernemers in Groot-Brittannië, directeur NBTC London, vertegenwoordigers van cruisingclubs, eventueel watersportmedia. Tevens wordt een expertmeeting opgezet om productideeën te creëren en te toetsen.

Gezien de korte doorlooptijd van de deskresearch is het mogelijk dat nog nieuwe bronnen in de tweede fase worden toegevoegd. Zo zullen de conclusies zoals beschreven nog niet hard zijn, hooguit geven zij een richting aan.

Uiteindelijk zal na fase 2 het definitieve rapport worden samengesteld, deze rapportage fase 1 maakt daar dan weer deel van uit.

Na uitvoering van de eerste twee fasen blijkt welke gegevens daadwerkelijk beschikbaar zijn. De onderzoeksgegevens moeten de basis vormen voor nieuwe plannen op de Engelse markt. Het verdient wellicht de aanbeveling toch ook het consumentenonderzoek uit te voeren in het voorjaar van 2007. Toetsing van gedrag, maar ook van nieuwe producten staat dan centraal. Hiermee komen de ondernemers goed beslagen ten ijs. Het Kenniscentrum Toerisme & Recreatie heeft dit overigens ook reeds geoffreerd.

## 2. Onderzoeksmethode

---

Het onderzoek naar de Britse markt als mogelijke nieuwe doelgroep voor Delta Waterland wordt uitgevoerd door het Kenniscentrum Recreatie en Toerisme Zuid Nederland (Hogeschool Zeeland) en de HISWA regio Zuid West Nederland. Het project is in 2 fasen verdeeld:

- Fase 1: kwantitatief onderzoek door middel van deskresearch: het bundelen van bestaande gegevens en vertalen naar het Deltagebied inclusief nulmeting. Om deze fase uit te kunnen voeren is eveneens de speurtocht naar beschikbare bronnen aan de orde.
- Fase 2: kwalitatief onderzoek bij de ondernemers: het opzetten van een expertmeeting waarbij Engelse ondernemers zich zullen buigen over een aantal vraagstukken (wat weten zij bijvoorbeeld van de Britse watersporter?)

Zoals eerder in de inleiding is aangegeven, komt de watersporter zelf nog niet aan het woord. De mogelijkheid bestaat in het voorjaar van 2007 alsnog te laten uitvoeren. De noodzaak zal afhangen van de beschikbaarheid van relevante gegevens vanuit de deskresearch en de informatie die wordt verstrekt door de sleutelpersonen c.q. experts.

Dit rapport presenteert de uitkomsten van de eerste fase, oftewel het deskresearch. Ten eerste geeft dit onderzoek het profiel en het reisgedrag van de Engelse toerist aan Nederland weer. Dit onderdeel geeft u een beeld in de Engelse reismarkt en het bevat verschillende aandachtspunten. Daarnaast is er een aantal deelvragen opgesteld, om zo een beeld te vormen van de huidige Engelse watersportmarkt en eventuele trends:

1. Wat is de omvang van de Engelse watersporters?
2. Wat zijn de kenmerken van de Engelse toerist?
3. Wat zijn de herkomstgebieden?
4. Hoe is de verdeling van de ligplaatsen over Groot-Brittannië?
5. Wat is het vaargedrag?
6. Hoeveel toeristen komen er nu in de Delta?
7. Hoe is situatie met betrekking tot verhuur van jachten?

Aanvankelijk bestond fase 1 uit nog 4 andere deelvragen, namelijk over de uitgaven per dag van de watersporter, de grootte van de markt van watersporters zonder eigen boot en de kenmerken van deze groep. Verder is van belang te weten wat de acceptabele reistijd is naar de jachthaven. Deze gegevens zijn echter niet aangetroffen in het deskresearch en de vragen worden daarom meegenomen naar de tweede fase van het onderzoek en worden daarmee voorgelegd aan experts c.q. sleutelpersonen.

De beschikbaarheid van bronnen op het gebied van de watersporter is zeer divers. Goede en bruikbare bronnen zijn moeilijk te vinden, zeker omdat de kwaliteit van de bronnen van groot belang is. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van recente bronnen, dat wil zeggen onderzoeken van afgelopen jaar of tenminste 2004/2005. Dit omdat de markt met betrekking tot toerisme aan verandering onderhevig is en oudere bronnen zouden daardoor een vertekend beeld geven.

Watersport is een beperkt onderzochte tak binnen het toerisme, zowel in Nederland als in Groot-Brittannië. De meeste onderzoeken gaan over accommodaties, dagtrips en vervoer per vliegtuig, trein of auto. Om bruikbare gegevens te vinden, is er in eerste instantie gezocht via algemene zoeksites. Hieruit kwam ten eerste British Waterways naar voren. Deze publieke organisatie onderhoudt meer dan 3.500 kilometer aan rivieren en kanalen in Engeland, Schotland en Wales. Van deze instantie is gebruik gemaakt van het Jaarverslag

2005/2006, maar deze bood niet alle verlangde specifieke informatie voor dit Delta-onderzoek. British Waterways raadde daarom aan de British Marine Federation (BMF) te contacteren, de handelsorganisatie voor de Britse vaarindustrie. Deze 1.500 leden tellende organisatie voert jaarlijks een groot onderzoek uit naar de watersportmarkt en publiceert de resultaten in de “Watersports and Leisure Participation Survey” (WLPS). In dit project is gebruik gemaakt van de laatste versie uit 2005. Het onderzoek is gehouden onder 12.000 respondenten in Groot-Brittannië en Noord-Ierland en is opgezet om het deelnameniveau in watersport te kunnen weergeven. Dit wordt gedaan vanuit diverse categorieën, o.a. leeftijd, sociale klasse en levensfase.

Vanwege het feit dat dit een jaarlijks terugkerend onderzoek is, weten de partijen die bij dit onderzoek betrokken zijn precies waar de benodigde informatie vandaan gehaald kan worden en dit verhoogt de betrouwbaarheid van het rapport. BMF is niet de enige organisatie die hieraan gewerkt heeft: de Royal Yachting Association (RYA), Sunsail, de Maritime Coastguard Agency (MCA) en de Royal National Lifeboat Institution (RNLI). Deze instanties beschikken samen over de kennis om deze survey over geheel Groot-Brittannië te kunnen samenstellen. Naast de BMF is de RYA een zeer nuttige instantie. Het is een Britse organisatie voor recreatieve booteigenaars en telt ruim 103.000 leden. Ze organiseert trainingen en geeft daarnaast ook diverse boeken uit. In paragraaf 9.2, “Lidmaatschap van clubs” vindt u meer informatie over de kenmerken van de RYA-leden.

Aangezien deze belangrijke Engelse instanties allen naar de “Watersports and Leisure Participation Survey” wijzen, is het de enige echte bruikbare bron met cijfers over de Engelse watersportmarkt.

Daarnaast is er gezocht naar een bureau met statistieken over Groot-Brittannië, als het ware het Britse CBS. Dit is het ONS: Office for National Statistics. Zij houden in principe weinig cijfermateriaal van de watersportmarkt bij. Via zoeksites is er gekeken naar overzichten met de diverse havens en ligplaatsen in het zuiden van Engeland. Hier is geen concrete site voor, vandaar dat er verschillende websites zijn geraadpleegd.

Verder is er informatie bij binnenlandse instanties verzameld, zoals de HISWA, het NBTC en de Stichting Recreatie. Ook is er gebruik gemaakt van het netwerkrapport van het Maya 1 project en de Southern North Sea Marina Tourist Guide, samengesteld door het NBTC. Het NBTC heeft daarnaast ook een zeer bruikbaar marktrapport over Groot-Brittannië: het “Marktrapport 2004 Verenigd Koninkrijk”. Dit is een studie met een groot aantal gegevens over het profiel en het reisgedrag van de Engelse bezoeker aan Nederland. Dit is niet specifiek gericht op watersport, maar er kan veel informatie voor dit Delta-onderzoek uit afgeleid worden. Tenslotte heeft het NBTC een zeer recent rapport uit november 2006 gepubliceerd: “Destinatie Holland, de buitenlandse toerist nader bekeken”. In 2005 startte het grootschalige Onderzoek Inkomend Toerisme en gedurende het hele jaar zijn 5000 buitenlandse toeristen ondervraagd over hun bezoek aan Nederland. Het rapport geeft informatie over bezoekmotieven, boekingsgedrag, consumentenprofielen en bestedingen.

Om erachter te komen hoeveel Engelsen er op dit moment de jachthavens bezoeken in het Deltagebied zijn de betreffende havens en watersportverenigingen gecontacteerd. Bovendien hebben de “Seven Sisters” meegewerkt: een samenwerkingsverband van 7 Zeeuwse havens. De volgende havens maken hiervan deel uit: Jachthaven Bruinisse, Oosterschelde Marina Kats, Delta Marina in Kortgene, Marina Port Zélande, Roompot Marina, Herkingen Marina en Jachthaven Wemeldinge. Van deze havens zijn e-mailadressen, websites en telefoonnummers verzameld om zo enkele vragen te kunnen stellen. Deze hadden betrekking op het aantal vaste ligplaatsen van Britten en het aantal Britse passanten (zeilboten en motorjachten). Enkele havens gaven extra gedetailleerde informatie, zodat er ook andere aspecten naar voren kwamen.

Tenslotte zijn al deze gegevens met elkaar in verband gebracht en zijn de deelvragen beantwoord.



### 3. Wat is het profiel en gedrag van de Engelse toerist aan Nederland?

---

Specifieke informatie over de watersporter ontbreekt. Wel is recent onderzoek gedaan naar de Britse toerist. Wat is zijn profiel en hoe gedraagt hij zich als hij naar Nederland gaat? Aan de hand van het "Marktrapport 2004 Verenigd Koninkrijk" van het NBTC kan hier een goed beeld van geschetst worden. Daarnaast heeft het NBTC zeer recent een ander onderzoek gepubliceerd: "Destinatie Holland, de buitenlandse toerist nader bekeken". Ook dit rapport geeft bruikbare informatie. De gegevens worden gebruikt in de tweede fase en worden ter toetsing aan de experts aangeboden of dit eveneens van toepassing is op de watersporter. Deze paragraaf geeft de belangrijkste punten weer, die in dit gehele Deltaonderzoek in het achterhoofd gehouden kunnen worden.

#### 3.1 Profiel

In het kader van het profiel van de toerist kan gekeken worden naar geslacht, leeftijd en sociale klasse.

Ten eerste het *geslacht*: er is nauwelijks onderscheid te merken tussen mannen en vrouwen als het gaat om deelname aan vakanties.

Ten tweede de *leeftijd*: op dit moment reizen Britten in de leeftijd tussen 25 en 44 jaar het meest, gevolgd door de 45-64 jarigen. De Britse reismarkt is echter wel aan het vergrijzen: van alle Engelse toeristen was in 2004 meer dan 21,7% ouder dan 50. In de afgelopen 50 jaar is de bevolking van Groot-Brittannië erg vergrijsd, meer dan in andere Europese landen. Deze trend komt ook terug in het reisgedrag: gepensioneerden reizen vaker tijdens korte vakanties en hebben over het algemeen meer belangstelling in cultuur. Dit heeft als gevolg dat een groot percentage van de Britse toeristen ruime reiservaring heeft en het gaat om goedgeïnformeerde en veeleisende klanten.

Tenslotte is de *sociale klasse*: uit het marktrapport van het NBTC blijkt dat de aantrekkelijkste doelgroep in het Verenigd Koninkrijk bestaat uit goed opgeleiden met een bovengemiddeld tot hoog inkomen. Het gaat hierbij om de sociaal-economische groepen AB en C1 (meer hierover in Hoofdstuk 5): 'empty nesters' (50+ stellen waarvan de kinderen het huis hebben verlaten), koppels in de leeftijd tussen 25 en 40 jaar en gezinnen met jonge kinderen. Deze categorieën wonen voornamelijk in Londen en Zuidoost-Engeland. In het rapport "Destinatie Holland" staat dat Zuidoost-Engeland ook het belangrijkste herkomstgebied is qua toerisme met een aandeel van 26%. Dit gebied wordt gevolgd door Londen (20%) en het gebied van Liverpool, Leeds en Manchester (15%).

#### 3.2 Reisgedrag

Tussen 1998 en 2002 is het aantal Britse bezoekers aan buitenlandse bestemmingen gegroeid van 50,9 miljoen tot 59,4 miljoen. Van deze bestemmingen lag 74% in Europa en is het gevolg van de goedkope vliegtickets van low-cost carriers en de gunstige economische omstandigheden.. Hieronder valt bijvoorbeeld ook de sterke positie van het Britse pond. Tussen april 2003 en april 2004 groeide het aantal buitenlandse bezoeken nogmaals, dit keer met 3%. Verwacht wordt dat deze stijgende lijn zich in de toekomst zal voortzetten. Het aantal vakanties dat in het eigen land gevierd wordt, laat een andere trend zien: dit percentage is tussen 1997 en 2003 afgenomen en daalde in 2003 met 7% ten opzichte van 2002.

Gemiddeld beschikt het grootste deel van de bevolking over 24 vakantiedagen per jaar. De twee bank holidays in mei en augustus en de paasvakantie zijn populaire periodes om korte vakanties op te nemen, om bijvoorbeeld naar Nederland te gaan.



De Brit gaat steeds vaker en korter op vakantie, een verschijnsel dat verschillende oorzaken heeft. Vooral het steeds toenemende aanbod van vluchten, uitgevoerd door low-cost carriers. Hierdoor wordt het veel makkelijker om er even tussenuit te gaan. Bovendien kan men deze trips boeken via Internet: op het gebied van korte stedentrips is het online boeken een grote en explosief groeiende markt. De voorkeur van de reiziger gaat uit naar een duur van 1 tot 3 nachten. De afgelopen 10 jaar is het aantal mensen dat per jaar 2 tot 3 keer op vakantie gaat, jaarlijks met gemiddeld 9,1% gegroeid. Gemiddeld nemen Engelsen meer dan 2 vakanties van 4 of meer nachten per jaar en bij 90% hiervan ligt het totaal aantal nachten onder de 15.

Stedentrips zijn belangrijke invullingen van zo'n korte vakantie. Vroeger waren de pakketreizen populair: pakketten bestaande uit vliegreis en hotelaccommodatie. MORI Research heeft echter in januari 2004 geconstateerd dat de pakketreizen minder populair zijn dan individueel geplande en geboekte reizen.

Wanneer de Brit in Nederland is, bezoekt hij graag bars en cafés (16%) restaurants (13%) en musea. Ook maakt hij graag een wandel- of fietstocht (8%) en het bezoeken van bijzondere gebouwen of historische locaties (15%) is ook zeer in trek. De stedentrip is dan ook het populairste vakantie-type. Voor 8% is het bezoek aan familie of vrienden de belangrijkste activiteit.

Britten geven in het buitenland meer uit dan dat er in hun eigen land door toerisme inkomt: voor elk Pond dat buitenlandse bezoekers in Groot-Brittannië spendeerden in 2003, gaf de Engelsman £ 3 uit in het buitenland. Gemiddeld gaf de Brit in dat jaar per dag £ 70 (€ 105,-) uit tijdens de vakantie in Europa: een toename van 22% ten opzichte van 1998. Deze cijfers komen uit het marktrapport uit 2004, maar ook "Destinatie Holland, de buitenlandse toerist nader bekeken" geeft cijfers. Deze cijfers zijn zeer recent omdat zij over het jaar 2005 gaan. Uit dit onderzoek blijkt dat Britten het meest uitgeven: in 2005 spendeerden de Engelse toeristen in totaal 874 miljoen euro in ons land. Per persoon per dag komt dit neer op een bedrag van € 254: verreweg het meest van alle nationaliteiten. Het gemiddelde ligt op € 181. Over het gehele verblijf geeft de Engelsman € 472 uit, wat hoog is vergeleken bij het gemiddelde van € 354.

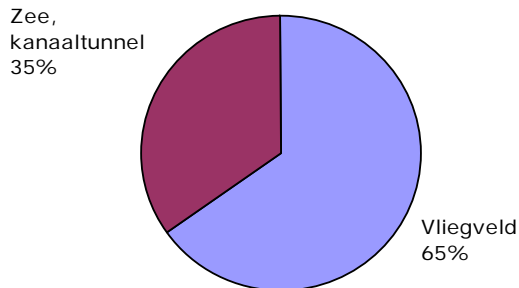
Ook de verschillende socio-economische groepen vertonen bepaalde kenmerken als het om reizen gaat. De jonge stellen zijn impulsief, regelen alles zelfstandig en vinden activiteiten belangrijk in hun vakantie. Korte trips en de laatste trends zijn zeer in trek bij deze groep. De empty nesters zijn niet gebonden aan schoolvakanties en hebben daardoor veel vrijheid: ze zijn flexibel. Het zijn kritische reizigers die graag geld hieraan uitgeven. Men laat zich beïnvloeden door speciale aanbiedingen en maakt jaarlijks minimaal 2 stedentrips. De jonge gezinnen zijn afhankelijk van de schoolvakanties. Autovakanties zijn populair en ook hecht men veel waarde aan veiligheid en een familiesfeer, bijvoorbeeld in vakantieparken.

Zoals al eerder vermeld, komen de Engelsen voornamelijk voor stedentrips naar Nederland. Kust- en strandvakanties hebben niet echt de belangstelling en ook het platteland op zichzelf heeft weinig aantrekkingskracht. De volgende tabel geeft dit weer:

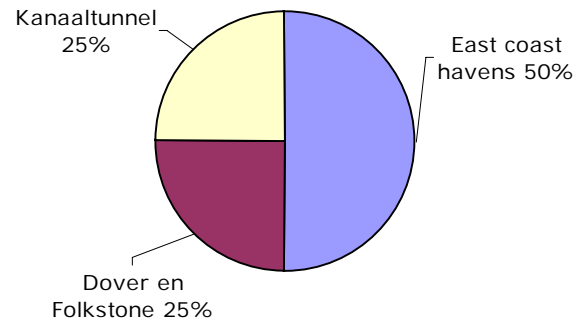
Vakantietype	%
Stedentrip (1 stad)	28%
Platteland	1,6%
Kust	0,8%
Kust & Stad	12,6%
Multi stedentrip	15%
Platteland & Stad	31%
Kust & Platteland	11%

### 3.3 Vervoer naar Nederland

**Vervoer naar Nederland**



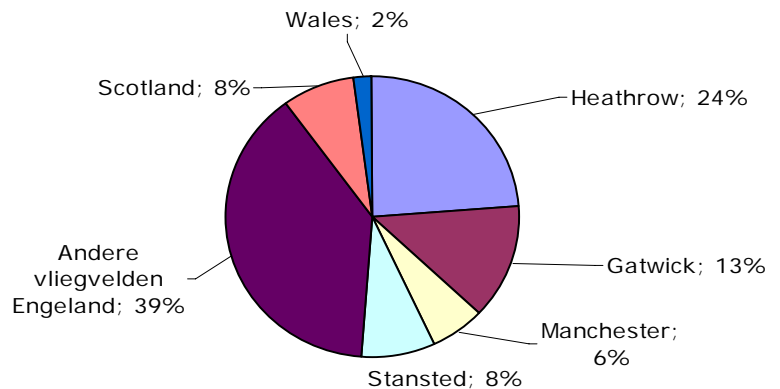
**Via havens en tunnel naar NL**



Te zien is dat men in 2/3 van de gevallen het vliegtuig naar Nederland neemt. De luchthaven van Londen Heathrow is de belangrijkste.

Wanneer men vanuit de haven naar Nederland komt, zijn de havens aan de oostkust het belangrijkste. Dit heeft als oorzaak dat er directe lijnen zijn tussen de 2 landen en de havens zijn goed verspreid.

**Via vliegvelden UK naar NL**

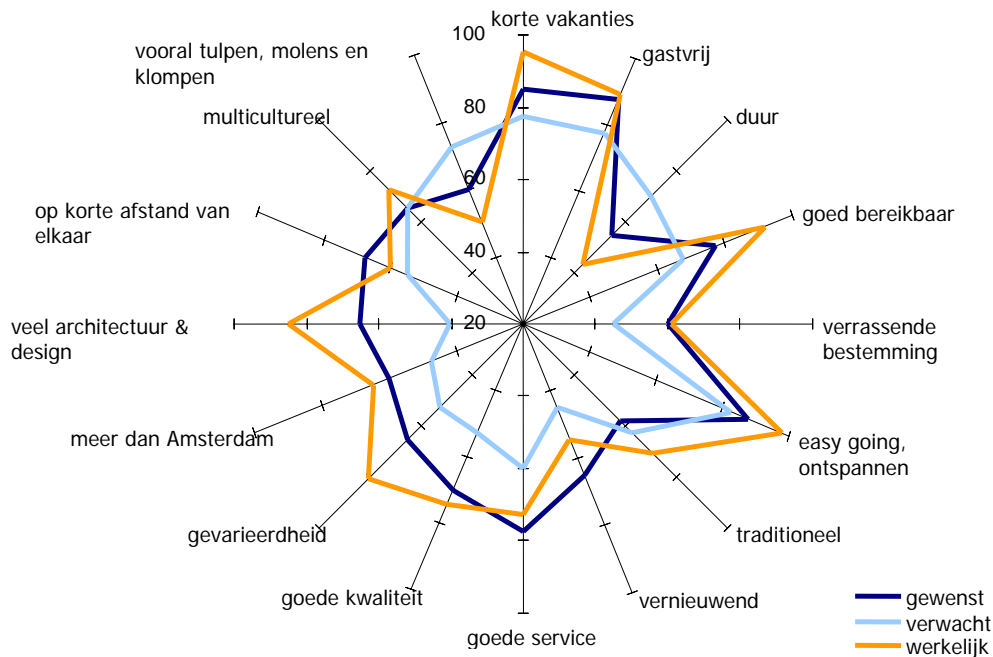


### 3.4 Imago van Nederland

In 2004 is er een Imago Onderzoek uitgevoerd en hieruit blijkt dat Nederland als vakantieoord vooral wordt geassocieerd met het nemen van korte (steden)vakanties, goede bereikbaarheid, ontspanning en een groot aanbod van architectuur en design. De belangrijkste bevindingen van dit onderzoek onder 580 Britten zien er als volgt uit.

De vriendelijke mensen en het mooie landschap zijn 2 sterke punten van Nederland. Naast vriendelijk beschouwen de Engelsen de Nederlanders ook als gastvrij, behulpzaam, open en tolerant. Ook Nederland als vakantieoord is beoordeeld: het imago blijkt uit het volgende figuur:

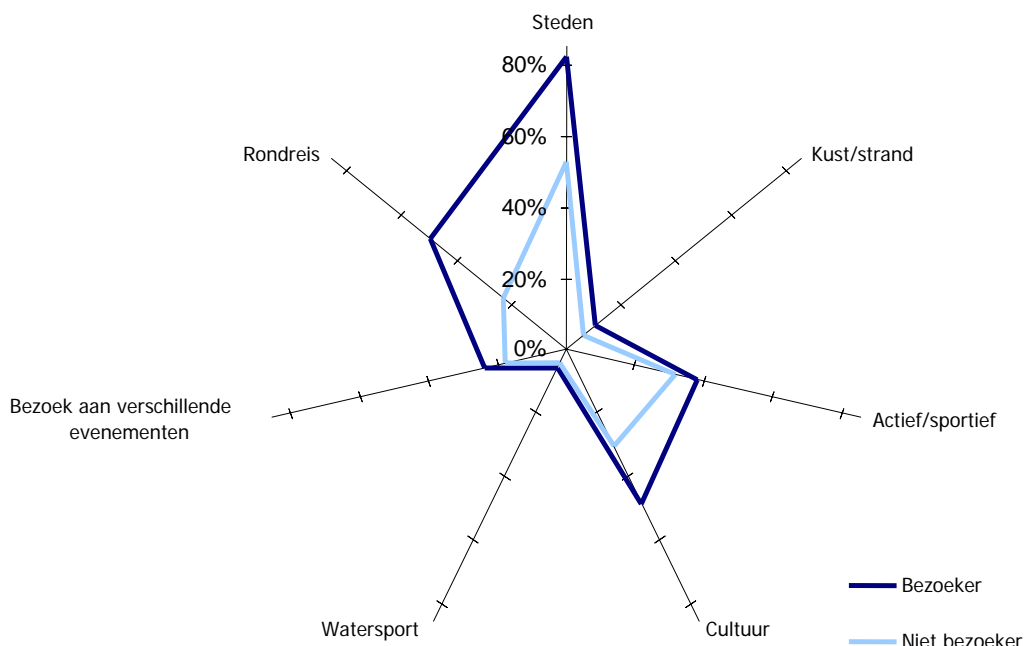
### Huidig, verwacht en gewenst imago Nederland als vakantieland (Bezoekers)



Uit het meest recente rapport van het NBTC blijkt ook dat de Britten zeer positief zijn over Nederland als vakantiebestemming: 49% beoordeelt ons land als 'uitstekend', 39% als 'zeer goed' en 8% als 'goed'. Dit ligt vergeleken bij andere landen erg hoog; alleen toeristen uit Amerika zijn nog positiever. Van de Britten zal 74% dan ook zeker overwegen om nog eens een bezoek aan Nederland te brengen of de bestemming aan te raden aan vrienden.

De ondervraagden hebben ook antwoord gegeven op de vraag in welke mate zij vakanties bij Nederland vinden passen.

### Mate waarin vakanties bij Nederland passen



Wederom blijkt dat de stedentrips met Nederland geassocieerd worden: 82% vindt dit bij het land passen. Het voor dit onderzoek belangrijke element, watersport, laat daarentegen een ander percentage zien: slechts 5% is het eens met de stelling dat Nederland gezien wordt als een watersportbestemming.

De HISWA heeft vanuit het perspectief “watersport” de kenmerken van de Engelse markt onderzocht en is tot de volgende conclusies gekomen:

<i>Demografische ontwikkelingen en trends</i>
1. Stijgend bevolkingsaantal door economische groei
2. Vergrijzing
<i>Economische ontwikkelingen en trends</i>
1. 50-plussers gemiddeld hoger inkomen
2. Economische groei 2005 1,8%
Economische groei 2006 2,3%
Economische groei 2007 2,8%
3. Werkeloosheid afgenomen
4. Hoger inkomen: meer vakantie, meer uitgaven!
<i>Sociaal-culturele ontwikkelingen en trends</i>
1. All-inclusive vakanties
2. Strandtoerisme blijft populair
3. Actieve vakanties
4. Kortere vakanties
5. Stedentrips populair
6. Aantal vliegvakanties neemt toe
7. 60% boekt vakantie via Internet

De volgende hoofdstukken gaan nader in op de watersportmarkt, een markt waar zeker nog veel uit te halen is voor Delta Waterland. Het marktrapport van het NBTC geeft namelijk aan dat er nog veel te ontdekken regio's en nieuwe bestemmingen zijn voor de Britse markt en de Engelse reismarkt is alleen maar aan het groeien: er zijn duidelijke kansen voor bedrijven die willen toetreden tot de Britse markt.

#### **4. Wat is de omvang van de Engelse watersporters?**

---

Het jaarlijkse onderzoek van de British Marine Federation, de Royal Yachting Association, Sunsail, de Maritime Coastguard Agency en de Royal National Lifeboat Institution – “Watersports and Leisure Participation Survey 2005” (WLPS 2005) – geeft een groot aantal gegevens met betrekking tot de Engelse watersportmarkt. Uit dit rapport kunnen we daarom veel informatie halen voor dit onderzoek met betrekking tot de Delta.

De deelname in watersport met betrekking tot 12 verschillende activiteiten staat op 3,5 miljoen volwassenen. Het gaat om de volgende sporten:

- Kanoën
- Waterskiën
- Activiteiten met kleine zeilboot
- Roeien
- Windsurfen
- Gebruik van persoonlijke vaartuigen
- Motorjacht varen / cruisen
- Zeilen
- Speedboot varen
- Racen met een kleine zeilboot
- Kanaalvaren
- Racen met een zeiljacht

Van deze sporten zijn de activiteiten met een kleine zeilboot, het varen en cruisen met een motorjacht, het zeilen en het racen met een zeiljacht de belangrijkste voor dit onderzoek. Het varen en cruisen met een motorjacht en het zeilen spreken voor zich, maar ook de andere twee worden erbij betrokken. De mensen die nu gebruik maken van een kleine zeilboot zijn namelijk de potentiële gebruikers van een grotere zeilboot in de toekomst. De interesse in het zeilen ligt er tenslotte bij hen en bij de goede omstandigheden bestaat de kans dat zij de overstap maken. Ook de watersporters die deelnemen aan races met een zeiljacht zijn van belang: zij zijn ook reeds actief in de zeilwereld en wellicht gaat hun interesse naast het racen ook uit naar zeiltochten.

De reden waarom de andere sporten zoals kanoën en waterskiën zijn opgenomen in de lijst, is omdat er op deze manier een goed beeld gegeven kan worden uit welke sporten de watersportliefhebber op dit moment de keuze heeft. In de volgende tabel zal ook de populariteit van deze sporten naar voren komen, zodat de voor het Deltaonderzoek belangrijke activiteiten vergeleken kunnen worden met de andere activiteiten. Dit kunnen ook nevenactiviteiten zijn, die de zeiler of motorbootvaarder – en zijn reisgenoten - graag in de haven of in zijn vaarregio tijdens de vakantie zou willen ondernemen.

Het patroon in deelname van de laatste vier jaar laat schommelingen zien: in vergelijking met 2004 zijn de deelnameaantallen van 2005 lager, lichtelijk gelijk aan de aantallen van 2003. Het peil in dit jaar was op zijn beurt iets lager dan het niveau van 2002.

Meer dan een kwart van de Engelse bevolking ouder dan 16 jaar spendeert een deel van de vrije tijd aan activiteiten in relatie tot de kust en binnenlandse waterwegen. Ook al nemen er dan wel minder mensen deel aan de watersportactiviteiten; zij die wel actief zijn, gaan vaker. Sommige activiteiten nemen in populariteit toe, vooral het varen met een motorjacht of cruisen, surfen, kitesurfen, wandelen langs de kust en het doorbrengen van de vrije tijd op het strand.

Volgens het WLPS 2005 is de beste schatting voor het aantal deelnemers in bootactiviteiten 6,85%. Groot-Brittannië telt 47.858.000 volwassenen, dus er kan geconcludeerd worden dat er 3.277.000 volwassenen deelnemen aan watersport met betrekking tot verschillende boten. Uit de jaarlijkse survey van de Engelse instanties komt naar voren dat er met 90% zekerheid gezegd kan worden dat het werkelijke aantal ligt tussen 3.097.000 en 4.456.000 mensen.

Naast de 12 genoemde activiteiten definieert het WLPS 2005 nog 9 andere watersportactiviteiten die in het onderzoek betrokken zijn:

- Surfen
- Kitesurfen
- Vissen vanaf de oever
- Vissen vanaf een boot
- Rotsklimmen
- Wandelen langs de kust
- Zwemmen
- Recreatief duiken
- Vrije tijd doorbrengen op het strand

De schatting is dat 26,29% van alle volwassenen in Groot-Brittannië wel deelneemt aan één van de 21 watersportgerelateerde activiteiten. Dit komt neer op 12.580.000 mensen. Met 90% zekerheid kan gezegd worden, dat het aantal ligt tussen 12.267.000 en 12.892.000 deelnemers.

#### Deelname aantallen 2005

Activiteit	Percentage	Absoluut aantal
<i>Alle activiteiten</i>	26,29%	12.579.516
<b>Alle bootactiviteiten</b>	<b>6,85%</b>	<b>3.276.489</b>
Kanoën	2,09%	998.421
Waterskiën	0,77%	369.256
<b>Kleine zeilboot</b>	<b>1,12%</b>	<b>537.677</b>
Roeien	0,99%	471.588
Windsurfen	0,58%	275.367
Jetski	0,78%	374.458
<b>Motorjacht / cruisen</b>	<b>1,19% (in 2004 nog 0,9%!)</b>	<b>567.271</b>
<b>Zeiljacht</b>	<b>0,66%</b>	<b>314.554</b>
Speedboot	0,76%	361.690
Kleine zeilboot – racen	0,30%	144.425
Kanaalvaren	0,54%	260.761
<b>Zeilraces</b>	<b>0,17%</b>	<b>80.707</b>
Surfen	1,26%	600.728
Kitesurfen	0,22%	105.409
Vissen – vanaf boot	0,97%	464.490
Vissen – vanaf oever	1,93%	922.113
Rotsklimmen	0,94%	449.286
Wandelen langs kust	12,15%	5.815.040
Zwemmen	10,59%	5.070.088
Recreatief duiken	1,17%	558.087
Vrije tijd op strand	11,50%	5.501.730

In bovenstaande tabel zijn de aantallen weergegeven van alle 21 sporten die onderzocht zijn. Hierdoor kunt u zich een beeld vormen van het aandeel dat de pleziervaart met motor- en zeiljachten hierin uitmaakt. Natuurlijk zijn niet alle activiteiten van belang voor de

omvangbepaling en dus wordt in het vervolg alleen het gebruik van (kleine) zeilboten en motorjachten weergegeven. Mochten de andere categorieën toch van belang zijn met betrekking tot een bepaald aspect, zal dit aangegeven worden.

British Marine Federation geeft aan dat er in Groot-Brittannië in totaal tussen de 450.000 en 500.000 boten gehouden worden. De lengte van deze boten is langer dan 2,5 meter. Daarnaast liggen 90.000 Engelse boten in buitenlandse havens. Dit is dus een totaal van 540.000 à 590.000 boten die recreatief gebruikt worden. Tenslotte liggen er zo'n 16.000 buitenlandse boten in Engelse havens.

De publieke organisatie British Waterways geeft aan dat het aantal toervaarders in 2005/2006 stijgende is. Prijzen voor vergunningen, ligplaatsen e.d. zijn echter ook gestegen afgelopen tijd, dus het is de vraag of met deze trend het aantal toervaarders zal blijven toenemen.



## 5. Wat zijn de kenmerken van de Engelse toervaarder?

In elke tak van sport treft men bepaalde kenmerken van de deelnemers aan. Deze informatie is nodig om een beeld te kunnen vormen van de doelgroep. Bij dit project gaat het om de Engelse toervaarder: zijn het bijvoorbeeld meer mannen of vrouwen, wat is hun leeftijd en wat is de sociaal-economische status?

### Deelname naar sekse

	Mannen		Vrouwen		Totaal GB	
	Percentage	Absoluut	Percentage	Absoluut	Percentage	Absoluut
Alle activiteiten	28,27%	6.508.320	24,44%	6.071.197	26,29%	12.579.516
Alle bootactiviteiten	8,63%	1.987.226	5,19%	1.289.263	6,85%	3.276.489
Kleine zeilboot	1,43%	329.251	0,84%	208.425	1,1%	537.677
Zeiljacht	0,92%	212.546	0,41%	102.008	0,7%	314.554
Zeilraces	0,20%	45.668	0,14%	35.039	0,2%	80.707
Motorjacht / cruisen	1,44%	331.160	0,95%	236.111	1,2%	567.271

Uit deze tabel blijkt dat mannen actiever zijn in de watersportwereld dan vrouwen. Met name bij het zeilen is het verschil groot: tweemaal zoveel mannen als vrouwen varen met zeiljachten en dit niveau ligt bijna hetzelfde voor het percentage in zeilraces.

Vooraf in de meer specialistische sporten is het verschil tussen mannen en vrouwen groot, bijvoorbeeld bij vissen, kitesurfen, duiken, waterskiën en varen met een speedboot.

### Deelname naar leeftijd in percentages

	Leeftijdscategorie			Totaal GB
	16-34	35-54	55+	
Alle activiteiten	31,98%	30,14%	17,36%	26,29%
Alle bootactiviteiten	11,34%	7,01%	2,74%	6,85%
Kleine zeilboot	1,67%	1,01%	0,78%	1,12%
Zeiljacht	0,60%	0,82%	0,54%	0,66%
Zeilraces	0,12%	0,26%	0,11%	0,17%
Motorjacht / cruisen	1,52%	1,56%	0,51%	1,19%

### Deelname naar leeftijd in absolute aantallen

	Leeftijdscategorie			Totaal GB
	16-34	35-54	55+	
Alle activiteiten	4.518.450	5.201.123	2.859.944	12.579.517
Alle bootactiviteiten	1.615.611	1.210.012	450.866	3.276.489
Kleine zeilboot	236.022	173.608	128.047	537.677
Zeiljacht	84.075	141.504	88.974	314.554
Zeilraces	17.415	45.471	17.820	80.707
Motorjacht / cruisen	214.248	268.940	84.083	567.271

Aangezien het WLPS 2005 alleen gehouden is onder volwassenen, geeft de survey geen informatie weer over kinderen. Hier zijn verder ook geen gegevens over beschikbaar, vandaar dat er enkel is gekeken naar Engelsen vanaf 16 jaar.

De gegevens wijzen uit dat de jongere leeftijdsgroepen over het algemeen meer deelnemen in de onderzochte watersporten dan de oudere. Vooral de cijfers van de groep 55+ liggen vergeleken met de andere twee categorieën vrij laag. Dit is een verrassende uitkomst, aangezien dit in Nederland juist de categorie is die erg actief is in de watersport. Er wordt vaak over de vergrijzing gesproken en deze steeds groter wordende groep mensen maakt een groot deel uit van de bootbezitters. De senioren hebben meestal de tijd en het geld om te varen. Dit blijkt nog niet uit deze cijfers, maar het gegeven vormt een aandachtspunt voor de tweede fase van dit onderzoek.

Het feit dat er veel mensen vallen onder de 35-54 en 55+ categorie zorgt ervoor dat de absolute verschillen kleiner zijn dan de percentages doen vermoeden. Zo is bijvoorbeeld het aantal mensen dat deelneemt aan een willekeurige activiteit (onder het kopje "alle activiteiten") groter in de 35-54 groep, terwijl de 16-34 jarigen een hoger percentage hebben. Het aantal 35-54 jarigen dat aan zeilraces deelneemt springt er ook uit, evenals het aantal onder hen die vaart met een zeiljacht. De groep 16-34 jarigen maakt vaker gebruik van kleine zeilboten, waarschijnlijk vanwege het feit dat zij het geld en de ervaring nog niet hebben om met een groter zeilschip te varen. De 55-plussers liggen wat betreft de absolute aantallen dichtbij de groep van 16 tot 34 jaar als het gaat om zeilen en zeilraces.

De verwachting is dat de markt met betrekking tot de 55+ categorie gaat veranderen. De 55-plusser van nu weet over het algemeen minder af van computergestuurde systemen en elektronica dan de lagere leeftijdsgroepen. Tegen de tijd dat de groepen 16-34 en 35-54 zelf in de 55+ categorie vallen, hebben zij hier al veel meer kennis van. Zij zijn hiermee al in geruime mate mee in aanmerking gekomen door studie en werk. Het vaarwater wordt toegankelijker door nieuwe technologie, ICT en elektronica en zal het vaargedrag van de nieuwe 55-plussers beslist beïnvloeden: veelbelovend voor de toekomst.

### Deelname naar sociaal-economische groep (SEG) in percentages

SEG				
	AB	C1	C2DE	Totaal GB
Alle activiteiten	38,82%	30,45%	19,40%	26,29%
Alle bootactiviteiten	11,68%	9,22%	3,76%	6,85%
Kleine zeilboot	2,21%	1,47%	0,53%	1,12%
Zeiljacht	2,01%	0,72%	0,13%	0,66%
Zeilraces	0,48%	0,19%	0,05%	0,17%
Motorjacht / cruisen	2,17%	1,45%	0,68%	1,19%

### Deelname naar sociaal-economische groep (SEG) in absolute aantallen

SEG				
	AB	C1	C2DE	Totaal GB
Alle activiteiten	3.524.716	4.220.646	4.834.154	12.579.517
Alle bootactiviteiten	1.060.829	1.278.388	937.272	3.276.489
Kleine zeilboot	200.844	204.173	132.660	537.677
Zeiljacht	182.747	100.423	31.384	314.554
Zeilraces	43.233	25.768	11.705	80.707
Motorjacht / cruisen	197.095	201.264	168.912	567.271

De indeling naar sociaal-economische groep wordt in Groot-Brittannië gemaakt aan de hand van het SEG-model. Dit bestaat oorspronkelijk uit 17 verschillende groepen, verdeeld naar sociale en economische status. Er bestaan 3 subcategorieën, namelijk AB, C1 en C2DE. Iets uitgebreider ziet de verdeling er als volgt uit:

Klasse	Beschrijving	Aantal personen	Percentage
AB	Hoge / middenklasse	438.000	13,3%
C1	Lagere middenklasse	881.000	26,7%
C2	Geschoolde arbeidersklasse	776.000	23,5%
DE	Andere arbeidersklasse en laagste niveau van broodwinning	1.206.000	36,5%

(Cijfers uit 2005)

Het veel grotere aantal mensen in de C1 sociaal-economische groep vergeleken met hen in de AB groep betekent dat ze ondanks een lager deelnamepercentage wel vaak de grootste bevolkingsgroep in absolute aantallen vormen.

Het blijkt wel dat de AB groep over het algemeen meer deelneemt in watersport dan de andere groepen. Alleen bij kitesurfen, waterskiën en vissen is dit niet het geval. Bij alle andere activiteiten komt men dus voornamelijk de hogere klasse tegen. Dit is o.a. te zien bij de categorie 'zeiljacht': het aantal personen in de groep AB ligt veel hoger dan het aantal in de andere twee groepen, en dit verschijnsel is ook te zien bij de zeilraces.

#### Deelname naar arbeidsstatus in percentages

Arbeidsstatus				
	<i>Werkend</i>	<i>Gepensioneerd</i>	<i>Andere niet-werkenden</i>	<i>Totaal GB</i>
Alle activiteiten	32,01%	14,92%	25,01%	26,29%
Alle bootactiviteiten	9,10%	1,85%	6,85%	6,85%
Kleine zeilboot	1,50%	0,38%	1,05%	1,12%
Zeiljacht	0,85%	0,52%	0,36%	0,66%
Zeilraces	0,20%	0,10%	0,16%	0,17%
Motorjacht / cruisen	1,66%	0,40%	0,96%	1,19%

#### Deelname naar arbeidsstatus in absolute aantallen

Arbeidsstatus				
	<i>Werkend</i>	<i>Gepensioneerd</i>	<i>Andere niet-werkenden</i>	<i>Totaal GB</i>
Alle activiteiten	8.033.756	1.693.232	2.852.528	12.579.517
Alle bootactiviteiten	2.285.354	209.813	781.322	3.276.489
Kleine zeilboot	375.710	42.648	119.318	537.677
Zeiljacht	214.156	58.866	41.532	314.554
Zeilraces	51.388	10.885	18.433	80.707
Motorjacht / cruisen	415.784	45.788	105.699	567.271

Uit deze cijfers blijkt dat de deelname van degenen die werken hoger is dan degenen die gepensioneerd zijn of om een andere reden niet werken. De gepensioneerden zijn het minst actief en dit laat een overeenkomst zien met een van de vorige tabellen die besproken is, namelijk de deelname naar leeftijd: hieruit bleek dat de groep 55+ het minst actief was. Een deel van de mensen in de 55+ categorie is gepensioneerd. Aangezien zij toch de tijd en meestal ook het geld hebben om te varen, is het een verrassend gegeven. Zoals al eerder

vermeld, zal deze categorie echter gaan veranderen door het gebruik van ICT en nieuwe technologie. Veiligheid en kennis over bestemmingen zijn binnen bereik. Bovendien heeft de 55-plussers meer vrije tijd. Daarom is wel degelijk sprake van een kansgroep.

### Deelname naar levensfase in percentages

Levensfase	Alle activiteiten	Alle bootactiviteiten	Kleine zeilboot	Zeiljacht	Zeilraces	Motorjacht / cruisen
Studenten / arbeiders-huis	29,90%	<b>11,95%</b>	1,34%	0,61%	0,17%	<b>1,82%</b>
Vrijgezel	25,54%	6,31%	1,24%	0,82%	<b>0,53%</b>	0,36%
Koppel onder 55 jaar	<b>31,95%</b>	9,39%	1,19%	<b>1,28%</b>	0,20%	1,65%
Familie	31,03%	6,55%	1,21%	0,50%	0,11%	1,56%
Huishouden met 2 volwassenen + kinderen	28,89%	10,24%	<b>1,91%</b>	0,50%	0,13%	1,16%
55-65 jr, zonder kinderen	25,95%	5,02%	0,89%	0,99%	0,00%	1,54%
64+ zonder kinderen	11,88%	1,52%	0,44%	0,38%	0,15%	0,15%
<b>Totaal GB</b>	<b>26,29%</b>	<b>6,85%</b>	<b>1,12%</b>	<b>0,66%</b>	<b>0,17%</b>	<b>1,19%</b>

### Deelname naar levensfase in absolute aantallen

Levensfase	Alle activiteiten	Alle boot-activiteiten	Kleine zeilboot	Zeiljacht	Zeilraces	Motorjacht / cruisen
Studenten / arbeiders-huis	1.834.587	733.298	82.341	37.459	10.479	111.680
Vrijgezel	1.213.293	299.708	58.749	39.186	<b>25.132</b>	17.288
Koppel onder 55 jaar	1.791.293	526.630	66.797	<b>71.806</b>	11.305	92.557
Familie	<b>4.297.423</b>	<b>906.834</b>	<b>167.119</b>	68.844	14.688	<b>216.061</b>
Huishouden met 2 volwassenen + kinderen	1.321.994	468.541	87.590	22.818	5.778	52.912
Koppel 55-65 jr, in huis zonder kinderen	1.075.581	207.872	36.763	41.227	-	63.764
64+ zonder kinderen	1.045.346	133.606	38.317	33.214	13.326	13.008
<b>Totaal GB</b>	<b>12.579.517</b>	<b>3.276.489</b>	<b>537.677</b>	<b>314.554</b>	<b>80.707</b>	<b>567.271</b>

De hoogste percentages / absolute aantallen per vaartcategorie zijn dik gedrukt, zodat het snel zichtbaar is welk soort mensen het meest terug te vinden is in de 4 soorten activiteiten.

Studenten of arbeiders die een huis delen maar geen koppel zijn en ook geen kinderen hebben, nemen aan de percentages te zien het meest deel in bootactiviteiten, gevolgd door huishoudens met 2 volwassenen en kinderen in huis. Deze 2 volwassenen zijn niet geregistreerd als koppel, in tegenstelling tot de familie. Families nemen minder deel aan bootactiviteiten. Deze conclusies kunnen getrokken worden uit de eerste tabel, de tweede tabel laat daarentegen andere uitkomsten zien vanwege het feit dat de groep van “families” nu eenmaal een grotere groep is dan enkele andere categorieën, zoals bijvoorbeeld het huishouden met 2 niet-getrouwde volwassenen met kinderen. Gekeken naar de absolute aantallen, komt naar voren dat de families vaak het hoogste aantal vertegenwoordigen. Alleen met betrekking tot het varen met een zeiljacht of het meedoen aan zeilraces ziet de situatie er iets anders uit: koppels onder de 55 jaar varen het meest met een zeiljacht (wel gevolgd door de categorie “families”) en vrijgezellen nemen het actiefst deel aan zeilraces.

Een opvallend gegeven uit deze tabel is het feit dat de categorie “koppel 55-65 jaar, in huis zonder kinderen” vrij actief te noemen is in het varen met een zeiljacht en motorjacht. Vooral de percentages liggen relatief hoog en ook de absolute aantallen zijn vergeleken met de andere levensfasen redelijk hoog. Waar voorgaande tabellen lieten zien dat de categorie 55+ niet zeer actief was in het varen, laten deze cijfers een andere trend zien. Er moet echter wel rekening gehouden worden met het feit dat bij de vorige tabellen de groep 55+ de gehele groep boven deze leeftijd is en bij deze tabel wordt het in tweeën gesplitst: een deel 55-65 jaar en een deel 64+. Omdat bij de voorgaande gegevens telkens uit is gegaan van het gemiddelde van deze twee groepen (de tweede haalt het relatief hoge aantal van de eerste naar beneden), is het verschil te verklaren. De koppels tussen 55 en 65 jaar zijn daarom nog actief watersporters te noemen.

## 6. Wat zijn de herkomstgebieden?

Uiteraard is het belangrijk om te weten in welke regio's van Groot-Brittannië men veel aan watersport doet. Aan de hand van deze gegevens kan gekeken worden welke gebieden in aanmerking komen voor het maken van promotie van de Delta. Hieronder volgt een overzicht van de deelname per regio.

### Deelname naar regio in percentages

	Regio				Totaal GB
	Londen / Oost / Zuidoost	Zuidwest / West / Wales	Midlands	Noordwest / Noordoost / Yorkshire	
Alle activiteiten	25,16%	40,91%	25,28%	24,10%	26,29%
Alle bootactiviteiten	7,51%	8,43%	7,11%	6,31%	6,85%
Kleine zeilboot	1,11%	1,53%	1,31%	1,01%	1,12%
Zeiljacht	1,00%	1,35%	0,48%	0,34%	0,66%
Zeilraces	0,14%	0,48%	0,15%	0,11%	0,17%
Motorjacht / cruisen	1,53%	1,61%	0,95%	1,04%	1,19%

### Deelname naar regio in absolute aantallen

	Regio				Totaal GB
	Londen / Oost / Zuidoost	Zuidwest-kust (aan Het Kanaal)	Midlands	Noordwest / Noordoost / Yorkshire	
Alle activiteiten	3.727.815	932.231	1.863.632	3.725.655	12.579.517
Alle bootactiviteiten	1.113.605	192.076	524.390	975.043	3.276.489
Kleine zeilboot	164.350	34.809	96.276	156.776	537.677
Zeiljacht	147.513	30.745	35.382	52.877	314.554
Zeilraces	20.224	10.899	10.788	16.922	80.707
Motorjacht / cruisen	226.065	36.648	70.274	161.478	567.271

Het WLPS 2005 geeft wat betreft de Zuidwestelijke regio van Engeland een percentage en een absoluut aantal van de deelname over het zuidwesten, het westen en Wales samen. Het westen van Groot-Brittannië en Wales zijn echter niet interessant voor dit onderzoek, omdat de afstand vanuit deze gebieden naar de Delta erg groot is. Vanaf de zuidwestkust aan Het Kanaal is de afstand goed te overbruggen per boot, maar zodra men aan de andere kant van deze kust woont, wordt het al lastiger. Om toch een cijfer te kunnen weergeven van de kust in het zuidwesten, is er gekeken naar het aantal havens in dit gebied in verhouding tot het westen en Wales. Aan de hand van dit aantal is een verhouding opgesteld en is er een deelnameratio berekend. Deze gegevens zijn daarom niet exact, maar gebaseerd op voorgaande redenering. Voor de percentages is het niet mogelijk deze terug te rekenen, maar voor de absolute aantallen wel.

In totaal zijn er in dit gebied 40 havens te vinden, die samen 8.931 ligplaatsen hebben. De kust aan Het Kanaal telt 19 havens, de twee andere delen samen 21. Wales en het westen hebben 4.096 ligplaatsen, het zuidwesten telt er 4.835. Vanuit deze twee verschillende benaderingswijzen is een gemiddeld percentage van 50% berekend voor beide gebieden. 50% Van het totale deelnameaantal zou dus bestaan uit inwoners van het zuidwesten.



Vervolgens is het interessant om te weten hoeveel mensen er in de betreffende regio's wonen: hieruit valt ook weer het een en ander op te maken.

In totaal telt het Verenigd Koninkrijk ruim 60 miljoen inwoners.



Uit het figuur blijkt dat de meeste mensen wonen in het zuidoosten van Engeland (8,1 miljoen) en Londen (7,4 miljoen), namelijk 26% van het totaal aantal inwoners van Groot-Brittannië. Deze regio is erg interessant voor het Deltagebied vanwege de relatief korte afstand en de hoge interesse in watersport. Ook in het oosten van Engeland, het zuidwesten en het gebied van Yorkshire wonen veel mensen: eveneens interessante regio's voor dit project.

(National Statistics, 2005)



Uit de absolute aantallen blijkt dat Londen, Oost- en Zuidoost-Engeland aantrekkelijke regio's zijn voor de Delta: in deze gebieden nemen verreweg de meeste mensen deel aan watersportactiviteiten met betrekking tot motorjachten en zeilschepen. Aangezien dit gebied ook het dichtst bij de Nederlandse kust ligt, is dit een veelbelovend gegeven.

Ook in het noordwesten, noordoosten en de regio Yorkshire wonen veel watersportliefhebbers. Dit gebied ligt echter iets verder van de Delta af, waardoor het de vraag is of we deze groep mensen kunnen aantrekken voor een verblijf in de wateren van de Delta. In samenspraak met de watersportsector in het Deltagebied is deze groep toch meegenomen.

Uit fase 1 is nog niet naar voren gekomen hoeveel de toervaarders uitgeven aan het reizen van huis naar de boot: De "Watersports Leisure and Participation Survey 2005" geeft geen antwoord op deze vraag en andere bronnen evenmin. Deels wordt dit in fase 2 van dit onderzoek meegenomen.



## 7. Hoe is de verdeling van de ligplaatsen over Groot-Brittannië?

De toevaarders die mogelijk naar de Delta zouden kunnen komen, hebben hun motor- of zeilboten nu in een Engelse haven liggen. Waar zijn deze havens zoal gesitueerd en nog belangrijker: hebben de betreffende gebieden bepaalde kenmerken waarom de toevaarder juist daar zijn boot heeft liggen?

Op het kaartje in hoofdstuk 6 is te zien waar de betreffende regio's precies liggen.

### Zuidwest-Engeland:



In het kaartje hiernaast is te zien dat met name bij Falmouth, Plymouth, Dartmouth en tussen Bristol en Salisbury er veel havens te vinden zijn. Deze twee laatste plaatsen liggen echter ver van de Delta af en zijn daarom minder interessant dan de havens die aan Het Kanaal liggen.

In totaal zijn er in het zuidwesten van Engeland 31 havens, goed voor bijna 6.400 ligplaatsen. Aan de zuidkust van dit gebied liggen 19 havens met in totaal 4.835 ligplaatsen. De grootste haven ligt in Weymouth (nr. 10 op de kaart). Deze telt 600 plaatsen.

(De nummers staan niet voor het aantal havens in een bepaalde plaats)

### Zuidoost-Engeland:



Portland Bill, in het oosten van Lyme Bay, vormt als het ware de ingang naar het vaargebied van Zuidoost-Engeland. Weymouth is een traditioneel Engels watersportoord en haven, en de baai en haven zullen de beste zeilers van de wereld ontvangen tijdens de Olympische Spelen van 2012. De kust is rijk aan fossiele schatten en krijtrotsen.

Het internationaal beroemde Solent is ongetwijfeld het meest bekende recreatievaartgebied in de wereld. Tussen de zuidkust van het Engelse vasteland en de Isle of Wight, biedt dit gebied vele plaatsen om te ontdekken, te verblijven én veilig en beschermt te varen. Southampton en Portsmouth onthalen veel van de internationale lange afstandszeilraces, Cowes op de Isle of Wight verwelkomt 's werelds jachtraces en de Solent wordt het hele jaar door verlevendigd door pleziervaart.

De zuidoosthoek van Engeland tussen de Thames Estuary en Chichester is een druk passagegebied, niet alleen voor pleziervaart maar ook voor de scheepvaart en veerdiensten over het kanaal. De Medway aan de zuidoostingang naar de Thames heeft vele faciliteiten voor bezoekers. De White Cliffs van Dover zijn een Brits icoon en de drukke veerhavens bieden goede faciliteiten voor kruisende bezoekers. De Zuidkust heeft veel jachthavens tussen Dover en Chichester, inclusief de havens in de bekende oorden Eastbourne en Brighton.



Op het overzicht hiernaast staat de concentratie van de havens voor het zuidoosten van Engeland aangegeven. Vooral aan de zuidkust en ten oosten van Londen is de concentratie hoog.

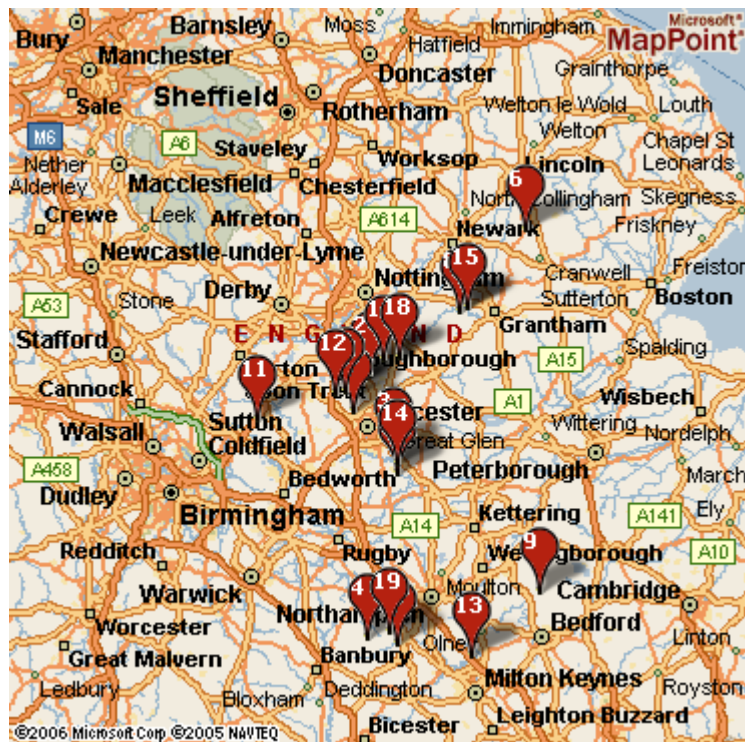
In totaal beschikt dit gebied over 30 havens, waarvan er 15 aan de kust liggen. Deze marina's zijn voornamelijk gesitueerd tussen Brighton en Eastbourne en in de inham van de Noordzee richting Londen.

Oost-Engeland:



In het oosten van Engeland zien we verschillende concentraties aan de kust, maar ook in het binnenland (het gebied rond Bedford en Cambridge) is er een groot aantal havens.

In totaal gaat het in de regio hiernaast om 44 havens. 40 Van deze zijn marina's en 15 hiervan liggen daadwerkelijk aan de Noordzeekust.



Deze kaart laat ook het oosten van Engeland zien, verder richting het noorden. Wederom is de concentratie van havens op bepaalde plaatsen hoog: in het binnenland rond Nottingham en Leicester vindt men er vele.

Er zijn in dit gebied, de East Midlands, 19 havens in totaal. Deze liggen echter niet aan de kust.





Hiernaast is het gebied van Yorkshire en de Humber afgebeeld. Het is te zien dat er slechts weinig havens direct aan de kust liggen. In totaal gaat het om 13 havens die samen 1.760 ligplaatsen hebben.



Tenslotte is er nog een aantal ligplaatsen beschikbaar in havens rond Newcastle, het noordoosten van Engeland. Zoals op de kaart te zien is, gaat het om 5 havens en zij tellen samen ruim 1.400 ligplaatsen.

Alle havens in bovenstaande regio's opgeteld geeft een aantal van 142.

Onduidelijk is hoeveel schepen er exact zijn in Groot-Brittannië. Een volledig overzicht van alle havens in Groot-Brittannië is niet haalbaar. Bovendien is voor dit onderzoek de relevantie niet groot. Er is daarom gekeken naar de regio's die van belang zijn en kansrijk zijn om de Delta te gaan bezoeken. Op de kaartjes zijn de verschillende havens aangegeven. De omvang van de havens wordt hiermee nog niet duidelijk. Om een beeld te

krijgen van de aantallen ligplaatsen zijn de belangrijke marina's en de jachthavens die dicht aan de kust liggen op een rijtje gezet en bestudeerd.

De variatie in havens is enorm. Het aantal ligplaatsen varieert tussen de 250 en 1500 ligplaatsen. Het betreft hier de direct aan zee gelegen marina's. De jachthavens die iets meer landinwaarts liggen variëren qua grootte tussen de 100 en 350 ligplaatsen. Voor de Delta zijn de botenbezitters in de marina's het meest van belang gezien de vaarervaring, de tijd dat het kost om over te steken e.d..

Kijkend naar de ligplaats zelf valt op ook dit ver uiteen loopt. Is de maximale lengte van een box in de Delta 20 meter, in de Britse marina's zijn boxen van 75 meter. Maar het betreft slechts een zeer beperkt aantal van deze omvang. Omdat we geen volledig inzicht hebben in de verdeling van de ligplaatsen (hoeveelheid boxen per maatvoering) is het onmogelijk om een gemiddelde omvang van de boxen aan te geven. Duidelijk is wel dat het aantal boten met een lengte tussen de 30 en 40 voet het meest voorkomt.

De faciliteiten in de havens zijn ook sterk verschillend. De marina's bieden zeer veel comfort en hebben alle benodigdheden "in huis". Als gevolg van de ligging en de mate van comfort is ook de prijsstelling aangepast. De hoogst aangetroffen meterprijs (er wordt in lengtemeters gerekend) is £ 1.880 (€ 2.651). De laagste prijs is £ 99 (€ 140).

De gemiddelde meterprijs in de gehele regio zuidoost ligt op £ 325 (€ 458).

De gemiddelde lengte van de schepen varieert gezien bovenstaande ook sterk. Over het algemeen is lengte van het schip niet bepalend voor hoe diep het steekt. Er moet echter rekening worden gehouden met een diepgang tussen de 2 en 3,5 meter. In het Deltagebied zijn de vaargeulen weliswaar diep, maar de havens laten slechts een beperkte diepgang toe. Het Deltagebied kan deze schepen prima vaarmogelijkheden bieden, het aantal afmeermogelijkheden is dan wat kleiner. Om te kijken naar de kansen voor de Delta is gekozen voor een gemiddelde scheepslengte tussen de 10 en 15 meter. De scheepslengte is gebaseerd op ervaringen vanuit de ondernemers. Vanaf 10 meter wordt het Kanaal overgestoken naar de vele bestemmingen in Europa.

De berekeningen zijn gebaseerd op 10 én 15 meter. Alles wat ertussen zit is hiervan af te leiden.

Vanuit de watersportsector is aangegeven dat zij ook de mogelijkheid om Britse watersporters hier te huisvesten willen onderzoeken. Een prijsvergelijk is dan aan de orde als start. Andere factoren zoals actieradius, afstand tussen woon- en ligplaats en dergelijke komen in de tweede fase aan bod.

#### Ligplaatskostenvergelijk:

Zuidoost-Engeland	: gemiddelde omgerekende prijs voor een jaarplaats:
	10 meter: € 4.583
	15 meter: € 6.874
Deltagebied	: gemiddelde prijs voor een jaarplaats:
	10 meter: € 2.547
	15 meter: € 3.821

Het varen in een gebied en vervolgens overnacht in havens is in de Delta eveneens goedkoper. Gemiddeld betaalt de Brit in eigen land € 3,80 per meter, in de Delta ligt dat gemiddeld rond de € 1,75. Het beschutte vaarwater biedt bovendien nog gratis afmeermogelijkheden, dit is op de Noordzee en aan de Atlantische Kust niet echt mogelijk.

## 8. Wat is het vaargedrag?

Het is ook zeker van belang om te weten hoe vaak de Engelsman actief bezig is met watersport: houdt hij het bij eenmaal per jaar of trekt hij er 25 keer met de boot op uit? De volgende tabellen geven hier inzicht in.

### Frequentie van deelname per jaar in Groot-Brittannië in percentages

Frequentie	Kleine zeilboot	Zeiljacht	Zeilraces	Motorjacht / cruisen
1 keer	31,3%	33,0%	11,6%	29,6%
2-5 keer	27,9%	17,4%	30,7%	24,0%
6-12 keer	14,9%	12,4%	33,9%	8,4%
13-25 keer	4,6%	5,2%	3,0%	1,9%
Meer dan 25 keer	5,1%	2,9%	7,9%	5,6%
Nooit	16,1%	29,0%	12,9%	30,5%

### Frequentie van deelname per jaar in Groot-Brittannië in absolute aantallen

Frequentie	Kleine zeilboot	Zeiljacht	Zeilraces	Motorjacht / cruisen
1 keer	168.484	103.826	9.371	167.758
2-5 keer	150.073	54.812	24.737	136.078
6-12 keer	80.035	39.118	27.329	47.774
13-25 keer	24.937	16.385	2.440	10.967
Meer dan 25 keer	27.538	9.085	6.400	31.891
Nooit	86.610	91.328	10.429	172.803
<i>Totaal deelnemers</i>	<i>451.067</i>	<i>223.226</i>	<i>70.278</i>	<i>394.468</i>

In 2005 lag het gemiddelde met betrekking tot activiteiten met een kleine zeilboot op 5,1 keer per jaar. Dit aantal is hoger dan in 2004, maar ongeveer op hetzelfde niveau als in 2003: toen was het namelijk 5,2 keer per jaar. Wat betreft de 2 andere zeilcategorieën (zeiljachten en zeilraces) zijn de gemiddelden respectievelijk 3,9 en 8,8 keer per jaar. De gemiddelde frequentie van deelname aan zeilraces ligt dus het hoogst.

De frequentie van het cruisen en varen met een motorjacht is echter in 2005 iets gedaald ten opzichte van 2004, maar gestegen vergeleken met 2003. Het gemiddelde lag in 2005 op 4,5 terwijl het in 2003 nog 4,7 was. In 2003 ging men er gemiddeld 4,1 keer per jaar op uit.

Het is uit de percentages en de absolute aantallen af te leiden dat áls mensen actief zijn in deze categorieën van watersport, ze meestal of 1 keer, of tussen de 2 en 5 keer met de boot varen. Wat betreft de zeilraces is dit niet het geval: meestal neemt men tussen de 6 en 12 keer deel per jaar aan deze activiteit. Opvallend is ook het gegeven dat bij het varen met een motorjacht en het cruisen het percentage van 25 keer of meer veel hoger ligt dan dat van 13-25 keer. De categorie 'zeilraces' laat dezelfde situatie zien. Het varen met een zeiljacht is de enige categorie waarbij het niveau van minimaal 25 keer lager ligt dan 13-25 keer per jaar.

### Frequentie van deelname per jaar in het buitenland in percentages

Frequentie	Kleine zeilboot	Zeiljacht	Zeilraces	Motorjacht / cruisen
1 keer	18,5%	24,0%	13,6%	25,6%
2-5 keer	14,2%	16,1%	12,7%	16,6%
6-12 keer	2,4%	1,4%	5,6%	2,5%
13-25 keer	0,0%	3,7%	0,0%	0,4%
Meer dan 25 keer	1,6%	0,0%	0,0%	0,8%
Nooit	63,3%	54,8%	68,1%	54,1%

### Frequentie van deelname per jaar in het buitenland in absolute aantallen

Frequentie	Kleine zeilboot	Zeiljacht	Zeilraces	Motorjacht / cruisen
1 keer	99.696	75.494	10.976	145.251
2-5 keer	76.321	50.555	10.240	93.999
6-12 keer	12.909	4.495	4.495	14.020
13-25 keer	-	11.718	-	2.475
Meer dan 25 keer	8.548	-	-	4.695
Nooit	340.203	172.293	54.995	306.831
<i>Totaal deelnemers</i>	<i>197.474</i>	<i>142.262</i>	<i>25.711</i>	<i>260.440</i>

Men gaat duidelijk minder vaak naar het buitenland dan dat men in eigen land blijft. De gemiddelde frequentie ligt dan ook een stuk lager: in 2005 ging de watersporter gemiddeld 1,4 keer naar het buitenland om met een kleine zeilboot te gaan varen, een daling ten opzichte van 2004: toen ging men nog 2,2 keer.

Met een zeiljacht ging men in 2005 gemiddeld 1,6 keer naar het buitenland, een stijging van 0,7 ten opzichte van 2004. Dit is dus volgens de survey best een redelijke toename van de frequentie. De frequentie van het racen met een zeilschip over de grens vertoont niet dezelfde trend: in 2004 was deze nog 1,8 en in 2005 is dit gedaald naar 1,1 keer per jaar. Wanneer men in beschouwing neemt dat de deelnemers aan zeilraces gemiddeld 8,8 keer per jaar in het binnenland actief zijn, kan er gesproken worden van een groot verschil.

Met een motorjacht gaat men ook gemiddeld 1,4 keer naar een ander land en dit is eveneens een daling in vergelijking met het voorgaande jaar. De frequentie voor motorjacht varen en cruisen lag toen nog op 1,8 keer. Wel verrassend is de stijging ten opzichte van 2003: in dit jaar was de frequentie slechts 0,5 keer.

Bij deze tabel moet echter gezegd worden dan het onduidelijk is of de watersporters hun eigen boot hebben en meenemen of dat zij er in het buitenland een huren. Helaas is hier op dit moment geen informatie over beschikbaar, dus dit wordt een aandachtspunt voor de tweede fase van dit onderzoek naar de Engelse markt.



Uiteraard zijn er ook recreanten die zowel in het binnen- als buitenland varen: hoe ligt deze verdeling? De volgende tabel laat dit zien. Voor de vergelijking zijn er ook enige andere vormen van varen opgenomen.

### Verdeling deelnamefrequentie

	Frequentie					
	<i>Alleen GB</i>	<i>Veel GB – weinig buitenland</i>	<i>Weinig GB en buitenland</i>	<i>Veel GB en buitenland</i>	<i>Weinig GB – veel buitenland</i>	<i>Alleen buitenland</i>
Kleine zeilboot-races	61,3%	3,2%	13,2%	3,1%	0,0%	19,2%
<b>Kleine zeilboot</b>	<b>61,7%</b>	<b>2,7%</b>	<b>19,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>12,6%</b>
<b>Zeilraces</b>	<b>68,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>13,4%</b>	<b>5,6%</b>	<b>0,0%</b>	<b>12,9%</b>
<b>Zeiljacht</b>	<b>52,2%</b>	<b>6,4%</b>	<b>13,3%</b>	<b>2,5%</b>	<b>0,0%</b>	<b>25,6%</b>
Speedboot	50,4%	2,6%	14,0%	1,1%	3,6%	28,4%
<b>Motorjacht / cruisen</b>	<b>52,3%</b>	<b>5,9%</b>	<b>11,4%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,0%</b>	<b>27,8%</b>
Kanaalvaren	95,7%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	1,5%
Kanoën	63,5%	3,6%	15,0%	3,4%	1,3%	13,3%
Roeien	83,7%	2,0%	6,2%	0,0%	1,2%	7,0%
Windsurfen	47,2%	4,8%	24,2%	3,5%	1,5%	18,8%
Waterskiën	43,9%	2,6%	17,5%	1,7%	1,5%	32,8%
Jetski	34,1%	3,1%	13,3%	4,4%	7,5%	37,6%

#### Verklaring categorieën:

Alleen GB	Alleen deelname in Groot-Brittannië
Veel GB – weinig buitenland	Meer dan 5 keer in Groot-Brittannië en minder dan 6 keer in het buitenland
Weinig GB en buitenland	Minder dan 6 keer in Groot-Brittannië en het buitenland
Veel GB en buitenland	Meer dan 5 keer in Groot-Brittannië en het buitenland
Weinig GB en veel buitenland	Minder dan 6 keer in Groot-Brittannië en meer dan 5 keer in het buitenland
Alleen buitenland	Alleen deelname in het buitenland

Over het algemeen kan geconcludeerd worden uit deze tabel dat men het meest in Groot-Brittannië blijft om watersport te beoefenen. Deze groep thuisblijvers wordt gevolgd in het rijtje door de groep vaarders die alleen in het buitenland actief zijn. Met name zeilers en motorjachtgebruikers geven aan alleen over de grens te gaan en niet in eigen land te blijven. De categorie waarin men in totaal minder dan 6 keer in Groot-Brittannië en het buitenland vaart, neemt de derde plaats in beslag.

Bovenstaande informatie laat alleen zien hoe vaak men erop uit gaat per jaar, maar niet hoe lang. De "Watersports and Leisure Participation Survey 2005" bevat geen gegevens over de duur van de tochten en ook de andere geraadpleegde bronnen gaan hier niet op in. Bij het onderzoek op de Britse markt zelf in fase 2 zal hier verder naar gekeken worden.

## **9. Hoeveel Engelse toervaarders komen er nu in de Delta?**

---

Zoals uit de vorige paragrafen is gebleken, gaan er geregeld Engelse toervaarders naar het buitenland. Welk aantal van hen er de Delta bezoekt is hier de vraag. Er zijn hierover geen exacte cijfers, maar uit een onderzoek onder de jachthavens in de regio is er wel een redelijk goed beeld gecreëerd over de huidige situatie. Daarnaast gaven sommige jachthavens ook extra details, waardoor enkele gegevens nader verklaard kunnen worden.

Er is in de Delta een groot aantal jachthavens. Voor de eerste fase van dit onderzoek was het onmogelijk deze allemaal te contacteren, dus er is een selectie gemaakt. De havens die informatie hebben aangeleverd kunnen worden onderverdeeld in commerciële havens, verenigingshavens en gemeentehavens. De commerciële havens en verenigingshavens maken het grootste deel uit van de ondervraagden. Het gaat hierbij om: Marina Port Zélande, Roompot Marina, Jachtwerf Oostwatering Veere, Jachtclub Veere (Stadshaven), Jachthaven Oranjeplaat, Jachthaven Bruinisse, Haven Willemstad, Watersportvereniging Saeftinge, Hansa Watersport (Het Goese Sas), W.V. Arne (Middelburg), W.S.V. Goeree te Ouddorp, W.S.V. Den Osse, W.V. Brouwershaven en W.S.V. Zierikzee. Van deze havens staat er een aantal in verbinding met de gemeentehavens, en zodoende zijn hier ook enkele gegevens over verzameld. De havens samen vormen een representatie van de verschillende havens in het Deltagebied. Er is rekening gehouden met de grootte en de ligging van de havens en tevens is er gekeken naar de aantrekkelijkheid van de toeristische omgeving waarin de betreffende havens liggen. Het is namelijk bekend dat Engelsen geïnteresseerd zijn in o.a. historische steden en hierdoor hebben bijvoorbeeld de havens van Middelburg en Veere een gunstige ligging.

Er komen grote verschillen voor tussen de aantallen ligplaatshouders en passanten per jaar tussen de verschillende soorten havens in de Delta. Het eerste dat opvalt, is het feit dat er nauwelijks Engelse ligplaatshouders zijn. Dit geldt voor alle soorten havens. De meeste havens hebben er geen, anderen slechts enkelen.

Van de commerciële havens hebben alleen Roompot Marina en Marina Port Zélande een vaste Engelse ligplaatshouder. Bij de eerste gaat het om een motorboot van 14 meter, bij de tweede om een zeiljacht. Ook Jachtwerf Oostwatering Veere heeft een zeiljacht uit Engeland liggen. De eigenaar van deze boot heeft voor deze plaats in de Delta gekozen vanwege het feit dat hij in Engeland hier £ 4000 voor zou moeten betalen.

De verenigingshavens tellen ook niet veel Engelse ligplaatshouders, enkele uitzonderingen daargelaten. Bij deze uitzonderingen is het duidelijk te zien dat zij verband houden met de ligging. De watersportverenigingen die aangegeven hebben een aantal Engelse boten te hebben liggen, zijn gevestigd in de stadshavens van Middelburg, Veere, Goes en ook Brouwershaven aan de Grevelingen. W.V. Arne in Middelburg heeft het hoogste aantal, namelijk 15 ligplaatshouders. Jachtclub Veere, te vinden bij de oude stadshaven in het historische centrum, heeft 3 Engelse jachten. Overigens stelt het toewijzingsreglement van Jachtclub Veere een maximum aan het aantal plaatsen dat aan niet Nederlandse schepen wordt toegewezen. Hierdoor is het aantal vaste ligplaatsen voor buitenlandse leden beperkt tot ten hoogste 25% van het totaal aantal vaste ligplaatsen in de haven. Het merendeel van de buitenlandse schepen in deze haven is afkomstig uit België en Duitsland.

Hansa Watersport in Goes telt er 3 en W.S.V. Den Osse in Brouwershaven heeft 4 Engelse zeilboten in de haven. W.V. Brouwershaven heeft echter weer geen vaste Engelse ligplaatshouders.

Jachthaven Oranjeplaat, op dit moment zonder vaste Engelse ligplaatshouders, meldt dat er wel aanvragen uit Engeland zijn, maar de haven is vol en er is een lange wachttijd. Er is dus wel interesse, maar men kan niet aan de vraag beantwoorden.

Wat betreft passanten is het een ander verhaal en zijn de verschillen nog groter. Sommige jachthavens tellen maximaal 5 passanten, anderen zien er jaarlijks duizenden passeren. Meerdere havens houden niet bij welke nationaliteit de passerende schepen hebben en of het een zeil- of motorjacht is, dus gaat het om een schatting.

Iets wat met zekerheid gezegd kan worden, is dat de meeste passanten zeilers zijn en hun schepen zijn minimaal 8 meter lang. Als eerste de verenigingshavens: wederom hangt het aantal Engelsen af van de ligging. Zo meldt W.V. Arne in Middelburg dat er in de zomermaanden wel duizenden boten de haven aandoen en dit zijn voor 99% zeilschepen. De haven van Middelburg ligt in een aantrekkelijke omgeving en het is daarom de moeite waard voor de Britten om hier aan te leggen. W.V. Brouwershaven geeft ook aan jaarlijks vele Engelse gasten te mogen ontvangen. W.V. Yerseke ziet er ongeveer 70 passeren, Hansa Watersport 40 en W.S.V. Zierikzee telt 20 zeilboten. De watersportvereniging geeft wel aan dat het aantal passanten in de gemeentehaven van Zierikzee aanzienlijk groter is. Van de 9 passerende jachten in de verenigingshaven van W.S.V. Goeree te Ouddorp zijn er 7 die voor de eerste keer kwamen en 2 die op herhalingsbezoek waren. In totaal waren deze 9 goed voor 16 overnachtingen: een gemiddelde van 1,8 nachten per schip.

De commerciële havens ontvangen ook passanten met de Britse nationaliteit. Roompot Marina heeft er afgelopen jaar ongeveer 50 gehad, waarvan 30% zeiljachten en 70% motorjachten. De haven in Willemstad lijkt ook populair te zijn voor een bezoek: jaarlijks passeren hier zo'n 800 buitenlandse schepen, waaronder een deel Engelsen (totaal aantal passanten: 12.000). Het exacte aantal is hier niet geregistreerd. De jachthaven in Bruinisse geeft aan naast individuen ook groepen te ontvangen. In totaal ging het afgelopen jaar om een aantal van zo'n 60 schepen: 17 zeilboten, 9 motorboten en tweemaal een groep motorboten. Hier wordt later in dit hoofdstuk verder op ingegaan. Voor Marina Port Zélande geldt hetzelfde: zij telde een 20-tal passanten, voornamelijk zeiljachten en daarnaast 2 groepen van motorjachten.

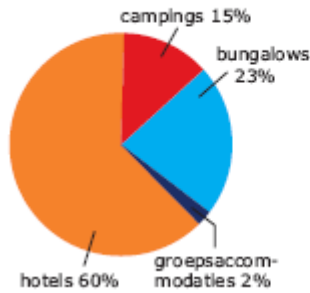
Britten varen ook vaak groepsgebonden, met name met motorjachten.

Marina Port Zélande geeft aan dat zij groepen ontvangen heeft: dit jaar heeft de haven in Ouddorp 2 keer een club Engelsen gehad, in totaal ongeveer 50 schepen voor 2 tot 5 overnachtingen. De groep Motor Boats Monthly (MBM) maakt elke 2 à 3 jaar een grote toertocht door het Deltagebied en de andere groep, de EAORA (East Anglian Offshore Racing Association), was voor de eerste keer te gast.

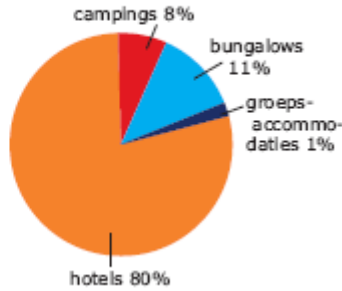
Ook de jachthaven van Bruinisse heeft groepen mogen verwelkomen: 23 motorjachten tussen de 10 en 15 meter en 12 motorjachten tussen de 10 en 14 meter.

Zoals eerder vermeld zijn er helaas op dit moment geen cijfers beschikbaar die ons een blik geven op het totaal aantal Engelse watersporters dat de regio bezoekt. Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) heeft van maart 2005 tot maart 2006 een grootschalig onderzoek onder buitenlandse toeristen in Nederland uitgevoerd. In totaal zijn er gedurende 1 jaar duizenden buitenlandse verblijfsgasten ondervraagd over onder andere het motief van het bezoek, de activiteiten die men in Nederland heeft ondernomen, boekingsgedrag en de bestedingen in Nederland. Dit is het enige onderzoek in Nederland dat een gestructureerd beeld geeft van het inkomend toerisme. De resultaten zijn gepubliceerd in augustus 2006 en in het rapport met kerncijfers zijn enkele gegevens te vinden over Engelsen die Nederland bezoeken. Hoeveel watersporters ons land bezoeken is echter niet specifiek onderzocht. De volgende informatie stamt uit het rapport "Kerncijfers Toerisme & Recreatie – Editie 2006".

Buitenlandse overnachtingen in Nederland (totaal 25.385.000)



Buitenlandse verblijfsgasten in Nederland (totaal 10.012.000)



In 2005 ontving Nederland 1.853.000 toeristen uit Groot-Brittannië, een stijging van 5% ten opzichte van het voorgaande jaar. Na Duitsland is dit het hoogste aantal, uit een totaal aan buitenlandse toeristen van 10.012.000. Deze verblijfsgasten zijn samen goed voor 25.385.000 overnachtingen, dat wil zeggen gemiddeld 2,5 overnachtingen per persoon.

In 2002 lag het aantal Engelse bezoekers ongeveer op hetzelfde niveau als in 2005. Het jaar 2003 was even een dieptepunt, maar de cijfers van 2004 en 2005 laten zien dat de situatie weer herstellende is.

Het Deltagebied werd in 2005 bezocht door 226.000 buitenlandse toeristen, een daling van 6% oftewel 14.000 ten opzichte van 2004. De Delta staat hiermee op de 9<sup>e</sup> plaats van 16 verschillende gebieden. In het jaar 2000 lag dit aantal nog op 268.000 bezoekers. In 2004 waren de 240.000 getelde toeristen samen goed voor 1.150.000 overnachtingen: een gemiddelde van 4,8 overnachtingen per persoon. In Nederland in totaal werden er 1.650.000 Britse toeristen geteld en 3.480.000 overnachtingen (2,1 overnachtingen per persoon).

April en juni tot september zijn de maanden waarin de meeste buitenlandse verblijfsgasten een bezoek brengen aan de Delta. Vooral augustus is een erg goede maand: dit kan te maken hebben met het feit dat er dan de zogenaamde 'bank holidays' zijn in Engeland. Tijdens deze vrije dagen is het erg in trek om een trip naar het buitenland te maken.

## 10. Hoe is de situatie met betrekking tot verhuur van jachten?

Via de HISWA zijn enkele gegevens beschikbaar die een blik werpen op de verhuurmarkt van jachten, dankzij een gehouden enquête onder 26 Nederlandse verhuurbedrijven. Ook dit is belangrijk om te weten voor de ondernemers in het Deltagebied: zijn er nu al veel Engelsen die in Nederland een boot huren?

Van de verhuurbedrijven heeft slechts 31% Engelse klanten. Een vergelijking met andere landen geeft aan dat dit een vrij laag percentage is. Alle bedrijven hebben Nederlandse huurders, 92% ontvangt Duitsers en 73% verhuurt jachten aan Belgen. Het percentage Engelse klanten kan daarom in de toekomst zeker nog groeien.

Bovenstaand gegeven kan ook het gevolg zijn van de lage promotie-inspanningen van de verhuurbedrijven op de Engelse watersportmarkt. De tabel hieronder laat de verschillende percentages zien.

Herkomstland	Percentage
Nederland	100%
Duitsland	96%
België	28%
<b>Groot-Brittannië</b>	<b>12%</b>

Alle verhuurbedrijven maken reclame in het eigen land Nederland, maar slechts 12% promoot het verhuur van hun jachten in Groot-Brittannië. Hierdoor weten slechts weinig Britten van de verhuurmogelijkheden af: een mogelijke reden voor het lage percentage Engelse boothuurders.

De meest gebruikte promotiemiddelen zijn websites en koppelingen (96%), advertenties in tijdschriften (91%), eigen folders en drukwerken (91%), beurzen (73%) en samenwerkingsverbanden zoals bijvoorbeeld ANVR, SGR en Top of Holland (68%).

Gekeken naar het onderdeel tijdschriften publiceert men het meeste in de 'Waterkampioen', 'Zeilen' en 'Yacht'. Van de 26 ondervraagde bedrijven adverteren er slechts 2 in het Engelse blad 'Yachting World'.

Wanneer men promotie maakt op beurzen is dit meestal in Duitsland of het eigen land Nederland. Geen enkel bedrijf promoot zijn diensten op een beurs in Engeland.

Vervolgens laten de uitkomsten van de enquête zien dat het aantal verhuurjachten, de promotie en ook de prijs stijgende zijn, maar het aantal verhuurweken en de herhalingsbezoeken nemen af. In 2005 was de gemiddelde bezetting per jacht 17 weken. Het maximum was 23 weken en het minimum stond op 12 weken.

Waarom kiest een huurder voor een bepaald bedrijf? Een aantal redenen:

Reden	Percentage
Kwaliteit	81%
Service	77%
Vaargebied	50%
Type/merk	46%
Prijs	46%
Persoonlijke benadering	7%
Reisafstand	4%

Uit bovenstaande informatie blijkt dat nog een en ander kan veranderen qua promotie op de Engelse markt. In de tweede fase van dit onderzoek zal ook ingegaan worden op de grootte van de Engelse verhuurmarkt: het aantal watersporters zonder eigen boot en de kenmerken van deze huurder zullen onderzocht worden. Statistische gegevens zijn niet voor handen.

## 11. Overige gegevens

---

Niet alle gevonden informatie kan worden ondergebracht in voorgaande paragrafen. De deelvragen waren vooraf opgesteld, maar naarmate het onderzoek vorderde kwam er andere informatie naar voren die eveneens bruikbaar kan zijn in dit project. Hier volgen de overige gegevens over of met betrekking tot de Engelse watersportmarkt.

### 11.1 Combinaties in watersporten

Binnen de gehele tak van watersport kan men deelnemen aan diverse sporten zoals eerder vermeld. Doet men dit ook, en welke combinaties worden er dan voornamelijk gemaakt?

Wanneer we kijken naar de groepen die voor ons het meest van belang zijn – gebruikers van zeilboten en motorjachten – vallen de volgende dingen op.

Veel van de mensen die activiteiten ondernemen met een kleine zeilboot, doen ook aan kanoën: bijna 25%. Ook het gebruik van een speedboot is redelijke populair met een percentage van 15,9%. Verder doet men geregeld aan roeien, waterskiën en windsurfen; respectievelijk 13,4%, 10,9% en 9,2%.

De gebruikers van een motorjacht of zij die cruisen doen ongeveer aan dezelfde activiteiten. De volgorde in populariteit in deze groep ziet er als volgt uit: waterskiën (15,8%), kanoën (14,0%), roeien (12,6%) en het varen met een speedboot (9,9%).

Met deze sporten kan rekening gehouden worden bij het creëren van een watersportproduct in de Delta voor de Engelse markt. Wanneer aangegeven wordt dat men deze activiteiten ook in de haven of in de buurt kan beoefenen, wordt het aantrekkelijker voor de doelgroep om de betreffende haven en regio te bezoeken.

### 11.2 Lidmaatschap van clubs

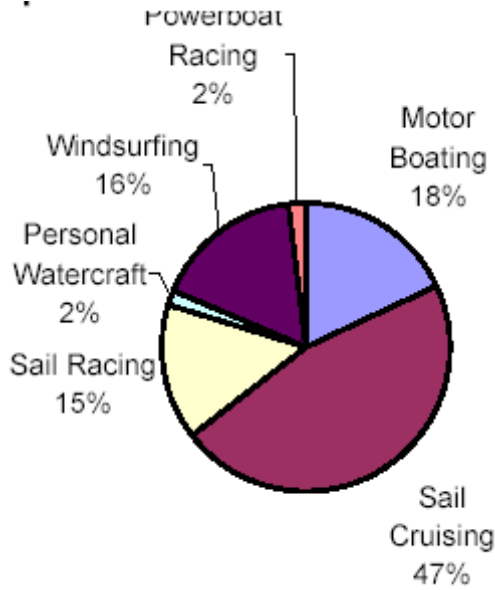
In Engeland zijn er maar weinig mensen lid van watersportclubs en lang niet alle motor- en zeilschepen zijn geregistreerd. Het rapport "Watersports and Leisure Participation Survey 2005" bevat een tabel waaruit blijkt dat slechts 17,9% van de mensen die deelnemen aan activiteiten met een kleinere zeilboot lid zijn van een club, en 10,0% van de motorjachtgebruikers. De recreanten met een zeiljacht laten een hoger percentage zien: 28,0%. De clubs met de grootste aantallen leden zijn actief binnen het racen met zeiljachten (66,7%) en kleine zeilboten (48,1%).

De Royal Yachting Association geeft aan ruim 103.000 leden te tellen en er zijn volgens deze Engelse vereniging nog zo'n 500.000 watersporters ondergebracht bij andere verenigingen in het land. Deze mensen zijn actief in de verschillende categorieën van het bootgebruik en het windsurfen.

Op de volgende pagina vindt u enkele overzichten met betrekking tot de situatie in september 2005 van de RYA-leden. .



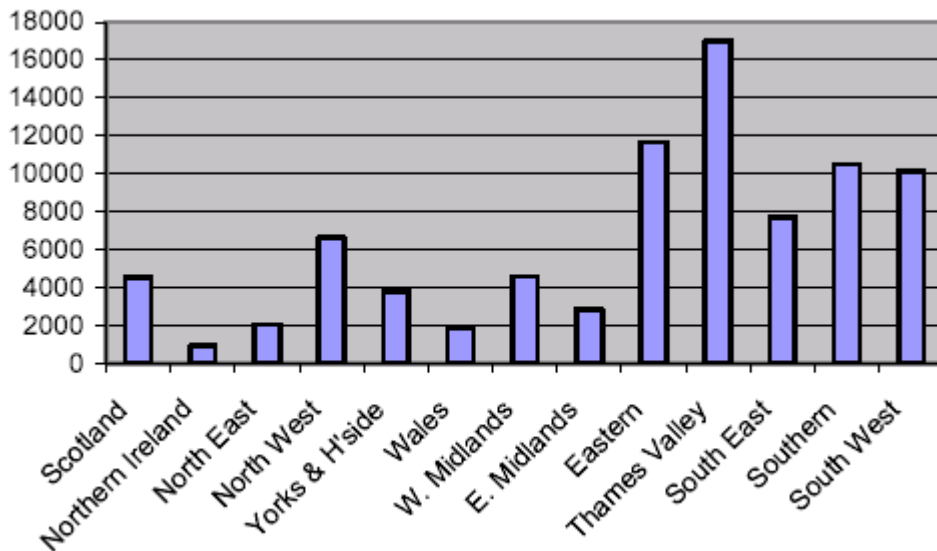
Verdeling RYA-leden naar interesse



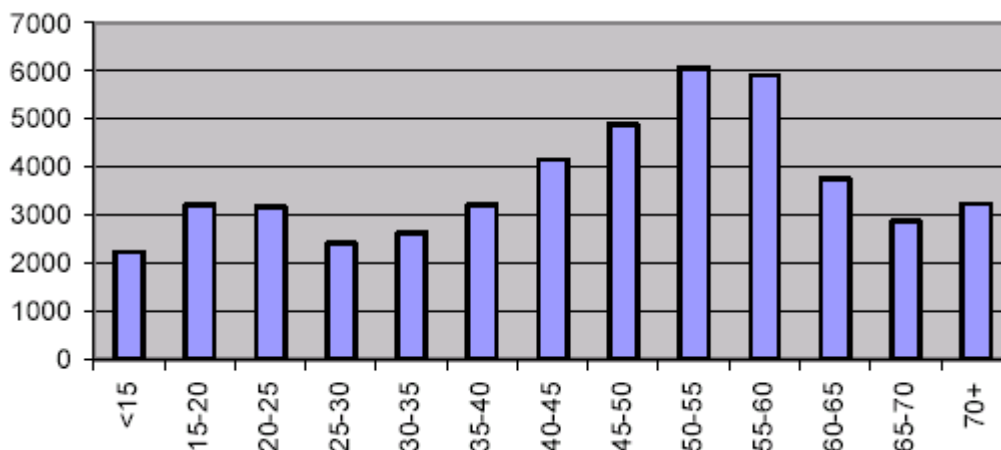
Uit deze figuren komen de volgende kenmerken naar voren:

- de meeste leden zijn actief met zeilboten en vervolgens motorjachten;
- in Thames Valley, het oosten, het zuiden en zuidwesten van Engeland wonen de meeste leden;
- de leeftijdscategorie 50-60 jaar levert de meeste RYA-leden.

Verdeling RYA-leden naar herkomstgebied



Verdeling RYA-leden naar leeftijdscategorie





### 11.3 Gegevens uit Maya 1

Er wordt al geruime tijd in de watersport samengewerkt tussen verschillende landen. Zo is het project Maya ontstaan, een interregionaal samenwerkingsverband. De uitkomsten van het Maya-1-project zijn in een rapport beschreven en is toegankelijk gemaakt via de website. Een deel van de gegevens heeft betrekking op de Deltawateren. Enkele mogelijk relevante aspecten is hieronder weergegeven.

Zo geeft dit rapport onder andere informatie over de ratio van het bootbezit (het aantal boten per 1000 inwoners) in de verschillende deelnemende landen, waaronder Engeland. Bij deze ratio moet men echter wel rekening houden met het feit dat er in Engeland nauwelijks sprake is van registratie van jachten, waardoor het een schatting is. De ratio voor Engeland zou uitkomen op 25. Een vergelijking: in Nederland ligt dit aantal op 31, in Frankrijk op 12, in Ierland op 4 en in België op 1,5.

Er zijn zeker groeiontwikkelingen mogelijk voor de Delta dankzij een aantal factoren. Ten eerste neemt de duur van vrije tijd toe en ten tweede hebben we te maken met een positieve economische groei. Hierdoor neemt het aantal mensen dat in staat is een boot te kopen toe en dit is belangrijk om de ontwikkeling van de botenmarkt gunstig te beïnvloeden. In aanvulling op het rapport van Maya 1 is nog vermeldenswaardig dat het Provinciaal Economisch Beleidsplan én het Integraal Omgevingsplan meer mogelijkheden biedt voor nieuwe ligplaatsen en havenontwikkeling. Nieuwe ontwikkelingen – dry storage – bieden ook weer kansen om meer watersporters te kunnen ontvangen.

Wil men de markten in de toekomst positief beïnvloeden, zal men de jongere generatie moeten winnen voor de watersport. Dit is echter niet makkelijk, omdat deze tak van sport veel concurrentie heeft van andere soorten sporten, jongeren sneller van activiteit wisselen en slechts kortere perioden vrij hebben.

Het Maya 1 project geeft aan dat de binnenlandse waterwegen de belangrijkste aanvoerroutes zijn voor Nederland en België. Met name Nederlandse, Belgische en Duitse boten komen naar Zeeland en Zuid-Holland over kanalen en rivieren. Slechts 10% van de boten van meer dan 7,5 meter lengte maakt de oversteek over kanaal, Noordzee en/of de Ierse Zee. De meeste boten maken alleen dagtochten rond de haven waarin de boot ligt.

De vraag is hoe men de mobiliteit van (kleinere) jachten kan vergroten. Mogelijkheden hiervoor zijn vergroting van de service en een 24 uur bereikbaarheid van jachthavens. Hoe de Engelse watersporters hierover denken, zal onderzocht worden in fase 2 van dit onderzoek.

### 11.4 Internetgebruik

Het aantal internetgebruikers in Groot-Brittannië blijft groeien. Meer dan de helft (57% in 2004) van de Britten heeft Internet thuis en het online boeken van reizen is zeer populair. In de leeftijdscategorie 18-35 jaar heeft zelfs 95% een internetverbinding thuis. Van de Engelsen boven de 50 met toegang tot Internet, heeft 53% al eens een vakantie in Europa of een stedentrip geboekt. In januari 2004 waren 1 op de 25 internetbezoeken aan reiswebsites, inmiddels is dit al 1 op de 20 bezoeken.

In Groot-Brittannië heeft de watersporter een aantal uitgebreide internetsites waar men informatie met betrekking tot pleziervaart vandaan kan halen. Eén daarvan is [www.waterscape.com](http://www.waterscape.com), een website die door British Waterways is samengesteld. Hier vindt de watersporter alles wat hij wil weten over varen: kaarten, adressen, tips, evenementen, restaurants etc... Ook kan men via deze site boten huren.

In Nederland zijn er ook dergelijke internetpagina's te vinden, maar regelmatig zijn deze alleen te bezoeken in de Nederlandse taal. Dit is jammer, want er zijn zeer volledige sites aan te treffen met nuttige informatie voor de buitenlandse watersportliefhebber. Eén van de sites die wel toegankelijk is voor Engelsen en andere nationaliteiten is *www.holland.com*, oftewel "The Official Holland Site". Deze website gaat uit van het NBTC en geeft informatie over allerlei takken binnen het toerisme, zo ook de waterrecreatie. Op *www.holland.com/uk* kan men onder "Leisure" de diverse jachthavens vinden, inclusief informatie over o.a. de kosten per ligplaats en het aantal beschikbare plaatsen. Daarnaast is aanvullende informatie over dagtrips, restaurants en accommodatie binnen handbereik. Een ander pluspunt van deze site is het feit dat er Special Deals gegeven worden, waaronder "Flights & Ferries". Hier worden (goedkope) vluchten van onder andere Transavia en KLM aangeduid en overtochten per ferry van bijv. P&O Ferries vanuit Hull naar Rotterdam. Een website als deze maakt het de Engelse watersporter erg makkelijk een trip naar Nederland te plannen, en zo ook naar Zeeland c.q. de Delta.

Met betrekking tot deze laatste regio springt er ook een website in het oog: *www.deltawaterland.nl*. Deze webpagina biedt veel informatie aan de watersporter over de Delta en is bovendien te bekijken in het Engels. Jachthavens, een Watersport ABC, evenementen: vele aspecten komen aan bod. Met name het Watersport ABC dient als het ware als een soort handboek voor de recreant die de Delta wil bezoeken. In Friesland bestaat er een soortgelijke website, namelijk *www.vakantievaren.nl*. Ook deze internetpagina is erg volledig, te bekijken in meerdere talen en er kunnen eventueel ideeën voor de Delta mee opgedaan worden.

Kortom: Internet blijft in belang toenemen voor communicatie en promotie. Er kan goed gebruik gemaakt worden van de reeds bestaande internetpagina's om de Delta aan te prijzen op de Britse markt.

### **11.5 Boekingsgedrag van de Engelse toerwaarder**

In het boekingsgedrag van de Engelse toervaarders zijn enkele trends te ontdekken. Ten eerste stelt 64,4% van de toeristen die op vaarvakantie gaan hun eigen arrangement samen. Verder maakt 23,4% gebruik van de diensten van een reisbureau en slechts 1,5% van hen boekt een pakketreis. 12,6% maakt gebruik van een touroperator. Het boeken over de telefoon komt het meeste voor: 63,7% boekte zijn of haar reis op deze manier. Vooral toeristen die op herhalingsbezoek gaan en degenen die gaan zeilen maken gebruik van de telefoon.

### **11.6 Economisch belang watersport in Groot-Brittannië**

Om een beetje beeld te krijgen van de omvang van het economisch belang van de watersport sector wordt een aantal kengetallen meegenomen. Er zijn circa 30.000 banen in de watersportsector en rond de 5.000 bedrijven. Er wordt ongeveer 230 miljoen Engelse Pond aan belasting ontvangen. Hieronder vallen de marina's, moorings en jachtservices, samen goed voor 3.500 werknemers in 1.000 bedrijven. De verhuur en zeilscholen leveren nog eens 4.700 arbeidsplaatsen in 860 bedrijven.

De toeristische watersport levert 30 miljoen dagtrips en 16 miljoen trips met overnachting op per jaar. In totaal wordt er rond de 2 miljard Engelse Pond uitgegeven aan deze toeristische watersportactiviteit. Er wordt ook een groei geconstateerd, waarbij de uitdaging bij de sector wordt neergelegd om de vraag naar nieuwe ligplaatsen, maar ook naar nieuwe boten het hoofd te bieden. Kansen voor de Delta om een deel van die groeiemarkt naar zich toe te trekken.

## 12. Resultaten expertmeeting

---

De voorgaande hoofdstukken zijn een cijfermatige weergave van de onderzoeksgegevens die beschikbaar zijn van de Engelse watersportsector. Net als in Nederland is slechts een beperkt aantal gegevens voorhanden. Natuurlijk worden er wel surveys gehouden, maar die hebben veelal betrekking op deelonderwerpen. Met name de Universiteit van Southampton onderzoekt segmenten van deze markt. Deze onderzoeken zijn voor onze studie op dit moment nog niet bruikbaar.

Om de cijfermatige gegevens ook daadwerkelijk een plek te geven en te waarderen ten behoeve van de advisering, is gekozen een expertmeeting te houden met Engelse deskundigen. Daarnaast zijn andere sleutelpersonen voorafgaand aan deze meeting bevraagd.

Er is een bezoek gebracht aan de belangrijkste watersportregio in Engeland, welke bovendien een kansrijke herkomstregio voor de Delta is. De regio van Southampton is zeer in trek bij de watersporters, maar ligt ook gunstig ten opzichte van het vaste land (Zeeland, België en Frankrijk). De andere interessante herkomstregio's liggen meer ten oosten van de Solent én ten westen van Londen. Deze regio's herbergen vooral watersporters die direct op zee moeten varen en de afstand tot het Deltagebied is korter. Aangenomen kan worden dat de voorwaarden ook voor deze regio van toepassing zijn.

De bezochte regio heeft zich ontwikkeld als watersportregio als gevolg van de ligging. De Solent is een belangrijke en nog enigszins beschutte vaarregio. De Isle of White vormt beschutting voor de kustregio, het varen op zee wordt daardoor een stuk veiliger.

Verder zijn de mogelijkheden om te varen op beschermt water beperkt. De andere genoemde regio's hebben marina's die direct aan open zee liggen.

Natuurlijk kent Groot-Brittannië belangrijke binnenlandse vaarwateren. Deze zijn echter alleen geschikt voor de kleine motorbotenvaart of de zogenaamde narrow boats. Het vaargebied van de Solent is geschikt voor de zeiljachten en motorboten die zeewaardig zijn en de oversteek naar het vaste land kunnen maken.

Vanuit de Delta zijn er verschillende contacten met tal van organisaties en jachthavens in de regio. Er is met hen op zoek gegaan naar een aantal gesprekspartners dat vragen uit dit onderzoek zou kunnen beantwoorden vanuit verschillende perspectieven.

Zo is gekozen voor een vertegenwoordiger van de MDL-groep. Dit is de grootste organisatie van jachthavens (19) in de wereld. Daarnaast is een vertegenwoordiger van de British Marine Federation (BMF) gevraagd deel te nemen. Dit bestuurslid – tevens voorzitter van de Yachtharbour Association (onderdeel BMF) – wordt gezien als dé “goeroe” op het gebied van de watersport. De organisatie is de evenknie van de HISWA. Ook is de universiteit van Southampton gevraagd te participeren. Deze universiteit heeft opleidingen op allerlei gebieden van sport en dus ook op het gebied van watersport. Zij leiden op tot manager en doceren vanuit economisch en marketing perspectief.

Er is een lijst met vragen opgesteld ten behoeve van de expertmeeting, gebaseerd op de resultaten van de voorafgaande hoofdstukken. Deze lijst is in de bijlage opgenomen.

Voorafgaand aan de expertmeeting zijn bezoeken gebracht aan een viertal havens en een jachtwerf. Er is gesproken met de managers van de verschillende sites en de havenmeesters. De vragen die we hebben ontwikkeld voor de experts zijn deels ook met deze mensen besproken. Bovendien hebben de bezoeken aan de verschillende havens inzicht gegeven in de ligging ten opzichte van het vaargebied, maar ook op de manier van ondernemen. Op welke wijze wordt een haven hier geëxploiteerd, wat zijn de economische dragers?

De bezochte havens verschillen sterk van elkaar. De havens in Southampton liggen in een vrij industriële omgeving. Eén van de Marina's (Ocean Village) ligt vlak bij het centrum. De omgeving is echter weinig aantrekkelijk en heeft absoluut geen positieve uitstraling. De site heeft echter een totaal andere uitstraling. De combinatie woningen (vaste bewoning én tweede huizen) en de jachthaven treft men vaker aan. Het concept geeft een geheel eigen sfeer. Deze haven ontwikkelt een grote hotelvoorziening. Verder treft men leisurevoorzieningen aan (bioscopen, winkels, restaurants). Eigenaren van woningen hebben ook vaste ligplaatsen.

Vanuit deze haven is het ruim 1,5 uur varen naar het vaargebied (Solent). De rivier zelf wordt ook bevaren, de uitstraling is industrieel.

Kenmerkend voor het gehele gebied zijn de getijden. Getijden belemmeren de watersporter om "spontaan" even te gaan varen.

Een belangrijke drager van de marina's is het kranen van boten voor onderhoud. Het is erg winstgevend om veel boten te kranen en daar biedt men arrangementen voor aan. Het onderhoud zelf wordt uitbesteed en men verhuurt als haven of jachtwerf ruimtes aan onderhoudsbedrijven. Dit is de andere belangrijke inkomstenbron. Het nadeel hiervan is dat de havens zeer rommelig en vuil overkomen. Aangezien deze activiteit het gehele jaar door plaatsvindt, is dit rommelige karakter ook altijd aanwezig.



In Hamble is een haven gesitueerd die weer uitstekend ligt ten opzichte van het vaargebied. In deze zijarm liggen echter 3000 boten. Het is een smalle rivier en die ligt in het seizoen (1 april tot eind september) helemaal vol, dit geldt ook voor de moorings van de gemeente. Het varen op hoogtijdagen is dan ook heel "levendig".

Tevens is een haven bezocht ter hoogte van Southampton, maar dan aan de andere kant van de rivier. In Hythe ligt een prachtige beschutte haven met vele karaktervolle woningen om de haven. De site is van belang voor de economische activiteit in het dorp. Er zijn verschillende winkels en restaurants gevestigd die ook voorzien in de behoefte van de eigen bevolking. Ook hier zijn de woningen én het kranen van de boten belangrijke bronnen van inkomsten.

Opvallend is dat beveiliging op alle sites bijzonder professioneel is geregeld. Overal camera's: het is een duidelijke randvoorwaarde. De jachten zijn kostbaar en de verzekering eist een goede beveiliging.

Het varen in het gebied is minder eenvoudig dan in de Delta. De rivieren zijn allemaal getijdenrivieren met een gemiddeld verval tussen de 4 en 6 meter. Dit betekent een flinke stroming. Wanneer men de rivier afvaart richting the Isle of Wight, komt men in het beschutte zeegedeelte. Echter, het vaargebied is open en vergt zeker kennis en kunde van het varen. Het is niet nodig om een vaarbewijs te hebben, het komt aan op ervaring. In Engeland is echter de verzekering wel een bepalende factor geworden. Watersporters krijgen korting op hun verzekering als zij het RYA-certificaat kunnen overleggen. Er zijn in Engeland ook vele RYA-gecertificeerde opleidingscentra.

De Britse watersporter hecht veel waarde aan veiligheid op het water. Lang niet iedereen is zeker van zijn of haar kennis van het varen. Er wordt dan ook veel "in de buurt van de kust" gevaren.

De gastvriendelijkheid in de havens is erg opvallend. De klant is daadwerkelijk "koning". Alle medewerkers op de verschillende sites zijn vriendelijk en voor de watersporters aanspreekbaar en herkenbaar. De klantvriendelijkheid was overigens overal zeker voelbaar, ook buiten de sites.

Aansluitend aan het bezoeken van de verschillende havens en het gebied is in Southampton de expertmeeting gehouden. Op uitnodiging van de British Marine Federation vond deze plaats in het clubgebouw van de jachtclub bij Ocean Village.

Uitgangspunt is de kansen, gebaseerd op de cijfers, met de experts te onderzoeken en te bespreken. Meer kennis over hun zienswijze geeft inzicht in de Britse watersporter.

De vragen zijn gegroepeerd rond een aantal thema's:

- beleidsmatige aspecten;
- de watersporter;
- de jachthavens;
- het vaargebied;
- promotie.

Nieuwe arrangementsmogelijkheden zijn niet uit de verf gekomen, hier hadden de experts eigenlijk onvoldoende input voor: deze werkwijze is voor hen niet alledaags.

### **Expertmeeting**

Er is gestart met een presentatie van de regio Delta. Opvallend was, dat men de Deltaregio totaal niet kende, maar dat men bij het zien direct de voordelen van de regio wist aan te duiden. Veilige grote vaarwaters van waar men te allen tijde direct op het vaarwater zit. Dat heeft zeker mogelijkheden volgens hen. Hier is duidelijk sprake van onbekendheid, men gaat namelijk wel naar Bretagne. Overigens heeft dat ook te maken met de korte oversteek.



Het beleid in Zeeland voor watersport is totaal anders. Er wordt in Engeland in het geheel niet gedacht aan een integrale aanpak. Toerisme als economische factor is al moeilijk, maar de watersport als onderdeel van toerisme wordt niet als zodanig (h)erkend. Vanuit de BMF werkt men momenteel wel hard aan erkenning van de sector.

Als gevolg van het niet erkennen is de ontoegankelijkheid van het water een punt geworden. Het is in dit gebied onmogelijk om de boot (kleine zeilboot, motorboot of ander klein vaartuig) gratis te water te laten. Overal moeten grote bedragen worden betaald. Het te water laten kost € 14 per keer. Er is één plaats in de gehele regio waar het wel kan, de parkeerkosten bedragen daar weer € 10. Enthousiaste zeilers (de jeugd) die dagelijks willen zeilen zijn dan zeker 70 Engelse Pond kwijt per week, hetgeen 25% van een gemiddeld weeksalaris is.

### **12.1 Beleidsmatige aspecten**

De watersportsector in Engeland bevindt zich in een krimpende markt. Er doet zich een aantal ontwikkelingen voor, die dit beïnvloeden:

- de dieselprijzen;
- de ontoegankelijkheid van de kustlijn: dit leidt tot een meer elitaire vorm van vrijetijdsbesteding;
- prijsstijgingen als gevolg van milieumaatregelen en andere regelgeving.



De grootte van de boten neemt wel toe, evenals de vraag naar luxe als standaard. De meevarende jeugd is opgegroeid met een boot waar alles op en aan zit en zal dan ook als starter in een hoger botensegment instappen. Deze ontwikkeling wordt bevestigd door de Nederlandse vertegenwoordigers. De cijfers wijzen uit dat de jeugd eigenlijk maar in beperkte mate zich met de watersport in de kleine boten bezighoudt.

De jeugd wordt dan ook als zorgpunt aangestipt. Deze groep vormt de watersporter van de toekomst; de mogelijkheden om enthousiast te worden en ook daadwerkelijk deel te gaan nemen aan de sport zijn beperkt. Met name de hoge prijzen voor het gebruik van trailerhellingen of van het parkeren brengen die nieuwe instroom in gevaar.

De discussie leert ons dat de combinatie tussen gratis afmeermogelijkheden (bijvoorbeeld op onze eilanden in de Deltawateren) gecombineerd met de betalende ligplaatsen in jachthavens enorm kansrijk wordt gezien voor het beleven van de watersport.

Verder is een verschuiving te constateren van motorschepen naar zeilschepen. Dit wordt volgens de experts onder andere veroorzaakt door de problematiek van de rode diesel. De verhouding tussen zeilboten en motorboten is 80% zeilboten en 20% motorboten. In Hamble is de verhouding iets anders (65% ten opzichte van 35%).

De verhouding is vergelijkbaar met de verhouding boten dat vaart in de Delta. De HISWA heeft door onderzoek geconcludeerd dat er in Nederland juist een verschuiving van zeilboot naar motorboot plaatsvindt.

De prijsstellingen hebben grote invloed op de ontwikkelingen. De prijzen zullen alleen maar verder stijgen gezien de aankomende wetgeving op het gebied van natuur en milieuwetgeving. Dat ziet men ook zeker in. Voor de Delta betekent dit een kans: de jachthavens in het Deltagebied lopen tenslotte ver voor met milieumaatregelen.

Voor de Delta zijn kansrijke elementen:

- natuurlijke omgeving;
- beschut groot vaarwater;
- dry storage als betaalbare mogelijkheid voor de “kleinschaligere” watersporten;
- toegankelijke kustlijnen met mogelijkheden voor betaalbaar watersporten.

Productinnovaties zoals “dry storage” bieden kansen voor de Engelse markt. In Groot-Brittannië wordt op dit gebied nog maar weinig ontwikkeld: men ziet daar nog geen kansen. Ook duurzame ontwikkelingen worden weinig toegepast, er bestaat wel grote interesse gezien de wijzigende regelgeving. Samenwerking op het gebied van kennis wordt dan ook als een kans gezien.

## 12.2 De watersporter

Watersporten (zeilen en motorbootvaren) is mogelijk voor de welgestelde Brit. De leeftijdsgroep varieert, maar de jeugd ontbreekt. In Nederland wordt de groep 50+ als kansrijk gezien. De cijfers wijzen echter op slechts een beperkte groep mensen van deze leeftijd in de groep watersporters, maar natuurlijk vergrijst Engeland ook.

Verder is een belangrijke trend dat de watersporter – gezien het benodigde kapitaal – weinig tijd heeft, maar wel de financiële middelen. Dit heeft gevolgen voor het product dat wordt aangeboden. In het gebied worden daarom ook pakketten aangeboden voor onderhoud, ligplaatsen, kranen van de boten, onderhoud etc. Exclusiviteit en “klasse” vindt men belangrijk als instrument om de klantvriendelijkheid te benadrukken.

De oudere watersporter hecht steeds meer waarde aan veiligheid. Men gaat daarom liever varen op een veilig en beschut vaarwater. Zo ziet men in de binnenwateren van Engeland een duidelijke toename van de oudere watersporters.



De groep watersporters met veel tijd gaat vaak cruisen: het groepsgewijs bezoeken van vaargebieden. Ook worden schepen gecharterd om een watersportvakantie door te brengen.

De jonge watersporter heeft een andere lifestyle en zal vooral fun-watersporten gaan beoefenen. Surfen en kitesurfen zijn daarbij kansrijke sporten. Oudere kinderen vervelen zich vaak aan boord. Men moet een aantrekkelijk pakket worden aangeboden, maar in Engeland is dat slechts beperkt voor handen. Kindvriendelijke producten hebben we dan ook slechts in een enkel geval aangetroffen.

Een rolmodel (bijvoorbeeld Ellen McArthur) is voor de jeugd een enorme stimulans om te beginnen met zeilen. Positieve media-aandacht leidt dan ook tot toename van participatie aan de watersport.

De bereidheid om te reizen naar de boot is voor Nederlandse begrippen redelijk. De herkomstregio voor het gebied de Solent ligt tussen de 2,5 en 3,5 uur (200 kilometer over land is geen probleem). Een dergelijke reistijd wordt niet negatief beoordeeld. Zo zou men ook naar de boot in bijvoorbeeld de Delta kunnen gaan. Het probleem is dan wel dat men niet met mooi weer ad hoc kan besluiten naar de boot te reizen.

De gemiddelde botenbezitter gaat 35 dagen per jaar naar de boot. In het binnenland ligt het aantal bezoeken lager. Net als in Nederland bevindt men zich voor een groot deel in de haven en het koffiedrinken aan dek is een geliefde bezigheid. Ook het bezoeken van winkels, andere dingen doen, kortom het plegen van leisure-activiteiten neemt een belangrijk deel van de tijd in tijdens het bezoek aan de boot. Interesse in leuke aanlegplaatsen, gezelligheid én ook veiligheid in de haven wordt hoog gewaardeerd.

De bezoeken aan de boot worden doorgaans met het gezin ondernomen. Wel neemt de verveling bij de kinderen toe, dit bevordert het watersporten voor het gezin niet. Andere watersporten – jong, activiteiten voor kinderen zoals duiken, zeilles, recreatiewerk aan land – worden zeer gewaardeerd en zelfs als kansrijk ervaren.

Het besloten vaargebied waar historische steden zijn, met de boot midden in de stad liggen en het kunnen bezoeken van een restaurant of een café is belangrijk.

De watersporter is behoorlijk “geschoold”. Op zich zijn er geen eisen van het hebben van bijvoorbeeld een vaarbewijs. Als gevolg van de eisen van verzekeringen is men vaak wel genoodzaakt zich goed te verdiepen in de materie en goed beslagen ten ijs te komen. Aan de andere kant neemt de apparatuur aan boord toe, de kennis van de mens neemt daardoor weer af. Kennisbevordering en training moet het vertrouwen met het varen weer doen toenemen en is ook belangrijk om te bevorderen. De oversteek is in tegenstelling tot de Nederlandse watersporter geen probleem. In Nederland is men opgegroeid op binnenwateren, de Engelse botenbezitter vindt varen op zee (van jongs af aan) heel normaal.

Ondanks de kapitaalkrachtigheid van de watersporter in de doelgebieden is het prijsniveau van de ligplaatsen, diensten in de havens en de levensstandaard zeer aantrekkelijk voor de Britten. Ook minder kapitaalkrachtige watersporters zullen zeker geïnteresseerd zijn. Als gevolg van de daling van het aantal watersporters (veelal door het duurder worden van de sport) zijn er weer kansen op de chartermarkt.

### 12.3 De jachthaven

De watersporter die zijn ligplaats heeft in de marina's (jachthavens aan de kust of nabij de kust) is veeleisend wat betreft het product. Elektriciteit, stromend water, waterafvoer, goede steigers, verlichting, veiligheid, mogelijkheid voor onderhoud, persoonlijke benadering, goede sanitaire voorzieningen; het hoort aanwezig te zijn. Verder is van belang dat men niet te lang moet varen naar een vaargebied.

In Groot-Brittannië zijn de eisen op het gebied van duurzaamheid behoorlijk beperkt. Zo is afvalscheiding, eisen van afval bij het onderhoud vanuit Nederlandse optiek erg beperkt. Alleen in Hythe werd een bescheiden afvalopslag aangetroffen die ook netjes oogde. Milieuvriendelijkheid, nieuwe methoden voor schoon houden van de boot vindt men interessant. Men ziet het ook zeker op zich afkomen, maar het leidt zeker nog niet tot duurzaam ondernemerschap.

Het gastheerschap daarentegen kent in de havens geen grenzen. Overal treft met vriendelijkheid aan en een zeer dienstverlenende instelling. De hoge eisen van de boteneigenaren hebben geleid tot een zeer groot “klant is koning”-beleid. Problemen worden dan ook opgelost, overal zijn mogelijkheden voor onderhoud. De informatie over de regio wordt aangereikt, maar niet op uitgebreide schaal. Er is bijvoorbeeld geen Deltagids-formule aanwezig. Ook hier is men zeer positief over en men geeft aan dat een dergelijke brochure ook bevorderend werkt ter stimulering van het varen.

Het havengeld in Engeland is erg hoog. De salariskosten van de medewerkers liggen weer relatief laag. Het rendement van de havens ligt daardoor wat gunstiger ten opzichte van het rendement van de Nederlandse havens. Het voldoen aan de regelgeving en de hogere salarissen zetten het rendement in Nederland onder druk.

#### **12.4 Het vaargebied**

De meeste marina's liggen aan de kust en direct aan het open water. In het bezochte gebied is wel enige beschutting in de vorm van Isle of Wight. Hierdoor ligt er een enorme druk op het vaargebied. Vooral tijdens hoogtijdagen brengt dat een grote drukte op de aanrijdroutes teweeg, maar ook de vaarroute naar het open water is bijzonder druk. Er gebeuren dan ook tamelijk veel ongelukken en aanvaringen.

Bij het tonen van het vaargebied de Delta werd direct een aantal positieve punten aangegeven. Allereerst de grote vaarwateren die volledig beschermd zijn. Bovendien trof men overal beschutte afmeermogelijkheden aan, zowel in steden als op eilanden. Ook het aantal jachthavens verspreid over het gebied ervaart men als positief. Dat jachthavens samenwerken en het de klanten gemakkelijk maken om bij anderen binnen het samenwerkingsverband te overnachten wordt als belangrijk beschouwd. Daarom zijn clubs als MDL en Premiere in Engeland zo in trek.

Eigenlijk stelt men naast de veiligheid de mogelijkheden om historische steden te bezoeken niet eens heel duidelijk over de eisen van een vaargebied. De Delta heeft eigenlijk zoveel meer te bieden dat men op alles positief reageert.

Het klimaat in Zuid-Engeland wordt niet als warm beschouwd. De beschrijving van het klimaat is identiek aan het Nederlandse klimaat en het vormt geen probleem, de beschutte omgeving maakt dat er weinig belemmeringen zijn. Natuurlijk wil men graag naar Mediterrane gebieden, maar de afstand daarheen is veel te groot. De beschikbare tijd voor vakantie is beperkt en daardoor is dat alleen weggelegd voor een kleinere groep.

Het Deltagebied is aanzienlijk dichterbij, het concurrerende gebied is vooral de kust van Frankrijk waar genoten wordt van het eten (vis, schaal- en schelpdieren), maar ook de wijn heeft aantrekkingskracht!

## 12.5 Promotie

Britse watersporters hechten belang aan herkenbare merken qua kwaliteit. Zo is de “Golden Anchor” in Engeland een begrip en de BMF tracht deze kwalificatie ook op het vaste land toe te passen. Kwalificaties als de Blue Flag worden door de Britten niet herkend.

De havens maken eigenlijk nauwelijks reclame voor hun bedrijven, ze zijn vol en hebben vaak ook wachtlijsten. Men werkt met loyaliteitsprogramma's en hierdoor houdt men de klanten als gezamenlijke havens vast.

Slechts heel beperkt wordt een artikel geplaatst. De havens hebben wel websites, maar deze zijn echter lang niet altijd toegankelijk en richten zich vooral op de watersporters die als het ware lid zijn van de club.

Wel presenteert men zich op beurzen. Zo zijn er Boatshows in Southampton en Londen. Men is wisselend enthousiast. Met name de London Boatshow is afgelopen keer verplaatst naar de buitenkant van Londen. Hierdoor is het bezoek aan de stad niet meer mogelijk en het familie-uitstapje (vader naar de beurs, moeder ook winkelen) is daarmee onmogelijk geworden. Het aantal bezoekers liep sterk terug. Ook het windsurfen is uit de show gehaald en hierdoor mist men dan weer de jeugd.

De media schrijven over het algemeen niet erg positief over de watersportsector en de watersportbeurzen. Wanneer er een bootshow is, wordt het neergezet als “rijkeluisbeurs”. Vanuit die toonzetting wordt de meeste media-aandacht gegeven.

Er is geen duidelijk antwoord gegeven op de bladen die worden gelezen door de watersporters. Slechts twee bladen worden genoemd; Yachting Monthly en Practical Boat Owner. In deze bladen wordt ook wel aandacht besteed aan mogelijke vaargebieden. Nader onderzoek over relevantie voor communicatie is hiervoor nodig. Bekend is wel dat er cruising-clubs zijn die geheel eigen communicatiekanalen hebben. Ook hier is weer sprake van besloten (interne) communicatie. Aan werving wordt nauwelijks aandacht besteed.

Het Deltagebied is absoluut niet bekend. Men kent Holland, maar men is geheel niet gefocust op het meer noordelijke gebied van Frankrijk als potentieel vaargebied. Er is dan ook geen sprake van dat de Delta een imago heeft. Aanbevolen wordt om vooral de interessante havenstadjes te promoten als Zierikzee, Goes, Hellevoetsluis en dergelijke.

Hoe wordt de keuze dan gemaakt voor een vaargebied?

Vanuit de cruising-organisaties worden gebieden gepresenteerd en dan veelal door mond tot mondreclame van het Franse deel. Ons werd eigenlijk duidelijk dat dit vooral wordt veroorzaakt door de relatief korte overtocht en vervolgens de mogelijkheden om lekker te relaxen, lekker te eten en te drinken.

Bij promotieactiviteiten is het vooral van belang te denken aan:

- mogelijkheden voor charteren;
- communicatie over merken oftewel samenwerking jachthavens;
- loyaliteitsprogramma's;
- gebruik maken van eigen klanten als ambassadeurs;
- pakketten aanbieden;
- communicatie over de ligging en het typevaargebied.

## **13. Conclusies en aanbevelingen**

---

Voorgaande hoofdstukken hebben een breed scala aan informatie over de Britse watersportmarkt en de Delta zelf weergegeven. Hieruit kan een aantal voorlopige conclusies getrokken worden. Omdat de bronnen op een deel van de vragen nog geen antwoord hebben gegeven wordt een tweede fase ingezet. Dat betekent dat de conclusies gebaseerd zijn op de deskresearch. De conclusies worden in de tweede fase getoetst en besproken met diverse sleutelpersonen c.q. experts. Aanscherping en bijstelling zullen dan mogelijk aan de orde zijn. Na deze tweede fase zal ook invulling worden gegeven aan de aanbevelingen op basis van de conclusies.

Ten eerste de kenmerken van de Engelse toerist in het algemeen. Qua toeristen is er weinig onderscheid tussen het aantal mannen en vrouwen. De Britten in de leeftijd tussen 25 en 44 jaar reizen het meest, gevolgd door de groep 45-64 jarigen. De vergrijzing van de Britse reismarkt is een feit: in 2004 was ruim 20,7% van de toeristen ouder dan 50 jaar. Deze personen hebben een ruime reiservaring en een grote belangstelling voor cultuur.

Vervolgens zijn, gekeken naar socio-economische klasse, de goed opgeleiden met een bovengemiddeld tot hoog inkomen de aantrekkelijkste doelgroep: klassen AB en C1. Het gaat hierbij om empathie esters, jonge koppels en gezinnen met jonge kinderen. Ze wonen voornamelijk in Londen en Zuidoost-Engeland: hier ligt dus de markt met de meeste potentie. Het bezoeken van buitenlandse bestemmingen is de laatste jaren bij de Britten alleen maar populairder geworden. Deze stijgende lijn zal zich hoogstwaarschijnlijk voortzetten in de toekomst. Men gaat vaker en korter op vakantie: de voorkeur gaat uit naar 1 tot 3 nachten. Dankzij de low-cost carriers is het makkelijker om een korte trip te maken en daarnaast vergemakkelijkt het Internet het boeken van een reis. Tegenwoordig maakt men namelijk minder gebruik van complete pakketreizen: het individueel plannen en boeken van een reis is meer in trek.

Stedentrips zijn populair en tijdens deze reizen bezoekt de Engelsman het liefst bars, cafés, bijzondere gebouwen en historische locaties. Hij geeft relatief veel geld uit: gemiddeld € 254,- per dag en € 472,- per verblijf. Mede hierdoor is de Engelse toerist een zeer aantrekkelijke bezoeker voor de Delta. Bovendien geeft de Brit aan (zeer) positief te zijn over Nederland als vakantiebestemming, alleen ziet slechts 5% van de Engelsen Nederland als watersportbestemming. Hier valt dus door middel van uitgebreidere promotie aan te werken.

Vervolgens kunnen er conclusies getrokken worden met betrekking tot de Britse watersportmarkt. Van de Engelse bevolking ouder dan 16 is meer dan een kwart actief in watersportactiviteiten: ruim 12,5 miljoen mensen. Van hen varen 3.277.000 personen met een boot. In Groot-Brittannië zijn er zo'n 450.000 à 500.000 schepen langer dan 2,5 meter. Verder liggen er 90.000 in buitenlandse havens. De prijzen voor vergunningen, ligplaatsen e.d. in het Verenigd Koninkrijk zijn aan het stijgen en dit kan een voordeel zijn voor de Delta: Engelsen zullen bij een lagere prijs sneller overwegen hun jacht ergens anders te leggen.

Op dit moment is het niet alleen belangrijk de mensen in het onderzoek te betrekken die al gebruik maken van een zeil- of motorjacht: ook de gebruikers van een kleine zeilboot zijn van belang. Zij zijn namelijk de potentiële gebruikers van een groter jacht in de toekomst.

Enkele kenmerken van de watersporter c.q. toervaarder: mannen zijn actiever dan vrouwen, jongeren nemen meer deel dan ouderen en het valt op dat 55+ers minder deelnemen dan verwacht. Zij hebben meestal de tijd en het geld om te varen, maar de cijfers blijven achter bij de andere leeftijdscategorieën. Aangezien de Engelse bevolking aan het vergrijzen is en de 50+ers al 1/5 deel uitmaken van alle toeristen, spreken we zeker van een kansgroep. Hierbij speelt ook het feit mee dat ouderen momenteel minder van elektronica afweten dan jongeren, maar de nieuwe ouderen zijn hier meer in thuis omdat zij in werk of studie hiermee in aanraking zijn gekomen. Het vaarwater wordt toegankelijker en de 55+ markt zal gaan veranderen. Ook blijkt dat de groep 16-34 jarigen die nu een kleine zeilboot hebben groot is:

zij hebben waarschijnlijk de ervaring en het geld nú nog niet om een groter zeiljacht te kopen, maar dit biedt kansen voor de toekomst. Koppels onder de 55 jaar varen nu het meest met een zeiljacht, motorboten zijn bij families in trek. Ook de groep 55-65 jarigen waarvan de kinderen het huis uit zijn, moet niet uitgevlakt worden.

Over het algemeen komt de toerist uit de socio-economische klasse AB: dit geldt ook voor de watersport. Op deze groep zal dus de nadruk gelegd moeten worden bij promotie van de Delta in Engeland.

Gekeken naar herkomstgebied is hetzelfde verschijnsel te zien qua watersporters als bij de 'algemene' toeristen: de regio's Londen, Oost- en Zuidoost-Engeland zijn aantrekkelijke gebieden voor zowel toeristische bestemmingen in het algemeen als voor de Delta. Er woont namelijk een groot aantal recreatief vaarders. Zeiljachten en motorjachten worden hier veel gebruikt: een veelbelovend gegeven aangezien deze regio het dichtst bij de Delta ligt. De overstreek kan makkelijk gemaakt worden en daarnaast kunnen ook de relatief hoge kosten voor een ligplaats in dit deel van Engeland een rol spelen. Vergeleken bij de Delta betaalt men voor een jaarplaats voor een jacht van 15 meter gemiddeld 80% meer. Kortom: wat betreft kosten wint de Delta met grote voorsprong en dit is een gegeven waar zeer zeker op ingespeeld moet worden. In combinatie met een goedkope chartervlucht wordt het varen voor de Engelsman zo hoogstwaarschijnlijk een stuk aantrekkelijker.

De Britse toervaarder blijft vaker in eigen land dan dat hij de grens over gaat. De categorie die alleen in Groot-Brittannië vaart is het grootst, gevolgd door de categorie die alleen naar het buitenland gaat. De derde plaats wordt ingenomen door de watersporters die in totaal minder dan 6 maal per jaar in eigen land of in het buitenland varen: deze twee laatste categorieën zijn dus de doelgroepen voor de Delta.

Het blijkt dat de omgeving waarin de haven ligt, zeer van belang is voor het aantal Engelsen dat men ontvangt. De gemeentehavens in de Delta, zoals de havens in Middelburg, Veere en Zierikzee zijn zeer in trek bij Britten. Dit komt hoogstwaarschijnlijk door de historische sfeer en bezienswaardigheden: een punt dat de Engelsman zeer waardeert.

Qua individuele passanten gaat het vooral om zeiljachten, wat betreft de groepen komt men vaker met motorjachten.

Over de jachtverhuur is ook een en ander te zeggen. Slechts 31% van de verhuurbedrijven heeft Engelse klanten en 12% maakt reclame op de Britse markt. Dit is zeer weinig en kan dus zeker meer worden. Bedrijven promoten hun diensten ook amper op Engelse beurzen, een evenement waar zeker potentiële klanten of bruikbare contacten te vinden zijn.

Tenslotte het internetgebruik: zoals eerder vermeld is dit het communicatiemiddel van de toekomst en als men mee wil gaan in deze trend, zal er een goede website gemaakt moeten worden die in het Engels te bezoeken is. Internetsites zoals [www.holland.com/uk](http://www.holland.com/uk) en [www.deltawaterland.nl](http://www.deltawaterland.nl) zijn zeker te gebruiken, aangezien de Engelsman in eigen land ook veel gebruik maakt van dergelijke informatiebronnen.

De beschikbare onderzoeken over watersport zijn tamelijk schaars. Vooral informatie over de klant en de wensen van de watersporter zijn nauwelijks beschikbaar. Er zijn wel onderzoeken naar het gedrag van watersporters in Engeland, uitgevoerd door de universiteit van Southampton. Echter dit zijn kleinschalige onderzoek die slecht kleine onderdelen benaderen. Bovendien waren deze onderzoeken voor dit onderzoek nog niet beschikbaar. Mogelijk dat in de toekomst gezamenlijke bruikbare onderzoeken kunnen worden opgezet, zodat meer inzicht komt in het gedrag en de keuzemotieven van de watersporters zelf. Naast de veelheid aan informatie vanuit de gesprekken met de sleutelpersonen en de experts blijft onduidelijk welke keuzemotieven nu daadwerkelijk een rol spelen en welke producten nu het beste inspelen op de Engelse markt.

Het Deltagebied is een interessant vaargebied voor de Britse watersporter. Het is beschermt, maar is wel groot genoeg als vaarwater. Ook de ligging van de havens ten opzichte van het



vaargebied is zeer gunstig, je hoeft geen lange tijd te varen alvorens je daadwerkelijk in het gewenste vaargebied bent aangekomen. Dat wij minder getijdengebieden in de Delta hebben, waarbij het verval ook nog overzichtelijk is, wordt zeer positief beoordeeld.

Naast het interessante karakter van de vaarmogelijkheden in het gebied worden ook de recreatiemogelijkheden als zeer positief beschouwd. Onder recreatiemogelijkheden wordt verstaan het bezoeken van historische steden, het kunnen aanleggen aan steigers bij belangrijke steden of dorpen, het aanleggen op eilanden om daar te gaan recreëren. De vele fietsroutes om het gebied te ontdekken biedt een grote meerwaarde. De havens in de steden en dorpen zullen extra worden gewaardeerd. Tenslotte vindt men het heel belangrijk om te kunnen eten en drinken in het gebied waar men op dat moment verblijft. Deze belangrijke aspecten leiden bijvoorbeeld tot veelvuldig bezoek aan Frankrijk. Regiogebonden culinaire mogelijkheden bieden een belangrijk aanknopingspunt.

Watersporten is een echte gezinsactiviteit. In Engeland zijn vaarmogelijkheden voor jongeren beperkt. In het Deltagebied zijn volop mogelijkheden om ook de jongeren een fantastische watersportvakantie aan te bieden. Zeillessen, surfen, kitesurfen zijn sporten die vooral door de jeugd worden beoefend. Data dat ook gebeurd in of nabij de haven waar de ouders hun (tijdelijke) ligplaats hebben, is een duidelijke kans. Ook de mogelijkheden om de kleine watersport vanaf vele plekken in het gebied (kosteloos) te ondernemen draagt bij aan deze kans.

De overtocht vergt wel tijd. De Britse watersporter is wel gewend aan varen op zee. De overtocht naar de Delta zal vooral worden bepaald door de beschikbare tijd. Kansrijk hierbij is de propositie om de boot vast in het Deltagebied te leggen. De mogelijkheden om dit aan te bieden zijn in dit onderzoek niet verder onderzocht.

De bekendheid van het gebied is een enorm minpunt. We kunnen wel concluderen dat men de Delta gewoon niet kent. Dat men bij het zien van het gebied direct alle voordelen eruit haalt, kan als zeer kansrijk worden beschouwd. Verder is een aandachtspunt de gastvriendelijkheid. De uitstraling in Engeland op dit gebied is bijzonder positief. In de Delta staat de gastvriendelijkheid nogal eens onder druk.

Engeland is een heel duur land. Zowel het huren van een ligplaats als wel het onderhouden van de schepen is een zeer kostbare aangelegenheid. Dit wordt in de toekomst alleen maar duurder gezien de maatregelen van de milieuwetgeving die in Engeland nog van kracht moeten worden. In het Deltagebied loopt men ver vooruit op milieugebied, de prijsstijging in Engeland werkt alleen maar gunstig ten opzichte van Groot Brittannië. Uit landelijk onderzoek (Destinatie Holland) blijkt dat de Britten dan ook het meest uitgeven van alle inkomende toeristen. Nederland en specifiek het Deltagebied prijstechnisch zeer aantrekkelijk.

Koppelen van de gunstige prijspositie van de Delta ten opzichte van de Britse watersportgebieden en de beperkte beschikbare tijd van de watersportmarkt biedt kansen voor de chartermarkt. Goed afgestemde producten (fly-sail) zijn kansrijk voor de markt die de boot net hebben opgegeven vanwege de hoge kosten van het varen. De daling van het aantal watersporters wordt volgens de experts vooral veroorzaakt door de hoge prijzen en de ontwikkelingen op het gebied van de diesel en milieuwetgeving maken dat die prijzen nog hoger gaan worden.

De commerciële jachthavens in het Deltagebied voldoen in grote mate aan het eisenpakket van de Britse watersporter. De verenigingshavens doen dit in mindere mate maar de afwisseling van luxe havens, meer eenvoudige afmeermogelijkheden en de afmeermogelijkheden op eilanden of aan steigers bij de kustlijn maken het zeer aantrekkelijk



om de Brit te verleiden naar het Deltagebied te komen. Aandacht moet er zijn voor veiligheid, veiligheid is echt een “issue” voor de Brit.

De vele zonne-uren in de Delta vormen een goede concurrerende basis ten opzichte van de westkust van Noord Frankrijk, België en de Zuidkust van Engeland (Solent als meest westelijke vaargebied). In de Solent zelf kampt men zelfs met twee maanden met grote kans op mist (september en oktober). Kortom, het klimaat vormt geen enkele belemmering voor de Britse markt en is juiste een kansrijk element in de concurrentiepositie.

De Britse watersporter is niet gewend aan marktwerking. Men heeft geen kennis over het gebied De Delta. Het opzetten van een marketingstrategie begint dan ook bij het benutten van bestaande en herkenbare communicatiemiddelen. De Watersporter gebruikt een aantal watersportbladen van de “clubs” en de websites hiervan. Zo kunnen de ligplaatshouders van de MDL-group grasduinen op hun site. Het ligt voor de hand om op dit niveau te beginnen met de kennismaking met de Delta en de mogelijkheden. Daadwerkelijk marktonderzoek moet uitwijzen welke producten dan vervolgens in de markt kunnen worden gezet in de vervolgfase. Hierbij kan worden gedacht aan het benutten van de botenshows in het land en de special interestbladen.

De watersportmarkt neemt weliswaar wat af, maar is voldoende kansrijk voor de Delta. De kans richt zich op de markt van de 50+, deze lijkt wel wat ondervertegenwoordigd, maar is niet onbemiddeld en heeft tijd. Bovendien vergrijst de Britse samenleving ook in een behoorlijk tempo, het potentiële aanbod van Britse watersporters wordt alleen maar groter.

Wat te doen om die markt ook daadwerkelijk te bewegen te kiezen voor de Delta?

Het bekend maken van het gebied is van essentieel belang. Het is niet verantwoord in grote perscampagnes het gebied neer te zetten. Dit kost erg veel geld en richt zich niet op de watersporter zelf. Bovendien kan dit tot negatieve communicatie in de pers leiden en dat werkt alleen maar tegen.

Het is aan te bevelen te beginnen met het opzetten van een samenwerkingsverband tussen de jachthavens in Zeeland en de twee belangrijkste keten in Engeland zijnde MDL-group en Premiere-group. Gebruik maken van elkaars communicatiekanalen leidt tot het bewegen van eigen klanten naar de andere kant van de plas. Nederlandse ligplaatshouders naar Engeland betekent meer vrije passantenplaatsen, zodat Britten naar ons gebied kunnen komen. De mond-tot-mondreclame is erg belangrijk in de watersport en dit kan uiteindelijk een positief effect hebben.

Daarnaast is het zaak de Delta – onder de kop Holland – in Engeland bij de botenshows te presenteren. De shows zijn familie-uitstapjes, gerichte producten voor de familie (denk aan de mogelijkheden tijdens de vakantie voor de jeugd en jongeren) dienen hier dan ook ontwikkeld te worden en vervolgens aangeboden.

Van belang is in de communicatie de volgende aspecten mee te nemen:

- veiligheid
- vaarwater
- groot aantal zonne-uren
- mogelijkheden tot recreëren
- jeugd en jongeren
- culinaire mogelijkheden (streekproducten waaronder zilte zaligheden als oesters, kreeft, zeekraal en dergelijke)
- steden; historisch erfgoed
- gastvrijheid oftewel het verwennen!

Het opstellen van een goed afgewogen communicatie c.q. promotieplan is noodzakelijk om gedurende een drie tot viertal jaren de markt intensief te bewerken. Een voorzichtige start (uitwisseling) is aan te bevelen, de uitbouw zal zich met name na een tweetal jaren voordoen.

Om het promotieplan voldoende te kunnen uitwerken is het aan te bevelen een uitvoeriger consumentenonderzoek te laten plaatsvinden. De mogelijkheden zijn als gevolg van dit vooronderzoek vergroot door de samenwerking met de universiteit van Southampton. Het onderzoek moet zich toespitsen op het gedrag van de Britse watersporter tijdens hun vakantie en de motivatie om te komen tot de oversteek naar het vaste land. Daarnaast is informatie over de totstandkoming van de keuze voor een bestemming van belang. Het toetsen van producten (chartermarkt, ligplaatsen in de Delta inclusief vervoer, cruising-programma's) is eveneens van belang. Gegevens over het cruisen ontbreken nog in deze rapportage, ook deze clubs zijn veelal besloten. Daarnaast is het noodzakelijk om te toetsen welke communicatiemiddelen de watersporter nu daadwerkelijk het meest benutten.

Naast het communicatieproject is het van belang in de Delta een aantal activiteiten op te pakken.

1. Inbedden van de streekproducten en zilte zaligheden in het dagelijks leven van de Zeeuwse bevolking. Het tegenkomen van vis op veilingen, streekmarkten bij havens et cetera.
2. Gastvriendelijkheidsprojecten opzetten met de watersportondernemers middels opleiding
3. Gastvriendelijkheid moet echter wel over de gehele linie worden verbeterd. Hierbij kan worden aangesloten bij de projecten die ook voor de Duitse markt van start zijn gegaan.
4. Opzetten van een project meer bedrijven te motiveren om het "golden anchor" op het bedrijf te krijgen. Samenwerking biedt mogelijkheden om meer betaalbaar te participeren in de "golden anchor". Dit is overigens ook van belang voor de communicatie.
5. Momenteel worden nieuwe projecten opgezet in Europees verband, het aanbevolen onderzoek kan hier integraal deel van uitmaken.
6. Opstellen van een promotieplan voor de marktwerking van de komende jaren. De promotie kan al direct vorm krijgen door de samenwerkende jachthavens in de Delta met de jachthavens van de MDL- en Premiere-groep te laten samenwerken, benutten van elkaars klanten.

De Delta is vooral kansrijk voor de motorboten en zeiljachten die de "plas" kunnen oversteken. De markt van de motorboten is echter ook interessant voor de Brabantse en Vlaamse binnenwateren. De ontwikkeling van de narrowboats in Engeland kan ook opgaan voor deze vaarwateren. Het koppelen aan steden (stedentrips) ligt dan voor de hand.

De Britse markt is een zeer kansrijke markt. Ondanks dat nog niet alle details uitgewerkt kunnen worden is het de moeite waard deze markt te gaan bewerken. Het vaargebied biedt alle kansen en mogelijkheden waar de Brit behoefte aan lijkt te hebben. Het is aan te bevelen te starten met het trekken van passanten, zij zijn de ambassadeurs van het vaargebied. In een later stadium kunnen producten worden gemaakt om ook ligplaatsen aan te bieden aan de Britten. De Britse watersporter kan een economische impuls geven aan het (watersport)toerisme in de Delta en op de binnenwateren van Brabant en Vlaanderen.

## 14. Bronvermelding

---

### Literatuur:

- “Destinatie Holland, de buitenlandse toerist nader bekeken”  
NBTC  
Dhr. K. van der Most en mevr. ds. I.J. Nieuwhof  
November 2006
- “Economic Benefits of the UK Leisure Boating Industry”  
British Marine Federation/GHK  
December 2005
- “Marktrapport 2004 Verenigd Koninkrijk”  
NBTC, Londen  
Juli 2004
- “Southern North Sea Marina Tourist Guide”  
NBTC Leidschendam
- “Toeristische Trendrapportage Zeeland 2005/06”  
Kenniscentrum Toerisme & Recreatie  
Juni 2006

### Publicaties via Internet:

- “Annual Report and Accounts 2005-06”  
British Waterways  
2006
- “HISWA Enquête onder verhuurbedrijven”  
2005
- “Kerncijfers Toerisme en Recreatie – Editie 2006”  
NBTC, Leidschendam  
2006
- “Maya 1 Netwerkrapport (deel 1)” en “Watersportverkeer kaarten”
- “Watersports and Leisure Participation Survey 2005”  
British Marine Federation, Royal Yachting Association, Sunsail, Maritime Coastguard Agency en Royal National Lifeboat Institution  
2006

### Internetsites:

- [www.britishwaterways.co.uk](http://www.britishwaterways.co.uk)
- [www.waterscape.com](http://www.waterscape.com)
- [www.statistics.gov.uk](http://www.statistics.gov.uk)
- [www.rya.org.uk](http://www.rya.org.uk)
- [www.britishmarinefederation.co.uk](http://www.britishmarinefederation.co.uk)
- [www.destinationsouthwest.co.uk](http://www.destinationsouthwest.co.uk)
- [www.visitsoutheastengland.com](http://www.visitsoutheastengland.com)
- [www.sailsoutheastengland.co.uk](http://www.sailsoutheastengland.co.uk)
- [www.premiermarinas.com](http://www.premiermarinas.com)
- [www.berthsearch.com](http://www.berthsearch.com)
- [www.marinamap.com](http://www.marinamap.com)
- [www.hiswa.nl](http://www.hiswa.nl)
- [www.deltawaterland.nl](http://www.deltawaterland.nl)
- [www.nbtc.nl](http://www.nbtc.nl)
- [www.holland.com](http://www.holland.com)
- [www.maya-net.org](http://www.maya-net.org)
- [www.allejachthavens.nl/pagina7.htm](http://www.allejachthavens.nl/pagina7.htm)

### Havens en watersportverenigingen:

Gemeentehaven Zierikzee, Gemeentehaven Veere, Hansa Watersport (Het Goese Sas), Haven Willemstad, Jachtclub Veere, Jachthaven Bruinisse, Jachthaven Oranjeplaat, Jachtwerf Oostwatering Veere, Marina Port Zélande, Roompot Marina, Watersportvereniging Saeftinge, W.S.V. Goeree (Ouddorp), W.S.V. Den Osse, W.S.V. Zierikzee, W.V. Arne (Middelburg), W.V. Brouwershaven en W.V. Yerseke.

### Sleutelpersonen/experts:

- British Marine Federation / Yacht Harbour Association Ltd. : Sam Bourne, chairman
- Watersporter (bekend met de Deltaregio) : Hywel Griffiths
- MDL Marina's– organisatie van 19 jachthavens: David Wilson, manager
- University of Southampton (Warsash Maritime Academy): Christopher Edwards, hoofd opleiding watersportmanagement
- Ocean Village Yacht Harbour: manager
- Hamble Point Marina: havenmeester en field manager
- Hythe Marina : manager en diverse medewerkers
- Saxon Warf Marine Trade Center: David Wilson, manager
- Shamrock Quay: havenmanager

## 15. Bijlage: vragenlijst

---

### Question list and Discussion points

“Chances for the English boating- and water sports for the Delta area” for the English experts in the field of boating- and water sports.

Dated 14<sup>th</sup> of February 2007

---

### Introduction

The Delta area – this is the area with the river the Schelde, the Rijn and the Maas – is developing itself into a very important water sport area.

The natural environment offers plenty of possibilities for the water sport. The safety measurements that were taken after the flooding in 1953 have created good conditions for water sport in the area. People can sail in the area on large water, moreover mostly salt water, but in a safe setting with a perfect historic hinterland.

The water sport has particularly been noted by the government as an important economical factor the last couple of years. Previously the sector in the Delta area was relatively small, but in the mean time the government is aware of the significance. This has led to possibilities to practice water sports, to good anchor possibilities in- and near the historical cities, to anchor possibilities in islands and of course to professional marinas.

The Delta area is traditionally acquainted with visitors from The Netherlands, Belgium and Germany. Because all of this is developing, the entrepreneurs also would like to aim to new markets and the government is interested in this as well.

The Hogeschool Zeeland has been given the instruction to explore the English water sport market and the chances that this market can offer the Delta area.

Above all the water sport is becoming more professional. The employees also need to be educated and new innovations need to get off the ground. That is why the Hogeschool Zeeland has taken the initiative to research the possibilities to develop a minor at first, specifically aimed at the water sport sector. Later on there might be possibilities for a full time education.

Based on the available sources there has been a research to the extent of the water sport market. Who is participating in water sports, how many are there etc.

We would like to get into more specific aspects with you. We would like to enter a discussion with you and we would like you to know that we appreciate it greatly that you would like to share your knowledge with us.

The topics and questions are divided in several categories.

### Policy

How do you describe, from your knowledge and background, the development of the elements in the water sport in England in the field of:

1. short term
2. medium-long term
3. as technical innovation
4. as product innovation

Do you observe the developments abroad or do you recognize elements there that are also applied in the UK? Or are there any remarkable deviations?

Do you have any idea what the relation between motorboats and sailboats are in the area here and in and around Southampton?

How is the development of boats? Do they buy larger boats nowadays or do they desire and ask for more luxury?

### **The participants of water sports:**

How do the participants of water sports look like concerning:

1. age
2. social background
3. lifestyle

The group of 50+ people is growing really fast and they have more time off. Do you recognize this as well in the UK?

How fond of travelling is this group and what is to be said about their financial situation?

What can you tell us about the travelling:

- the willingness to travel
- how much time does it take to get from home until boat
- how do they experience the distance between their homes and recreation

What do they do when they are at their boats(as well as during the weekends as during the holidays > 4 days)?

- how often do they sail
- how often do they lie up
- with who are they on the boat
- which activities do they undertake when they are on the boat

Can you tell us something about the youth who participate in water sports?

Are there a lot of youngsters who are interested in water sports and how do you look upon the future of this group as a potential group who participate in water sports?

How many chances do you think we will have for people to come to the Delta area from the area Eastbourne until right above London?

### **The marina**

What do they think is important in a marina? What facilities need to be present?

minimal requirements

- desirable, but not necessary

Do the participants of water sports find it important that the entrepreneurs undertake sustainable activities?

- Economize of energy
- environmentally friendly
- separate the waste
- cleaning the boat
- restrict the use of water

How do they look upon hosting on a marina?

- personal committee
- information of the area
- possibilities to solve problems with the boat(maintenance)



### **The sailing area**

Which conditions demand the participants of water sports in the sailing area?

Some points of support:

- anchor possibilities
- cities
- nature
- clean water
- etc.

Do they also set demands on the climate when they are looking for or choosing sailing areas? If yes, what is important then?

How important are sheltered waters of a sailing area(safety)?

### **New possibilities**

The Delta might be developing arrangements to offer anchorage grounds including transport the harbour. What is your vision about this?

Do you have any ideas of how this should be realized?

### **Promotion**

Which magazines are being read by the participants of water sports?

How do you define the communication about water sports to the participants of water sports?  
Can you name something typical?

How can you approach the market as tenders of anchorage grounds?  
How do you make a product out of a anchorage ground?

Do they know the Delta area?  
If yes, which image does the area have?

Can you tell us something about the method of choice for a sailing area.  
In short how do they orientate themselves on a sailing area?

What is your opinion about the London Boat show, is that a good mean for new markets?  
Which experiences do you have with this?

And last but not least:  
Are the customers being followed and asked about their findings(monitor customers)?