

BELEEF HET DORP ERMELO



MET HET OPTIMALE DAGARRANGEMENT

| DJEMIRAH FLORENTINUS

Thesis Werkstuk

Onderzoek naar het optimale dagarrangement om de omzet uit dagrecreatie in het dorp Ermelo te verhogen.

Naam student: Djemirah Pieterella Florentinus

Studentnummer: 418437

Datum, plaats: 30 maart 2020, Deventer

Opleiding: Tourism Management NL – Saxion University of Applied Sciences

Thesisbegeleiders

Eerste examiner: M. Numan

Tweede examiner: C. van Triest

Onderzoeksdocent: A. van der Mey

Opdrachtgever

Gemeente Ermelo

Pauline Verheule

Strategisch bestuursadviseur gemeente Ermelo

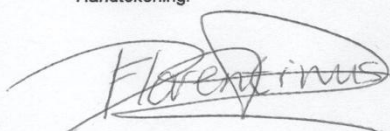
Verklaring eigen werk

Ik verklaar hierbij dat ik:

- volledig op de hoogte ben van de beoordelingscriteria van de toets Thesis W;
- alle Thesis W gerelateerde inspanning die nodig is om te voldoen aan deze criteria individueel heb verricht;
- geen hulp heb gehad van een tweede persoon, anders dan de door HBS aangeboden begeleiding.

Naam: Djemirah Florentinus
Datum: 13-01-2020

Handtekening:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Florentinus', with a large, sweeping flourish above it.

Voorwoord

Voor u ligt mijn thesis het kader van mijn afstudeeropdracht bij de gemeente Ermelo. Dit is een onderzoek naar het optimale dagarrangement om de omzet uit dagrecreatie te verhogen in het dorp Ermelo. Het onderzoek ging van start op 6 mei 2019 en eindigde op 13 januari 2020.

Bij dezen wil ik graag Pauline Verheule en Jolande Blok bedanken van het mogelijk maken van de opdracht bij de gemeente Ermelo en de begeleiding tijdens dit onderzoek. Daarnaast wil ik ook de collega's van gemeente Ermelo bedanken voor de behulpzaamheid en begeleiding. Ten slotte wil ik Maureen Numan bedanken voor de begeleiding vanuit het Saxion tijdens mijn thesis periode.

Voor eventuele vragen ben ik te allen tijde beschikbaar via mijn mailadres:
Djemirahflorentinus@hotmail.com.

Djemirah Florentinus

Apeldoorn, 30 maart 2020

Managementsamenvatting

Dit thesisproject is uitgevoerd in opdracht van de gemeente Ermelo. De gemeente Ermelo is een organisatie die een bijdrage levert aan de ontwikkeling van de toeristische sector in het dorp. Dit doet de gemeente Ermelo door het bedrijfsleven te stimuleren om nieuwe initiatieven te introduceren. Ermelo heeft jaarlijks 155.000 verblijfsrecreanten, waarvan slechts 2% dagrecreatie onderneemt in Ermelo. De ambitie van gemeente Ermelo voor de aankomende jaren is dat er meer toeristen dagrecreatie gaan ondernemen in het dorp om de omzet uit dagrecreatie te verhogen. Om deze ambitie van de gemeente Ermelo te versterken wordt er in mei 2020 een product-markt-partner-combinatie ontwikkeld (PMPC), ookwel dagarrangement genoemd. Een PMPC wordt verstaan als “een samenwerkingsverband tussen verschillende (recreatie)ondernemers die samen een ‘nieuw’ product ontwikkelen dat afgestemd is op een bepaalde doelgroep en een bijdrage levert aan het aantrekkelijker maken van de vrijetijdssector” (Provincie Overijssel, 2019). Bij het ontwikkelen van een PMPC gaat gemeente Ermelo een samenwerkingsverband aan met verschillende (recreatie)ondernemen in het dorp Ermelo.

In de huidige situatie werken de (recreatie)ondernemers voor zichzelf. Bij het ontwikkelen van een PMPC komen de verschillende ondernemers in het dorp Ermelo bij elkaar om een gezamenlijk een ‘nieuw’ product te ontwikkelen. Het doel van dit adviesrapport is om de optimale PMPC te ontwikkelen om de omzet uit dagrecreatie te verhogen. Hiervoor is de volgende adviesvraag opgesteld: “Hoe kan de gemeente Ermelo het optimale dagarrangement ontwikkelen voor de doelgroep, teneinde de omzet uit dagrecreatie in het dorp Ermelo te verhogen?”. Ter beantwoording van deze managementvraag zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

Onderzoeksvragen	Deelvragen
1. Wie is de toerist?	
2. Wat wil de toerist met betrekking tot een dagarrangement in het dorp Ermelo?	2.1 Welke activiteiten op het gebied van dagrecreatie onderneemt of heeft de toerist daadwerkelijk ondernomen in het dorp Ermelo?
	2.2 Wat wil de toerist op het gebied van dagrecreatie aan de hand van het BSR-model?
	2.3 Wat wil de toerist op het gebied van dagrecreatie aan de hand van het veldonderzoek?
	2.4 Wat zou de dagrecreatie in het dorp Ermelo optimaal maken?

Tabel 1: Onderzoeks- en deelvragen

Om antwoord te kunnen geven op de managementvraag wordt er allereerst inzicht verkregen over de kernbegrippen in het theoretisch kader. De kernbegrippen ‘recreatie’ wat mondt uit in ‘dagrecreatie’ en ‘product-markt-partner-combinatie/dagarrangement’ en ‘segmenteren’ wat mondt uit in ‘doelgroep’ worden gedefinieerd. Zo volgde uit het definiëren van ‘segmenteren’ het BSR-model van The SmartAgent Company (2018) die dient voor het beantwoorden van onderzoeksvraag 1 ‘wie is de toerist?’. Het is van belang om eerste onderzoeksvraag 1 te beantwoorden. Op basis van de uitkomsten van onderzoeksvraag 1 wordt onderzoeksvraag 2 beantwoord.

Voor het beantwoorden van deze onderzoeks- en deelvragen is er een kwantitatief onderzoek verricht. Hiervoor zijn er enquêtes afgenomen onder 172 respondenten. Daarnaast, is er een secundair onderzoek geraadpleegd. Bij het secundaire onderzoek en het kwantitatieve onderzoek is er inzicht verkregen in het profiel van de toerist in het dorp op basis van het BSR-model en de behoeftes van de toerist ten aanzien van de dagrecreatie/dagarrangement in het dorp Ermelo. De enquête is afgenomen op vakantiepark De Haeghehorst. Uit dit onderzoek zijn verschillende bevindingen naar voren gekomen. De belangrijkste bevindingen zijn:

- De toerist in Ermelo bevindt zich in het gele BSR-profiel.
- De toerist heeft behoefte aan een binnenactiviteit in het laagseizoen.
- De meerderheid van de respondenten is bereid deel te nemen aan een dagarrangement.

- In het laagseizoen komen de meeste toeristen uit het gele BSR-profiel met hun gezin op vakantie.

Op basis van de resultaten uit het secundaire onderzoek en veldonderzoek zijn er adviesopties tot stand gekomen voor het ontwikkelen van een PMPC. De adviesopties voor een PMPC zijn aan de hand van de criteria van een PMPC opgesteld. De criteria van een PMPC zijn:

- A. De PMPC moet meerdere dagactiviteiten bevatten
- B. De PMPC moet een samenwerking zijn tussen verschillende ondernemers
- C. De PMPC moet een vernieuwend product op de markt zijn
- D. De PMPC moet passen bij de kernwaarden van de gemeente
- E. De PMPC moet passen bij de doelgroep
- F. De PMPC moet een prijskaartje hebben tussen de 20-30 EUR
- G. De PMPC moet een horecagelegenheid bevatten
- H. De PMPC moet fietsverhuur aanbieden

Na het afwegen van de adviesopties is er een adviesplan ontstaan. Deze adviesopties zijn beoordeeld op basis van drie criteria: (1) uitvoerbaarheid, (2) financiële haalbaarheid en (3) voldoet aan PMPC-criteria. De adviesoptie die gemeente Ermelo gaat ontwikkelen is 'Ermelo Binnenleven'. Deze PMPC bestaat uit fietsverhuur, fietsroute, een entreekaart voor de Boerderij-pret, een lunch of diner bij restaurant Van Sprang en 1 uur bowlen bij De Heerlijkheid.

Het adviesplan is vervolgens uitgewerkt in een implementatieplan. Om het doel te realiseren zijn er twee doelstelling opgesteld.

- *Doelstelling 1:* De gemeente Ermelo heeft voor oktober 2020 de activiteiten voor de nieuw te ontwikkelen PMPC gerealiseerd;
- *Doelstelling 2:* 1 jaar na implementatie is de omzet uit dagrecreatie gestegen met 10%.

De doelstellingen zijn uitgewerkt middel een PCDA-cyclus, waar de plannen en acties worden weergegeven ten aanzien van de doelstellingen. Naast de PDCA-cyclus worden ook de financiële consequenties in kaart gebracht. Om de PMPC te ontwikkelen zijn er 1,4fte's nodig. De kosten voor het implementeren van een PMPC bedragen €42.765,20. De doelstelling van 10% is behaald bij 18 verkochte PMPC's per periode bij dagdeel 1. Bij dagdeel 2 moeten er 14 PMPC's verkocht worden per periode om de doelstelling van 10% te behalen.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	1
1.1.	Aanleiding en probleemstelling.....	1
1.2.	Managementvraagstuk.....	2
1.3.	Onderzoek.....	2
1.4.	Leeswijzer.....	4
2.	Theoretisch kader.....	5
2.1.	Recreatie.....	5
2.1.1.	Dagrecreatie.....	6
2.1.2.	Dagarrangement/PMPC.....	6
2.2.	Segmenteren.....	8
2.2.1.	Doelgroep.....	8
2.2.2.	BSR-model voor dagrecreatie.....	9
2.3.	Samenhang.....	11
3.	Methodologische verantwoording.....	12
3.1.	Onderzoeksvragen.....	12
3.2.	Onderzoeksstrategie.....	12
3.3.	Waarnemingsmethode.....	13
3.4.	Onderzoekseenheden.....	13
3.5.	Data-analyse.....	14
4.	Onderzoeksresultaten.....	15
4.1.	Resultaten secundaire onderzoek.....	15
4.2.	Resultaten veldonderzoek.....	16
5.	Conclusie.....	23
6.	Discussie.....	26
6.1.	Betrouwbaarheid.....	26
6.2.	Validiteit.....	26
6.2.1.	Begripsvaliditeit.....	26
6.2.2.	Interne validiteit.....	26
6.2.3.	Externe validiteit.....	27
7.	Advies.....	28
7.1.	Adviesopties.....	28
7.1.1.	Optie 1: Ermelo Buitenleven.....	28
7.1.2.	Optie 2: Ermelo Binnenleven.....	29
7.1.3.	Optie 3: Ermelo Samenleven.....	29
7.2.	Afweging adviesopties.....	30
7.2.1.	Wegingsfactoren.....	30

7.2.2.	Beoordeling adviesopties.....	31
7.2.3.	Gekozen optie.....	32
7.3.	Implementatieplan.....	32
7.3.1.	Plan	32
7.3.2.	Do.....	33
7.3.3.	Check.....	35
7.3.4.	Act.....	36
7.4.	Financiële consequenties.....	36
7.4.1.	Kosten.....	36
7.4.2.	Opbrengsten	37
7.5.	Conclusie advies.....	39
8.	Nawoord	40
8.1.	Reflectie op eigen handelen.....	40
8.2.	Waarde van het thesisproject.....	41
	Literatuurlijst.....	42
I.	Bijlage: Operationalisering van de kernbegrippen	46
II.	Bijlage: Zoekmethode	48
III.	Bijlage: Uitleg AAOCC-model	49
IV.	Bijlage: AAOCC-criteria toegepast op de bronnen.....	50
V.	Bijlage: Kernwaarden van de gemeente Ermelo.....	56
VI.	Bijlage: Toelichting elementen van een PMPC	57
VII.	Bijlage: Mentality model.....	58
VIII.	Bijlage: Toelichting BSR-model	59
IX.	Bijlage: Dagrecreatie tabel.....	60
X.	Bijlage: Enquête	61
XI.	Bijlage: BSR-karaktereigenschappen	65
XII.	Bijlage: BSR-huishoudtyperingen.....	66
XIII.	Bijlage D2	67
XIV.	Bijlage: E4	68
XV.	Bijlage: Criteria PMPC.....	69
XVI.	Bijlage: Score verantwoording PMPC	70
XVII.	Bijlage: Berekening jaarlijkse opbrengsten partners van de PMPC	71
XVIII.	Bijlage: Berekening jaarlijkse omzet.....	72

XIX.	Bijlage: planning.....	73
XX.	Figuren- en tabellenlijst.....	75
XXI.	Bijlage: Gantt Chart.....	76

1. Inleiding

De gemeente Ermelo is een gemeentelijke organisatie. In 2016 zijn de gemeenteraad, het college en het managementteam gestart met een gezamenlijk traject om te reflecteren over de ontwikkelingen in de samenleving, na te denken over publieke organisaties en de gevolgen daarvan voor de onderscheiden rollen van raad, college en ambtelijke organisatie (Ermelo.nl, 2020).

De rol van de gemeente in het ontwikkelen van de toeristisch-recreatieve sector is vooral voorwaardenscheppend: door het bieden van ruimte voor ondernemerschap worden ondernemerszin, bedrijfsontwikkelingen en werkgelegenheid behouden en verder ontwikkeld. Hiermee wil de gemeente het toeristisch bedrijfsleven stimuleren om nieuwe initiatieven te introduceren en zij zullen deze initiatieven dan ook met een positieve grondhouding ontvangen. Daarnaast wil de gemeente ook de verbindingen tot stand brengen; verbindingen tussen overheid en ondernemers, maar ook tussen ondernemers onderling.

In de breedte van het toeristisch-recreatief aanbod in Ermelo onderscheidt de gemeente vijf thema's waarbinnen de gemeente Ermelo kan bijdragen aan de verdere ontwikkeling ervan, namelijk:

1. Verblijfsrecreatie
2. Dagrecreatie
3. Promotie en marketing
4. Toeristische infrastructuur
5. Recreatievriendelijke gemeente

1.1. Aanleiding en probleemstelling

Ermelo heeft met bijna 100 vakantieparken de meeste verblijfplaatsen op de Noord-Veluwe. Jaarlijks ontvangt de gemeente Ermelo 155.000 verblijfsrecreanten. **De gemeente Ermelo merkt dat** de verhouding in cijfers tussen verblijfsrecreatie en dagrecreatie ver van elkaar af ligt. Slechts 2% van de verblijfsrecreanten in Ermelo onderneemt dagrecreatie in het dorp Ermelo (Stimuleringsagenda, 2015-2018). Dit is volgens de gemeente Ermelo relatief laag, gezien de cijfers van de verblijfsrecreanten. Een verklaring hiervoor is dat de gemeente ziet dat toeristen voor recreatieve doeleinden vooral naar Apeldoorn of Harderwijk gaan. **De ambitie van de gemeente Ermelo is dat meer toeristen dagrecreatie gaan ondernemen in het dorp Ermelo de omzet uit dagrecreatie te verhogen.** Om dit te verwezenlijken, moet de dagrecreatie in het dorp Ermelo aantrekkelijker gemaakt worden. Gemeente Ermelo omschrijft in de stimuleringsagenda van 2015-2018 dat een compleet en toegankelijk pakket van recreatieve dagvoorzieningen ervoor zal zorgen dat meer toeristen naar Ermelo komen en dat zij tevens meer besteden. Dit is in het belang van de gemeente Ermelo, om de omzet uit dagrecreatie te verhogen. Mocht dit niet gebeuren, dan is dit voor de lokale economie een probleem, mede doordat het dorp Ermelo zich dan niet verder kan ontwikkelen en zich niet kan profileren als toeristische bestemming voor dagrecreatie.

In dit thesisproject wordt voor de gemeente Ermelo gezocht naar kansen voor een goed en aantrekkelijk aanbod van dagrecreatie. Er zal hierbij onderscheid gemaakt worden tussen de gemeente Ermelo (overheidsinstantie) en het dorp Ermelo.

Het dorp Ermelo biedt op het gebied van dagrecreatie verschillende mogelijkheden. Er is in het dorp Ermelo voornamelijk toegang tot buitenactiviteiten. **In het dorp kunnen verschillende activiteiten beoefend worden**, zoals watersporten, klimbos, 't schaapskooi, winkelen in het historisch stadscentrum en er zijn talloze wandel- en fietsroutes **te vinden** (Ermelo Buitenleven, 2020). Voortbordurend op de Structuurvisie Ermelo 2025 en het Economisch Programma, wil de gemeente Ermelo met hun toeristisch-recreatief beleid en hun activiteiten bereiken dat de dagrecreatie in **het dorp Ermelo aantrekkelijk gemaakt wordt, zodat de omzet uit dagrecreatie verhoogd wordt.** Overigens is het voor de gemeente Ermelo belangrijk dat de stimuleringsagenda (2015-2018) wordt nageleefd. Daarbij hebben zij de volgende doelstellingen opgesteld:

- Verbreding en vernieuwing van het recreatieaanbod
- Verbinden van het aanbod in de vorm van een arrangement
- Meer omzet uit dagrecreatie

Om aan te sluiten bij de doelstellingen en de visie van de stimuleringsagenda 2015-2018 van de gemeente Ermelo, wordt er een Product Markt Partner Combinatie (PMPC) **ontwikkeld**. Een PMPC is "een samenwerkingsverband tussen verschillende (recreatie)ondernemers die samen een 'nieuw' product ontwikkelen **dat** afgestemd is op een bepaalde doelgroep en een bijdrage levert aan het aantrekkelijker

maken van de vrijetijdssector" (Provincie Overijssel, 2019). In het theoretisch kader wordt het begrip PMPC verder uitgelicht **en afgebakend**.

In dit thesisproject wordt de PMPC alleen gebruikt om het product en de markt uit te lichten. De partner wordt in dit thesisproject weggelaten, omdat het geheel anders te groot wordt. Verder wordt in deze thesis alleen gefocust op het thema 'dagrecreatie' en staat 'verblijfsrecreatie' buiten beeld. Dat gezegd hebbende, staan **verblijfsrecreatie en dagrecreatie** wel dicht bij elkaar. Om dagrecreatie aantrekkelijker te maken onder bezoekers van **vakantiepark De Haeghehorst**, wordt er gekeken in hoeverre een PMPC hieraan kan bijdragen. Het accent ligt daarbij op het faciliteren van bestaande recreatiebedrijven in hun ontwikkeling en het investeren in een voor recreanten en ondernemers aantrekkelijke omgeving. De toeristisch-recreatieve sector is economisch goud voor de gemeente. De gemeente moet deze sector daarom koesteren (Persoonlijke Communicatie, Pauline Verheule).

1.2. Managementvraagstuk

In de stimuleringsagenda van 2015-2018, opgesteld door de gemeente Ermelo, valt te lezen dat het opzetten van een dagarrangement een doelstelling is van deze gemeente. Om te kunnen zorgen dat de omzet uit dagrecreatie in het dorp Ermelo verhoogd wordt, moet het aanbod van dagrecreatie aantrekkelijker gemaakt worden, zodat de toerist gestimuleerd wordt om dagrecreatie te gaan ondernemen in dit dorp. Hiervoor is de volgende managementvraag opgesteld:

Hoe kan de gemeente Ermelo het optimale dagarrangement ontwikkelen voor de doelgroep, teneinde de omzet uit dagrecreatie in het dorp Ermelo te verhogen?

In dit managementvraagstuk is een PMPC het meest geschikte adviesproduct voor de gemeente Ermelo, omdat op deze manier het bestaande recreatieaanbod samengebracht wordt. Een PMPC bestaat uit verschillende (dag)recreatievormen, waardoor er een samenwerkingsverband tussen recreatieondernemers ontstaat. Het optimale dagarrangement moet het recreatieaanbod in het dorp Ermelo aantrekkelijker maken. Vanuit dit perspectief wordt er gewerkt en gekeken hoe een product-markt-partner-combinatie eruit moet komen te zien. Daarnaast is het voor het ontwikkelen van een PMPC belangrijk om de recreatieondernemers te motiveren om een samenwerking aan te gaan met de gemeente Ermelo. Tevens worden met een PMPC de doelstellingen nagestreefd die de gemeente Ermelo opgesteld heeft (zie inleiding op pagina 1).

1.3. Onderzoek

Om tot een advies te komen, wordt er een secundair onderzoek en een veldonderzoek uitgevoerd. Ter ondersteuning van de managementvraag is er een centrale onderzoeksvraag opgesteld. De centrale onderzoeksvraag van dit thesisproject luidt als volgt:

Wie is de toerist en wat wil de toerist met betrekking tot een dagarrangement in het dorp Ermelo?

In dit thesisproject is het adviesdoel om dagrecreatie in het dorp Ermelo te stimuleren en aantrekkelijk te maken met behulp van een PMPC. Het doel van dit onderzoek is om antwoorden te krijgen op de onderzoeksvragen. Daarnaast is het doel van dit onderzoek om een match te vinden tussen het BSR-profiel van de toerist en de dagrecreatie in het dorp Ermelo, om drie potentiële PMPC's te kunnen ontwikkelen.

Zoals in de centrale onderzoeksvraag geformuleerd staat, staan er in dit thesisproject twee essentiële vragen centraal. Dit zijn: (1) wie is de toerist? en (2) wat wil de toerist met betrekking tot een dagarrangement in het dorp Ermelo? Er zijn in dit onderzoek twee aspecten onderzocht. Aan de ene kant is er secundair onderzoek geraadpleegd en aan de andere kant is er een veldonderzoek verricht, waarbij de toeristen zijn ondervraagd aan de hand van enquêtes. Door middel van dit onderzoek moet er een match ontstaan tussen het BSR-profiel van de toerist en de dagrecreatie in het dorp Ermelo. Het is hier van belang dat de dagrecreatie past bij de BSR-profiel van de toerist en aansluit op hun wensen. De match draagt bij aan het ontwikkelen van de optimale PMPC. Zonder deze match kan de PMPC geen effect hebben op het verhogen van de omzet uit dagrecreatie.

In dit onderzoek wordt er gebruikgemaakt van het BSR-model van het The SmartAgent Company (2018), om zo te kunnen bepalen tot welk BSR-profiel de toerist in het dorp Ermelo behoort. Het BSR-profiel wordt bepaald om onderzoeksvraag (1) te beantwoorden. Het BSR-model bestaat uit 4 verschillende BSR-profielen, waarin de karaktereigenschappen en gedragingen worden beschreven. The SmartAgent

Company (2018) heeft al eerder een onderzoek verricht naar de match tussen de BSR-profielen en de dagrecreatie en wordt in dit thesisproject gebruikt als secundair onderzoek. Hierin wordt beschreven welke dagrecreatievormen behoren tot welk BSR-profiel. Dit secundaire onderzoek is verricht in 2018 en richt zich op de bezoeker van het dorp Ermelo. In dit thesisproject wordt er secundair onderzoek geraadpleegd om te kijken wat er al is onderzocht en welke bevindingen daaruit gekomen zijn, om zodoende de vergelijking met het veldonderzoek te maken.

Het veldonderzoek is verricht op vakantiepark De Haeghehorst in het dorp Ermelo. Dit onderzoek is verricht op dit vakantiepark omdat zij wilden meewerken aan het onderzoek en omdat het qua omvang het grootste vakantiepark is in het dorp Ermelo. Nadere uitleg wordt gegeven op pagina 14. De bezoekers van vakantiepark De Haeghehorst zijn ondervraagd aan de hand van enquêtes.

Om de PMPC tot stand te brengen, is er kennis nodig. Om de juiste informatie te verzamelen, zijn er onderzoeks- en deelvragen opgesteld. Deze vragen zijn weergegeven in tabel Tabel 2.

Onderzoeksvragen	Deelvragen	Methode
1. Wie is de toerist?		Secundair onderzoek en veldonderzoek
2. Wat wil de toerist met betrekking tot een dagarrangement in het dorp Ermelo?	2.1 Welke activiteiten op het gebied van dagrecreatie onderneemt of heeft de toerist daadwerkelijk ondernomen in het dorp Ermelo?	Secundaire onderzoek en veldonderzoek
	2.2 Wat wil de toerist op het gebied van dagrecreatie aan de hand van het BSR-model?	Secundair onderzoek
	2.3 Wat wil de toerist op het gebied van dagrecreatie aan de hand van het veldonderzoek?	Veldonderzoek
	2.4 Wat zou de dagrecreatie in dorp Ermelo optimaal maken?	Veldonderzoek

Tabel 2: Onderzoeks- en deelvragen

Onderzoeksvraag (1) “Wie is de toerist?” wordt niet ondersteund met deelvragen. Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden, worden er drie perspectieven onderzocht. De drie perspectieven zijn: secundair onderzoek, veldonderzoek en fair share Nederland. De bevindingen van de drie perspectieven worden met elkaar vergeleken, om te bepalen welk BSR-profiel de grootste vertegenwoordiger is in het dorp Ermelo. Het is van belang om inzicht vanuit verschillende perspectieven te weergeven om tot een juiste conclusie te komen.

Voor onderzoeksvraag (2) “Wat wil de toerist met betrekking tot een PMPC in het dorp Ermelo?” zijn er vier deelvragen opgesteld. Het is hier belangrijk om te vermelden dat er drie factoren zijn die bijdragen aan het beantwoorden van deze onderzoeksvraag. Elk factor is gekoppeld aan een deelvraag. Deze drie factoren zijn: de huidige situatie (2.1), het secundaire onderzoek (2.2) en het toekomstperspectief vanuit de toerist (2.3). Als toevoeging is nog een vierde deelvraag opgesteld, zodat de toerist een ideaalbeeld kan geven van wat zij in de toekomst graag zouden zien op het gebied van dagrecreatie in het dorp Ermelo (2.4).

Het huidige profiel van de toerist is belangrijk om te achterhalen waarin het dorp Ermelo zich onderscheidt van andere dorpen. Door dit te onderzoeken, wordt er achterhaald wat de kern is voor een bezoek aan het dorp Ermelo. Daarnaast is het van belang om inzicht te krijgen in de resultaten van het secundaire onderzoek, om zo een vergelijking te kunnen maken met de resultaten uit het veldonderzoek. Ten slotte wordt het gewenste toekomstbeeld van de toerist in het dorp Ermelo in kaart gebracht middels deelvragen 2.3 en 2.4. Het is belangrijk om de wensen van de toerist in kaart te brengen om een mismatch te voorkomen. De PMPC moet aantrekkelijk zijn voor de toerist, om de omzet uit dagrecreatie te verhogen.

1.4. Leeswijzer

In Hoofdstuk 2 zal het theoretisch kader uitgelicht worden. Hierin worden alle belangrijke theoretische concepten en kernbegrippen toegelicht. In Hoofdstuk 3, de methodologische verantwoording, wordt de aanpak van het onderzoek uitgebreid beschreven en zullen tevens de gekozen onderzoeksstrategie, de waarnemingsmethode, de onderzoekseenheden en de te gebruiken analysetechnieken aan bod komen. In Hoofdstuk 4 zijn de onderzoeksresultaten weergegeven die uit het secundaire onderzoek en veldonderzoek zijn voortgekomen. Hierin worden de enquêtevragen één voor één besproken. Voortbordurend op de onderzoeksresultaten is in Hoofdstuk 5 de conclusie beschreven. Hierin wordt antwoord gegeven op de onderzoeks- en deelvragen. Vervolgens wordt de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek in Hoofdstuk 6 besproken. In Hoofdstuk 7 wordt het advies gegeven met betrekking tot de managementvraag. Hierin worden de adviesopties getoond en wordt daaruit de beste adviesoptie gekozen. Verder is er een implementatieplan gemaakt aan de hand van de PDCA-cyclus. In dit hoofdstuk komen ook de financiële consequenties aan de orde. Tot slot volgt er in Hoofdstuk 8 een nawoord, waarin gereflecteerd wordt op het eigen handelen en de waarde van het thesisproject.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader uitgelicht, waarin de huidige kennis wordt samengevat over de theoretische concepten die in het onderzoek worden gebruikt en uit het managementvraagstuk voortkomen. Vervolgens worden de kernbegrippen gedefinieerd op basis van literatuurbronnen.

De antwoorden op de deelvragen omschrijven de definitie van de kernbegrippen die worden gebruikt in het thesisproject. De kernbegrippen komen voort uit het managementvraagstuk en zijn van belang om het managementvraagstuk te verduidelijken. Het theoretisch kader is als volgt ingedeeld:

- Recreatie -> dagrecreatie -> dagarrangement/PMPC
- Segmenteren -> doelgroep -> BSR-model (ontwikkeld voor dagrecreatie)

Nadat de kernbegrippen gedefinieerd zijn, worden de kernbegrippen geoperationaliseerd. Een operationalisering toont aan wat er precies bedoeld wordt met een kernbegrip en op welke wijze deze meetbaar kan worden gemaakt. De operationalisering van de kernbegrippen is te vinden in Bijlage I.

De zoekmachines die zijn gekozen om informatie voor het theoretisch kader te vinden zijn: Google Scholar en de Saxion bibliotheek, waaronder EBSCO. Er wordt ook informatie gehaald uit rapporten (zoals de toekomstvisie van de gemeente Ermelo), projectrapporten (zoals Vitale Vakantieparken of Strand Horst) en informatieboeken over de Veluwe waarin ook een toekomstvisie wordt beschreven. Andere belangrijke informatiebronnen zijn ondernemers, marketeers (VVV) en medewerkers van de gemeente Ermelo die zich richten op toerisme. Een uitgebreide toelichting over de zoekmethode is te vinden in Bijlage II.

Het criteriamodel dat gebruikt wordt om de zoekresultaten te analyseren is het AAOCC-model (Brotherton, 2008). Dit model heeft vijf aandachtspunten: Authority, Accuracy, Objectivity, Currency en Coverage. In Bijlage III wordt het gebruikte AAOCC-model verduidelijkt. In IV is het AAOCC-model toegepast op de bronnen van de kernbegrippen uit het theoretisch kader en uit het secundaire onderzoek van The SmartAgent Company.

2.1. Recreatie

Het begrip "recreatie" is een algemene term en kan op verschillende manieren geïnterpreteerd worden. Recreatie bestaat uit verschillende vormen, zoals buitenrecreatie, binnenrecreatie, dagrecreatie en verblijfsrecreatie. De definities van de verschillende recreatievormen worden in een notendop weergegeven om aan te tonen wat het verschil is. Hierna wordt duidelijk gemaakt op welke vorm van recreatie gefocust wordt en welke verder wordt uitgewerkt in het theoretisch kader.

Buitenrecreatie is recreatie die alleen buiten ondernomen wordt. Binnenrecreatie is recreatie die alleen binnen ondernomen wordt. Dagrecreatie is recreatie die ondernomen wordt binnen 24 uur en kan zowel binnen als buiten zijn. Verblijfsrecreatie is een recreatievorm waarbij één overnachting buitenshuis moet plaatsvinden (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2018). Omdat het in dit thesisproject gaat om het verhogen van de omzet uit dagrecreatie, wordt er alleen gefocust op het kernbegrip dagrecreatie. In dit thesisproject is het kernbegrip recreatie het overkoepelende begrip van dagrecreatie.

De letterlijke definitie van recreatie is 'herschepjen'. Volgens Spierts (1998) werd de term recreatie gebruikt voor het ontspannen na de arbeid. In een andere omschrijving uit de Reader Domein Recreatie (1995) wordt recreatie gedefinieerd als "alle vormen van geestelijke en/of lichamelijke bezig zijn in de tijd, die vrij is van extreme fysiologische verplichtingen met als hoofddoel ontspanning en vermaak". Recreatie kan dus ook een doel op zich zijn. Recreatie speelt in op een aantal basisbehoeftes van de mens. Zoals aangegeven in de definities, recreëren mensen vrijwillig in hun vrije tijd. Men wil de behoefte aan onder andere gezelligheid, genot, plezier, avontuur en het onbekende bevredigen. Mensen zoeken in recreatie dan ook een evenwicht tussen behoeftes, verlangens en verplichtingen (Van Waal & Verbunt, 2001).

Trends & ontwikkelingen

Volgens het trendrapport van het Centraal Bureau voor de Statistiek (2019) is Nederland een echt recreatieland. Van alle Nederlanders heeft 98% één vrijetijdsactiviteit buitenshuis ondernomen in 2018. Winkelen, uitgaan en buitenrecreatie zijn erg populair onder Nederlanders. Buitenrecreatie wordt het meest ondernomen en staat bovenaan met 926 miljoen keer in 2018, waarvan 424 miljoen Nederlanders wandelen voor hun plezier. In het voorjaar worden de meeste buitenactiviteiten ondernomen door Nederlanders. Met de herfstmaanden scheelt dit aantal slechts 8,8%. Dit is voor het dorp Ermelo erg

gunstig, omdat Nederlanders blijkbaar het hele jaar door recreëren en het vooral fijn vinden om buiten te recreëren. Het dorp Ermelo biedt veel buitenactiviteiten, waarvan fietsen en wandelen de populairste zijn (Ermelo, 2019). Volgens het trendrapport van het CBS geeft de gemiddelde Nederlander zo'n 18,75 euro per activiteit uit aan dagrecreatie.

Tevens is het dorp Ermelo op het gebied van recreatie enorm gegroeid de afgelopen vijf jaar. Zo is de verblijfsrecreatie gestegen met 5% en zijn er enkele projecten opgericht om de dagrecreatie in het dorp Ermelo te blijven stimuleren. Ondanks de groei lukt het Ermelo nog niet om de omzet uit dagrecreatie te laten stijgen. Zoals genoemd werd in de aanleiding, is dit van belang om de lokale economie te laten groeien, zodat Ermelo zich kan blijven ontwikkelen en zich kan profileren als toeristische bestemming. De kernwaarden van de gemeente Ermelo spelen hierin een belangrijke rol. De kernwaarden van het dorp Ermelo zijn vitaal, groen en zorgzaam. In Bijlage V is de toelichting van de kernwaarden van de gemeente Ermelo beschreven.

2.1.1. Dagrecreatie

In het bovenstaande hoofdstuk werd bekendgemaakt dat er in dit thesisproject alleen gefocust wordt op dagrecreatie.

Dagrecreatie is een vorm van recreatie en wordt door RECRON (2018) gedefinieerd als: "Het bieden van een product en/of dienst op het gebied van recreatie, educatie en/of cultuur, dat voor de consument binnen één dag kan worden afgenomen". De Raad van State (2015) verstaat echter onder dagrecreatie: "Een vorm van vrijetijdsbesteding met een verblijf buiten de woning, zonder dat er een overnachting elders mee gepaard gaat". Een overeenkomst in de genoemde definities is dat dagrecreatie binnen 24 uur ondernomen moet worden. RECRON uit dit in zijn definitie door "één dag" te benoemen en De Raad van State bevestigt dit door uit te lichten dat er geen overnachting plaatsvindt bij dagrecreatie. Voortkomend uit de definities wordt in dit thesisproject dagrecreatie gedefinieerd als "elke vorm van vrijetijdsbesteding buiten de eigen woning, die binnen 24 uur ondernomen kan worden, zowel binnen als buiten".

Trends en ontwikkelingen

Dagrecreatie kan zowel binnen als buiten ondernomen worden. Uit de genoemde ontwikkelingen in Hoofdstuk 2.1 blijkt dat buitenrecreatie erg populair is onder de Nederlanders, wat erg gunstig is voor het dorp Ermelo. Het dorp Ermelo biedt veel mogelijkheden voor de toerist op het gebied van buitenrecreatie, zoals genoemd in Hoofdstuk 1.1. Bovendien zijn er ontwikkelingen op het gebied van dagrecreatie die interessant kunnen zijn voor het dorp Ermelo. In het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) van NBTC-NIPO Research (2018) wordt aangegeven dat de trends steeds sneller veranderen, waardoor de beleving van een dagactiviteit steeds korter wordt. Dit betekent dat er meer geïnvesteerd moet worden in de beleving van de dagactiviteit, om de aantrekkelijkheid van de activiteit te waarborgen.

Secundair onderzoek met betrekking tot dagrecreatie

Het secundaire onderzoek dat gebruikt wordt in dit thesisproject, is de Leefstijlatlas Veluwe. Dit is een onderzoek dat is verricht door The SmartAgent Company in 2018. The SmartAgent Company heeft onderzocht welke dagactiviteiten het meest worden ondernomen per BSR-profiel. Het secundaire onderzoek wordt gebruikt om de bevindingen omtrent de dagrecreatie per BSR-profiel in kaart te brengen, om deze vervolgens te vergelijken met de bevindingen uit het veldonderzoek.

2.1.2. Dagarrangement/PMPC

In deze paragraaf worden de definities van de kernbegrippen 'dagarrangement' en 'PMPC' toegelicht. Om een onderscheid te maken tussen deze twee kernbegrippen, worden beide kernbegrippen toegelicht.

Definitie dagarrangement

Volgens Peeters et al. (2004) bestaat een dagarrangement uit drie elementen, namelijk vermaak, verblijf en vervoer. Jin et al. (2008) bevestigen deze theorie en voegen er nog aan toe dat een arrangement vaak op maat wordt gemaakt, met als einddoel een hogere waarde voor de klant te creëren. Toch wordt er vaak door bedrijven in de toeristische branche een dagarrangement opgezet die slechts één of twee element(en) bevat. Tevens is er in hoofdstuk 2.1.1 gedefinieerd dat dagrecreatie enkel ondernomen kan worden binnen 24 uur. Door deze constatering worden verblijf en vervoer niet meegenomen in dit thesisproject en wordt dagarrangement gedefinieerd als "een georganiseerde dagactiviteit waarbij vermaak centraal staat, om een hogere waarde voor de klant te creëren".

Definitie PMPC

Nieuwenhuis (2003) stelt het volgende over **product-markt-partner-combinaties**: “Bij een product-markt-partner-combinatie gaat het erom wat voor soort product er ontwikkeld zal worden, voor welke doelgroep het product bestemd zal zijn, wie er gaat samenwerken aan de ontwikkeling van het product en op welke wijze uiteindelijk het product op de markt gezet zal worden”. De definitie van Sportservice Overijssel (2013) luidt als volgt: “Een PMPC is een samenwerkingsverband waarin door verschillende partijen een gezamenlijk doel wordt nagestreefd of een product op de markt wordt gebracht. Wat een PMPC onderscheidend of uniek maakt, is de samenwerking met partners die veelal uit verschillende sectoren of branches afkomstig zijn.” Opvallend uit de definitie van Sportservice Overijssel is dat er specifiek ‘samenwerkingsverband’ genoemd wordt. Dit begrip komt ook terug in de definitie van Nieuwenhuis (2003) in de vorm van ‘samenwerken’ en is van groot belang in dit onderzoek, omdat de gemeente Ermelo de ambitie heeft om de samenwerking tussen (recreatie)ondernemers **te versterken**.

De definitie die Provincie Overijssel (2019) geeft, luidt als volgt: “Een nieuw vrijetijd economisch product dat door samenwerkende ondernemers of organisaties ontwikkeld is. Het product draagt bij aan het aantrekkelijker en sterker maken van de vrijetijdssector.” Ook hierin is de kern ‘samenwerken’ verwerkt. Wat in deze definitie ook gezegd wordt, is dat het product bijdraagt aan het aantrekkelijk en sterker maken van de vrijetijdssector. Dit is van belang als het gaat om de gemeente Ermelo, omdat zij aangeven de vrijetijdssector aantrekkelijker te willen maken voor de toerist. Voortkomend uit het theoretisch kader wordt in dit onderzoek de definitie van een PMPC verstaan als “een samenwerkingsverband tussen verschillende (recreatie)ondernemers die samen een ‘nieuw’ product ontwikkelen **dat** afgestemd is op een bepaalde doelgroep en een bijdrage levert aan het aantrekkelijker maken van de vrijetijdssector”.

Het grootste verschil is dat een PMPC **altijd** opgesteld wordt met een partner, om een samenwerkingsverband te creëren. Dit hoeft niet bij een dagarrangement. Het is de bedoeling om een product samen te stellen met verschillende partners en daarom wordt er in dit thesisproject niet gesproken van een dagarrangement, maar van een PMPC. Echter wordt het kernbegrip ‘dagarrangement’ gebruikt als vakjargon voor een PMPC in de managementvraag, onderzoeksvraag en de enquête voor het veldonderzoek.

Reden voor het gebruik van een PMPC

Het vormen van relaties, gebaseerd op partnerschappen buiten het eigen bedrijf, kan verschillende voordelen opleveren. Partnerschappen worden aangegaan om extra middelen, financiering, operationele voordelen en gespecialiseerde vaardigheden te verkrijgen (Wegnera et al., 2010). In het geval van een samenwerking (om een PMPC op te stellen) gaat het voornamelijk om het verkrijgen van extra gespecialiseerde vaardigheden en middelen: twee verschillende producten worden door middel van een samenwerking met elkaar verbonden. Vernieuwde bedrijven en ondernemers zijn in deze tijd niet meer alleen bezig met winst maken. Ze zijn op zoek naar waardecreatie, die onder meer ontstaat door coöperatief organiseren, ontwikkelen en het onderhouden van een netwerk. In dit onderzoek worden de mogelijkheden voor het opstellen van een PMPC voor de gemeente Ermelo onderzocht. De reden hiervoor is dat de gemeente Ermelo een bijdrage wil leveren aan het aantrekkelijk maken van de dagrecreatie om de omzet uit dagrecreatie te verhogen.

Succesfactoren PMPC

De reden om gebruik te maken van een PMPC is nu toegelicht. Op basis hiervan is het van essentieel belang om te weten te komen wat de PMPC zo succesvol maakt. Dit wordt gewaarborgd door verschillende factoren die geformuleerd zijn door Consultancy (2016) en de definities van een PMPC.

Dit zijn de volgende factoren:

- ☐ Het aanbieden van verschillende dagactiviteiten binnen één product.
- ☐ Het creëren van een samenwerkingsverband tussen verschillende ondernemers.
- ☐ Het verkrijgen van extra gespecialiseerde vaardigheden en middelen.
- ☐ Het creëren van een waardecreatie, die ontstaat door onder meer coöperatief organiseren, ontwikkelen en het onderhouden van een netwerk.
- ☐ Het ontwikkelde product is gespecificeerd voor een bepaalde doelgroep.

Elementen PMPC

Om de PMPC goed in kaart te kunnen brengen, zijn er elementen voor een PMPC opgesteld. Deze elementen worden tevens gebruikt als beoordelingscriteria. De elementen van een PMPC zijn als volgt:

- A- De PMPC moet meerdere dagactiviteiten bevatten die plaatsvinden in het dorp Ermelo.

- B- De PMPC moet een samenwerking zijn tussen verschillende ondernemers.
- C- De PMPC moet een vernieuwend product op de markt zijn.
- D- De PMPC moet passen bij de kernwaarden van de gemeente Ermelo.
- E- De PMPC moet passen bij de doelgroep.

Wederom zijn deze elementen gebaseerd op het theoretisch kader. Mochten in het veldonderzoek andere of meerdere elementen voor een PMPC naar voren komen, dan worden die ook meegenomen in het advies. Een toelichting op de elementen van een PMPC is te vinden in Bijlage VI.

2.2. Segmenteren

In dit thesisproject mondt het kernbegrip 'segmentatie' uit in het kernbegrip 'doelgroep'. Om te ondervinden wat voor een doelgroep zich bevindt op vakantiepark De Haeghehorst, is het BSR-model gekozen als segmentatiemodel. In deze paragraaf wordt het kernbegrip 'segmenteren' gedefinieerd.

"Segmenteren is een heterogene markt die wordt bekeken als een aantal kleinere homogene markten, die ontstaan als reactie op verschillende voorkeuren van klanten en toegeschreven is aan de wensen van klanten om beter te worden voorzien in hun behoefte", aldus Smith (1956). Ming-Chih (2011) schrijft: "Marktsegmentatie is het opdelen van een markt in onderscheidende en betekenisvolle groepen van klanten door het definiëren van eigenschappen van de klant, zodat groepen te identificeren zijn als klanten van wie het koopgedrag en de reacties op marketingplannen vergelijkbaar zijn." De twee definities die gegeven zijn, hebben gemeen dat segmenteren gaat om het splitsen van verschillende soorten groepen. Waar in de definitie van Smith (1956) de 'behoefte van de klant' sterk naar voren komt, wordt in de definitie van Ming-Chih (2011) vooral gezegd dat het gaat om 'het definiëren van eigenschappen om de klant te kunnen identificeren'. Beide definities zijn passend bij dit thesisproject, omdat het voorzien in de behoefte van de klant heel erg belangrijk is. Vanuit de behoefte van de gast wordt uiteindelijk een PMPC ontwikkeld. Daarvoor moet allereerst de gast geïdentificeerd worden, oftewel 'ken je gast'. Dit komt weer sterk naar voren in de definitie van Ming-Chih.

Kerkmeijer-Van der Peijl & Van Zeeland (2018) geven de definitie van segmenteren weer als: "Het indelen van de markt in groepen klanten die min of meer dezelfde behoeften hebben en hetzelfde koopgedrag vertonen." Volgens het bedrijf ICBS-marketing en strategie (2019) is segmenteren het indelen van de markt in afzonderlijke klantgroepen op basis van verschillende kenmerken, gedragingen of behoeften. Ook in de bovenstaande twee definities is het duidelijk dat het gaat om 'het indelen van de markt', of zoals Ming-Chih het zegt: 'de klant definiëren'. Uit meerdere definities blijkt dat segmenteren op verschillende manieren gemeten kan worden. Zo heeft ICBS-marketing het over kenmerken, gedragingen en behoefte, terwijl Kerkmeijer-Van der Peijl & Van Zeeland (2018) en Ming-Chih (2011) het hebben over 'eigenschappen en koopgedrag'. In dit thesisproject wordt er gesegmenteerd op basis van kenmerken, eigenschappen en gedragingen, ook wel huishoudtyperingen genoemd.

Naar aanleiding van het theoretisch kader wordt segmenteren in dit thesisproject gedefinieerd als "het indelen van de markt in klantgroepen die gebaseerd zijn op hun kenmerken, gedragingen en eigenschappen, zodat er beter ingespeeld kan worden op de behoefte van de klant".

2.2.1. Doelgroep

Zoals hiervoor genoemd werd, is segmenteren noodzakelijk om tot een specifieke doelgroep te komen. Met de doelgroep wordt de markt bedoeld waarop het onderzoek zich focust. Het is daarom noodzakelijk om een marktonderzoek te doen. Het NBTC (2016) definieert marktonderzoek als "denken vanuit de doelgroep". De klantgroepen die genoemd worden in de definitie van het kernbegrip segmenteren is uiteindelijk de groep waarvoor het product gemaakt wordt. De focus voor één soort specifieke klantgroep waarvoor een organisatie of bedrijf een product of marketingboodschap maakt, wordt een doelgroep genoemd (NBTC, 2016). De term doelgroep heeft twee kanten in dit thesisproject. Aan de ene kant wordt het kernbegrip 'doelgroep' gebruikt om te definiëren op welk geslacht en leeftijd er wordt gefocust en aan de andere kant wordt het profiel geschetst aan de hand van het BSR-model. Hierin is de definitie 'segmenteren' belangrijk om ervoor te zorgen dat de verschillende klantgroepen van elkaar worden onderscheiden. Het doel is om te beschrijven wie de toerist is in het dorp Ermelo. Hierbij spelen kenmerken, gedragingen en eigenschappen een belangrijke rol.

2.2.2. BSR-model voor dagrecreatie

In Hoofdstuk 1 is reeds besproken dat het BSR-model gebruikt wordt om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Het is echter belangrijk om te kijken naar andere modellen die een bijdrage kunnen leveren aan dit thesiproject en tevens om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Om uit te sluiten dat het BSR-model het juiste model is voor dit thesiproject, wordt er een vergelijking gemaakt met het Mentality model (zie Bijlage VII).

Mentality model

Het mentality model is gecreëerd door Motivaction International. Met het Mentality model groepeerde Motivaction mensen naar hun levensinstelling. Nederland kent acht sociale milieus. Motivaction definieert deze sociale milieus op basis van persoonlijke opvattingen en waarden die aan de levensstijl van mensen voldoen. De mensen uit hetzelfde sociale milieu delen waarden ten aanzien van werk, vrije tijd en politiek, en tonen overeenkomstige ambities. Ieder milieu heeft een eigen leefstijl en eigen gewoontes, die tot uiting komen in concreet gedrag (Motivaction, 2019).

BSR-model

Het BSR-model, gecreëerd door The SmartAgent Company (2018), is een segmentatiemodel dat specifiek de doelgroep weergeeft aan de hand van karaktereigenschappen en gedragingen, ook wel huishoudtyperingen genoemd. Dit model wordt voornamelijk gebruikt in het onderwijs, door gerenommeerde adviesbureaus en DMO's. Dat maakt het BSR-model zeer betrouwbaar. Het BSR-model bestaat uit twee dimensies, waarmee zij het consumentengedrag voor een belangrijk deel kunnen verklaren: de sociologische en de psychologische dimensie.

Om een helder beeld te krijgen van hoe het BSR-model in elkaar zit, wordt het BSR-model geïllustreerd in in figuur 1. De sociologische dimensie (horizontale as) geeft aan in welke mate men op zichzelf (individueel of ego) of op zijn of haar omgeving (groep) is gericht. Mensen die meer gericht zijn op het ego zijn individualistischer en stellen hun eigen doelen en ambities centraal. Mensen die meer gericht zijn op de groep passen zich sneller aan de mensen in hun sociale omgeving en stellen de doelen die de groep wil bereiken centraal. De psychologische dimensie (de verticale as) maakt onderscheid tussen een meer extraverte of open houding naar de samenleving en een meer introverte of gesloten houding naar de mensen in de omgeving (The SmartAgent Company, 2018).

Door de kanten van de sociologische dimensie en de psychologische dimensie te combineren, ontstaan er vier kwadranten (de belevingswerelden). Aan de vier belevingswerelden, ook wel BSR-profielen genoemd, zijn vier kleuren gekoppeld:

1. De rode belevingswereld (vitaliteit)
2. De gele belevingswereld (harmonie)
3. De groene belevingswereld (zekerheid)
4. De blauwe belevingswereld (controle)



Figuur 1: BSR-model

De vier BSR-profielen worden toegelicht om inzicht te geven in de karaktereigenschappen en huishoudtyperingen. Deze informatie komt uit een onderzoek dat is verricht door de The SmartAgent Company (2018).

Rode BSR-profiel

De doelgroep in het rode BSR-profiel is vaker op zoek naar actieve vormen van recreatie. Als zij vrij zijn, willen zij zich lekker kunnen uitleven, activiteiten ondernemen en zich op een andere (fysiek actieve) manier

inspannen. De karaktereigenschappen die horen bij het rode BSR-profiel zijn: ongeduldig, eigenwijs en avontuurlijk en als huishoudtyperingen ambitieus, ruimdenkend, dynamisch en eigen gang gaan.

Het rode BSR-profiel is altijd op zoek naar uitdagingen en deze doelgroep vindt groei in hun ontwikkeling erg belangrijk. Er is vastgesteld door The SmartAgent Company (2018) dat deze doelgroep zich meestal bevindt in de leeftijdscategorie van 18-34 jaar. De dagrecreatie die het rode BSR-profiel leuk vindt om te ondernemen zijn: uitgaan (discotheek, festivals en cafés), bezoeken van evenementen (festivals en concerten), bezoeken aan musea en watersport (zwemmen, vissen, varen met de boot).

Gele BSR-profiel

Doelgroepen in het gele BSR-profiel zijn meer gericht op het gezelschap waarmee men op pad gaat. Lekker weg met het eigen gezin, de familie, vrienden of kennissen. Iedereen moet daarbij kunnen doen waar hij zin in heeft. Dit bepaalt tevens of er veel of weinig ondernomen wordt. De karaktereigenschappen die hierbij genoemd worden zijn: vrolijk, spontaan en enthousiast en als huishoudtyperingen hecht, actief, sportief, gastvrij, ouderwets gezellig, knus en warm.

Daarbij vindt het gele BSR-profiel relaties heel erg belangrijk, zoals vriendschappen. Het zijn echte levensgenieters. Meestal zijn dit mensen die net een familie gestart zijn. De dagrecreatie die het gele BSR-profiel leuk vindt om te ondernemen zijn: winkelen, bezoek aan een dierentuin, speeltuin, pretpark, kinderboerderij of rommelmarkt, bezoek aan een evenement (tentoonstellingen en markten), watersport (zwemmen, vissen en met de boot varen) en wellness.

Groene BSR-profiel

Doelgroepen uit het groene BSR-profiel houden daarentegen van rust en ontspanning in hun vrije tijd. Een dagje vrij is voor hen vooral tot rust komen en even loskomen van de dagelijkse beslommingen. Dit profiel wordt meestal beschouwd als nuchter, normaal en serieus. Ook schijnt deze doelgroep heel erg kalm te zijn. De huishoudtyperingen die bij het groene BSR-profiel horen zijn: gelukkig, rustig, goed georganiseerd, geïsoleerd en traditioneel. Verder is deze doelgroep ook erg gehecht aan hun privacy. De mensen die tot deze doelgroep behoren zijn meestal 55 jaar of ouder.

De dagrecreatie die dit profiel leuk vindt om te ondernemen zijn: wandelen, fietsen en het bezoeken van musea en monumenten. Deze doelgroep geniet echt van de natuur en vindt het fijn als zij zich in een omgeving bevinden waar bos, parken of water voorkomt.

Blauwe BSR-profiel

Doelgroepen in het blauwe BSR-profiel van het model zijn vooral gericht op de activiteiten die ondernomen kunnen worden. Dit kunnen zowel culturele als sportieve activiteiten zijn. Het blauwe BSR-profiel wordt ook wel 'controle' genoemd. Dit profiel heeft als karaktereigenschappen zelfverzekerdheid, leidinggevend en beschikt zich over een sterk karakter en als huishoudtyperingen keurig, netjes, stabiel, efficiënt en druk. Dit profiel vindt het vooral belangrijk om succes in het leven te hebben en daarom halen zij ook erkenning uit prestaties. De meeste mensen die zich in het blauwe BSR-profiel bevinden zijn jongvolwassenen.

Ook bij het blauwe BSR-profiel is er dagrecreatie gevonden die deze doelgroep leuk vindt om te ondernemen. Dit is vooral uitgaan (terrassen, discotheek, cafés, festivals), zelf sporten (fitness, hardlopen) en wellness.

Vergelijking

Tijdens het zoeken naar definities uit verschillende bronnen is naar voren gekomen dat ook andere bedrijven en organisaties de definitie van The SmartAgent Company gebruiken. Enkele daarvan zijn: Provincie Noord-Holland, RECRON, Regio de Veluwe en Provincie Limburg. Het verschil tussen het BSR-model en het Mentality model is dat het BSR-model kijkt naar de eigenschappen en gedragingen die naar voren komen in verschillende BSR-profielen, terwijl het Mentality model kijkt naar de leefstijl van de doelgroep. In dit thesisproject is het belangrijk om te weten wat de eigenschappen en gedragingen zijn van de toerist in het dorp Ermelo, en niet de leefstijl van de toerist. Het is niet van belang om te weten welk werk, welke ambities en politieke voorkeur de doelgroep heeft. Dit kan een groot verschil maken in het onderzoek, doordat er naar een ander soort doelgroep gekeken wordt. Daarom is ervoor gekozen om te segmenteren met de BSR-profielen van het BSR-model. Wel is het belangrijk om te weten wat de doelgroep leuk vindt om te ondernemen en wat recreatie voor hen betekent. Voor het ontwikkelen van een PMPC en

om deze tot een succes te maken, is dit essentieel. Een verdere toelichting van het BSR-model is te vinden in Bijlage VIII.

2.3. Samenhang

PMPC staat voor product-markt-partner-combinatie. Op pagina 2 is toegelicht dat in dit thesisproject alleen wordt gefocust op het product en de markt van de PMPC. In dit thesisproject wordt er niet ingegaan op de 'partner', maar dit aspect vertaalt zich in de samenwerking tussen verschillende ondernemers. Recreatie mondt uit in dagrecreatie. Dagrecreatie is in dit thesisproject het product van de PMPC. Daarnaast wordt er aan de hand van eigenschappen en gedragingen bekeken welk BSR-profiel het best gekoppeld kan worden aan de toerist in het dorp Ermelo. Het BSR-profiel van de toerist in het dorp Ermelo is de markt waar de PMPC voor gemaakt wordt. Zonder de dagrecreatie en het BSR-profiel van de toerist in het dorp Ermelo, kan er geen PMPC worden ontwikkeld.

3. Methodologische verantwoording

In dit hoofdstuk wordt de opzet van het veldonderzoek beschreven middels een beschrijving van de onderzoeksstrategieën, de waarnemingsmethodes, de meetinstrumenten en methode voor data-analyse. Na uitvoering van het veldonderzoek kan er antwoord worden gegeven op de hoofd- en deelvragen.

3.1. Onderzoeksvragen

Het doel van dit onderzoek is om antwoorden te krijgen op de onderzoeksvragen. Op basis van de uitkomsten uit het secundaire onderzoek en het veldonderzoek kan de vergelijking gemaakt worden. Dit wordt door middel van cirkeldiagrammen, tabellen en kolommen inzichtelijk gemaakt. Door de resultaten met elkaar te vergelijken, wordt er inzicht gecreëerd in de overeenkomsten en/of verschillen van de gevonden resultaten. Dit is van belang om een match te vinden tussen het BSR-profiel van de toerist in het dorp Ermelo en de dagrecreatie in het dorp Ermelo. Er is sprake van een match wanneer de dagrecreatie in het dorp Ermelo aansluit bij het BSR-profiel van de toerist in het dorp Ermelo. Mochten de resultaten uit het secundaire onderzoek kloppen met het verrichte veldonderzoek, dan versterkt dit het onderzoek en zorgt dit ervoor dat het onderzoek valide en betrouwbaar is. Mochten de resultaten van het secundaire onderzoek niet overeenkomen met de resultaten uit het verrichte veldonderzoek, dan zouden de resultaten uit het veldonderzoek als een waardevolle aanscherping kunnen dienen.

Na het beantwoorden van de twee onderzoeksvragen zijn er drie mogelijke PMPC's ontwikkeld. In overleg met de gemeente Ermelo is er één potentiële PMPC gekozen die naast de behoefte van de toerist ook aansluit op de criteria van de gemeente Ermelo. Voor de gekozen PMPC is er een implementatieplan gemaakt waarin het commerciële gedeelte te lezen is, wat zich uit in een PDCA-cyclus en de financiële consequenties.

3.2. Onderzoeksstrategie

Er zijn twee soorten veldonderzoeken, namelijk kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek is een interpretatieve en subjectieve **onderzoeksoort** waarin vooral de 'waarom' en 'hoe' vraag centraal staan. Een kwantitatief onderzoek is een objectief onderzoek waarin aan de hand van cijfers gekeken wordt naar een 'wat' vraag (Verhoeven, 2014). De kenmerken van kwantitatief onderzoek zijn (Verhoeven, 2014):

- ☐ Een groot domein van mensen
- ☐ Op een bepaald moment in de tijd
- ☐ Onderzoek naar meningen en kennis
- ☐ Beschrijvend en verklarende vragen
- ☐ Halfgestructureerde antwoorden en vragen
- ☐ Een groot aantal vragen
- ☐ Kwantitatieve analyse

In dit thesisproject wordt gebruikgemaakt van kwantitatief onderzoek. Het doel van dit onderzoek is het verkrijgen van informatie over de ervaringen, meningen, wensen en behoeften van de doelgroep. Bij kwantitatief onderzoek gaat het meer om de 'wat' vraag dan om de 'waarom' en 'hoe' vraag. Kwantitatief onderzoek staat in verband met het managementvraagstuk van dit thesisproject, doordat er eerst **beantwoord** moet worden 'wat' voor **dagactiviteiten** er in de PMPC's moeten komen. Hierdoor zal uiteindelijk de managementvraag beantwoord worden. Daarnaast worden verbanden gelegd om de samenhang te analyseren, wat ook wel een significant verband genoemd wordt (Verhoeven, 2014). Ook is de doelgroep van dit onderzoek te groot om met een kwalitatieve onderzoeksmethode diepgang te vergaren. Er is bij kwantitatief onderzoek echter in mindere mate ruimte voor eigen inbreng dan bij een kwalitatief onderzoek. De doelgroep van dit thesisproject zijn de bezoekers, specifiek de gezinnen en ouderen van vakantiepark De Haeghehorst. De doelgroep wordt in paragraaf 3.3.3 verder afgebakend.

De strategie die zal worden gehanteerd in het kwantitatieve onderzoek is het survey-onderzoek. Survey-onderzoek is een methode voor het verzamelen van gegevens. De vragen zijn voorafgaand aan de dataverzameling al opgesteld en er is geen ruimte voor flexibiliteit. Er zijn vier verschillende soorten survey-onderzoeken (Verhoeven, 2014): handmatige enquêtes, telefoon-enquêtes, interviews en **web-enquêtes**. Met een survey-onderzoek kunnen veel mensen tegelijk benaderd worden. Bij een interview is dit niet mogelijk. Survey-onderzoek is daarom het meest geschikt voor dit thesisproject.

Dit thesisproject betreft een explorerend onderzoek. Het doel van een explorerend onderzoek is om nieuwe relaties te ontdekken en op systematische wijze gegevens te verzamelen en te analyseren. Vragen zijn

vooral gericht op de 'wat', 'wanneer' of op gedrag en/of acties van de doelgroep, in plaats van 'waarom'. Het is van belang om te weten te komen wat de match is tussen het BSR-profiel van de toerist in het dorp Ermelo en de dagrecreatie. De uitkomst van deze match bepaalt wat in de PMPC komt. Dit betekent dat er onderzoek gedaan is naar nieuwe relaties, wat bij explorerend onderzoek van toepassing is (Noordhoff Uitgevers, 2019).

3.3. Waarnemingsmethode

Evenals genoemd in paragraaf 3.2 maakt dit thesisproject gebruik van een survey-onderzoek en wordt er gebruikgemaakt van handmatige enquêtes. Deze strategie is gekozen omdat een enquête gelijkmatige informatie verzamelt en makkelijk te analyseren is. Tevens is de omvang van het onderzoek groter, doordat er meer gasten bevestigd kunnen worden. Daarentegen is het nadeel dat er geen ruimte is voor flexibiliteit, aangezien de vragen al zijn opgesteld (Verhoeven, 2014). Een enquête is een vragenlijst die aan meerdere personen wordt voorgelegd, om op deze manier onderzoek te doen. Dit kan schriftelijk, maar gebeurt tegenwoordig ook steeds meer digitaal. De antwoorden kunnen niet beïnvloed worden door de interviewer, waardoor de objectiviteit gewaarborgd wordt (Verhoeven, 2014). Daarnaast is het met een enquête mogelijk om een grote groep mensen te bevesten, aangezien er sprake is van een grote doelgroep. De enquête is echter ingezet om in kaart te brengen wat de wensen van de toerist zijn op het gebied van een dagarrangement. Door gebruik te maken van een handmatige enquête, wordt de mogelijkheid geboden om de gast de vrijheid en tijd te geven voor het invullen van een enquête. Hierdoor kan de gast zelf nadenken over zijn of haar antwoord. Daarentegen kan een handmatige enquête ook een nadeel zijn, aangezien de gast zijn eigen vrijheid bepaalt. Zo kan de gast vragen onbeantwoord of gesloten laten. Dit is een risico dat meegenomen wordt in dit thesisproject.

Het vakantiepark waar de enquêtes afgenomen werden, moesten binnen een straal van vijf kilometer van het stadscentrum liggen. Dit om ervoor te zorgen dat de gast van het vakantiepark sneller activiteiten zou gaan ondernemen in het dorp Ermelo. Er is onderzocht met behulp van GoogleMaps welke vakantieparken binnen een straal van vijf kilometer van het stadscentrum liggen. Dit zijn (1) De Haeghehorst, (2) Camping het Vossenhol, (3) In de Rimboe, (4) Camping De Kriemelberg, (5) De Toverberg en (6) Recreatiepark de Paalberg. Er is gekozen om de kleinere campings uit te sluiten, omdat dit onderzoek gericht is op grote aantallen bezoekers van een vakantiepark. Tot besluit zijn er enquêtes afgenomen in vakantiepark De Haeghehorst, omdat dit vakantiepark wilde meewerken aan het onderzoek en qua omvang een van de grootste vakantieparken is in het dorp Ermelo.

In ruil voor de medewerking van vakantiepark De Haeghehorst, worden de resultaten van dit thesisproject gedeeld. Dit is voor vakantiepark De Haeghehorst erg belangrijk om te weten, aangezien zij hierdoor hun gasten beter leren kennen en hier geen onderzoek meer naar hoeven te doen. Om de respons van het onderzoek zoveel mogelijk te verhogen, is ervoor gekozen om gasten van het vakantiepark te benaderen tijdens hun 'rustmoment'. Op deze manier kon de gast de tijd nemen voor het invullen van de enquête. Daarnaast is er in overleg met vakantiepark De Haeghehorst voor gezorgd dat de gast een gratis kop koffie of thee kon krijgen bij het invullen van de enquête.

3.4. Onderzoekseenheden

Er zijn verschillende manieren om een steekproef te selecteren. De twee grootste vormen van steekproefselectie zijn een aselechte of een selecte steekproef. Bij een aselechte steekproef heeft ieder persoon uit de populatie evenveel kans om in de steekproef te komen. Bij de selecte steekproef worden de respondenten bewust geselecteerd op basis van bepaalde eigenschappen (Verhoeven, 2014). In dit thesisproject wordt er gebruikgemaakt van een aselechte steekproef. Hiervoor is gekozen, omdat er verschillende soorten toeristen op de vakantieparken verblijven. Op basis van al deze soorten toeristen wordt middels dit thesisproject een profiel van de toerist geschetst aan de hand van het BSR-model. Om geen vertekend beeld te krijgen van de soort toerist in het vakantiepark, is het van belang dat er tijdens de steekproefselectie geen onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende soorten toeristen en dat iedere gast evenveel kans heeft om in het onderzoek meegenomen te worden. Tevens gaat het om bezoekers van vakantiepark De Haeghehorst te Ermelo, wat in principe iedereen uit de populatie kan zijn.

Het trekken van een aselechte steekproef kan op verschillende manieren plaatsvinden. In het kader van dit onderzoek wordt er gebruikgemaakt van een clustersteekproef. Bij een clustersteekproef gaat het om 'bestaande' groepen die op een aantal kenmerken gelijkenis vertonen. Uit die bestaande groepen wordt dan een willekeurige steekproef genomen om de populatie specifieker te maken (Verhoeven, 2014). In het kader van dit onderzoek is een clustersteekproef gebruikelijk, omdat de toeristen op een vakantiepark

worden gezien als een bestaande groep. Uit deze bestaande groep worden willekeurige steekproeven genomen. Die willekeurige bestaande steekproeven zijn volwassen mannen en vrouwen vanaf 30 jaar oud. Om zoveel mogelijk respons te krijgen, is er gekozen voor volwassen mannen en vrouwen. Voor het onderzoek maakt het niet uit of deze 30-plussers partners van elkaar zijn, iedere persoon is zijn eigen individu en heeft een eigen mening. Kinderen zijn in dit onderzoek uitgesloten. De bezoekers van het vakantiepark moeten binnen een straal van vijf kilometer van het centrum van Ermelo zitten. Hoe dichterbij de bezoekers zitten, des te sneller zij naar het dorp Ermelo komen.

De grootte van de steekproef wordt berekend aan de hand van een steekproefcalculator van Checkmarket (2019), te zien in figuur 2. Het aantal volwassen mannen en vrouwen vanaf 30 jaar oud die het vakantiepark De Haeghehorst bezoeken maakt deel uit van de steekproef. Vakantiepark De Haeghehorst is het hele jaar geopend en heeft verschillende faciliteiten te bieden. Met meer dan 150 kampeerplaatsen is vakantiepark De Haeghehorst het grootste vakantiepark in Ermelo. Vakantiepark De Haeghehorst heeft een gemiddelde bezetting van 60% (De Haeghehorst, 2019). 70% van de 150 parkplaatsen zijn kampeerplaatsen. Per kampeerplaats worden er gemiddeld twee volwassen mensen vanaf 30 jaar oud gerekend. Dit zijn gemiddeld 210 volwassen mannen en vrouwen per seizoen.

Steekproefgrootte berekenen

Steekproefgrootte		
Grootte populatie:	210	Hoeveel mensen bevat de groep die uw steekproef voorstelt? (De steekproefgrootte wijzigt niet veel voor een populatie groter dan 20.000.)
Foutenmarge:	5%	Dit is het positieve of negatieve getal dat meestal wordt weergegeven in opiniepeilingresultaten van dagbladen of televisie. Bijvoorbeeld, als u een foutenmarge van 4% gebruikt en 47% van uw steekproef een bepaald antwoord geeft, dan kan u er "zeker" van zijn dat als u diezelfde vraag aan de volledige populatie had gesteld, tussen 43% (47-4) en 51% (47+4) datzelfde antwoord zouden gekozen hebben (een lagere foutenmarge vereist een grotere steekproef).
Betrouwbaarheidsniveau:	95%	Het betrouwbaarheidsniveau vertelt u hoe zeker u kan zijn van de foutenmarge. Het wordt uitgedrukt in percent en geeft weer hoe vaak het werkelijke percentage van de populatie dat een antwoord zou kiezen, binnen die foutenmarge ligt, m.a.w. in welke mate vertrouwt u erop dat de antwoorden die de respondenten hebben ingegeven, correct zijn (een hoger betrouwbaarheidsniveau vereist een grotere steekproef).
Vereiste steekproefgrootte:	137	Aantal respondenten nodig
Geschatte responspercentage:	20%	Welk percentage van 'mensen die gevraagd werden om deel te nemen aan de enquête' zal dit effectief doen. Het responspercentage hangt af van vele factoren, zoals de distributiemethode (e-mail, papier, telefoon...), communicatietype (B2B, B2C,...), kwaliteit van de uitnodiging, gebruik van incentives, enz.
Vereiste aantal uitnodigingen:	685	Dit is het aantal personen uit de populatie dat u dient te vragen om deel te nemen, teneinde de vereiste steekproefgrootte te bereiken op basis van het verwachte responspercentage.

Figuur 2: Bron: Checkmarket (2019) Afbeelding 2, Steekproefcalculator

3.5. Data-analyse

Voor de kwantitatieve analyse zullen SPSS en Excel gebruikt worden. SPSS is een programma waarin de uitkomsten van enquêtes geanalyseerd kunnen worden, zodat er verbanden tussen verschillende variabelen gevonden kunnen worden (Verhoeven, 2014). Zowel SPSS als Excel is geschikt voor data-analyse. De meest voorkomende analyse in SPSS is de frequentieanalyse. De frequentieanalyse is gebruikt om percentages en gemiddelden te berekenen. Open vragen kunnen (meestal) niet in SPSS worden ingevoerd. Deze antwoorden worden schriftelijk meegenomen in de resultaten. Vervolgens zijn de gegevens geanalyseerd door het zoeken van verbanden middels een univariaten en bivariaten analyse (Plooi, 2011). Een univariaten analyse is een vorm van analyseren waarbij slechts één variabele betrokken is, bij bivariaten zijn dit er twee. Er is gebruikgemaakt van zowel toetsende als beschrijvende statistiek. Door middel van toetsende statistiek is het mogelijk uitspraken te doen over een populatie middels gegevens uit de steekproef. Met behulp van beschrijvende statistiek worden gegevens beschreven die afkomstig zijn van de doelgroep (Basiscursus SPSS, 2011). Alle resultaten zullen zoveel mogelijk weergegeven worden door cirkeldiagrammen, kolommen en tabellen.

4. Onderzoeksresultaten

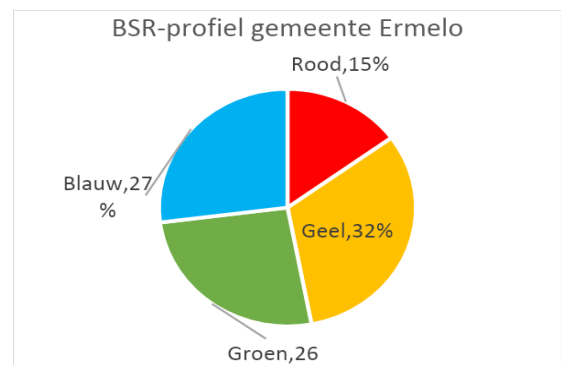
Als allereerst worden de resultaten uit het secundaire onderzoek getoond. Daarna worden de resultaten per enquêtevraag gepresenteerd en worden de resultaten uit de enquêtevragen in de conclusie per onderzoeksvraag en deelvraag geclusterd. In de conclusie komen alle resultaten samen om vervolgens tot een eindconclusie te komen.

4.1. Resultaten secundaire onderzoek

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het bestaande onderzoek gepresenteerd. Voor zowel onderzoeksvraag 1 als voor onderzoeksvraag 2 is er gebruikgemaakt van secundair onderzoek. Eerst zullen de resultaten van onderzoeksvraag 1 getoond worden en daarna die van onderzoeksvraag 2. In de conclusie worden de resultaten geclusterd, zodat er duidelijk wordt welke delen bij welke onderzoeksvraag behoren.

A1. Resultaten BSR-profiel bezoekers van de gemeente Ermelo

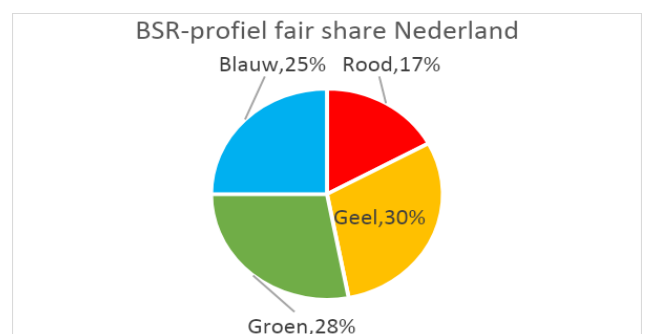
Uit de resultaten van de leefstijlatlas van The SmartAgent Company (2018) komt naar voren dat 15% van de bezoekers van het dorp Ermelo zich bevinden in het rode vlak, 32% in het gele vlak, 26% in het groene vlak en 27% in het blauwe vlak. Over het algemeen liggen de percentages dicht bij elkaar, waardoor er te zien is dat veel verschillende segmenten het dorp Ermelo aantrekken. Het gele segment staat als de grootste vertegenwoordiger met 32%.



Figuur 3: BSR-profiel gemeente Ermelo

A2. Resultaten BSR-profiel fair share Nederland

De leefstijlatlas van The SmartAgent Company heeft tevens fair share Nederland in hun onderzoek meegenomen. Om in de conclusie een goede vergelijking te kunnen maken, is ervoor gekozen om fair share Nederland in kaart te brengen op basis van de BSR-profielen. De cijfers van fair share Nederland zijn te zien in figuur 4. De cijfers van fair share Nederland schelen niet veel ten opzichte van het onderzoek van The SmartAgent Company (2018). Ook uit de cijfers van fair share Nederland blijkt dat het gele BSR-profiel de grootste vertegenwoordiger is met 30%.



Figuur 4: BSR-profiel fair share Nederland

A3. Resultaten dagrecreatie aan de hand van het BSR-profiel

Er zal net als bij 4.1, in de conclusie, een vergelijking gemaakt worden van de resultaten uit het secundaire- en veldonderzoek. Daaruit zal opgemaakt worden op welke dagrecreatie er in de PMPC zal worden gefocust.

Zoals al genoemd in het theoretisch kader is het BSR-model ontwikkeld voor dagrecreatie. In het theoretisch kader is te zien welke dagactiviteiten aan welk BSR-profiel gekoppeld zijn. In Bijlage IX is de dagrecreatie gecategoriseerd. Hierin wordt zichtbaar gemaakt welke dagactiviteiten er in het dorp Ermelo ondernomen kunnen worden. De favoriete dagactiviteiten van de BSR-profielen volgens The SmartAgent Company (2018) zijn:

- Recreatief winkelen: winkelen voor je plezier, stedentripdagje naar een 'onbekende' stad;
- Attracties: bezoek aan een dierentuin, speeltuin of pretpark, kinderboerderij of rommelmarkt;
- Bezoek aan een evenement: beurzen, tentoonstelling, muziek-evenement en braderie
- Watersport en recreatie: zwemmen, varen en vissen
- Wellness en ontspanning: bezoek sauna, zonnebank of beautycentrum
- Cursussen en hobby's: muziek, kookclubs, dans of toneel
- Zelf sporten: fitness, hardlopen, voetballen, tennis en schaatsen

Als er wordt gekeken naar de dagactiviteiten die de bezoeker van het dorp Ermelo kan ondernemen, komen er veel activiteiten overeen met het gele BSR-profiel van de bezoeker. Dit betekent dat hier theoretisch gezien een match zou kunnen zijn tussen het BSR-profiel en de dagactiviteit in het dorp Ermelo. Wat niet weergegeven staat in Bijlage IX zijn cursussen en hobby's. Dit betekent dat deze dagactiviteit niet te vinden is in het dorp Ermelo, terwijl de bezoeker hier misschien wel behoefte aan heeft; dit geldt bijvoorbeeld ook voor de activiteit wellness en ontspanning.

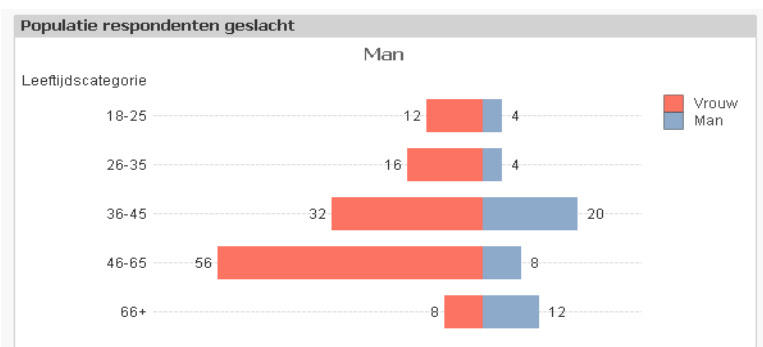
4.2. Resultaten veldonderzoek

Met het kwantitatieve onderzoek zijn er 172 respondenten bereikt die hun mening hebben gegeven over de dagrecreatie en arrangementen in het dorp Ermelo. Zoals eerder aangegeven zijn de bezoekers van vakantiepark De Haeghehorst geënquêteerd. Het streven was om een zo hoog mogelijke respons te krijgen onder de doelgroep 30 jaar en ouder. De resultaten uit het veldonderzoek zijn als volgt opgebouwd: eerst komt de algemene informatie aan bod en daarna zal er per enquêtevraag het resultaat behandeld worden. De enquête die is afgenomen bij de respondenten is te vinden in Bijlage X.

B1. Algemene informatie

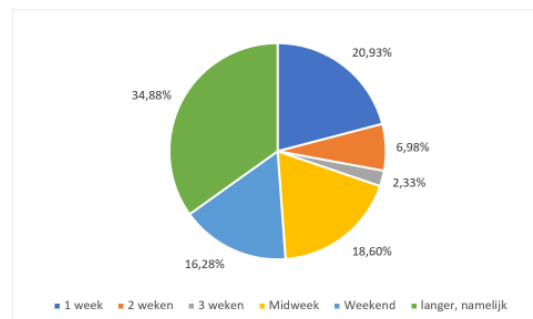
Aan het begin van de enquête zijn er algemene vragen aan de respondenten gesteld. Dit heeft betrekking tot het geslacht, de leeftijd en de reden van bezoek aan het dorp Ermelo.

Van alle respondenten valt 92% onder de doelgroep 30 jaar en ouder. **Figuur 5** laat zien hoe de doelgroep is verdeeld op basis van leeftijd. De leeftijdscategorie 45-65 jaar komt het meest voor in het dorp Ermelo met 64 respondenten; daarna de leeftijdscategorie 36-45 jaar met 52 respondenten. De 66-plussers zijn een klein aantal, net zoals de leeftijdscategorie 30-35 die met 20 respondenten de enquête hebben ingevuld. Het is positief dat 90,6% van de respondenten 30 jaar en ouder is en hiermee relevant voor dit onderzoek. Voor dit onderzoek heeft het verschil tussen mannen en vrouwen relevant effect: Hierom zijn deze twee groepen dus als een behandeld.



Figuur 5: Populatie respondenten geslacht

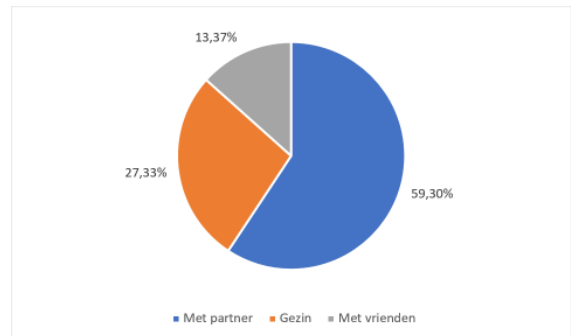
Daarnaast is weergegeven in figuur 6 dat 20,93% één week vakantie viert in het dorp Ermelo, 18,6% een midweek en 16,28% een weekend. Opvallend is dat de meerderheid met 34,88% aangeeft een aantal keer per jaar vakantie te vieren in Ermelo: De redenen hiervan zijn, onder andere, een familie- of vriendenbezoek en eigen vakantiehuis/vaste standplaats op een camping. Slechts een enkeling spendeert twee of drie weken in het dorp. Deze uitkomsten zijn gunstig, omdat er nu bekend is dat herhaalbezoeken van grote waarde kunnen zijn.



Figuur 6: Verdeling duur vakantie

Naast de duur van de vakantie van de respondenten, is er ook gevraagd met wie de respondenten op vakantie gaan. Dit is van belang om de PMPC tot een passend product te maken voor de juiste doelgroep.

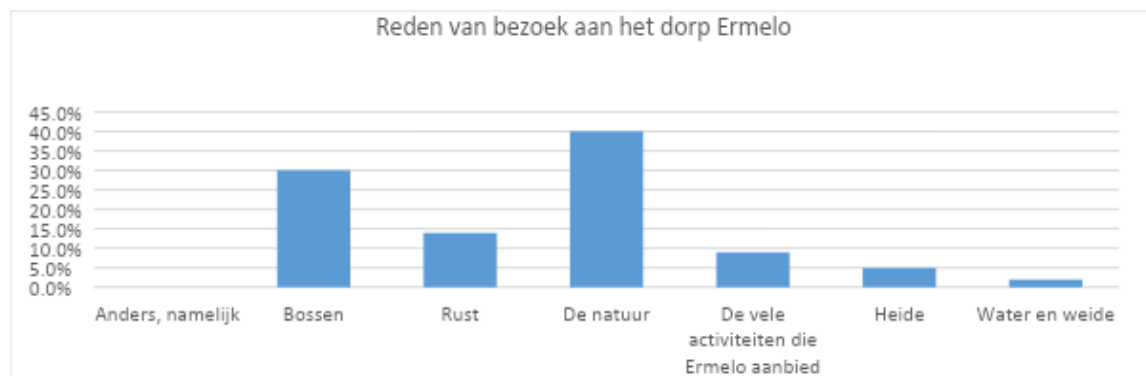
De doelgroep waar hier op gefocust wordt zijn mannen en vrouwen vanaf 30 jaar, maar nu is het belangrijk om te weten of zij alleen met partner op vakantie gaan, of juist partner met kinderen of met vrienden. In Figuur 7 zijn de antwoorden van de respondenten in procenten weergegeven. 59,30% geeft aan met partner op vakantie te gaan, 27,33% met het gezin en 13,37% gaat met vrienden op vakantie naar het dorp Ermelo. Hierin kan er vastgesteld worden dat de meeste mannen en vrouwen vanaf 30 jaar met partner op vakantie gaan naar het dorp Ermelo.



Figuur 7: Verdeling gezelschap

B2. Wat is de reden dat u het dorp Ermelo als vakantiebestemming heeft gekozen?

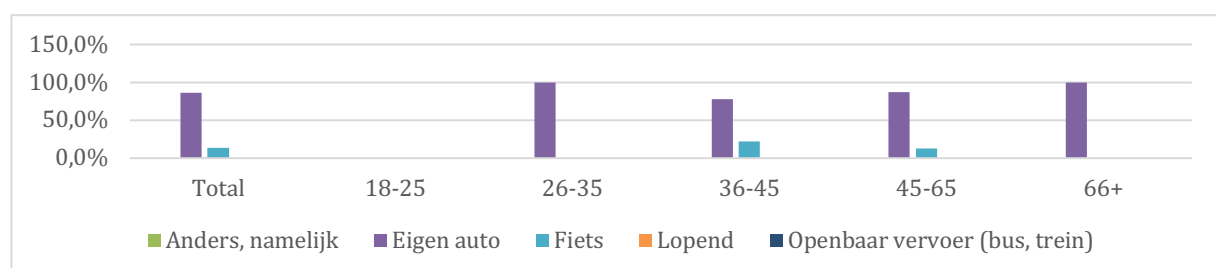
Er is naar de reden van het bezoek aan het dorp Ermelo gevraagd, om erachter te komen waarom toeristen naar het dorp Ermelo komen. In Figuur 8 is te zien dat 40% voor de natuur komt. Voor de bossen komen 30% van de respondenten naar het dorp Ermelo, en een klein deel van 12% komt naar het dorp Ermelo voor de rust en 8% van de respondenten vinden de verschillende activiteiten die het dorp Ermelo aanbiedt een reden om het dorp Ermelo te bezoeken. Slechts een enkeling komt voor de heide en water en weide. Dit geeft weer wat het onderscheidend vermogen is van het dorp Ermelo en de reden waarom de toerist naar het dorp Ermelo komt. Het is belangrijk om dit door te voeren in de PMPC.



Figuur 8: Resultaten B2

B3. Met welk vervoermiddel bent u naar Ermelo gekomen en waarom?

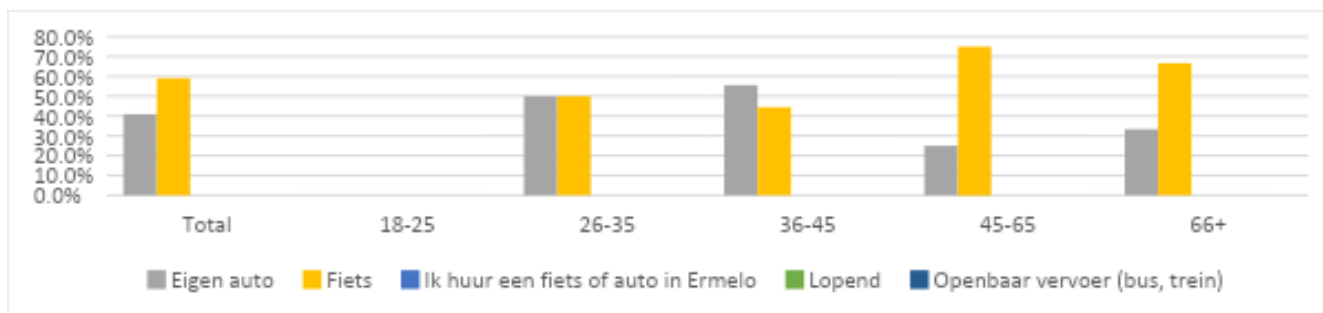
Het resultaat van deze enquêtevraag is te zien in figuur 9. Hier is gebruikgemaakt van twee variabelen om te kijken of er een verschil is in leeftijden en het betreffende vervoermiddel. Dit is nodig om te weten of er een transportmiddel toegevoegd moet worden aan de PMPC dat ontwikkelt gaat worden. In het theoretisch kader was al aangegeven dat een PMPC uit verschillende factoren bestaat, waarbij vervoer ook een grote rol speelt. Om dit uit te zoeken onder de respondenten is ervoor gekozen om dit specifiek uit te vragen. Figuur 9 geeft weer dat onder de leeftijden niet veel verschil zit met het gebruik van het type vervoer. Dit kan voor de gemeente Ermelo betekenen dat de toeristen geen andere mogelijkheden zien om anders dan met eigen auto naar het dorp Ermelo te gaan, of de respondenten doen het voor het gemak om zichzelf makkelijker te verplaatsen. Onder de respondenten heeft het vooral te maken met het gemak. Veel respondenten hebben een campingplaats gehuurd, waardoor zij met een camper of een tent op de camping gaan staan. Respondenten geven aan best wel wat spullen hiervoor nodig te hebben, waardoor het komen met een eigen auto makkelijk is.



Figuur 9: Resultaten B3

B4. Hoe verplaatst u zich het liefst als u op vakantie bent in Ermelo?

Uit enquêtevraag B3 is naar voren gekomen dat respondenten voor het grootste deel met eigen auto komen voor het gemak van de spullen die nodig zijn voor een vakantie in het dorp Ermelo. Daarentegen is het nodig om te weten hoe de respondenten zich het liefst verplaatsen in Ermelo. Ook deze resultaten zijn weergegeven in een tabel. Tevens is er hier dezelfde vergelijking gemaakt als bij enquêtevraag B3. In figuur 10 zijn de resultaten weergegeven en is er een verschuiving te zien in leeftijd en het gebruik van vervoermiddel. Onder de leeftijd 45 jaar en ouder is de fiets een populair vervoersmiddel. Dit geldt niet voor de doelgroep van 26 jaar en ouder: Hier is te zien dat de eigen auto meer gebruikt wordt in tegenstelling tot de doelgroep 45 jaar en ouder.



Figuur 10: Resultaten B4

C1. Welke karaktereigenschappen passen het beste bij u?

Om te onderzoeken welk BSR-profiel het beste past bij de toerist, zijn de twee standaardvragen voor het BSR-profiel gebruikt. Enquêtevragen C1 en C2 zijn gekoppeld aan elkaar, deze twee vragen hebben elkaar nodig om te kunnen concluderen welk BSR-profiel het beste past bij de respondenten. Om hier antwoord op te krijgen is er aan de respondenten gevraagd de karaktereigenschappen aan te kruisen waarin zij zichzelf het meest herkennen. Voor deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk. In het theoretisch kader op pagina 9 en 10 zijn alle karaktereigenschappen per BSR-profiel beschreven.

De respondenten in het dorp Ermelo herkennen zichzelf het meest in de typering actief (66,3%), gastvrij (75,3%), gelukkig (88,5%), goed georganiseerd (68,7%), hecht (90,6%), keurig (76,1%), netjes (67,3%) ouderwets gezellig (86,3%), sportief (79,2%), behulpzaam (84,6%), en warm (73,2%).

Per BSR-profiel is het gemiddelde van alle resultaten van de karaktereigenschappen berekend. Dit is gedaan om een beter inzicht te krijgen in de resultaten, en om die te clusteren in de vier BSR-profielen. In Bijlage XI is de gemiddelde uitkomst per BSR-profiel te zien gebaseerd op de karaktereigenschappen. Deze uitkomst zegt nog niets over de absolute vertegenwoordiger van het BSR-profiel, aangezien enquêtevraag C2 hier ook een deel van uitmaakt.

C2. Huishoudtyperingen

Om erachter te komen in welke huishoudtyperingen de respondenten zichzelf het meest herkennen, is hier ook gevraagd dit aan te kruisen. Deze vraag behoort bij de twee standaardvragen voor het BSR-profiel. Ook hier waren meerdere antwoorden mogelijk; daarbij is tevens het gemiddelde berekend van alle resultaten van de huishoudtyperingen.

De huishoudtyperingen per BSR-profiel is aangekaart in het theoretisch kader op pagina 9 en 10.

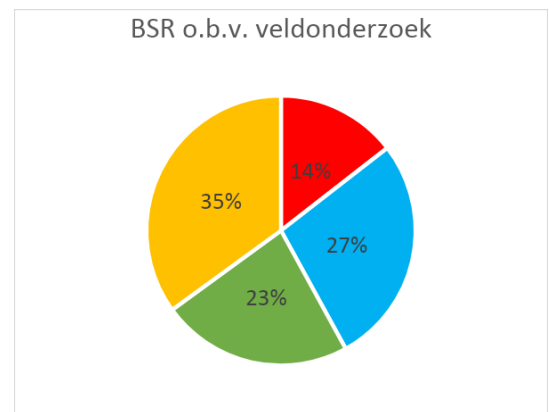
De respondenten in het dorp Ermelo herkennen zichzelf het meest in de typering actief (66,3%), gastvrij (75,3%), gelukkig (88,5%), goed georganiseerd (68,7%), hecht (90,6%), keurig (76,1%), netjes (67,3%) ouderwets gezellig (86,3%), sportief (79,2%), behulpzaam (84,6%), en warm (73,2%).

Per BSR-profiel is het gemiddelde van alle resultaten van de huishoudtyperingen berekend. Dit is gedaan om een beter inzicht te krijgen in de resultaten en die te clusteren in de vier BSR-profielen. In Bijlage XII is de gemiddelde uitkomst per BSR-profiel te zien gebaseerd op de huishoudtyperingen. Deze uitkomst zegt nog niets over de absolute vertegenwoordiger van het BSR-profiel, aangezien enquêtevraag C1 hier ook een deel uit maakt.

Conclusie

Zoals eerder beschreven, hebben C1 en C2 elkaar nodig om tot een conclusie te komen. Beide resultaten verschillen erg van elkaar. Dit is te verklaren omdat vele huishoudtyperingen wellicht ook tot andere BSR-

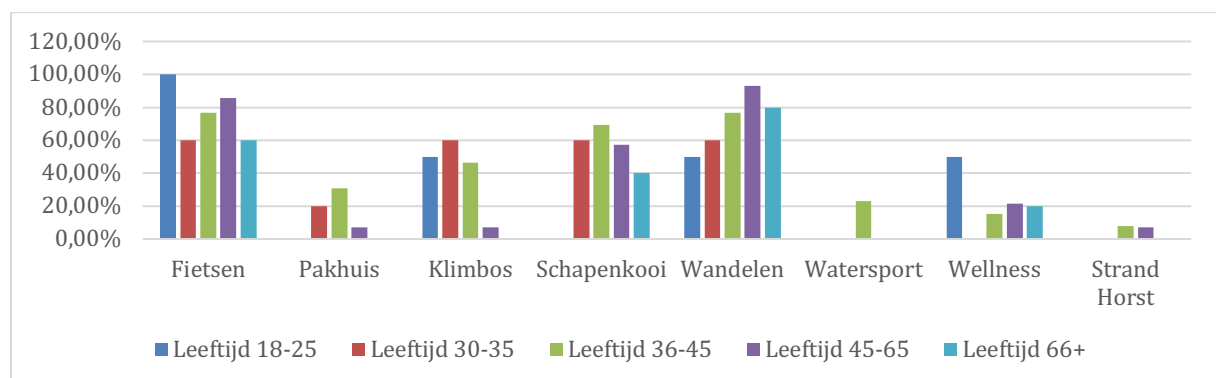
profielen behoren. De respondenten konden meerdere antwoorden kiezen: Ook daarom is het lastig te achterhalen in welke combinatie de antwoorden gegeven zijn. Voor de conclusie zijn de karaktereigenschappen en huishoudtyperingen samengevoegd en tot een gemiddelde gebracht. Dit gemiddelde is leidend voor het onderzoek en zal de conclusie versterken in het kader van het BSR-profiel. In figuur 11 zijn de gemiddelde percentages berekend aan de hand van de karaktereigenschappen en de huishoudtyperingen. Aan de hand van deze percentages kan er geconcludeerd worden dat het gele BSR-profiel de absolute vertegenwoordiger is in het dorp Ermelo. Dit is gebaseerd op de resultaten van het veldonderzoek.



Figuur 11: BSR-profiel o.b.v. veldonderzoek

D1. Welke activiteiten doet of bezoekt u graag als u in het dorp Ermelo bent?

In de onderstaande tabel wordt weergegeven welke activiteit de respondent het liefste doet als hij of zij in het dorp Ermelo is. De cijfers verschillen per leeftijdscategorie: Er is te zien dat de activiteit 'klimbos' erg populair is onder de leeftijdscategorie 30-35 jaar, terwijl er bij de leeftijdscategorie 45-65 jaar geen animo is. De leeftijdscategorie 45-65 jaar vindt wandelen (92,9%) het leukst om te doen, al scoort deze activiteit ook hoog bij de andere doelgroepen. De Schaapskooi is onder de verschillende leeftijdscategorieën ook populair (56,4% van het totaal), evenals fietsen (76,9% van het totaal). De respondenten die bij deze vraag 'anders, namelijk' hebben ingevuld, geven aan vooral buiten in de natuur activiteiten te ondernemen. Tevens geven de respondenten aan vaak te gaan zwemmen, te winkelen in Harderwijk en een bezoek te brengen aan het Dolfinarium.



Figuur 12: Resultaten D1

De activiteiten die het meest naar voren komen zijn: fietsen, de Schaapskooi bezoeken en wandelen. Onder de leeftijdscategorie 30-35 is dit 60% van het totaal. Onder 36-45-jarigen wordt het meest gefietst (76,9%), gewandeld (76,9%) en gaat men vaak naar de Schaapskooi (46,2%). Bij 45 tot 65-jarigen scoren fietsen (85,7%), wandelen (92,2%) en de Schaapskooi (57,1%) het hoogst. Onder de 66-plussers scoort fietsen (60%), de Schaapskooi (40%) en wandelen (80%) het hoogst. Verder geven veel respondenten ook aan graag te gaan zwemmen.

D2. Ontbreekt er volgens u een activiteit binnen het dagrecreatie-aanbod van het dorp Ermelo?

Belangrijk is bij dit onderzoek om te weten te komen wat er verbeterd kan worden op het gebied van dagrecreatie in het dorp Ermelo. Om een mismatch te voorkomen is het belangrijk om te weten of er dagactiviteiten zijn waarvan de respondenten zeggen dit niet te willen missen in dorp Ermelo, of wat zij in andere steden opzoeken omdat het hier niet te vinden is. Enquêtevragen D2 en D3 zijn aan elkaar gekoppeld, om een zo compleet mogelijk antwoord te krijgen van de respondent. Op de enquêtevraag D2 geeft de meerderheid van 71% aan dat er niets ontbreekt aan dagrecreatie in het dorp Ermelo. Er is echter een klein aantal (29%) dat aangeeft dat er wel iets ontbreekt aan dagrecreatie in het dorp Ermelo (zie Bijlage XIII). Bij enquêtevraag D3 wordt dit verder toegelicht.

D3. Zo ja, welke activiteit(en) ontbreekt er volgens u in het dorp Ermelo?

Een kleinere groep van 40 respondenten heeft op enquêtevraag D3 antwoord gegeven. In tabel 4 is te zien dat, volgens een enkeling van de respondenten, een bioscoop, bowlingbaan, zwemparadijs, (creatieve) activiteiten of een indoor speeltuin ontbreken. Al deze dagactiviteiten hebben één ding gemeen: Alle genoemde activiteiten zijn binnenactiviteiten. Hier is dus wel degelijk behoefte aan. Opvallend is dat vele respondenten geen mening hebben, of niets schijnen te missen terwijl de aantallen die dagrecreatie ondernemen in het dorp Ermelo relatief laag is (2%).

	Aantal	Percentage
	40	100%
Binnenactiviteit zoals bioscoop, bowlen	5	12,50%
Creatieve activiteiten ter afwisseling: zang, schilderen, klassieke muziek	5	12,50%
Jammer dat er praktisch geen evenement op zondag is	5	12,50%
Activiteiten bij slecht weer	5	12,50%
Zwemparadijs met glijbanen	10	25,00%
Leuke speeltuinen, indoor speelparadijs	5	12,50%
Misschien meer eventjes weg activiteiten	5	12,50%

Tabel 3: Resultaten D3

D4. Wat vindt u van de variatie aan dagrecreatie in het dorp Ermelo?

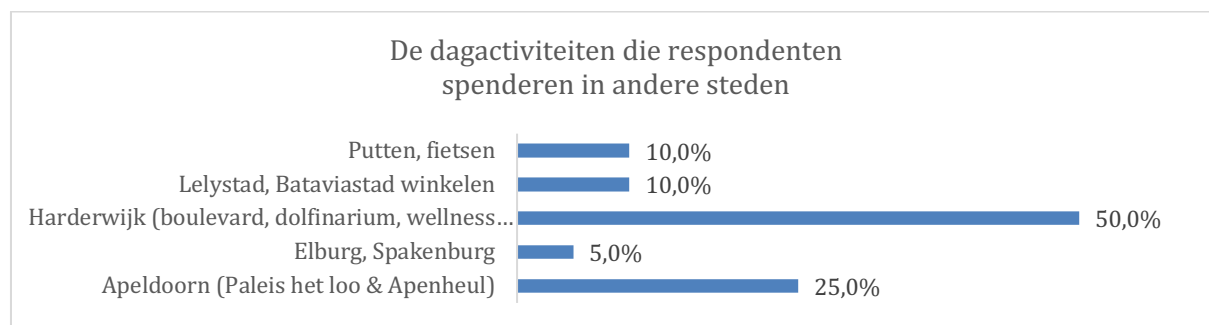
Van de respondenten heeft 89,7% aangegeven de variatie in activiteiten goed te vinden. Slechts 2,6% vindt dat er te veel aanbod is waardoor er keuzestress ontstaat en 7,7% vindt de variatie aan dagactiviteiten te weinig. Dit is voor het dorp Ermelo positief, omdat de toerist aangeeft de activiteiten die er zijn in het dorp Ermelo leuk genoeg te vinden om te ondernemen. De respondenten die 'te weinig variatie in activiteiten' hebben geantwoord, hebben bij enquêtevraag D3 aangegeven wat zij missen aan variatie.

D5. Bent u wel eens naar andere steden geweest voor dagrecreatie?

Bij enquêtevraag B2 was er enerzijds naar de reden van bezoek aan het dorp Ermelo gevraagd; anderzijds is het goed om in kaart te brengen voor welke dagactiviteiten de respondenten naar andere steden gaan die wellicht niet te ondernemen zijn in het dorp Ermelo. Op deze enquêtevraag hebben 161 respondenten geantwoord. Hiervan heeft 78% weleens een dagactiviteit ondernomen in een ander dorp of andere stad en 22% geeft aan dit nog nooit te hebben gedaan wanneer zij op vakantie waren in het dorp Ermelo. De redeneringen worden toegelicht in enquêtevraag D6.

D6. Zo ja, waar bent u toen naar toe geweest en wat heeft u toen gedaan?

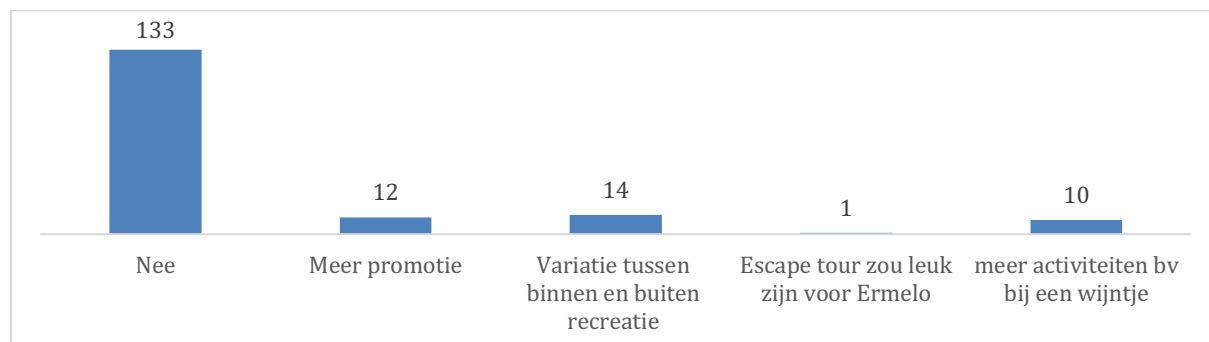
Er is in kaart gebracht hoeveel procent van de respondenten al dan niet een dagactiviteit heeft ondernomen in een ander dorp of andere stad. Echter is het van belang om te weten waar, en wat de respondent doet in een ander dorp of andere stad. In figuur 13: Resultaten D6 zijn de resultaten getoond van deze enquêtevraag. Hierin is te zien dat de meerderheid (50%) een dagactiviteit onderneemt in Harderwijk. Hier ondernemen de respondenten dagactiviteiten zoals Het Dolfinarium, de Zwaluwhoeve of wandelen op de boulevard. Er zijn echter een klein aantal respondenten dat naar dorpen of steden gaat die wat verder weg liggen: Anders dan Putten liggen Bataviastad, Lelystad en Apeldoorn op ongeveer 40 minuten rijden. 10% geeft aan te fietsen naar Putten. Hoe lang de respondenten spenderen in andere dorpen of steden is niet bekend.



Figuur 13: Resultaten D6

D7. Heeft u nog suggesties voor de dagrecreatie in het dorp Ermelo?

Deze open vraag is gesteld met de insteek dat respondenten zelf input konden geven betreffende dagrecreatie in het dorp Ermelo. Hierin was de respondent vrij te antwoorden. De resultaten tonen aan dat 133 respondenten geen andere ingeving hadden. 12 respondenten schijnen meer promotie van de dagrecreatie in het dorp Ermelo te willen zien. Daarnaast geven 14 respondenten aan variatie tussen binnen- en buitenrecreatie te willen. Dit is voor het ontwikkelen van een PMPC erg van toepassing, omdat een PMPC deze elementen bij elkaar kan brengen.



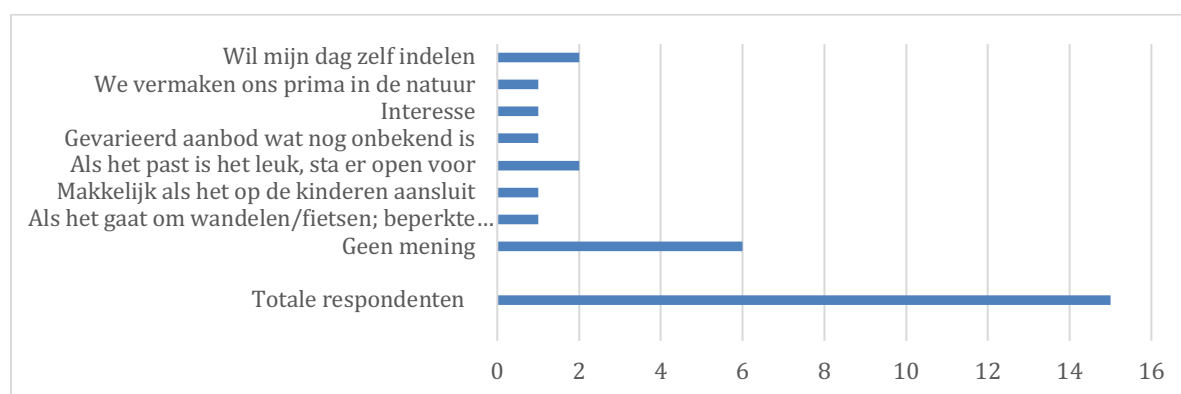
Figuur 14: Resultaten D7

E1. Staat u open voor deelname, mits het arrangement voldoet aan uw wensen?

Omdat de meeste respondenten hebben aangegeven de variatie in activiteiten goed te vinden, is er gevraagd naar de bereidwilligheid aan deelname van een dagarrangement. Er bestaat een kans dat de bereidwilligheid daalt door de goede variatie aan dagactiviteiten die al aanwezig is in het dorp Ermelo. In onderstaande tabel is weergegeven dat 54% van de respondenten open staat voor deelname aan een arrangement en 46% niet bereid is om aan een dagarrangement deel te nemen.

E2. Wat zou voor u een reden zijn om al dan niet deel te nemen aan een dagarrangement?

Met deze vraag worden de resultaten van zowel de reden "waarom wel" en "waarom niet" getoond. Toch geeft een meerderheid aan hier geen mening over te hebben, wat niet als resultaat wordt meegenomen in het ontwikkelen van een PMPC. Respondenten geven aan wel deel te willen nemen aan een dagarrangement voor het gemak en de interesse van een dagarrangement. Daarentegen hebben de respondenten wel eisen waaraan de PMPC moet voldoen. In figuur 15 wordt genoemd dat een gevarieerd aanbod en/of wandelen en fietsen een dagarrangement aantrekkelijk zou maken. In enquêtevraag E1 werd dit ook al genoemd, maar de respondenten die aangeven niet deel te willen nemen aan een dagarrangement, willen liever zijn of haar dag zelf indelen of geven de reden dat zij zich voldoende vermaken in de natuur.



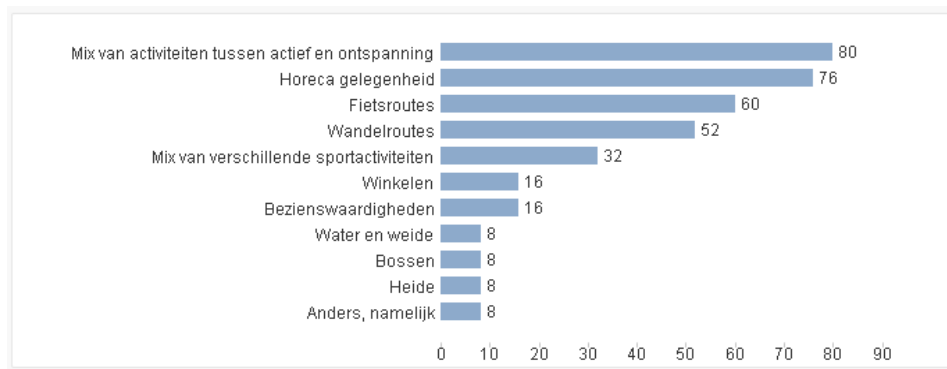
Figuur 15: Resultaten E2

E3. Welke activiteiten/gebieden mogen volgens u niet missen in een dagarrangement?

Om het juiste product aan te kunnen bieden aan toeristen in het dorp Ermelo, is er uitgevraagd welke activiteiten niet zouden mogen missen in een dagarrangement. Hierbij waren meerdere antwoorden mogelijk.

In figuur 16 is te zien dat een horecagelegenheid hoog scoort met 76 respondenten en mix van actief en ontspanning eindigd hoog met 80 respondenten. Een mix van activiteiten en ontspanning wordt gezien als

een mix tussen het actief bezig zijn, bijvoorbeeld klimmen, zwemmen, fietsen of wandelen samen met ontspanning waarbij de toerist even kan uitrusten. Daarnaast worden wandel- en fietsroutes met 52 en 60 ook veel benoemd. De activiteiten die wat minder scoren zijn: winkelen (16), bezienswaardigheden (16), bossen (8), en heide (8). Enkele respondenten hebben nog aangegeven een bustocht in het weekend of een museumbezoek leuk te vinden.



Figuur 16: Resultaten E3

E4. Mocht u bereid zijn om deel te nemen aan een dagarrangement, hoeveel bent u bereid om hiervoor te betalen?

Om de PMPC zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor de toerist, is gevraagd welke prijs de respondent bereid is om te betalen voor een dagarrangement. Dit is belangrijk om in kaart te brengen hoe zoveel mogelijk toeristen aan te trekken en in te spelen op de wensen van de toerist. 71% van de respondenten geeft aan tussen de 20-30 euro te willen betalen. 23% geeft aan tussen de 10-20 euro te willen betalen, en 6% is bereid tussen de 30-40 euro te betalen, mits er een horecagelegenheid bij zit. Geen enkele respondent is bereid om meer dan 40 euro te betalen voor een dagarrangement. Dit resultaat is ook weergegeven in een cirkeldiagram in Bijlage XIV.

5. Conclusie

Voor dit thesisproject zijn er twee onderzoeksvragen opgesteld die aan de hand van een resultatenanalyse beantwoord worden. Hiervoor is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd, waarmee de kloof tussen 'wie is de toerist?' en 'wat wil de toerist met betrekking tot een dagarrangement?' in kaart is gebracht. Dit onderzoek draagt bij aan het optimaliseren van het recreatieaanbod in het dorp Ermelo om de omzet van dagrecreatie te verhogen. Als eerst wordt onderzoeksvraag 1 beantwoord, daarna worden de antwoorden op de deelvragen die samenhangen met onderzoeksvraag 2 getoond. Vervolgens wordt onderzoeksvraag 2 beantwoord.

1. Wie is de toerist?

Om onderzoeksvraag 1 te beantwoorden is er een secundair onderzoek geraadpleegd en een veldonderzoek verricht. Het bestaande onderzoek is een onderzoek verricht door The SmartAgent Company (2018) en fair share Nederland. De resultaten van het veldonderzoek komen voort uit de enquête die is afgenomen op Vakantiepark De Haeghehorst.

Kleur BSR-profiel	Blauw	Groen	Geel	Rood
% BSR-profielen gemeente Ermelo	27%	26%	32%	15%
% BSR-profielen fair share Nederland	25%	28%	30%	17%
% BSR-profiel veldonderzoek	27%	23%	35%	15%

Tabel 4: Vergelijking BSR-profielen

In tabel 4 zijn de resultaten gepresenteerd die voortgekomen zijn uit het secundaire onderzoek, het veldonderzoek en fair share Nederland. Hierin is te zien dat de percentages per BSR-profiel niet veel van elkaar verschillen. Te zien is dat het groene BSR-profiel een afwijking heeft van 3% ten aanzien van het secundaire onderzoek. Dit betekent dat deze doelgroep zich minder bevindt in het dorp Ermelo op moment van het verrichte onderzoek dan wanneer het secundaire onderzoek was verricht. Het blauwe BSR-profiel heeft een minimale tot geen afwijking met het secundaire onderzoek. Er kan vastgesteld worden dat het rode BSR-profiel het minst voorkomt in zowel het dorp Ermelo als in fair share Nederland. Deze doelgroep is ondervetegenwoordigd en zal daarom geen rol spelen in het advies. Echter is er duidelijk te zien dat het gele BSR-profiel de grootste vertegenwoordiger is met 35%. Dit betekent dat de toeristen die het meest voorkomen in het dorp Ermelo zich in het gele BSR-profiel bevinden. Het advies zal zich richten op de toeristen uit het gele BSR-profiel.

Het gele BSR-profiel geeft aan dat deze toerist typisch vrolijk, spontaan, energiek en enthousiast is. Daarnaast houden zij ervan om te genieten van het leven en is het belangrijk voor deze groep om samen met vrienden en/of familie activiteiten te ondernemen. Gezelligheid is dan ook het kernwoord dat centraal staat bij deze toerist. Het gele BSR-profiel is de grootste groep die zich bevindt in het dorp Ermelo. Dit blijkt ook uit het onderzoek "De Leefstijlatlas" van The SmartAgent Company (2018) die met 32% scoort; en uit fair share Nederland die 30% scoort. Het resultaat uit het veldonderzoek ligt boven het gemiddelde met 35%.

Verder is er uit het veldonderzoek gebleken dat 90,6% van de respondenten 30 jaar en ouder is. Van alle respondenten zijn er 60 respondenten die behoren tot het gele BSR-profiel. Het gele BSR-profiel van de toerist geeft aan dat het voor hen belangrijk is om samen met vrienden en familie te zijn. Er kan geconcludeerd worden dat het gele BSR-profiel de absolute vertegenwoordiger is in het dorp Ermelo. Zo'n 48 respondenten uit het gele BSR-profiel komen met hun gezin naar het dorp, 10 met hun partner en slechts twee met vrienden.

2.1 Welke activiteiten op het gebied van dagrecreatie onderneemt of heeft de toerist daadwerkelijk ondernomen in dorp Ermelo?

Om deze deelvraag te beantwoorden wordt het resultaat van enquêtevraag D1 gebruikt om hier een conclusie uit te trekken. Hiervoor worden de resultaten gebruikt die voortkomen uit het gele BSR-profiel. In de leeftijdscategorieën is te zien dat de uitkomsten een groot verschil opleveren met de activiteiten die zij het liefst ondernemen. De activiteiten die overeenkomen tussen de leeftijdsgroepen uit het gele BSR-profiel zijn fietsen, wandelen en de Schaapskooi bezoeken. Deze drie activiteiten scoren bij alle leeftijdsgroepen

uit het gele BSR-profiel het hoogst en zijn de meest voorkomende activiteiten die toeristen in het dorp Ermelo ondernemen. De enquête is afgenomen in het herfstseizoen en kan daarom het antwoord van de respondent beïnvloeden. Dit kan ook de reden zijn waarom activiteiten als watersport en het klimbos relatief laag scoren.

2.2 Wat wil de toerist op het gebied van dagrecreatie aan de hand van het BSR-model?

In het theoretisch kader is toegelicht welke activiteiten bij het gele BSR-profiel passen, volgens het secundaire onderzoek. Op basis van de resultaten van vraag A3 kan er een conclusie worden getrokken.

De meest favoriete dagactiviteiten onder het gele BSR-profiel zijn:

- ☐ Winkelen voor je plezier, stedentripdagje naar een 'onbekende' stad;
- ☐ Bezoek aan een dierentuin, speeltuin of pretpark, kinderboerderij of rommelmarkt;
- ☐ Bezoek aan een evenement (beurs, tentoonstelling, muziekevenement en braderie);
- ☐ Watersport en recreatie (zwemmen, varen, vissen en golfen);
- ☐ Wellness en ontspanning (bezoek sauna, zonnebank of beauty centrum);

Dit schept een beeld welke activiteiten de toerist uit het gele BSR-profiel het liefst onderneemt. De genoemde activiteiten zijn echter niet allemaal te vinden in het dorp Ermelo. In Bijlage IX welke dagactiviteiten er aangeboden worden in het dorp Ermelo. Er kan geconcludeerd worden dat het bezoeken van braderieën, zwemmen, varen en vissen een goede match zouden kunnen zijn tussen de activiteiten die de toerist leuk vindt om te ondernemen en de activiteiten die het dorp Ermelo te bieden heeft.

2.3 Wat wil de toerist op het gebied van dagrecreatie aan de hand van het veldonderzoek?

Om deze deelvraag te beantwoorden zijn de resultaten van D2 tot en met D7 gebruikt. Ook hier zijn alleen de resultaten gebruikt die voortkomen uit het gele BSR-profiel. Er zijn hier drie factoren die invloed hebben tot het beantwoorden van deze deelvraag, zoals benoemd in hoofdstuk 3.1. Deze factoren zijn: de huidige situatie, het secundaire onderzoek en de toekomstige situatie. De huidige situatie op het gebied van dagrecreatie is volgens de respondenten over het algemeen goed. Een groot deel (78%) zoekt dagrecreatie op in andere steden, zoals Harderwijk, Apeldoorn, Lelystad en Bataviastad. De respondenten geven aan voornamelijk Het Dolfinarium, de boulevard en De Zwaluwhoeve (wellness) te bezoeken. Voor het ideale toekomstbeeld geven de respondenten aan meer binnenactiviteiten te willen in het dorp Ermelo. Dit heeft voornamelijk te maken met het weer in het laagseizoen. Activiteiten zoals bowlen, bioscoop, zwemparadijs en een indoor speeltuin zijn zeer gewenst.

2.4 Wat zou de dagrecreatie in het dorp Ermelo optimaal maken?

Deze deelvraag heeft veel overlapping met deelvraag 2.3. Er kan hierbij geconcludeerd worden dat binnenactiviteiten de dagrecreatie in het dorp Ermelo optimaal maken.

2. Wat wil de toerist met betrekking tot een dagarrangement?

Zoals benoemd in hoofdstuk 3.1 en in deelvraag 2.3 zijn er drie factoren die bijdragen aan het beantwoorden van onderzoeksvraag 2. Deze factoren zijn: de huidige situatie, het secundaire onderzoek en de toekomstige situatie. Uit het secundaire onderzoek is gebleken dat het gele BSR-profiel het leuk vindt om te winkelen voor het plezier, een bezoek aan een dierentuin, speeltuin, pretpark, kinderboerderij, rommelmarkt of evenementen te brengen, zwemmen, varen, vissen en een wellness-centrum te bezoeken. Uit het veldonderzoek is gebleken dat de respondenten uit het gele BSR-profiel behoefte hebben aan binnenrecreatie. Over de huidige situatie hebben de respondenten niet toe te voegen, anders dan dat het over het algemeen goed is. Op basis van de resultaten kan er geconcludeerd worden dat de respondenten tevreden zijn met de variatie aan activiteiten die er nu is in het dorp Ermelo, maar dat erbij slecht weer meer binnenactiviteiten gewenst zijn.

De enquêtevragen E1 tot en met E4 gaan over het dagarrangement. Deze vragen geven inzicht in hoe de respondenten tegenover een dagarrangement in het dorp Ermelo staan. Voor de gemeente Ermelo zijn de scores bij enquêtevraag E1 positief, omdat de toerist laat zien het nu leuk te vinden om dagrecreatie te ondernemen in het dorp Ermelo. Door de hoge score op het gebied van variatie kan het dorp Ermelo voortborduren op hetgeen wat aangeboden wordt op het gebied van dagrecreatie. De uitkomsten van de vraag 'staat u open voor deelname aan een dagarrangement' zijn ook zeer positief: Ondanks dat veel respondenten hebben aangegeven de variatie van activiteiten die al worden aangeboden goed te vinden, staat de meerderheid van de respondenten alsnog open voor deelname aan een dagarrangement. Hierbij hebben respondenten aangegeven het leuk te vinden om te kijken wat zij per dag kunnen doen: Hier is dus ruimte om in te spelen met een dagarrangement.

De activiteiten die niet mogen missen in een dagarrangement volgens de respondenten zijn een mix van activiteit en ontspanning, een horecagelegenheid, fietsroutes en/of wandelroutes. Deze activiteiten scoren het hoogst en zijn daarom erg belangrijk bij het ontwikkelen van een PMPC. De resultaten laten zien dat de respondenten een sterke behoefte hebben aan de activiteiten waarbij men actief bezig is en daarna kan ontspannen. Daarnaast blijkt een horecagelegenheid ook belangrijk te zijn voor de respondent. Deze uitkomsten brengen zo de behoefte in kaart van de respondenten ten aanzien van een PMPC (dagarrangement). Tevens is de meerderheid van de respondenten bereid om voor een dagarrangement tussen de 20 en 30 euro te betalen.

In het theoretisch kader is opgesteld wat de criteria zijn voor een PMPC. Als criterium wordt een horecagelegenheid extra toegevoegd, omdat de respondenten hebben aangegeven dit belangrijk te vinden binnen een dagarrangement. De enquêtevragen B3 en B4 hebben ervoor gezorgd dat er inzicht is gecreëerd in het vervoermiddel dat de respondent het meest gebruikt naar en tijdens hun vakantie in het dorp Ermelo. De respondent geeft aan met eigen auto te komen en tijdens hun vakantie het meest gebruik te maken van de fiets. Hierop wordt ingespeeld door fietsverhuur aan de beoordelingscriteria van een PMPC toe te voegen. Tevens worden ook horecagelegenheden en de prijs toegevoegd.

De criteria voor een PMPC luiden nu als volgt:

- A. De PMPC moet meerdere dagactiviteiten bevatten die zich bevinden in het dorp Ermelo
- B. De PMPC moet een samenwerking zijn tussen verschillende ondernemers
- C. De PMPC moet een vernieuwend product op de markt zijn
- D. De PMPC moet passen bij de kernwaarden van de gemeente
- E. De PMPC moet passen bij de doelgroep
- F. De PMPC moet een prijskaartje hebben tussen de 20-30 EUR
- G. De PMPC moet een horecagelegenheid bevatten
- H. De PMPC moet fietsverhuur aanbieden

6. Discussie

In dit discussiehoofdstuk worden de betrouwbaarheid en de validiteit van dit onderzoek beschreven. Er wordt hierbij gekeken naar de betrouwbaarheid en de validiteit van het kwantitatieve onderzoek. Voordat de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek wordt besproken, worden eerst deze termen toegelicht.

6.1. Betrouwbaarheid

Baarda (2018) definieert betrouwbaar als “betrouwbaarheid is de mate waarin de resultaten onafhankelijk zijn van toeval”. Er is sprake van betrouwbaarheid in een onderzoek als het onderzoek soortgelijke resultaten zou opleveren indien het onderzoek in een vergelijkbare periode zou worden afgenomen. Een onderzoek dient stabiel te zijn en niet op toeval te berusten. Er zijn verschillende aspecten waardoor betrouwbaarheid gewaarborgd kan worden. Triangulatie is hier één van. Dit betekent dat het onderzoek vanuit verschillende perspectieven wordt onderzocht om dezelfde onderzoeksvraag te beantwoorden (Baarda, 2018). In dit thesisonderzoek is er gebruikt gemaakt van de volgende perspectieven: secundair onderzoek, veldonderzoek en fair share Nederland.

Het kwantitatieve onderzoek is uitgevoerd door middel van een survey-onderzoek. Hierbij zijn handmatige enquêtes gebruikt om zoveel mogelijk respondenten te werven. Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen, is er doordeweeks en in het weekend onderzoek gedaan. Tevens is er ook onderzoek gedaan in een vakantie en niet-vakantieperiode. Er is hiervoor gekozen om iedere respondent een eerlijke kans te geven voor het invullen van de enquête. Hierdoor is het onderzoek vanuit verschillende perspectieven onderzocht waardoor er een redelijk betrouwbaar beeld wordt geschetst. Toch kan de mening van de respondent door verschillende aspecten beïnvloed worden waardoor het onderzoek niet 100% gelijkvormig is. Het seizoen is een belangrijk aspect wat kan meetellen in de mening van de respondent. In dit thesisproject zijn de enquêtes afgenomen in het laagseizoen, wat kan verklaren dat de toeristen een sterke behoefte hebben aan een binnenactiviteit. De resultaten van het veldonderzoek zouden anders zijn geweest als het onderzoek in een hoogseizoen werd afgenomen.

6.2. Validiteit

“Validiteit is de mate waarin onze manier van werken (dat wil zeggen het verzamelen van gegevens, het analyseren daarvan en het formuleren van conclusies) ons in staat stelt om juiste (waarheidsgetrouwe) uitspraken te doen over het object van onderzoek.” (Baarda, 2018). Validiteit kan onderverdeeld worden in verschillende begrippen. In dit onderzoek worden de begrippen begripsvaliditeit, interne validiteit en externe validiteit behandeld.

6.2.1. Begripsvaliditeit

Begripsvaliditeit houdt in dat het beoogde resultaat daadwerkelijk gemeten wordt (Baarda, 2017). De begrippen recreatie en segmenteren worden niet door iedereen op dezelfde manier geïnterpreteerd en zijn daarom geoperationaliseerd. Hierdoor wordt er duidelijk gemaakt wat er met de begrippen bedoeld wordt in dit onderzoek, zodat iedereen dezelfde definitie hanteert. Daarnaast wordt er duidelijk gemaakt dat recreatie uitmondt in een PMPC/dagarrangement en dat segmenteren wijst op de doelgroep waarbij het BSR-model wordt gebruikt. In de enquêtes is er bewust voor gekozen om niet de afkorting PMPC te gebruiken, maar het woord dagarrangement, zodat dit voor de respondent te begrijpen is. Hetzelfde geldt voor het BSR-model. Dit model wordt in de enquête gekoppeld aan twee standaardvragen die opgesteld zijn door Bert Janssen. De termen karaktereigenschappen en huishoudtyperingen worden hiervoor in de enquête gebruikt.

6.2.2. Interne validiteit

Interne validiteit onderzoekt of het resultaat van het onderzoek de juiste weergave is van de werkelijkheid (Baarda, 2017). Het kwantitatieve onderzoek is een gestructureerd onderzoek, waarbij de vragen voorafgaande aan de dataverzameling al zijn opgesteld. De onderzoeker heeft geen invloed meer om het onderzoek nog te sturen bij specifieke onderwerpen. Iedere respondent krijgt dezelfde set van vragen en vult de enquête individueel in. Het kwantitatieve onderzoek is uitgevoerd aan de hand van het theoretisch kader. De kernbegrippen zijn vertaald naar een enquête. De enquêtes zijn persoonlijk afgenomen, waardoor de onderzoeker heeft kunnen voorkomen dat de vragen verkeerd geïnterpreteerd werden. De respondenten werden gevraagd naar hun mening ten opzichte van de dagrecreatie en dagarrangementen in het dorp Ermelo. Vele vragen waren meerkeuzevragen, waardoor de respondent al gestuurd werd. Om

de respondent wat meer vrijheid te geven, konden de respondenten kiezen voor de optie 'anders, namelijk' om hier vervolgens een andere mening te laten blijken. De enquête is afgenomen tijdens het laagseizoen. Dit heeft grote invloed gehad op het onderzoek, wat terug te zien is in de resultaten. De activiteiten die te maken hebben met watersporten werden links gelegd, terwijl uit het secundaire onderzoek blijkt dat het gele bsr-profiel watersporten wel heel leuk vindt. Om het antwoord 'binnenactiviteit' zo veel mogelijk te minimaliseren, zijn er veel algemene vragen gesteld waardoor de respondent zelf gemotiveerd werd om na te denken. Echter maakte dit het wel lastiger om een juiste vergelijking te maken tussen het secundaire en het veldonderzoek. Desalniettemin waren er ook raakvlakken die uiteindelijk voor de uitkomst van het onderzoek hebben gezorgd. In de onderzoeksresultaten zijn de meningen van de respondent uitgelicht om een duidelijk beeld te krijgen van de wensen en behoeftes van de respondent. De uitgesproken meningen zijn verwerkt in de onderzoeksresultaten en de conclusie. Hiermee is een realistisch beeld weergegeven van de resultaten van het veldonderzoek (enquêtes) en kan het onderzoek als intern valide worden beoordeeld.

6.2.3. Externe validiteit

Externe validiteit heeft te maken met de generaliseerbaarheid van het onderzoek. Bij een populatie van >20.000 met een betrouwbaarheid van 95% zouden er 377 enquêtes moeten worden afgenomen (Baarda, 2017). In dit onderzoek wordt er gebruikgemaakt van een steekproefcalculator om te bepalen wanneer dit onderzoek extern valide te verklaren is. Bij een populatie van 210 met een betrouwbaarheid van 95% is er vastgesteld dat het onderzoek met 137 enquêtes extern valide is. Daarnaast is er gedurende het onderzoek gebleken dat het vrij makkelijk was om de doelgroep die is vastgesteld te benaderen, ondanks dat er in een laagseizoen minder toeristen zijn. Er is geprobeerd een zo hoog mogelijke respons te verwezenlijken. Maar liefst 90,6% van de 172 respondenten zijn 30-plussers, wat valt binnen de doelgroep van het onderzoek. Hiervan behoorden 60 respondenten bij het gele BSR-profiel; het onderzoek is dus extern valide.

7. Advies

Het advies vormt het eindresultaat van dit thesisproject. Hiervoor zullen verschillende adviesopties overwogen moeten worden om tot een eindadvies te komen. **Het meest passende advies wordt uitgewerkt in een implementatieplan aan de hand van het PDCA-cyclus.**

Doelstelling en adviesvraag

Jaarlijks komen er 155.000 verblijfsrecreanten in het dorp Ermelo. De gemeente Ermelo merkt echter dat de verhouding in cijfers tussen verblijfsrecreatie en dagrecreatie ver van elkaar af ligt. Slechts 2% van de verblijfsrecreanten in Ermelo onderneemt dagrecreatie in het dorp Ermelo (Stimuleringsagenda, 2015-2018). **De ambitie van gemeente Ermelo voor de aankomende jaren is dat er meer toeristen dagrecreatie gaan ondernemen in het dorp om de omzet uit dagrecreatie te verhogen.** Om dit te realiseren, wordt er een PMPC ontwikkeld. Hiervoor dient er een match gevonden te worden tussen het BSR-profiel van de toerist en de dagrecreatie in het dorp Ermelo. Dit wordt gedaan middels een PMPC. Hiervoor is de volgende adviesvraag opgesteld:

*Hoe kan gemeente Ermelo het optimale dagarrangement ontwikkelen voor de doelgroep, **teneinde de omzet uit dagrecreatie in het dorp Ermelo te verhogen?***

Adviesproduct

Voor het adviesproduct wordt er een product-markt-partner-combinatie (PMPC) ontwikkeld. Zoals eerder beschreven is een PMPC een passend adviesproduct voor dit onderzoek. Het doel van het ontwikkelen van een product-markt-partner-combinatie is om de dagrecreatie in het dorp Ermelo aantrekkelijker te maken en zo **de omzet uit dagrecreatie te verhogen.**

Dit hoofdstuk is als volgt opgebouwd. Allereerst worden er op basis van de resultaten uit het onderzoek drie adviesopties gepresenteerd. Vervolgens worden adviesopties tegen elkaar afgewogen aan de hand van bepaalde criteria. Hieruit moet blijken welke adviesoptie het meest geschikt is. In paragraaf drie wordt de implementatie van het beste alternatief beschreven aan de hand van de PCDA-cyclus. Ten slotte wordt het hoofdstuk afgesloten met een financiële verantwoording van de gekozen adviesoptie.

7.1. Adviesopties

Deze paragraaf gaat over de adviesopties. Deze adviesopties zijn gebaseerd op de resultaten uit het onderzoek. Uit het veldonderzoek is gebleken **dat een mix van activiteit en ontspanning, een horecagelegenheid en fietsroutes en/of wandelroutes belangrijk zijn in een PMPC.** Hierbij kan het bezoeken van braderieën of zwemmen een goede match zijn tussen de activiteiten die de toerist leuk vindt om te ondernemen en de activiteiten die het dorp Ermelo te bieden heeft. Daarbij is er een sterke behoefte aan een binnenactiviteit, zoals een zwemparadijs, bioscoop of een bowlingbaan. De gewenste prijs van de PMPC ligt tussen de €20 en €30. Tevens wordt de bijdrage van het secundaire onderzoek meegenomen in elke adviesoptie.

Ten eerste worden er drie adviesopties besproken. Hierin wordt getoond wat er per PMPC aangeboden wordt. Nadat de drie adviesopties besproken zijn, wordt er een afweging gemaakt aan de hand van de criteria van een PMPC die in hoofdstuk 5 “Conclusie” opgesteld zijn. Tevens wordt de inbreng van de gemeente Ermelo meegenomen in de afweging. Vervolgens wordt er een optie gekozen waaruit moet blijken welke adviesoptie het meest geschikt is voor de gemeente Ermelo.

7.1.1. Optie 1: Ermelo Buitenleven

De PMPC Ermelo Buitenleven is gebaseerd op de slogan van gemeente Ermelo. In deze PMPC komen de dagactiviteiten naar voren die een match vormen uit de conclusie van hoofdstuk 5. In hoofdstuk 5 werd geconcludeerd dat zwemmen en varen een goede match zouden kunnen zijn. Tevens is de mix tussen ontspanning en actief meegenomen in dit arrangement. Bij Strand Horst kan de toerist onder andere verschillende watersporten beoefenen, maar ook midgetgolfen, varen, quad rijden en paintballen. De PMPC Ermelo Buitenleven ziet er als volgt uit:

- **Fietsverhuur bij camping De Haeghehorst met een fietsroute van het dorp Ermelo naar Strand Horst**

Om op de fiets bij Strand Horst te komen, moet de toerist eerst langs de snelweg fietsen. Wat **veel** toeristen niet weten, is dat er ook een ‘**binnendoorroute**’ is, waarbij de toerist een stuk door het bos moet fietsen. De gemeente Ermelo heeft aangegeven dat de paden op dit stuk verbeterd

gaan worden, zodat het een aangename weg wordt voor de toerist. Deze fietsroute zal in dit arrangement aangeboden worden, samen met andere fietsroutes rondom Strand Horst.

□ Varen met de boot bij Strand Horst

Vanuit het theoretisch kader en het resultaat van deelvraag 1.2 is deze activiteit toegevoegd. Het gele BSR-profiel geeft aan watersport leuk te vinden en daar plezier en ontspanning uit te halen. Wanneer de toerist geen vaarbewijs heeft, wordt er bij deze activiteit gezorgd dat een bevoegd persoon de boot bestuurt.

□ Lunch of diner bij de Telstar Surfclub

De Telstar Surfclub is een horecagelegenheid die op Strand Horst plaatsvindt. Hier kan de toerist lunchen na de boottocht.

□ 1 uur pitch&putt golf

Op Strand Horst is het ook mogelijk om actieve buitensporten bij het water te ondernemen.

Omdat er uit onderzoek is gebleken dat de toerist behoefte heeft aan ook een actieve activiteit is er gekozen voor pitch&putt golf.

Prijs dagdeel 1: Volwassenen €38 p.p. en voor kinderen van 4 tot en met 11 jaar €28 p.p.

Prijs dagdeel 2: Volwassenen €45 p.p. en voor kinderen van 4 tot en met 11 jaar €30 p.p.

Duur: circa 4 uur

7.1.2 Optie 2: Ermelo Binnenleven

Uit de onderzoeksresultaten is gebleken dat de toeristen uit het gele BSR-profiel in het dorp Ermelo een sterke behoefte hebben aan binnenactiviteiten of aan 'even weg' activiteiten. De respondent geeft tevens aan een binnenactiviteit, zoals een bioscoop, bowlingbaan of een indoor speelparadijs leuk te vinden. **Echter is het dorp Ermelo niet voorzien van een bioscoop, maar zijn er wel degelijk een aantal binnenactiviteiten die aansluiten op de behoefte van de respondent. Deze PMPC is vooral voor de gezinnen met kinderen en is vrij actief. PMPC Ermelo binnenleven bestaat uit:**

□ Fietsverhuur bij camping De Haeghehorst met een fietsroute naar Boerderij-pret

Aan het eind van de conclusie is te lezen dat veel respondenten zich het liefst verplaatsen met de fiets in het dorp Ermelo. De toerist krijgt ook een fietsroute naar Boerderij-pret in dit arrangement aangeboden.

□ Boerderij-pret

Boerderij-pret is een in- en outdoor speeltuin waar ook de mogelijkheid bestaat om te lasergamen. In de indoor speeltuin bevinden zich onder andere een ballenbak, klimnetten en springkussens. Tevens bevindt zich buiten ook een speelparadijs, een boerderij met verschillende dieren en een rodelbaan. Volwassenen betalen geen entree

□ Lunch/diner bij restaurant Van Sprang

De toeristen kunnen kiezen voor een lunch of diner bij restaurant Van Sprang. Dit is zo gedaan omdat je de toerist dan de vrijheid geeft om zijn of haar dag alsnog naar wens in te delen. Een horecagelegenheid is ook een criteria van een PMPC waaraan voldaan moet worden. Tevens ligt restaurant Van Sprang op de route naar De Heerlijkckheid waar de toerist na het eten gaat bowlen. Restaurant Van Sprang ligt in het centrum van het dorp Ermelo; hierdoor hebben de toeristen ook de gelegenheid om even het centrum in te gaan.

□ 1 uur bowlen bij De Heerlijkckheid

Het werd in de bovenstaande tekst toegelicht dat uit de conclusie is voortgekomen dat de respondenten uit het gele BSR-profiel een bowlingbaan missen. Bij Hotel De Heerlijkckheid is er een mogelijkheid om te bowlen en dus een perfecte match.

Prijs dagdeel 1: Volwassenen €28 en kinderen van 4 tot en met 11 jaar €9,50

Prijs dagdeel 2: Volwassenen €32,50 en kinderen van 4 tot en met 11 jaar €16,50

Duur: circa 4,5 uur

7.1.3. Optie 3: Ermelo Samenleven

Optie 3 staat in het teken van Ermelo samen. In dit arrangement komt de mix tussen rust en ontspanning weer naar voren. Uit de conclusie is gebleken dat zwemmen ook een goede match is tussen het gele BSR-profiel van de toerist en de dagactiviteit in het dorp Ermelo. Het dorp Ermelo is wel voorzien van een zwembad, maar er is geen groot zwemparadijs. Tevens kwam in de conclusie naar voren dat een bioscoop gewenst is in het dorp. Hier geldt ook dat er zich geen bioscoop bevindt in het dorp Ermelo, maar wel een filmhuis die iedere maand afwisselende films draait. Dit arrangement is minder gericht op kinderen, maar meer op de toeristen die met partner naar het dorp Ermelo komen.

- Fietsverhuur bij camping De Haeghehorst met fietsroute naar zwembad Calluna
Aan het eind van de conclusie is te lezen dat veel respondenten zich het liefst verplaatsen met de fiets in het dorp Ermelo.
- Entree Zwembad Calluna
Uit de resultaten is gebleken dat er behoefte is aan een zwemparadijs onder de respondenten. Zwembad Calluna ligt in het dorp Ermelo en is een actieve bezigheid.
- Lunch of diner bij restaurant Van Sprang
Om te voldoen aan de criteria van een PMPC, wordt er in dit arrangement een lunch of diner aangeboden bij restaurant van Sprang. Ook hier geldt dat de toerist de gelegenheid heeft om even het centrum van het dorp Ermelo in te gaan.
- Filmhuis Ermelo
Een bioscoop is niet te vinden in het dorp Ermelo, maar wel een filmhuis. Dit filmhuis speelt vooral films voor volwassenen. Iedere maand spelen er twee andere films in dit filmhuis. Dit zijn meer films voor volwassenen, maar kan er wellicht overlegd worden dat er ook kinderfilms gaan draaien. Dit is voor het 'ontspannen' aspect van de PMPC

Prijs dagdeel 1: Volwassenen €30 en kinderen van 4 tot en met 11 jaar €13

Prijs dagdeel 2: Volwassenen €35 en kinderen van 4 tot en met 11 jaar €18

Duur: circa 5 uur

7.2. Afweging adviesopties

De drie adviesopties zijn ontwikkeld aan de hand van de criteria die zijn samengesteld uit het theoretisch kader en uit de resultaten van het onderzoek. Het criterium waaraan een PMPC moet voldoen luidt als volgt:

- A- De PMPC moet meerdere dagactiviteiten bevatten die plaatsvinden in het dorp Ermelo
- B- De PMPC moet een samenwerking zijn tussen verschillende ondernemers
- C- De PMPC moet een vernieuwend product op de markt zijn
- D- De PMPC moet passen bij de kernwaarden van gemeente Ermelo
- E- De PMPC moet passen bij de doelgroep
- F- De PMPC moet een prijskaartje bevatten tussen de 20-30,-
- G- De PMPC moet een horecagelegenheid bevatten
- H- De PMPC moet fietsverhuur aanbieden

Om te komen tot een passend advies worden de drie adviesopties ook bekeken door de gemeente Ermelo. De PMPC's worden getoetst aan de hand van drie criteria, namelijk: 'uitvoerbaar', 'financieel haalbaar' en 'voldoet aan PMPC-criteria'. Een PMPC is uitvoerbaar als de gemeente dit grotendeels zelf kan organiseren. Financieel haalbaar betekent dat de PMPC gerealiseerd kan worden met het budget dat is vastgesteld door de gemeente Ermelo. Er is pas voldaan aan de PMPC-criteria als alle criteria terugkomen in een ontwikkelde PMPC.

7.2.1. Wegingsfactoren

In de multi-criteria analyse wordt er gebruikgemaakt van wegingsfactoren. Er is gekozen voor een wegingsfactor per beoordelingscriteria, omdat het ene criteria een belangrijkere rol speelt dan de ander in dit onderzoek. Tabel 5 heeft de wegingsfactor per beoordelingscriteria weer.

Beoordelingscriteria	Wegingsfactor	Toelichting
Uitvoerbaarheid	1	Het is belangrijk dat de PMPC uitvoerbaar is door de gemeente Ermelo
Financiële haalbaarheid	1	Het ontwikkelen van de PMPC moet financieel haalbaar zijn voor de gemeente Ermelo
Voldoet aan PMPC-criteria	1,5	De PMPC moet voldoen aan alle criteria die zijn gegeven in 7.2
Totaal		

Tabel 5: Beoordelingscriteria & wegingsfactor

De wegingsfactor van het criterium 'voldoet aan PMPC-criteria' is 1.5, omdat dit de grootste factor is die bijdraagt aan het advies. Voor 'uitvoerbaar' en 'financieel haalbaar' wordt wegingsfactor 1 gehanteerd. De

criteria worden aangegeven met een score van 1 tot en met 5, waarbij 1 “helemaal niet van toepassing” is en 5 “zeer van toepassing”.

7.2.2. Beoordeling adviesopties

In de onderstaande tabellen zijn de adviesopties per criterium weergegeven. Allereerst wordt de beoordeling per criterium genoemd. Vervolgens wordt de totaalscore per criterium getoond. De adviesopties met de hoogste totaalscore is het advies dat wordt gegeven aan de gemeente Ermelo en wordt verder uitgewerkt in het PDCA-cyclus.

Optie 1: Ermelo Buitenleven

Beoordelingscriteria	Score	Toelichting
Uitvoerbaarheid <i>Wegingsfactor 1</i>	4	Het is uitvoerbaar en de gemeente Ermelo kan dit arrangement ook zelf realiseren. Echter moeten de partners wel open staan om mee te doen aan deze PMPC. Hier moeten goede afspraken over gemaakt worden.
Financiële haalbaarheid <i>Wegingsfactor 1</i>	4	Het promoten van het arrangement en de personeelskosten zijn de hoogste kosten voor dit arrangement.
Voldoet aan PMPC-criteria <i>Wegingsfactor 1.5</i>	6*1.5 = 9	De PMPC voldoet aan de criteria, alleen is de prijs relatief hoog. De respondenten hebben aangegeven tussen de 20 en 30 euro te willen betalen, wat bij deze PMPC ver over budget zit. Echter scheelt de prijs wanneer er wordt gekozen voor dagdeel 1 of dagdeel 2.
Totaal	17	

Tabel 6: Beoordeling adviesoptie 1

Optie 2: Ermelo Binnenleven

Beoordelingscriteria	Score	Toelichting
Uitvoerbaarheid <i>Wegingsfactor 1</i>	4	Het is uitvoerbaar en de gemeente Ermelo kan dit arrangement ook zelf realiseren. Het voordeel is dat alle partners dicht bij elkaar gelegen zijn en dit zou moeten zorgen voor makkelijkere communicatie met de gemeente Ermelo.
Financiële haalbaarheid <i>Wegingsfactor 1</i>	4	Het promoten van het arrangement en de personeelskosten zijn de hoogste kosten voor dit arrangement.
Voldoet aan PMPC-criteria <i>Wegingsfactor 1.5</i>	7*1.5 = 10,5	De PMPC voldoet aan de criteria. Echter is de prijs per dagdeel verschillend. Dagdeel 1 is onder de gewenste prijs van de toerist. Daarentegen ligt de prijs van dagdeel 2 €2,50 boven de gewenste prijs.
Totaal	18,5	

Tabel 7: Beoordeling adviesoptie 2

Optie 3: Ermelo Samenleven

Beoordelingscriteria	Score	Toelichting
Uitvoerbaarheid <i>Wegingsfactor 1</i>	4	Net zoals bij optie 1 en optie 2, is deze PMPC uitvoerbaar. Echter is deze PMPC over het algemeen moeilijker te realiseren omdat er 1 zwembad en 1 filmhuis in het dorp Ermelo te vinden zijn. Wanneer de partners niet willen meewerken kan er in het dorp Ermelo niet gezocht worden naar een vergelijkbare activiteit wat bij optie 1 en optie 2 wel het geval is.
Financiële haalbaarheid <i>Wegingsfactor 1</i>	4	Ook bij deze PMPC geldt dat de promotie- en personeelskosten het hoogst zullen zijn
Voldoet aan PMPC-criteria <i>Wegingsfactor 1.5</i>	6*1.5 = 9	De PMPC voldoet aan de criteria. Hier geldt ook dat de prijs van dagdeel 1 lager is dan bij dagdeel 2. De prijs van dagdeel 1 is precies op de rand van de gewenste prijs van 30,-. Dagdeel 2 ligt met de prijs €5 boven het gewenste budget.
Totaal	17	

Tabel 8: Beoordeling adviesoptie 3

In Bijlage XV is de overweging te vinden die laat zien of de PMPC voldoet aan de criteria van een PMPC. Tevens is in Bijlage XVI een uitgebreide toelichting te vinden over hoe de scores tot stand zijn gekomen.

7.2.3. Gekozen optie

Optie 2, 'Ermelo Binnenleven', blijkt het meest passende PMPC voor gemeente Ermelo. Deze PMPC scoort een totaal van 18.5, wat ver boven de andere PMPC's uitstijgt. Tevens is er gekeken met wie de toerist het meest naar het dorp Ermelo komt. Uit onderzoek blijkt dat de meerderheid met 48 respondenten uit het gele BSR-profiel met het gezin naar het dorp Ermelo komen. Aangezien Optie 2 zich ook het meest richt op kinderen, wordt optie 2 gezien als de meest geschikte PMPC.

De prijs die de toerist betaalt voor PMPC Ermelo Binnenleven is het laagst, vergeleken met de andere opties. Tevens ligt de prijs binnen het gewenste budget als het gaat om dagdeel 1. De prijs van dagdeel 2 ligt €2,50 boven het gewenste bedrag. Omdat dit een klein prijsverschil is wordt dit niet zwaar meegerekend in de beoordelingscriteria. De respondenten gaven duidelijk aan een sterke behoefte te hebben aan een binnenactiviteit. Echter biedt deze PMPC een indoor en outdoor speeltuin. Dit betekent dat deze PMPC aangeboden kan worden in alle seizoenen van het jaar. Bowlen is tevens een gewenste binnactiviteit volgens het veldonderzoek. PMPC Ermelo Binnenleven waarborgt de bevindingen uit het onderzoek en wordt beschouwd als een match tussen het BSR-profiel van de toerist en de dagrecreatie in het dorp Ermelo.

7.3. Implementatieplan

Het implementatieplan wordt uitgewerkt met behulp van de PDCA-cyclus. De PDCA-cyclus is een tool om de continue kwaliteitsverbetering van verschillende processen binnen een organisatie te bewaken (Van Vliet, 2013). De cyclus kent de vier belangrijke stappen: plan, do, check en act (Van Vliet, 2013). Dit actieplan resulteert in het aantrekkelijk maken van de dagrecreatie in het dorp Ermelo, waarmee de omzet uit dagrecreatie verhoogd moet worden.

De planning van de PDCA-cyclus is afhankelijk van de opleverdatum en de start van het project. Binnen het implementatieplan is uitgegaan van de beoogde opleverdatum in juli 2020.

7.3.1. Plan

Bij deze stap worden doelen gesteld ten aanzien van het advies (Van Vliet, 2013). De doelstellingen zijn SMART geformuleerd, waardoor de doelen meetbaar zijn.

- *Doelstelling 1:* De gemeente Ermelo heeft voor oktober 2020 de activiteiten voor de nieuw te ontwikkelen PMPC gerealiseerd;
- *Doelstelling 2:* 1 jaar na implementatie is de omzet uit dagrecreatie gestegen met 10%.

Om doelstelling 1 te behalen moeten er samenwerkingsverbanden gestart worden tussen de verschillende ondernemers. Tevens dienen de wensen en behoeften van de verschillende ondernemers in kaart te worden gebracht. Hierin speelt de gemeente Ermelo een belangrijk rol als verbinder. Voor dit concept is gemeente Ermelo verantwoordelijk.

Om doelstelling 2 te behalen is het belangrijk dat er, naast dit implementatieplan, ook een promotieplan wordt vastgesteld. Dit promotieplan kan helpen om de PMPC tot de aandacht onder toeristen te brengen.

Planfase				
	Activiteit	Periode	Verantwoordelijke	Toelichting
<i>Doelstelling 1</i>	Samenwerkingen met minstens vier partners	Week 16 t/m 20	Gemeente Ermelo	De PMPC bestaat uit 4 activiteiten, waarvoor er 4 partners nodig zijn.

	PMPC vaststellen	Week 21 t/m 26	Gemeente Ermelo en partners	Gemeente Ermelo en de partners dienen samen tot een PMPC te komen waarbij alle partijen tevreden zijn
	PMPC op de markt brengen	Week 40	Gemeente Ermelo en partners	De PMPC moet op de markt worden gebracht voor de verkoop aan toeristen
<i>Doelstelling 2</i>	Promotieplan maken	Week 27 t/m week 33	Gemeente Ermelo	Om meer naamsbekendheid te krijgen moet er promotie gemaakt worden. Door de naamsbekendheid is het bekend bij de doelgroep en is de drempel lager om deel te nemen aan de PMPC.
	Naamsbekendheid creëren	Week 33 t/m 40	Gemeente Ermelo en partners	Het creëren van naamsbekendheid heeft met de uitvoerende fase te maken. Welke marketingstrategieën en mediakeuzes worden gekozen om de doelgroep te bereiken?

Tabel 9: Planfase

Toelichting

In de planfase worden er twee doelstellingen van elkaar onderscheiden. Voor beide doelstellingen is er een plan gemaakt. Doelstelling 1 gaat over het verzamelen van partners om een PMPC samen te stellen en deze op de markt te kunnen brengen. Dit is van belang omdat er in het theoretisch kader werd aangegeven dat er zonder partners geen PMPC gerealiseerd kan worden. Doelstelling 2 gaat over de PMPC die onder de aandacht moet worden gebracht middels een promotieplan. Hierbij moet er door het promotieplan naamsbekendheid worden gecreëerd, om ervoor te zorgen dat de PMPC bekend wordt onder de toeristen in het dorp Ermelo. Door de toerist te informeren over de PMPC wordt de drempel om deel te nemen lager. Hierdoor moeten er meer verkochte PMPC's gerealiseerd worden dan wanneer er geen gebruik van promotie wordt gemaakt.

7.3.2. Do

Bij de 'do'-fase gaat het om de uitvoering en realisatie van de geplande activiteiten. Wat zijn de concrete acties, wie zijn hierbij betrokken, welke middelen worden er ingezet en waarover en hoe wordt er gecommuniceerd (Van Vliet, 2013).

Do fase				
<u>Do fase</u>	Activiteit	Periode	Verantwoordelijke	Toelichting
<i>Doelstelling 1:</i>	Potentiële partners werven voor samenwerking	Week 16 t/m 18	Gemeente Ermelo en potentiële partners	Potentiële partners werven om te kijken of zij willen meewerken aan een PMPC
	Bijeenkomst organiseren om interesse te wekken bij potentiële partners	Week 19	Gemeente Ermelo en potentiële partners	Bijeenkomst organiseren om een uitgebreide uitleg te geven aan de potentiële

				partners wat een PMPC inhoudt, de voordelen van een PMPC en waarom zij mee zouden moeten doen aan een PMPC.
	Partners voor de PMPC selecteren	Week 20	Gemeente Ermelo	Partners selecteren om hiermee een PMPC te gaan ontwikkelen
	Bijeenkomsten organiseren om een plan te maken voor de PMPC	Week 21 t/m 25	Gemeente Ermelo en geselecteerde partners	Ideeën, wensen en behoeftes vanuit de partners uitwisselen om tot een gezamenlijk plan te komen voor de PMPC. Deze bijeenkomst wordt 2x per week gehouden.
	Samenwerkingscontracten opstellen en tussen de partners afsluiten	Week 26	Gemeente Ermelo en geselecteerde partners	Wanneer de partners tot een definitief plan zijn gekomen waar iedereen het mee eens is, wordt dit vastgelegd middels een contract om onenigheid te Voorkomen.
	PMPC op de markt brengen	Week 40	Gemeente Ermelo en partners	De PMPC moet klaar zijn voor verkoop aan toeristen
<i>Doelstelling 2:</i>	Bijeenkomst organiseren om het definitieve plan door te spreken met de medewerkers die het promotieplan gaan schrijven	Week 27	Gemeente Ermelo	Het definitieve plan dat is gemaakt door de geselecteerde partners wordt in deze bijeenkomst besproken om hier een passend promotieplan bij te maken
	Onderzoek verrichten naar de kanalen die de doelgroep het meest gebruikt	Week 28 t/m 31	Gemeente Ermelo	Er moet onderzoek verricht worden naar welke social media kanalen de doelgroep het meest gebruikt. Deze sociale mediakanalen kunnen ingezet worden om promotie te maken, om er zeker van te zijn dat de juiste doelgroep benaderd wordt
	Brainstormsessies organiseren	Week 31 t/m 33	Gemeente Ermelo	Brainstormsessies organiseren die gaan over de aanpak van de promotie voor de PMPC. Denk hierbij aan marketingstrategieën en social media keuzes. Deze bijeenkomsten worden 2x per week gepland.
	Definitief promotieplan opstellen	Week 33 t/m 36	Gemeente Ermelo	Na het vinden van de juiste marketingstrategieën en mediakeuzes wordt dit vastgelegd in een definitief promotieplan.

	Promotieplan uitvoeren	Week 37 t/m 40	Gemeente Ermelo	De promotie wordt uitgevoerd zoals beschreven in het projectplan. Promotie op social media wordt actief bijgehouden voor 6 maanden
--	------------------------	----------------	-----------------	---

Tabel 10: Do fase

Toelichting

Door de ideeën, de wensen en de behoeften van de geselecteerde partners in kaart te brengen, zorgt het er niet alleen voor dat de PMPC en de ondernemers tevredenheid van de samenwerking standhoudt maar de kwaliteit van de PMPC wordt gewaarborgd. Het samenwerkingscontract zorgt ervoor dat er geen onenigheid ontstaat tussen de partners. Door dit te doen wordt er een houvast gecreëerd waar iedere partner zich aan moet houden. De succesfactoren, gegeven in het theoretisch kader op pagina 7, zijn onder andere het creëren van waardecreatie en het creëren van samenwerkingsverbanden tussen verschillende ondernemers.

Om de PMPC onder de aandacht te brengen bij de toeristen, dient er een promotieplan opgesteld te worden. Hiermee moet de PMPC naamsbekendheid maken en zo bekend worden bij de toerist. Dit zorgt ervoor dat de toerist sneller deelneemt aan een PMPC.

7.3.3. Check

Fase drie is de 'check'-fase. In deze fase worden de resultaten gemeten en vergeleken met de gestelde doelen. (Van Vliet, 2013).

Check fase			
Activiteit	Periode	Verantwoordelijke	Toelichting
Contact met de partners	Week 50	Contactpersoon gemeente Ermelo	Eens per kwartaal heeft gemeente Ermelo contact met de partners over de samenwerking en hun ervaringen
Afname van de verkochte PMPC's	Week 44, 48, 52	Gemeente Ermelo	Alle verkooppunten van de PMPC moeten per maand aan de gemeente Ermelo doorgeven hoeveel PMPC's zij hebben verkocht. Op deze manier kan gemeente Ermelo monitoren hoeveel arrangementen er zijn verkocht om hiermee de omzet uit dagrecreatie te berekenen.

Tabel 11: Check fase

Toelichting

Voor de checkfase wordt er contact gehouden met de partners door eens per kwartaal een bijeenkomst te organiseren. In deze bijeenkomst kunnen de partners hun ervaringen delen en aankaarten hoe zij vinden dat de samenwerking onder de partners verloopt. Dit wordt gedaan om de tevredenheid van de samenwerking tussen partners te waarborgen.

Om de doelstelling van de omzet van de dagrecreatie te verhogen met 10%, wordt er maandelijks een check gedaan hoeveel PMPC's zijn afgenomen. Hierdoor kan er een inschatting worden gemaakt of de doelstelling van 10% behaald gaat worden.

7.3.4. Act

In de 'act-fase' wordt er geanalyseerd of er afwijkingen aanwezig zijn. Deze afwijkingen worden vervolgens gecorrigeerd. (Van Vliet, 2013).

Act fase			
Activiteit	Periode	Verantwoordelijke	Toelichting
Bijeenkomsten organiseren met de partners van de PMPC	Week 3, 2021	Gemeente Ermelo	Bij de bijeenkomsten worden er verbeteracties opgesteld om de samenwerking beter te laten verlopen
PMPC verbeteren	Week 4 t/m 6, 2021	Gemeente Ermelo en partners	Het uitvoeren van eventuele aanpassingen om de PMPC te verbeteren.
Promotie verbeteren	Week 4 t/m 6, 2021	Gemeente Ermelo	Het uitvoeren van eventuele aanpassingen om de promotie nog beter uit te voeren. Het kan zijn dat er voor een strategie is gekozen die niet aanslaat bij de doelgroep. De strategie moet dan aangepast worden.

Tabel 12: Act fase

Toelichting

De 'act' fase wordt alleen uitgevoerd wanneer dat nodig is. Indien er geen op- of aanmerkingen worden gegeven, wordt de act fase niet uitgevoerd. Wanneer er wel verbeteringen nodig zijn ten aanzien van de activiteiten, dan wordt er een bijeenkomst georganiseerd waarbij de inzichten die zijn opgedaan uit de check-fase worden besproken en de verbeterpunten concreet worden gemaakt.

7.4. Financiële consequenties

Deze paragraaf brengt de financiële consequenties van de adviesoptie in kaart. De financiële consequenties bestaan uit de kosten en opbrengsten.

Aan het implementeren van de **PMPC Ermelo Binnenleven**, zijn er financiële consequenties verbonden. De gemeente Ermelo heeft aangegeven geen vast bedrag vast te stellen voor de implementatie van **de PMPC**. Hierbij geeft de gemeente Ermelo aan dat de **gemeenteraad** voor de zomer van 2020 een nieuwe agenda voor toerisme en recreatie moet vaststellen. Op de begroting die de gemeente Ermelo voor 2020 heeft opgesteld is te zien dat er voor toerisme en recreatie een budget van **€50.000** beschikbaar is gesteld (Ermelo.nl, 2020). Echter geldt dit voor **de hele sector toerisme en recreatie in het dorp Ermelo** en niet alleen voor de implementatie van **de PMPC**. Er is verder geen inzicht te verkrijgen in de andere financiële uitgaven die de gemeente Ermelo maakt ten aanzien van toerisme en recreatie. Uit de financiële consequenties moet blijken wat de totale kosten zijn voor het implementeren van **de PMPC**.

7.4.1. Kosten

De kosten voor het adviesplan bestaan uit de personeelskosten die gemaakt worden voor het personeel van de gemeente Ermelo en uit marketingkosten. De totale kosten van de implementatie van de PMPC bedraagt **€42.765,20**. De kosten zijn in tabel 13 weergegeven.

Activiteit	Kosten	Bedragen
a. Personeelskosten gemeente Ermelo	€23,25 per persoon, per uur	Er is 1,4 fte nodig voor het implementeren van de PMPC. 36 uur x 24 weken = 864 uren x €23,25 = €20.736 36 uur x 0,4 fte = 14,4 uur per week 14,4 uur x 24 weken = 345,60 uren 345,60 uren x €23,25 = €8.035,20

		Social media expert: €1.800 per maand x 6 maanden = €10.800
b. Marketingkosten	Flyers	3.000 x 0,40 per stuk = €1.200
	Adverteren	12% van de omzet = €1.084
	Social media	€5 euro per dag. 182 x 5 = €910

Tabel 13: Kostenberekening

- a. De personeelskosten zijn berekend aan de hand van 1.4fte. Een gemiddelde werknemer bij de gemeente verdient ongeveer €23,25 per uur (persoonlijke communicatie, Pauline Verheule). De implementatie van de PMPC is een proces van 24 weken. Een werkweek bij de gemeente Ermelo is 36 uur. In Tabel 14 zijn de uren per week weergegeven die nodig zijn voor het uitvoeren van de activiteit.

Week van activiteit	Aantal uur
16 t/m 19	108 uur
19	36 uur
20	36 uur
21 t/m 25 (2x per week, 2 uur)	20 uur + voorbereidingen (10 uur) = 30
Week 26	36 uur
Week 27	36 uur
Week 28 t/m 31	216 uur
Week 31 t/m 33 (2x per week, 2 uur)	72 uur
Week 33 t/m 36	216 uur
Week 37 t/m 40	216 uur
Week 40	72 uur
Week 50	1 uur x 4 partners = 4 uur
Week 44, 48, 52	36 uur x 3 = 108 uur
Totaal	1.186 uur

Tabel 14: Berekening aantal uren per week

Voor het implementeren van een PMPC is er in totaal 1.186 uur nodig. Eerder werd al aangegeven dat er 1.4fte nodig is om de PMPC te implementeren. Hiervoor geldt de berekening: 1.186 uur: 24 weken = 49,41: 36 uur (fulltime werkweek) = 1,4 fte. Er wordt vanuit gegaan dat 1 medewerker 1 fte gaat werken en 1 medewerker die 0,4 fte gaat werken. Hiernaast wordt er een social media expert verantwoordelijk gesteld voor het actief bijhouden van de social media kanalen voor 6 maanden. Er is gekozen voor 6 maanden om te kijken of de promotie aanslaat bij de doelgroep. De social media expert is niet meegerekend in de uren, omdat dit een extern persoon betreft. Het maandloon van de social-media expert bedraagt €1.800. Dit bedrag is vastgesteld door gemeente Ermelo (persoonlijke communicatie, Pauline Verheulen).

- b. De marketingkosten van het promotieplan zijn moeilijk in kaart te brengen aangezien de strategieën en social media keuze nog gemaakt moeten worden. Echter is er een schatting gemaakt van de verwachte marketingkosten. Omdat dit een schatting is kan het zijn dat de kostenpost van de marketingkosten hoger of lager liggen dan wordt weergegeven. De social media kosten worden voor 6 maanden doorberekend, omdat er hiervoor een social media expert ingehuurd zal worden. In het promotieplan van de gemeente Ermelo, gemaakt voor het project vitale vakantieparken, staat dat er 12% van de omzet gaat naar adverteren. Dit percentage wordt ook meegenomen voor het adverteren van de PMPC.

7.4.2. Opbrengsten

De opbrengsten worden gegenereerd door het afnemen van de PMPC's. De verwachte prijs van de PMPC Ermelo Binnenleven is afhankelijk van het dagdeel. De toerist kan ervoor kiezen om voor dagdeel 1 of dagdeel 2 te kiezen. Dit heeft te maken met het gebruik maken van de lunch of diner. De prijs voor

de PMPC is berekend aan de hand van de prijs van de activiteiten. Partners halen hun opbrengsten uit de PMPC. In tabel 15 wordt weergegeven welke verwachte opbrengsten er per partner worden gegenereerd.

Prijs per partner/ PMPC		
Partner	Activiteit	Prijs per partner
Camping De Haeghehorst	Fietsverhuur	Vanaf €5 per dag, per volwassenen
Boerderij-pret	In- en outdoor speelparadijs	Dagdeel 1: €4,50 per kind Dagdeel 2: €6,50 per kind Volwassenen zijn gratis
De Dorpskamer	Horecagelegenheid	Dagdeel 1: lunch volwassenen €10 Lunch kind €5 Dagdeel 2: diner volwassenen €20 Diner kind €10
De Heerlijkheid	Bowlen	€26 per bowlingbaan
Totale prijs PMPC		Volwassen Dagdeel 1: 9:00 uur t/m 15: uur €28 Dagdeel 2: 14:00 uur t/m 20:00 uur €32,50 Kind Dagdeel 1: 9:00 uur t/m 15: uur €9,50 Dagdeel 2: 14:00 uur t/m 20:00 uur €16,50

Tabel 15: Verwachte opbrengsten

De opbrengsten voor de partners worden over een jaar berekend. Uit onderzoek blijkt dat 48 respondenten met hun gezin naar het dorp Ermelo zijn gekomen op moment van afname. Er wordt ervan uitgegaan dat een gezin bestaat uit 2 volwassenen en 2 kinderen. Omdat in het onderzoek 2 volwassenen per gezin de enquête konden invullen, wordt er gerekend met 24 gezinnen per periode. 1 jaar telt 4 periodes. In tabel 17 worden eerst per partner de jaarlijkse opbrengsten getoond. Dit is echter niet wat de partner eraan verdient: Elke partner krijgt 40% van zijn eigen opbrengst. Echter gaat de samenwerking van een PMPC niet zo zeer om winst. In het theoretisch kader op pagina 7 is aangegeven dat het creëren van waardecreatie tussen de partners een succesfactor is voor een PMPC. De berekeningen zijn te vinden in Bijlage XVII.

Opbrengsten per partner				
Partner	Activiteit	Jaarlijkse opbrengsten	% van de opbrengst	Verdiensten
Camping De Haeghehorst	Fietsverhuur	€960	40%	€384
Boerderij-pret	In- en outdoor speelparadijs	Dagdeel 1: €864 Dagdeel 2: €1.248 Volwassenen zijn gratis	40%	Dagdeel 1: €345,60 Dagdeel 2: €499,20
De Dorpskamer	Horecagelegenheid	Dagdeel 1: Volwassenen €1.920 Kind €960 Totaal: €2.880 Dagdeel 2: Volwassenen €3.840 Kind €1.920 Totaal: €5.760	40%	Dagdeel 1: €1.152 Dagdeel 2: €2.304
De Heerlijkheid	Bowlen	€2.496	40%	€998,40

Tabel 16: PMPC Ermelo Binnenleven

In de inleiding werd gezegd dat er 155.000 toeristen jaarlijks naar het dorp Ermelo komen. 2% hiervan spenderen tijd met dagrecreatie in het dorp Ermelo. Dit zijn 3.100 dagrecreanten. In het theoretisch kader op pagina 6 geeft het onderzoek van het CBS aan dat er per persoon 18,75 EUR aan dagrecreatie wordt uitgegeven. De huidige omzet uit dagrecreatie op dit moment is 58.125EUR (Persoonlijke communicatie, Pauline Verheule). Een stijging van 10% van de omzet uit dagrecreatie bedraagt €5.125. De berekeningen van de jaarlijkse omzet zijn te vinden in Bijlage XVIII.

Jaarlijkse omzet PMPC Ermelo Binnenleven dagdeel 1

Verwachte omzet bij 24 gezinnen per periode: €7.200

Jaarlijkse omzet Ermelo Binnenleven dagdeel 2

Verwachte omzet bij 24 gezinnen per periode: €9.408

Er kan geconcludeerd worden dat de doelstelling van 10% van de omzet uit dagrecreatie realistisch is, omdat de jaarlijkse omzet van de PMPC Ermelo Binnenleven bij beide dagdelen een stijging van ten minste 10% te zien is. De doelstelling van 10% is behaald bij 18 verkochte PMPC's per periode bij dagdeel 1 en bij 14 dagdeel 2.

De winst wordt in dit thesisproject niet meegenomen omdat het doel is om de omzet uit dagrecreatie te verhogen. Tevens is gemeente Ermelo een non-profit organisatie.

7.5. Conclusie advies

Op basis van het verrichte onderzoek zijn er adviesopties tot stand gekomen voor een PMPC. De opties voor de PMPC draaien om de dagactiviteiten die een match moeten vormen met het gele BSR-profiel. Uit de afweging van de verschillende adviesopties, is er een implementatieplan ontstaan. Dit implementatieplan moet antwoord geven op de managementvraag: *"Hoe kan de gemeente Ermelo het optimale dagarrangement ontwikkelen, teneinde de omzet uit dagrecreatie te verhogen?"*. Het optimale dagarrangement wordt ontwikkeld middels een samenwerkingsverband tussen verschillende partners. Tevens wordt er een promotieplan geschreven om meer naamsbekendheid te creëren onder de toeristen in het dorp Ermelo. Dit moet ervoor zorgen dat er meer PMPC's worden verkocht. De kosten voor het implementeren van een PMPC bedragen €42.765,20. Dit is binnen het budget van €50.000 wat gemeente Ermelo gesteld heeft. De PMPC moet een bijdrage leveren aan het verhogen van de omzet uit de dagrecreatie. De doelstelling van 10% is behaald bij 18 verkochte PMPC's per periode bij dagdeel 1. Bij dagdeel 2 moeten er 14 PMPC's verkocht worden per periode om de doelstelling van 10% te behalen.

8. Nawoord

In dit hoofdstuk wordt de reflectie op eigen handelen beschreven en komt de waarde van dit thesisproject aan bod.

8.1. Reflectie op eigen handelen

Ik heb deze thesis periode ervaren als **een** leerzame periode. Dit thesisproject is begonnen met het schrijven van een plan van aanpak, welke ik **na vijf weken** mocht verdedigen. De eerste verdediging had ik niet gehaald. Ik heb zelf besloten om mijn tweede verdediging na de zomervakantie in te plannen. **De reden hiervan is ziekte. Ik ben een langere periode ziek geweest, wat mijn thesis periode erg heeft beïnvloed.**

Door deze vertraging heb ik **het eerste toetsmoment gemist voor het inleveren van mijn thesis. Ik baalde hier enorm van, maar tegelijkertijd wist ik dat ik er niks aan kon doen. Tijdens de periode van ziekte zat ik continue in een strijd met mijzelf. Aan de ene kant wilde ik heel graag voor de volle 100% inzet tonen, aan de andere kant had ik daar eigenlijk helemaal geen energie voor. Ik was erg gefrustreerd en boos op mijzelf dat ik het eigenlijk niet aan kon. Ik pushte mezelf om toch door te gaan, echter heeft dit niet tot een goed resultaat van mijn TPD geleid. Nu dat ik terugkijk op deze periode, heb ik geleerd dat je naar je eigen lichaam en geest moet luisteren: Doorzetten wanneer je eigenlijk niet meer kunt, leidt bij mij alleen maar tot teleurstellingen. De volgende keer zal ik het in deze situatie anders doen. Ik zou eerlijk tegen mijzelf zijn en mijzelf te tijd gunnen om te herstellen. Het uitstellen van mijn tweede TPD heeft mij goed gedaan: Nu had ik meer rust in mijn hoofd.**

In week 1.1 moest ik het nieuwe plan van aanpak opsturen voor feedback. Al snel na het inleveren van het plan van aanpak, kreeg ik feedback terug. Omdat ik fulltime bij het gemeente Ermelo werkte, had ik de feedback al snel verwerkt. Nu was het wachten op de TPD, die gepland stond in 1.5. Ondertussen kon ik niet veel meer dan mij voorbereiden voor de tweede TPD. Deze tussenperiode heb ik als fijn ervaren, doordat ik naast het fulltime aanwezig zijn bij de gemeente Ermelo, kon focussen op mezelf. Gemeente Ermelo gaf mij veel vrijheid, waardoor de werkdruk minder hoog werd opgelegd. Dat was in mijn geval erg fijn. Ik heb mijzelf goed gedaan door thesis even stil te leggen. Ik zou dit de volgende keer niet anders doen. Wel, heb ik geleerd dat ik erg laks word wanneer ik veel vrijheid krijg. Om dit te nog eens te voorkomen geef ik mijzelf deadlines. Hierdoor krijg ik een positief gevoel en behaal ik beter mijn doelen.

De tweede keer heb ik mijn TPD gehaald onder voorbehoud dat ik de operationalisering zou gaan verbeteren. De TPD is beoordeeld met een 6. Het is voor mij een leerproces geweest om telkens kritiek te krijgen op **hetgeen** waar je hard voor hebt gewerkt. **Ik schrok eigenlijk van mijn eigen reactie op de kritiek die ik kreeg. Normaal, kan ik best tegen kritiek en vind ik het helemaal niet erg om te krijgen. Echter, was positiviteit in deze periode ver te zoeken waardoor ik het erg lastig vond om na een teleurstelling de draad weer op te pakken. Elke keer wanneer ik kritiek kreeg voelde het alsof ik gefaald had. Nu ik erop terugkijk kom ik tot het inzicht dat feedback krijgen eigenlijk een motivatie moet zijn om in dit geval mijn thesis werkstuk te verbeteren. In de toekomst zal ik dit zeker meenemen en zal ik mijn gedachtegang van kritiek veranderen van 'teleurstelling' naar 'verbetering'.**

Het proces na de tweede TPD ging in het eerste opzicht goed maar mijn gevoel. Ik had een doel behaald waardoor ik er weer positief in stond. **In deze periode was het contact met mijn thesisbegeleider niet zeer actief, omdat ik eerst zelf wilde proberen om mijn thesis te schrijven. Echter heeft dit geleiden tot frustratie en bleef ik telkens hanger bij dezelfde onderwerpen. Hierdoor verloor ik enorm veel motivatie. Bij nader inzien, had ik veel eerder om hulp moeten vragen wanneer ik niet stapte wat er van mij gevraagd werd. Ik weet, dat ik veel begeleiding en uitleg nodig heb voordat ik iets snap. Dit is ook één van de redenen dat ik juist geen contact heb gezocht. Ik schaam mij voor het feit dat ik een uitleg of feedback niet in één keer snap. Ik ben er bewust van dat dit ook veel energie vergt van mijn thesisbegeleider, waardoor ik denk dat ik iemand lastig val op het moment dat ik veel vragen ga stellen. Ik heb hiervan geleerd dat het niet erg is om aan te geven dat ik meer uitleg nodig heb dan iemand anders. Wanneer ik in de toekomst weer in eenzelfde situatie terecht kom, zou ik bij voorbaat mijn begeleider inlichten en meteen om hulp vragen wanneer ik dat nodig heb.**

Ik merkte dat het mij hielp om **doelen te stellen op dagen dat ik werkte aan mijn thesis**. Doordat ik continu een doel voor ogen had, merkte ik dat ik steeds sneller vooruitgang boekte. **Tevens** ben ik **inhoudelijk** tegen enkele factoren aangelopen. Ik wilde mijn onderzoek zo goed mogelijk uitvoeren, waardoor ik steeds weer vertraging opliep bij het verbeteren van mijn enquête. Ik heb in oktober onderzoek gedaan en **had niet verwacht dat ik mijn streven van 136 zou behalen**. Uiteindelijk heb ik 172 respondenten weten te bereiken. Dit voelde voor mij als een overwinning waardoor ik weer motivatie kreeg om aan mijn thesis te werken.

Tijdens de uitvoering van de enquête, heb ik geleerd om vragen zo specifiek mogelijk te maken en duidelijk te zijn in de woordkeuze. Ik heb de enquête ongeveer vier keer moeten veranderen door fouten die in de enquête te vinden waren. Door deze ervaring zal ik de volgende keer eerst mijn enquête laten lezen aan derden om er zeker van te zijn dat er geen fouten in zitten.

Verder, verliep het contact met Pauline Verheule prima. Bijna elke maand was er een afspraak gepland om even te kijken hoe het onderzoek verliep en kon ik terecht met mijn vragen. Via de mail was Pauline Verheule ook altijd beschikbaar, wat ik als erg fijn heb ervaren. Elke week zat ik bij de gemeente Ermelo op het kantoor om aan mijn scriptie te werken, waardoor ik structuur had en ik mij goed kon concentreren. Wanneer ik thuis aan de slag ging, had ik meestal moeite met opstarten en werd ik snel afgeleid door andere bezigheden. De leerpunten die ik heb ervaren zijn: sneller handelen wanneer ik ergens tegenaan loop bij een (groot) project, doelen stellen om mijzelf te motiveren en zorgvuldiger mijn eigen werk nakijken om fouten te voorkomen.

8.2. Waarde van het thesisproject

De relevantie van het adviesrapport is lastig om in te schatten, doordat dit adviesrapport op maat is geschreven voor de gemeente Ermelo. Wel speelt de kernbegrip 'recreatie' een belangrijke rol in de toeristische sector. Recreatie ontwikkelt zich door de jaren heen steeds meer waarbij beleving een belangrijke rol speelt. Het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) van NBTC-NIPO Research (2018) heeft aangegeven dat de beleving van de dagactiviteit steeds korter wordt, waardoor het belangrijk is om te investeren in de beleving van de dagactiviteit om de aantrekkelijkheid te waarborgen. Dit thesisonderzoek kan van waarde zijn voor andere dorpen wanneer er mogelijkheden liggen om een product-markt-partner-combinatie te ontwikkelen. Het BSR-model gemaakt voor dagrecreatie van The SmartAgent Company, kan handvaten bieden voor andere dorpen wanneer een soortgelijk onderzoek wordt gestart naar het ontwikkelen van een PMPC. De resultaten en het advies van dit thesisproject is minder van waarde voor andere gemeentes, omdat deze specifiek gericht zijn op het huidige aanbod aan dagrecreatie en de toeristen in het dorp Ermelo en daarmee niet overdraagbaar zijn.

Literatuurlijst

Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., van Vianen, R., & van der Hulst, M. (2017). Basisboek methoden en technieken: Kwantitatief praktijkgericht onderzoek op wetenschappelijke basis (6th ed.). Noordhoff uitgevers.

Baarda, B. (2018) Dit is onderzoek: handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Noordhoff uitgevers.

Brotherton, B. (2008). Researching hospitality and tourism: A student guide. London: Sage Publications.

Centraal bureau voor de Statistiek (2019) *Begrippen*. Geraadpleegd op 4 april 2019, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen?tab=r#id=recreatieve-activiteiten>.

Checkmarker (2019). *Steekproefcalculator*. Geraadpleegd op 13 mei 2019, van <https://nl.checkmarket.com/steekproefcalculator/>.

Consultancy (2016). *Samenwerkingsmodellen en acht succesfactoren voor partnerships*. Geraadpleegd op 28 juni 2019, van <https://www.consultancy.nl/nieuws/13243/samenwerkingsmodellen-en-acht-succesfactoren-voor-partnerships>

Dieleman, W.A. (z.d). *Recreatie en bos*. Geraadpleegd op 11 mei 2019, van file:///D:/Afstuderen/edepotin_t520e25f3_004.pdf.

Ermelo Buitenleven (2020). *Zien & doen*. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van <https://www.ermelobuitenleven.nl/zien-en-doen>

Ermelo.nl (2020). *Begroting 2020*. Geraadpleegd op 14 december 2019, van https://www.ermelo.nl/portal-ermelo/actueel-in-ermelo_41340/item/begroting-2020-in-een-oogopslag_61780.html

Gelderland (2019). *Vrijetijdsonderzoek*. Geraadpleegd op 04 april 2019, van <https://www.gelderland.nl/vrijetijdsonderzoek>.

Gemeente Ermelo (2019). *Projectplan Organisatie Promotie en Marketing Ermelo*. Geraadpleegd op 27 april 2019, van file:///C:/Users/afstuderen/Downloads/Projectplan_Organisatie_Promotie_en_Marketing_Ermelo_e170021691_.pdf.

Gemeente Ermelo (2015). *Langetermijnagenda*. Geraadpleegd op 12 mei 2019, van https://ermelo.langetermijnagenda.nl/send_dossier?id=233.

Haeghehorst (2019). *Faciliteiten*. Geraadpleegd op 22 september 2019, van <https://haeghehorst.ardeer.com/nl/faciliteiten/algemeen>.

ICSB-marketing en strategie (2019). *Succesvol en strategisch segmenteren*. Geraadpleegd op 18 mei 2019, van <http://icsb.nl/artikelen/succesvol-en-strategisch-segmenteren/>.

Jin, L., He, Y., & Song, H. (2008). Service customization: to upgrade or to downgrade: an investigation of how opting framing affects tourists' choice of package-tour service. Geraadpleegd op 24 februari 2020, van <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517711000690>.

Kerkmeijer-Van der Peijl, S., & Van Zeeland, N. (2018). Segmenteren, wat is het en waarom doe je het? Geraadpleegd op 15 april 2019, van <https://www.managementimpact.nl/strategie/artikel/2018/03/segmenteren-wat-het-en-waaromdoe-je-het-10114689?vakmedianetapprovecookies=1&ga=2.93657565.1352855552.1555320997-1054809771.1555320997>.

Ming-Chih, T. Y.-T.-W. (2011). Generalized linear interactive model for market segmentation: The air freight market. *Industrial Marketing Management*, 40, pp. 439-446.

Motivaction (2019). *Mentality - model*. Geraadpleegd op 28 juni 2019, van <https://www.motivaction.nl/mentality/het-mentality-model>.

NBTC-NIPO Research (2018). *ContinuVrijeTijdsOnderzoek*. Geraadpleegd op 4 maart 2020, van <https://www.nbtcniporesearch.nl/nl/home/artikel/continuvrijetijdszonderzoek-1.htm>.

Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) (2016). *De doelgroep*. Geraadpleegd op 20 september 2019, van <https://www.nbtc.nl/nl/homepage/artikel/de-doelgroep.htm>.

Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) (2010). *Marketscan zakelijke reismarkt*. Geraadpleegd op het internet op 13 mei 2019, van <http://www.nbtc.nl/nl/homepage/artikel/acht-hollandbelevingen-1.htm>.

Nieuwenhuis, M. (2003). *The Art of Management*. Oldenzaal, Nederland: Nieuwenhuis.

Noordhoff Uitgevers (2019). *Wat wil de onderzoeker weten?* Geraadpleegd op 11 november 2019, van <http://hoadd.noordhoff.nl/sites/7814/assets/7814d02.pdf>.

Overijssel (2019). *Product markt partner combinatie*. Geraadpleegd op 4 april 2019, van <http://www.overijssel.nl/@208181/product-markt/>.

Peeters, P., Schouten, F., & Klep, R. (2004). *Ontwikkeling duurzaam toerisme Amsterdam*. Geraadpleegd op 3 maart 2020, van http://www.csstt.nl/userdata/documents/rapportage_nhtv_def.pdf.

Plooi, F. (2011). *Onderzoek doen: Een praktische inleiding in onderzoek vaardigheden*. Tweede editie. Pearson Benelux.

Provincie Overijssel (2019). *Product markt Partner Combinatie*. Geraadpleegd op oktober 2019, van <http://www.overijssel.nl/@208181/product-markt/>.

Raad van State (2015). *Uitspraak 201403227/1/A1*. Geraadpleegd op 15 mei 2019, van <https://www.raadvanstate.nl/@98455/201403227-1-a1/>.

Raad van State (2019). *Over ons*. Geraadpleegd op 20 mei 2019, van <https://www.raadvanstate.nl/overrvs/>.

RECRO (2018). *Collectieve arbeidsovereenkomst dagrecreatie*. Geraadpleegd op 28 maart 2019, van <file:///R:/Mijn%20Documenten/Downloads/CAO%20Dagrecreatie%202016-2017.pdf>.

Reader Domein Recreatie (1995). *Wat is recreatie?* Geraadpleegd op 24 september 2019, van <http://www.rayfra.nl/recreatie/recreatie/>.

Sportservice Overijssel (2013). *New businessmodel: samenwerking tussen sport, recreatie en toerisme*. Geraadpleegd op 13 mei 2019, van <https://www.sportknowhow.nl/nieuws-en-achtergronden/column-xl/item/84878/>.

Smith, W.R. (1956). *Product differentiation and market segmentation as alternative*. Journal of Marketing, pp. 3-8.

Spierts, M. (1998). *Beroep in ontwikkeling. Een oriëntatie op culturele en maatschappelijke vorming*. Maarssen: Elsevier/De Tijdstroom.

Stimuleringsagenda Toerisme en Recreatie (2015-2018). *Dagrecreatie*. Geraadpleegd op 18 maart 2019, van <https://www.ermelo.nl/document.php?m=34&fileid=25162&f=4d9af173a2af18501e048fa578d5991e&attachment=0&c=27046>.

Basiscursus SPSS (2011). *Bivariate Analyses*. Geraadpleegd op 5 juli 2019, van <https://spsshandboek.nl/bivariate-analyses/>.

The SmartAgent Company (2018). *De regionale leefstijlatlas dagrecreatie regio de Veluwe*. Geraadpleegd op 02 april 2019, van https://www.gelderland.nl/bestanden/Documenten/Gelderland/06Werk-en-ondernemen/170407_Leefstijlatlas_Dagrecr_Veluwe.pdf.

Verhoeven, N. (2014). *Wat is Onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken*. Vijfde druk. Amsterdam. Boom.

Visit Veluwe (2019). *Kerncijfers toerisme veluwe*. Geraadpleegd op 13 mei 2019, van https://www.gelderland.nl/bestanden/Documenten/Gelderland/06Werk-en-ondernemen/171222_Kerncijfers_Toerisme_Veluwe_2017.pdf.

Vliet, V. van (2013). *PDCA Cyclus*. Geraadpleegd op 13 december 2019, van <https://www.toolshero.nl/probleem-oplossen/pdca-cyclus-deming/>.

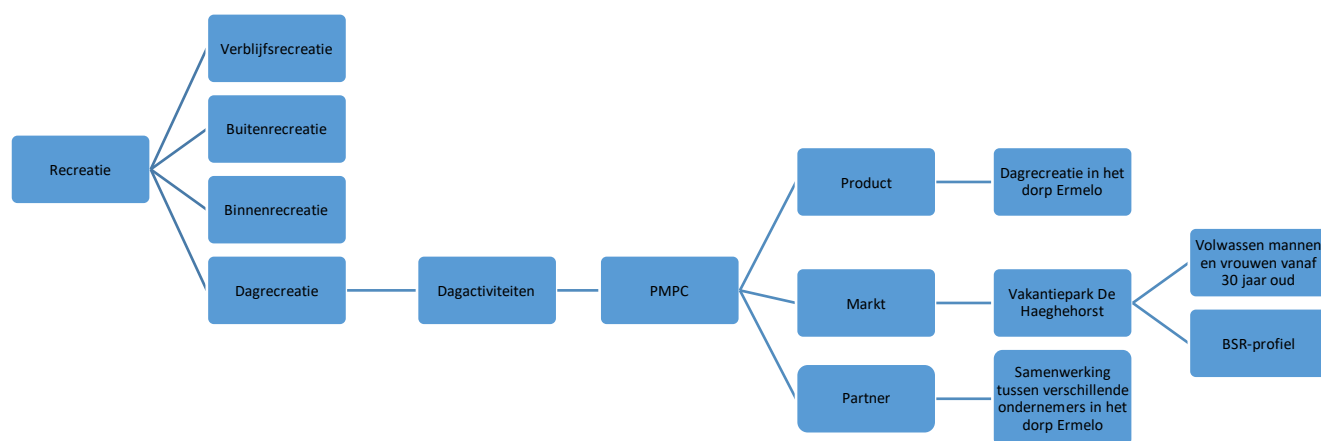
Waal, V. van, & Verbunt, M. (2001) *Diversiteit en samenhang. Toekomstverkenning Culturele en Maatschappelijke Vorming*. Utrecht.

Wegnera, A., Leeb, D., & Weiler, B. (2010). Important 'ingredients' for successful tourism/protected areapartnerships: partners' policy recommendations. Geraadpleegd op 19 juli 2014, van http://content.ebscohost.com.han4wsf.saxion.nl/pdf29_30/pdf/2010/SJO/15Aug10/52646452.pdf?T=P&P=AN&K=52646452&S=R&D=hjh&EbscoContent=dGJyMNHX8kSep7c4yOvqOLCmr0yeprZSsae4SraWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGnr0u0r7RPuePfgeyx44Dt6fIA.

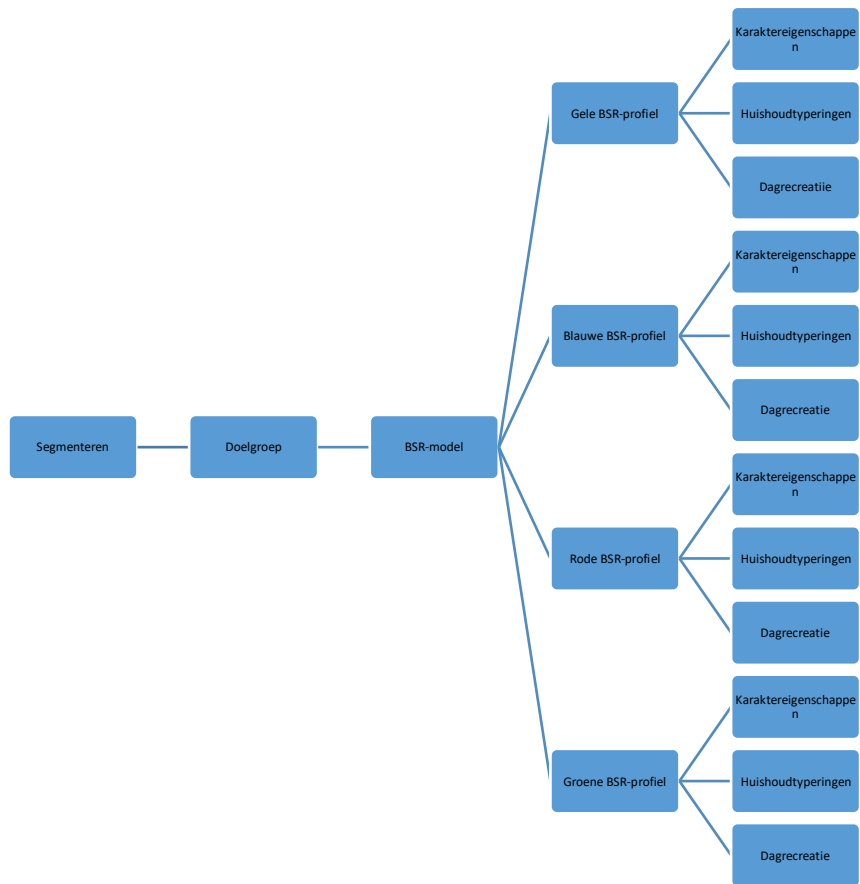
I. Bijlage: Operationalisering van de kernbegrippen

In deze bijlage worden de kernbegrippen PMPC en dagrecreatie uitgerafeld aan de hand van een boomdiagram. Dit is van essentieel van belang om de samenhang tussen de kernbegrippen te verduidelijken.

Recreatie:



Segmenteren:



II. Bijlage: Zoekmethode

Voor het zoeken van de eerder genoemde literatuur zullen de volgende bronnen worden geraadpleegd:

➤ Algemene zoekmachines

Voor een oriëntatie naar relevante onderwerpen, kunnen zoekmachines zoals google gebruikt worden. Deze zoekmachines leveren relatief weinig wetenschappelijke literatuur op. Met deze zoekmachines is het mogelijk om oriënterend vooronderzoek te doen of om te verwijzen naar wetenschappelijke bronnen.

➤ Saxion bibliotheek & zoekmachine

De bibliotheek van Saxion wordt gebruikt voor het zoeken naar relevante wetenschappelijke literatuur (boeken). Ook zal er gebruik gemaakt worden van de zoekmachine van Saxion voor wetenschappelijke literatuur en/of publicaties (digitaal).

➤ Google Scholar

Google Scholar is een aparte zoekmachine van Google gericht op wetenschappelijke literatuur. Deze wetenschappelijke literatuur wordt gebruikt om literatuur uit een oriënterend onderzoek te onderbouwen met feiten. Google Scholar maakt het mogelijk om verwante artikelen van artikelen op te vragen, hierdoor wordt het makkelijker om de sneeuwbal methode toe te passen.

De gevonden literatuur/informatie moet minstens voldoen aan één van de volgende criteria:

- Nederlands of Engelstalige artikelen;
- De gevonden literatuur heeft een wetenschappelijke achtergrond;
- De literatuur is afkomstig van universiteiten, hogescholen en/of erkende instituten;
- De gevonden literatuur mag niet ouder zijn dan 10 jaar i.v.m. relevantie tot het onderwerp.

III. Bijlage: Uitleg AAOCC-model

De vijf aandachtspunten voor het gebruik van het AAOCC-model zijn toegelicht in de onderstaande tabel (4).

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig?	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn de validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie?	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie?	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date?	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant?	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Tabel 1 (Bijlage): Criteria AAOCC-model

De kwaliteit van een bron wordt bepaald door per criterium een score toe te passen.

Score	
1	Onvoldoende
2	Voldoende
3	Goed

Tabel 2 (bijlage): Score per criterium

De totaalscore van een bron resulteert erin of een bron onvoldoende, voldoende of goed is als er wordt gekeken naar de AAOCC-criteria. Wanneer de totaalscore van een bron als goed wordt beoordeeld wordt deze gezien als betrouwbaar en kan deze worden gehanteerd in het thesisvoorstel en -rapport.

Totaalscore	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Tabel 3 (bijlage): Totaalscore

IV. Bijlage: AAOCC-criteria toegepast op de bronnen

Secundaire Onderzoek

Auteur: The SmartAgent Company (2018)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 2	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up to date? 3	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 13	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Dagrecreatie

Auteur: RECRON (2018)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 3	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 3	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 14	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 3	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen

Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 1	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Auteur: W.A. Dieleman (z.d.)

Totaalscore 9	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Auteur: Raad van State (2015)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 3	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 2	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 13	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

BSR-model

Auteur: Motivacion International (2019)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 2	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 2	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 2	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 3	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 12	
----------------	--

1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Auteur: The SmartAgent Company (2018)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 2	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 3	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 13	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Segmenteren

Auteur: Smith (1956)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 2	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 1	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 11	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Auteur: Ming- Chih (2011)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 2	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid	Literair geschreven bronnen

van de informatie in de publicatie? 2	
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 2	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 11	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Auteur: ICBS Marketing (2019)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 3	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 3	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 14	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Product markt partner combinatie (PMPC)

Auteur: Nieuwenhuis (2003)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 3	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 3	Bronnen zonder belang voor de auteur

Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 2	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 13	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Auteur: NBTC (2010)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 2	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 1	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 2	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 2	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 2	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 9	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Auteur: René Hoveling (2013)

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 1	Universitair geschoolde auteurs met voldoende vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 1	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 2	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 2	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 1	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Totaalscore 6	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

AAOCC-criteria en betekenis	Betekenis voor deze thesis
Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de	Universitair geschoolde auteurs met voldoende

uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig? 2	vakkennis
Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie? 3	Literair geschreven bronnen
Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie? 2	Bronnen zonder belang voor de auteur
Currency: Is de informatie volledig up-to-date? 3	Bronnen niet ouder dan 15 jaar
Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant? 3	Bronnen waar geen informatie mist of wordt achtergehouden en waar geen verdere bronnen met dezelfde informatie van beschikbaar is

Auteur: Provinc

Totaalscore 13	
1-5	Onvoldoende
6-10	Voldoende
11-15	Goed

Overijssel (2019)

V. Bijlage: Kernwaarden van de gemeente Ermelo

Vitaal

Vitaal staat voor eigentijdse voorzieningen. Eigentijdse voorzieningen zijn bijvoorbeeld scholen, buurthuizen, winkels en openbaar vervoer. Daarnaast staat vitaal ook voor een dynamisch bedrijfsleven en een krachtige regio.

Groen

Groen staat voor de natuurlijke omgeving rondom en in het dorp, en voor de ligging op de Veluwe. Ook staat het voor de ligging aan het water; Ermelo heeft zelfs een eigen jachthaven. Aan de oostzijde van het dorp liggen boerderijen en bestaat de natuur uit landschap. Ook de recreatiesector draagt bij aan het groene karakter van Ermelo.

Zorgzaam

Zorgzaam staat voor het zorgzame karakter van de gemeente Ermelo. De gemeente geeft namelijk extra aandacht en zorg aan mensen met een beperking. De zorgzaamheid blijkt ook uit het aantal vrijwilligers dat in Ermelo actief is (Ermelo, 2019).

VI. Bijlage: Toelichting elementen van een PMPC

Elementen van een PMPC

Aan de hand van de gevonden theorie van de PMPC zijn er bepaalde elementen die nodig zijn voor het opstellen. Een PMPC kan zelf samengesteld worden, waardoor een PMPC bijna nooit hetzelfde is. Om aan te duiden welke elementen er in dit thesis project worden gebruikt, worden de elementen apart uitgelicht.

- De PMPC moet meerdere dagactiviteiten bevatten die plaatsvinden in het dorp Ermelo

Naast dat een PMPC een samenwerking is van verschillende ondernemers, moet er ook een bepaald product voortkomen uit de samenwerking. In dit thesis project gaat het er om, om de omzet uit dagrecreatie te verhogen. De dagrecreatie is het 'product' van de PMPC.

- De PMPC moet een samenwerking zijn tussen verschillende ondernemers

De definities van een PMPC uit het theoretisch kader geven weer dat een PMPC uit een samenwerkingsverband bestaat tussen verschillende ondernemers. Hiernaast wordt uitgewerkt in de paragraaf "reden voor het gebruik van een PMPC" dat het voor ondernemers aantrekkelijk is om een samenwerkingsverband aan te gaan. Tevens wordt een PMPC **altijd** opgesteld met partners.

- De PMPC moet een vernieuwend product op de markt zijn

Dit element heeft twee kanten. Het kan gaan om een "nieuw" product dat nog niet bestaat op de markt in het dorp Ermelo, of het kan gaan om een bestaand product dat aantrekkelijker op de markt moet worden gezet. Beide situaties worden gezien als een vernieuwend product op de markt.

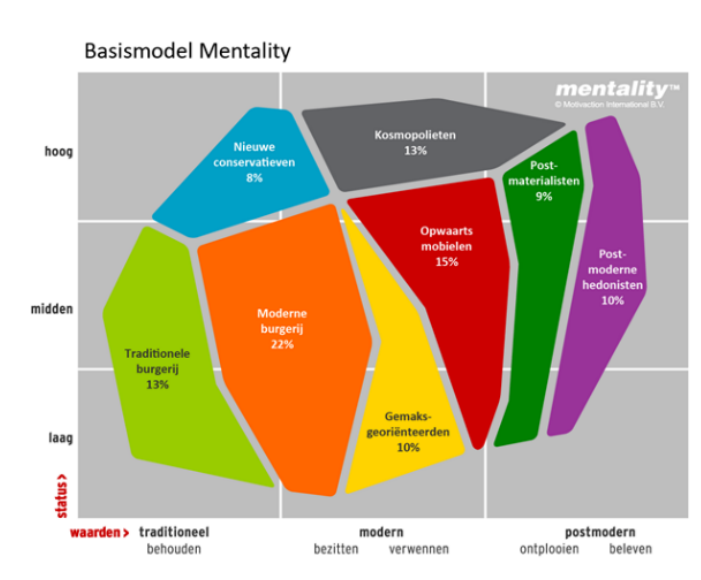
- De PMPC moet passen bij de kernwaarden van gemeente Ermelo

De kernwaarden van de gemeente Ermelo zijn belangrijk voor de gemeente, omdat de kernwaarden de eigenschappen laten zien van de gemeente Ermelo. Kernwaarden geven weer waar de gemeente Ermelo zich voor wil inzetten en waar zij zich voor sterk maken.

- De PMPC moet passen bij de doelgroep

Dit aspect is een succesfactor van een PMPC. Het is van belang dat het product past bij de doelgroep, anders is er sprake van een mismatch.

VII. Bijlage: Mentality model



VIII. Bijlage: Toelichting BSR-model

Behoefte aan belevingsonderzoek

Om het gedrag van de toerist beter te begrijpen, moet er gekeken worden naar demografische aspecten zoals leeftijd, gezinsfase of inkomen. Deze aspecten zijn nog steeds van belang, maar beïnvloeden steeds minder het gedrag van de toerist. Toeristen kiezen vooral op basis van wensen, motivatie en interesses (The SmartAgent Company, 2018).

Wat is belevingsonderzoek?

Bij belevingsonderzoek gaat het er niet zozeer om consumentengroepen op basis van feitelijk gedrag (zoveel % kiest voor een attractiepark, zoveel % kiest voor een museum). Het gaat veel meer om de drijfveren achter dit gedrag: *waarom* kiest de ene recreant voor een attractiepark en *waarom* kiest de andere recreant voor een museum? Waarom wil de één het liefst uren ronddwalen op een tentoonstelling, terwijl de ander juist op zoek is naar rust van de vrije natuur? Op basis van leefstijlonderzoek (BSR-onderzoek) kan er inzicht verkregen worden in de achtergronden van de keuzes die consumenten maken, zodat er daar met vraaggericht beleid op ingespeeld kan worden. Het levert concrete informatie op om doelgroepen te bepalen en om nieuwe producten, diensten, marketingplannen en communicatie-uitingen te ontwikkelen (The SmartAgent Company, 2018).



Toelichting BSR-model

- De consumenten in de rode en gele belevingswereld zijn vaker op zoek zijn naar actieve vormen van recreatie. Als zij vrij zijn willen zij zich lekker kunnen uitleven, activiteiten ondernemen en zich op een andere (fysiek actieve) manier inspannen.
- Consumenten uit de blauwe en groene wereld houden daarentegen vaker van rust en ontspanning in hun vrije tijd. Een dagje vrij is voor hen vooral tot rust komen en even loskomen uit de dagelijkse beslommeringen.
- Consumenten aan de linkerkant (rood en blauw) van het model zijn vooral gericht is op *de activiteiten die ondernomen kunnen worden*. Dit kunnen zowel culturele als sportieve activiteiten zijn.
- Consumenten aan de rechterkant (geel en groen) zijn meer gericht op het gezelschap waarmee men op pad gaat. Lekker weg met het eigen gezin, de familie, vrienden of kennissen. Iedereen moet daarbij kunnen doen waar hij zin in heeft. Dit bepaalt tevens of er veel of weinig ondernomen wordt (The SmartAgent Company, 2018).

IX. Bijlage: Dagrecreatie tabel

Buitenrecreatie	Zelf sporten	Waterrecreatie- en sport (Strand Horst)	Bezoek evenementen	Recreatief winkelen	Attracties
Wandelen (routes)	Fitness	Zwemmen in het binnenbad (Zwembad Calluna)	Tentoonstellingen (museum 't Pakhuis)	Winkelen in de binnenstad/stadscentru m	Rommelmart
Fietsen (routes)	Voetballen	Zwemmen in het buitenbad (Zwembad Calluna)	Cultureel evenement, festival (museum 't Pakhuis, windkorenmol "De Koe", landgoedhuis Straverden)	Tuincentrum	Kinderboerderij (Schaapskooi)
Recreëren in park of bos (Leuvenums bos, klimbos, klootschieten)	Hardlopen	Varen met de boot (Strand Horst)	Jaarmarkt, braderie (zomer- en winterbraderie)	Markt	Speeltuin (in- en outdoor speeltuin boerderij-pret)
Toertocht met de auto (Veluwe tuk tuk, Huifkartocht, Segway tocht)	Bowlen (Hotel Heerlijkheid)	Vissen (Strand Horst)	Kerstmarkt		Filmhuis Ermelo
	Golfen (Midgetgolf Ermelo. Pitch en Putt Strand Horst)	Kanovaren (Strand Horst)			
		Zeilen (Strand Horst)			

X. Bijlage: Enquête

Dagrecreatie in Ermelo

Voor de gemeente Ermelo zijn toerisme en recreatie belangrijk. Ermelo heeft daarin ook heel wat te bieden. Het is gelegen aan de rand van de Veluwe, niet ver van het Veluwemeer. Bossen, heide, water en agrarisch gebied wisselen elkaar af. Uit de cijfers blijkt dat Nederlanders die in eigen land op vakantie gaan, graag naar Gelderland komen. Bijna 1 op de 6 binnenlandse vakanties wordt in deze provincie gehouden. In cijfers zijn dat er 2,9 miljoen per jaar. Daarmee is Gelderland koploper in Nederland. Bij de toeristenregio's staat de Veluwe op de derde plaats van populaire binnenlandse vakantieregio's (Gelderland, 2019). Het is daarom erg belangrijk dat Ermelo zich aantrekkelijk gaat maken voor de toerist om zich te kunnen profileren als aantrekkelijke toeristische bestemming.



Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

Wat is uw leeftijd?

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-65
- ☐ 66+

Wat is de duur van uw vakantie bezoek?

- ☐ Weekend
- ☐ Midweek
- ☐ 1 week
- ☐ 2 weken
- ☐ 3 weken
- ☐ Langer, namelijk_____

Met hoeveel personen bent u op vakantie?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ Meer, namelijk_____

Met wie bent u op vakantie?

- ☐ Alleen
- ☐ Partner
- ☐ Kinderen
- ☐ Partner en kinderen
- ☐ Familie

Wat is de reden dat u Ermelo als vakantiebestemming heeft gekozen?

- ☐ De natuur
- ☐ De cultuur
- ☐ De vele activiteiten die Ermelo te bieden heeft
- ☐ Bossen
- ☐ Heide
- ☐ Water en Weide
- ☐ Anders, namelijk_____

Met welk vervoermiddel bent u naar Ermelo gekomen?

- ☐ Eigen auto
- ☐ Openbaar vervoer (bus, trein)
- ☐ Fiets
- ☐ Lopend
- ☐ Ander, namelijk_____

Hoe verplaatst u zich het liefst als u op vakantie bent in Ermelo?

- ☐ Eigen auto
- ☐ Openbaar vervoer (bus, trein)
- ☐ Fiets
- ☐ Lopend
- ☐ Ik huur een fiets of auto in Ermelo

Karaktereigenschappen en huishoudtyperingen

Welke van de onderstaande karakterkenmerken passen het beste bij u? (Maximaal 7, omcirkel uw antwoord)

Assertief	Sociaal	Impulsief
Avontuurlijk	Gereserveerd	Serius
Georganiseerd	Gewoon	Spontaan
Behulpzaam	Gezellig	Doorzetter
Bedachtzaam	Makkelijk	Sterk
Eigenwijs	Intelligent	Creatief
Verlegen	Kritisch	Vlot
Nuchter	Kalm	Vrolijk
Enthousiast	Leidinggevend	Zakelijk
Analytisch	Capabel	Zelfverzekerd

Welke van de onderstaande huishoudtyperingen passen het beste bij u? (Maximaal 7, omcirkel uw antwoord).

Actief	Hecht	Rommelig
Ambitieuus	Alleenstaand	Ruimdenkend
Anders dan anders	Je eigen gang gaan	Rustig
Artistiek	Keurig	Sportief
Chaotisch	Harmonisch gezin	Stabiel
Druk	Knus	Efficiënt
Dynamisch	Netjes	Behulpzaam
Gastvrij	Niet burgerlijk	Traditioneel
Gelukkig	Geïsoleerd	Warm
Goed georganiseerd	Ouderwets gezellig	Zoete inval

Recreatie

Om te zorgen dat de dagrecreatie in Ermelo gestimuleerd wordt is de gemeente Ermelo op zoek naar kansen voor een goed en aantrekkelijk aanbod van dagrecreatie. In samenwerking met het project Veluwe op 1 zet de gemeente Ermelo de Veluwe op de kaart.

Welke activiteiten doet of bezoekt u graag als u in het dorp Ermelo bent? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Wandelen
- ☐ Fietsen
- ☐ Winkelen
- ☐ Watersport
- ☐ Wellness
- ☐ Klimbos
- ☐ Schaapskooi
- ☐ Het Pakhuis
- ☐ Anders, namelijk_____

Wat vindt u van het recreatie aanbod in het dorp Ermelo?

- ☐ Te weinig variatie in activiteiten
- ☐ De variatie in activiteiten is goed
- ☐ Er is te veel aanbod aan activiteiten, waardoor er keuzestress ontstaat
- ☐ Anders, namelijk_____

Ontbreekt er volgens u een activiteit binnen het dagrecreatie-aanbod van het dorp Ermelo?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Zo ja, welke activiteit(en) ontbreekt er volgens u in het dorp Ermelo?

Bent u wel eens naar andere steden geweest voor dagrecreatie?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Zo ja, waar bent u toen naar toe geweest en wat heeft u toen gedaan?

Heeft u nog suggesties voor het dagrecreatie-aanbod in het dorp Ermelo?

Dagarrangement

Staat u open voor deelname, mits het arrangement voldoet aan uw wensen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Wat zou voor u een reden zijn om wel of niet deel te nemen aan een dagarrangement?

Welke activiteiten/gebieden mogen volgens u niet ontbreken in een dagarrangement? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Mix van verschillende soorten sportactiviteiten
- ☐ Mix van activiteiten tussen actief en ontspanning
- ☐ Transport (openbaar vervoer, autoverhuur, fietsverhuur, transfer)
- ☐ Horecagelegenheid
- ☐ Fietsroutes
- ☐ Wandelroutes
- ☐ Bezienswaardigheden
- ☐ Winkelen
- ☐ Water en weide
- ☐ Heide
- ☐ Bossen
- ☐ Anders, namelijk_____

Mocht u bereid zijn om deel te nemen aan een dagarrangement, hoeveel bent u bereid om te betalen?

- ☐ 10-20 euro
- ☐ 20-30 euro
- ☐ 30-40 euro
- ☐ 40-50 euro
- ☐ 50-60 euro

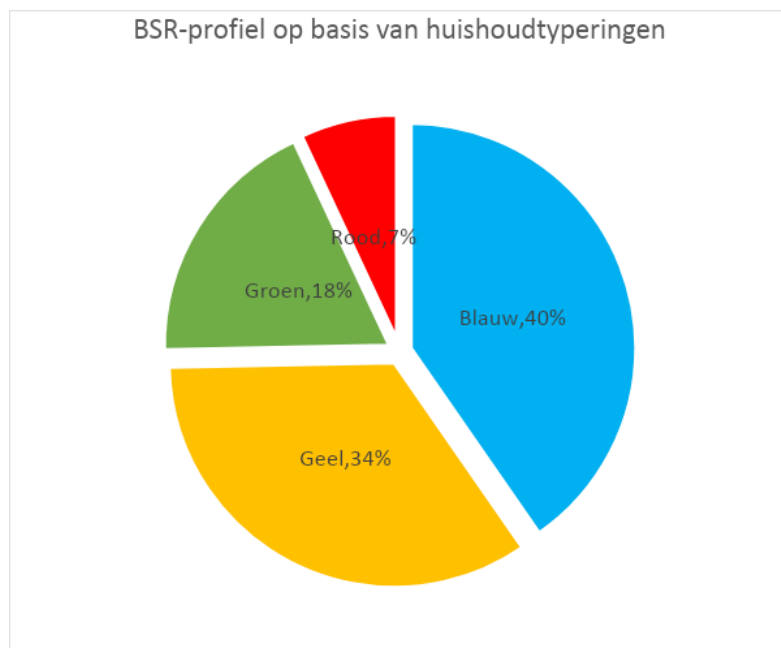
-EINDE-

Bedankt voor het invullen van de enquête!

XI. Bijlage: BSR-karaktereigenschappen

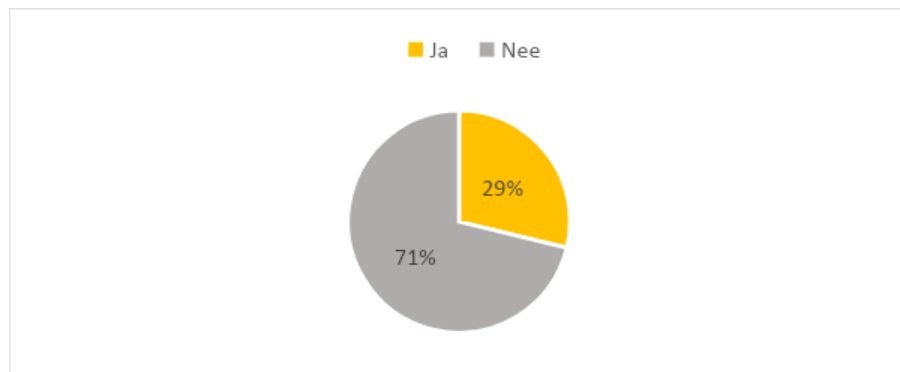


XII. Bijlage: BSR-huishoudtyperingen



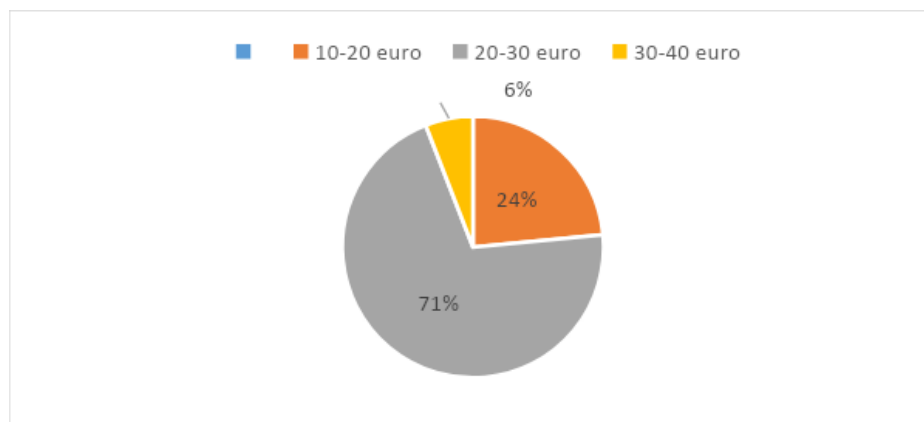
XIII. Bijlage D2

In de onderstaande tabel wordt het resultaat van enquêtevraag D2 getoond. Hierin is te zien dat 71% van de respondenten weleens naar een andere stad gaan om dagrecreatie te ondernemen wanneer zij op vakantie zijn in het dorp Ermelo. 29% van de respondenten geven aan dit niet te doen.



XIV. Bijlage: E4

In de onderstaande afbeelding wordt het resultaat van de respondent ten aanzien van de prijs voor een dagarrangement getoond.



XV. Bijlage: Criteria PMPC

De criteria van de PMPC worden onderstaand nog een keer weergegeven.

- A- De PMPC moet meerdere dagactiviteiten bevatten **die plaatsvinden in het dorp Ermelo**
- B- De PMPC moet een samenwerking zijn tussen verschillende ondernemers
- C- De PMPC moet een vernieuwend product op de markt zijn
- D- De PMPC moet passen bij de kernwaarden van **gemeente Ermelo**
- E- De PMPC moet passen bij de doelgroep**
- F- De PMPC moet een prijskaartje bevatten **tussen de 20 a 30 EUR**
- G- De PMPC moet een horecalegenheden bevatten
- H- De PMPC moet fietsverhuur aanbieden**

In de tabellen wordt er weergegeven of de optie aan de criteria van de PMPC heeft voldaan.

Criteria Optie 1	Voldaan
A	✓
B	✓
C	✓
D	✓
E	✓
F	✗
G	✓
H	✓

Criteria Optie 2	Voldaan
A	✓
B	✓
C	✓
D	✓
E	✓
F	✓
G	✓
H	✓
Criteria Optie 3	Voldaan
A	✓
B	✓
C	✓
D	✓
E	✓
F	✓
G	✗
H	✓

Wat opvallend is, is dat de criteria van de prijs bij optie 1 en 3 niet voldoen. De prijs van 20-30 EUR is de gewenste prijs die de respondent heeft aangegeven. De prijs hangt ook erg af van het dagdeel dat de toerist kiest. Dagdeel 1 is van 10:00 uur tot 14:30 uur en dagdeel 2 is van 15:00 tot 19:30 uur. Bij dagdeel 1 zit een lunch bij inbegrepen, die goedkoper is dan wanneer de toerist voor een diner kiest. Er kan geconcludeerd worden dat voor dagdeel 1 de prijs van de PMPC voldoet aan de wens van 20-30 EUR, maar voor dagdeel 2 niet. Omdat bij dagdeel 2 een diner zit inbegrepen en dus de prijs hoger is dan 30 EUR, wordt dit criteria niet zwaar gewogen.

XVI. Bijlage: Score verantwoording PMPC

Hieronder is ter herhaling de schaal te vinden waarmee de adviesopties beoordeeld konden worden.

Beoordelingscriteria	Wegingsfactor	Toelichting
Uitvoerbaarheid	1	Het is belangrijk dat de PMPC uitvoerbaar is door de gemeente Ermelo
Financiële haalbaarheid	1	Het ontwikkelen van de PMPC moet financieel haalbaar zijn voor de gemeente Ermelo
Voldoet aan PMPC-criteria	1,5	De PMPC moet voldoen aan alle criteria die zijn gegeven in 7.2
Totaal		

Optie 1 Ermelo Buitenleven

Aan uitvoerbaarheid voor optie 1 werd een score van 4 gegeven. Deze score is gegeven omdat de PMPC uitvoerbaar is voor de gemeente Ermelo. Echter bestaat het risico dat de partners niet mee willen werken aan een PMPC. Om deze reden is de uitvoerbaarheid gescoord met een 4 en niet met een 5.

De financiële haalbaarheid heeft een score van 3. De personeels- en marketingkosten zijn de grootste kostenposten voor deze PMPC. Hierbij komen extra personeelskosten voor de partner en zijn de uitbetalingen aan de partners hoger, omdat er een hogere omzet gegenereerd wordt. Om deze reden, scoort de financiële haalbaarheid een 3.

Optie 1 voldoet aan 6 criteria van de PMPC. Het criterium voor de prijs voldoet hier niet aan. De prijs van de PMPC is hoger dan het gewenste bedrag van de toerist, dat tussen de 20-30 EUR ligt. Zowel voor dagdeel 1 als voor dagdeel 2 is de prijs van de PMPC hoger.

Optie 2 Ermelo Binnenleven

De uitvoerbaarheid voor optie 2 scoort een 4. Deze PMPC is makkelijker uitvoerbaar doordat dit relatief 'kleine' activiteiten zijn. Hiermee wordt bedoeld dat er niet veel georganiseerd moet worden om de PMPC tot stand te brengen. Echter, scoort optie 2 geen 5 doordat hier ook het risico aan verbonden zit dat er geen partners zijn die willen meewerken.

Ook de financiële haalbaarheid scoort een 4. Aangezien er hoge personeelskosten en marketingkosten aan verbonden zijn, zijn de kosten voor het realiseren van deze PMPC lager. Denk hierbij bijvoorbeeld aan: Geen extra personeelskosten voor de partner en de kosten die verdeeld worden onder de partners zijn in optie 2 lager. Dit omdat de omzet lager is. Om deze reden scoort optie 2 een 4.

Optie 2 voldoet aan alle 7 criteria van de PMPC. De prijs van de PMPC ligt binnen het gewenste bedrag bij dagdeel 1. De prijs van dagdeel 2 ligt 2,50EUR boven het gewenste budget. Door het lage prijsverschil wordt dit niet zwaar meegerekend.

Optie 3 Ermelo Samenleven

Optie 3 Ermelo Samenleven scoort een 4 bij de uitvoerbaarheid. Deze PMPC is ook makkelijk uitvoerbaar, omdat er niet veel georganiseerd moet worden om deze PMPC te ontwikkelen. Echter scoort optie 3 geen 5 omdat hier ook het risico aan verbonden zit dat er geen partners zijn die willen meewerken.

Financiële haalbaarheid scoort ook een 4. Ook hier geldt dat er hoge personeelskosten en marketingkosten aan verbonden zijn. De kosten voor het realiseren van deze PMPC is laag. Denk hierbij bijvoorbeeld aan geen extra personeelskosten voor de partner. De kosten die verdeeld worden onder de partners zijn in optie 2 lager, omdat de omzet lager is. Om deze reden, scoort optie 2 een 4.

Optie 3 voldoet aan 6 criteria van de PMPC. Ook hierbij is het de criteria 'prijs' die niet voldoet aan het gewenste bedrag: Bij dagdeel 1 betaalt de consument €30 en bij dagdeel 2 is dit €35. Het gewenste bedrag ligt tussen de 20-30 EUR.

XVII. Bijlage: Berekening jaarlijkse opbrengsten partners van de PMPC

PMPC Ermelo Binnenleven				
Partner	Activiteit	Jaarlijkse opbrengsten	% van de opbrengst	Verdiensten
Camping De Haeghehorst	Fietsverhuur	€5 x 2 volwassenen x 24 gezinnen = 240 x 4 periodes = 960 EUR	40%	€384
Boerderij-pret	In- en outdoor speelparadijs	<u>Dagdeel 1:</u> €4,50 x 2 kinderen = 9 x 24 gezinnen = €216 x 4 periodes = €864 EUR <u>Dagdeel 2:</u> €6,50 x 2 kinderen = 13 x 24 gezinnen = €312 x 4 periodes = €1.248 Volwassenen zijn gratis	40%	Dagdeel 1: €345,60 Dagdeel 2: €499,20
De Dorpskamer	Horecagelegenheid	<u>Dagdeel 1:</u> lunch volwassenen €10 x 2 volwassenen = 20 x 24 gezinnen = 480 x 4 periodes = €1.920 Lunch kind €5 x 2 kinderen = 10 x 24 gezinnen = €240 x 4 periodes = €960 Totaal: €2.880 <u>Dagdeel 2:</u> diner volwassenen €20 x 2 volwassenen = €40 x 24 gezinnen = €960 x 4 periodes = €3.840 Diner kind €10 x 2 kinderen = 20 x 24 gezinnen = 480 x 4 periodes = €1.920 Totaal: €5.760	40%	Dagdeel 1: €1.152 Dagdeel 2: €2.304
De Heerlijkheid	Bowlen	€26 per bowlingbaan x 24 gezinnen = €624 x 4 periodes = €2.496	40%	€998,40

XVIII. Bijlage: Berekening jaarlijkse omzet

Berekening jaarlijkse omzet PMPC Ermelo Binnenleven dagdeel 1

Prijs PMPC Ermelo Binnenleven: Volwassenen €28 per persoon en kinderen €9,50 per persoon. Zoals er net werd aangegeven, bestaat een gezin uit 2 volwassenen en 2 kinderen. De totale prijs voor een PMPC, per gezin bedraagt €75. $€75 \times 24 \text{ gezinnen} = €1.800 \times 4 \text{ periodes} = €7.200$ aan jaarlijkse opbrengsten.

Berekening jaarlijkse omzet PMPC Ermelo Binnenleven dagdeel 2

Prijs PMPC Ermelo Binneleven: Volwassenen €32,50 per persoon en kinderen €16,50 per persoon. Ook hier geldt dat een gezin bestaat uit 2 volwassenen en 2 kinderen. De totale prijs voor een PMPC, per gezin bedraagt €98. $€98 \times 24 \text{ gezinnen} = €2.352 \times 4 \text{ periodes} = €9.408$

XIX. Bijlage: planning

Fases	Activiteit	Wie?	Waar?	Deadline	Periode
Verkennen					
Voorbereiding	Initieel thesisvoorstel	Djemirah Florentinus	Saxion		3.8
	Introductieweek	Djemirah Florentinus	Saxion		3.11
TPD	Inleiding	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	14-6-2019	4.6
	Theoretisch kader	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	28-6-2019	4.7-4.8
	Methodologie	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	12-7-2019	4.9-4.10
	Adviesplan	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	23-8-2019	5.10
	Planning en organisatie	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	30-8-2019	5.11
	Inleveren TPD	Djemirah Florentinus	Blackboard	6-9-2019	1.1
	Toets TPD	Djemirah Florentinus/examinatoren	Saxion	4-10-2019	1.5
Veldonderzoek	Marktonderzoek	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	13-9-2019	1.2
	Doelgroep analyse	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	20-9-2019	1.3
	Enquête samenstellen	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	27-9-2019	1.4
	Feedback enquête	Anneke van der Mey	Saxion	14-10-2019	1.7
	Enquête verspreiden	Djemirah Florentinus	Vakantieparken Ermelo	21-10-2019	1.8-1.10
	Enquête verwerken	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	4-11-2019	1.10-2.1
Vormen					
Thesis	Inleiding	Djemirah Florentinus	Saxion	11-10-2019	3.2
	Theoretisch kader	Djemirah Florentinus	Saxion	11-10-2019	3.2
	Methodologische verantwoording	Djemirah Florentinus	Saxion	21-10-2019	3.3
	Resultaten analyseren	Djemirah Florentinus	Saxion	18-11-2019	3.4
	Advies	Djemirah Florentinus	Saxion	2-12-2019	3.5/3.6
	Inleveren thesis	Djemirah Florentinus	Blackboard & hardcopy Saxion	30-3-2020	3.7
Opbouw verslag	Voorwoord	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	6-1-2019	3.6

	Samenvatting	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	6-1-2019	3.6
	Nawoord	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo	6-1-2019	3.6
	Literatuurlijst	Djemirah Florentinus	Gemeente Ermelo		Te allen tijde
Bijeenkomsten	Meeting eerste examiner	Djemirah Florentinus/Maureen Numan	Saxion		3.1, 3.3, & 3.5
	Meeting opdrachtgever	Djemirah Florentinus/Pauline Verheule	Gemeente Ermelo		n.v.t
	Meeting onderzoeksdocent	Djemirah Florentinus/Anneke van der Mey	Saxion		n.v.t
	Feedback momenten	Djemirah Florentinus/Maureen Numan	Mail		3.1, 3.3, 3.5, 3.6 en 3.7

XX. Figuren- en tabellenlijst

Figuren:

Figuur 1: BSR-model	9
Figuur 2: Bron: Checkmarket (2019) Afbeelding 2, Steekproefcalculator	14
Figuur 3: BSR-profiel gemeente Ermelo	15
Figuur 4: BSR-profiel fair share Nederland	15
Figuur 5: Populatie respondenten geslacht	16
Figuur 6: Verdeling duur vakantie	16
Figuur 7: Verdeling gezelschap	17
Figuur 8: Resultaten B2	17
Figuur 9: Resultaten B3	17
Figuur 10: Resultaten B4	18
Figuur 11: BSR-profiel o.b.v. veldonderzoek	19
Figuur 12: Resultaten D1	19
Figuur 13: Resultaten D6	20
Figuur 14: Resultaten D7	21
Figuur 15: Resultaten E2	21
Figuur 16: Resultaten E3	22

Tabellen:

Tabel 1: Onderzoeks- en deelvragen	4
Tabel 2: Onderzoeks- en deelvragen	3
Tabel 3: Resultaten D3	20
Tabel 4: Vergelijking BSR-profielen	23
Tabel 5: Beoordelingscriteria & wegingsfactor	30
Tabel 6: Beoordeling adviesoptie 1	31
Tabel 7: Beoordeling adviesoptie 2	31
Tabel 8: Beoordeling adviesoptie 3	31
Tabel 9: Planfase	33
Tabel 10: Do fase	35
Tabel 11: Check fase	35
Tabel 12: Act fase	36
Tabel 13: Kostenberekening	37
Tabel 14: Berekening aantal uren per week	37
Tabel 15: Verwachte opbrengsten	38
Tabel 16: PMPC Ermelo Binnenleven	38

XXI. Bijlage: Gantt Chart

