

# Jachthavens in Nederland

Marktonderzoek



Door E. Paulusma in samenwerking met Muller Makelaardij  
Samenvatting afstudeeronderzoek Hanzehogeschool Groningen  
Sneek – april 2020

**MULLER MAKELAARDIJ**

Oude Oppenhuizerweg 83

8606 JC SNEEK

☎ 0515 43 06 23

✉ [info@mullermakelaardij.nl](mailto:info@mullermakelaardij.nl)

🌐 [www.mullermakelaardij.nl](http://www.mullermakelaardij.nl)

## Inleiding

Dit onderzoek is uitgevoerd door E. Paulusma in opdracht van Muller Makelaardij. Muller Makelaardij is in Sneek gevestigd en heeft zich gespecialiseerd in begeleiding bij de aan- en verkoop van, en het taxeren van watersportgebonden onroerend goed en bedrijven. Het bedrijf is in 1997 opgericht en sindsdien een bekende naam in de watersportbranche. Muller Makelaardij werkt landelijk en richt zich vooral op jachthavens, jachtcharters, jachtbouw, zeilscholen en ander watersportgebonden onroerend goed.

Het onderzoek is gedaan door E. Paulusma ten behoeve van zijn afstudeerscriptie voor de studie Bedrijfskunde aan de Hanzehogeschool te Groningen. Het doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in de jachthavenmarkt op het gebied van de interne markt van jachthavens en externe factoren die hier (mogelijk) invloed op hebben. Daarom is gekeken naar welke trends en ontwikkelingen in de jachthavenmarkt intern en extern plaatsvinden en wat de behoeftes zijn van de ligplaatshouders. Om dit doel te bereiken is voor het onderzoek de volgende hoofdvraag gesteld:

*“Op welke wijze kan een commerciële jachthaven haar verdienmodel verbeteren en zich aanpassen aan de behoeftes van haar klanten?”*

Deze is op haar beurt verdeeld in meerdere deelvragen:

1. *Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de jachthavenmarkt?*
2. *Wat zijn de behoeftes van de klanten?*
3. *Wat zijn de huidige ligplaatstarieven en bezettingsgraden van jachthavens?*
4. *Wat zijn de kansen en bedreigingen in de markt?*

In deze samenvatting zijn de belangrijkste bevindingen per deelvraag weergegeven, en worden vervolgens de bevonden conclusies weergegeven evenals de aanbevelingen die hier uit voortvloeien.

*NB. Het onderzoek is uitgevoerd voordat de wereldwijde pandemie van Covid-19 uit brak. Hierdoor is het mogelijk dat de onderzoeksresultaten minder nauwkeurig zijn.*

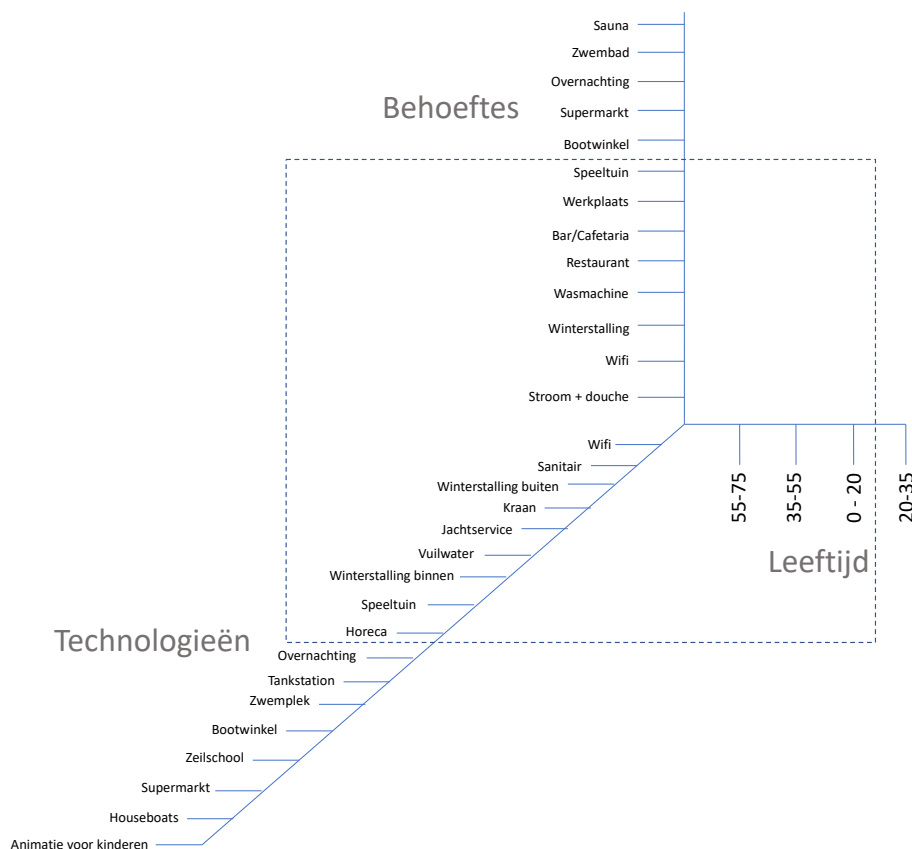
## 1. Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de jachthavenmarkt?

Door middel van de zogenaamde 'DESTEP-methode' is gekeken naar externe factoren die (mogelijk) invloed hebben op de jachthavenmarkt. Dit betekent dat er gekeken is naar ontwikkelingen op het gebied van demografie, economie, sociaal-culturele ontwikkelingen, technologie, ecologie en politiek. Hierdoor zijn onderstaande trends en ontwikkelingen zichtbaar geworden:

- De vergrijzing van de Nederlandse bevolking zet door. Volgens het CBS wordt in 2030 verwacht dat een kwart van de bevolking ouder is dan 65 jaar.
- Economisch gezien krijgt de watersport weer impulsen en geniet het van een hoogconjunctuur. Nederlanders (40%) houden steeds vaker vakanties in eigen land. Dit betreft dan kortere vakanties van twee tot vier dagen. Ook het Duitse toerisme in Nederland is in het afgelopen jaar met 11% gestegen.
- Sociale verschuivingen vinden ook plaats. Het valt op dat jongeren de laatste jaren liever op vakantie naar het buitenland gaan en minder behoefte hebben aan het bezitten van een boot. Het huren van een boot is wel een trend die steeds meer opkomt.
- Nieuwe technologie in de branche wordt langzaam opgenomen. Het digitaliseren van havens is op dit moment een belangrijke stap die genomen moet worden om accurate en transparante cijfers te kunnen gebruiken.
- Waterplanten zijn in sommige vaarwateren een grote last voor jachthavens. Het belemmert het vaargebied; juridisch en ecologisch gezien is dit een lastig vraagstuk. De vraag betreft wie er verantwoordelijk is voor het maaien van deze planten, óf het maaien mogelijk is en op welke manier dit mogelijk is.
- De concurrentiestrijd tussen de commerciële en niet-commerciële jachthavens blijft voortduren door mogelijk oneerlijke concurrentie. Branchevereniging HISWA is actief bezig om oneerlijke concurrentie van niet-commerciële jachthavens aan te vechten.

## 2. Wat zijn de behoeften van de jachthavenklanten?

Om te onderzoeken wat ligplaatshouders belangrijk vinden ten opzichte van het huidige aanbod is 'het model van Abell' gebruikt. Hier worden de behoeften van de klanten (ligplaatshouders) en de technologieën (huidige aanbod van voorzieningen in jachthavens) met elkaar vergeleken. Onderstaand model is hier uit voortgevloeid:



Op de as met behoeftes wordt aangegeven welke wensen ligplaatshouders hebben. Daar tegenover staat de technologieën-as, waarop wordt weergegeven welke voorzieningen jachthavens gemiddeld in Nederland momenteel aanbieden. Op de horizontale as worden verschillende leeftijdsgroepen weergegeven. Voor alle assen geldt: des te dichterbij het beginpunt van de as, des te meer behoefte, des te vaker aanwezig of des te belangrijker de informatie op de as is. De gegevens binnen het gestippelde vierkant geven aan waar een jachthaven (gemiddeld gezien) zich in ieder geval op dient te focussen. Door net buiten het kader te kijken worden kansen zichtbaar. Te zien valt bijvoorbeeld dat de behoefte aan een supermarkt op of nabij een jachthaven er is, maar dat deze op de gemiddelde jachthaven nauwelijks wordt aangeboden (technologie-as). Dit geldt tevens voor een boot/watersportwinkel en overnachtingsmogelijkheden. Een niet vervulde behoefte is dus een kans.

### 3. Wat zijn de huidige ligplaatstarieven en bezettingsgraden van jachthavens?

Op basis van een uitgestuurde enquête die door 113 Nederlandse jachthavens is beantwoord zijn de ligplaatstarieven en de bezettingsgraden van jachthavens geanalyseerd. In de onderstaande tabel worden de ligplaatsprijzen en bezettingsgraden van jachthavens per regio weergegeven. De prijs is gebaseerd op een boot met een lengte van 10 meter.

2020	Regio	Bezettingsgraad	Prijs
1	Hollandse plassen	95,43%	€ 1.088,00
2	Randmeer	92,63%	€ 943,00
3	Utrecht/Loosdrecht/Vinkeveen	92,40%	€ 1.782,00
4	Friese meren	92,00%	€ 1.052,00
5	Delta	89,38%	€ 1.261,00
6	Noord-overig	87,83%	€ 725,00
7	IJsselmeer/Noord-Holland Noord	87,70%	€ 1.092,00
8	Rivierengebied	85,40%	€ 1.242,00
	<b>Gemiddelde</b>	<b>90,12%</b>	<b>€ 1.127,26</b>

Vervolgens worden hieronder de bezettingsgraden per eigendom-soort weergegeven. Een belangrijk verschil met het eerdere onderzoek uit 2015 is dat de bezettingsgraad van commerciële jachthavens stijgt met 4% en dat de gemeentehavens een significante daling laten zien van 17%.

Eigendom	Gemiddelde	Laagste bezettingsgraad	Hoogste bezettingsgraad	Aantal respondenten
Commercieel	89,78%	47%	100%	76
Stichting	95,71%	80%	100%	7
Watersportvereniging	93,04%	60%	100%	23
Gemeentehaven of ander	70%	50%	80%	4
<b>Totaal</b>	<b>90,12%</b>	<b>47%</b>	<b>100%</b>	<b>110</b>

## 4. Wat zijn de kansen en bedreigingen voor de jachthavenmarkt?

Door middel van diepte-interviews met verschillende jachthavenexploitanten, de resultaten van het onderzoek uit 2015 en de reeds verzamelde informatie is deze deelvraag beantwoord. De kansen en bedreigingen worden hieronder samengevat weergegeven:

Geconstateerde kansen:

- De opkomst van sloepen
- De opkomst van verhuur van boten
- Behoeftte aan langer verblijf in een jachthaven
- Extra faciliteiten toevoegen voor alternatieve vormen van overnachting
- Gefaseerde transitie naar elektrische motorisering van boten
- Goede horeca (bar/café/restaurant)
- Promotie van watersport (voornamelijk bij jongeren)
- Realiseren van een supermarkt en/of watersportwinkel op of nabij de jachthaven
- Locatie in vaargebied of omgeving juist vermarkten (investeren in marketing)

Geconstateerde bedreigingen:

- Vergrijzing van de watersportdemografie
- Afhankelijkheid van de conjunctuur (economie)
- Snel veranderende wetgeving
- Jongeren kopen minder boten
- Te groot aanbod van ligplaatsen
- Verarming van de omgeving (windmolens, achterstallig onderhoud gemeenten, etc.)
- Daling van toerisme door o.a. goedkope vliegtickets
- Slechte zomers

## Conclusies

Aan de hand van de voorgaande resultaten kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De vergrijzing van de bevolking zal impact hebben op de watersport; het is aan de jachthavenondernemers om zich hierop aan te passen.
- Er zijn verschillende voorzieningen die worden gemist bij een jachthaven; een supermarkt of watersportwinkel is hierbij het meest gemist.
- De bezettingsgraad van jachthavens is gemiddeld 90,12% en is met 2% gestegen ten opzichte van 2015.
- De gemiddelde ligplaatsprijs voor een boot van 10 meter is € 1.127,26 excl. btw.
- Na hetzelfde resultaat in 2015 is ook nu een sterke samenhang gevonden tussen de eigendomsoort en de prijs van een ligplaats.
- De gemiddelde bezettingsgraad van commerciële jachthavens laat een stijging van 4% zien; de gemeentehavens een daling van 17%.
- Er is geen samenhang te vinden tussen de hoogte van de bezettingsgraad en het voorzieningenniveau.
- Jachthavens worden steeds vaker gezien als verblijfplaats voor watersporters in plaats van een parkeerplaats voor boten.

## Aanbevelingen

- Voor jachthavens die hevige concurrentie ondervinden van zowel commerciële als niet-commerciële jachthavens kan het raadzaam zijn om zich te onderscheiden door middel van aanbod in voorzieningen en service.
- Jachthavens die zich te veel focussen op inkomsten uit ligplaatsen zullen op lange termijn kwetsbaarder worden; voor hun is het raadzaam om het risico te spreiden en inkomsten uit diversificatie van producten te behalen.
- Voor jachthavens die geen volledige bezetting hebben en geen duidelijke doelgroep hanteren is het raadzaam om zich hierop te focussen om zo meer klanten en dus omzet te genereren.
- Voor jachthavens die geen volledige bezetting hebben kan het anders indelen van de jachthaven interessant zijn. Ligplaatsen geschikt maken voor verhuurboten en/of houseboats kan hier zorgen voor extra inkomsten.
- Op de lange termijn zal het botenbezit hoogstwaarschijnlijk afnemen. Het is raadzaam hierop bedacht te zijn en je als jachthaven goed te onderscheiden en/of aan te passen aan deze verandering.
- Aangezien een watersportwinkel en een supermarkt veel wordt gemist door ligplaatshouders is het toevoegen van deze voorziening of een alternatief hiervan raadzaam. Wanneer het fysiek toevoegen van een winkel niet mogelijk is, kan bijvoorbeeld het bezorgen van boodschappen een service van enorme waarde zijn.
- Overnachtingsfaciliteiten naast de ligplaatsen is ook een trend die steeds meer opkomt en wordt benoemd. Daarom is het raadzaam om te kijken of er vraag en mogelijkheden zijn voor deze voorziening.
- Het is raadzaam voor jachthavens om hun liggelden te baseren op hun kosten of hun beoogde winst. Nu worden de ligplaatstarieven veelal gebaseerd op de prijzen uit het verleden.
- Het is raadzaam om te kijken of je je als jachthaven goed positioneert in de markt en of je je unique selling points goed overbrengt op potentiële klanten. Goede marketing is van belang om dit naar buiten te brengen.
- Als laatste is het van belang om de verschuivingen van vraag van de ligplaatshouders nader te bekijken in een ander onderzoek, waarbij de focus ligt op de wensen van de klanten.



## Tot slot

Muller Makelaardij wil Eduard bedanken voor het gedane onderzoek. Wij zijn van mening dat het onderzoek bijdraagt aan de kennis over de jachthavenmarkt en dat het nieuwe inzichten geeft in de huidige kansen en bedreigingen in de markt. Wij hopen dat u als lezer handvatten heeft gekregen om uw bedrijf nog beter te maken.

Heeft u vragen aan de hand van het onderzoek? Of wilt u informatie over wat Muller Makelaardij voor u kan betekenen als makelaar in watersportgebonden onroerend goed?

Neem vrijblijvend contact met ons op via [info@mullermakelaardij.nl](mailto:info@mullermakelaardij.nl) of via 0515 – 43 06 23.