

M.C.C. van Koulik  
J.L. Teeuwen  
M.J. Voskuilen

Publicatie 2.210

## AANBOD VAN AGROTOERISME IN NEDERLAND

Juli 1998



NO. 626-2.210  
SERIE A  
NLV: 1998350525

Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO)  
Afdeling Structuuronderzoek

963111

## REFERAAT

### AANBOD VAN AGROTOERISME IN NEDERLAND

M.C.C. van Koulik, J.L. Teeuwen en M.J. Voskuilen

Den Haag, Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO), 1998

Publicatie 2.210

ISBN 5242-451-9

49 p.

Dit onderzoek geeft aan de hand van de Landbouwtelling 1997 en een bestand van Stichting Boerderij Toerisme Nederland inzicht in het agrotouristisch aanbod in Nederland. Naast omvang van het aanbod wordt ook gekeken naar de spreiding, zowel landelijk als per provincie. Daarnaast wordt de landbouwkant van bedrijven met agrotourisme belicht. Het gaat hierbij onder andere om bedrijfstype, bedrijfsomvang, arbeidsbezetting en opvolging. Afsluitend wordt ingegaan op de mogelijkheden voor verdere ontwikkeling en uitbreiding van agrotourisme.

Agrotourisme/Verblijfsrecreatie/Dagrecreatie/Aanbod/Spreiding/Landbouw

Omslagfoto: Agrotourisme (bedrijf Blankers), Gapinge

---

Overname van de inhoud toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.

# INHOUD

	Blz.
WOORD VOORAF	5
SAMENVATTING	7
1. INLEIDING	11
1.1 Achtergrond en doelstelling	11
1.2 Afbakening	11
1.3 Aanpak	11
1.4 Opzet van de rapportage	13
2. AANBOD AGROTOERISME	14
2.1 Inleiding	14
2.2 Definitie agrotourisme	14
2.3 Aanbod in de literatuur	15
2.4 Aanbod agrotourisme in Nederland	15
2.5 Provinciale verdeling agrotourisme	16
2.6 Dagrecreatie	19
2.7 Verblijfsrecreatie	21
2.8 Conclusie	24
3. DE LANDBOUWKANT VAN BEDRIJVEN MET AGROTOERISME	26
3.1 Inleiding	26
3.2 Agrarisch bedrijfstype	26
3.3 Agrarische bedrijfsomvang	27
3.4 Intensiteit grondgebruik	29
3.5 Arbeidsbezetting	30
3.6 Leeftijd en opvolging	32
3.7 Conclusies	34
4. POTENTIE AGROTOERISME	36
4.1 Inleiding	36
4.2 Potentie	36
4.3 Het agrarisch bedrijf	36
4.4 De omgeving	37
4.5 De consumentenmarkt	38
4.6 Besluit	40
LITERATUUR	42

	<b>Blz.</b>
<b>BIJLAGEN</b>	<b>43</b>
1. Aanbod agrotourisme in Nederland onderverdeeld naar provincie in aantal en percentage	44
2. Overzichtskaarten:	
- agrarische bedrijven met ontvangst en/of verkoop	45
- agrarische bedrijven met alleen een camping	46
- agrarische bedrijven met overige logiesverstrekking	47
- agrarische bedrijven met een combinatie van dag- en verblijfsrecreatie	48
3. Begrippenlijst	49

## WOORD VOORAF

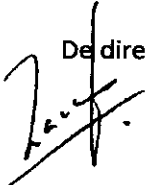
Agrotoerisme staat al geruime tijd in de belangstelling, aangezien het een steeds meer voorkomende neventak op agrarische bedrijven is. Over deze toeristisch-recreatieve neventak is echter nog weinig bekend en de informatie die er is wordt versnipperd aangeboden. Er is behoefte aan inzicht in het aanbod van agrotoerisme, als een van de belangrijkste neventakken.

Tegen deze achtergrond heeft het Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO) een onderzoek uitgevoerd naar het aanbod van agrotoerisme. Dit rapport is hier de weerslag van. Op basis van de CBS-Landbouwtelling 1997 en gegevens van de Stichting Boerderij Toerisme Nederland is het landelijke aanbod en de verdeling ervan over Nederland weergegeven.

Het onderzoek is besproken met Dhr. drs. F. Janmaat (Ministerie LNV, Directie Landbouw), Mw. M. de Lange (Ministerie LNV, Directie Groene Ruimte en Recreatie), Mw. Ing. M. Lamain (De Landbouw Voorlichting) en Dhr. A.M. Schönwetter (Stichting Boerderij Toerisme Nederland).

De verwerking van de gegevens is uitgevoerd door Drs. B. Koole. De cartografische weergave is verzorgd door Mw. M. van Heusden. Beiden zijn werkzaam op de afdeling Structuuronderzoek van LEI-DLO.

Speciale dank gaat uit naar de Stichting Boerderij Toerisme Nederland voor hun bijdrage aan dit rapport via het ter beschikking stellen van hun databestand.

De directeur,  


L.C. Zachariasse

Den Haag, juli 1998

# SAMENVATTING

## *Doelstelling*

Agrotoerisme staat al geruime tijd in de belangstelling, aangezien het een steeds meer voorkomende neventak op agrarische bedrijven is. Over deze toeristisch-recreatieve neventak is echter nog weinig bekend en de informatie die er is wordt versnipperd aangeboden. Er is een vraag ontstaan naar inzicht in het aanbod van agrotoerisme, als een van de belangrijkste neventakken.

Doel van het onderzoek is het vergroten van inzicht in het aanbod van agrotoerisme in Nederland. Getracht wordt een zo goed mogelijk beeld te geven van het nationale aanbod, gebaseerd op de gegevens uit Landbouwtelling 1997 en van Stichting Boerderij Toerisme Nederland.

## *Aanbod agrotoerisme*

### - *Agrotoerisme totaal*

In Nederland heeft iets meer dan 2% van de agrarische bedrijven een vorm van agrotoerisme op het bedrijf. In de meeste provincies ligt het aandeel rond dit gemiddelde. In Zeeland echter ligt het percentage met 8% circa drie maal zo hoog.

Totaal zijn er in Nederland minimaal 2.258 bedrijven met agrotoerisme. Ruim 60% richt zich op het aanbieden van *alleen* verblijfsrecreatie, ruim een kwart op *alleen* dagrecreatie en de rest biedt een combinatie van beiden aan.

In Nederland zijn er 1.200 bedrijven met (in ieder geval) een camping. Dit aantal ligt lager dan de schattingen uit de literatuur. En hoewel de boerderijcamping nog steeds de meest voorkomende vorm van agrotoerisme is, blijkt dat ook overige logiesverstrekking en ontvangst van en/of verkoop aan recreanten veel voorkomt. Echter, dit blijkt vaker in combinatie met andere vormen van agrotoerisme te worden aangeboden dan de camping.

Gelderland en Zeeland blijken het grootste aandeel bedrijven met agrotoerisme te hebben. Flevoland, Groningen en Utrecht blijven ver achter bij de overige provincies. Een concentratie van agrotoerisme is met name te vinden aan de kust (Walcheren, Schouwen-Duiveland en Texel), in het oosten van het land (de Achterhoek/de Graafschap, Salland en Twente), in Brabant rond de diverse natuurgebieden (Meierij, Kempen en Peel) en in het zuidelijkste puntje van Limburg.

### - *Dagrecreatie*

Dagrecreatie is voornamelijk te vinden in Noord-Brabant en Gelderland. De spreiding over Nederland is vrij redelijk, met een iets sterkere concentratie in de Meierij en de Peel, de Gelderse Vallei en het gebied tussen de steden Den

Haag, Haarlem en Hilversum. Opvallend is dat Zuid-Holland, dat op het totaal-aanbod aan agrotourisme vrij laag scoort, met 12% een vrij groot aandeel in het dagrecreatief aanbod heeft.

- *Verblijfsrecreatie*

De verdeling van het verblijfsrecreatief aanbod over de provincies is ongeveer gelijk aan die van het totaal-aanbod aan agrotourisme. De spreiding over Nederland laat iets minder groter concentratiepunten zien en de verdeling over de provincies Noord- en Zuid-Holland is duidelijk minder dan die van de andere provincies.

Als gekeken wordt naar de meest voorkomende vorm van verblijfsaccommodatie, de camping, dan is de spreiding veel minder in de Randstad en Groningen. De boerderijcamping is qua aantal met name te vinden in Zeeland en Gelderland. Sterke concentraties zijn aan te wijzen op de Zeeuwse eilanden en op Texel.

*De landbouwkant van bedrijven met agrotourisme*

Ruim de helft van de bedrijven met agrotourisme behoort tot de graasdierbedrijven (melkvee- en overige graasdierbedrijven), een vijfde tot de akkerbouwbedrijven, ruim een tiende tot de gemengde bedrijven, een tiende tot de tuinbouwbedrijven en de rest tot de hokdierbedrijven. In vergelijking met alle agrarische bedrijven komen die met agrotourisme wat meer voor onder de meer grondgebonden typen (graasdierhouderij, akkerbouw en gemengd) en wat minder onder de minder grondgebonden typen (hokdier en tuinbouw).

De bedrijven met agrotourisme zijn gemiddeld kleiner dan het doorsneebedrijf. Maar als de tuinbouw- en hokdierbedrijven buiten beschouwing worden gelaten, zijn de bedrijven met agrotourisme gemiddeld minstens even groot als alle bedrijven in het overeenkomstige bedrijfstype.

De bedrijven met agrotourisme komen minder voor op de intensievere bedrijfstypen (hokdier- en tuinbouwbedrijven) dan op de extensievere, meer grondgebonden typen. Echter, de intensiteit van het grondgebruik (nge per hectare cultuurgrond) op laatstgenoemde bedrijven is vrijwel gelijk aan die voor alle bedrijven.

Als gekeken wordt naar de gemiddelde arbeidsbezetting, dan blijkt deze van bedrijven met agrotourisme maar weinig af te wijken van alle bedrijven. Worden de tuinbouwbedrijven uit het totaal gelaten, dan komt de arbeidsbezetting ruim boven die van alle bedrijven uit. Wordt dit afgezet tegen de bedrijfsomvang (een groter bedrijf vergt meer arbeid), dan blijken bedrijven met agrotourisme ruimer in hun arbeid te zitten dan alle bedrijven. Daarnaast ligt ook de gemiddelde vrouwelijke arbeidsbezetting hoger dan op alle bedrijven.

Als gekeken wordt naar het aantal bedrijven met een bedrijfshoofd van 50 jaar of ouder en met een opvolger (bedrijven gericht op continuïteit), dan blijken de perspectieven op continuïteit voor bedrijven met agrotourisme beter te zijn dan voor alle bedrijven. Vooral bedrijven met agrotourisme die behoren tot de overig graasdier-, gemengde en melkveebedrijven hebben betere vooruitzichten dan alle bedrijven in het overeenkomstige bedrijfstype.

## *Potentie agrotourisme*

De mogelijkheden voor agrotourisme hangen samen met het type agrarisch bedrijf, de omgeving en de consumentenmarkt. De verdeling van het type agrarisch bedrijf over Nederland geeft aan waar meer of minder kans is op de ontwikkeling van agrotourisme. In Noord- en Zuid-Holland liggen de uitbreidingskansen vooral in de dagrecreatie en niet in de verblijfsrecreatie, aangezien er veel tuinbouw voorkomt. In het Noorden en Oosten van Nederland en in Noord-Brabant komen veel melkveebedrijven voor en de mogelijkheden lijken hier vooral te liggen in andere logiesverstrekking dan een camping.

De aantrekkelijkheid van een gebied is mede bepalend voor de kansen voor agrotourisme. Over het algemeen kan gezegd worden dat door ontwikkeling van natuur en kwaliteit van het bestaande landschap met name de noordelijke provincies goede kansen hebben voor het aantrekken van agrotouristen.

Een belangrijke voorwaarde voor de ontwikkeling van agrotourisme is de vraag. Door vergrijzing en toename van het aantal vrouwen dat na het dertigste levensjaar kinderen krijgt, neemt de potentiële doelgroep voor agrotourisme toe. Daarnaast worden kansen gezien via algemene trends als onder andere groeiende vraag naar natuur- en gezondheidstourisme, toename tweede en derde vakanties, cultuurtoerisme en kleinschaligheid. Een bedreiging wordt gevormd door een toename van het aantal goedkope buitenlandse (vlieg)reizen, als vervanging voor een vakantie in het relatief dure Nederland.

Echter, de kansen en bedreigingen kunnen alleen dan goed aangepakt worden als de sector zich meer richt op structurele samenwerking en promotie. Gedegen marktonderzoek naar de agrotourist is hierbij een belangrijk uitgangspunt.



# 1. INLEIDING

## 1.1 Achtergrond en doelstelling

Agrotoerisme staat al geruime tijd in de belangstelling, aangezien het een steeds meer voorkomende neventak op agrarische bedrijven betreft. Over deze toeristisch-recreatieve neventak is echter nog weinig bekend en de informatie die er is wordt versnipperd aangeboden. Er is een vraag ontstaan naar inzicht in het aanbod van agrotoerisme, als een van de belangrijkste neventakken.

Doel van het onderzoek is het vergroten van inzicht in het aanbod van agrotoerisme in Nederland. Getracht wordt een zo goed mogelijk beeld te geven van het nationale aanbod, gebaseerd op de gegevens uit de Landbouwtelling 1997 en het databestand van Stichting Boerderij Toerisme Nederland.

## 1.2 Afbakening

Het onderzoek omvat alleen de landbouwbedrijven die voorkomen in de Landbouwtelling 1997. De resultaten zijn daarbij zodanig gepubliceerd dat daaruit geen gegevens van individuele bedrijven kunnen worden afgeleid.

## 1.3 Aanpak

Om te komen tot een overzicht van het aanbod van agrotoerisme is allereerst gekeken naar de uitkomsten uit de Landbouwtelling 1997.

### *Landbouwtelling*

Jaarlijks vindt er, gebaseerd op de Landbouwwet, een Landbouwtelling plaats. Tijdens deze telling worden gegevens opgenomen over de structuur en de omvang van elk agrarische bedrijf.

In de Landbouwtelling van 1997 is voor het eerst een vraag opgenomen over agrotoerisme. Hierbij werd alleen gevraagd of een agrariër een bepaalde vorm van agrotoerisme aanbood en werd niet ingegaan op verdergaande informatie per activiteit. De vraag luidde als volgt: "Heeft u op uw bedrijf een van de volgende toeristische activiteiten?"

- (mini)camping;
- andere verblijfsaccommodatie;
- stalling van recreatiegoederen en -dieren;
- verhuur van recreatiegoederen en -dieren;
- ontvangst van en/of verkoop aan recreanten.

De vraag viel onder het niet-verplichte deel van de Landbouwtelling. Van de in totaal 107.919 agrarische bedrijven hebben er 2.320 (2,2%) aangegeven dat er één of meerdere recreatieve activiteiten op het bedrijf aanwezig zijn. 19.653 (18,2%) agrariërs hebben ingevuld dat ze geen recreatieve activiteiten op hun bedrijf hebben. Van 85.946 (79,6%) bedrijven zijn de gegevens onbekend, omdat zij de vraag niet hebben beantwoord.

Na overleg met het Ministerie van LNV is besloten om stalling niet tot agrotourisme te rekenen (Teeuwen et al., 1998). Het wordt niet gezien als een recreatievorm, aangezien het geen actieve betrokkenheid van de ondernemer bij recreanten en hun activiteiten betreft. In totaal vallen hierdoor 373 agrarische bedrijven met alleen stalling buiten dit rapport. Van bedrijven die gecombineerd met stalling een andere vorm van recreatie aanboden, is deze andere vorm wel meegenomen in de uitkomsten. Totaal blijven er 1.947 bedrijven met agrotourisme over.

Om nu te bepalen of met het bovenstaande het aanbod zo volledig mogelijk gedekt is, zijn de uitkomsten uit de Landbouwtelling getoetst aan gegevens van de Stichting Boerderij Toerisme Nederland (SBN).

### *Stichting Boerderij Toerisme Nederland*

SBN is een samenwerkingsverband van LTO-Nederland, de Nederlandse Bond van Boerderij Zuivelbereiders, Hoevelogies Nederland, Vereniging Kampeerboeren (Vekabo), European Centre for Eco Agro Tourism (ECEAT), Informatie en Kenniscentrum Landbouw (IKC), stichting PR Land- en Tuinbouw en de Centrale van Plattelandsvrouwenorganisaties. De stichting doet aan belangenbehartiging van agrarische recreatieaanbieders en streeft vormen van collectieve promotie na.

SBN beschikt over een databank met daarin onder andere gegevens van agrarische bedrijven met nevenactiviteiten. De bank is opgebouwd via intensief speurwerk in allerlei publieke bronnen, door het verzamelen van folders en het houden van interviews. De databank is nog in opbouw en derhalve nog niet volledig. Momenteel bevat het bestand circa 2600 adressen van agrariërs met een agrotouristische activiteit.

### *Koppeling databestanden*

De uitkomsten uit het bestand van SBN zijn getoetst aan de Landbouwtelling 1997. Dubbeltellingen en agrariërs die geen deel uitmaakten van de Landbouwtelling (en daarmee volgens onze normen geen agrarisch bedrijf meer uitoefenen) zijn eruit gehaald.

Uit de gegevens van het bestand van SBN kon niet worden achterhaald in hoeverre huisverkoop een recreatieve activiteit is voor de agrarische bedrijven. Er is gesteld dat huisverkoop daadwerkelijk een recreatieve activiteit is als er op het bedrijf één of meerdere andere recreatieve activiteiten plaatsvinden.

Uiteindelijk bleken er 311 bedrijven toegevoegd te moeten worden aan de uitkomsten uit de Landbouwtelling. Het hoge aantal agrariërs die de vraag met betrekking tot agrotourisme niet ingevuld hebben, lijkt dus te wijten aan

het feit dat ze geen agrotouristische activiteiten hebben. Met de 1.947 bedrijven uit de Landbouwtelling, gaat het om een totaal aanbod aan agrotourisme van 2.258 bedrijven. Dit betreft een minimale schatting, aangezien de vraagstelling in de Landbouwtelling niet-verplicht was en het bestand van SBN nog niet compleet is.

#### **1.4 Opzet van de rapportage**

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op het agrotouristisch aanbod in Nederland. Hierbij wordt gekeken naar het voorkomen van de onderscheiden vormen, zowel op nationaal als op provinciaal niveau. Tevens worden de uitkomsten cartografisch weergegeven.

Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 een link gelegd met de agrarische bedrijfsvoering. Er wordt hierbij gekeken of bedrijven met agrotourisme in landbouwkundig opzicht structureel anders zijn dan agrarische bedrijven zonder een dergelijke nevenactiviteit.

Het rapport wordt afgesloten met een slotbeschouwing in hoofdstuk 4.

## 2. AANBOD AGROTOERISME

### 2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het agrotouristisch aanbod in Nederland. Allereerst wordt een omschrijving gegeven van wat er in dit onderzoek onder agrotourisme wordt verstaan (paragraaf 2.2). Vervolgens wordt in paragraaf 2.3 ingegaan op de aantallen die in de literatuur over agrotourisme genoemd worden. In de volgende paragraaf worden de uitkomsten van de koppeling van de afzonderlijke databestanden uit de Landbouwtelling en van SBN weergegeven. Hierdoor ontstaat een overzicht van agrotourisme in Nederland, verdeeld naar verschillende typen aanbod. In paragraaf 2.5 wordt ingegaan op de provinciale verdeling van het aanbod van agrotourisme. Naast tabellen worden de uitkomsten ook weergegeven op kaart. De dagrecreatie en verblijfsrecreatie worden apart behandeld in paragraaf 2.6 en 2.7.

### 2.1 Definitie agrotourisme

Het begrip agrotourisme wordt op verschillende manieren omschreven. In deze studie sluiten we voor de definitie van agrotourisme aan bij de uitleg welke gebruikt wordt in de "Verkenning Agrotourisme" van het Ministerie van LNV (1997). Onder agrotourisme wordt dan verstaan: *alle vormen van recreatie en toerisme op functionerende boerderijen en tuinderijen.*

Voor de indeling van agrotourisme in verschillende categorieën is de vraagstelling in de Landbouwtelling (exclusief stalling) als uitgangspunt genomen. Na koppeling met gegevens van SBN is uiteindelijk gekozen voor een indeling in de volgende zeven categorieën agrotourisme:

1. alleen (mini)camping;
2. andere logiesverstrekking;
3. combinatie verblijfsrecreatie;
4. alleen verhuur van recreatiegoederen en -dieren;
5. alleen ontvangst en/of verkoop aan recreanten;
6. combinatie dagrecreatie;
7. overige combinaties.

Bij andere logiesverstrekking kan men denken aan logies met ontbijt, appartementen, huisjes, trekkershut, groepsaccommodatie, kampeerboerderij en dergelijke. De categorie combinatie verblijfsrecreatie omvat de bedrijven die naast een minicamping nog een andere vorm van verblijfsaccommodatie hebben. Onder verhuur van recreatiegoederen en -dieren vallen onder andere fietsen, paarden en kano's. Excursie- of museumboerderij, café, restaurant en win-

kel zijn voorbeelden die in de categorie ontvangst van en/of verkoop aan re-reantten vallen. In de categorie overige combinaties vallen alle mogelijke combinaties van dag- en verblijfsrecreatie.

## 2.3 Aanbod in de literatuur

Over het totaal aantal agrarische bedrijven met een camping in Nederland lopen de meningen niet erg ver uiteen. Volgens te Kloeze ligt het aantal boerencampings op circa 1.500 en maakt het kamperen bij de boer 3% van de totale verblijfsrecreatie uit (Bos, 1994). De Stichting Recreatie geeft melding van schattingen van 1.500 tot 2.000 boerderijcampings en een aandeel in de totale kampeermarkt van 1 tot 3%. Dit percentage verschilt per gebied en ligt bijvoorbeeld in Zeeland het hoogst. Van de overige vormen van agrotourisme is echter weinig tot niets bekend over de omvang. Momenteel worden bij de Stichting Boerderij Toerisme alle boerderijtoeristische activiteiten in Nederland in kaart gebracht. Inmiddels zijn 2.600 adressen in een databank verzameld, maar Schönwetter, bestuurslid van de Stichting Boerderij Toerisme, schat het aantal op circa 3.000 (1997).

## 2.4 Aanbod agrotourisme in Nederland

De afzonderlijke uitkomsten op de vraag uit de Landbouwtelling 1997 zijn weergegeven in tabel 2.1, ingedeeld naar de gekozen categorieën agrotourisme. Daarnaast is in dezelfde tabel het uiteindelijke resultaat van de koppeling met gegevens van de Stichting Boerderij Toerisme Nederland te vinden.

Totaal zijn er in Nederland minimaal 2.258 bedrijven met agrotourisme. Van dit aantal richt ruim 60% zich op het aanbieden van *alleen* verblijfsrecrea-

Tabel 2.1 *Aanbod agrotourisme Nederland vanuit de Landbouwtelling 1997 en in combinatie met SBN, in aantal en percentage*

Aanbod agrotourisme	Landbouwtelling		Landbouwtelling + SBN	
	aantal	%	aantal	%
Alleen camping	701	36	857	38
Andere logiesverstrekking	337	17	389	17
Combinatie verblijfsrecreatie	130	7	139	6
Alleen verhuur	109	6	109	5
Alleen ontvangst en/of verkoop	360	18	448	20
Combinatie dagrecreatie	25	1	25	1
Overige combinaties	285	15	291	13
<b>Totaal bedrijven</b>	<b>1.947</b>	<b>100</b>	<b>2.258</b>	<b>100</b>

tie. Hiervan heeft het grootste gedeelte alleen een minicamping. Ruim een kwart van de bedrijven biedt *alleen* dagrecreatie aan. Een vrij groot aandeel van agrariërs richt zich op de ontvangst van recreanten op hun bedrijf of het verkopen van producten aan deze groep. De groep van bedrijven met combinaties van dagrecreatieve activiteiten is vrij klein in omvang. In het verdere rapport zal op deze categorie daarom niet verder worden ingegaan. Een combinatie van verblijfs- en dagrecreatie wordt in bijna 15% van de gevallen aangeboden. Van alle bedrijven richt zich totaal circa 80% op het aanbieden van één vorm van agrotourisme.

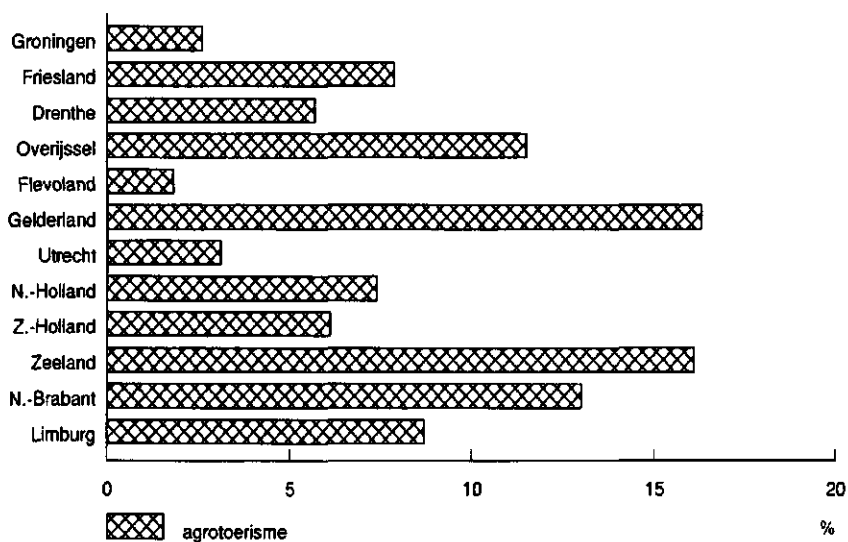
Gekeken is ook naar het aantal keren dat een bepaalde vorm van recreatie voorkomt (ongeacht of het in combinatie met een andere vorm van recreatie wordt aangeboden). Nederland heeft 1.200 agrarische bedrijven met in ieder geval een camping. Dit aantal ligt lager dan de schattingen uit de literatuur. Op ruim 700 bedrijven komt een andere vorm van logiesverstrekking voor (dus exclusief een camping). Verhuur van recreatiegoederen en -dieren komt op in totaal bijna 300 bedrijven voor. Daarnaast zijn nog eens bijna 700 bedrijven ingericht voor ontvangst en/of verkoop aan recreanten. Hoewel de boeren-camping dus nog steeds de meest uitgeoefende vorm van agrotourisme is, blijkt dat ook overige logiesverstrekking en de recreatievorm ontvangst van en/of verkoop aan recreanten veel voor komt. Vergelijken met de uitkomsten uit bovenstaande tabel blijkt echter dat dit vaker in combinatie met andere vormen van agrotourisme geschiedt.

## **2.5 Provinciale verdeling agrotourisme**

Naast een nationale weergave is ook gekeken naar de verdeling van agrotourisme over de provincies. In bijlage 1 is de verdeling in aantallen en percentages per provincie weergegeven voor de afzonderlijke recreatievormen. In deze paragraaf gaan we in op de verdeling van het totale aanbod aan agrotourisme over de provincies, ongeacht de recreatievorm (figuur 2.1).

Uit het figuur blijkt dat Gelderland en Zeeland het grootste aandeel aan bedrijven met agrotourisme hebben (ieder circa 16%). Ook Overijssel en Noord-Brabant bieden veel mogelijkheden voor een of andere vorm van agrotourisme (circa 12%). Flevoland, Groningen en Utrecht (2 à 3%) blijven ver achter bij de overige provincies.

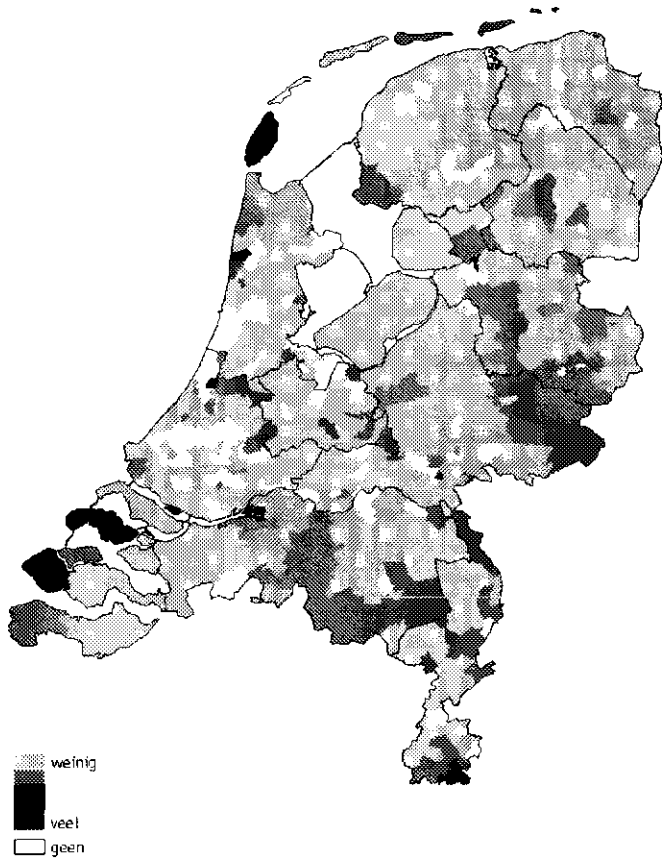
De landelijke verdeling van agrotourisme is ook cartografisch weergegeven (figuur 2.1). Voor een duidelijke weergave is gekozen voor een afbeelding op gemeenteniveau. In bijlage 2 zijn overzichtskaarten weergegeven van bedrijven met ontvangst en/of verkoop, bedrijven met alleen een camping, bedrijven met logies (exclusief camping) en bedrijven met een combinatie van dag- en verblijfsrecreatie.



*Figuur 2.1 Procentuele verdeling van het aanbod aan agrotourisme naar provincie*

Zoals in figuur 2.2 reeds aangegeven, is een duidelijke concentratie van agrotourisme te zien in de provincies Zeeland, Gelderland, Noord-Brabant en Overijssel. Echter, op basis van de kaart kan de verdeling van het aanbod wat duidelijker gespecificeerd worden.

In Zeeland is, zoals te verwachten, de concentratie van agrotourisme te vinden aan de kust, met name op Walcheren en Schouwen-Duiveland. In het Oosten van het land zijn het vooral de Achterhoek/de Graafschap, Salland en Twente waar agrotourisme veel voorkomt. In Brabant is het agrotourisme met name geconcentreerd rond de diverse natuurgebieden (Meierij, Kempen, Peel). Daarnaast komen echter ook Texel en het zuidelijke deel van Limburg sterk naar voren.



***Figuur 2.2*** *Verdeling agrarische bedrijven met agrotourisme per gemeente in 1997*  
Bron: CBS-Landbouwtelling, bewerking LEI-DLO



Er is tot nu toe alleen gekeken naar het absolute aantal bedrijven met agrotourisme in een provincie. In tabel 2.2 wordt dit aantal afgezet tegen het totaal aantal agrarische bedrijven in die provincie.

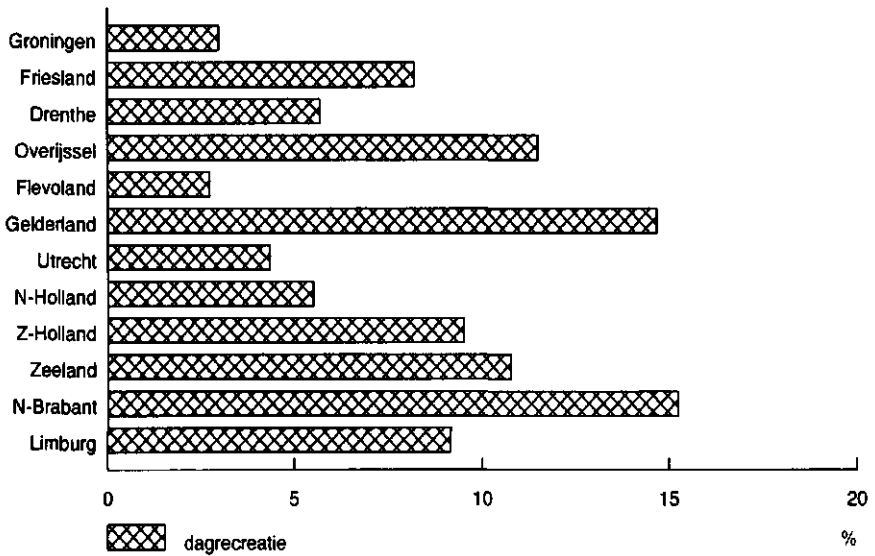
*Tabel 2.2 Aanbod agrotourisme in Nederland onderverdeeld naar provincie als percentage van alle bedrijven*

Provincie	Aantal agrarische bedrijven	% Agrotourisme
Groningen	4.482	1,3
Friesland	7.626	2,3
Drenthe	5.408	2,4
Overijssel	12.675	2,0
Flevoland	2.391	1,7
Gelderland	19.164	1,9
Utrecht	4.174	1,7
Noord-Holland	7.711	2,2
Zuid-Holland	12.629	1,1
Zeeland	4.645	7,8
Noord-Brabant	19.224	1,5
Limburg	7.786	2,5
<b>Nederland</b>	<b>107.915</b>	<b>2,1</b>

In Nederland heeft iets meer dan 2% van de agrarische bedrijven een vorm van agrotourisme op het bedrijf. In de meeste provincies ligt het aandeel rond dit gemiddelde. In Zeeland echter blijkt bijna 8% van de bedrijven een vorm van agrotourisme te hebben. Vergeleken met de andere provincies ligt dit percentage circa drie maal zo hoog. De vraag naar overnachtingsmogelijkheden is in deze provincie zeer groot, en de agrotouristische ondernemers kunnen hiervan profiteren. Zuid-Holland, Groningen en Noord-Brabant liggen sterk onder het gemiddelde.

## **2.6 Dagrecreatie**

De verdeling van dagrecreatieve mogelijkheden op agrarische bedrijven is weergegeven in figuur 2.3.

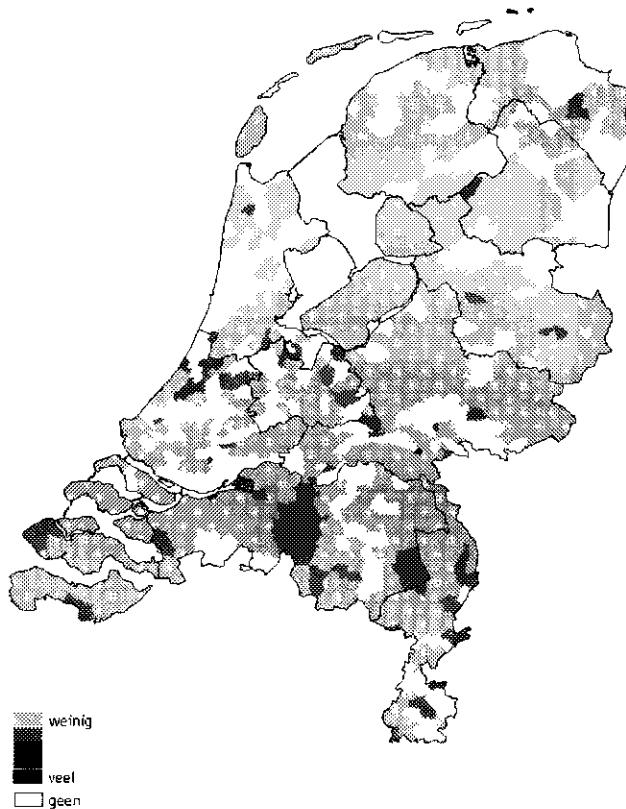


*Figuur 2.3 Procentuele verdeling van agrarische bedrijven met dagrecreatie naar provincie*

In Noord-Brabant (15%) en Gelderland (14%) zijn de meeste agrariërs die ofwel recreanten op hun bedrijf ontvangen of diensten aan hen verlenen. In Flevoland en Groningen (circa 3%) zijn slechts kleine aantallen boeren die alleen dagrecreatie op hun bedrijf hebben. Opvallend is dat Zuid-Holland, die op het totaalaanbod agrotourisme vrij laag scoort, hier met 12% een vrij groot aandeel heeft in de dagrecreatie. Dit wordt verklaard doordat Zuid-Holland veel inwoners heeft en bij dagrecreatie de afstand heel belangrijk is.

Ook voor de dagrecreatie is op kaart de verdeling over Nederland weer-gegeven (figuur 2.4).

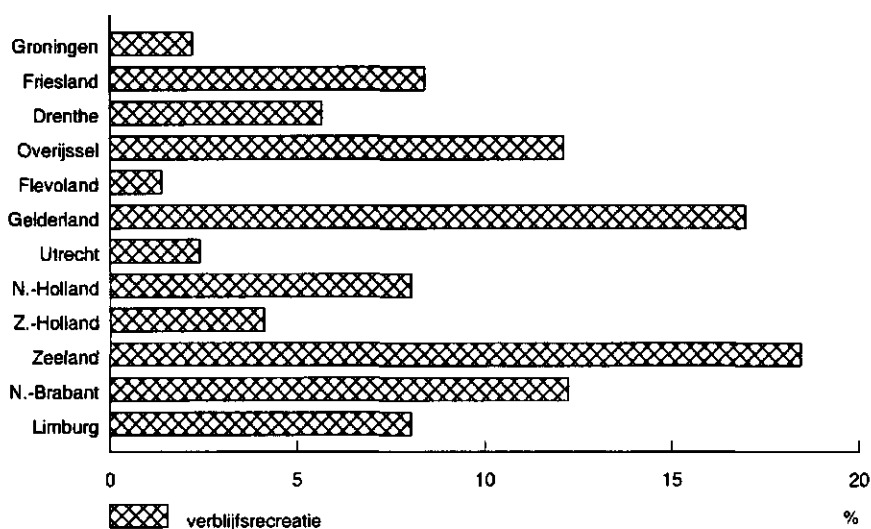
Het aanbod aan dagrecreatie op boerenbedrijven lijkt redelijk verdeeld over Nederland. Iets sterker geconcentreerd ligt het in de gebieden van de Meierij en de Peel, de Gelderse Vallei en in het gebied tussen de steden Den Haag, Haarlem en Hilversum.



*Figuur 2.4 Verdeling agrarische bedrijven met dagrecreatie per gemeente in 1997*  
 Bron: CBS-Landbouwteiling, bewerking LEI-DLO.

## 2.7 Verblifsrecreatie

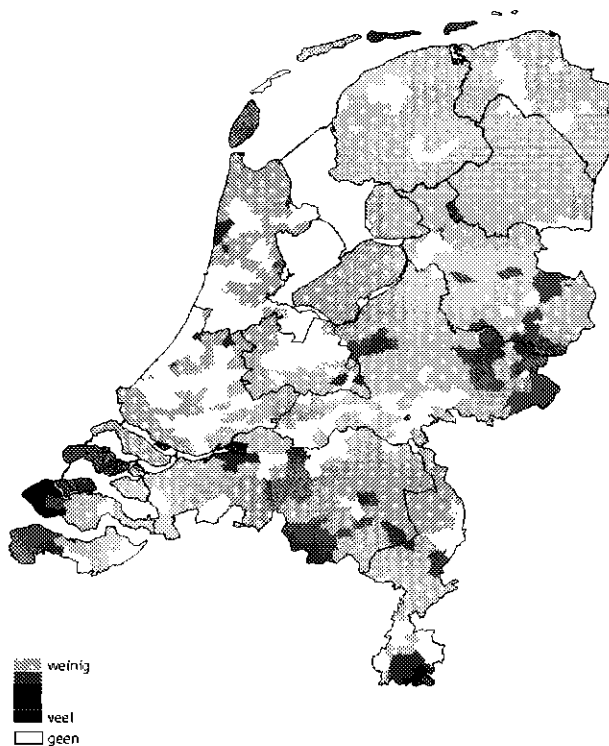
Figuur 2.5 geeft het aandeel weer van agrarische bedrijven met verblifsrecreatie per provincie. Verblifsrecreatie blijkt voornamelijk voor te komen in Zeeland (18%), maar ook Gelderland heeft een groot aandeel aan deze recreatievorm (17%). Daarnaast zijn ook in de provincies Noord-Brabant en Overijssel relatief veel bedrijven met verblifsaccommodatie (beiden 12%). Flevoland, Utrecht en Groningen hebben met circa 2% de minste agrotouristische verblifsmogelijkheden.



*Figuur 2.5 Procentuele verdeling van agrarische bedrijven met verblijfsrecreatie naar provincie*

Figuur 2.6 laat de belangrijkste concentratiepunten van de verblijfsrecreatie op agrarische bedrijven zien.

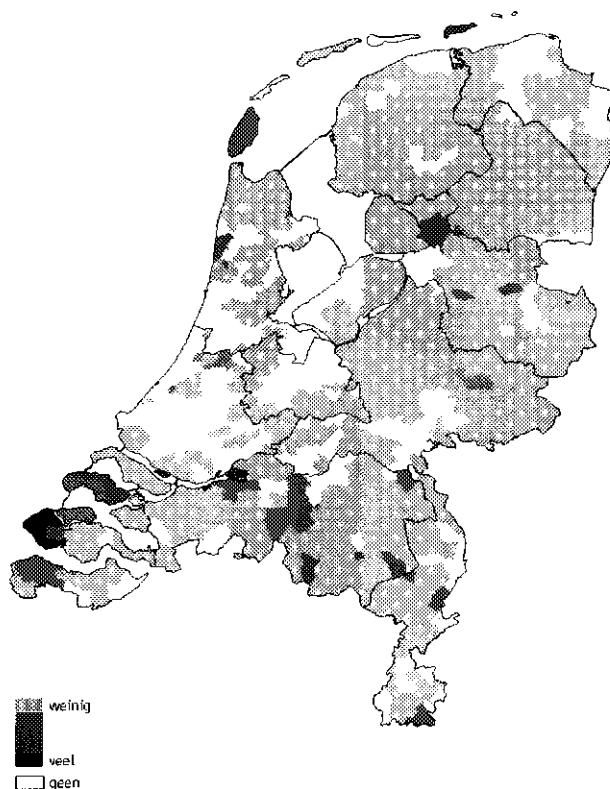
Er kan gesproken worden van een sterke concentratie in de Achterhoek/ de Graafschap en Twente, in de Meierij en de Kempen in de provincie Noord-Brabant en in Zeeland. Daarnaast is er een duidelijk groot aandeel verblijfsrecreatie op de Waddeneilanden waar te nemen. Noord- en Zuid-Holland hebben duidelijk een mindere spreiding van de verblijfsrecreatie dan de overige provincies.



*Figuur 2.6 Verdeling agrarische bedrijven met verblijfsrecreatie per gemeente in 1997*  
 Bron: CBS-Landbouwteiling, bewerking LEI-DLO.

De (mini)camping komt als vorm van agrotourisme het meeste voor. Over het algemeen wordt er gesproken van de angst dat teveel boeren overgaan op het starten van een (mini)camping en dat de markt overspoelt zal raken. Om hier een beter beeld van te kunnen vormen is voor deze vorm van verblijfsrecreatie daarom apart een weergave gemaakt van de verspreiding over Nederland (figuur 2.7). Zoals aangegeven in paragraaf 2.4 gaat het om in totaal 1.200 bedrijven.

Het blijkt dat, behalve in de Randstad en Groningen, de boerderijcamping redelijk over Nederland verdeeld is. Uit cijfers blijkt dat het grootste aandeel aan boerderijcampings vooral te vinden is in de provincies Zeeland (bijna 25%) en Gelderland (ruim 15%). Ook Noord-Brabant en Overijssel hebben een groot aanbod (respectievelijk 12 en 11%). Een sterke concentratie is echter alleen aan te wijzen in Zeeland en op Texel.



**Figuur 2.7** Verdeling agrarische bedrijven met camping per gemeente in 1997  
Bron: CBS-Landbouwteiling, bewerking LEI-DLO.

## 2.8 Conclusie

Iets meer dan 2% van de agrarische bedrijven in Nederland heeft een vorm van agrotourisme op het bedrijf. In de meeste provincies ligt het aandeel rond dit gemiddelde. In Zeeland echter ligt het percentage met 8% circa drie-maal zo hoog.

Totaal zijn er in Nederland minimaal 2.258 bedrijven met agrotourisme. Ruim 60% richt zich op het aanbieden van *alleen* verblijfsrecreatie, ruim een kwart op *alleen* dagrecreatie en de rest biedt een combinatie van beiden aan.

Gelderland en Zeeland blijken het grootste aandeel bedrijven met agrotourisme te hebben. Flevoland, Groningen en Utrecht blijven ver achter bij de overige provincies. Een concentratie van agrotourisme is met name te vinden

aan de kust (Walcheren, Schouwen-Duiveland en Texel), in het oosten van het land (de Achterhoek/de Graafschap, Salland en Twente), in Brabant rond de diverse natuurgebieden (Meierij, Kempen en Peel) en in het zuidelijkste puntje van Limburg. De verblijfsrecreatie laat ongeveer hetzelfde beeld zien, zij het dat de concentratiepunten iets minder groot zijn. Dagrecreatie is voornamelijk te vinden in Noord-Brabant en Gelderland, met een extra concentratie in het gebied tussen de steden Den Haag, Haarlem en Hilversum.

## 3. DE LANDBOUWKANT VAN BEDRIJVEN MET AGROTOERISME

### 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de schijnwerper gericht op de landbouwkundige kant van de bedrijven met agrotourisme. Dat gebeurt aan de hand van het type agrarisch bedrijf (paragraaf 3.2), de agrarische omvang (paragraaf 3.3), de intensiteit van het grondgebruik (paragraaf 3.4), de arbeidsbezetting (paragraaf 3.5) en de leeftijd van het bedrijfshoofd in combinatie met de opvolging (paragraaf 3.6). De kenmerken van de bedrijven met agrotourisme worden naast die van alle Nederlandse land- en tuinbouwbedrijven gezet. Daarmee wordt duidelijk gemaakt in hoeverre de bedrijven met agrotourisme een dwarsdoorsnede vormen van alle land- en tuinbouwbedrijven. Bestaande (voor)oordelen over bedrijven kunnen zo getoetst worden. Een voorbeeld daarvan is dat bedrijven met agrotourisme over het algemeen kleiner en extensiever zouden zijn, en ruimer in hun arbeid zouden zitten. Of anders gezegd, de bedrijven met agrotourisme zouden over meer "onbenutte" ruimte (grond en gebouwen) en tijd beschikken dan de overige agrarische bedrijven. Verder komt de belangrijke rol van de vrouw voor het agrotourisme in vrijwel elk onderzoek naar voren. Wellicht het belangrijkste onderscheid tussen bedrijven met agrotourisme en de overige agrarische bedrijven is de instelling van gezin ten opzichte van recreatie op het bedrijf (het ontvangen van recreanten op je erf moet je liggen). Dit aspect blijft in dit hoofdstuk echter achterwege (geen directe gegevens over beschikbaar).

### 3.2 Agrarisch bedrijfstype

Ruim de helft van de bedrijven met agrotourisme behoort tot de graasdierbedrijven (melkvee- en overige graasdierbedrijven), een vijfde tot de akkerbouwbedrijven, ruim een tiende tot de gemengde bedrijven, een tiende tot de tuinbouwbedrijven en de rest tot de hokdierbedrijven (tabel 3.1). In vergelijking met alle agrarische bedrijven komen die met agrotourisme wat meer voor onder de meer grondgebonden typen (graasdierhouderij, akkerbouw en gemengd) en wat minder onder de minder grondgebonden typen (hokdier en tuinbouw). Dit resultaat is niet onverwacht. Op de meer grondgebonden bedrijven zijn de recreatieactiviteiten over het algemeen wat makkelijker in te passen dan op de minder grondgebonden bedrijven. Zo bestaat op hokdierbedrijven enerzijds het gevaar van insleep van ziekten door de recreanten en anderzijds zijn deze bedrijven voor recreanten minder aantrekkelijk (denk aan stankoverlast). De graasdierbedrijven zijn qua karakter wellicht het aantrekkelijkst voor recreanten, met name voor kleine kinderen (er lopen dieren rond



met een hoog aaibaarheidsgehalte). Opvallend op het eerste gezicht is wellicht dat veel bedrijven met agrotourisme tot de akkerbouw behoren. De akkerbouwgebieden zijn immers niet de meest aantrekkelijk recreatieve gebieden. De verklaring hiervoor is dat in Zeeland (aan de kust) veel bedrijven liggen met agrotourisme. Over het algemeen zijn dit akkerbouwbedrijven.

Tabel 3.1 *Procentuele verdeling bedrijven naar type agrotourisme en agrarisch bedrijfstype, 1997*

Type agrotourisme	Melkvee	Overig graasdier	Hokdier	Akkerbouw	Tuinbouw	Gemengd	Totaal
Camping	25	18	8	28	8	13	100
Ander logies	38	21	7	14	7	13	100
Combi verblijf	32	21	7	26	5	9	100
Verhuur	19	51	6	6	5	13	100
Ontvangst	38	15	3	11	21	12	100
Verblijf en dag	31	34	4	12	8	11	100
Alle met agro	30	23	6	19	10	12	100
Alle bedrijven	29	18	10	14	19	10	100

Bron: CBS-Landbouwtelling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.

De verdeling naar de diverse vormen van agrotourisme laat enkele duidelijke verschillen zien. De bedrijven met alleen een camping of een combinatie van verblijfsrecreatie zijn wat vaker te vinden onder de akkerbouwbedrijven in vergelijking met alle bedrijven met agrotourisme (tabel 3.1). Dit is terug te voeren op de akkerbouwbedrijven in Zeeland. Bedrijven met alleen andere logiesverstrekking of alleen ontvangst en/of verkoop aan recreanten vallen vaker in de groep melkveebedrijven. Bedrijven met alleen verhuur van recreatiegoederen en -dieren zijn met name te vinden onder de overige graasdierbedrijven. De paardenhouderij zal hierbij vermoedelijk een belangrijke rol spelen. De graasdierbedrijven zijn ook sterker vertegenwoordigd onder de groep met combinaties van verblijf- en dagrecreatie. Voor alleen ontvangst en/of verkoop aan recreanten ligt een zwaarder accent op de melkvee- en tuinbouwbedrijven. Waarschijnlijk speelt huisverkoop aan recreanten hierin een hoofdrol, evenals bij tuinbouwbedrijven de mogelijkheid het bedrijf te bezichtigen op dagen als "kom in de kas".

### 3.3 Agrarische bedrijfsomvang

Om de agrarische bedrijfsomvang van de bedrijven met agrotourisme weer te geven, is gebruik gemaakt van de Nederlandse grootte-eenheid (nge, zie ook bijlage 3). Met deze maatstaf kan de economische omvang van verschil-

lende type bedrijven vergeleken worden. De bedrijven met agrotourisme zijn gemiddeld kleiner dan alle bedrijven (tabel 3.2). Hierbij passen wel een aantal opmerkingen. Zo zijn op de hokdier- en tuinbouwbedrijven na, de bedrijven met agrotourisme in de andere bedrijfstypen gemiddeld even groot als of groter dan alle bedrijven in het overeenkomstige bedrijfstype. Het grote verschil bij de tuinbouwbedrijven wordt veroorzaakt door de glastuinbouwbedrijven. Glastuinbouwbedrijven met agrotourisme komen vrijwel niet voor. De glastuinbouwbedrijven zijn gemiddeld veel groter dan andere bedrijven. Wanneer de tuinbouwbedrijven buiten beschouwing worden gelaten, dan blijft de gemiddelde bedrijfsomvang van de bedrijven met agrotourisme vrijwel gelijk (was 64 en wordt 63 nge), maar die van alle bedrijven daalt van 73 naar 61 nge.

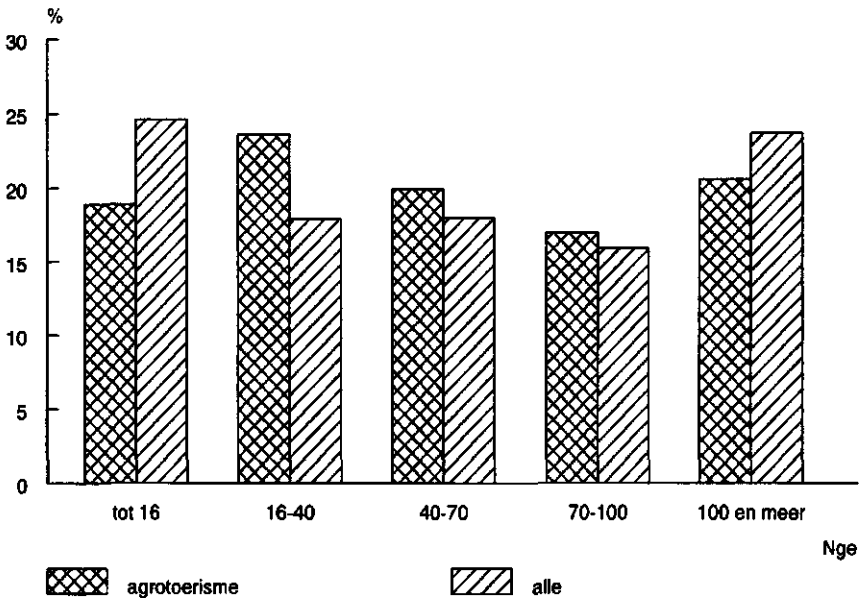
*Tabel 3.2 Gemiddelde bedrijfsomvang in nge naar type agrotourisme en agrarisch bedrijfstype, 1997*

Type agrotourisme	Melkvee	Overig graasdier	Hokdier	Akkerbouw	Tuinbouw	Gemengd	Alle
Camping	81	21	56	54	64	50	55
Ander logies	88	23	62	61	106	76	68
Combi verblijf	84	20	61	60	57	46	58
Verhuur	86	46	89	54	36	75	60
Ontvangst	99	45	68	70	84	86	82
Verblijf en dag	82	46	76	59	62	58	62
Alle met agro	87	34	62	58	76	64	64
Alle bedrijven	85	21	77	54	120	59	73

Bron: CBS-Landbouwteiling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.

Uitgesplitst naar type agrotourisme, loopt de gemiddelde omvang uiteen van 55 nge voor bedrijven met alleen een camping tot ruim 80 nge voor de bedrijven met alleen ontvangst en/of verkoop aan recreanten.

In figuur 3.1 is een verdeling van de bedrijven naar bedrijfsomvang weergegeven. De bedrijven met agrotourisme behoren minder tot de hele kleine (tot 16 nge) en de grotere bedrijven (meer dan 100 nge), en meer tot de kleinere tot middelgrote bedrijven (16 tot 100 nge).



*Figuur 3.1 Procentuele verdeling bedrijven naar bedrijfsomvang in nge voor Bedrijven met agrotourisme en alle bedrijven, 1997*

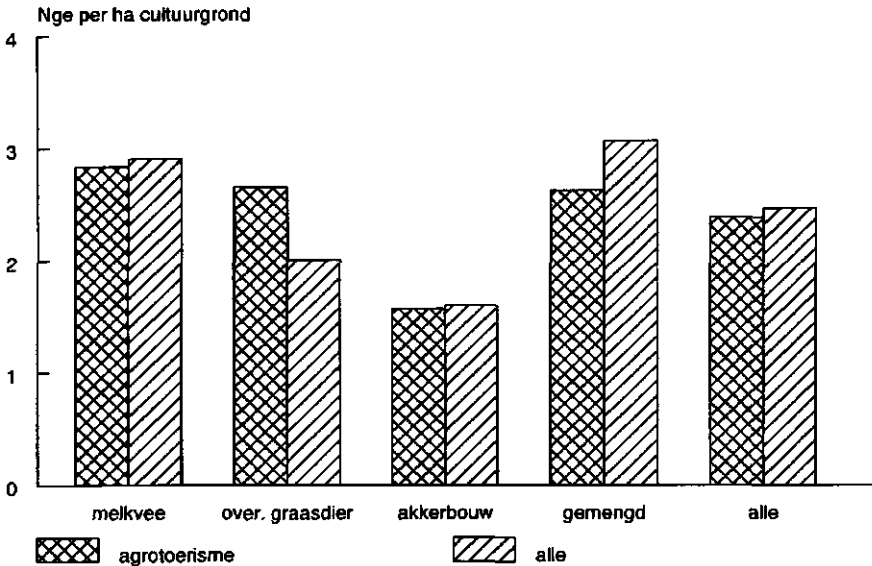
Bron: CBS-Landbouw telling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.

### 3.4 Intensiteit grondgebruik

In de inleiding is het extensieve karakter van bedrijven met agrotourisme genoemd als een voorbeeld van het beeld dat er bestaat van deze bedrijven. Op extensievere bedrijven zou immers deze neventak makkelijker kunnen worden ingepast. Dat beeld kan op twee manieren worden getoetst. Ten eerste door te kijken op welke type bedrijven agrotourisme voorkomt. Ten tweede door een vergelijking van de intensiteit binnen een bedrijfstype te maken (zijn bijvoorbeeld melkveebedrijven met agrotourisme extensiever dan die zonder). Hiervoor wordt het kengetal nge per hectare cultuurgrond gebruikt.

Op de eerste vergelijking is in paragraaf 3.2 al ingegaan. Daaruit blijkt dat agrotourisme inderdaad minder voorkomt op de intensievere bedrijfstypen - hokdier- en tuinbouwbedrijven - dan op de extensievere, meer grondgebonden typen. Voor deze typen - melkvee-, overig graasdiër-, akkerbouw- en gemengde bedrijven - wordt de tweede vergelijking gemaakt. Voor de minder sterk grondgebonden bedrijfstypen, met name de hokdier- en glastuinbouwbedrijven, heeft een dergelijke vergelijking immers niet zoveel zin. Het aantal nge per hectare bedraagt voor de vier bedrijfstypen met agrotourisme samen 2,39 en is daarmee vrijwel gelijk aan dat van alle bedrijven in deze vier typen

(2,47, zie ook figuur 3.2). De overige graasdierbedrijven met agrotourisme zijn intensiever dan alle overige graasdierbedrijven. Voor de gemengde bedrijven geldt het tegengestelde. Tussen de melkvee- en akkerbouwbedrijven met agrotourisme en alle melkvee- en akkerbouwbedrijven zit geen noemenswaardig verschil.



Figuur 3.2 Intensiteit van het grondgebruik - uitgedrukt in nge per hectare cultuurgrond - naar agrarisch bedrijfstype voor bedrijven met agrotourisme en alle bedrijven, 1997

Bron: CBS-Landbouwteiling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.

### 3.5 Arbeidsbezetting

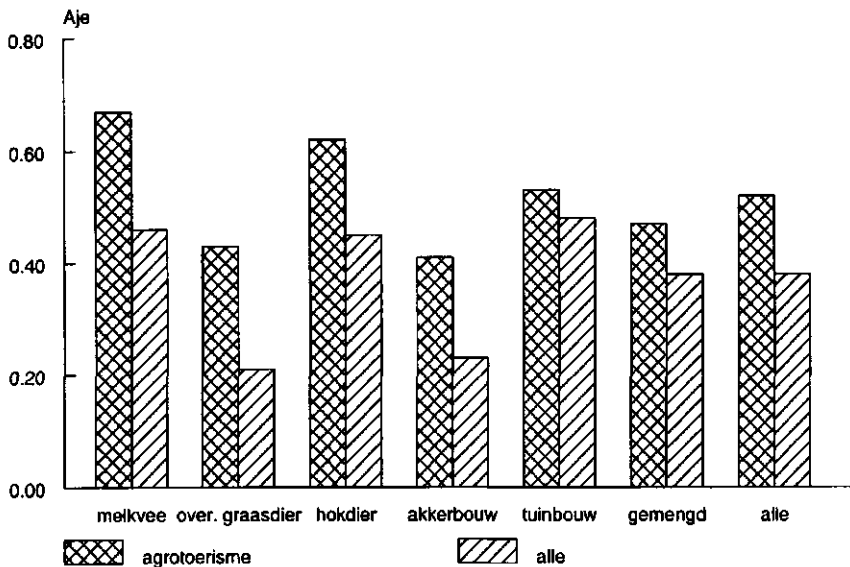
Zitten de bedrijven met agrotourisme ruimer in hun arbeid? En komt de belangrijke rol van de vrouw ook uit de cijfers naar voren? Dat zijn de vragen die in deze paragraaf centraal staan. De arbeidsbezetting wordt beoordeeld met behulp van het kengetal aantal arbeidsjaareenheden (aje) per bedrijf. Een aje komt overeen met de arbeid van één persoon gedurende één jaar. Het aandeel van de vrouw in de arbeidsbezetting van het bedrijf wordt bekeken aan de hand van het aantal vrouwelijke gezinsarbeidskrachten, uitgedrukt in aje's. Veronderstelling hierbij is dat de vrouwelijke arbeid voor het agrotourisme in hoofdzaak verricht wordt door de gezinsleden (Teeuwen en Voskuilen, 1998).

De gemiddelde arbeidsbezetting van de bedrijven met agrotourisme wijkt maar weinig af van die op alle bedrijven, respectievelijk 2,01 en 1,94 aje per bedrijf (tabel 3.3). Echter, de (glas)tuinbouwbedrijven werken hier ook weer vertekenend. Immers op alle overige bedrijfstypen met agrotourisme ligt de arbeidsbezetting ruim boven die op alle bedrijven van de overeenkomstige bedrijfstypen. Wanneer de tuinbouwbedrijven uit het totaal worden gelaten, dan komt de arbeidsbezetting van alle bedrijven met agrotourisme uit op 1,90 en die op alle bedrijven op 1,50 aje per bedrijf. De bedrijven met agrotourisme hebben dus inderdaad een ruimere arbeidsbezetting dan alle bedrijven (met uitzondering van de tuinbouwbedrijven). Eigenlijk zou hierbij nog een vergelijking met de agrarische bedrijfsomvang moeten worden gemaakt (een groter bedrijf vergt immers meer arbeid), waarmee een nieuw kengetal wordt geïntroduceerd: het aantal nge per aje. Voor alle bedrijven met agrotourisme (inclusief tuinbouwbedrijven) is het gemiddeld aantal nge per aje lager dan alle bedrijven (inclusief tuinbouw), respectievelijk 32 en 37 nge per aje. De conclusie luidt dat de bedrijven met agrotourisme ruimer in hun arbeid zitten dan alle bedrijven, voor zover het gaat om het agrarisch bedrijfsdeelte.

*Tabel 3.3 Gemiddelde arbeidsbezetting in aje naar type agrotourisme en agrarisch bedrijfstype, 1997*

Type agrotourisme	Melkvee	Overig graasdier	Hokdier	Akkerbouw	Tuinbouw	Gemengd	Totaal
Camping	2,02	1,12	1,78	1,50	2,24	1,71	1,66
Ander logies	2,11	1,17	2,11	1,53	3,14	2,21	1,91
Combi verblijf	2,15	1,26	1,76	1,57	1,96	1,67	1,73
Verhuur	2,08	1,66	2,21	1,06	1,64	1,77	1,75
Ontvangst	2,66	2,17	2,52	1,85	3,90	2,60	2,74
Verblijf en dag	2,17	2,18	1,84	1,78	2,01	2,45	2,13
Alle met agro	2,23	1,65	1,94	1,56	3,00	2,07	2,01
Alle bedrijven	1,89	0,98	1,74	1,27	3,67	1,63	1,94

Bron: CBS-Landbouwtelling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.



*Figuur 3.3 Omvang vrouwelijke gezinsarbeid per bedrijf naar agrarisch bedrijfstype voor bedrijven met agrotourisme en alle bedrijven (in aje), 1997*

Bron: CBS-Landbouwteiling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.

In figuur 3.3 is de omvang van de vrouwelijke gezinsarbeid per bedrijf op de bedrijven met agrotourisme afgezet tegen die op alle bedrijven. Op alle bedrijven met agrotourisme ligt de gemiddelde vrouwelijke arbeidsbezetting hoger dan op alle bedrijven. Dit geldt ook voor de afzonderlijke bedrijfstypen. Deze cijfers corresponderen dus met onderzoeken die wijzen op de belangrijke rol die de vrouw speelt in het agrotourisme (ervan uitgaand dat de vrouw zich vooral richt op het agrotourisme).

### 3.6 Leeftijd en opvolging

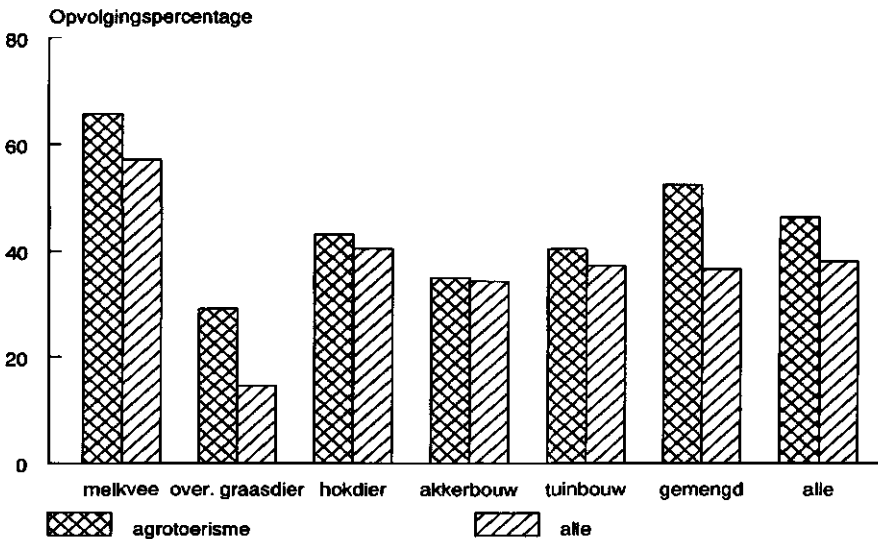
Op bedrijven met een jonger bedrijfshoofd zal de vraag over toekomstige opvolging een nog niet zo grote rol spelen. Eventueel aanwezige kinderen zijn vaak nog dermate jong dat hun beroepskeuze nog niet vaststaat. Vooral op bedrijven met een ouder bedrijfshoofd is de vraag relevant of de continuïteit van het bedrijf enigszins is gegarandeerd. De aanwezigheid van een opvolger is daarbij essentieel. Van de groep bedrijven die als persoonlijke onderneming

worden geëxploiteerd en waarvan het oudste bedrijfshoofd 50 jaar of ouder is, zijn voor 1996 gegevens beschikbaar over het al dan niet aanwezig zijn van een potentiële opvolger. Onder een potentiële opvolger wordt in dit geval verstaan een (schoon)zoon of -dochter van minimaal 16 jaar, die naar verwachting te zijner tijd het bedrijf over gaat nemen.

Het percentage bedrijven met een bedrijfshoofd van 50 jaar of ouder is op de bedrijven met agrotourisme vrijwel gelijk aan dat op alle bedrijven (respectievelijk 53% en 54%). Op de melkvee- en overig graasdierbedrijven met agrotourisme ligt het percentage lager dan op alle melkvee- en overig graasdierbedrijven. Op de hokdierbedrijven is dat juist omgekeerd. Op 46% van de bedrijven met agrotourisme en een ouder bedrijfshoofd is een opvolger aanwezig, tegenover 38% op alle bedrijven (figuur 3.4).

Ook voor elk afzonderlijk bedrijfstype ligt het opvolgingspercentage op de bedrijven met agrotourisme hoger dan op alle bedrijven (figuur 3.4). Tussen de bedrijfstypen bestaan overigens flinke verschillen. Op de overige graasdierbedrijven met agrotourisme bedraagt het opvolgingspercentage circa 30%, tegenover ongeveer twee derde op de melkveebedrijven met agrotourisme.

De leeftijd en opvolgingssituatie kunnen gecombineerd worden tot een nieuw kengetal, dat we hier zullen noemen het percentage bedrijven gericht op continuïteit. Dat is het percentage bedrijven met een bedrijfshoofd jonger dan 50 jaar of ouder dan 50 jaar met een opvolger. In tabel 3.4 is dit kengetal opgenomen.



Figuur 3.4 Opvolgingspercentage naar bedrijfstype voor bedrijven met agrotourisme en alle bedrijven, 1996

Bron: CBS-Landbouw telling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.

Tabel 3.4 Percentage bedrijven gericht op continuïteit naar type agrotourisme en agrarisch bedrijfstype, 1996

Type agrotourisme	Melkvee	Overig graasdier	Hokdier	Akkerbouw	Tuinbouw	Gemengd	Alle
Camping	79	54	72	62	82	65	68
Ander logies	80	48	70	58	79	75	69
Combi verblijf	88	68	78	71	75	80	77
Verhuur	80	81	83	50	67	77	78
Ontvangst	90	75	79	67	75	82	81
Verblijf en dag	80	63	82	71	50	72	70
Alle met agro	82	61	74	64	75	72	72
Alle bedrijven	76	44	76	63	72	63	67

\*) Percentage bedrijven met een oudste bedrijfshoofd jonger dan 50 jaar of ouder dan 50 jaar met een opvolger.

Bron: CBS-Landbouwtelling en Stichting Boerderij Toerisme Nederland, bewerking LEI-DLO.

Het percentage bedrijven gericht op continuïteit bedraagt 72% op de bedrijven met agrotourisme en 67% op alle bedrijven. Vooral de bedrijven met agrotourisme die behoren tot de overig graasdier-, gemengde en melkveebedrijven hebben betere vooruitzichten op continuïteit dan alle bedrijven in het overeenkomstige bedrijfstype.

Op grond van de leeftijd en opvolgings situatie mag geconcludeerd worden dat voor de bedrijven met agrotourisme de perspectieven op continuïteit beter zijn dan voor alle bedrijven.

### 3.7 Conclusies

Een aantal heersende ideeën over bedrijven met agrotourisme zijn in dit hoofdstuk nader bekeken op hun houdbaarheid. In het kort worden hier de belangrijkste conclusies gegeven over omvang, intensiteit en arbeidsbezetting van bedrijven met agrotourisme. Tot slot wordt stilgestaan bij de vooruitzichten op continuïteit.

#### *Kleine bedrijven?*

Ja, zou het eerste antwoord kunnen zijn. Maar met uitzondering van de tuinbouw- en hokdierbedrijven zijn de andere bedrijfstypen met agrotourisme gemiddeld minstens even groot als alle bedrijven in het overeenkomstige bedrijfstype. De oorzaak ligt vooral bij de glastuinbouwbedrijven die een veel grotere bedrijfsomvang hebben dan de overige landbouwbedrijven. Glastuinbouwbedrijven met agrotourisme komen vrijwel niet voor. Zouden alle tuinbouwbedrijven buiten de vergelijking worden gelaten, dan is de gemiddelde



bedrijfsomvang van de bedrijven met agrotourisme zelfs iets groter dan die van alle bedrijven.

De bedrijven met agrotourisme behoren minder tot de hele kleine en grote bedrijven en meer tot de kleine tot middelgrote bedrijven.

### *Extensieve bedrijven?*

De bedrijven met agrotourisme zijn in die zin extensiever dat ze sterker vertegenwoordigd zijn in de extensieve, grondgebonden bedrijfstypen (graasdier-, akkerbouw- en gemengde bedrijven) en minder sterk zijn vertegenwoordigd in de minder grondgebonden bedrijfstypen (hokdier- tuinbouwbedrijven). Echter, de intensiteit van het grondgebruik op de grondgebonden bedrijfstypen is voor de bedrijven met agrotourisme vrijwel gelijk aan die voor alle bedrijven.

### *Ruimer in de arbeid?*

De gemiddelde arbeidsbezetting op de bedrijven met agrotourisme is ongeveer gelijk aan die op alle bedrijven. Echter, hier heeft de (glas)tuinbouw met een veel hogere arbeidsbezetting dan gemiddeld ook weer grote invloed op. Immers, laten we wederom de hele tuinbouw tak buiten beschouwing dan ligt de gemiddelde arbeidsbezetting op de bedrijven met agrotourisme ruim boven die op alle bedrijven. Wordt de arbeidsbezetting afgezet tegen de bedrijfsomvang, dan blijkt dat de bedrijven met agrotourisme ruimer in hun arbeid zitten dan alle bedrijven, voor zover het gaat om het agrarisch bedrijfsdeelte. Dit hoeft echter niet per se een van de redenen te zijn voor het opstarten van agrotourisme, maar kan ook een gevolg zijn van het hebben van een recreatieve neventak.

Voorts ligt de arbeidsbezetting van de vrouwelijke gezinsleden op de bedrijven met agrotourisme hoger dan die op alle bedrijven. Dat past in het beeld dat de vrouw een belangrijke rol speelt in het agrotourisme.

### *Perspectieven op continuatie?*

Op grond van de leeftijd en opvolgingssituatie mag geconcludeerd worden dat de bedrijven met agrotourisme betere perspectieven hebben op continuatie in vergelijking met alle bedrijven.

## **4. POTENTIE AGROTOERISME**

### **4.1 Inleiding**

Om iets meer over de toekomstige ontwikkeling van agrotourisme te kunnen zeggen, wordt in dit hoofdstuk op basis van literatuur en de uitkomsten uit de voorgaande hoofdstukken kort ingegaan op de potentie ervan. Allereerst wordt in paragraaf 4.2 het begrip potentie toegelicht. Vervolgens worden in paragraaf 4.3 t/m 4.5 de kansen en bedreigingen voor agrotourisme in het algemeen weergegeven vanuit drie perspectieven, respectievelijk het agrarisch bedrijf, de omgeving en de consumentenmarkt. De kaart met de verdeling van agrotourisme over Nederland wordt als uitgangspunt genomen om, indien mogelijk, iets meer te zeggen over de (on)mogelijkheden per provincie.

### **4.2 Potentie**

In dit onderzoek gaan we uit van de volgende definitie: potenties zijn die kenmerken die de betreffende regio of het betreffende bedrijf een voordeel verschaffen ten opzichte van andere regio's of bedrijven bij het realiseren van een economische ontwikkeling (SR-KIC, 1996). Het zegt dus iets over de mate waarin een ontwikkeling, in dit geval agrotourisme, meer of minder kans van slagen heeft. Dit wordt getoetst aan de hand van kenmerken van de volgende items:

- het agrarisch bedrijf;
- de omgeving;
- consumentenmarkt.

In de volgende paragrafen worden afzonderlijk de mogelijkheden voor agrotourisme bekeken vanuit deze drie perspectieven.

### **4.3 Het agrarisch bedrijf**

In hoofdstuk 3 is bekeken of bedrijven met agrotourisme op bepaalde kenmerken afwijken van alle agrarische bedrijven. Hieruit is gebleken dat agrotourisme vooral voorkomt op graasdierbedrijven en veel minder op tuinbouwbedrijven en hokdierbedrijven.

Als nu gekeken wordt naar de verdeling van de verschillende agrarische bedrijfstypen over Nederland, dan blijkt dat met name in Noord- en Zuid-Holland veel tuinbouw voorkomt. Zoals reeds aangegeven in hoofdstuk 2, tref je dan ook weinig agrotourisme in deze provincies aan. Mogelijkheden voor uit-

breiding van agrotourisme liggen hier dan ook voornamelijk in de dagrecreatie. Er liggen grote bevolkingsconcentraties nabij, en dagrecreatiemogelijkheden op korte afstand zijn hiervoor heel belangrijk.

Ook de gebieden met veel akkerbouw lijken minder geschikt voor recreatie. Dit hangt in grote mate samen met de grootschaligheid van de akkerbouwgebieden, wat een weinig aantrekkelijk beeld oplevert voor de recreant (zie ook paragraaf 4.4). Dit lijkt een belangrijke verklaring voor het in mindere mate voorkomen van agrotourisme op Flevoland en in (Noordoost-) Groningen.

Andere logiesverstrekking dan een camping blijkt vooral voor te komen op melkveebedrijven. Deze komen in grote mate voor in het Noorden en Oosten van Nederland en in Noord-Brabant. Zoals gebleken is uit het onderzoek naar de economische betekenis van agrotourisme (Teeuwen, et al., 1998), lijken deze andere logiesaccommodaties in deze streken ook economisch gezien succesvoller dan de camping. Mogelijkheden zouden hier dus voornamelijk liggen in logiesverstrekking anders dan een camping, waarbij combinatie met dagrecreatie voor het aanbieden van een totaalproduct natuurlijk altijd meerwaarde kan leveren.

Naast het agrarisch bedrijfstype blijkt ook de opvolgingssituatie op bedrijven met agrotourisme anders te zijn dan op alle agrarische bedrijven. Bedrijven met agrotourisme hebben meer kans gecontinueerd te worden dan de bedrijven zonder agrotourisme. Het lijkt er dus op dat agrotourisme veelal niet als activiteit erbij wordt genomen om de laatste jaren op het bedrijf "uit te zingen".

Van alle agrotouristische bedrijven met een bedrijfshoofd van 50 jaar of ouder heeft 30% nog geen opvolging. Op het totaal van 2.258 zouden dus in het "ergste geval" uiteindelijk bijna 700 bedrijven kunnen afvallen. Echter, het afwezig zijn van een opvolger hoeft niet te betekenen dat het bedrijf opgeheven wordt. Veel bedrijven worden overgekocht of er is sprake zijn van het alleen voortzetten van een succesvolle recreatieve neventak. Daarnaast is er natuurlijk sprake van bedrijven die starten met een recreatieve neventak. Over de gevolgen voor het aanbod aan agrotourisme op basis van dit kenmerk is dus geen duidelijk beeld te geven.

#### **4.4 De omgeving**

Kijkend naar de verdeling van agrotourisme over Nederland blijkt dat de recreatieve aantrekkelijkheid van een gebied zeer belangrijk is. In de diverse provincies is de concentratie van agrotourisme gelegen om en nabij natuurgebieden en groene clusters. Daarnaast spelen ook de kust en de watersportgebieden (Friesland) een grote rol. Wel moet rekening gehouden worden dat, hoewel bepaalde gebieden aantrekkelijk zijn vanwege de natuur (bijvoorbeeld De Veluwe), de mogelijkheden beperkt worden door beschermende maatregelen.

Ook de schaal van het landschap is belangrijk. Kleinschalige landschappen bieden meer afwisseling en zijn daardoor aantrekkelijker. De recreanten houden van afwisseling, waardoor het lage aandeel van Flevoland en beide noor-

delijke provincies (grootschalige, open landbouwgebieden) binnen het aanbod aan agrotourisme gedeeltelijk te verklaren is.

Daarnaast is de aantrekkelijkheid van stedelijke gebieden (voor met name verblijfsrecreatie) vrij laag. Maar gezien het meer onder de aandacht komen van stadscampings, kan hier voor de agrarische aanbieder van verblijfsaccommodatie toch een belangrijke rol zijn weggelegd. De aandacht zal dan alleen niet moeten liggen op het aanbieden van rust, ruimte en de omgeving, maar op het verkopen van de nabijgelegen stad met zijn specifieke mogelijkheden.

Om nog iets meer aan te kunnen geven over de mogelijkheden voor de ontwikkeling van agrotourisme op basis van de omgeving, is in BORIS 1) gekeken naar de kaart met landschapskwaliteit. Dit geeft de gebieden weer waarin het beleid gericht is op het behoud en herstel van cultuur-historische en aardkundige elementen en patronen, de kleinschaligheid, de ruimtelijke samenhang en de schoonheid (landschappelijke gaafheid). Hierin komen de aspecten naar voren die voor de ontwikkeling van agrotourisme (en ook recreatie en toerisme in het algemeen) van belang zijn. Deze kaart is vergeleken met de huidige verdeling van agrotourisme over Nederland, waarbij met name gekeken is naar de gebieden waar agrotourisme in mindere mate voorkomt. Mogelijkheden worden vooral gezien in de gebieden de Hondsrug en het Westerkwartier en ook het gebied ten Noorden en Oosten van de Veluwe zou van het beleid ten behoud en herstel van de landschapskwaliteit kunnen profiteren.

Dezelfde vergelijking is gedaan voor de Ecologische Hoofdstructuur. Dezelfde gebieden komen ook hierin naar voren als kansrijke gebieden voor het ontwikkelen van agrotourisme. Over het algemeen kan gezegd worden dat door ontwikkeling van natuur en kwaliteit van het bestaande landschap met name de noordelijke provincies goede kansen hebben voor het aantrekken van agrotouristen.

Naast de aantrekkelijkheid is ook de ontsluiting van een gebied belangrijk voor agrotourisme. Gebieden met een goede fiets- en wandelinfrastructuur zijn aantrekkelijk, aangezien fietsen en wandelen veel voorkomende activiteiten op het platteland zijn. Maar ook de bereikbaarheid van het gebied en de accommodatie is van belang.

#### **4.5 De consumentenmarkt**

Wat nog wel als de belangrijkste voorwaarde voor de ontwikkeling van agrotourisme gezien kan worden is de vraag. Er moet een markt zijn om je product af te zetten. Afhankelijk van (ontwikkelingen in) de vraag, kan iets gezegd worden over de toekomstige mogelijkheden voor agrotourisme.

Een moeilijkheid bij het bepalen van de mogelijkheden voor agrotourisme is het ontbreken van specifieke consumenteninformatie. Vooral ten aan-

---

1) Basis OpenluchtRecreatie Informatie Systeem; een geografisch informatiesysteem (GIS).

zien van de dagrecreatieve activiteiten is nauwelijks iets bekend. Gedegen marktonderzoek is op dit terrein hard nodig.

We gaan voor de kenmerken van de agrotourist in dit rapport uit van door agro-boeren verstrekte gegevens uit de literatuur. Het blijkt dan dat vooral ouderen, gezinnen met jonge kinderen en hoog opgeleiden gebruik maken van overnachtingsmogelijkheden bij de boer.

In de komende decennia stijgt de gemiddelde leeftijd van de bevolking (vergrijzing). De groep van 65-plussers neemt toe, maar het aantal mensen tussen de 50 en 60 jaar groeit nog sneller. Uit tijdbestedingsonderzoek blijkt dat deze groep in toenemende mate deelneemt aan vormen van openluchtrecreatie (SCP, 1995). Dit betekent een toename van het aantal potentiële agrotouristen. Bovendien betreft het de vooral wat actievare ouderen. Dit biedt goede mogelijkheden voor het combineren van verblijfsrecreatie met vormen van actieve dagrecreatie of het opzetten van arrangementen rond bijvoorbeeld fietsen.

Ook wordt voor de komende jaren een relatief hoog aantal geboorten voorzien, gezien het toenemende aantal vrouwen dat pas na het dertigste levensjaar kinderen krijgt (de groep twintigers en dertigers vormen op dit moment de grootste leeftijdsgroepen). Het aantal gezinnen met kinderen zal daardoor ook stijgen en daarmee het potentieel aan agrotouristen. Ook hier liggen dus kansen voor de ontwikkeling van agrotourisme.

Naast de specifieke consumentenkenmerken kan ook gekeken worden naar trends die zichtbaar zijn in het vakantiedrag. Hieronder volgen de belangrijkste ontwikkelingen die van invloed (kunnen) zijn op agrotourisme (NRIT, 1997 en Go, 1997):

- groeiende vraag naar natuur- en gezondheidstourisme  
Agrotourisme speelt in op de groeiende vraag naar groen en recreatie in een natuurlijke omgeving;
- toename van het aantal tweede en derde vakanties  
Uit het CVO blijkt dat de interesse voor het platteland tijdens een tweede vakantie iets groter is dan tijdens de hoofdvakantie. Dit kan positieve gevolgen hebben voor het agrotourisme;
- toename cultuurgerichte recreatie  
Agrariërs in gebieden met een streekeigen karakter en met veel cultuurhistorische elementen en beschermde stads- en dorpsgezichten in de nabijheid kunnen hierop inspelen;
- van groot- naar kleinschalig  
Waarden als rust, groen en landschap worden steeds belangrijker. Daardoor ontstaat er minder animo voor grootschalige universele toeristische projecten, en meer belangstelling voor kleinschalige projecten, waarbij uniciteit en privacy een belangrijke rol spelen. De kleinschalige accommodatievormen en het persoonlijke karakter van het verblijf bij de boer speelt hierop in;
- meer variatie in vakantiepatroon  
De recreant wil meer afwisseling, wil van zekerheid naar meer avontuur. Door het combineren van diverse toeristische producten en bijvoorbeeld

het aanbieden van routes langs diverse (agro-)toeristische ondernemers met mogelijkheden voor actieve recreatie, kan op deze trend gereageerd worden;

- meer behoefte aan maatwerk  
De consument wil op een efficiënte wijze zelf zijn/haar vrijetijdsproduct-samenstellen. Dit betekent het aanbieden van diverse mogelijkheden en activiteiten, waaruit de toerist zelf een keuze kan maken. Dit biedt kansen via samenwerking met andere aanbieders (al dan niet uit de agrotouristische hoek), voor het presenteren van een compleet aanbod aan mogelijkheden in een gebied;
- Roep om snel en efficiënt  
De groep van 30-50 jaar is drukbezet. Ze hebben veel geld en weinig tijd. Dit biedt mogelijkheden voor (verblijfs-)recreatie dicht bij de grote woonkernen. Even er tussenuit, waarbij er weinig tijd aan reizen (files) verloren gaat;
- meer behoefte aan kwaliteit (is geen synoniem voor luxe)  
Het aanbieden van kwalitatief goede accommodatie met genoeg voorzieningen tegen een goede prijs geeft invulling aan deze trend. Agrotourisme ontwikkelt zich al in deze richting met het aanbieden van goede sanitaire voorzieningen en bijkomende voorzieningen als bijvoorbeeld ontbijt en verhuur van onder andere fietsen.

Naast mogelijkheden die de algemene trends bieden, zien we nog een andere belangrijke optie. In de ons omringende landen is agrotourisme al veel verder ontwikkeld. Hier is er dus een grote markt voor ontstaan. Er zouden dan ook, veel meer dan nu het geval is, mogelijkheden gezocht moeten worden voor het aantrekken van de buitenlandse toerist die geïnteresseerd is in recreatie bij de boer.

Echter, Nederland is een duur vakantieland. Een ontwikkeling die als bedreigend gezien kan worden voor agrotourisme (en recreatie en toerisme in Nederland in het algemeen), is de concurrentie die ontstaat door het steeds grotere aanbod aan goedkope buitenlandse reizen. Goedkoop op vakantie betekent niet meer vanzelfsprekend vakantie in eigen land.

#### **4.6 Besluit**

Zoals blijkt uit voorgaande paragrafen zijn de mogelijkheden voor agrotourisme afhankelijk van meerdere aspecten die onderling samenhangen. Het belangrijkste is dat er een markt voor is, er moet vraag naar zijn. Dit zal in grote mate samenhangen met de bovengenoemde recreatieve aantrekkelijkheid van het gebied waarin een boer gevestigd is. Deze aantrekkelijkheid wordt daarnaast weer in belangrijke mate mede bepaald door de aanwezige landbouw, wat een belangrijke factor in de inrichting van de groene ruimte is.

Voor het goed benutten van genoemde kansen is echter bovenal een meer professionele benadering van de markt nodig. Momenteel is de agrotouristische sector nog te veel versnipperd. Er zou meer gestructureerd samenge-

werkt moeten worden, zowel in het aanbieden van gezamenlijke producten als in de promotie.

Allereerst zou de sector zich als geheel kunnen richten op collectieve promotie om het fenomeen "recreatie bij de boer" te promoten. In de trant van "brood, daar zit wat in" blijft de sector in de picture.

Daarnaast biedt het zich richten op het streekeigen imago een goed perspectief voor het zich onderscheiden ten aanzien van de concurrenten. Met name in gebieden waar het agrotouristisch aanbod zich al ver heeft ontwikkeld zou de aandacht zich moeten richten op verdere professionalisering en marketing. Hierbij kan ook gedacht worden aan marktsegmentatie, via het zich richten op bepaalde deelsegmenten van de markt die hun eigen wensen hebben ten aanzien van agrotourisme.

Als laatste is samenwerking een belangrijke voorwaarde voor succes. De samenwerking zou niet alleen gericht moeten zijn op aanbod in de agrotouristische sector, maar ook binnen de reguliere toeristisch-recreatieve sector. De consument kijkt naar het totaal aan mogelijkheden in een streek. Agrotourisme is een schakel in dat geheel en zal daar dan ook op in moeten spelen.

## LITERATUUR

Bos, P. (1994)

*Kamperen bij de boer groeit onstuimig*; In: Heidemijdschrift, jrg. 105, nr. 3; juni 1994; pp. 16-17

Go, prof. dr. F.M. (1997)

*Ondernemen in Toerisme; Markten van Morgen*; n.a.v. symposium "Ondernemen in Toerisme, Markten van Morgen"; 27 februari 1997

Hart, J. de (1995)

*Tijdopnamen: een onderzoek naar de verschillen en veranderingen in de dagelijkse bezigheden van Nederlanders op basis van tijdbudgetgegevens*; Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau, VUGA

NRIT (1997)

*Tendrapport Toerisme 1996/97*; Breda, Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme

Staring Centrum

Basis Openlucht recreatie Informatie Systeem (BORIS)

Stichting Recreatie (1996)

*Kansen voor agritoerisme; literatuurstudie naar de mogelijke betekenis van agritoerisme*; in opdracht van het Ministerie van LNV; Stichting Recreatie, Kennis- en Innovatiecentrum; Den Haag

Teeuwen, J.L. en M.J. Voskuilen (1998)

*Agrotoerisme; Goed boeren of niet?*; Den Haag, Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO); Publicatie 2.209

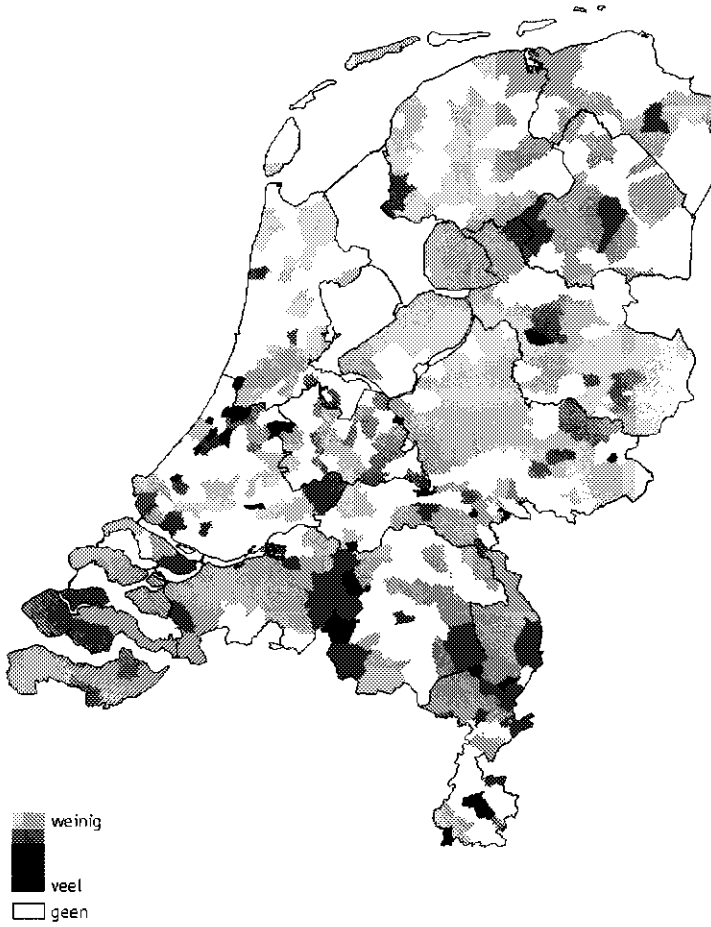


## **BIJLAGEN**

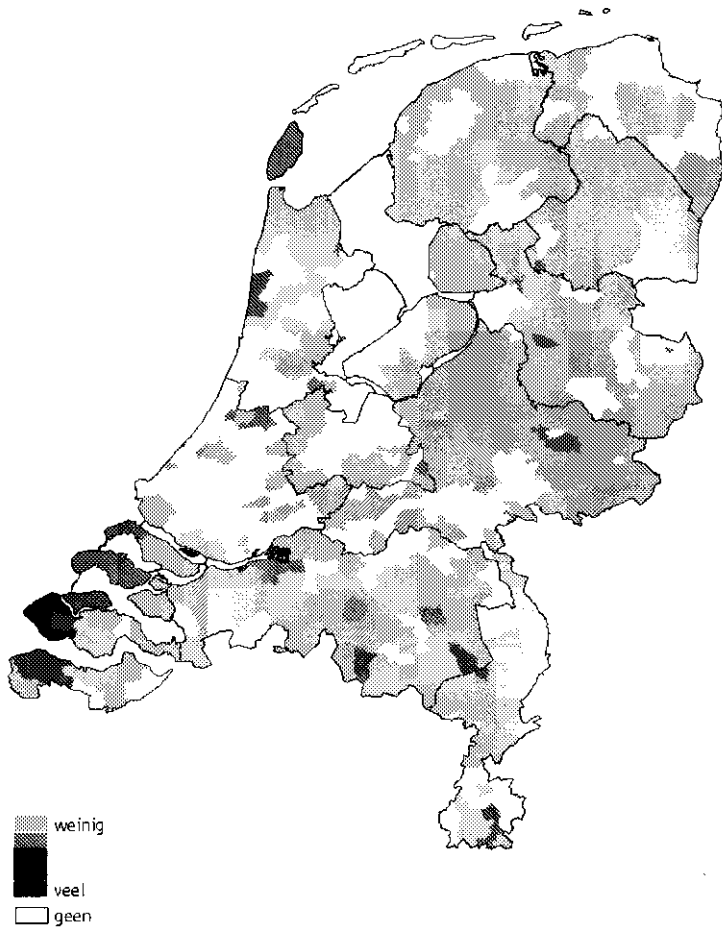
§ Bijlage 1 Aanbod agrotourisme in Nederland onderverdeeld naar provincie in aantal en percentage

	Camping		Overig ver- blijf		Combi-ver- blijf		Verhuur		Ontvangst		Combidag		Verblijven dag		Totaal	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Groningen	14	1,6	14	3,6	4	2,9	2	1,8	19	4,2	1	4,0	5	1,7	59	2,6
Friesland	51	6,0	43	11,1	13	9,4	7	6,4	30	6,7	1	4,0	34	11,7	179	7,9
Drenthe	52	6,1	20	5,1	7	5,0	6	5,5	26	5,8	2	8,0	16	5,5	129	5,7
Overijssel	85	9,9	59	15,2	19	13,7	10	9,2	44	9,8	2	8,0	40	13,7	259	11,5
Flevoland	8	0,9	5	1,3	3	2,2	3	2,8	12	2,7	2	8,0	7	2,4	40	1,8
Geiderland	139	16,2	83	21,3	17	12,2	17	15,6	62	13,8	4	16,0	45	15,5	367	16,3
Utrecht	19	2,2	10	2,6	2	1,4	6	5,5	22	4,9	1	4,0	9	3,1	69	3,1
Noord-Holland	75	8,8	34	8,7	9	6,5	6	5,5	24	5,4	1	4,0	17	5,8	166	7,4
Zuid-Holland	43	5,0	9	2,3	2	1,4	10	9,2	55	12,3	3	12,0	15	5,2	137	6,1
Zeeland	220	25,7	21	5,4	29	20,9	4	3,7	51	11,4	0	0,0	39	13,4	364	16,1
Noord-Brabant	97	11,3	47	12,1	16	11,5	25	22,9	58	12,9	5	20,0	45	15,5	293	13,0
Limburg	54	6,3	44	11,3	18	12,9	13	11,9	45	10,0	3	12,0	19	6,5	196	8,7
<b>Totaal</b>	<b>857</b>	<b>100</b>	<b>389</b>	<b>100</b>	<b>139</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>448</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>2258</b>	<b>100</b>

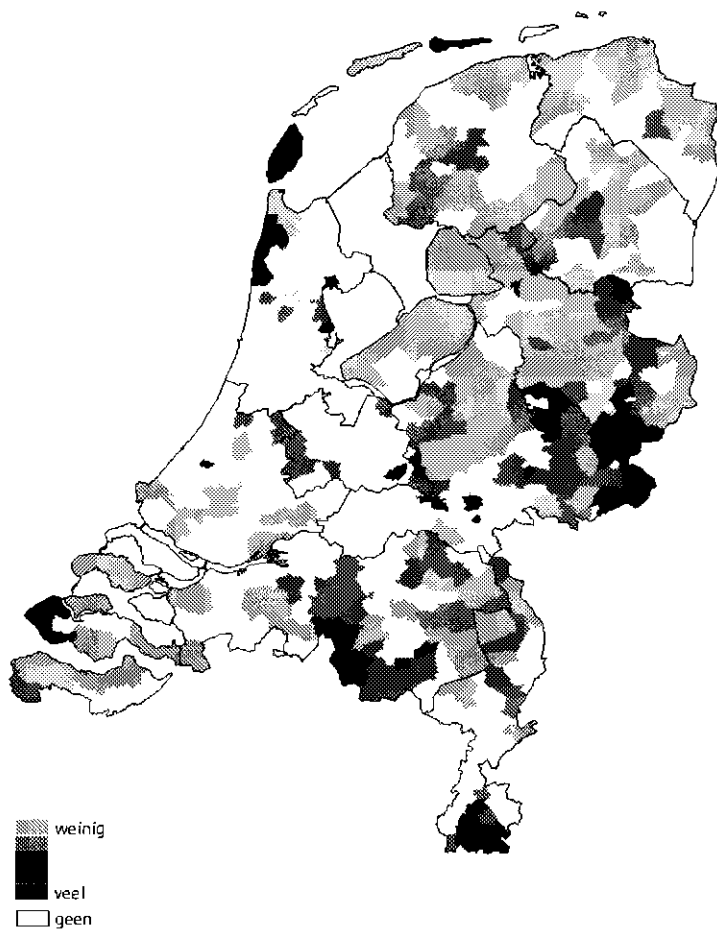
## Bijlage 2 Overzichtskaarten



*Verdeling agrarische bedrijven met ontvangst en/of verkoop per gemeente in 1997*  
Bron: CBS-Landbouwtelling, bewerking LEI-DLO.

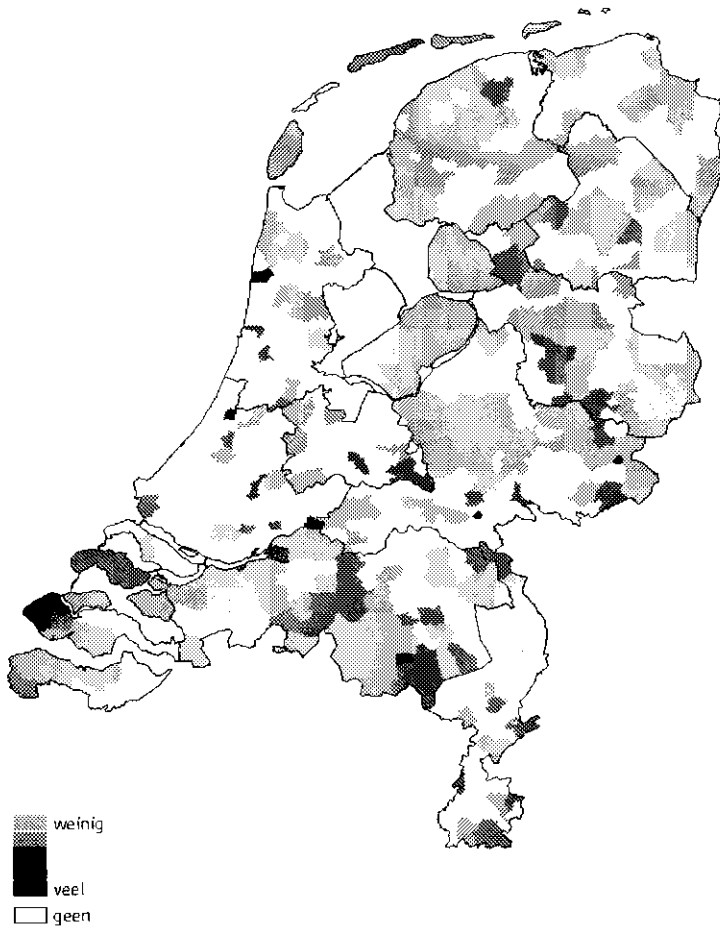


**Verdeling agrarische bedrijven met alleen een camping per gemeente in 1997**  
Bron: CBS-Landbouwteiling, bewerking LEI-DLO.



*Verdeling agrarische bedrijven met overige logiesverstrekking (exclusief camping) per gemeente in 1997*

Bron: CBS-Landbouwtelling, bewerking LEI-DLO.



**Verdeling agrarische bedrijven met een combinatie van dag- en verblijfsrecreatie per gemeente in 1997**

**Bron: CBS-Landbouwtelling, bewerking LEI-DLO.**

## Bijlage 3 Begrippenlijst

### *Nederlandse Grootte Eenheid (Nge)*

De productie-omvang van de bedrijven en van de verschillende productierichtingen is uitgedrukt in nge. De nge is een gestandaardiseerde maatstaf voor de economische omvang van agrarische bedrijven . De nge is gebaseerd op de saldi per diersoort en per hectare gewas. Met de nge kunnen de verschillende onderdelen (dieren, gewassen) van een bedrijf onder één noemer gebracht worden. Dit biedt de mogelijkheid om de omvang van verschillende typen bedrijven te vergelijken.