

Rapportage

Toekomstvisie verblijfsaccommodatiemarkt Regio Hart van Brabant



Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1. Inleiding en vraagstelling	11
2. Aanbodanalyse	14
3. Bezettingsanalyse	33
4. Analyse context toeristische en zakelijke markt	46
5. Plannen en ontwikkelingen verblijfsaccommodaties	54
6. Toekomstanalyse toeristisch product en vraag	65
7. Marktruimte per sector	80
8. Beleidsaanbevelingen	86
 Colofon	 93
 Definities	 94
 Bijlagen	
b1. Geraadpleegde personen	96
b2. Geraadpleegde bronnen	97
b3. Overzicht aanbod	98
b4. Samenstelling COROP-gebieden	109
b5. Focus sectoren regionale economie	110
b6. Trends & ontwikkelingen	112

Samenvatting (1)

Twee onderzoeksvragen

Regio Hart van Brabant heeft LAGroup opdracht gegeven de verblijfsaccommodatiemarkt in de regio te onderzoeken. Het onderzoek kent twee hoofdvragen:

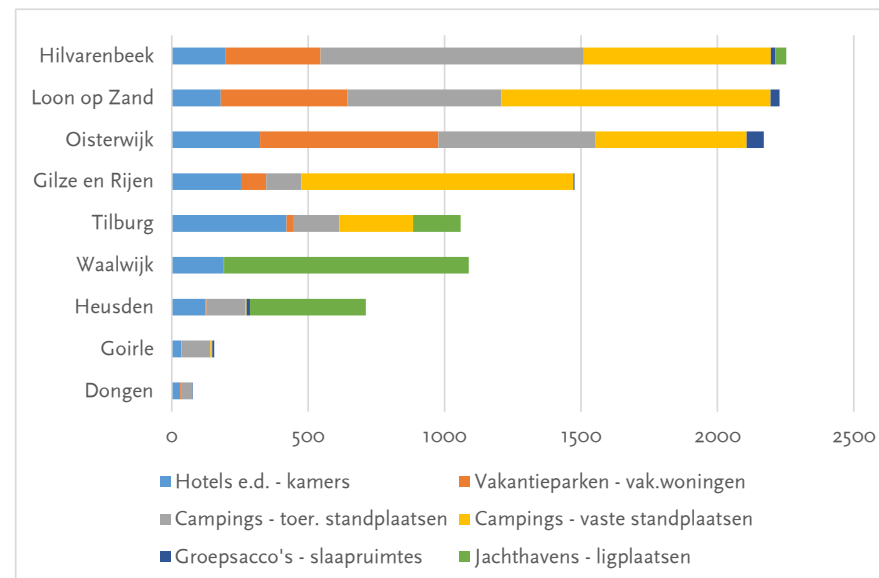
1. Wat is de status quo van de verblijfsaccommodatiemarkt in de regio? ("Foto" van de markt)
2. Wat zijn de kansen voor de verblijfsaccommodatiemarkt in de regio, rekening houdend met de huidige ambities van de regio? ("Film" van de markt)

Deze samenvatting bevat de belangrijkste resultaten van het onderzoek. Het onderzoek richt zich op de verblijfsvormen 1) hotels (inclusief pensions en bed & breakfasts), 2) vakantiewoningen, 3) campings en 4) groepsaccommodaties. Op onderdelen is ook gekeken naar de markt voor camperplaatsen en jachthavens.

Huidig aanbod: groot, vrij divers en in relatief goede staat

Er zijn in totaal afgerond 11.200 verblijfseenheden, goed voor ruim 51.000 slaapplekken in de regio. De campingsector heeft hierin het grootste aandeel (circa 6.200 standplaatsen, waarvan 2.650 toeristisch). Maar ook het aantal verblijfseenheden in de andere typen accommodaties is substantieel. Zo zijn er afgerond 1.750 hotelkamers en 1.600 vakantiewoningen te vinden in de regio. De gemeenten Hilvarenbeek, Loon op Zand en Oisterwijk hebben het grootste totaalaanbod. Voor de regionale hotelmarkt geldt dat het 4-sterren segment het sterkst vertegenwoordigd is. Over het geheel gezien staan de hotels in de regio er relatief goed bij qua inrichting en onderhoud. Voor de samenstelling van het hotelaanbod qua hotelconcepten geldt dat het aanbod aan boutique hotels relatief klein is en dat combinatiehôtels met bijvoorbeeld golfbanen en/of een wellnessresort ontbreken. Dit geldt ook voor een zorghotel. Het hotelaanbod in de regio nam toe sinds 2007, maar de groei bleef duidelijk achter bij die in geheel Nederland.

Totaaloverzicht verblijfsaccommodaties in regio Hart van Brabant



Binnen het aanbod aan vakantiewoningen zijn de grote aanbieders Efteling Bosrijk, Oostappen Droomgaard, Vakantiepark Beekse Bergen en Landal Duc de Brabant goed voor 46% van het totaalaanbod. Twee andere grote spelers, Pierre & Vacances/Center Parcs en Roompot ontbreken in de regio. De bulk van het aanbod bevindt zich in het middensegment. In zijn algemeenheid zijn de vakantieparken in de regio redelijk goed verzorgd. Dit neemt niet weg dat bij een aantal parken de toeristisch-recreatieve waarde onder druk staat, onder meer door permanente bewoning en/of langdurige verhuur aan arbeidsmigranten. Het aanbod aan vakantieparken nam in Midden-Noord-Brabant sinds 2007 sneller toe dan gemiddeld.

Samenvatting (2)

Voor het camping aanbod geldt dat 43% van de standplaatsen toeristisch is. Het gros van de campings bevindt zich in het middensegment. Campings in het hoogste* segment ontbreken. Er is deels sprake van verouderd aanbod (met name in het lagere segment). De regio beschikt over het nodige niche-aanbod (o.a. SVR-campings en campings bij attracties). Bij veel campings vindt versterking plaats: toevoeging van chalets en vakantiehuisjes aan een van oudsher camping. Het aanbod aan niet-vaste slaapplekken nam sinds 2007 af met 10%.

Het aanbod aan groepsaccommodaties in de regio is groot: bijna 2.500 bedden. Er zijn verhoudingsgewijs veel budgetaccommodaties in de regio. Er is echter ook wel hoogwaardiger, vaak kleinschalig, aanbod. Over het algemeen zijn de accommodaties relatief goed onderhouden. Sinds 2007 nam het beddenaanbod licht af (-5%).

In de regio zijn geen specifieke erkende zelfstandige camperplaatsen, maar toeristen met campers kunnen wel bij veel campings terecht. Er zijn 9 jachthavens in Hart van Brabant. Het merendeel van de ligplaatsen in deze havens is vast: afgerond 1.300 plaatsen. Daarnaast zijn er 200 ligplaatsen voor passanten.

Overnachtingen en bezetting: Hart van Brabant scoort hoog maar niet alle cijfers zijn betrouwbaar

We hebben getracht voor Hart van Brabant in beeld te krijgen wat de bezetting van de logiesaccommodaties is. Door onvolledigheid van de Toeristenbelastingdata en bezuinigingen bij het CBS is dat vanuit bestaande bronnen nauwelijks mogelijk. Een enquête onder circa 150 logiesbedrijven, die samen circa 90% van het slaapplekkenaanbod vertegenwoordigen, heeft dat hiaat deels gevuld. Voor de hotels en vakantiehuizen zijn representatieve bezettingscijfers te herleiden. Helaas geldt dat niet voor de campings en groepsaccommodaties.

Cijfers over die twee segmenten moeten met een groot voorbehoud worden gehanteerd.

De tabel hieronder toont dat alle logiesaccommodaties in Hart van Brabant samen bijna 3,4 miljoen overnachtingen genereerden in 2014. De bezetting is in de jaren 2012-2014 – voor alle segmenten gemiddeld – min of meer gelijk gebleven. Maar geheel Nederland maakte in die periode een groei van het aantal overnachtingen van bijna 8% door. Hart van Brabant lijkt dan ook veel minder dan de rest van Nederland te profiteren van het sterk groeiende internationale toerisme.

Ontwikkeling overnachtingen verblijfsaccommodaties Hart van Brabant

(x 1000)	2012	2013	2014
Hotels c.a.	530	560	580
Vakantieparken	1.020	1.080	1.120
Campings	1.220	1.150	1.070
Groepsaccommodaties	600	620	600
Totaal	3.370	3.410	3.370

De hotelsector deed het goed in Hart van Brabant. Met 63-65% kamerbezetting ligt het ruim boven het Noord-Brabantse gemiddelde van 56% en ook boven het landelijk gemiddelde (exclusief zes grote steden en Schiphol). De hoge – en stijgende – bezetting ging in Hart van Brabant niet ten koste van de kameropbrengsten. Die stegen in 2012-2014 van gemiddeld € 66 naar € 69 per verhuurde kamer.

Voor vakantieparken geldt hetzelfde beeld: een bovengemiddelde groei van zowel aantal overnachtingen als bezetting, ten opzichte van de rest van Zuid-Nederland. De groei werd sterk gestimuleerd door de opening van grote hoogwaardige parken in voorgaande jaren. Dat compenseerde de dalende bezetting op andere fronten, als gevolg van het toenemende

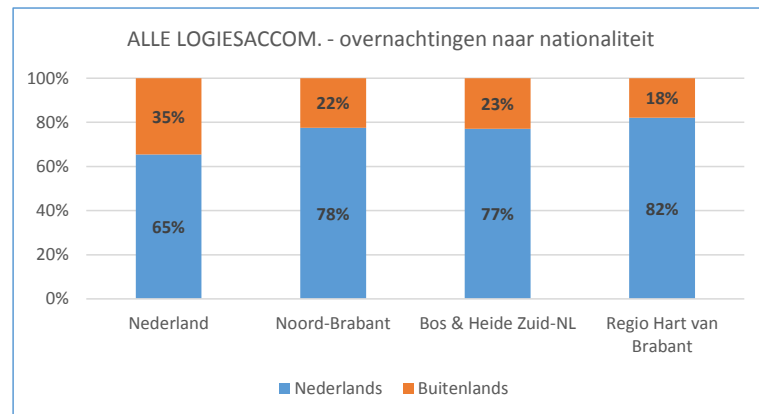
Samenvatting (3)

aandeel (semi)permanente bewoning en bewoning door arbeidsmigranten. Die overnachtingen komen niet terug in de overnachtingsstatistieken, maar het aanbod blijft wel aanwezig in die statistieken. Dit fenomeen kan het imago van dit logiessegment negatief beïnvloeden.

De cijfers van campings en groepsaccommodaties zijn zoals gemeld niet betrouwbaar wat betreft de hoogte van het aantal overnachtingen. De dalende trend bij de campings is wel waarheidsgetrouw, en is in Hart van Brabant nog sterker dan elders in Nederland. Bij groepsaccommodaties is de ontwikkeling stabiel.

Kijkend naar herkomst, is het verblijfstoerisme in Hart van Brabant vooral een Nederlandse aangelegenheid (gemiddeld 82% van alle overnachtingen). Vakantieparken, campings en groepsaccommodaties trekken 10-20% inkomend toerisme. Alleen de hotels in Hart van Brabant hebben met 32% relatief veel buitenlandse overnachtingen.

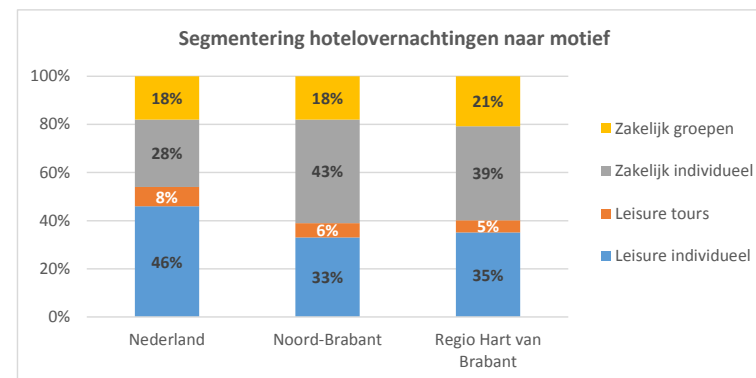
Overnachtingen verblijfsaccommodaties in 2014 naar herkomst



Voornaamste herkomstlanden voor de hotels zijn de buurlanden. Van het buitenlands hotelbezoek komt 64% uit België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, 21% uit andere Europese landen en 15% uit de rest van de wereld.

Ook het *bezoekmotief* in Hart van Brabant is in kaart gebracht. Bij de hotels heeft liefst 60% van de hotelovernachtingen een zakelijk motief. (39% individueel bezoek, 21% cursussen e.d.). Het grote aandeel stedelijke en weggeoriënteerde hotels en hotels met conferentie-faciliteiten zal dit beïnvloeden. Bij alle andere accommodatietypen vormt recreatief verblijf zo'n 90% van het bezoekmotief.

Hotelovernachtingen naar bezoekmotief



Al met al doen de verblijfsaccommodatiesector het in Hart van Brabant qua bezetting bovengemiddeld, maar de ontwikkeling in de tijd blijft steken of is zelfs neerwaarts, met name op de buitenlandse markten. Dit in tegenstelling tot de positieve ontwikkelingen elders in Nederland.

Samenvatting (4)

Plannen en ontwikkelingen nieuwe verblijfsaccommodaties: met name groei in hotel- en vakantieparksector

Uit een inventarisatie van plannen voor nieuwe verblijfsaccommodaties blijkt dat de groei van het aanbod met name zal komen van de hotel- en de vakantieparksector. Bij het overige aanbod zijn de ontwikkelingen zeer gering ten opzichte van het huidige aanbod. Zie de onderstaande tabel:

- In de hotellerie is de totale planvoorraad erg groot (+103% ten opzichte van het huidige aanbod). Veel van deze plannen zijn echter nog onzeker. De groei van de zekere plannen ligt op 'maar' 13%.
- Bij de vakantiewoningen zijn veel meer plannen (min of meer) zeker. Het aanbod aan *slaapplaatsen* met grote kans groeit met liefst 32%. Indien alle plannen door zouden gaan, stijgt het aanbod met liefst 77%. Een zeer aanzienlijke groei.

Totaalbeeld plannen voor uitbreiding logiesaccommodaties Hart van Brabant

	AANTAL SLAAPPLAATSEN		AANTAL SLAAPPLAATSEN	
	Plannen totaal	Plannen met ≥ 75% kans	% uitbreiding tov huidige aanbod bij doorgaan alle plannen	% zekere uitbreiding tov huidige aanbod (plannen met ≥ 75% kans)
Hotels, pensions & B&B's	3.622	444	103%	13%
Vakantieparken	6.114	2.590	77%	32%
Campings - toeristisch	1.000	600	8%	5%
Campings - vaste plaatsen	-500	-500	-3%	-3%
Groepsaccommodaties	50	20	2%	1%
Jachthavens	0	0	0%	0%
Totaal	10.286	3.154	20%	6%

Met redelijke zekerheid (75% of meer kans op realisatie op planniveau) kan gesteld worden dat de komende jaren het aanbod aan slaapplaatsen in Hart van Brabant zal toenemen met 6%. Mogelijkerwijs kan deze toename oplopen tot (totaal) 20% extra aanbod ten opzichte van het huidige aanbod. De ervaring elders leert echter dat doorgaans maar een (klein) deel van alle gepubliceerde plannen gerealiseerd wordt.

Context vraagmarkt: breed leisure aanbod, impuls marketing

De regio heeft een breed leisure aanbod, met zowel kleinschalige vrijetijdsaanbieders als grootschalig leisure aanbod met een sterke toeristische aantrekkingskracht. De provincie Noord-Brabant heeft een sterke merkkracht bij de Nederlandse bevolking. De merkkracht van 'centrumstad' Tilburg is daarentegen niet bovengemiddeld goed.

Het vrij recent opgestarte VisitBrabant maakt werk van het vermarkten van de regio (als onderdeel van de marketing van de hele provincie). Ook Tilburg is actief bezig met van een citymarketingstrategie. Van deze marketing inspanningen zal de verblijfsaccommodatiesector in de hele regio profijt kunnen hebben. Dit geldt ook voor de initiërende/acquisiterende en faciliterende werkzaamheden van Midpoint en de projecten die hieruit voort komen.

Verbetering toeristisch product in breedte en in de top

In de regio worden en zijn de nodige projecten opgezet ter verbetering van het toeristische product (onder meer KVL Oisterwijk, de Spoorzone Tilburg en de projecten vallend onder Vitaal Leisure Landschap). Veel hiervan zullen de aantrekkingskracht met name in de breedte versterken. Toeristen zullen wat sneller geneigd zijn om voor de regio te kiezen en/of er langer te verblijven. De aantrekkingskracht van deze projecten moet echter niet overschat worden. Uitbreidingsprojecten zoals bij De Efteling en de Beekse Bergen geven daarentegen wel een extra impuls aan de top van de toeristische aantrekkingskracht. Deze projecten zullen naar verwachting tot substantieel meer (verblijfs)bezoek aan de regio leiden.

Samenvatting (5)

Zakelijke vraagmarkt wat geslonken, maar wel ambities voor de toekomst

De sectoren industrie, financiële instellingen en zakelijke diensten vormen een potentiële afzetbron voor de zakelijke hotelmarkt. Deze sectoren zijn anno 2014 gezamenlijk goed voor 28% van de werkgelegenheid in de regio. Ten opzichte van 2010 nam het aantal banen in deze sectoren af met +/- 4,3%. Naar het zich laat aanzien heeft dit afgelopen jaren een negatieve invloed gehad op de zakelijke vraag in met name hotels in de regio.



Hart van Brabant richt zich sinds kort nadrukkelijk op de sectoren leisure, logistiek, zorg en aerospace & maintenance. Voor de hotelsector kan een juist uitgevoerde focusstrategie op termijn bijdragen aan de zakelijke hotelvraag (onder meer door het aantrekken van multinationals of het doen laten groeien van reeds gevestigde organisaties). Met name de inzet op de internationaal georiënteerde logistiek en aerospace & maintenance leidt naar verwachting tot (extra) hotelvraag.

Hart van Brabant heeft relatief veel verblijfsaanbod, uitgezonderd hotels

Het aanbod aan verblijfsaccommodaties in Hart van Brabant is afgezet tegen een benchmark van vier andere toeristische regio's: Twente, Arnhem/Nijmegen en de twee andere regio's in Noord-Brabant. Daaruit blijkt dat Hart van Brabant een relatief ruim aanbod aan campings, vakantieparken en (met name) groepsaccommodaties heeft. Alleen op hotelgebied is het aanbod in Hart van Brabant relatief mager: bijna 35% minder hotelkamers dan de andere vier regio's, gerelateerd aan omvang van en banen in de regio's. Het grote aanbod aan vakantiewoningen, campings en groepsaccommodaties kan mede de oorzaak zijn van het (nu nog) relatief lage aantal hotelkamers in de regio.

Theoretische marktruimte in Hart van Brabant wisselt per segment

Op grond van onder meer macro-economische prognoses, socio-demografische trends, prognoses voor de binnenlandse en inkomende toeristische markt en regionale plannen en ontwikkelingen, is de ontwikkeling van de vraag tot 2020 geraamd.

Uit de groeiprognozes kan afgeleid worden dat de vraag naar verblijfsaccommodaties in Hart van Brabant tot 2020 zich per segment geheel verschillend zal ontwikkelen. Bij zowel hotels als vakantiewoningen is marktruimte voor alle huidige plannen die een grote mate van zekerheid hebben. Bij de hotels is daar bovenop nog ruimte voor nieuwe initiatieven. Via een andere methode is berekend dat bij de campings min of meer marktevenwicht is, terwijl bij de groepsaccommodaties nog marktruimte is voor nieuwe plannen.

De tabel geeft de verwachte groei van de vraag aan. Op de volgende pagina staat aangegeven wat dit voor het toekomstig aanbod betekent, telkens bij een behoudend en bij een optimistisch scenario.

Type accommodatie	Ontwikkeling vraag tot 2020	Omvang vraag Hart van Brabant in 2020	Groei vraag Hart v. Brabant t.o.v. 2014
Hotels	+6,6% tot +14,8%	460-510.000 kamernachten	+50-100.000 kamernachten
Vakantieparken	+6,5% tot +16,3%	1,27 tot 1,42 miljoen overnacht.	+150-300.000 overnachtingen
Campings	-/-1,0% tot +6,7%	Niet met zekerheid vast te stellen	-/-5.000 tot +35.000 overn.
Groepsaccommodaties	+5,1% tot 13,2%	Niet met zekerheid vast te stellen	+15-35.000 overnachtingen

Samenvatting (6)

De tabel hieronder laat zien hoeveel marktruimte er in elke deelsector is tot 2020, rekening houden met plannen die vrijwel zeker doorgaan.

Type accommodatie	Geplande (zekere) groei aanbod tot 2020	Normatieve bezetting (*)	Marktruimte extra aanbod tot 2020
Hotels	222 kamers	62,5% kamerbezetting	+30 tot +250 kamers
Vakantieparken	2.590 slaapplekken	35% slaapplekkenbezetting	-/-650 tot +590 slaapplekken
Campings	600 toeristische slaapplekken	7,5% slaapplekkenbezetting (toer.)	-/-770 tot +670 slaapplekken
Groepsaccommodaties	20 slaapplekken	19% slaapplekkenbezetting	+170 tot +470 slaapplekken

In de hotelsector en bij de groepsaccommodaties is nog beperkte marktruimte (enkele honderden slaapplekken). Bij de vakantieparken en de campings is na realisatie van de vrijwel zekere plannen ongeveer marktevenwicht. Volgens dit model is er in die twee sectoren tot 2020 geen ruimte voor nieuwe initiatieven.

Ruimte geven aan accommodaties met meerwaarde

Hotelmarkt

Voor de hotelmarkt wordt, ondanks de beperkte marktruimte, aanbevolen om ruimte te bieden voor een grotere dan berekende groei. Deze (tijdelijke) overdimensionering biedt de mogelijkheid om hotels met meerwaarde toe te voegen aan het nu nog vrij standaard hotelaanbod in de regio. Bijvoorbeeld niche hotels met een sterke eigen vraagmarkt. Of hotels op bepaalde plekken in de regio waar vestiging van een hotel van grote waarde is voor de locatie-ontwikkeling. Wij adviseren de regio om

de komende vier jaar plannen te faciliteren tot een totaal van maximaal 500 nieuwe hotelkamers, in aanvulling op de huidige 1.750 kamers.

Om te beoordelen of een hotelinitiatief meerwaarde heeft, wordt een toetsingskader voorgesteld. In het kort:

- Bijzonder karakter voor wat betreft het vestigingspand, het hotelconcept en/of aanvullende voorzieningen.
- Nader op gemeenteniveau vast te stellen stedenbouwkundige criteria.
- Nader op gemeenteniveau vast te stellen locaties, liggend in een kansengebied verblijfsaccommodaties.
- Met een onderbouwing van de initiatiefnemer dat de hotelontwikkeling extra vraag naar de regio trekt.

Bovendien dient de gemeente waar het initiatief valt, flankerend beleid te hebben geformuleerd waarin groei van het hotelaanbod opgenomen is, en dient de gemeente een actief toeristisch promotiebeleid te hebben afgestemd op de regiopromotie.

Vakantiewoningen

Meer nog dan in de andere sectoren geldt bij vakantiewoningen dat aanbod vraag creëert. Wij bevelen aan om ruimte te geven aan nieuwe parken die aan onderstaande voorwaarden voldoen:

- Hoogwaardige voorzieningen (ook centrumvoorzieningen).
- Een sterke marketing/marktpositie (onderdeel keten).
- Een voldoende grote schaal (t.b.v. centrumvoorzieningen).

In aantal adviseren wij totaal maximaal 700 woningen (3.500 bedden).

Campings

Aangezien de campingmarkt te maken heeft met krimp, adviseren wij om – als hoofdlijn – geen nieuw aanbod toe te laten. Tegelijkertijd moeten gevestigde campings de kans krijgen zich aan te passen aan nieuwe eisen van de markt. Daarvoor kan schaalvergroting nodig zijn. Om die reden adviseren wij om bestaande campings toe te staan om uit te breiden met maximaal 100% van de huidige capaciteit aan toeristische standplaatsen,

Samenvatting (7)

met een absoluut maximum van 50 extra toeristische plaatsen. Gedeeltelijke 'verstenen' van bestaande campings kan worden toestaan, als dat hun overlevingskans vergroot. Maar alleen in aanvulling op een upgrade van de camping. Vanwege de groei in kleinschalig kamperen zou ruimte kunnen worden geboden voor maximaal acht nieuwe mini-campings.

Groepsaccommodaties

In deze sector is nog marktruimte, maar er zijn nauwelijks plannen voor nieuwe accommodaties of uitbreiding daarvan. Gezien de (extra) marktruimte die wordt gevraagd in andere sectoren, raden wij aan om bij de groepsaccommodaties niet actief aan te sturen op groei van het aanbod.

Samenvattend (in bedden/slaapplaatsen)

Slaapplaatsen	Groei 2014-2020 (*)		Huidig toerist. slaappl.	Marktruimte (*)		ADVIES	Vrijwel zekere plannen
	Behoud.	Optim.		Behoud.	Optim.		
Hotels	6,6%	14,8%	3.510	500	940	1.000	440
Vakantieparken	6,5%	16,3%	7.980	1.940	3.180	3.500	2.590
Campings	-1,0%	6,7%	13.430	-170	1.270	(1)	600
Groepsaccomm.	5,1%	13,2%	2.480	190	490	(2)	20
TOTAAL			27.400	2.460	5.880	4.500	3.650

(*) Respectievelijk bij een behoudend en bij een optimistisch scenario

(**) Uitgaande van normbezetting; inclusief effect "nieuw aanbod creëert extra vraag"

(1) Geen nieuwe tenten; ruimte voor vergroting/verstenen bestaande campings en mini-campings

(2) Geen actief beleid op voeren. Plannen toestaan tot maximum marktruimte

Nu geen extra logiesaanbod voor mogelijke komst grote attracties

Bij de marktruimteberekeningen is geen rekening gehouden met de gewenste komst van een of twee grootschalige attracties in de regio. Gezien de grote onzekerheid hierover vinden wij het niet verstandig en niet realistisch om daar nu al rekening mee te houden bij het accommodatiebeleid.

"Verdubbeling aantal winterharde bedden" al flink eind op weg

Een van de Midpoint ambities is "15.000 winterharde bedden in 2025" in hotels en vakantieparken. Op dit moment hebben deze accommodaties in Hart van Brabant samen al 11.500 slaapplaatsen. De aanbevolen marktruimte betreft (maximaal) 4.500 bedden. Dit impliceert dat – bij volledige benutting van de marktruimte – de ambitie van 15.000 winterharde bedden al in 2020 (of eerder) gerealiseerd wordt.

Zorgen voor gelijk speelveld bij vakantieverhuur

AirBnB en andere vakantieverhuurders zijn een niet te stoppen ontwikkeling, maar kunnen – indien niet juist gereguleerd – een ongelijk speelveld tot gevolg hebben. Aanbevolen wordt om op bovenregionaal niveau te verkennen hoe recente in Amsterdam ontwikkelde regels ook in Noord-Brabant kunnen gelden. Sowieso geldt dat veel afhangt van hoe overheden omgaan met regelgeving hiervoor en handhaving daarvan.

Ontwikkel beleid huisvesting arbeidsmigranten

Verblijfsaccommodaties aan de onderkant van de markt hebben het moeilijk en 'lossen dat op' door in te zetten op permanente verhuur en verhuur aan arbeidsmigranten. Dat kan ten koste gaan van onder andere het (toeristisch) imago van de regio. Wij adviseren om op regionaal niveau beleid te ontwikkelen om dit probleem aan te pakken.

Niet dwingend sturen op specifieke ontwikkellocaties

Overheden kunnen marktpartijen niet dwingen om op bepaalde locaties juist wel of juist niet verblijfsvoorzieningen te realiseren. Maar als initiatiefnemers met plannen komen op locaties waar niet de juiste bestemming op rust, moeten overheden de eerder genoemde toetsingscriteria inzetten om te zorgen dat daar alleen gewenste ontwikkelingen plaatsvinden.

Blijf investeren in regiomarketing

Op regioniveau is het van belang te blijven investeren in collectieve promotie via VisitBrabant, gericht op de sterk groeiende buitenlandse markt (waar de regio achterblijft bij de rest van Nederland) alsmede op de Nederlandse *shortbreaker*.

Samenvatting (8)

Recente stappen Midpoint spelen in op behoefte verblijfssector

Met de oprichting van het leisure loket in het House of Leisure en het investeringsfonds leisure komt Midpoint tegemoet aan problemen die verblijfsrecreatieondernemers ondervinden bij de ontwikkeling van nieuwe plannen: de hoge drempels om financiering te krijgen en de beperkte menskracht bij lokale overheden.

Actieve acquisitie

De inzet van een acquisiteur vanuit het House of Leisure is nuttig, mits met de gemeenten goed is afgestemd welk type voorzieningen waar het meest gewenst zijn. De toevoeging van een paragraaf verblijfsaccommodaties aan de reeds bestaande Kansenkaart Leisure Hart van Brabant kan daarbij een goed middel zijn.

Aanbevelingen streven evenwichtig verblijfsaanbod na

De Regio Hart van Brabant stelt zich ten doel om alle bezoekersgroepen aan de regio een adequaat verblijfsaanbod te bieden, en tegelijkertijd structurele onevenwichtigheden in de markt te voorkomen. Wij zijn van mening dat de voorgestelde aanbevelingen met beide aspecten rekening houden. Tegelijkertijd gaan de ontwikkelingen in de wereld van verblijfsaccommodaties zo snel dat de horizon voor deze maatregelen niet te ver weg mag liggen. Het is dan ook verstandig om uiterlijk over vier jaar de effecten daarvan te iken en deze eventueel te heroverwegen voor de jaren daarna.



1. Inleiding en vraagstelling



1. Inleiding en vraagstelling

1.1 Aanleiding



De regio Hart van Brabant is het bestuurlijk samenwerkingsverband van de gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek, Heusden, Loon op Zand, Oisterwijk, Tilburg en Waalwijk.

Binnen de regio speelt de leisure sector, waar onder de verblijfsaccommodatiesector, een belangrijke rol. De regio heeft zichzelf bovendien ten doel gesteld om de leisure sector

verder te doen groeien en ontwikkelen. Mede met het oog op deze ambitie is er binnen de regio behoefte aan onderzoek naar de stand van zaken en naar de kansen in de toekomst voor de verblijfsaccommodatiemarkt. Deze rapportage geeft de bevindingen van dit onderzoek.

1.2 Afbakening, vraagstelling en methodiek

Afbakening onderzoek

- Het onderzoek heeft betrekking op de typen verblijfsaccommodaties:
 1. Hotels, pensions en bed & breakfasts*.
 2. Vakantiewoningen;
 3. Campings**;
 4. Groepsaccommodaties.
- Ook de markt van passantenjachthavens vormt onderwerp van onderzoek. Deze in de regio relatief kleine verblijfs categorie is alleen meegenomen bij de 'foto' van de status quo (hoofdvraag 1, zie hierna).
- Het onderzoek heeft betrekking op de periode tot circa 2020.

Vraagstelling

In het onderzoek staat de volgende (verkorte) vraagstelling centraal:

1. **FOTO VAN DE MARKT:** Wat is de status quo van de verblijfsaccommodatiemarkt in de regio Hart van Brabant ?
2. **FILM VAN DE MARKT:** Wat zijn de kansen voor de verblijfsaccommodatiemarkt in de regio Hart van Brabant, rekening houdend met de huidige ambities van de regio?

Het onderzoek geeft per type verblijfsaccommodatie prognoses van de marktpotentie, geeft inzicht in ontwikkelkansen en doet aanbevelingen voor de ontwikkeling van elk van deze typen verblijfsaccommodatie in de regio.

Methodiek en onderzoek begeleiding

De beantwoording van de hoofdvragen is onder meer tot stand gekomen via interviews en een expertmeeting met ondernemers in de regio, via data-analyse van gegevens van het CBS, van de lokale toeristenbelastingen en van informatie verkregen via een online-enquête onder verblijfsaccommodatie ondernemers in de regio en via deskresearch. Geraadpleegde personen en onderzoeksbronnen zijn opgenomen in respectievelijk bijlage 1 en bijlage 2.

Het onderzoek is begeleid door ambtelijke vertegenwoordigers van de regio en door een klankbordgroep met afgevaardigden van de verblijfsaccommodatie- en leisure-sector in de regio (zie de colofon en bijlage 1).

* Met daarbinnen zijdelings aandacht voor (particuliere) vakantieverhuur via platforms zoals Airbnb.

** Met daarbinnen op hoofdlijnen aandacht voor het subsegment van camperplaatsen.

1. Inleiding en vraagstelling

1.3 Leeswijzer

Hoofdttekst

In hoofdstuk 2 vindt u een beschrijving van het huidige aanbod aan verblijfsaccommodaties in de regio. Hoofdstuk 3 geeft per segment de ontwikkeling van het aantal overnachtingen/verhuringen en de bezetting. Een beeld van de toeristische en zakelijke context waarin de verblijfsaccommodaties in de regio opereren, wordt in hoofdstuk 4 gegeven.

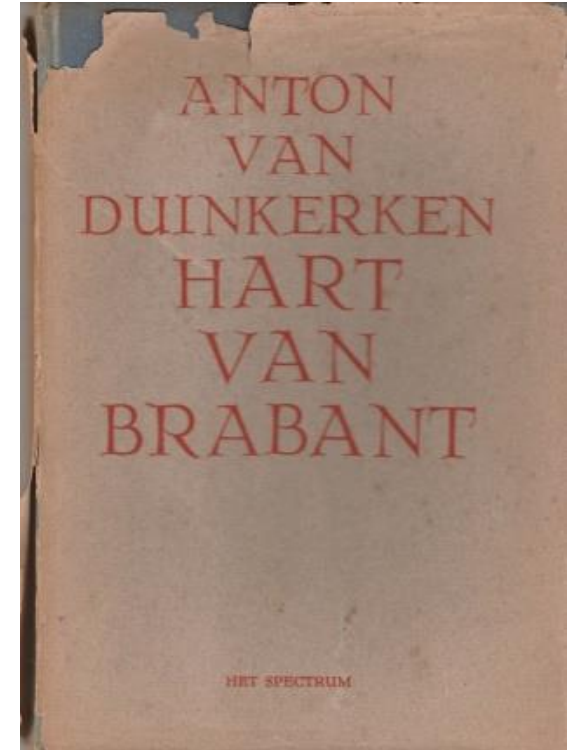
In hoofdstuk 5 vindt de lezer een inventarisatie van de plannen voor nieuwe verblijfsaccommodaties en eventuele bedrijfssluitingen, gevolgd door een analyse van de toekomstige vraag en het toeristisch product (hoofdstuk 6). De marktprognoses per type accommodatie staan weergegeven in hoofdstuk 7. De rapportage wordt in hoofdstuk 8 afgesloten met beleidsaanbevelingen met betrekking tot de verblijfsaccommodatiesector in Hart van Brabant.

Managementsamenvatting

Voorin het rapport treft u een managementsamenvatting aan van de uitkomsten.

Definities

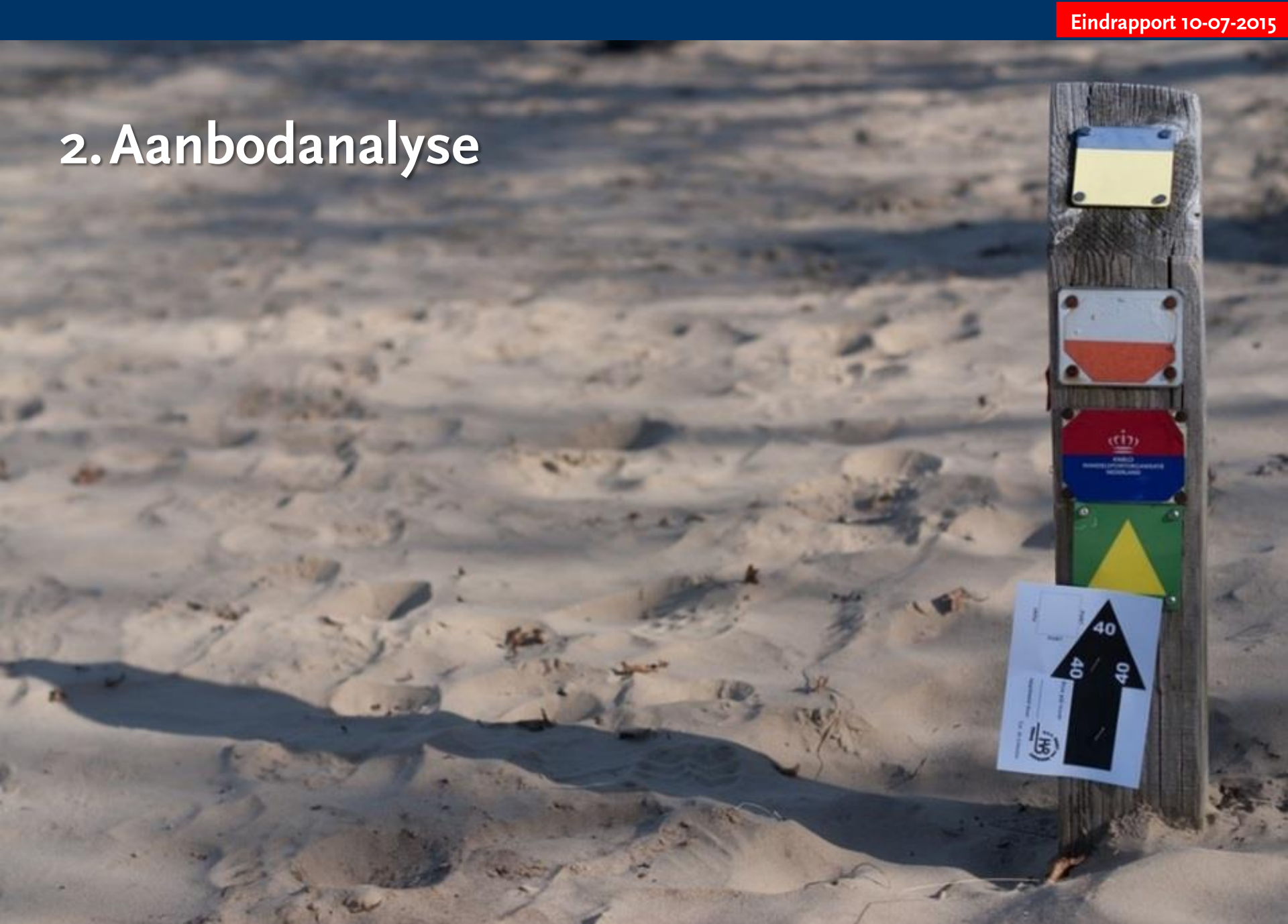
Na de colofon is een pagina opgenomen met definities van een aantal in het rapport gebruikte termen.



*O, Heer als wij beschonken zijn,
Wil ons dit kwaad niet tellen;
Aanzie den diepen flonkerschijn
Der rijpe muscadellen
En van den rooden wijn.*

Uit: "Godvruchtig drinklied", bundel "Hart van Brabant" (1936)
Anton van Duinkerken

2. Aanbodanalyse



2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

In dit hoofdstuk beschrijven we de huidige aard, omvang en structuur van de verblijfsaccommodatiemarkt in de regio Hart van Brabant. Voor complete overzichten, inclusief kaarten, van het aanbod zie bijlage 3.

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

In de regio Hart van Brabant zijn begin 2015 45 hotels en pensions gevestigd. Deze zijn samen goed voor 1.592 kamers. Daarnaast zijn er 74 Bed & Breakfasts (B&B's) met gezamenlijk 161 kamers (9% van het totaal kameraanbod). Het totale kameraanbod in de regio ligt op 1.753 kamers (zie de tabel hiernaast).

Segmentatie

De grafiek op de volgende pagina laat de verdeling naar aantal sterren zien.

- Het 5-sterren segment is - evenals in veel andere landelijke gebieden - niet vertegenwoordigd.
- Het 4-sterren segment is, zoals in vrijwel geheel Nederland, het sterkst vertegenwoordigd. De tien hotels in het 4-sterren segment zijn gezamenlijk goed voor bijna de helft van het kameraanbod in de regio (47%, 823 kamers).
- Het 3-sterren-aanbod (464 kamers) omvat 26% van het aanbod.
- Het 0-2 sterrensegment - waaronder kamers in B&B's - is goed voor 18% van het aanbod. Kanttekening is dat een deel van het B&B-aanbod weliswaar gecategoriseerd is in dit laagste segment, maar dat een deel van dit aanbod een hoger niveau heeft dan de sterrenclassificatie doet vermoeden.
- De niet-geclassificeerde kamers betreffen de conferentiecentra Hotel & Conferentiecentrum Groenendaal en Mariapoli Mariënkroon. Het kameraanbod van Groenendaal (120 kamers) ligt op het niveau van een 4-sterren hotel en is ook concurrerend voor het overig middensegment aanbod in de regio. Mariapoli Mariënkroon richt zich hoofdzakelijk op (religieuze) groepen.

Nr.	Naam	Gemeente	Type accom-	Sterren	Plaats	
			modatie	NHC		Kamers
1	Van Der Valk Hotel Gilze-Tilburg	Gilze en Rijen	Hotel	4	227	Gilze
2	Efteling Hotel	Loon op Zand	Hotel	4	122	Kaatsheuvel
3	NH Waalwijk	Waalwijk	Hotel	4	120	Waalwijk
4	Mercure hotel	Tilburg	Hotel	4	91	Tilburg
5	Landgoed de Rosep	Oisterwijk	Hotel	4	71	Oisterwijk
6	Hotel Waalwijk	Waalwijk	Hotel	4	61	Waalwijk
7	Mansion hotel Bos en Ven	Oisterwijk	Hotel	4	40	Oisterwijk
8	Auberge Du Bonheur	Tilburg	Hotel	4	36	Tilburg
9	De Postelse Hoeve	Tilburg	Hotel	4	35	Tilburg
10	Hotel Hampshire Auberge de Hilver	Hilvarenbeek	Hotel	4	20	Baarschot/Diessen
11	Ibis Tilburg	Tilburg	Hotel	3	72	Tilburg
12	Fletcher Hotel Boschoord	Oisterwijk	Hotel	3	64	Oisterwijk
13	Hotel de Druiventros	Tilburg	Hotel	3	56	Berkel-Enschot
14	Hotel De Leijhof	Oisterwijk	Hotel	3	55	Oisterwijk
15	Bastion Hotel	Tilburg	Hotel	3	40	Tilburg
16	Fletcher Hotel Restaurant Prinsen	Heusden	Hotel	3	29	Vlijmen
17	Hotel de Paddenstoel	Oisterwijk	Hotel	3	24	Oisterwijk
18	City hotel Tilburg	Tilburg	Hotel	3	18	Tilburg
19	Hotel Stille Wilde	Oisterwijk	Hotel	3	15	Oisterwijk
20	Hotel De Kroon	Loon op Zand	Hotel	3	14	Kaatsheuvel
21	Wegrestaurant Hotel Gilze	Gilze en Rijen	Hotel	3	14	Gilze
22	In den Verdwaalde Koogel	Heusden	Hotel	3	13	Heusden
23	Hotel Hof van 's Gravenmoer	Dongen	Hotel	3	10	's-Gravenmoer
24	Hotel Auberge de Moerse Hoeve	Loon op Zand	Hotel	3	10	De Moer
25	Hotel Rest. de Joremeinshoeve	Loon op Zand	Hotel	3	10	Kaatsheuvel
26	De Nieuwe Parel	Oisterwijk	Hotel	3	8	Oisterwijk
27	De Lakei	Loon op Zand	Hotel	3	7	Kaatsheuvel
28	Hotel Wilshof	Tilburg	Hotel	3	5	Udenhout
29	Hotel Brabant	Hilvarenbeek	Hotel	0-2	25	Hilvarenbeek
30	Klooster Nieuwkerk	Goirle	Pension	0-2	22	Goirle
31	Onderwijshotel De Rooij Pannen	Tilburg	Hotel	0-2	19	Tilburg
32	Hotel de villa	Dongen	Hotel	0-2	14	Dongen
33	Hotel Herberg d'n Dries	Heusden	Hotel	0-2	12	Drunen
34	Herberg Meneer van Eijck	Oisterwijk	Hotel	0-2	12	Oisterwijk
35	Plein 13	Heusden	Hotel	0-2	11	Drunen
36	Beukenhaeghe	Oisterwijk	Hotel	0-2	8	Moergestel
37	Herberg Sint Petrus	Hilvarenbeek	Hotel	0-2	7	Hilvarenbeek
38	Het Wapen van Tilburg	Tilburg	Pension	0-2	7	Tilburg
39	Huize Rustoord	Hilvarenbeek	Pension	0-2	6	Esbeek
40	Pension Kiemeney	Hilvarenbeek	Pension	0-2	6	Hilvarenbeek
41	Pension de Waterput	Oisterwijk	Pension	0-2	5	Oisterwijk
42	Herberg de Brand	Tilburg	Herberg	0-2	4	Udenhout
43	Pension de Meyerij	Waalwijk	Pension	0-2	2	Waalwijk
44	Hotel & Conf.centrum Groenendaal	Hilvarenbeek	Hotel	geen	120	Hilvarenbeek
45	Mariapoli Mariënkroon	Heusden	Conf.centrum	geen	25	Nieuwkuik
Totaalaanbod hotels en pensions					1.592	kamers
Aanbod aan B&B's					74	B&B's
Totaalaanbod hotels, pensions en B&B's					161	kamers
					1.753	kamers

Bron: eigen inventarisatie LAGroup, 2015

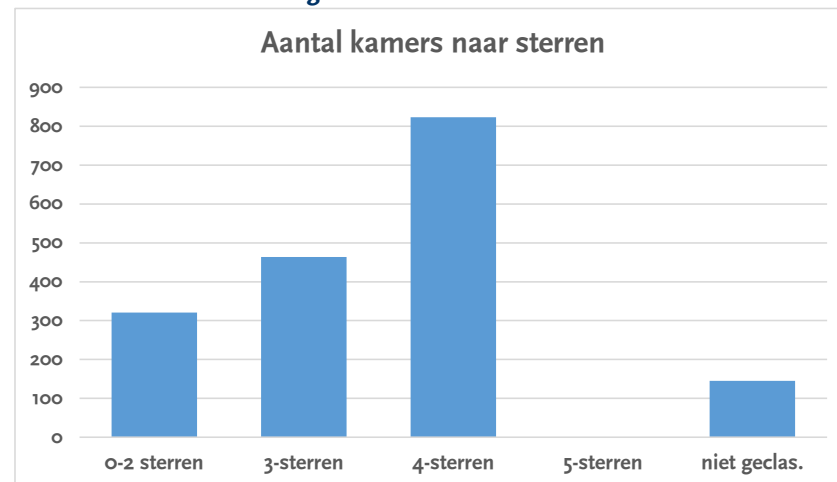
2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

- Spreiding hotels: de gemeenten Tilburg en Oisterwijk hebben de sterkste concentratie van hotelaanbod. Gilze en Rijen (Van der Valk Gilze Rijen) volgt op enige afstand. De gemeenten Hilvarenbeek, Waalwijk en Loon op Zand hebben ieder iets minder dan 200 kamers. In Heusden zijn er 124 kamers. Het kameraanbod in Goirle en Dongen is zeer beperkt.
- De gemeenten Tilburg en Oisterwijk hebben een relatief evenwichtige verspreiding van kamers over de verschillende segmenten. (Zakelijke) toeristen kunnen er zowel in het 0-2-, het 3-, en het 4-sterren segment terecht.
- Ook in Heusden en Hilvarenbeek is er een redelijke spreiding van segmenten (rekening houdend met niet-geclassificeerd aanbod).
- Gilze en Rijen, Waalwijk, Goirle en Dongen zijn de vier gemeenten met de minste spreiding. Dit komt in het geval van Goirle en Dongen door het sowieso kleine kameraanbod. In Gilze en Rijen wordt het aanbod gedomineerd door één hotel en in Waalwijk door twee relatief grote 4-sterren hotels.

Bij de situering op locatieniveau valt het volgende op:*

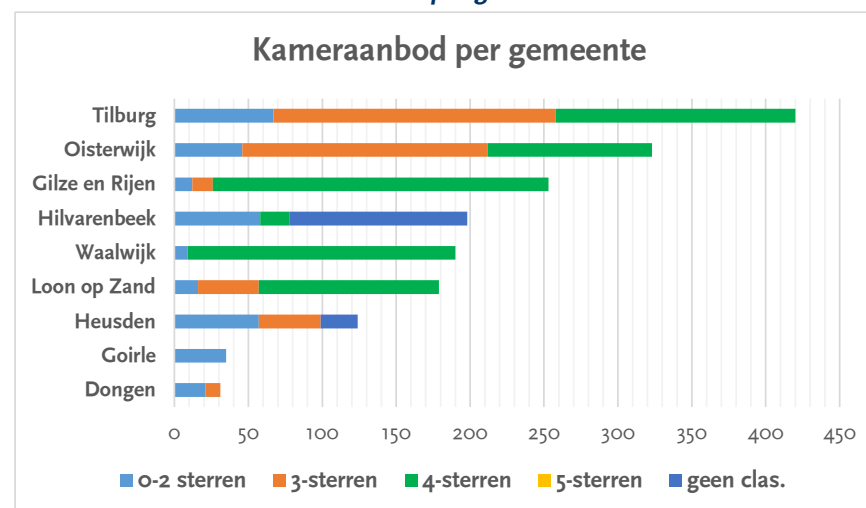
- Het aanbod aan hotels in de stads- en dorpskernen is vrij klein. Het betreft met name Hotel Mercure Tilburg, City hotel Tilburg en in zekere mate Hotel Waalwijk en De Leijhof (Oisterwijk).
- Het hotelaanbod aan de randen van steden en dorpen en nabij snel- en toegangswegen is daarentegen vrij groot. Met name rondom Tilburg bevindt zich veel aanbod op dit gebied. Dit aanbod wordt nog eens aangevuld met Hotel Van der Valk Gilze Rijen (feitelijk gelegen op een snelweglocatie).
- Rondom de Efteling bevindt zich een concentratie van een viertal hotels, waarvan twee groot en twee klein.*
- Door het natuurschoon is er met name in Oisterwijk en Hilvarenbeek veel hotelaanbod in het buitengebied.
- Voor het aanbod aan B&B's geldt dat deze een vrij goede spreiding kennen op al de verschillende genoemde typen locaties.

Hotels – kameraanbod regio Hart van Brabant naar sterren



Bron: Eigen inventarisatie LAgrou, 2015

Hotels – kameraanbod naar sterren per gemeente



Bron: Eigen inventarisatie LAgrou, 2015

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

- Omvang hotels: kijkend naar de omvang van de individuele hotels in relatie tot hun classificatie, dan geldt dat het aanbod vrij evenwichtig verdeeld is. Zowel in het 3-sterren segment als het 4-sterren segment is er zowel sprake van grote hotels, middelgrote hotels (ca. 50 kamers) als kleinere hotels (tot ca. 30 kamers). Grote hotels ontbreken wel in het 0-2-sterren segment, maar dit geldt voor veel regio's.
- Hotels met grotere vergaderaccommodatie: in de regio bevindt zich één echt conferentiehotel (Groenendael).^{*} Dit hotel richt zich tegenwoordig ook op andere markten. Daarnaast richten hotels zoals De Leijhof en Mansion Bos & Ven zich op de conferentiemarkt en beschikken andere hotels zoals Van der Valk Gilze Rijen en NH Waalwijk over veel vergaderruimte. De Efteling is met haar grote zalenaanbod ook een belangrijke speler op de markt voor meerdaagse bijeenkomsten.
- Aanbod kwalitatief hoogwaardig en relatief kleinschalig: het aanbod aan boutique hotels is relatief klein en bestaat met name uit Auberge du Bonheur (36 kamers), maar ook een aantal B&B's.
- Aanbod combinatiehotels: Dit zijn hotels die, naast 'reguliere' kamervraag, het ook in sterke mate moeten hebben van hun combinatie met een andere functie. De Efteling is een grootschalig voorbeeld van een dergelijk combinatiehotel in de regio. Van der Valk Gilze-Tilburg heeft ook een casino en healthclub en kan daarom ook aangemerkt worden als combinatiehotel. Waar elders hotels te vinden zijn direct gekoppeld aan een golfbaan en/of een wellnessresort, ontbreken dergelijke koppelingen in de regio. Wel moet gezegd worden dat er diverse samenwerkingsverbanden zijn tussen bijvoorbeeld golfclubs en hotels en tussen de Efteling en hotels.
- Nichehotels: nichehotels zoals jeugdhotels en een zorghotel zijn niet gevestigd in de regio. Het religieus centrum Mariapoli Mariënkroon kan in extremis wel zo beschouwd worden.
- Destinatiehotels: dit zijn hotels die een attractie *an sich* zijn. Bij dergelijke hotels speelt de bijzondere aard van het hotelconcept, meer nog dan de locatie en de omgeving, een belangrijke rol bij de keuze voor het hotel. Dergelijke hotels ontbreken in de regio. Het Efteling hotel zou tot deze categorie gerekend kunnen worden, maar moet het toch met name hebben van de ligging bij het attractiepark. Landelijke voorbeelden van dergelijke hotels zijn Villa Augustus in Dordrecht, Het Kruisherhotel in Maastricht en Het Arresthuis in Roermond.
- Staat van de hotels: Er zijn de nodige recentelijk vernieuwde hotels in de regio. Een deel van het aanbod verkeert ook in een minder goede staat van onderhoud (pand en/of inrichting). Over het geheel gezien is onze indruk dat de hotels er relatief goed bij staan en lijkt er geen sprake van veel voorkomend achterstallig onderhoud.

Naast het hotelaanbod in de regio Hart van Brabant bevindt zich net buiten de regio ook nog hotelaanbod. Voorbeelden hiervan zijn het Van der Valk Hotel Vught (4-sterren, 125 kamers), Tulip Inn Oosterhout (3-sterren, 63 kamers) en de conferentiehotels Landgoed Huize Bergen (niet geclassificeerd, 80 kamers) en De Spreeuwelse Heide (niet geclassificeerd, 70 kamers). Dit aanbod richt zich ook deels op de vraagmarkt in Hart van Brabant (zo profileert Tulip Inn zich als goed hotel voor een verblijf na/voor een Efteling bezoek). Anderzijds geldt dat hotels in de regio Hart van Brabant (met name aan de randen) zich ook richten op de vraagmarkt van bijvoorbeeld steden als 's-Hertogenbosch en Breda.

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

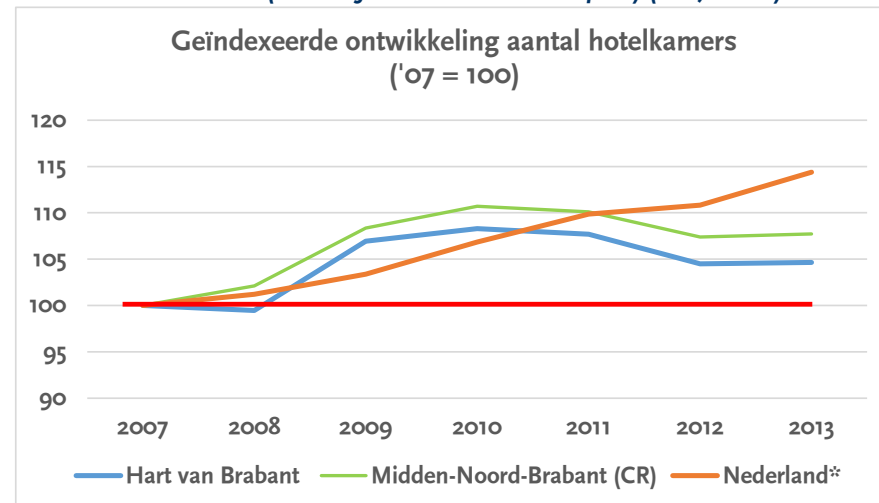
Ontwikkeling aanbod in de tijd

De nevenstaande grafiek zet de ontwikkeling van het kameraanbod in de regio Hart van Brabant af tegen dat van 1) het gehele COROP-gebied Midden-Noord-Brabant* en 2) Nederland exclusief Amsterdam en Schiphol/Haarlemmermeer. Amsterdam en Schiphol zijn buiten beschouwing gelaten in verband met de andere, sterk internationale hoteldynamiek aldaar. De grafiek toont de geïndexeerde ontwikkeling van het kameraanbod in de regio's voor de periode 2007 tot en met 2013 (op basis van door het Bedrijfschap Horeca en Catering geïnventariseerde kamers).

- De grafiek illustreert dat het aanbod in Hart van Brabant van 2007 tot 2013 in totaal met circa 5% toenam. De trend van de laatste jaren was zelfs licht negatief: van 2010 tot 2013 nam het aanbod met 3% af.
- In het gehele COROP-gebied nam het kameraanbod vanaf 2007 toe met 8%.
- De ontwikkeling van het aanbod in de regio en het COROP-gebied blijft duidelijk achter bij die in geheel Nederland. Daar nam het kameraanbod vanaf 2007 met 14% toe.
- Dit verschil in ontwikkeling is met name sinds 2010 ontstaan: tegenover de daling van 3% in de regio, stond een stijging van 4% in geheel Nederland.

In verband met het stoppen van het Bedrijfschap zijn geen cijfers voor 2014 beschikbaar. Wel is over 2014 bekend dat in Hart van Brabant zich geen grote toevoegingen aan het kameraanbod hebben voorgedaan.

Geïndexeerde ontwikkeling hotelkamers Hart van Brabant, Midden-Noord-Brabant en Nederland (exclusief Amsterdam en Schiphol) (2007 = 100)



* Nederland exclusief kameraanbod in Amsterdam en Schiphol/Haarlemmermeer
 Bron: Gegevens CBS, Bedrijfschap Horeca & Catering en LAgrou, 2015
 Bewerking: LAgrou, 2015

* Dit COROP-gebied komt redelijk overeen met de regio Hart van Brabant, en bestaat uit de gemeenten Aalburg, Alphen-Chaam, Baarle-Nassau, Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek, Loon op Zand, Oisterwijk, Tilburg, Waalwijk, Werkendam en Woudrichem. De COROP-indeling wordt o.a. gebruikt door het CBS om statistische gegevens te presenteren. Voor toelichting op het begrip COROP-gebied, zie bijlage 4.

2.1 Aanbod hotels, pensions en B&B's

De particuliere verhuurmarkt

- Er worden in de regio Hart van Brabant circa 90 particuliere woningen aangeboden via verhuursites zoals AirBnB en Windu. Dit is exclusief aanbod van B&B's dat ook op deze sites wordt aangeboden. Veel van deze woningen zijn maar een deel van de tijd beschikbaar. Een deel wordt echter ook jaarrond aangeboden voor (korte) verhuur.
- Omdat particuliere verhuur niet altijd wordt opgenomen in de toeristenbelasting, is het onduidelijk hoe aanbod en vraag zich ontwikkelen. Wel is bekend dat zowel vraag naar als aanbod van woningen via met name AirBnB sterk groeit.
- Hoewel websites zoals AirBnB aanslaan bij de toerist, geven commerciële aanbieders van kamers aan dat er sprake is van oneerlijke concurrentie door de particuliere kameraanbieders. Zij dragen niet altijd toeristenbelasting en winstbelasting af. Bovendien hoeven ze (vooralsnog) niet te voldoen aan voorwaarden en veiligheidsregels die voor legale kameraanbieders wel van toepassing zijn, wat tot een ongelijk speelveld leidt.
- Dat terwijl er een zekere mate van 'professionalisering' gaande lijkt in de 'particuliere' vakantiehuurmarkt. Steeds meer vastgoedeigenaar, professionele bemiddelaars en andere marktpartijen gebruiken het platform om inkomsten te genereren.

- Het aantal 'verkochte' nachten wereldwijd ligt naar schatting op 40 miljoen in 2014 (exacte aantallen niet openbaar). Dit aantal is zeer snel gestegen: in 2011 lag het aantal overnachtingen naar schatting op 'slechts' 4 miljoen. Er is sprake van een steeds verdere acceptatie/gebruik van AirBnB door het algemeen publiek.
- Op grond van gegevens over de gemiddelde wereldwijde bezettingsgraad* en het AirBnB aanbod in de regio berekenen wij dat de particuliere kamers op AirBnB goed waren voor circa 2.000 tot 2.500 verhueringen in de regio. Dit komt neer op circa 4.000 tot 5.000 overnachtingen (cijfers 2014).
- Voor 2015 zal AirBnB - op basis van het huidig kameraantal (= 90) - uitkomen op 6.000 tot 8.000 overnachtingen in de regio. Dit komt neer op ruim 1% van het aantal hotelovernachtingen in de regio. Op dit moment dus nog een zeer geringe 'markt'.
- In de toekomst zal dit echter sterk (kunnen) toenemen. Investeringsbank Piper Jaffray noemt een aantal van bijna 200 miljoen overnachtingen in 2020 als realistisch. Dit komt neer op een (meer dan) verdriedubbeling van het aantal overnachtingen via AirBnB wereldwijd van 2015 naar 2020.
- Veel hangt af van hoe overheden om (zullen) gaan met regelgeving rondom dit fenomeen én de handhaving daarvan. In hoofdstuk 8 wordt hier verder op in gegaan.



2.2 Aanbod vakantieparken

2.2 Aanbod vakantieparken

- In totaal zijn er (afgerond) circa 1.600 vakantiewoningen in de regio. Deze zijn goed voor circa 8.000 bedden.
- Er zijn 24 'parken' met minimaal 10 vakantiewoningen en nog eens 40 kleine aanbieders van vakantiewoningen (waarvan 23 individuele vakantiewoningen). Hierbij is het aanbod aan chalets, blokhutten en soortgelijke accommodaties op campings ook toegerekend aan het aanbod aan vakantiewoningen. Dit omdat ze in aard meer op een vakantiewoning (zijn gaan) lijken dan op een kampeerplaats.
- De volgende parken behoren (met rond de 150 of meer vakantie-woningen) tot de grote aanbieders: Efteling Bosrijk, Oostappen vakantiepark Droomgaard, Vakantiepark Beekse Bergen en Landal Duc de Brabant. Deze parken zijn goed voor 46% van het totaal aanbod aan vakantiewoningen in de regio.
- Deze vier parken zijn allen verbonden aan een (inter)nationaal bekende verkooporganisatie (Landal en Oostappen) of aan een groter concern in de vrijetijdssector (de Efteling en Libéma in het geval van de Beekse Bergen).
- Pierre & Vacances/Center Parcs en Roompot, twee grote spelers in de vakantieparkensector, ontbreken in de regio.
- Parken naar omvang: De grafiek rechtsboven op de volgende pagina toont de verdeling van parken naar omvang* en laat zien dat er aanbod is in alle verschillende typen van omvang.
- Permanente bewoning: Net als in veel andere regio's zijn er ook in Hart van Brabant parken waar recreatiewoningen (semi)permanent bewoond worden. Het aanbod in deze woningen wordt feitelijk onttrokken aan het aanbod beschikbaar voor toeristische overnachtingen. Helaas ontbreekt het aan helder overzicht in welke mate permanente bewoning op parkniveau voorkomt. Wel blijkt uit de inventarisatie dat op grofweg de helft van de 24 hiernaast genoemde parken sprake is van enige mate van permanente bewoning. Met name in Oisterwijk doet zich een sterke concentratie voor van parken

Nr.	Naam	Gemeente	Aantal vakantie- woningen	Plaatsvestiging
1	Efteling Bosrijk	Loon op Zand	203	Kaatsheuvel
2	Oostappen vakantiepark Droomgaard	Loon op Zand	197	Kaatsheuvel
3	Safari park Beekse Bergen	Hilvarenbeek	182	Hilvarenbeek
4	Landal Duc de Brabant	Hilvarenbeek	148	Diessen-Baarschot
5	Vakantiepark de Rosep	Oisterwijk	110	Oisterwijk
6	Buitenplaats Valkenbosch	Oisterwijk	96	Oisterwijk
7	Stacaravan en Bungalowpark De Lork	Oisterwijk	90	Oisterwijk
8	Recreatiepark Hermitage	Oisterwijk	82	Oisterwijk
9	Bungalowpark de Parel	Oisterwijk	54	Oisterwijk
10	Brabantse Weelde	Gilze en Rijen	50	Molenschot
11	De Waterput	Oisterwijk	36	Oisterwijk
12	Residentie Sparrenburg	Oisterwijk	35	Oisterwijk
13	Recreatiepark Rustiek	Oisterwijk	32	Oisterwijk
14	Vakantiepark Duinlust	Loon op Zand	30	Kaatsheuvel
15	Villapark Hermitage	Oisterwijk	25	Oisterwijk
16	Camping d'n Mastendol	Gilze en Rijen	24	Rijen
17	Vakantiepark De Reebok	Oisterwijk	24	Oisterwijk
18	Holidaypark Duinhoeve	Tilburg	22	Udenhout
19	Bungalowpark De Rosep	Oisterwijk	20	Oisterwijk
20	Streekpark Klein Oisterwijk	Oisterwijk	17	Oisterwijk
21	Recreatiecentrum Linberg Park	Gilze en Rijen	16	Molenschot
22	Het Genieten	Loon op Zand	11	Kaatsheuvel
23	Recreatiepark Albion	Oisterwijk	11	Oisterwijk
24	Natuurpoort Herberg Manege van Loon	Loon op Zand	10	Loon op Zand
40 kleine aanbieders van vakantiewoningen in de regio			70	Divers
Totaal aanbod vakantiewoningen			1.595 vakantiewoningen	

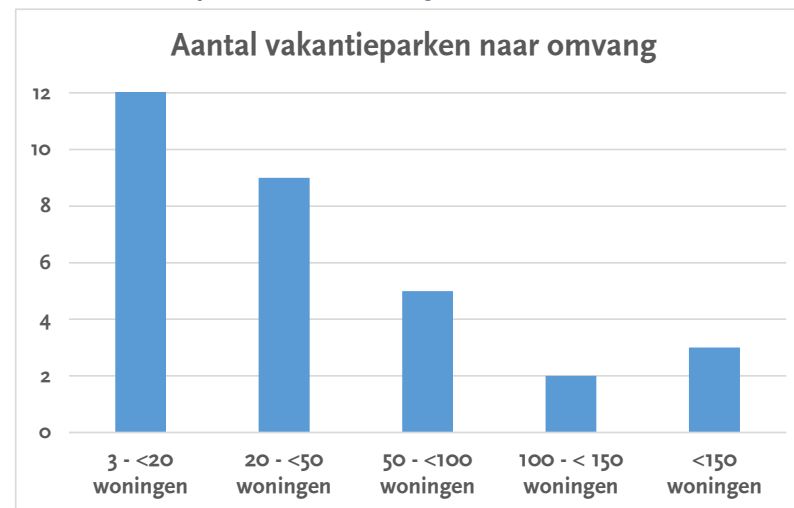
Bron: Eigen inventarisatie Lagroup, 2015

waar permanente bewoning veelvuldig voorkomt. Bij een aantal van de parken met permanente bewoning en bewoning door arbeidsmigranten staat de kwaliteit van de woningen en het park onder druk.

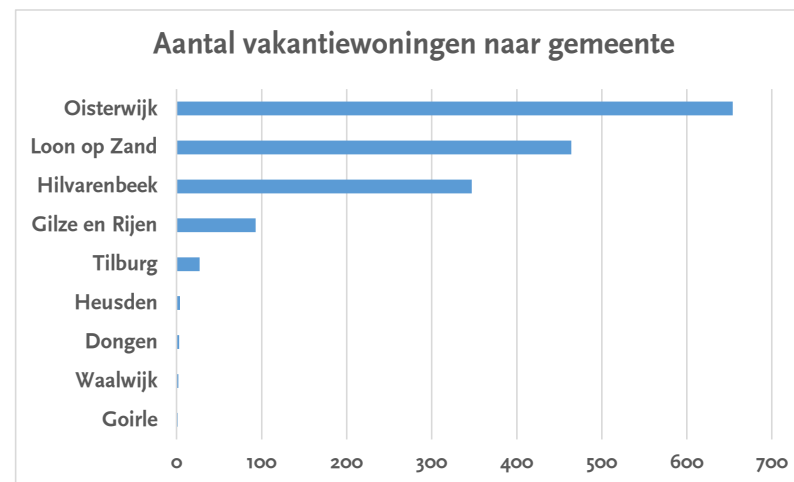
2.2 Aanbod vakantieparken

- **Aanbod per gemeente:** De sterkste concentratie aan vakantiehuizen doet zich voor in Oisterwijk (o.a. de parken De Rosep, De Lork en Valkenbosch). Hierbij geldt de kanttekening dat hier sprake is van een aanzienlijk aandeel (semi)permanente bewoning en gebruik door arbeidsmigranten. Ook Loon op Zand (Efteling Bosrijk, Droomgaard, maar ook diverse kleinere parken) en Hilvarenbeek (Beekse Bergen en Landal Duc de Brabant) herbergen ieder meer dan 300 vakantiehuizen. In deze gemeenten ligt de nadruk wel sterk op toeristische verhuur. Uitgezonderd Gilze en Rijen is het aanbod in de overige gemeenten klein tot miniem.
- **Situering:** Zoals te verwachten, is het aanbod met name in het buitengebied gesitueerd.
- **Segmentatie:** vakantieparken hanteren, anders dan hotels, geen sterrensegmentering. Op grond van de inventarisatie kan echter wel worden opgemaakt dat:
 - de bulk van het aanbod zich in het middensegment bevindt (bezien vanuit uitvoering en inrichting van woningen, park en eventuele parkfaciliteiten).
 - Efteling Bosrijk steekt er in positieve zin bovenuit.
 - Beekse Bergen en Landal Duc de Brabant bedienen het middenhoge segment, op enige afstand gevolgd door Oostappen Vakantiepark Droomgaard.
 - De overige negentien parken bestaan voor grofweg de helft uit parken met een wisselend imago dat in sterke mate bepaald wordt door de permanente bewoning die er (deels) plaats vindt.
 - De resterende helft wordt gevormd door parken die van oudsher een kampeerbedrijf zijn, maar die in aanvulling hierop vakantiehuizen (in de vorm van chalets, blokhutten e.d.) zijn gaan aanbieden. Dit betreft veelal relatief goed verzorgde parken in het middensegment, die door hun gemengde aanbod een hybride imago hebben van camping en vakantiepark. Ook in deze categorie zijn echter parken te vinden met achterstallig onderhoud.

Aantal vakantieparken naar omvang



Aantal vakantiehuizen naar gemeente

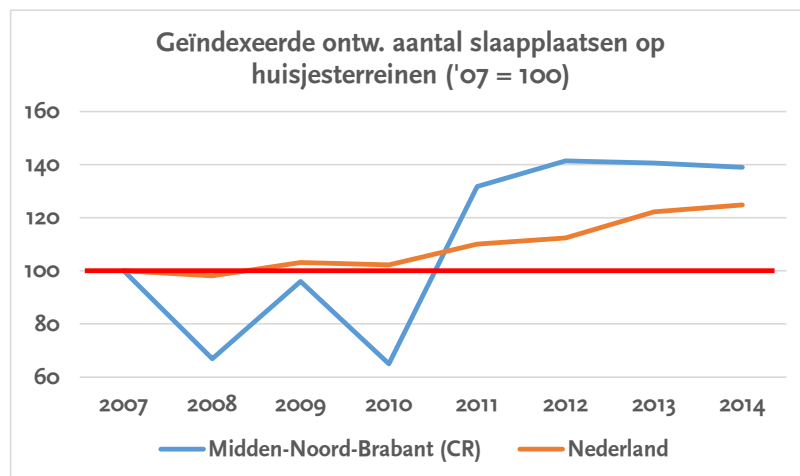


2.2 Aanbod vakantieparken

Ontwikkeling aanbod in de tijd

De nevenstaande grafiek zet de ontwikkeling van het slaappleatsen-aanbod in het COROP-gebied Midden-Noord-Brabant af tegen de ontwikkeling in Nederland voor de periode 2007 tot en met 2014. Let wel, het betreft het aanbod in aantallen slaappleatsen, exclusief slaappleatsen in vast verhuurde huisjes (bron: CBS). Het aanbod in geheel Nederland nam in die periode toe met circa 25%. De ontwikkeling in Midden-Noord-Brabant was onstuimiger. Na dalingen van de beschikbare slaappleatsen in 2008 en 2010, nam uiteindelijk het aantal beschikbare slaappleatsen sinds 2007 toe met 39%. De opening van Efteling Bosrijk droeg hier onder meer aan bij. Cijfers over de meerjarige ontwikkeling van het aanbod in specifiek de regio Hart van Brabant ontbreken.

Geïndexeerde ontwikkeling slaappleatsen op vakantieparken/huisjesterreinen Midden-Noord-Brabant vs. Nederland (aantal slaappleatsen 2007 = 100)



Bron: Gegevens CBS en LAGroup, 2015. Exclusief slaappleatsen in vast verhuurde huisjes. Bewerking: LAGroup, 2015

2.3 Aanbod campings

2.3 Aanbod campings

- Het campingaanbod bestaat uit 63 campings die gezamenlijk goed zijn voor afgerond 6.200 standplaatsen (ruim 30.000 slaapplekken). Hiervan is 43% toeristisch: circa 2.650. De overige 3.500 plaatsen zijn vaste standplaatsen of seizoenplaatsen*.
- De volgende pagina geeft een overzicht van het aantal standplaatsen per gemeente. Hieruit blijkt :
 - In totaal aantal standplaatsen hebben Hilvarenbeek en Loon op Zand het grootste aanbod (>1.500 standplaatsen per gemeente).
 - Gilze en Rijen en Oisterwijk volgen met ieder wat meer dan 1.000 standplaatsen.
 - Tilburg heeft met name in Udenhout nog het nodige aanbod. Waarbij opgemerkt moet worden dat het aanbod op de tijdelijke stadscamping in Tilburg buiten beschouwing gelaten is.
 - Het aanbod in de overige gemeenten is beperkt.
 - Als het gaat om standplaatsen voor toeristische verhuur dan geldt dat de gemeente Hilvarenbeek het grootste aanbod heeft: bijna 1.000 standplaatsen. Hilvarenbeek heeft samen met Loon op Zand en Oisterwijk 78% van het totaal aantal toeristische standplaatsen in de regio in handen. Er is dus sprake van een sterke concentratie in deze drie gemeenten.
 - Loon op Zand en Gilze en Rijen hebben juist veel vaste standplaatsen: ieder net iets minder dan 1.000.

“Vaste” vs. “toeristische” campings

- Drie campings hebben ruim gezien een evenwichtige verdeling van toeristische en vaste standplaatsen: Droomgaard, Beekse bergen en Klein Oisterwijk .
- Van de overige campings ligt bij 12 de nadruk op vaste standplaatsen. Hier zitten opvallend veel grotere campings tussen (bij 8 van de 10 grootste campings is het aanbod vaste standplaatsen groter dan het aanbod toeristische standplaatsen).

Nr	Naam camping	Gemeente	Totaal standplaatsen	Toer. standplaatsen	Vaste standplaatsen	Plaatsvestiging
1	Oostappen vakantiep. Droomgaard	Loon op Zand	747	307	440	Kaatsheuvel
2	Safari park Beekse Bergen	Hilvarenbeek	738	383	355	Hilvarenbeek
3	Recreatiecentrum Linberg Park	Gilze en Rijen	650	0	650	Molenschot
4	Camping Klein Oisterwijk	Oisterwijk	415	165	250	Oisterwijk
5	De Spaendershorst	Hilvarenbeek	370	79	291	Esbeek
6	Het Genieten	Loon op Zand	345	75	270	Kaatsheuvel
7	Holidaypark Duinhoeve	Tilburg	330	110	220	Udenhout
8	Safaricamp Beekse Bergen	Hilvarenbeek	315	315	0	Hilvarenbeek
9	Vakantiepark Reebok	Oisterwijk	300	100	200	Oisterwijk
10	Camping d'n Mastendol	Gilze en Rijen	275	75	200	Rijen
11	Hogenboom Vakantiepark Duinlust	Loon op Zand	270	20	250	Kaatsheuvel
12	Camping Heidelust	Gilze en Rijen	151	5	146	Molenschot
13	Camping de Bosfazant	Oisterwijk	145	45	100	Moergestel
14	Camping Morgenrood	Oisterwijk	75	69	6	Oisterwijk
15	Naturistenver. Hart van Brabant	Tilburg	51	9	42	Tilburg
16	Ontginer	Hilvarenbeek	40	10	30	Haghorst
17	Mini camping Bernehoeve	Loon op Zand	40	25	15	Kaatsheuvel
18	Boerderij camping de Linde	Heusden	35	32	3	Doeveren
19	Mini camping De Hoefstal	Loon op Zand	30	30	0	Kaatsheuvel
20	Minicamping Rosephoeve	Oisterwijk	27	27	0	Oisterwijk
21	Minicamping de Heibloem	Hilvarenbeek	26	26	0	Baarschot
22	Anne-Marie Hoeve	Oisterwijk	26	26	0	Oisterwijk
23	Mini camping Groenstraat	Dongen	25	25	0	Dongen
24	Minicamping Wilgenweide	Gilze en Rijen	25	24	1	Molenschot
25	Natuurcamping Schoutveld	Gilze en Rijen	25	25	0	Gilze
26	Schaapskooi	Heusden	25	25	0	Drunen
27	Camping de Heibloem	Hilvarenbeek	25	19	6	Baarschot
28	Minicamping de Biest	Hilvarenbeek	25	25	0	Hilvarenbeek
29	Minicamping 't Huukske	Hilvarenbeek	25	25	0	Diessen
30	Camping ArcheryFarm	Hilvarenbeek	25	25	0	Diessen
33 minicampings met minder dan 25 standplaatsen			593	560	33	Divers
Totaal aanbod campings			6.194	2.686	3.508	standplaatsen

Bron: Eigen inventarisatie LAGroup, 2015

2.3 Aanbod campings

- Het voorgaande neemt echter niet weg dat de bezoeker die op zoek is naar toeristische standplaatsen zowel terecht kan bij een aantal grote campings, bij middelgrote campings en bij een breed scala aan kleinere en mini- c.q. boerencampings.

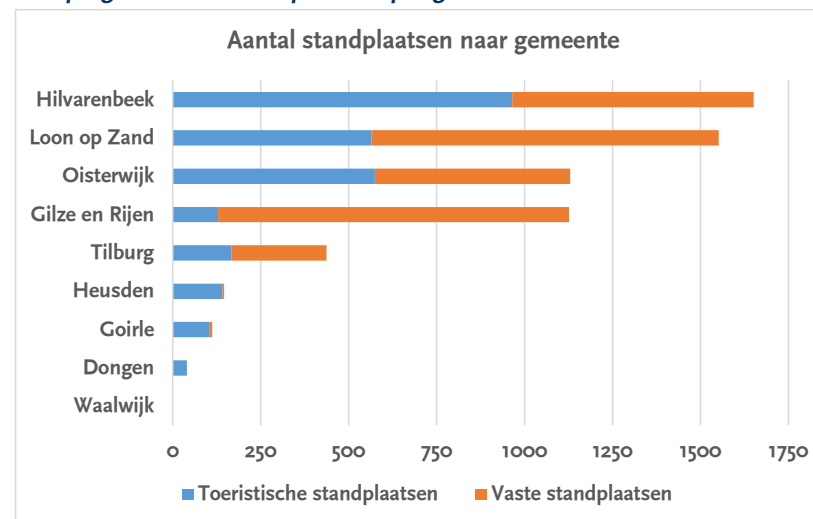
Campings naar omvang

- Er doet zich een sterke concentratie van *aantal campings* voor in het aanbod met 30 standplaatsen of minder (zie de grafiek rechts onderaan deze pagina). Dit komt vooral door het grote aantal mini- en boerencampings.

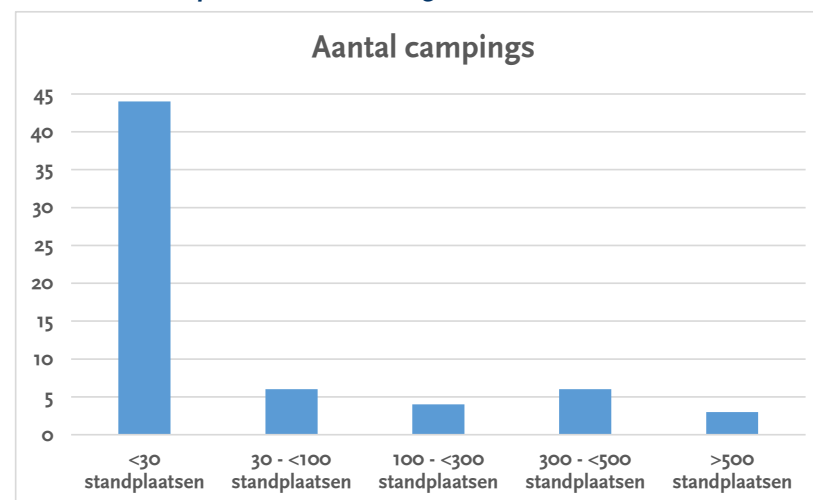
Segmentatie aanbod

- Op grond van de campingwebsites en beoordelingssites zoals Zoover kan opgemaakt worden dat het gros van de campings zich in het middensegment bevindt. Evenals elders in het land is er deels sprake van verouderd aanbod (met name in het lagere segment).
- De campings Safari Camp Beekse Bergen en Vakantiepark Beekse Bergen hebben door hun koppeling aan het Safari Park een extra aantrekkingskracht. Daarnaast is voor veel andere campings de ligging nabij de Efteling en de Beekse Bergen van belang in hun profilering.
- Er zijn geen campings in het hoge segment (ter referentie: zie www.5sterrencampingsnederland.nl of <http://www.anwbcamping.nl/best-campings.html>).
- Met onder meer de campings De Linde, minicamping Rosephoeve en ArcheryFarm beschikt de regio over de nodige campings die zich presenteren als SVR- of kleinschalige boerencamping. Ook andere niche-campings zoals een natuurcamping en een naturistencamping zijn aanwezig in de regio.
- Ook de toerist die op zoek is naar het in opkomst zijnde glamping (in het kort: een luxe variant van kamperen, in een bijzondere, ruime huurtent) kan terecht in de regio: onder meer bij de Beekse Bergen en bij Farmcamps Breehees in Goirle.

Campings – aantal standplaatsen per gemeente



Aantal vakantieparken naar omvang



2.3 Aanbod campings

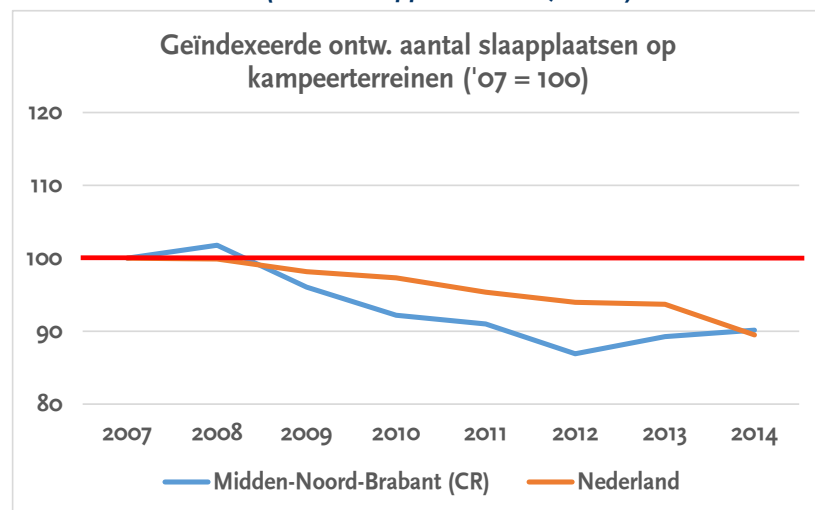
Situering campings

Logischerwijs zijn de campings in het buitengebied gelegen.

Ontwikkeling aanbod in de tijd

De grafiek hiernaast laat de ontwikkeling van het aantal slaapplekken zien in het COROP-gebied Midden-Noord-Brabant, afgezet tegen Nederland. Let wel, dit is exclusief slaapplekken op vaste standplaatsen (bron: CBS). De tendens in de regio komt in essentie overeen met die in geheel Nederland. Van 2007 tot 2014 nam in beide gebieden het aantal niet-vaste slaapplekken geleidelijk af met totaal 10%.

Geïndexeerde ontwikkeling slaapplekken op campings Midden-Noord-Brabant vs. Nederland (aantal slaapplekken 2007 = 100)



Bron: Gegevens CBS en LAGroup, 2015. Exclusief slaapplekken op vaste standplaatsen. Bewerking: LAGroup, 2015

2.4 Aanbod groepsaccommodaties

2.4 Aanbod groepsaccommodaties

- Het aanbod aan groepsaccommodaties in de regio is groot. 31 accommodaties zijn samen goed voor afgerond 2.500 bedden.
- Daarnaast bevindt zich net buiten de regio Groepsaccommodatie De Beukenhof, 102 kamers met totaal 300 bedden en richten ook diverse vakantiewoningen en parken met familiebungalows zich op de markt voor (kleinere) groepen.
- Naar omvang toont het aanbod een goede spreiding. Het aantal bedden loopt regelmatig op van 12 bedden tot 260 bedden.
- De grafiek op de volgende pagina toont het aanbod per gemeente. Duidelijk is de sterke aanwezigheid in Loon op Zand. Dit grote aanbod komt niet alleen door de aanwezigheid van de Efteling, maar ook door de ligging van de Loonse en Drunense Duinen in de gemeente. Ook Hilvarenbeek heeft een relatief groot aanbod.
- Qua segmentatie geldt:
 - Een deel van het aanbod bestaat uit voormalige boerderij-gebouwen met relatief laagwaardige voorzieningen. Deze richten zich op de budgetzijde van de markt (bijvoorbeeld studenten- en sportverenigingen). Hier zitten zowel slecht/matig onderhouden als goed onderhouden locaties tussen.
 - Hier staat ook wat meer hoogwaardig aanbod tegenover, bijvoorbeeld in locaties zoals De Nieuwe Erf (150 bedden). Met name bij het kleinere aanbod bevinden zich een aantal meer hoogwaardige accommodaties.
 - Er zijn drie scoutinggebouwen beschikbaar voor verhuur (Gilze, Hilvarenbeek en Rijen). Deze afgerond 200 bedden zijn echter niet jaarrond beschikbaar.*
 - Groepsaccommodaties zoals 't Hoefke en Herberg Manege van Loon richten zich op de niche van de paardrij sport. Ook Natuurvriendenhuis Morgenrood richt zich op een niche. Het merendeel van de accommodaties is echter voor algemeen gebruik.

Nr.	Naam	Bedden	Plaats
1	De Mussenberg	260	Loon op Zand
2	De Kievit	226	Esbeek
3	De Nieuwe Erf	150	Diessen
4	Land van Kleef	150	Loon op Zand
5	Campingboerderij Breehees	130	Goirle
6	Kuijpershoefke	130	Loon op Zand
7	Arbeid Adelt	128	De Moer
8	Duikse Hoef	118	Loon op Zand
9	Heukeloms Hoefke	115	Heukelom
10	Scouting Gillesa Gilze	85	Gilze
11	Natuurvriendenhuis Morgenrood	85	Oisterwijk
12	ActiveStay	80	Goirle
13	De Suikerberg	80	Loon op Zand
14	t Volderke	76	Dongen
15	Scouting Rijen/De Zwerfkei	60	Rijen
16	D'n Elshorst	60	Baarschot
17	D'n Bellefleur - Scouting Hilvarenbeek	60	Hilvarenbeek
18	t Moertje	60	Hilvarenbeek
19	t Kraanven	60	Loon op Zand
20	Herberg manege van Loon	54	Loon op Zand
21	Kampeerboerderij Manege 't Hoefke	50	Goirle
22	Binnenheide	50	Loon op Zand
23	De Klokenweide (kasteelweide)	42	Loon op Zand
24	Schaapskooi	40	Drunen
25	De Klokenweide (klokenberghuis)	40	Loon op Zand
26	De Bottelroos	24	Moergestel
27	Gasthoeve het Oude Nest	20	Haghorst
28	Vakantieboerderij De Oude Boerderij	14	Oisterwijk
29	Oeps	12	Diessen
30	Het Uilennest II	12	Loon op Zand
31	Holiday Home de Oude Boerderij	12	Moergestel
Totaalaanbod groepsaccommodaties		2.483	bedden

Bron: Eigen inventarisatie LAGroup, 2015

2.4 Aanbod groepsaccommodaties

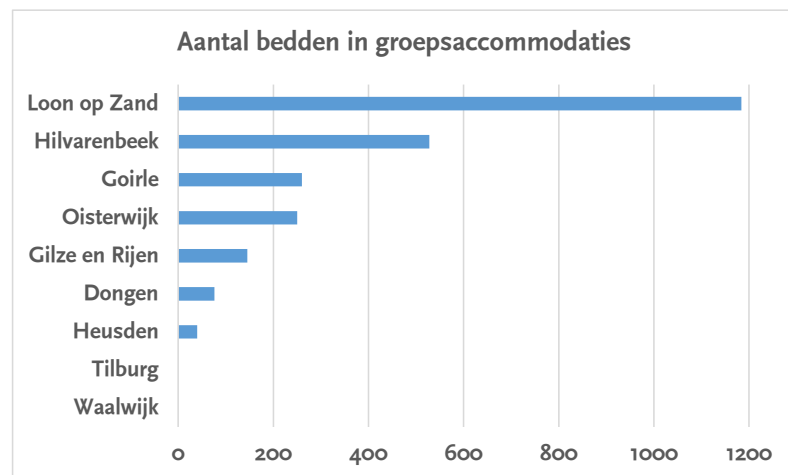
Situering groepsaccommodaties

De groepsaccommodaties zijn vrijwel allen in het buitengebied te vinden.

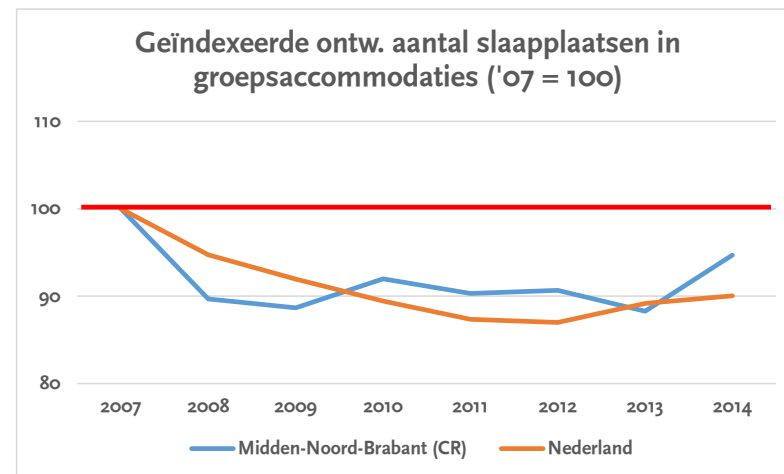
Ontwikkeling aanbod in de tijd

De grafiek hiernaast toont de ontwikkeling van het aantal slaapplekken in groepsaccommodaties in het COROP-gebied Midden-Noord-Brabant, afgezet tegen Nederland. Ook hier verschilt de tendens in de regio niet veel van de landelijke tendens. In 2014 vond in de regio wel herstel van het aanbod plaats. Desalniettemin nam van 2007 tot 2014 het aantal bedden in Midden-Noord-Brabant af met 5%. In geheel Nederland bedraagt de afname 10%. Hier staat echter tegenover dat veel vakantieparken zich tegenwoordig met grote (familie)huizen ook op de markt voor groepsaccommodaties zijn gaan richten.

Groepsaccommodaties– aantal bedden per gemeente



Geïndexeerde ontwikkeling slaapplekken op groepsaccommodaties Midden-Noord-Brabant vs. Nederland (aantal slaapplekken 2007 = 100)



2.5 Overig aanbod – camperplaatsen en jachthavens

2.5.1 Aanbod camperplaatsen

In de regio zijn geen specifieke erkende zelfstandige camperplaatsen. Hier staat tegenover dat op veel kampeerbedrijven ook campers zijn toegestaan. Bovendien ontstaat het beeld dat kampeerbedrijven zich de laatste jaren, gedreven door de opkomst van de campermarkt, ook meer gaan profileren op deze markt.

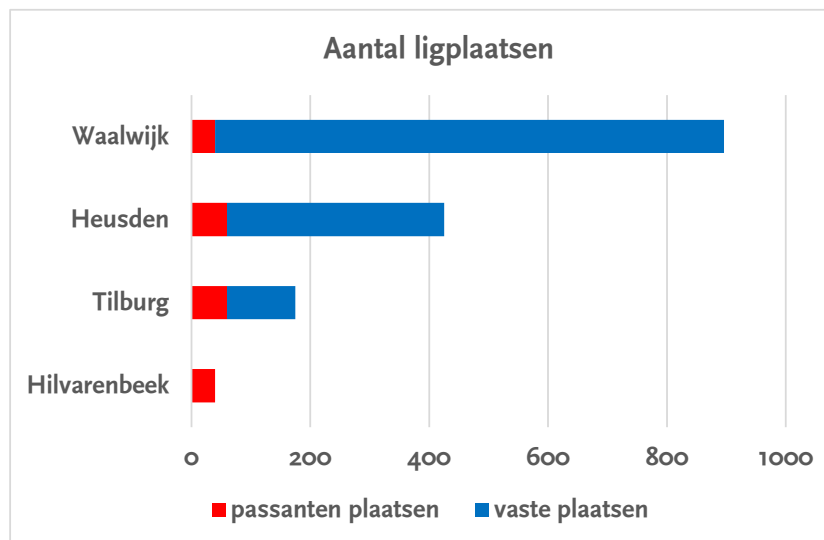
2.5.2 Aanbod jachthavens

- In de regio bevinden zich 9 jachthavens met iets meer dan 1.500 ligplaatsen. Het merendeel daarvan is vast: afgerond 1.300 plaatsen. De overige 200 ligplaatsen zijn voor passanten.*
- Waalwijk heeft het grootste aantal ligplaatsen (circa 900). Slechts 40 hiervan zijn beschikbaar voor passanten.
- Ook Heusden kent een relatief groot aanbod aan ligplaatsen: 425 totaal. Hiervan zijn er 60 beschikbaar voor passanten.
- Tilburg en Hilvarenbeek beschikken eveneens over jachthavens. De andere gemeenten niet.
- Alleen in de relatief kleine havens van de Piushaven en de Beekse Bergen ligt de nadruk op passantenplaatsen.
- Van de negen jachthavens behoren drie jachthavens toe aan een watersportvereniging. De Piushaven wordt beheerd en geëxploiteerd door de gemeente Tilburg.
- Het CBS heeft geen cijfers beschikbaar van de meerjarige ontwikkeling van het aantal ligplaatsen in Nederland en de regio. Wel is bekend dat het aantal jachthavens in Nederland van 2006 tot 2012 nagenoeg gelijk bleef.

Nr.	Naam	Gemeente	Aantal passanten ligplaatsen	Aantal vaste ligplaatsen	Totaal aantal ligplaatsen	Plaats
1	t Oude Maasje	Waalwijk	10	310	320	Waspik
2	Wsv Heusden	Heusden	50	250	300	Heusden
3	Jachthaven Scharloo BV	Waalwijk	20	230	250	Waspik
4	Wsv Waalwijk	Waalwijk	10	166	176	Waalwijk
5	Jachthaven Aquapelle	Waalwijk	0	150	150	Sprang-Capelle
6	Jachthaven de Wiel	Heusden	10	115	125	Heusden
7	Jachthaven Tilburgs W.S.V	Tilburg	0	100	100	Tilburg
8	Piushaven	Tilburg	60	15	75	Tilburg
9	Jachthaven Beekse Bergen	Hilvarenbeek	40	0	40	Hilvarenbeek
Totaalaanbod jachthavens			200	1336	1536 ligplaatsen	

Bron: Eigen inventarisatie LAGroup, 2015

Aanbod aan ligplaatsen naar gemeente



2.6 Totaalaanbod verblijfsaccommodaties

2.6 Totaalaanbod verblijfsaccommodaties

Op grond van de inventarisaties ontstaat het onderstaande beeld van het totaalaanbod aan verblijfsaccommodaties in Hart van Brabant:

- Er zijn in totaal afgerond 11.200 verblijfseenheden in de regio. De campingsector heeft hierin (veruit) het grootste aandeel (56%). Maar ook het aanbod in de andere typen accommodaties is substantieel (groepsaccommodaties ook, gezien vanuit het aantal bedden).
- De gemeenten Hilvarenbeek, Loon op Zand en Oisterwijk hebben het grootste totaalaanbod met elk meer dan 2.000 verblijfseenheden en rond de 10.000 bedden. Gilze en Rijen, Tilburg, Waalwijk en - op enige afstand - Heusden vormen 'de middenmoot'. Het aanbod in Goirle en Dongen is betrekkelijk klein.

- In totaal zijn er circa 51.000 slaapplekken in de verschillende verblijfsaccommodaties in de regio. Hiervan komen liefst 31.000 (61%) voor rekening van de campingsector. Ook vakantieparken hebben relatief veel slaapplekken: afgerond 8.000 (16%) totaal. Het bedden-aanbod in hotels ligt – door het lagere aantal bedden per kamer – beduidend lager: circa 3.500 (7%). Jachthavens tellen ook redelijk veel 'slaapplekken' (12%), maar dat betreft grotendeels vaste ligplaatsen, dus niet gericht op passanten.
- Loon op Zand telt het grootste aantal bedden: circa 11.600, op de voet gevolgd door Hilvarenbeek. Tilburg heeft, als centrale stad in de regio, 'slechts' circa 3.900 bedden. Dit komt doordat er – logischerwijs – weinig vakantiewoningen en campings in de gemeente te vinden zijn. Qua hotelbedden voert de stad dan weer wel de ranglijst aan (24% van het totale hotelkameraanbod in Hart van Brabant).

Totaaloverzicht verblijfsaccommodaties in regio Hart van Brabant

Gemeente	Hotels e.d. , pensions & B&B's - kamers	Vakantie- parken - vakantie- woningen	Campings - toeristische stand- plaatsen	Campings - vaste stand- plaatsen	Groepsacco. kamers/ slaapruidtes	Jachthavens - ligplaatsen	Totaal per gemeente - verblijfs- eenheden	Totaal per gemeente - slaap- plaatsen
Hilvarenbeek	198	347	965	686	16	40	2.252	11.074
Loon op Zand	179	464	565	987	33	0	2.228	11.622
Oisterwijk	323	654	574	556	63	0	2.170	9.816
Gilze en Rijen	253	93	129	997	4	0	1.476	6.746
Tilburg	420	27	167	270	0	175	1.059	3.860
Waalwijk	190	2	0	0	0	896	1.088	3.974
Heusden	124	4	141	5	12	425	711	2.738
Goirle	35	1	105	7	7	0	155	895
Dongen	31	3	40	0	2	0	76	353
Totaal aanbod - verblijfseenheden	1.753	1.595	2.686	3.508	137	1.536	11.215	
Totaal aanbod - slaapplekken	3.506	7.975	13.430	17.540	2.483	6.144		51.078

2.7 Benchmark regio's

2.7 Benchmark regio's

Om de relatieve omvang van het verblijfsaccommodatie-aanbod in de regio te kunnen beoordelen, is het aanbod op COROP-niveau vergeleken met dat van een viertal andere gebieden. Het betreffen de vier COROP-gebieden Twente (met als kernstad Enschede), West-Noord-Brabant (kernstad: Breda), Zuidoost-Noord-Brabant (kernstad Eindhoven) en Arnhem/Nijmegen (kernsteden Arnhem en Nijmegen). Deze gebieden zijn, in overleg met de klankbordgroep, geselecteerd vanwege hun (op hoofdlijnen) vergelijkbare toeristisch en zakelijk profiel. De kaart linksonder geeft, rood omlijnd, de vier gebieden weer. Zie bijlage 4 voor de samenstelling per gebied. Rechts daarvan staat de merkkracht per kernstad en per provincie weergegeven. Zie verderop in deze paragraaf.

Kaart COROP-gebieden Nederland (rood omlijnde gebieden vormen de benchmark) en tabel met merkkracht kernstad en provincie per regio (op basis van Beerda*)

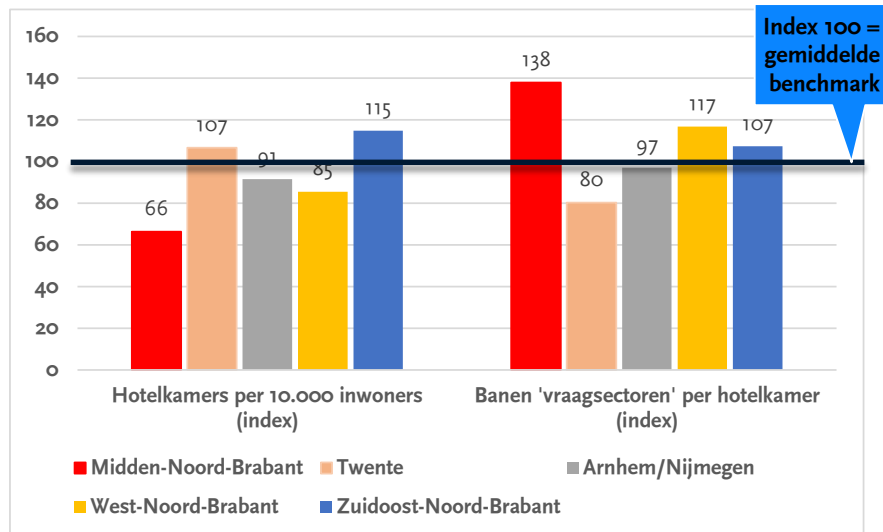


Regio	Merk stad cf. Beerda (ranking)	Merk provincie cf. Beerda (ranking)
Midden-Noord-Brabant	Tilburg: 18	Noord-Brabant: 2
Twente	Enschede: 20	Overijssel: 9
Arnhem/Nijmegen	Nijmegen: 9 Arnhem: 10	Gelderland: 3
West-Noord-Brabant	Breda: 8	Noord-Brabant: 2
Zuidoost-Noord-Brabant	Eindhoven: 11	Noord-Brabant: 2

Bron: Steden & Streken Merkenonderzoek, Hendrik Beerda, '13

De grafiek hieronder laat voor de COROP-regio Midden-Noord-Brabant en voor de vier benchmarkgebieden het relatieve **hotelaanbod** zien (het aantal hotelkamers per inwoner* en per aantal banen in voor de hotelvraag belangrijke sectoren), in de vorm van een index. Het gemiddelde van de vier benchmarkgebieden vormt de index (waarde = 100).

Resultaten benchmark: relatief aanbod hotelkamers (index, gemidd. benchmark = 100)



Bron: Gegevens CBS en LISA, 2015; Bewerking: LAGroup, 2015

Ter illustratie: de eerste waarden links in de grafiek zijn als volgt tot stand gekomen: gemiddeld heeft de benchmark 49 hotelkamers per 10.000 inwoners (index = 100); de regio Midden-Noord-Brabant heeft 32 hotelkamers per 10.000 inwoners (index = 66) en de regio Twente 52 hotelkamers per 10.000 inwoners (index = 107). Merk op dat de cijfers in de grafieken niet het aantal kamers c.q. banen weergeven, maar de score ten opzichte van de index.

2.7 Benchmark regio's

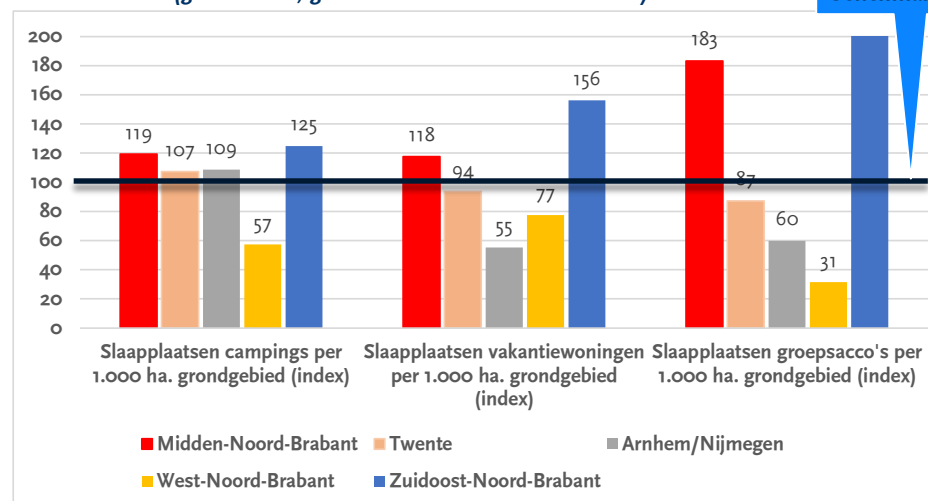
De benchmark leert:

- Het hotelkamaanbod (gerelateerd aan het aantal inwoners) in Midden-Noord-Brabant ligt beduidend onder het gemiddelde. Alle andere benchmarkregio's hebben substantieel meer hotelkamers.
- Een mogelijke verklaringen voor dit lage aantal kamers is de relatief lage (toeristische) merkwaarde van Tilburg. De centrumsteden van de benchmarkgebieden (Arnhem, Nijmegen, Breda, Eindhoven) hebben in de ogen van de Nederlandse consument een sterke merkwaarde.* Alleen Enschede scoort minder goed dan Tilburg. Maar ook in de regio rondom Enschede (Twente) ligt het kameraanbod nog beduidend hoger. Anderzijds leert datzelfde onderzoek weer dat de provincie Noord-Brabant één van de sterkste merkwaardes heeft van de Nederlandse provincies.* Hier zouden ook de hotels in Hart van Brabant van moeten profiteren. Het relatief kleine aanbod aan hotels zal echter ook (deels) samenhangen met het relatief grote aanbod aan campings, vakantiehuizen en groepsaccommodaties (zie verderop).
- Bedrijvigheid in een regio zorgt eveneens voor kamervraag in hotels. We hebben ingezoomd op het aantal banen per regio in sectoren die doorgaans een sterke kamervraag genereren**. Hoe meer banen er zijn per hotelkamer, hoe meer potentie er in principe zou moeten zijn dat de beschikbare hotelkamers gevuld worden vanuit bedrijvigheid. Het aantal banen in de vraagsectoren per hotelkamer in de regio Midden-Noord-Brabant ligt duidelijk boven dat van alle benchmarkregio's. De hotels in deze regio hebben dus een groter dan gemiddelde 'visvijver' in de eigen regio waaraan zij hun hotelkamers kunnen verkopen. Dit duidt op een relatief gunstige vraag-aanbodverhouding voor de (reeds gevestigde) hoteliers.
- Gerelateerd aan het inwonertal, aan de merkkracht én aan de bedrijvigheid lijkt het aanbod aan hotelkamers in de regio (beduidend) lager te liggen dan op grond van de (indicatoren van de) vraagpotentie te verwachten zou zijn. Mogelijk speelt het grote overig verblijfsaanbod hier een rol in.

Voor **campings, vakantiewoningen en groepsaccommodaties** werd ook een benchmark uitgevoerd. Daarbij is een iets gewijzigde methodiek gehanteerd (zie grafiek). Het aantal slaapplekken op campings, vakantieparken en groepsaccommodaties wordt afgezet tegen het aantal hectaren grondgebied van de (COROP) regio als geheel. Dit vanwege het ruimte-intensieve karakter van deze accommodaties en de grote verschillen in beschikbare oppervlakten tussen de benchmark-gebieden onderling. Verder heeft het geen zin om dit aanbod af te zetten tegen het banenaantal, omdat er nauwelijks een relatie is tussen zakelijke vraag en overnachtingen in deze accommodaties.

Resultaten benchmark: relatief aanbod campings, vakantieparken en groepsaccommodaties (geïndexeerd, gemiddelde van benchmark = 100)

Index 100 =
gemiddelde
benchmark



Bron: Gegevens CBS, 2015. Bewerking: LAGroup, 2015

Hier luiden de conclusies:

- Wat opvalt is dat het aantal slaapplekken op zowel campings,

2.7 Benchmark regio's

vakantiewoningen als groepsaccommodaties in Midden-Noord-Brabant (gerelateerd aan het aantal hectare grondgebied van de regio) duidelijk boven het gemiddelde van de benchmark ligt.

- Op alle vlakken heeft alleen Zuidoost-Noord-Brabant (onder andere door de aanwezigheid van De Kempen) een groter aanbod. Midden-Noord-Brabant doet het beduidend beter dan de buurtregio van West-Noord-Brabant.
- Specifiek voor groepsaccommodaties geldt dat er een groot aanbod in Midden-Noord-Brabant is.
- Dit grote aanbod aan campings, vakantiewoningen en groepsaccommodaties kan onder meer verklaard worden door de aanwezigheid van de bekende toeristische attracties in de regio (inclusief het aan die attracties gekoppelde verblijfsaanbod), door de natuurgebieden en door de fiets- en wandelmogelijkheden.
- De sterke merkkracht van de provincie Noord-Brabant valt wel samen met veel aanbod in Midden-Noord-Brabant en in Zuidoost-Noord-Brabant, maar het toch minder toeristische West-Noord-Brabant plukt hier niet de vruchten van.

Conclusies benchmark

Samenvattend levert de benchmark de volgende indicaties op voor de relatieve omvang van het verblijfsaccommodatie-aanbod in de regio:

Type accommodatie	Relatieve omvang aanbod in regio Midden-Noord-Brabant t.o.v. benchmark
Hotels	Kleiner (beduidend)
Campings	Groter
Vakantiewoningen	Groter
Groepsaccommodaties	Groter (beduidend)

Zoals reeds aangegeven: het grote aanbod aan vakantiewoningen, campings en groepsaccommodaties kan van invloed zijn op het (nu nog) relatief lage aantal hotelkamers in de regio. (zie ook het kader hieronder).

Huidig en toekomstig aanbod ook in samenhang bekijken

Het huidige en toekomstige aanbod van verblijfsaccommodaties dient ook in samenhang bekeken te worden. Zeker de laatste jaren groeien de diverse vormen van verblijfsaccommodatie meer naar elkaar toe. Zo richten vakantieparken zich ook nadrukkelijk op de markt van (kleinere) groepsaccommodaties, ontwikkelen bepaalde campings zich stapje voor stapje (meer) tot vakantieparken en concurreren (luxere) vakantieparken en hotels om dezelfde (leisure) gast en soms ook om dezelfde zakelijke groepsboekter (trainingen, vergaderingen, e.d.).

Verderop in dit rapport (bij de aanbevelingen) wordt deze wederzijdse afhankelijkheid tussen de typen aanbod meegenomen.

3. Bezettingsanalyse



3.1 Overnachtingen en bezetting totaal

In dit hoofdstuk inventariseren we cijfers over het gebruik van de logiesaccommodaties in Hart van Brabant en/of – afhankelijk van de beschikbaarheid – cijfers voor Noord-Brabant.

3.1.1 Compleet inzicht in bezetting verblijfsaccommodaties regio Hart van Brabant niet goed mogelijk

De bezetting is een belangrijke indicator voor het presteren van een verblijfsaccommodatie. In het algemeen wordt daarvoor de bed- of slaappleatsbezetting (BB%) gehanteerd. In de hotelierie wordt (daarnaast) vaak naar de kamerbezetting (KB%) gekeken.

Bezettings- en overnachtingscijfers van individuele verblijfsaccommodaties zijn in Nederland niet publiek beschikbaar. De enige instantie die structureel statistieken bijhoudt over overnachtingen en bezetting van verblijfsaccommodaties, is het CBS. Door bezuinigingen hanteert het CBS de laatste jaren echter een dermate kleine steekproef, dat cijfers over dit onderwerp niet meer beschikbaar zijn op het niveau van kleine regio's. Naast enkele grote steden, is de provincie het kleinste regionale niveau waarop sinds 2012 bezettingscijfers beschikbaar zijn. Vanwege deze 'trendbreuk' rapporteren wij alleen cijfers vanaf 2012.

Toeristenbelasting te incompleet om als informatiebron te dienen

In Hart van Brabant heffen bijna alle gemeenten toeristenbelasting. Uitzondering zijn Dongen en Goirle. Deels wordt de belasting geheven op basis van het aantal overnachtingen, deels op basis van logiesomzet en deels op forfaitaire basis (een vast bedrag per standplaats per jaar). De gemeenten hebben dan ook geen compleet beeld van het aantal overnachtingen in hun gemeente. Bovendien registreren zij de overnachtingen niet op uniforme wijze, waardoor cijfers tussen gemeenten niet vergelijkbaar zijn en er per type accommodatie geen accurate en zeker geen complete gegevens zijn (*).

Enquête onder logiesaccommodaties deels representatief

Om dit hiaat te vullen, hebben we – in aanvulling op de overeengekomen onderzoekaankpak – een internetenquête uitgezet onder alle grotere logiesaccommodaties in Hart van Brabant.

Van de 282 accommodaties hebben er 149 een enquête ontvangen. Dit dekte zo'n 90% van het aanbod in eenheden (kamers/standplaatsen/woningen). Er kwamen 50 enquêtes (deels) ingevuld terug, een respons van 18% van alle accommodaties (27% van het totaal aantal eenheden). Dat is een behoorlijke score, en daarmee leidden vragen over bijvoorbeeld segmentering (naar bezoekmotief, nationaliteit) en verwachtingen voor de komende jaren tot goed inzicht in de markt.

Alleen bezettingscijfers hotels representatief; rest beperkt betrouwbaar

Helaas werden de vragen over bezetting relatief slecht beantwoord, waardoor de representativiteit daarvan een stuk minder was. Alleen in de hotelsector was de respons voldoende hoog (48% van het totaal aantal kamers) om tot betrouwbare bezettingscijfers te leiden. In de andere sectoren (campings & vakantiewoningen: 17% bezettingsvragen ingevuld in % van het aantal standplaatsen c.q. woningen; groepsaccommodaties 11%) is de foutkans hoog vanwege de lage representativiteit. Bovendien gaat het daar slechts om een beperkt aantal grote bedrijven, waardoor geen beeld vanuit de breedte van de betreffende sector ontstaat.

Aangezien er voor Hart van Brabant geen andere bronnen zijn dan onze internetenquête en in beperkte mate de toeristenbelasting, gebruiken wij de bezettingscijfers uit de enquête, al moeten de conclusies daaruit met de nodige voorbehoud worden geïnterpreteerd.

In aanvulling op bovengenoemde enquêteresultaten geven we voor alle typen accommodaties een beeld van Noord-Brabant, een cluster van toeristengebieden in Zuid-Nederland en Nederland geheel (bron: CBS).

* Door het hybride karakter van de sector, met veel accommodaties met een gemengd aanbod (zowel bungalows, als kampeerplaatsen en soms ook een groepsaccommodatie op één bedrijf), is dat voor de gemeenten ook lastig om te doen.

3.1 Overnachtingen en bezetting totaal

3.1.2 Overnachtingen en bezetting Hart van Brabant

We vermeldden hiervoor dat er slechts een beperkt betrouwbaar totaalinzicht is in het aantal overnachtingen en de bezetting van de verblijfsaccommodaties in Hart van Brabant. Onderstaande tabel toont het aantal overnachtingen van 2012 t/m 2014.

Ontwikkeling overnachtingen verblijfsaccommodaties Hart van Brabant

(x 1000)	2012	2013	2014
Hotels c.a.	530	560	580
Vakantieparken	1.020	1.080	1.120
Campings	1.220	1.150	1.070
Groepsaccommodaties	600	620	600
Totaal	3.370	3.410	3.370

Bron: enquête ondernemers; bewerking: LAGroup. Campings exclusief vaste standplaatsen

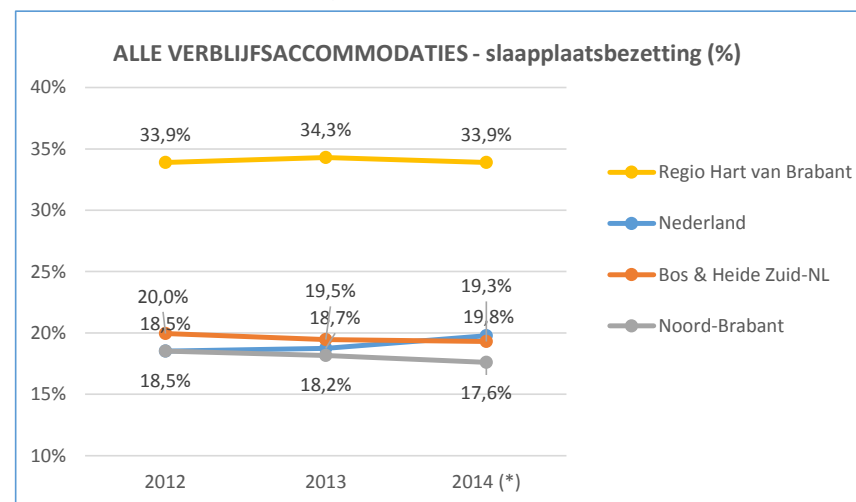
Volgens deze analyse telde Hart van Brabant in 2014 bijna 3,4 miljoen overnachtingen in logiesaccommodaties. Een aantal dat in voorliggende jaren min of meer stabiel was.

De grafiek rechts toont wat dit betekent voor de slaappleatsbezetting van 2012 t/m 2014 van de logiesaccommodaties in Noord-Brabant. Deze laat een sterk afwijkend beeld zien ten opzichte van de drie vergelijkingsgebieden. Verderop in hoofdstuk 3 gaan we verder in op deze cijfers, en maken we de nodige relativerende opmerkingen, in het bijzonder bij de cijfers voor campings en groepsaccommodaties.

Hoe dan ook is – los van de onderlinge verschillen – sprake van een redelijk stabiele ontwikkeling in Hart van Brabant. In heel Noord-Brabant en heel toeristisch Zuid-Nederland valt op dat sprake is van een daling van de bezetting met circa 1 %-punt, terwijl heel Nederland stijgt met ruim 1 %-punt. Bekend is dat vooral de grote steden, en met name de

hotels in Amsterdam, een sterke groei doormaken. Dat kan het landelijke cijfer gunstig beïnvloeden.

Slaappleatsbezetting verblijfsaccomm. Noord-Brabant vs. andere gebieden



Bron: CBS; bewerking: LAGroup. (*) 2014 voorlopige cijfers, exclusief vaste standplaatsen

Verderop in deze rapportage (vanaf paragraaf 3.2) gaan we voor elke deelsector nauwkeuriger kijken wat de ontwikkeling van het aantal overnachtingen en de bezetting is. Dat kan bovenstaande ontwikkeling nuanceren.

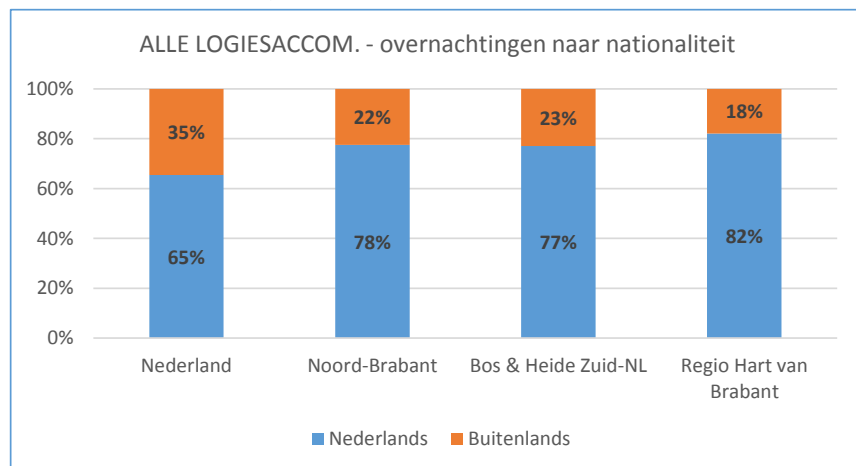
* Deze indeling is door het CBS gekozen. Het gebied heet “Bos- & heidegebieden Zuid-Nederland” en bestaat uit drie toeristengebieden: (1) West- en Midden-Brabant; (2) Oost-Brabant, Noord- en Midden-Limburg + Rijk van Nijmegen; (3) Zuid-Limburg.

3.1 Overnachtingen en bezetting totaal

3.1.3 Overnachtingen naar nationaliteit

Voordat we naar de deelsectoren kijken, geven we hieronder voor alle logiesaccommodaties tezamen de verdeling van het aantal overnachtingen naar nationaliteit.

Overnachtingen verblijfsaccommodaties in 2014 naar nationaliteit

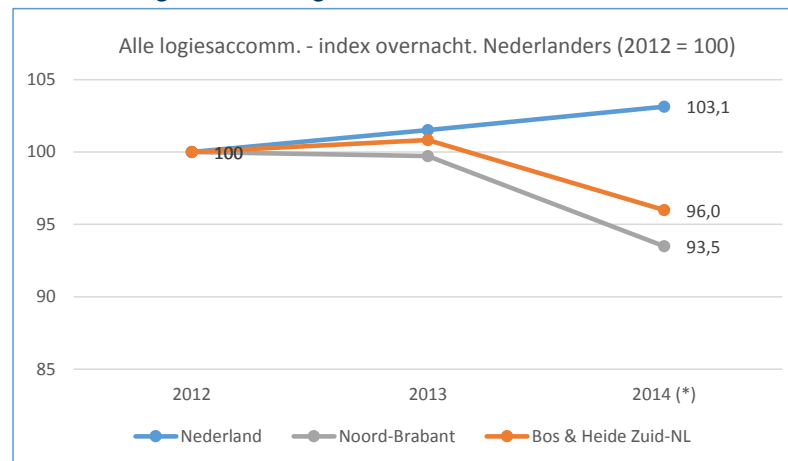


Bron: CBS (voorlopige cijfers); Bron Hart van Brabant: enquête. Bewerking: LAGroup

Het merendeel van de overnachtingen in Hart van Brabant (82%) is afkomstig van Nederlanders. Daarmee blijft het ver achter bij het landelijk beeld (35% inkomende overnachtingen), vooral door het internationaal toerisme in de grote steden en aan de kust.

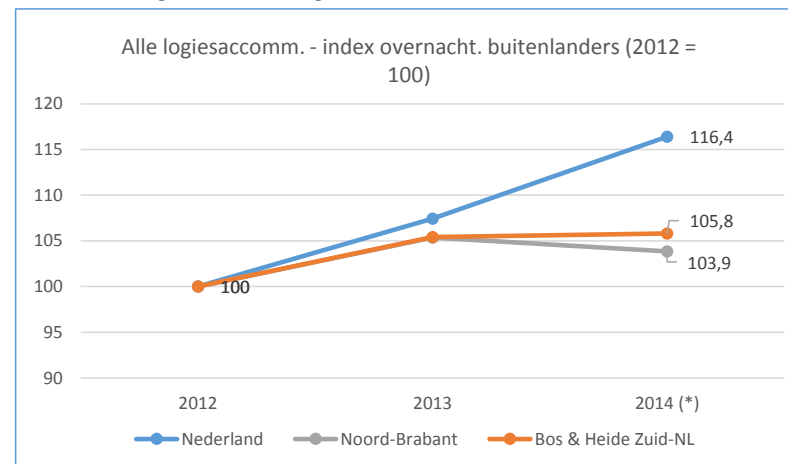
Kijken we naar de ontwikkeling in de tijd, dan blijkt het buitenlands bezoek aan Noord-Brabant te stijgen (overigens veel minder snel dan landelijk), maar Nederlandse overnachtingen zijn in Noord-Brabant gedaald met 4-6% over drie jaar (zie de grafieken hiernaast). Voor Hart van Brabant zijn deze cijfers niet beschikbaar.

Ontwikkeling overnachtingen door Nederlanders



Bron: CBS; bewerking: LAGroup. (*) 2014 voorlopige cijfers, exclusief vaste standplaatsen

Ontwikkeling overnachtingen door buitenlandse bezoekers



Bron: CBS; bewerking: LAGroup. (*) 2014 voorlopige cijfers, exclusief vaste standplaatsen

3.2 Overnachtingen en bezetting hotels c.a.

3.2.1 Overnachtingen in hotels c.a. Hart van Brabant

In 2014 hebben in de regio Hart van Brabant circa 580.000 overnachtingen in hotels, pension's en B&B's plaatsgevonden. Aannee daarbij is dat de bedbezetting in de onderzochte hotels maatgevend is voor de bezetting in heel Hart van Brabant (zie toelichting rechts).

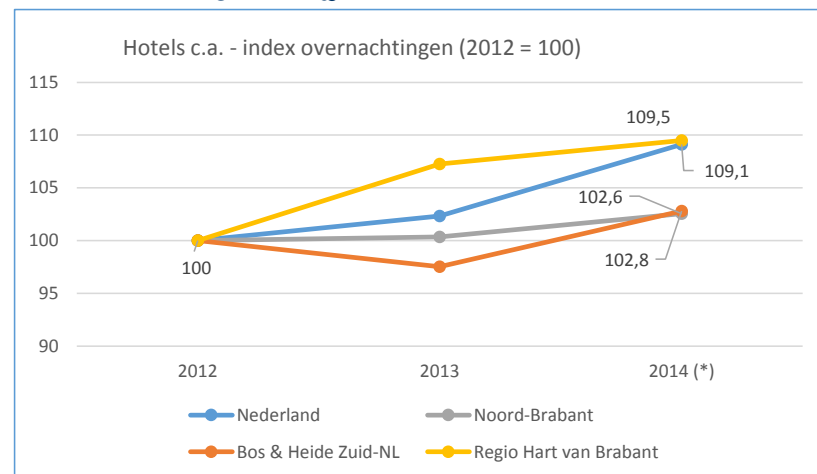
Hotelovernachtingen hotels Hart van Brabant

(x 1.000)	2012	2013	2014
Regio Hart van Brabant	530	560	580

Bron: enquête LAgrou; bewerking: LAgrou.

Kijken we naar de ontwikkeling door de jaren heen, dan laat onderstaande grafiek zien dat Hart van Brabant dezelfde groei heeft doorgemaakt als Nederland totaal: 9% groei over drie jaar.

Hotelovernachtingen verblijfsaccommodaties

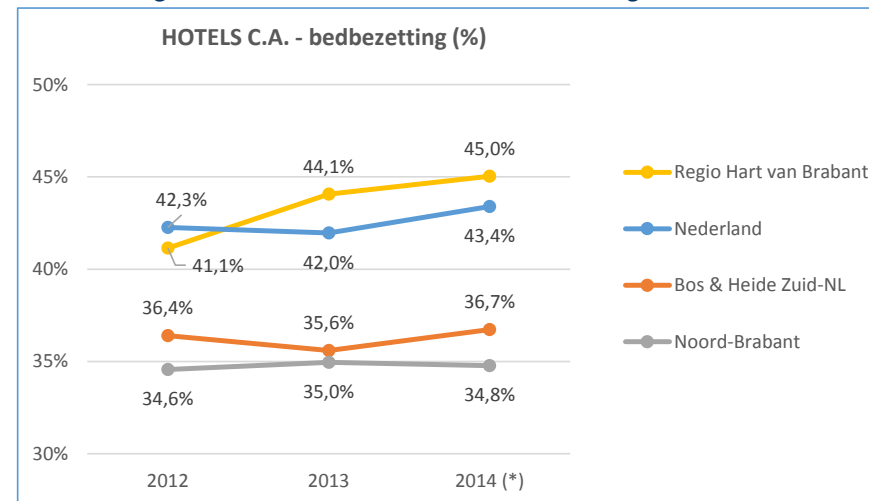


Bron Nederland, Noord-Brabant en Bos & Heidegebied: CBS, 2014 voorlopige cijfers
Bron regio Hart van Brabant: eigen enquête LAgrou en toeristenbelasting
Bewerking: LAgrou

3.2.2 Bezetting en kameropbrengst hotels

Zoals uit de aanbodanalyse blijkt, heeft Hart van Brabant 118 hotels, pensions en B&B's, met totaal 1.753 kamers en ruim 3.500 bedden. De grafiek hieronder toont de ontwikkeling van de bedbezetting van 2012 t/m 2014 voor de drie vergelijkingsgebieden én voor Hart van Brabant. Die laatste cijfers zijn gebaseerd op een combinatie van gegevens van de internetenquête en van de toeristenbelasting. De gegevens zijn bekend van 15 hotels, die samen 56% (1.960 bedden) van het beddenaanbod in Hart van Brabant hebben.

Bedbezetting hotels c.a. Hart van Brabant en andere gebieden



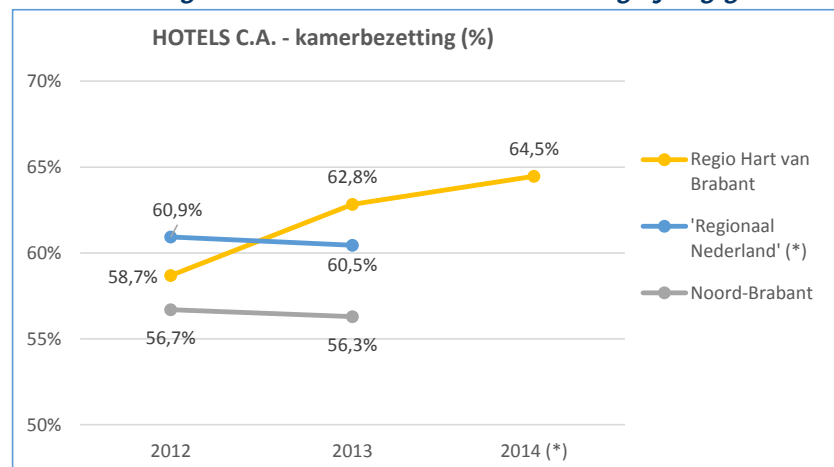
Bron Nederland, Noord-Brabant en Bos & Heidegebied: CBS, 2014 voorlopige cijfers
Bron regio Hart van Brabant: eigen enquête LAgrou en toeristenbelasting
Bewerking: LAgrou

De regio Hart van Brabant scoort met 45% bedbezetting beduidend beter dan de vergelijkingsgebieden in Noord-Brabant en Zuid-Nederland.

3.2 Overnachtingen en bezetting hotels c.a.

Eenzelfde ontwikkeling laat de kamerbezetting zien. De vergelijkingsgroep is echter anders; dit zijn grotere 3- tot 5-sterren-hotels die tot het panel van het jaarlijkse Hosta-onderzoek behoren.

Kamerbezetting hotels Hart van Brabant en twee vergelijkingsgebieden



(*) Nederland exclusief zes grote steden en Schiphol

Bron Regionaal Nederland en Noord-Brabant: HOSTA-onderzoek; 2014 nog niet bekend

Bron Hart van Brabant: enquête LAGroup en toeristenbelasting. Bewerking: LAGroup

Opvallend is dat ook hier Hart van Brabant het een stuk beter doet dan Noord-Brabant gemiddeld, aangezien hier de onderzochte groepen (grotere 3-sterren+ hotels) vrij goed vergelijkbaar zijn. Onderstaande tabel geeft het aantal verhuurde kamers in hotels c.a. in Hart van Brabant.

Aantal verhuurde kamers in hotels c.a. in Hart van Brabant

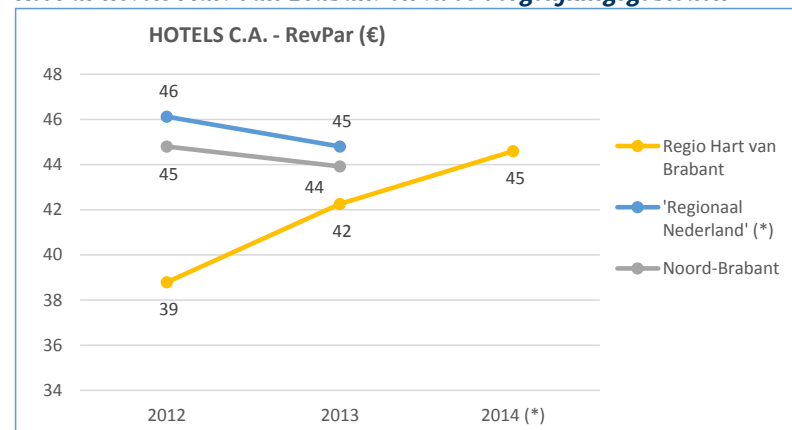
	2012	2013	2014
Regio Hart van Brabant	376.000	402.000	412.000

Bron: enquête LAGroup

Ook RevPar stijgt in Hart van Brabant

De bezetting in hotels hangt nauw samen met de prijs die voor de kamers wordt gevraagd. Een lage prijs zal in het algemeen de bezetting omhoog stuwten. In de enquête is ook gevraagd naar de ontwikkeling van de *Average Daily Rate* (ADR), de gemiddelde logiesopbrengst per verhuurde kamer. Deze groeide van € 66 naar € 69 van 2012 tot 2014. Combineren van kamerbezetting en ADR levert de zogenaamde RevPar op, de *Revenue per Available Room*. Dit is de totale logiesopbrengst gedeeld door het aantal *beschikbare* kamers (aantal kamers x 365). De grafiek hieronder laat de ontwikkeling zien over de periode 2012-2014, afgezet tegen dezelfde vergelijkingsgebieden als bij de kamerbezetting.

RevPar hotels Hart van Brabant en twee vergelijkingsgebieden



(*) Nederland exclusief zes grote steden en Schiphol

Bron Regionaal Nederland en Noord-Brabant: HOSTA-onderzoek; 2014 nog niet bekend

Bron Hart van Brabant: enquête LAGroup en toeristenbelasting. Bewerking: LAGroup

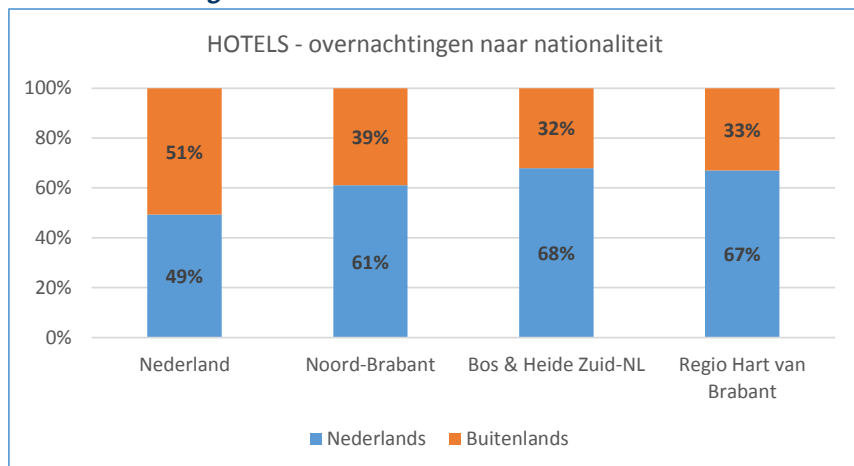
De RevPar ligt in Hart van Brabant dicht tegen het Brabants gemiddelde, maar heeft een stijgende lijn. De stijging van de kamerbezetting in Hart van Brabant is dus niet ten koste gegaan van de kamerprijs.

3.2 Overnachtingen en bezetting hotels c.a.

3.2.3 Hotelovernachtingen naar nationaliteit

In de hotelsector is het aandeel buitenlandse overnachtingen hoger dan voor alle logiesaccommodaties totaal (zie paragraaf 3.1.3). Landelijk is dat 51%, in Noord-Brabant 39% en in de regio Hart van Brabant 33%. Opvallend daarbij is (wat de grafiek niet toont) dat landelijk gezien het aandeel buitenlandse overnachtingen de afgelopen jaar is gestegen, terwijl dat in Noord-Brabant is gedaald.

Hotelovernachtingen naar nationaliteit



Bron Nederland, Noord-Brabant en Bos & Heidegebied : CBS

Bron regio Hart van Brabant: eigen enquête LAgrouP

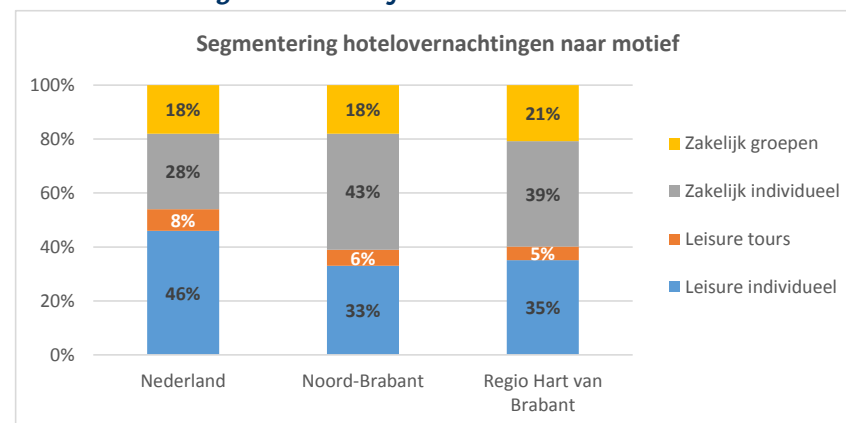
Bewerking: LAgrouP. (*) 2014 voorlopige cijfers

Specifiek voor Hart van Brabant is in de enquête onder hoteliers ook gevraagd naar de herkomst van de 33% buitenlandse hotelovernachtingen. Als we die op 100% stellen, komt 64% daarvan uit de buurlanden (België + Luxemburg 33%, Duitsland 21%, Verenigd Koninkrijk 10%). Uit de andere Europese landen komt 21% en uit de rest van de wereld 15% (met name de VS).

3.2.4 Hotelovernachtingen naar bezoekmotief

Naast de segmentering naar herkomst, is ook het bezoekmotief van de hotelgasten van belang. Dit is voor Hart van Brabant in kaart gebracht door middel van de internetenquête en vergeleken met het Hosta-onderzoek. Onderscheid wordt gemaakt naar leisure (individueel en groepen, bv. tours) en zakelijk (individueel en groepen, bv. cursussen).

Hotelovernachtingen naar motief



Bron Nederland en Noord-Brabant: Hosta-onderzoeken

Bron regio Hart van Brabant: eigen enquête LAgrouP

Bewerking: LAgrouP

Uit de grafiek blijkt dat de segmentering in Hart van Brabant weinig afwijkt van Noord-Brabant geheel. Ten opzichte van Nederland heeft Hart van Brabant veel minder toeristische gasten. Hotelovernachtingen in Hart van Brabant hebben vooral een zakelijk motief (60%). Het hoge aandeel zakelijke groepen (21%) komt door de vele hotels met zaalfaciliteiten in Hart van Brabant en het grote conferentiehotel Groenendaal. Een goede verdeling van de overnachtingen over het zakelijke en het leisure segment is belangrijk om tot een goede jaarrond bezetting te komen.

3.3 Overnachtingen en bezetting vakantieparken

3.3.1 Overnachtingen in vakantieparken

In 2014 hebben in de regio Hart van Brabant ruim 1,1 miljoen overnachtingen in vakantieparken plaatsgevonden (zie tabel). Aannee daarbij is dat de slaappleatsbezetting in de geënkquêteerde vakantieparken maatgevend is voor de bezetting in heel Hart van Brabant.

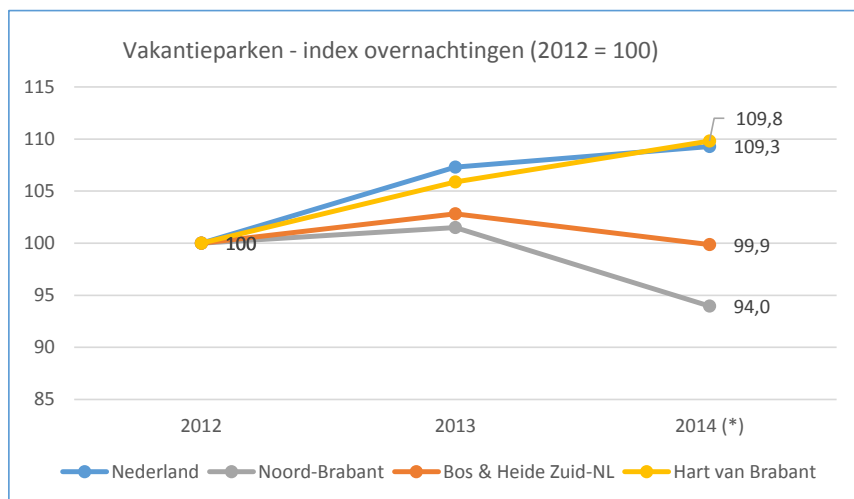
Overnachtingen op vakantieparken in Hart van Brabant

(x 1.000)	2012	2013	2014
Hart van Brabant	1.020	1.080	1.120

Bron: enquête LAGroup; bewerking: LAGroup.

Hieronder zetten we de ontwikkeling in Hart van Brabant door de jaren heen af tegen de vergelijkingsgebieden.

Ontwikkeling overnachtingen op vakantieparken



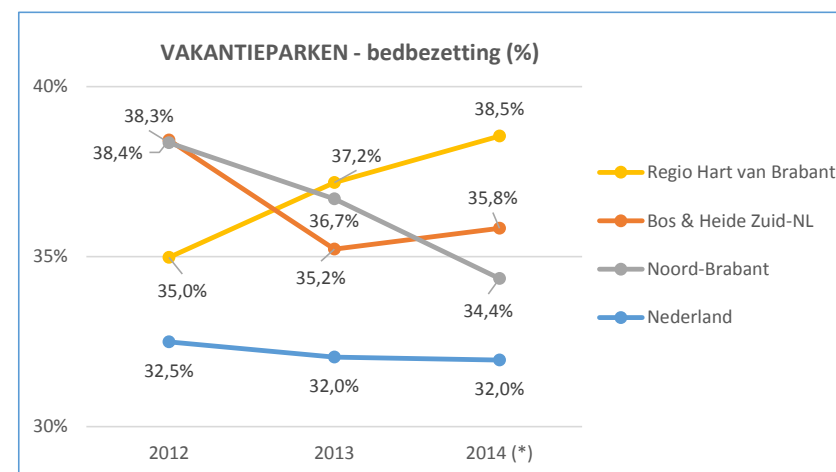
Bron: CBS; bewerking: LAGroup. (*) 2014 voorlopige cijfers

Uit de grafiek blijkt dat de ontwikkeling in Hart van Brabant een stuk beter is dan in de vergelijkingsgebieden in Zuid-Nederland.

3.3.2 Bedbezetting vakantieparken

De grafiek hieronder toont de ontwikkeling van de bedbezetting van de vakantieparken in de vier gebieden, van 2012 t/m 2014.

Bedbezetting vakantieparken



Bron: CBS; bewerking : LAGroup. (*) 2014 voorlopige cijfers

Uit de grafiek blijkt dat, ten opzichte van Nederland totaal, de bezetting van de Brabantse vakantieparken – vooral die in Hart van Brabant – hoog is. Maar terwijl de andere Brabantse parken een neergaande ontwikkeling doormaken, is in Hart van Brabant een flinke groei gerealiseerd. Dat zal (mede) komen door de opening van het grote park Efteling Bosrijk in 2010, dat in de jaren daarna een toenemende bezetting zal hebben gekend. Dat patroon is gebruikelijk na de opening van een nieuwe voorziening.

3.3 Overnachtingen en bezetting vakantieparken

De daling elders in Noord-Brabant (en mogelijk ook in deelgebieden in Hart van Brabant) zal te maken hebben met het toenemend aandeel (semi)permanente bewoning en bewoning door arbeidsmigranten van huizen in vakantieparken. Die overnachtingen komen (terecht) niet terug in de overnachtingsstatistieken, maar het aanbod blijft wel aanwezig in die statistieken. In die zin zou de grafiek een vertekend beeld kunnen geven: de bezetting van de werkelijk voor de leisuremarkt beschikbare vakantiewoningen zal dan hoger zijn dan hier gepresenteerd.

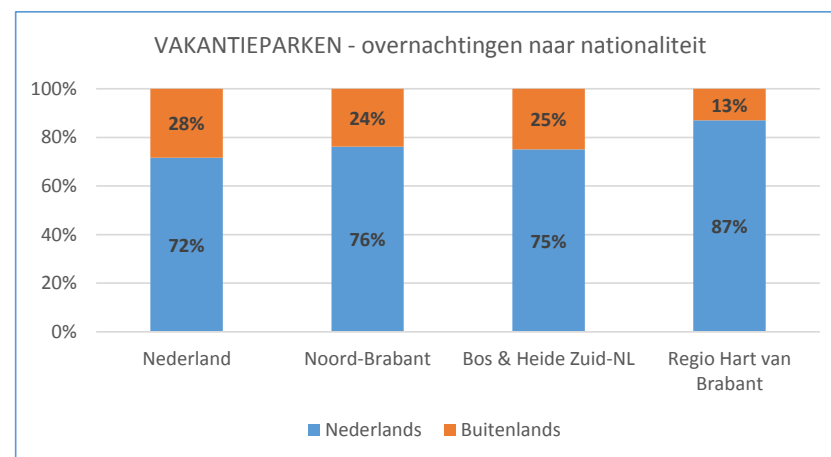
Geen adequate informatie verhuuropbrengsten uit enquête

In de internetenquête is ook gevraagd naar de gemiddelde verhuur-opbrengst per overnachting of verhuring, vergelijkbaar met de ADR bij hotels. Deze vraag is echter door zo weinig respondenten ingevuld dat dit geen bruikbare informatie opleverde.

3.3.3 Overnachtingen vakantieparken naar nationaliteit

Kijken we naar de herkomst van de overnachtingen in vakantieparken, dan blijken in Hart van Brabant (nog) meer Nederlanders te overnachten dan elders in de Zuid-Nederlandse vergelijkingsgebieden.

Overnachtingen vakantieparken in 2014 naar nationaliteit



Bron vergelijkingsgebieden: CBS; (voorlopige cijfers); Hart van Brabant: enquête LAGroup
Bewerking: LAGroup

3.4 Overnachtingen en bezetting campings

3.4.1 Overnachtingen op campings

In 2014 hebben in de regio Hart van Brabant 1,07 miljoen overnachtingen op campings plaatsgevonden (zie tabel). Aannee daarbij is dat de slaappleatsbezetting in de geënquêteerde campings maatgevend is voor de bezetting in heel Hart van Brabant. Het betreft hier overigens alleen overnachtingen op toeristische standplaatsen. Het CBS registreert geen overnachtingen op vaste standplaatsen. Deze bezettingscijfers wijken zeer fors af van branchegemiddelden (zie rechts). De cijfers moeten dan ook met een zeer ruime slag om de arm worden genomen.

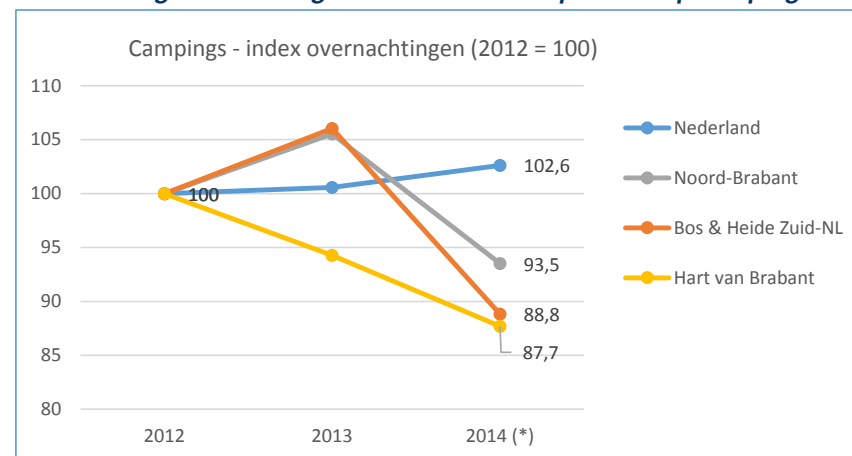
Toeristische overnachtingen op campings in Hart van Brabant

(x 1.000)	2012	2013	2014
Hart van Brabant	1.220	1.150	1.070

Bron: enquête LAGroup; bewerking: LAGroup.

Hieronder zetten we de ontwikkeling in Hart van Brabant door de jaren heen af tegen de vergelijkingsgebieden.

Ontwikkeling overnachtingen toeristische standplaatsen op campings



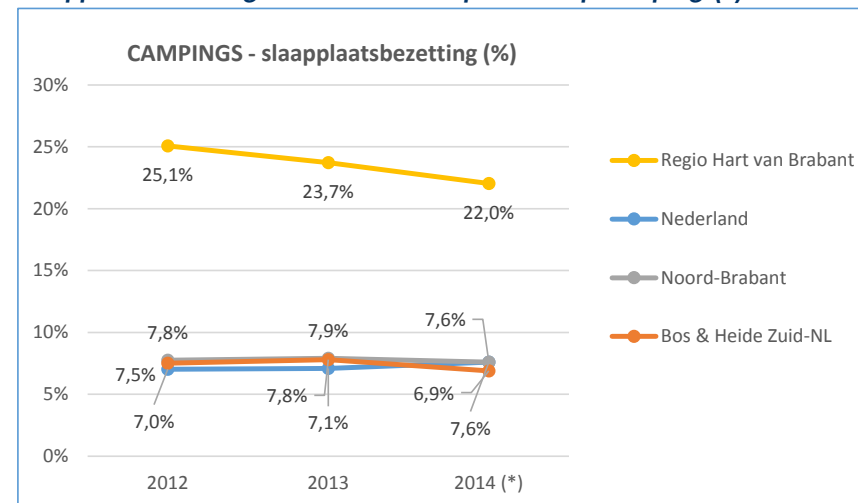
Bron: CBS; bewerking: LAGroup. (*) 2014 voorlopige cijfers, exclusief vaste standplaatsen

Uit de grafiek blijkt dat de ontwikkeling in Hart van Brabant sterk achterblijft bij Nederland als geheel, net als Noord-Brabant en de toeristische gebieden in Zuid-Nederland. Een daling van het aantal overnachtingen met bijna 14% over een periode van drie jaar is erg fors.

3.4.2 Slaappleatsbezetting campings

De grafiek hieronder toont de ontwikkeling van de bedbezetting op campings voor de drie vergelijkingsgebieden, van 2012 t/m 2014.

Slaappleatsbezetting toeristische standplaatsen op campings(*)



Bron: CBS; bewerking: LAGroup. (*) 2014 voorlopige cijfers, exclusief vaste standplaatsen

Uit de grafiek blijkt dat de bezetting van de campings in Hart van Brabant onwaarschijnlijk veel hoger ligt dan in de vergelijkingsgebieden. Een duidelijke verklaring, anders dan dat de enquête niet juist is ingevuld, is niet voorhanden. Dat de campings in Hart van Brabant het drie keer beter doen dan elders, lijkt zeer onwaarschijnlijk.

3.4 Overnachtingen en bezetting campings

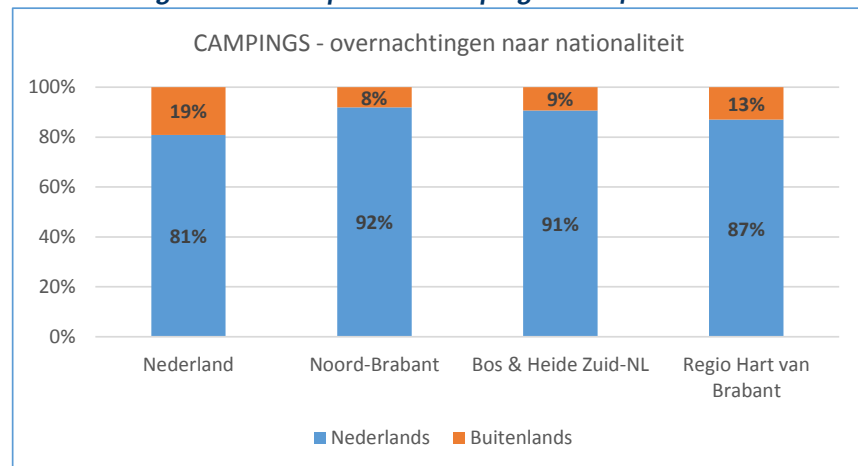
Geen adequate informatie verhuuropbrengsten uit enquête

Ook hier heeft de vraag naar de gemiddelde verhuuropbrengst per overnachting of verhuring onvoldoende respons opgeleverd voor bruikbare informatie.

3.4.3 Overnachtingen campings naar nationaliteit

Uit onderstaande grafiek blijkt dat overnachten op campings in Noord-Brabant een vrijwel Hollandse aangelegenheid is. Blijkbaar weten de Brabantse campings nauwelijks gasten uit andere (buur)landen te trekken, of zijn ze niet aantrekkelijk genoeg voor deze doelgroep. De campings in Hart van Brabant doen het naar verhouding wel iets beter dan elders in Brabant.

Overnachtingen toer. standplaatsen campings in 2014 naar nationaliteit



Bron vergelijkingsgebieden: CBS (voorlopige cijfers); Hart van Brabant: enquête
Bewerking: LAGroup

3.5 Overnachtingen/bezetting groepsaccommodaties

3.5.1 Overnachtingen in groepsaccommodaties

In 2014 hebben, op basis van de internetenquête, in de regio Hart van Brabant circa 600.000 overnachtingen in groepsaccommodaties plaatsgevonden (zie tabel). Aannee daarbij is dat de slaappleats-bezetting in de geënquêteerde groepsaccommodaties maatgevend is voor de bezetting in heel Hart van Brabant. Overigens wijken ook deze bezettingscijfers fors af van branchegemiddelden (zie rechts) en moeten daarom met een ruime slag om de arm worden genomen.

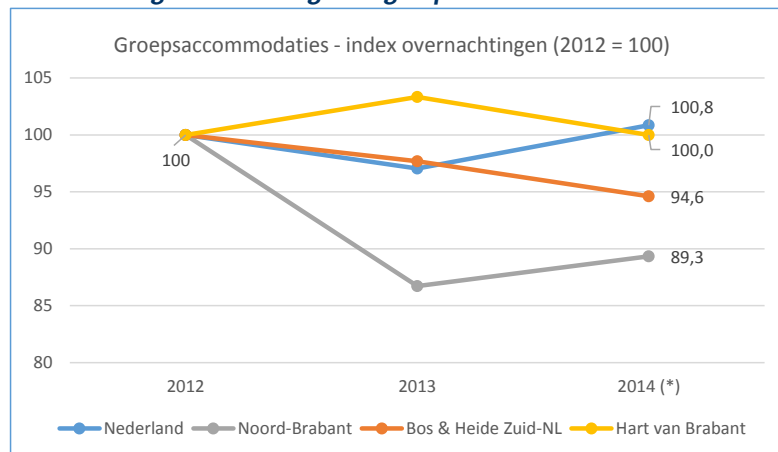
Overnachtingen in groepsaccommodaties in Noord-Brabant

(x 1.000)	2012	2013	2014
Hart van Brabant	600	620	600

Bron: enquête LAgrou; bewerking: LAgrou.

Hieronder zetten we de ontwikkeling in Hart van Brabant door de jaren heen af tegen de vergelijkingsgebieden.

Ontwikkeling overnachtingen in groepsaccommodaties



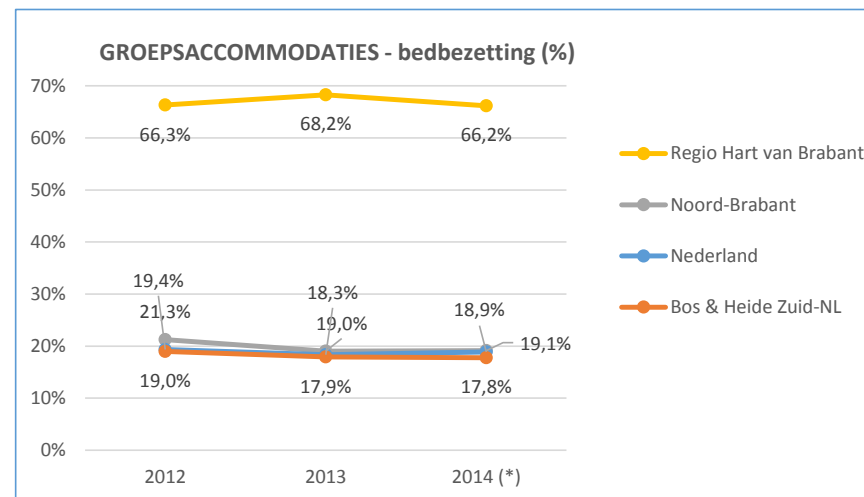
Bron: CBS; bewerking: LAgrou. (*) 2014 voorlopige cijfers

Uit de grafiek blijkt dat de groepsaccommodaties in Hart van Brabant het beter doen dan die elders in Zuid-Nederland. De daling in 2014 loopt parallel met die in de Zuid-Nederlandse toeristengebieden, maar is tegenstrijdig aan de herstellende Noord-Brabantse cijfers.

3.5.2 Bedbezetting groepsaccommodaties

De grafiek hieronder toont de ontwikkeling van de bedbezetting in groepsaccommodaties, van 2012 t/m 2014.

Bedbezetting groepsaccommodaties



Bron: CBS; bewerking : LAgrou. (*) 2014 voorlopige cijfers

We merken hiervoor al op dat de cijfers uit de enquête sterk van de CBS-cijfers afwijken. De grafiek laat dat zien. Net als bij de campings is een duidelijke verklaring, anders dan dat de enquête niet juist is ingevuld, niet voorhanden.

3.5 Overnachtingen/bezetting groepsaccommodaties

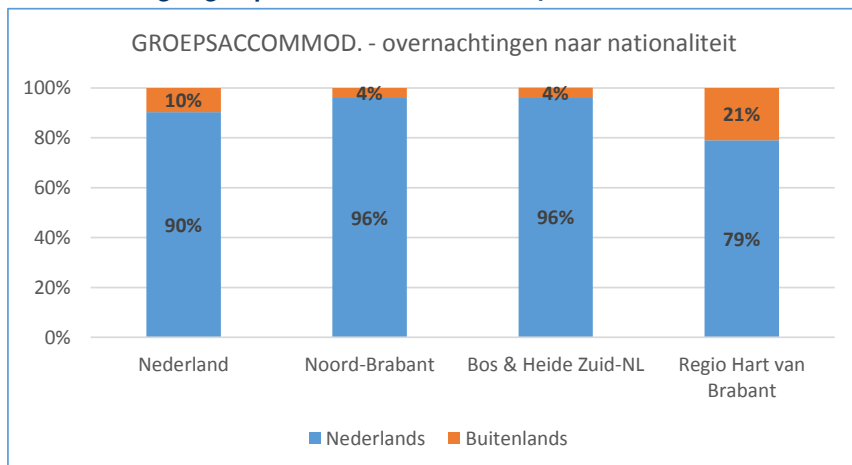
Geen adequate informatie verhuuropbrengsten uit enquête

Ook hier heeft de vraag naar de gemiddelde verhuuropbrengst per overnachting onvoldoende respons opgeleverd voor bruikbare informatie.

3.5.3 Overnachtingen groepsaccommodaties naar nationaliteit

Onderstaande grafiek laat zien dat groepsaccommodaties in Hart van Brabant, in tegenstelling tot elders in (Zuid-) Nederland, een behoorlijk aandeel buitenlandse overnachtingen trekken. Mogelijk komt dat door de grensligging, waardoor er naar verhouding veel groepen uit bijvoorbeeld België komen. Het zou ook een begin van een verklaring kunnen zijn waarom hun bezetting zoveel beter is dan die van de vergelijkingsgebieden.

Overnachtingen groepsaccommodaties in 2014 naar nationaliteit



Bron vergelijkingsgebieden: CBS (voorlopige cijfers); Hart van Brabant: enquête
Bewerking: LAGroup



4. Analyse context toeristische en zakelijke markt

4.1 Analyse context toeristische markt

Dit hoofdstuk geeft de resultaten weer van de analyse van de vraagmarkt voor (overnachtingen in) verblijfsaccommodaties in de regio Hart van Brabant. Paragraaf 4.1 geeft een beschrijving van de toeristische karakteristieken van de regio. In de daaropvolgende paragrafen worden de andere segmenten van de vraagmarkt geanalyseerd.

4.1 Toeristische vraagmarkt

4.1.1 Toeristische karakteristieken van de regio

Beknopte beschrijving van het leisure aanbod*

Voor het leisureaanbod in de regio geldt:

- De regio heeft een breed leisureaanbod, met zowel kleinschalige vrijetijdsaanbieders als grootschalig leisure-aanbod met een sterke toeristische aantrekkingskracht.
- De belangrijkste nationale en internationale trekker is de Efteling. Maar ook de Beekse Bergen is een nationaal onderscheidende speler.
- Het museumaanbod in de regio is van relatief goede kwaliteit met Museum De Pont, Natuurmuseum Brabant, het Textiel- en het Ledermuseum. Het ontbreekt de regio wel aan een echte culturele publiekstrekker (> 200.000 bezoekers per jaar).
- De waaier van recreatiesporten, uitgebreide wandel- en fietsroutes en ruitersporen in een aantrekkelijke natuurlijke omgeving (zoals de Loonse en Drunense Duinen, het Oisterwijkse vennengebied, de Chaamse en Ulvenhoutse bossen) vormt daarentegen wel een belangrijke publiekstrekker. Dit aanbod is echter lastig om onderscheidend te profileren, en kan beter in de markt worden gezet.
- Met o.a. popcentrum 013, Incubate, diverse theaters en cultuurgezelschappen en opleidingen is er een onderscheidende infrastructuur op het bredere vlak van 'performing arts' en 'multimedia entertainment'. De directe bovenregionale aantrekkingskracht hiervan op bezoekers moet echter niet overschat worden. Veel gebieden beschikken over hun eigen culturele infrastructuur.

- De aantrekkelijke historische kernen van dorpen en stadjes zoals Oisterwijk, Hilvarenbeek en Heusden dragen, gecombineerd met de natuurlijke ligging, bij aan de toeristische aantrekkingskracht van de streek. Ook de nabijheid van de Belgische grens draagt mogelijk bij aan de regionale aantrekkingskracht.
- Tilburg ten slotte heeft, als grootste stad van de regio, een relatief groot aanbod aan bezienswaardigheden, winkels en horeca. Het toeristische imago van de stad kan echter beter (zie volgende pagina).

10 Miljoen dagbezoekers, stevig & eenzijdig aandeel in familie/gezinsmarkt

In hoofdstuk 3 werd de verblijfstoeristische markt in de regio reeds uitvoerig besproken. Sec kijkend naar dagtoerisme geldt dat de regio 10 miljoen dagbezoekers op jaarbasis weet te trekken. Geen enkele andere Nederlandse regio trekt met haar leisurevoorzieningen meer dagbezoekers per jaar als Midden-Brabant. Het zijn doorgaans zeer doelgerichte bezoekers die komen voor attracties, natuurgebieden of evenementen en podia. Het bezoek is overwegend seizoensgericht. (Bron: Ambitiedocument Dreamport Brabant 2025).

Door zijn sterke aanbod in dagrecreatieve voorzieningen en attracties kent Midden-Brabant een stevig, maar tegelijkertijd ook wat eenzijdig aandeel in de familie- en gezinsmarkt. De huidige bezoekers komen nog onvoldoende voor de optelsom van al die dagrecreatieve voorzieningen. (Bron: Ambitiedocument Dreamport Brabant 2025).

Evenementen en extra vraag naar accommodatie

In de regio vindt ook een aantal grote evenementen plaats. Met de Tilburgse Kermis (en Roze Maandag) heeft de regio één van de grootste evenementen van Nederland (ca. 1,5 miljoen bezoekers per jaar). Andere evenementen zijn Incubate, Festival Mundial, Decibel Outdoor Festival, Best Kept Secret, het Festival van het Levenslied en carnaval.

4.1 Analyse context toeristische markt

Grote evenementen kunnen tot (extra) overnachtingen leiden. Uit de consultatie van verblijfsaccommodaties blijkt dat er rondom een beperkt aantal evenementen sprake is van meer vraag dan aanbod aan accommodaties. Dit betreft vooral de Kermis (en dan met name rondom Roze Maandag) en het Roadburn Festival. Minder vaak genoemd worden Incubate, carnaval en het Decibel Outdoor Festival.

4.1.2 Het imago van de provincie, de regio en Tilburg

- Er is – voor zover bekend - nog geen onderzoek gedaan naar het imago van de regio Hart van Brabant. De toeristische profilering van de regio vindt nu met name plaats onder de vlag van Noord-Brabant, waarbij VisitBrabant de aangewezen partner is voor promotie en branding van de regio (als onderdeel van Noord-Brabant).
- De merkkracht van de provincie Noord-Brabant is wel onderzocht en vergeleken met de andere Nederlandse provincies. Uit het Steden & Streken Merkenonderzoek (Hendrik Beerda, 2013) komt naar voren dat Noord-Brabant na Limburg het sterkste provinciemerk is onder Nederlanders.
- Noord-Brabant heeft onder de Nederlandse bevolking vooral het imago van een provincie met een prettige sfeer. Verder wordt Noord-Brabant gezien als een groene provincie met mooie natuur en met aantrekkelijke mogelijkheden om te wandelen, fietsen en/of om op vakantie te gaan (Beerda, 2013). Een ander positief punt is dat in de top-10 van sterkste dagattracties van Nederland twee merken staan die in de regio Hart van Brabant zijn gevestigd: De Efteling (nr. 1) en De Beekse Bergen (nr. 10).
- Vanuit de vraagmarkt bezien lijkt dit een goede voedingsbodem te zijn voor toeristische vraag. Te meer omdat de toerist vermoedelijk het aanbod in de regio Hart van Brabant zal bezien in samenhang met het toeristisch-recreatief aanbod in andere delen van de provincie (bijvoorbeeld de historische steden Breda en 's-Hertogenbosch).

- Het Merkonderzoek van Beerda bracht eveneens aan het licht dat de merkkracht van Tilburg, en daarmee onder meer de toeristische aantrekkingskracht, niet bovengemiddeld goed is. De stad neemt de 18^e positie in op de nationale merkkracht ranglijst van de 30 grootste steden. De sterkste punten van Tilburg zijn volgens het Nederlands publiek het *goede winkelaanbod*, de *goede horeca- en uitgaansmogelijkheden*, de *prettige sfeer* en een *goede bereikbaarheid*. Op geen van deze punten komt Tilburg echter boven het gemiddelde van de G30 uit. Het onderzoek levert de conclusie op dat Tilburg een weinig uitgesproken merkpersoonlijkheid heeft en dat Tilburg met name als *sympathiek* gepercipieerd wordt. Met Guus Meeuwis heeft de stad wel het sterkste cultuurmerk van Nederland in huis.
- Eerder onderzoek van LAGroup (Toeristisch Imago Onderzoek 2010) liet ook al zien dat het toeristisch imago van Tilburg onder bezoekers en onder niet-bezoekers nog te wensen over laat. In een ranglijst van het toeristisch imago van 18 grotere Nederlandse steden belandde de stad destijds op een gedeelde 12^e plek met het rapportcijfer 6,3 (uit 10).

Concluderend geldt derhalve dat met name de provincie Noord-Brabant een sterke merkkracht heeft bij de Nederlandse bevolking (potentiële binnenlandse bezoekers). De verblijfsaccommodatiesector in de regio zal hier ook van profiteren.

Het eigen imago c.q. de eigen merkkracht van Hart van Brabant is niet bekend, maar zal vermoedelijk niet of weinig onderscheidend zijn van dat van Noord-Brabant als geheel.

De merkkracht van Tilburg is daarentegen niet bovengemiddeld goed. Veel andere Nederlandse steden hebben een beter toeristisch imago.

Er is geen onderzoek beschikbaar naar het imago en/of de toeristische aantrekkingskracht onder inkomende toeristen.

4.1 Analyse context toeristische markt

4.1.3 City- en regiomarketing

Regionale promotie door VisitBrabant

Voor de toeristische marketing van de regio Hart van Brabant is VisitBrabant de voornaamste partij. VisitBrabant is de marketingorganisatie van Brabant. Het stelt zich als taak 'het duurzaam activeren van de Brabantse vrijetijdseconomie, voor zowel bezoekers als ondernemers en organisaties in de Brabantse vrijetijdssector.'

VisitBrabant geeft aan dat uit onderzoek duidelijk is geworden dat toeristische groei gerealiseerd moet worden bij de bovenregionale/internationale shortbreaker. VisitBrabant ontwikkelt de (marketing)kanalen om deze doelgroepen te bereiken op basis van - vanuit internationaal perspectief - onderscheidende proposities en bestaand/verbeterd (gecombineerd) productaanbod. Voor deze doelgroep is voldoende aanbod van passende verblijfsaccommodaties onontbeerlijk.

De bovenregionale/internationale shortbreaker is volgens VisitBrabant ook op bestemming bereid veel verder te reizen. Iemand die recreëert in Midden-Brabant kan er ook voor kiezen om in Eindhoven of Breda te verblijven. Daarnaast geldt dat de bezoeker in veel gevallen tijdens een meerdaags bezoek aan de regio zich niet alleen maar binnen de regio begeeft, maar ook andere delen van de provincie bezoekt (bron: VisitBrabant). Hart van Brabant is voor de (potentiële) bezoeker geen bekende en op zichzelf staande bestemming en wordt ook niet als zodanig uitgedragen door VisitBrabant.

VisitBrabant is als marketingorganisatie van Brabant per september 2014 van start gegaan. In de beginfase is er veel energie gaan zitten in het opbouwen van de organisatie en van de projecten. Dit kan er (mede) toe geleid hebben dat de organisatie, zoals naar voren kwam in gesprekken en sessies tijdens ons onderzoek, nog kan verbeteren in haar communicatie met de regionale verblijfsaccommodatie-ondernemers. Met het op gang komen van VisitBrabant valt te verwachten dat de samenwerking tussen de ondernemers en de marketingorganisatie de komende jaren zal versterken.

Tilburg maakt werk van citymarketing

Tilburg heeft recent werk gemaakt van het opzetten van een nieuwe citymarketingorganisatie. In de daaraan voorafgaande jaren lag de nadruk meer op promotie vanuit de gemeente, dan op breed opgezette en gedragen citymarketing. De nieuwe citymarketingorganisatie heeft in 2014 de kwartiermakersfase doorlopen. In het Strategisch Plan Citymarketing 2015 – 2019 (getiteld: 1+1 = 013) is de nieuwe toekomststrategie omschreven, welke hieronder kort is samengevat.

De strategie is er op gericht om ervoor te zorgen dat meer mensen voor Tilburg kiezen. Tilburg richt zich op de vier 'B's': **bewoners, bezoekers, bedrijven en studenten (bollebozen)**. Het merk Tilburg wordt nader ingekleurd aan de hand van de persoonlijkheidswaarden Experimenteel, Tegendraads, Rauw, Humor, Daadkrachtig, Sociaal. Als peilers van de merkidentiteit van de stad worden onder meer genoemd de Spoorzone, de (winkel)dwaalgebieden, Festival Mundial, Incubate, de Pont, het Textiellab, 013 en de absurde humor die de stad kenmerkt.

Binnen de strategie ligt de nadruk op:

- Storytelling door partners. De bijzondere (merk-) verhalen van de stad (inter)nationaal uitvergroten.
- On brand/off brand strategie. Citymarketing pakt alleen activiteiten op die passen bij het merk én de potentie hebben (inter)nationale aandacht te genereren voor Tilburg.

De focus zal voor bezoekers komen te liggen op creatieve pioniers naar de stad halen met het bijzondere cultuuraanbod, als voorlopers voor andere groepen bezoekers. Qua middelenmix wil de organisatie onder meer gebruik maken van storytelling via social media, een betere en onderscheidende bewerking van de landelijke media en door in te zetten op een internationaal toonaangevend evenement (referentie: Dutch Design Week).

4.2 Analyse context zakelijke markt

Het is nog afwachten hoe en in welke mate de nieuwe citymarketing-strategie effect zal hebben op de overnachtingsvraag in Tilburg en de regio. Het is echter wel duidelijk dat de stad de komende jaren meer dan de voorgaande jaren werk gaat maken van het in de markt zetten van Tilburg.

In hoofdstuk 6 wordt ingegaan op de plannen en ambities die er zijn voor onder meer de verdere ontwikkeling van de vrijetijdseconomie.

4.2 Zakelijke vraagmarkt

De zakelijke vraagmarkt is met name van belang voor de hotellerie (inclusief pensions en B&B's). Ook vakantieparken profiteren van zakelijke vraag. Voor de context van de regionale zakelijke vraagmarkt geldt:

4.2.1 Regio Hart van Brabant

- In Hart van Brabant hebben circa 220.000 personen een betaalde baan (het totaal inwonertal ligt op een kleine 400.000 mensen).
- Industrie is van oudsher één van de economische pijlers, maar zeker zo beeldbepalend zijn de leisuresector, de logistiek en de zorgsector.
- Met name het midden- en kleinbedrijf is sterk vertegenwoordigd.
- In de regio bevindt zich een aantal grote multinationals en bedrijven die in de regio hun oorsprong vinden en zijn uitgegroeid tot marktleiders in hun branche. De afgelopen jaren zijn er zowel negatieve ontwikkelingen (zoals de afname van banen bij Ericsson en bij Vliegbasis Gilze-Rijen) als positieve ontwikkelingen (de komst van een multinational zoals Tesla) als het gaat om internationaal opererende bedrijven in de regio. Helaas ontbreken (vooralsnog) cijfers over de ontwikkeling van het aantal vestigingen en werkplaatsen in de regio van dit voor de verblijfsaccommodatie-vraag belangrijke type bedrijven, het beeld bestaat wel dat het aantal werkplaatsen eerder is afgenomen dan toegenomen.
- Het onderwijs is op alle niveaus sterk vertegenwoordigd met onder meer Tilburg University en de hogescholen Avans en Fontys.

- Er zijn vier sectoren, waar de regio zich nadrukkelijk op richt en waarmee ze zich duidelijk onderscheidt: leisure, logistiek, zorg en aerospace & maintenance. De kansen voor deze sectoren liggen, behalve in groei, ook in de hoogwaardigheid van de bedrijvigheid, de kennisintensiteit en het kapitaalintensieve karakter van de sectoren.
- Voor de vier sectoren anno nu geldt (bron: Regio Hart van Brabant)*:
 - Vrijetijdseconomie: deze sector is in de regio goed voor 14.000 banen, meer dan 2.100 ondernemingen en tien miljoen dagrecreanten op jaarbasis. Hiermee is de toeristische en recreatieve sector van groot belang voor de regionale economie.
 - Logistiek: Hart van Brabant is de tweede logistieke hotspot van Nederland. De sector is goed voor circa 32.000 banen, 3.400 vestigingen, een aandeel van 14% in de regionale economie en ruim 2 miljard euro aan toegevoegde waarde.
 - Zorg: In Hart van Brabant is de zorgsector (al sinds lange tijd) van groot belang. De sector vertegenwoordigt 9,9% van het BBP van Hart van Brabant en is met circa 44.000 arbeidsplaatsen goed voor 20% van de regionale werkgelegenheid.
 - Industrie: In Hart van Brabant is de maakindustrie goed voor circa 26.000 arbeidsplaatsen. Dit totaal aantal neemt – als op veel plaatsen in de westerse wereld – geleidelijk af. Uitzondering voor de toekomst is de aerospace & maintenance sector. Met de ontwikkeling van Gate2 bij Gilze en Rijen begint deze bedrijfstak te groeien.

Voor de hotelsector kan een juist uitgevoerde focusstrategie sterk bijdragen aan de zakelijke hotelvraag (onder meer door het aantrekken van multinationals of het doen laten groeien van reeds gevestigde organisaties). Het belang van de focus op de vrijetijdseconomie is evident. Ook de focus op logistiek en aerospace & maintenance leidt mogelijk tot (extra) hotelvraag en mogelijk geldt dit ook voor de zorg. Het regionaal beleid is echter te recent ingezet om nu reeds uitspraken te kunnen doen over het effect ervan op de hotelvraag.

4.2 Analyse context zakelijke markt

- Op basis van cijfers van LISA blijkt dat op COROP-niveau in Midden-Noord-Brabant het totaal aantal banen van 2010 tot 2014 afnam met -/- 3,1%.
- De sectoren industrie, financiële instellingen, zakelijke diensten en in mindere mate vervoer en opslag en informatie en communicatie vormen een potentiële afzetbron voor de zakelijke hotelmarkt, overigens sterk afhankelijk van het type dienstverleners. Deze sectoren zijn anno 2014 gezamenlijk goed voor 36% van de totale werkgelegenheid (waarvan 28% voor industrie, financiële instellingen en zakelijke diensten).
- Ten opzichte van 2010 nam het aantal banen in deze vijf voor de verblijfsaccommodatie-vraag belangrijkste sectoren af met -/- 2% in de regio. Voor industrie, financiële instellingen en zakelijke diensten bedroeg deze afname zelfs -/- 4,3%.

Naar het zich laat aanzien hebben deze dalingen van het aantal banen een negatieve invloed gehad op de zakelijke vraag naar verblijfsaccommodaties (met name hotels) in Hart van Brabant de afgelopen jaren.

4.2.2 Gemeente Tilburg

Op het niveau van de gemeente Tilburg geldt het volgende (op basis van gegevens Ecorys, Sector Analyse Tilburg, 2014):

- De economie was anno 2014 goed voor 108.000 banen en 16.400 vestigingen.
- De belangrijkste sectoren in de gemeente zijn de gezondheids- en welzijnszorg (19%) en de groot- en detailhandel (16%). Dit zijn geen sectoren die erom bekend staan dat ze veel vraag naar verblijfsaccommodatie genereren.
- Ook op gemeentelijk niveau geldt: sectoren die wel bekend staan om hun – met name – hotelvraag zijn industrie, specialistische zakelijke dienstverlening en financiële instellingen en in wat mindere mate overige zakelijke dienstverlening, vervoer en opslag en informatie

en communicatie. Deze sectoren zijn gezamenlijk goed voor 37% van de werkgelegenheid (waarvan 24% voor industrie, specialistische zakelijke dienstverlening en financiële instellingen).

- Deze sectoren ontwikkelden zich van 2004 tot 2014 als volgt:

Sector	Industrie	Vervoer en opslag	Spec. zake-lijke dienstv.	Ov. zakelijke dienstv.	Financiële instellingen	Informatie en communicatie	Totaal
Ontwikkeling sinds '04 - %	-23%	16%	38%	7%	3%	30%	0%
Idem - in banen	-3.790	990	1.745	350	180	490	-35

Bron: Gegevens Ecorys Tilburgse economie, 2014
Bewerking: LAGroup, 2015

De aanzienlijke daling bij industrie is weliswaar opgevangen door de groei bij andere potentiële hotelvraag-sectoren. Maar netto lijkt er sinds 2004 (op hoofdlijnen) geen extra vraagmarkt te zijn gecreëerd.

- Op bedrijfsniveau bezien ontstaat het beeld dat gemiddeld genomen de werkgelegenheid wat meer is toegenomen bij de grotere organisaties dan bij de kleinere organisaties. Een belangrijke groeier is de relatief grote internationale werkgever I.F.F., maar bijvoorbeeld ook Selko en IPN Europe groeiden. Binnen aerospace en maintenance dragen met name de grotere bedrijven bij aan de groei. Ook in logistiek is groei met name toe te schrijven aan de grotere bedrijven zoals PostNL, IDLogistics en Schenker TBL en aan een internationale nieuwkomer zoals Tesla. Hier staat echter de afname van de werkgelegenheid en activiteiten bij de (voorheen) grote internationale werkgevers Fujifilm en Standard Aero tegenover, deze afname heeft negatieve gevolgen voor de omvang van de hotelvraag gehad.
- Over het Tilburgse werkgelegenheidsprofiel geeft Ecorys (in vergelijking met tien andere grotere gemeenten*) over de voor hotelvraag belangrijkste sectoren aan:
 - “Nijverheid en energie zijn goed in Tilburg vertegenwoordigd

4.3 Analyse context MICE-markt

- In de sectoren vervoer, informatie en communicatie scoort Tilburg relatief slecht, komt naar verwachting voornamelijk door klein aandeel informatie en communicatie
- Financiële diensten en onroerend goed beperkt aanwezig in verhouding tot andere steden
- Zakelijke dienstverlening relatief slecht vertegenwoordigd, met uitzondering van vergelijk met Venlo, Helmond en Enschede.”

Grosso modo – en concluderend – valt uit de bevindingen op te maken dat de lokale zakelijke (hotel)vraagmarkt in Tilburg – ook in verhouding tot andere steden – niet al te sterk is en zich de afgelopen jaren weinig heeft ontwikkeld.

4.3 MICE-markt

Binnen de MICE-markt* zijn met name de segmenten *meetings* (vergaderingen, cursussen e.d., mits meerdaags), *conferences* (congressen) en *exhibitions* (beurzen) verantwoordelijk voor het genereren van hotelvraag. De *incentive* markt is vrij klein in Nederland.

Sinds 2011 beschikt Noord-Brabant met het Convention Bureau Brabant over een organisatie die zich richt op het naar Noord-Brabant halen van grote (inter)nationale congressen, meetings en evenementen. Hierbij lijkt de nadruk niet bovenmatig op de regio Hart van Brabant te liggen, maar eerder op 's-Hertogenbosch (Brabanthallen) en Eindhoven (o.a. Evoluon).

In vergelijking met andere regio's in Nederland, met name Utrecht, Noord-Holland, Zuid-Holland, maar ook 's-Hertogenbosch kan de (centrale) ligging en bereikbaarheid van de regio als wat minder goed geschikt gezien worden voor bijeenkomsten op nationaal en internationaal niveau. Dit neemt niet weg dat de regio met bijvoorbeeld De Efteling wel een sterke en onderscheidende troef in handen heeft.

Meetings

- Voor de meeting markt is er een ruim aanbod. Zo beschikken veel hotels over zalenaanbod en is ook conferentiehôtel Groenendaal een bekende aanbieder in de sector.
- Uit de consultatie van hoteliers komt naar voren dat de meeting markt zich beweegt van meerdaags naar eendaags. Ook de technologische ontwikkelingen van de laatste jaren (video conferencing) zetten de hotelvraag onder druk.
- Net zoals het individuele zakelijke segment, wordt ook de MICE-markt beïnvloed door de economie. Het beeld van de markt is dat de conferentie- en meetingmarkt na een aanzienlijke teruggang sinds het begin van de economische crisis (2008) het dal wel bereikt heeft. Zo gaf de American Express Meetings & Events 2014 Global Meetings Forecast voor Europa aan dat het aantal meetings in 2014 op ongeveer hetzelfde niveau zou blijven als 2013, met alleen een lichte daling van het deelnemersaantal. Voor 2015 voorspelt de Global Meetings Forecast voor Nederland en België gezamenlijk een toename van de totale uitgaven aan alle typen meetings (inclusief conferenties) van 1,4%. Dit wordt onder meer ingegeven door de weer langzaam aantrekkende economie in 2015.

Incentives

Als het om de markt van incentives gaat is in de regio met name de Efteling van belang. Er zijn helaas (anders dan prognoses) geen cijfers voorhanden over de gerealiseerde ontwikkeling van de vraag naar Incentives in de Nederlandse markt.

Gelet op de recente economisch lastige jaren valt te verwachten dat deze markt op nationaal niveau onder druk staat. Op regionaal niveau is de markt wellicht echter wel gegroeid de afgelopen jaren, dit omdat de Efteling zich meer op deze markt is gaan richten (onder meer met de opening van hun eventlocatie Raveleijn in 2011). Anderzijds zal met name de Efteling zelf van extra hotelvraag hieruit voortvloeiend geprofiteerd hebben.

4.3 Analyse context MICE-markt

Conferences

Voor conferences c.q. congressen geldt ook dat De Efteling een belangrijke speler is met het Efteling Theater (1.100 stoelen) en een aantal andere locaties. Er zijn nog andere aanbieders van (grootschalige) congresruimtes. Dit zijn niet alleen de (conferentie)hotels in de regio, maar ook culturele *venues* zoals het MIDI-theater en Theaters Tilburg, bijzondere erfgoed locaties zoals KVL in Oisterwijk en de Spoorzone (Koepelhal) in Tilburg. Ook het Willem II-stadion heeft een relatief veel gebruikte zalenvoorziening. Deze accommodaties richten zich echter veelal niet structureel op de congresmarkt. Bovendien zijn hun voorzieningen niet altijd optimaal voor grotere congressen (onvoldoende break-out ruimten).

Cijfers over de ontwikkeling van het aantal congressen zijn niet beschikbaar. Echter ook voor de congresmarkt geldt dat deze in aanzienlijke mate conjunctuur gevoelig is.

Exhibitions

Het ontbreekt de regio aan een echt beursgebouw dat geschikt is voor meerdaagse beurzen (denk bijvoorbeeld aan een Jaarbeurs Utrecht of de Brabanthallen in 's-Hertogenbosch). Dit segment van de MICE-markt is derhalve niet of nauwelijks van belang.

Conclusies MICE-markt

Voor de MICE-markt kan gesteld worden dat de markt over het algemeen - door de ligging en het aanbod - met name op regionaal en op landsdeelniveau opereert en niet zozeer op nationaal en internationaal niveau.

- Voor de meeting-markt is in de regio in verhouding tot de andere MICE-segmenten vrij veel aanbod. Dit segment heeft sinds 2010 (landelijk gezien) een aanzienlijke teruggang gekend, maar herstelt zich inmiddels weer (vooralsnog langzaam).
- De exhibitions-markt is voor de regio niet of nauwelijks van belang.

- Zowel de conferences- als de incentive-markt volgen naar verwachting de tendens van de meetingmarkt. Kanttekening hierbij is dat beide markten deels afhankelijk zijn van het presteren van één accommodatieverstrekker (de Efteling) die veel van de hotelvraag in 'eigen huis' accommodeert.

5. Plannen en ontwikkelingen verblijfsaccommodaties



5.1 Plannen en ontwikkelingen hotels e.a.

5.1 Plannen en ontwikkelingen hotels, pensions en B&B's

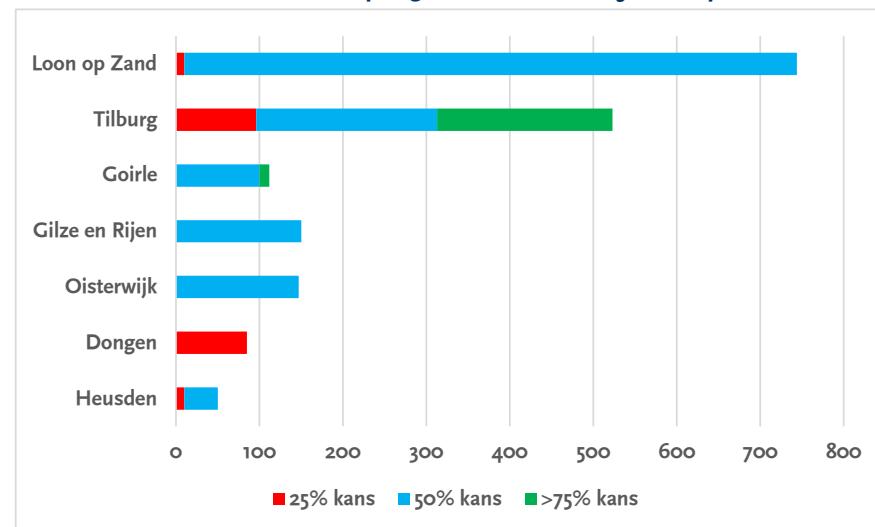
Wij voerden een inventarisatie van plannen voor nieuwbouw, uitbreiding en/of sluiting van hotels, pensions en B&B's uit in Hart van Brabant. De resultaten hiervan staan weergegeven in de tabellen op de volgende drie pagina's. In de berekening van de marktruimte worden plannen met een slaagkans van 75% en meer, meegeteld bij het toekomstig hotelaanbod. De belangrijkste bevindingen van de inventarisatie zijn:

- In de regio zijn totaal 28 plannen voor hotels, pensions en/of B&B's. Deze plannen zijn gezamenlijk goed voor 1.811 kamers.
- Van deze plannen hebben slechts drie een slaagkans > 75%. De volgende plannen zullen (zo goed als) zeker gerealiseerd worden de komende jaren en zijn goed voor 222 extra kamers in de regio:
 - Valk Exclusief Tilburg, 145 kamers (****) op de locatie Kempenbaan West in Tilburg.
 - Vernieuwing en uitbreiding van Bastion Hotel Tilburg, 65 kamers extra (***), ook aan de Kempenbaan in Tilburg.
 - Bij Natuurpoort de Rooversche Ley aan de Turnhoutsebaan/ Gorpsbaantje in Goirle wordt gebouwd aan een B&B annex hotel met 12 kamers (niet geclassificeerd).
- Met de realisatie van deze plannen neemt het kameraanbod in de regio in ieder geval met 12,7% toe, tot 1.975 kamers.
- In Tilburg zal het kameraantal stijgen met 210 kamers tot 629 totaal. Dit is een stijging met 50%. Dit extra aanbod wordt met name gerealiseerd in het hogere middensegment, in de stadsrand.
- De resterende plannen zijn goed voor afgerond 1.600 kamers. Van het merendeel van deze plannen wordt de kans op realisatie door ons ingeschat op circa 50%. De ervaring elders leert echter dat lang niet alle plannen door zullen gaan. Indien een plan gerealiseerd wordt, kan dit de beschikbare marktruimte voor andere plannen onder druk zetten en hiermee de kans op realisatie van de andere plannen verkleinen. Voorwaarde hiervoor is wel dat de plannen in concept en/of qua ligging concurrerend zijn.

- De grafiek hieronder laat zien dat er met name in Loon op Zand (nabij de Efteling en de Loonse en Drunense Duinen) en in Tilburg veel plannen zijn voor extra hotelkamers. In Waalwijk zijn er als enige gemeente geen plannen.
- In lijn met de ontwikkelingen elders in Nederland, concentreert ook in Hart van Brabant het merendeel (76%) van de plannen zich in het middensegment van 3 of 4 sterren.
- Conceptueel zit er wel meer spreiding tussen de plannen, met name ook in het middensegment. Zo zijn er plannen voor een appartementen/sport- of herstelhotel, een kindhotel, een familiehotel, een congreshotel, een kleinschalig boetiekhotel en een hotel verbonden aan een topsportpaardencentrum. Deze hotels zullen zich deels op hun eigen vraag niche concentreren. Maar ze zullen zich ook voor een substantieel deel op dezelfde vraagmarkt begeven als veel andere hotels.

Mogelijk zijn er nog meer dan de hier genoemde plannen.

Plannen voor hotels in kamers per gemeente, inclusief kans op realisatie



5.1 Plannen en ontwikkelingen hotels e.a.

Overzicht plannen hotels, pensions en B&B's (pagina 1 van 3)

Overzicht plannen hotels, pensions en B&B's												
Nr.	Naam project	Locatie ontwikkeling	Gemeente	Type ontwikkeling	Aantal kamers	Aantal sterren	Relevante nevenvoorzieningen	Nieuw, uitbreiding, sluiting?	Initiatiefnemer	Exploitant	Geschatte realisatie-kans ¹	Korte toelichting status plannen ²
1	Valk Exclusief Tilburg	Kempenbaan West	Tilburg	Hotel met vergaderen	145	4	1500 m2 zalen, rest. en zwembad	Nieuw	Van der Valk Hotels & Restaurants	Van der Valk Hotels & Restaurants	100%	Opening verwacht in 2016.
2	Uitbreiding en vernieuwing Bastion Hotel Tilburg	Kempenbaan Tilburg	Tilburg	Hotel	65	3	Restaurant en fitness	Vernieuwing en uitbreiding	Bastion Hotel Groep	Bastion Hotel Groep	100%	Oplevering medio 2015, sloop oude kamers en nieuwbouw tot totaal 105 kamers (65 kamers extra).
3	Hotel/B&B bij Natuurpoort Rooversche Ley	Turnhoutsebaan/Corpsbaantje	Goirle	Hotel/B&B	12	N.n.b.	Bij natuurpoort, incl. horeca en klimbos	Nieuw	Rocks 'n Rivers	Rocks 'n Rivers	100%	2015/2016 in gebruik.
4	Hotels Horst - 1 - appartement-sport- of herstelhotel	Horst Kaatsheuvel tussen N261 en Horst (ten noorden van Efteling Hotel)	Loon op Zand	Hotel	168	3/4	N.n.b.	Nieuw	Vertrouwelijk	N.b.	50%	Exploitatie nog niet bekend. Gemeente staat ontwikkeling van totaal maximaal 450 kamers in gebied toe.
5	Hotels Horst - 1 - kindhotel	Horst Kaatsheuvel tussen N261 en Horst (ten noorden van Efteling Hotel)	Loon op Zand	Hotel	120	3/4	Waterspeelfaciliteiten en dierenparkje	Nieuw	Vertrouwelijk	N.b.	50%	Exploitatie nog niet bekend. Gemeente staat ontwikkeling van totaal maximaal 450 kamers in gebied toe.
6	Hotels Horst - 1 - familiehotel	Horst Kaatsheuvel tussen N261 en Horst (ten noorden van Efteling Hotel)	Loon op Zand	Hotel	60	4	N.n.b.	Nieuw	Vertrouwelijk	N.b.	50%	Exploitatie nog niet bekend. Gemeente staat ontwikkeling van totaal maximaal 450 kamers in gebied toe.
7	Hotel Horst - noordzijde duinlaan	Horst Kaatsheuvel tussen N261 en Horst (ten noorden van Efteling Hotel)	Loon op Zand	Hotel	100	3	N.n.b.	Nieuw	Ooks Hospitality	Ooks Hospitality	50%	Financiering wordt gezocht. Gemeente staat ontwikkeling van totaal maximaal 450 kamers in gebied toe.
8	Mogelijk tweede Efteling hotel	De Efteling	Loon op Zand	Hotel	120	N.n.b.	N.n.b.	Nieuw of mogelijk uitbreiding	De Efteling	N.b. (vermoedelijk De Efteling)	50%	Mogelijk deel van ambitie voor realisatie 1.500 extra (eigen) bedden De Efteling. Vermoedelijk veel meerpersoonskamers: ca. 500 bedden totaal.
9	Hotel Van Loon	Kloosterstraat 119 Loon op Zand	Loon op Zand	Hotel	100	3/4	Bij manege	Uitbreiding	N.b.	N.b.	50%	Kan al gerealiseerd worden.
10	Logies boven winkels centrum	Winkelgebied Kaatsheuvel	Loon op Zand	Logies (zonder ontbijt)	40	N.v.t.	Geen	Nieuw	St. Ondernemers Kern Kaatsheuvel	Divers	50%	Kleinschalige logies verspreid over winkelgebied met gemeenschappelijke receptie. Maximaal zijn 1.000 bedden mogelijk. Daadwerkelijk gerealiseerd aanbod ligt naar verwachting beduidend lager en zal stapsgewijs groeien.

1. Beoordeling kans van slagen op basis van eigen analyse LAGroup en gegevens gemeenten. Aan beoordeling kan geen recht worden ontleend.
2. Op basis van informatie zoals verstrekt door gemeenten en eigen onderzoek LAGroup.

5.1 Plannen en ontwikkelingen hotels e.a.

Overzicht plannen hotels, pensions en B&B's (pagina 2 van 3)

Overzicht plannen hotels, pensions en B&B's												
Nr.	Naam project	Locatie ontwikkeling	Gemeente	Type ontwikkeling	Aantal kamers	Aantal sterren	Relevante nevenvoorzieningen	Nieuw, uitbreiding, sluiting?	Initiatiefnemer	Exploitant	Geschatte realisatie-kans ¹	Korte toelichting status plannen ²
11	Div. B&B-plannen Loon op Zand	Diverse locaties	Loon op Zand	B&B	10	N.v.t.	Geen	Nieuw	Divers	Divers	50%	Regelmatig initiatieven voor B&B's.
12	(congres)hotel Spoorzone Tilburg	Spoorzone Tilburg	Tilburg	Congreshotel	110	3/4	Onderdeel van stadscampus	Nieuw	Spoorzone 013	N.b.	50%	Gemeente heeft wens uitgesproken voor ten minste één hotel in Spoorzone/binnenstad.
13	Uitbreiding Hotel De Druiventros	Bossheweg Berkel Enscht	Tilburg	Hotel	61	3	Restaurant, fitness, evt. speelautomatenhal	Vernieuwing en uitbreiding	Hotel De Druiventros	Hotel De Druiventros	50%	Uitbreiding van hotel met 61 extra kamers tot totaal 117 kamers.
14	Klein hotel in Watertoren Tilburg	Watertoren Bredaseweg	Tilburg	Hotel	6	4	N.n.b.	Nieuw	Remmers Bouwgroep	N.b.	50%	In planvorming.
15	Hotel Bisschop Zwijsenstraat Tilburg	Bisschop Zwijsenstraat	Tilburg	Hotel	40	N.n.b.	N.n.b.	Nieuw	Vertrouwelijk	N.n.b.	50%	In planvorming.
16	Platinum Stable	Gilzerbaan Riel	Goirle	Hotel bij hippisch centrum	100	N.n.b.	Topsportpaarden-centrum	Nieuw	Platinum Stable	Platinum Stable	50%	Eerste planvorming. Richt zich specifiek op ruitersport(ers).
17	Boutiquehotel op KVL-terrein	KVL-terrein	Oisterwijk	Hotel (boutique)	40	3/4	Onderdeel van KVL-herbestemming	Nieuw	N.n.b.	N.n.b.	50%	In planvorming.
18	Hotel de Leijhof	Heusdensebaan, Oisterwijk	Oisterwijk	Hotel	67	3/4	Bij hotel/congrescentrum	Uitbreiding	Van Helden Vastgoed	Hotel de Leijhof	50%	Bestemmingsplan goedgekeurd, nog niet uitgevoerd. Uitbreiding kamer-aanbod van 55 naar 122 kamers.
19	Boetiehotel Oisterwijk	Tuinweg, centrum Oisterwijk	Oisterwijk	Hotel	40	4	N.n.b.	Nieuw	Vertrouwelijk	N.b.	50%	Principeverzoek ingediend. Bouw zou eind 2015 moeten starten.
20	Mariapoli Mariënkroon	Nieuwkuijk - abdij Mariapoli	Heusden	Conferentie-centrum	40	N.v.t.	Onderdeel religieus centrum	Uitbreiding	Focolare	Focolare	50%	Toevoeging van circa 100 bedden (40 kamers). Nu al 45 bedden. Planologisch nog niet geregeld.
21	Plan shortstay Aeroparc Rijen	Aeroparc Rijen	Gilze en Rijen	Extended stay	150	N.v.t.	N.n.b.	Nieuw	N.b.	N.b.	50%	Ontwikkelaar werkt nu aan business case.
22	Vertrouwelijk plan 1				16	3					50%	

5.1 Plannen en ontwikkelingen hotels e.a.

Overzicht plannen hotels, pensions en B&B's (pagina 3 van 3)

Overzicht plannen hotels, pensions en B&B's												
Nr.	Naam project	Locatie ontwikkeling	Gemeente	Type ontwikkeling	Aantal kamers	Aantal sterren	Relevante nevenvoorzieningen	Nieuw, uitbreiding, sluiting ²	Initiatiefnemer	Exploitant	Geschatte realisatie-kans ¹	Korte toelichting status plannen ²
23	Ondernemingshotel De Scheg	Bedrijvenpark De Scheg/Vossenberg	Tilburg	Hotel	90	N.n.b.	N.n.b.	Nieuw	Vertrouwelijk	N.n.b.	25%	Betreft hotel excl. voor op park gevestigde ondernemingen. Nog geen exploitant.
24	B&B in Tilburg	Vertrouwelijk	Tilburg	B&B	6	N.v.t.	N.n.b.	Nieuw	N.b.	N.n.b.	25%	Pril plan.
25	Locatie Den Hespel	Locatie Den Hespel	Dongen	Hotel	85	3	Hotelrestaurant, wellnessvz.	Nieuw	Vital Estates/ Vossenhole	N.b.	25%	Plan in 2008 ingediend, geen recente ontwikkelingen.
26	Uitbreiding De Moerse Hoeve	De Moerse Hoeve	Loon op Zand	Hotel	10	3	N.v.t.	Uitbreiding	De Moerse Hoeve	De Moerse Hoeve	25%	Nog afwachten.
27	Poort van Heusden	Drunen	Heusden	Hotel of park	N.n.b.	N.n.b.	N.n.b.	Nieuw	N.b.	N.n.b.	25%	Planologische mogelijkheden voor verblijfsrecreatie.
28	Vertrouwelijk plan 2				10	N.n.b.					25%	
Totaal hotelbouwplannen in regio Hart van Brabant:					1811 kamers in 28 plannen							
Waarvan hotelbouwplannen in regio Hart van Brabant met 75% of meer kans op slagen:					222 kamers in 3 plannen							

5.2 Plannen en ontwikkelingen vakantieparken

5.2 Plannen en ontwikkelingen vakantieparken

Voor de plannen en ontwikkelingen rondom het vakantieparkaanbod in de regio geldt het volgende:

- Voor de vakantieparkenmarkt lijkt de groeitrend van de afgelopen jaren versterkt te worden. In totaal zijn er tien plannen voor circa 1.100 verhuureenheden. Indien deze allen gerealiseerd zouden worden, zouden er afgerond 6.100 bedden bij komen in de regio.
- Alle plannen hebben betrekking op een uitbreiding van een bestaande verblijfsaccommodatie (een vakantiepark of een camping)*. Er zijn geen plannen voor geheel nieuwe parken bekend in de regio.
- Een groot deel van de zekere planvoorraad komt voor rekening van uitbreidingen bij de twee grote attracties in de regio: De Efteling (+51 vakantiewoningen) en Safaripark De Beekse Bergen (+250 lodges, mogelijk uit te breiden met nog eens 50 lodges).
- Van vier plannen is de kans op realisatie ingeschat op 75% of meer. Dit betreft de uitbreiding van Efteling Bosrijk, de lodges bij De Beekse Bergen, de plannen voor vakantiewoningen (in de vorm van hooimijten) bij Pukkemuk en de sluiting en verplaatsing van Vakantiepark De Reebok. Bij realisatie van deze plannen worden zo'n 440 vakantiewoningen met circa 2.600 bedden toegevoegd.
- Met een huidig aanbod van circa 1.600 vakantiewoningen betekent dit dat bij realisatie van de gehele planvoorraad het aanbod toe zal nemen met liefst 57% (aantal slaapplekken: +64%).
- Als alleen het aanbod dat 75% of meer kans op realisatie heeft, wordt gerealiseerd, leidt dit tot een toename met 27%. Met de 400 extra bedden bij Efteling Bosrijk neemt het aanbod in het hoge segment aanzienlijk toe. Dit geldt in nog sterkere mate voor het middenhoge segment waar De Beekse Bergen 1.500 bedden toevoegt. De andere plannen bevinden zich globaal in het middensegment.
- Tevens valt stapsgewijze uitbreiding van het aanbod op het geleidelijk tot vakantiepark om te vormen Park Brabantse Weelde te verwachten.
- Van de plannen met minder dan 75% kans op realisatie is nog niet met zekerheid te zeggen wat voor type concept er wordt beoogd. Naar verwachting betreft het met name aanbod in het middensegment. De geplande 40 vakantiehuizen in Landal Duc de Brabant zullen naar verwachting tot het middelhoge segment behoren. Mogelijk geldt dit ook voor de plannen van De Efteling (plan nr. 6 op de volgende pagina).
- Conceptueel is het planaanbod vrij divers. Het betreft parken gericht op rustzoekers (zoals Brabantse Weelde en de Reebok), uitgesproken familie-/gezinsparken, zoals Duinlust, Efteling Bosrijk, de Safari-lodges bij Beekse Bergen en Pukkemuk, grote parken (Efteling Bosrijk, Beekse Bergen, Landal Duc de Brabant, Droomgaard) en kleinschalige initiatieven (vakantieverblijven Bernehoeve).
- Er zijn geen plannen van (andere) grote spelers in de sector (Roompot, Center Parcs) voor vestiging in de regio.
- Bij een aantal ontwikkelingen wordt ook rekening gehouden met de toegenomen vraag naar grotere huizen, zoals voor meergeneratie-vakanties. Zo maken 8 vakantiehuizen met ieder 12 bedden deel uit van de uitbreiding van Efteling Bosrijk. Deze zijn zodanig ontworpen dat ze per twee aan elkaar gekoppeld kunnen worden. Zo ontstaan uit de 8 vakantiehuizen, 4 groepsaccommodaties van ieder 24 bedden.
- Het merendeel van de plannen heeft een uitgesproken toeristisch karakter en de nadruk op vrije verhuur gericht op de toeristische markt. Park Brabantse Weelde vormt een uitzondering hierop. Hier zal naar verwachting relatief weinig toeristische verhuur plaatsvinden.
- Tenslotte zijn er mogelijk nog ontwikkelingen gaande waarbij campings beetje bij beetje 'verstenen' (in de vorm van blokhutten, chalets en/of 'reguliere' vakantiewoningen) ter vervanging van hun kampeeraanbod. Deze trend doet zich overal in Nederland voor.

* De plannen van De Efteling kunnen mogelijk wel een nieuw park betreffen, of een verdere uitbreiding van Bosrijk. Over dit plan (en het tweede hotelplan van De Efteling, zie plan 8 in paragraaf 5.1) zijn – ondanks ons verzoek daartoe – geen mededelingen gedaan door het bedrijf. De genoemde aantallen zijn eigen aannames van LAGroup, gebaseerd op de door De Efteling in 2015 uitgesproken ambitie om nog eens 1.500 'eigen' bedden toe te voegen aan het huidige aanbod van 2.000 bedden.

Overzicht plannen vakantieparken

Overzicht plannen vakantieparken												
Nr.	Naam project	Locatie ontwikkeling	Gemeente	Type ontwikkeling	Aantal vakantie-woningen	Aantal bedden	Relevante nevenvoorzieningen	Nieuw, uitbreiding, sluiting?	Initiatiefnemer	Exploitant/ beheerder	Geschatte realisatie-kans ¹	Korte toelichting status plannen ²
1	Uitbreiding Efteling Bosrijk	Kaatsheuvel - ten zuiden van huidige Bosrijk	Loon op Zand	Luxe vakantiewoningen	51	400	Bij Efteling, tevens diverse parkvoorzieningen, zoals zwembad	Uitbreiding	De Efteling	De Efteling	100%	Ingebruik per medio 2015. Incl. 8 grotere vakantiewoningen voor 12 personen.
2	Lodges Safaripark Beekse Bergen	Safaripark Beekse Bergen	Hilvarenbeek	Safarilodges (gethematiseerd en groter dan huidige aanbod)	250	1.500	Bezoekerscentrum met zwembad, bowling, restaurant en uitbreiding safaripark	Uitbreiding (op nieuwe locatie)	De Beekse Bergen/Libéma	De Beekse Bergen/Libéma	75%	Convenant getekend, plan 'binnen enkele jaren gerealiseerd'.
3	Pukkernuk vakantiewoningen	Fazantenweg Dongen	Dongen	Vakantiewoningen (gethematiseerd) bij minicamping en dagrecreatie	60	360	Bij speeltuin, dierenpark en boerderij. Ook plannen uitbreiding dagrecreatie	Uitbreiding - aanvullend op minicamping	Huub van Leijssen - Pukkernuk	Huub van Leijssen - Pukkernuk	75%	Mogelijk kan deel ook gebruikt worden als groepsaccommodatie. Bestemmingsplanwijzigingen in gang
4	Park Brabantse Weelde	Raakeindse Kerkweg Molenschot	Gilze en Rijen	Vakantiewoningen	120	600	Diverse kleinschalige parkvoorzieningen	Uitbreiding	Park Brabantse Weelde	Park Brabantse Weelde	50%	Ombouw van stacaravanpark naar vakantiewoningen. Aantal gerealiseerde eenheden zal stapsgewijs toenemen. M.n. eigen bezit, weinig toeristische verhuur
5	Uitbreiding Landal Duc de Brabant	Westelbeersedijk Diessen-Baarschot	Hilvarenbeek	Luxe bungalows voor 4, 6, 8 en 12 personen	40	280	Diverse kleinschalige parkvoorzieningen	Uitbreiding	Landal Duc de Brabant	Landal Duc de Brabant	50%	Plan voor uitbreiding van bestaande ondernemer
6	Mogelijke uitbreiding vakantiewoningen De Efteling/Bosrijk	De Efteling	Loon op Zand	N.n.b.	200	1.000	N.n.b.	Nieuw of uitbreiding	De Efteling	De Efteling	50%	Mogelijk onderdeel van ambitie realisatie 1.500 eigen bedden De Efteling. Aantal woningen is aanname LAGroup
7	Uitbreiding Oostappen Vakantiepark Droomgaard	Van Haestrechtstraat, Kaatsheuvel	Loon op Zand	Verhuureenheden van diverse aard	270	1.350	N.n.b.	Uitbreiding	Oostappen Vakantiepark Droomgaard	Oostappen Vakantiepark Droomgaard	50%	Plan voor uitbreiding, nog geen ruimtelijke procedure in gang gezet.
8	Uitbreiding Vakantiepark Duinlust	Duinlaan 1 Kaatsheuvel	Loon op Zand	Vakantiewoningen	43	258	Recreatiepark met horeca, zwembad, tennisbaan, etc.	Uitbreiding	Familie Blok/ Vakantiepark Duinlust	Familie Blok/ Vakantiepark Duinlust	50%	Vakantieverblijven worden verkocht en in verhuur aangeboden
9	Realisatie vakantieverblijven Bernehoeve	Bernsehoef 9 Kaatsheuvel	Loon op Zand	Vakantiewoningen	6	36	Geen	Uitbreiding - aanvullend op minicamping	Dhr. Mathijssen, Minicamping Bernehoeve	Dhr. Mathijssen/ Minicamping Bernehoeve	50%	Kan reeds gerealiseerd worden volgens gemeente
10a	Sluiting Vakantiepark De Reebok	Duinenweg Oisterwijk	Oisterwijk	Vakantiewoningen	-24	-120	Diverse kleinschalige parkvoorzieningen	Sluiting	Recreatie-company/De Reebok	Recreatiecompany/ Vakantiepark De Reebok	100%	Sluiting vakantiepark - was gepland voor 2017, maar wordt vermoedelijk later.
10b	Nieuwe locatie Vakantiepark De Reebok	Oirschotsebaan Oisterwijk	Oisterwijk	Vakantiewoningen	100	450	Diverse kleinschalige parkvoorzieningen	Nieuw	Recreatie-company/De Reebok	Recreatiecompany/ Vakantiepark De Reebok	75%	Betreft nieuwe locatie ter vervanging van huidige Vakantiepark De Reebok.
Totaal plannen voor vakantieparken in regio Hart van Brabant:					1.116 huisjes	goed voor:		6.114 bedden in 10 plannen				
Waarvan plannen voor vakantieparken in regio met 75% of meer kans op slagen:					437 huisjes	goed voor:		2.590 bedden in 4 plannen				

5.3/5.4 Plannen en ontwikkelingen campings & groepsaccommodaties

5.3 Plannen en ontwikkelingen campings

In de kampeermarkt in de regio is er – in vergelijking met de hotels en vakantieparken – minder dynamiek. Zie de volgende pagina voor een overzicht. Voor de toekomstplannen geldt:

- Er zijn vier plannen in de regio bekend. Dit betreft een camping bij zwembad Het Run in Drunen (Heusden), het reeds eerder genoemde plan voor sluiting en heropening van Vakantiepark De Reebok (op een andere locatie), de uitbreiding van camping De Gerrithoeve (Oisterwijk) en de nieuwe minicamping Dunez (Heusden).
- In zijn totaliteit gaat het om 100 nieuwe standplaatsen. Hiervan zijn 200 nieuwe toeristische standplaatsen en een afname van +/- 100 van het aantal vaste standplaatsen.
- Het plan bij Het Run heeft een lage kans op realisatie, wel is het bestemmingsplan voor deze ontwikkeling goedgekeurd.
- De Reebok zal naar het zich laat aanzien op termijn wel verplaatst worden. Dit betekent dat het aanbod aan toeristische standplaatsen met 50 toe zal nemen en dat er totaal 100 standplaatsen minder in de regio komen. Deze standplaatsen zullen op het met name op rustzoekers georiënteerde vakantiepark De Reebok komen. De ondernemer geeft aan dat een belangrijke (nieuwe) doelgroep die van de *shortbreaker* vormt.
- Ook de twee andere plannen zijn kansrijk. In zijn totaliteit zijn de veranderingen in de kampeersector echter beperkt.
- Wellicht zetten campinghouders de komende jaren nog stapsgewijs een (klein) deel van hun kampeeraanbod om in vakantiewoningen. Zo gaf Vakantiepark Klein Oisterwijk aan dat men mogelijk een klein aantal vaste standplaatsen zal wijzigen in verhuureenheden en toeristische standplaatsen. Dergelijke ontwikkelingen vinden vaak organisch en op kleine schaal plaats. Er zijn dan ook geen complete gegevens over deze ontwikkelingen in de gehele regio beschikbaar.

- Naar verwachting zal de trend van een langzame, maar gestage afname van het campingsaanbod zich dus ook de komende jaren voor blijven doen. Er zijn (eveneens) geen signalen van grootschalige vernieuwing van het campingsaanbod in de regio.

5.4 Plannen en ontwikkelingen groepsaccommodaties

Ook op het vlak van de groepsaccommodaties zijn er betrekkelijk weinig plannen en ontwikkelingen.

- Het betreft twee kleinschalige ontwikkelingen: groepsaccommodatie De Populier (20 bedden, recent gerealiseerd) en het nog onzekere plan voor een groepsaccommodatie bij De Bottelroos (30 bedden) in Moergestel (Oisterwijk).
- Met het huidige aanbod in gedachten (afgerond 2.400 bedden) betreft het dus een vrijwel verwaarloosbare uitbreiding van het aanbod.

Concluderend geldt dat er – evenals bij de campings – weinig dynamiek te verwachten valt in het aanbod aan groepsaccommodaties.

5.3/5.4 Plannen en ontwikkelingen campings

Overzicht plannen campings

Overzicht plannen campings													
Nr.	Naam project	Locatie ontwikkeling	Gemeente	Type ontwikkeling	Totaal aantal standplaatsen	Toeristische standplaatsen	Vaste of seizoensstandplaatsen	Relevante nevenvoorzieningen	Nieuw, uitbreiding, sluiting?	Initiatiefnemer	Exploitant/beheerder	Geschatte realisatiekansen ¹	Korte toelichting status plannen ²
1	Camping Het Run	Bij zwembad Het Run, Drunen	Heusden	Camping	80	80	0	Bij buitenzwembad	Nieuw	Het Run	Het Run	10%	Originele planmaker is inmiddels geen exploitant meer van zwembad. Bestemmingsplan is wel goedgekeurd. Vraag is of een andere ondernemer dit oppakt.
2a	Sluiting Vakantiepark De Reebok	Duinenweg Oisterwijk	Oisterwijk	Gemengd camping en vakantiepark	-300	-100	-200	Diverse kleinschalige parkvoorzieningen	Sluiting	Recreatiecompany/Vakantiepark De Reebok	Recreatiecompany/Vakantiepark De Reebok	100%	Sluiting vakantiepark per 2017
2b	Nieuwe locatie Vakantiepark De Reebok	Oirschotsebaan Oisterwijk	Oisterwijk	Gemengd camping en vakantiepark	250	150	100	Diverse kleinschalige parkvoorzieningen	Nieuw	Recreatiecompany/Vakantiepark De Reebok	Recreatiecompany/Vakantiepark De Reebok	75%	Betreft nieuwe locatie ter vervanging van huidige Vakantiepark De Reebok. Was gepland voor 2017, wordt vermoedelijk later. Waarschijnlijk worden 50 van de toeristische standplaatsen ingericht voor campers.
3	Uitbreiding camping De Gerrithoeve	Kollenburgsebaan Oisterwijk	Oisterwijk	Landschaps-camping + recreatie(poort)	50	50	0	Boerengolf en recreatiepoort + vakantiehuizen	Uitbreiding	Fam. Claassen	Fam. Claassen	75%	Vergevorderde plannen, gewijzigd bestemmingsplan nu ter inzage voor beroep. Later mogelijk nog vakantiehuysjes.
4	Minicamping Dunez	Margrietweg Giersbergen	Heusden	Minicamping	20	20	0	N.v.t.	Nieuw	Dunez v.o.f.	Dunez v.o.f.	75%	Bestemmingsplan door gemeente goedgekeurd.
Totaal plannen voor campings in regio Hart van Brabant:					100 standplaatsen waarvan			200 toeristische standplaatsen en			-100 vaste standplaatsen in 4 plannen		
Waarvan plannen voor campings in regio met 75% of meer kans op slagen:					20 standplaatsen waarvan			120 toeristische standplaatsen en			-100 vaste standplaatsen in 4 plannen		

1. Beoordeling kans van slagen op basis van eigen analyse LAGroup en gegevens gemeenten. Aan beoordeling kan geen recht worden ontleend.
 2. Op basis van informatie zoals verstrekt door gemeenten en eigen onderzoek LAGroup.

5.3/5.4 Plannen en ontwikkelingen groepsaccommodaties

Overzicht plannen groepsaccommodaties

Overzicht plannen groepsaccommodaties												
Nr.	Naam project	Locatie ontwikkeling	Gemeente	Type ontwikkeling	Aantal verblijfs-eenheden	Aantal bedden	Relevante nevenvoorzieningen	Nieuw, uitbreiding, sluiting?	Initiatiefnemer	Exploitant	Geschatte realisatie-kans ¹	Korte toelichting status plannen ²
1	Kleinschalige groepsaccommodatie De Populier	Loonse Molenstraat 36	Loon op Zand	Groepsaccommodatie	1	20	Tevens trouwlocatie	Nieuw	Fam. Broeders	Fam. Broeders	100%	Reeds gerealiseerd, bestemmingsplan-procedure loopt nog
2	De Bottelroos	Zandstraat 16a, buitengebied Moergestel	Oisterwijk	Groepsaccommodatie	1	30	N.b.	Uitbreiding	Fam. Renders	Fam. Renders	25%	Principeverzoek ingediend
Totaal plannen voor groepsaccommodaties in regio Hart van Brabant:					2 accommodaties, goed voor			50 bedden in 2 plannen				
Waarvan plannen voor accommodaties in regio met 75% of meer kans:					1 accommodaties, goed voor			20 bedden in 1 plan				

5.5/5.6 Plannen en ontwikkelingen overige accommodaties en totaal planoverzicht

5.5 Plannen en ontwikkelingen overige accommodaties

Plannen en ontwikkelingen jachthavens

- De Tilburgse jachthaven WSV zal van de huidige locatie verhuizen naar een locatie naast sluis III (ten Westen van de Dongenseweg). De verplaatsing is voor 2016 of mogelijk later voorzien. De capaciteit van de jachthaven zal niet wezenlijk veranderen.
- De jachthaven van WSV Waalwijk en De Zwaikom in Waalwijk zal in principe verplaatst worden naar een nieuwe locatie bij Waspik. Het aantal vaste ligplaatsen blijft waarschijnlijk gelijk of wordt zelfs verlaagd. Er komen geen passanten ligplaatsen.

Verder zijn er geen plannen. De mutaties in het aanbod zijn dus nihil.

Plannen en ontwikkelingen camperplaatsen

Er zijn op dit moment geen plannen voor camperplaatsen bekend.

5.6 Totaal planoverzicht

De tabel hieronder geeft een overzicht waarin het huidig aanbod in de regio wordt afgezet tegen de plannen en ontwikkelingen. Hierbij wordt

onderscheid gemaakt tussen alle plannen en ontwikkelingen en alleen de plannen en ontwikkelingen waarvan het voor 75% of meer zeker is dat deze doorgaan. De tabel laat zien dat:

- de groei van het aanbod met name zal komen van de hotel- en de vakantieparksector. Bij het overige aanbod zijn de ontwikkelingen zeer gering ten opzichte van het huidige aanbod.
- In de hotellerie is de totale planvoorraad erg groot (+103% ten opzichte van het huidige aanbod). Veel van deze plannen zijn echter nog onzeker. De groei van de zekere plannen ligt op 'maar' 13%.
- Bij de vakantiewoningen zijn veel meer plannen (min of meer) zeker. Het aanbod aan *slaapplaatsen* groeit bij doorgaan van alle plannen met 77%. Als alleen de vrijwel zekere plannen doorgaan, is de groei 32%. Een zeer aanzienlijke groei.
- Met redelijke zekerheid kan gesteld worden dat de komende jaren het slaapplaatsenaanbod in Hart van Brabant zal toenemen met 6%. Deze toename kan oplopen tot 20% (totaal) extra aanbod ten opzichte van het huidige aanbod. De ervaring elders leert echter dat doorgaans maar een klein deel van alle gepubliceerde plannen gerealiseerd wordt.

Totaal planoverzicht

	Huidig aanbod in verblijfseen- heden	Huidig aanbod in slaapplaatsen	Plannen verblijfseen- heden totaal	Plannen slaapplaatsen totaal	Plannen verblijfseenheden ≥75% kans op realisatie	Plannen slaapplaatsen met ≥75% kans op realisatie	% uitbreiding slaapplaatsen tov huidig aanbod bij doorgaan alle plannen	% zekere uitbrei- ding slaapplaatsen tov huidig aanbod (plannen met ≥75% kans op realisatie)
Hotels, pensions & B&B's	1.753	3.506	1.811	3.622	222	444	103%	13%
Vakantieparken	1.595	7.975	1.116	6.114	437	2.590	77%	32%
Campings - toeristisch	2.656	13.280	200	1.000	120	600	8%	5%
Campings - vaste plaatsen	3.508	17.540	-100	-500	-100	-500	-3%	-3%
Groepsaccommodaties	137	2.483	2	50	1	20	2%	1%
Jachthavens	1.386	5.544	0	0	0	0	0%	0%
Totaal	11.035	50.328	3.029	10.286	680	3.154	20%	6%

6. Toekomstanalyse toeristisch product en vraag



6.1 Plannen en ontwikkelingen (zakelijk) toeristisch product

6.1 Plannen en ontwikkelingen (zakelijk) toeristisch product

Er zijn in de regio niet alleen de nodige plannen voor nieuwe verblijfsaccommodaties (zie hoofdstuk 5), ook voor de ontwikkeling van het bredere (zakelijk) toeristisch product zijn er de nodige plannen. Deze kunnen de toekomstige vraag naar verblijfsaccommodaties in de regio beïnvloeden. Deze paragraaf geeft een overzicht van de belangrijkste toeristische, infrastructurele en zakelijke plannen.*

Grote ambities voor toeristisch-recreatieve ontwikkeling regio

Midpoint heeft grote ambities als het gaat om de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de regio. Kernpunten zoals verwoord in het ambitie-document 'Dreamport Brabant 2025' zijn:

- Voor 2025 dé leisure regio c.q. leisure boulevard van Noordwest-Europa te worden voor de family/short break-vakantiemarkt.
- Met focus op meerdaags verblijfstoerisme van internationale allure.
- De geografische focus ligt op een straal van zo'n 350 kilometer, tot 3,5 uur reistijd per auto (zie afbeelding hiernaast).
- Er moet een grotere maar zichzelf versterkende en aanvullende diversiteit aan leisure voorzieningen ontstaan voor verschillende doelgroepen binnen de familie/short break-markt.
- Voor realisatie van deze ambitie is een schaa sprong nodig. Er moet meer en internationaal wervende 'leisure-content' komen.
- Het aantrekken van een extra grote attractie met internationale aantrekkingskracht speelt hier een belangrijke rol in.
- Het verblijfsaccommodatie-aanbod moet volgens Midpoint worden uitgebreid om 'family/short breaks' te faciliteren.

Voornaamste effecten uitvoering ambities Dreamport Brabant 2025

Bij uitvoering van de ambities voorziet Midpoint de volgende effecten:

- Van 10 miljoen (nu) naar 20 miljoen dagrecreatieve bezoekers per jaar.
- Verbreding/verlenging van het seizoen van 250 (nu) naar 350 dagen.

- De top van het dagbezoek stijgt van 40.000 naar 60.000 bezoekers.
- 60% van de dagbezoekers zijn tevens short break verblijfsgasten.
- Toename van de leisureomzet van € 900 mio/jaar nu tot € 1,5 miljard in 2025.
- Verdubbeling werkgelegenheid tot 25.000 FTE's (circa 35.000 banen).
- Nieuwe investeringen in de regio van ca. € 850 miljoen tot € 1 miljard.
- Verdubbeling aantal winterharde bedden van 7.500 naar 15.000 in het jaar 2025.**

De mogelijke omvang waarmee het verblijfsaccommodatie-aanbod uitgebreid zal moeten en kunnen worden, hangt in de optiek van LAGroup mede samen met het al dan niet realiseren van een nieuwe (internationale) attractie in de regio.

Geografische focus leisure regio volgens ambitiedocument Dreamport 2025



Stappen voor realiseren ambities Dreamport

Voor het realiseren van de ambities wordt door Midpoint o.a. ingezet op:

- **Kansenkaart leisure:** De kansenkaart maakt onder andere inzichtelijk waar de kansen voor leisure in de regio liggen.
- **Leisureloket:** dit loket kan door leisure-ondernemers gebruikt worden voor informatievoorziening en facilitering rondom de (eigen) planvorming, onder meer op het vlak van procedures, benodigde vergunningen en haalbaarheid. Ook worden er versterkende

* Bron: informatie zoals verstrekt door de verschillende gemeenten in de regio en door Midpoint Brabant en VisitBrabant.

** Het betreft hier bedden in bungalowparken en hotels en niet in groepsaccommodaties.

6.1 Plannen en ontwikkelingen (zakelijk) toeristisch product

verbindingen gelegd tussen verschillende initiatieven.

- Het Leisureloket is één van de diensten binnen **het House of Leisure**. Dit 'huis' heeft zich als doel gesteld hét Business en Kennis Center van de Leisure Industrie te worden. In het House of Leisure werken leisure ondernemers, onderwijs en overheid samen aan het verstevigen van de (inter)nationale Leisure Industrie.
- **Financiering:** ondernemers worden ook met kennis bijgestaan in het verkrijgen van financiering. Verder wordt er gewerkt aan het opzetten van een Leisure Investeringsfonds waar ondernemers terecht kunnen voor financiering van hun plannen.
- **Regionaal ontwikkelingsfonds:** Om de gewenste schaa sprong te bereiken, komt er een regionaal ontwikkelingsfonds. Dat gaat achter grote (inter-)nationale en regionale partners aan die willen deelnemen of voorzieningen willen exploiteren.
- Daarnaast is er sprake van een **acquisiteur** die zich door middel van **actieve acquisitie** richt op het naar de regio halen van aantrekkelijke initiatieven met meerwaarde.
- **Bereikbaarheid:** er wordt geïnvesteerd in de bereikbaarheid van de regio en haar leisure-voorzieningen.

VisitBrabant in ontwikkeling

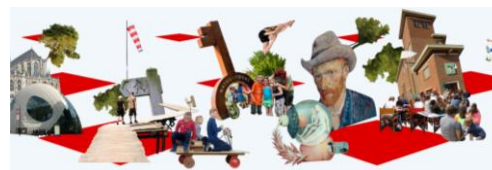
VisitBrabant is als marketingorganisatie van Brabant pas in de loop van 2014 gestart. De komende jaren zullen provincie en regio pas de vruchten kunnen gaan plukken van de nieuwe marketinginspanningen. Te verwachten valt dat dit een positief effect zal hebben op de vraag naar accommodaties in de regio. Wat de omvang van dit positieve effect zal zijn, valt nog niet te zeggen.

Het voorgaande geldt voor ConnectBrabant. Dit is het onderdeel van VisitBrabant dat zich richt op het ontwikkelen van activiteiten en diensten voor ondernemers in de Brabantse vrijetijdsector.

Toerisme voor veel gemeenten belangrijk speerpunt

Voor veel van de gemeenten in de regio is toerisme en recreatie een economische sector van belang en ook één van de aandachtspunten voor ontwikkeling van economisch beleid. Als vanzelfsprekend verschillen de accenten per gemeente. Veel voorkomende thema's zijn:

- Het vergroten van **gastvrijheid/gastheerschap** en beleving bij bestaande ondernemingen in het vrijetijdsveld. In Oisterwijk wordt gewerkt aan het vergroten van de vitaliteit van de bestaande verblijfsrecreatie.
- Verdere ontwikkeling **routegebonden recreatie** (fietsen, wandelen) en TOP's (Toeristische OverstapPunten, onder andere in Oisterwijk). Er wordt (ook) regiobreed ingezet op het verder creëren van een vitaal, mooi en afwisselend leisure landschap. Onder de noemer van het streeknetwerk Vitaal Leisure Landschap wordt een breed scala aan projecten (mede) mogelijk gemaakt. Dit betreft bijvoorbeeld natuurpoorten (o.a. in Loon op Zand, Goirle en Hilvarenbeek), maar ook een project zoals 'Tastes of Trappists' dat acht Europese trappistenkloosters, waaronder Koningshoeven in Tilburg, via een 'Trappists route' met elkaar verbindt en in de markt zet.
- **Samenwerking** op regionaal niveau, o.a. in marketing (via VisitBrabant, maar ook op het niveau van bijvoorbeeld de Langstraat) maar ook door zich te profileren als potentieel verblijfsgebied voor gasten die de grote attracties en bezienswaardigheden in de regio willen bezoeken.
- Behouden en versterken van **vitale** (stad- c.q. dorps)**kernen** (met retail als belangrijk subthema). Zo werkt Tilburg momenteel aan een retailvisie.



6.1 Plannen en ontwikkelingen (zakelijk) toeristisch product

Relevante projecten in gemeenten

De volgende projecten zijn het meest relevant voor de (potentiële) ontwikkeling van het (zakelijk) toeristisch product van de regio:

- **Leerfabriek KVL** - Oisterwijk. De ontwikkeling van de cultuurhistorische spoorzone van Oisterwijk is van regionale betekenis. Op het terrein is onder meer ruimte voor bedrijven in de leisure-sector en de creatieve industrie (o.a. keramiekcentrum), voor een horecagelegenheid, een boutiquehotel, bijzondere vergaderzalen en enkele lofts.
- Toekomstplannen **De Efteling**. Een belangrijke impuls voor de vraag vormt de toekomstige ontwikkeling van de Efteling. Men wil het aantal bezoekers tot 2020 laten stijgen van 4,2 miljoen naar 5 miljoen bezoekers per jaar. Hierbij richt de attractie zich op meer gasten uit het buitenland (relatief veel verblijfstoeristen) en frequenter herhaalbezoek van Nederlandse gasten. In 2020 wil de Efteling 5.000 bedden hebben in de nabijheid van het park, waarvan er 3.500 door de Efteling zelf worden geëxploiteerd en 1.500 door derden. In 2015 wordt de achtbaan Baron 1898 geopend en vindt de uitbreiding van Bosrijk plaats. In de jaren erna zal naar verwachting verder geïnvesteerd worden in het product. Daarnaast zet men in op verlenging van de openingstijden en actieve bewerking van de zakelijke en buitenlandse markt.
- Uitbreiding **Beekse Bergen**. De Beekse Bergen in Hilvarenbeek gaat 50 hectare aanleggen met 250 tot 300 nieuwe (luxere) lodges, een nieuw bezoekerscentrum met zwembad, bowling en restaurant en drie savanna's waar dieren rondlopen.
- Doorontwikkeling **Aeroparc**, voorheen bekend als Ericsson, in Gilze en Rijen. Dit terrein wordt een multifunctioneel bedrijvenpark voor organisaties in de sectoren business, onderwijs en vrije tijd. Inclusief long stay voorziening.
- In Waalwijk is sprake van de realisatie van een relatief kleinschalige **experience** rondom de rijke lokale **schoen-** (en leer)historie.
- Heusden richt zich in 2016 (en mogelijk ook later) op de festiviteiten rondom het **Jeroen Bosch-jaar** dat in 2016 groots gevierd wordt in 's-Hertogenbosch. De gemeente hoopt mee te liften op de verwachte

stroom aan toeristen van dit nationale themajaar en wil toeristen verleiden rond hun bezoek aan Den Bosch ook Heusden aan te doen.

- Een aantal gemeenten, waaronder Tilburg, tracht ook in 2015 aan te haken op het nationale themajaar rondom **Vincent van Gogh**.
- Voor de gemeenten Heusden en Waalwijk is **watertoerisme** een aanvullend belangrijk thema. Zo richt Heusden zich ook op riviercruiseschepen* en neemt Heusden deel aan de internationale maasbiënnale Mater Mosae.
- Loon op Zand: in Kaatsheuvel wordt gewerkt aan een nieuwe impuls voor het centrum, project het **Bruisend Dorpshart**, dat zich naast woningen richt op winkels en horeca. Ook kleinschalig verblijf vormt onderdeel van deze plannen.
- Tilburg: **Spoorzone 013** in Tilburg wordt stapsgewijs ontwikkeld tot een *mixed-use*-gebied dat zal fungeren als broedplaats voor kennis en innovatie voor onderwijs, ondernemers en particulieren. Woon-, werk- en uitgaansfuncties (o.a. evenementen en horeca) spelen een belangrijke rol in dit gebied, waar het nodige industrieel erfgoed wordt herbestemd. De stad beoogt met de ontwikkeling de bestaande binnenstad te verrijken.
- Tilburg: de ontwikkeling van de **Piushaven** wordt ook de komende jaren verder doorgezet. De oude stadshaven aan de centrumrand wordt – met behoud van de cultuurhistorie – getransformeerd tot woon-werkgebied met de nodige horeca- en winkelvoorzieningen. De jachthaven, museumhaven, het stadsstrand en diverse evenementen maken het gebied ook toeristisch interessant.



6.1 Plannen en ontwikkelingen (zakelijk) toeristisch product

Conclusie: impuls toeristisch product in de breedte, maar ook duidelijk impuls toeristisch product in de top

In de regio worden en zijn de nodige projecten opgezet ter verbetering van het toeristische product en de vermarketing ervan. Veel hiervan zullen de aantrekkingskracht met name in de breedte versterken. Toeristen zullen wat sneller geneigd zijn om voor de regio te kiezen en/of er langer te verblijven. Zo zullen de projecten onder de noemer van Vitaal Leisure Landschap bijdragen aan de profilering van de regio als wandel-, fiets- en natuurbestemming en zal Tilburg profiteren van de ontwikkeling van de Spoorzone. De aantrekkingskracht van deze projecten moet echter ook niet overschat worden. Veel concurrerende regio's en steden werken aan soortgelijke verbeteringen van hun toeristisch product.

Projecten zoals bij De Efteling en de Beekse Bergen geven daarentegen wel een extra impuls aan de top van de toeristische aantrekkingskracht. Deze projecten zullen naar verwachting tot substantieel meer (verblijfs)bezoek aan de regio leiden. Hierbij geldt wel dat veel van dit extra verblijf geaccommodeerd zal worden in de extra 'eigen' verblijfsaccommodaties van deze parken.

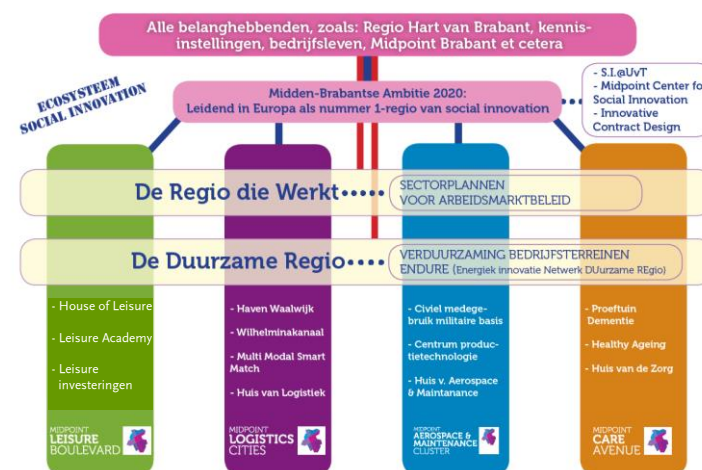
Ook het 'op gang komen' van VisitBrabant zal naar verwachting tot extra toeristische vraag leiden. Dit geldt ook voor de initiërende/acquisiterende en faciliterende werkzaamheden van Midpoint en de projecten die hier uit voort komen.

Belangrijk punt blijft of het de regio daadwerkelijk lukt om een extra (internationale) attractie naar de regio te 'halen'. Indien dit gebeurt, zal dit een duidelijk positief effect op de toeristische vraag hebben. Openstelling van de attractie zal naar verwachting niet voor het einde van de planperiode van dit onderzoek plaatsvinden (2020). Maar bij de bekendmaking van de plannen hiervoor, zal mogelijk al wel een aanzuigend effect op nieuwe verblijfsaccommodaties ontstaan. Later in deze rapportage gaan wij nader in op dit onderwerp in relatie tot de marktruimte en -strategie.

Projecten van invloed op zakelijke vraag: effect afwachten

In paragraaf 4.2.1. is reeds ingegaan op de vier sectoren, waar de regio zich nadrukkelijk op richt: leisure, logistiek, zorg en aerospace & maintenance. *Social innovation* speelt hierbij een belangrijke rol*. De illustratie hieronder toont in een notendop de strategie en voornaamste projecten van de regio, onder de noemer van Midpoint Brabant.

De social value van Midpoint Brabant



Bron: ambitiebrochure Midpoint Babant 2020, Midpoint, 2014

Voor de hotelsector kan een juist uitgevoerde strategie bijdragen aan de zakelijke hotelvraag. Met name de focus op logistiek en aerospace & maintenance leidt naar verwachting tot (extra) hotelvraag. De omvang van deze extra vraag is op voorhand lastig te ramen.

Overigens zal met de mogelijke realisatie van een long stay voorziening bij het Aeroparc in Gilze en Rijen al ingespeeld worden op een deel van de extra vraag vanuit het segment aerospace & maintenance.

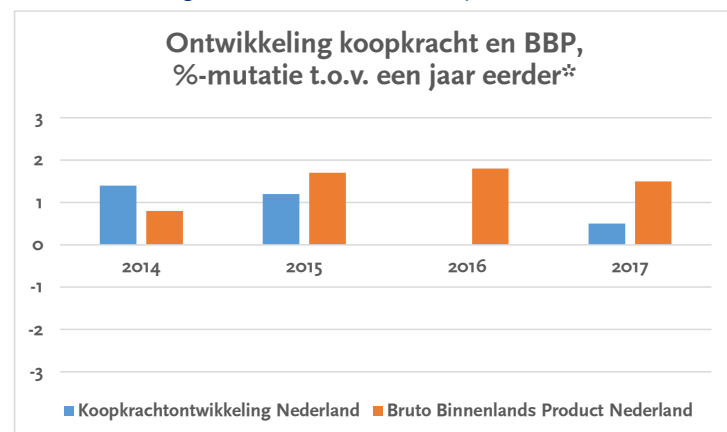
6.2 Vraagprognoses hotelmarkt

Deze paragraaf geeft de (macro-economische) vraagprognoses voor de ontwikkeling in Nederland en Noord-Brabant/Hart van Brabant van de hotelmarkt. In de hiernavolgende paragrafen komen de andere typen verblijfsaccommodatie ook aan bod. De prognoses zijn input voor de raming van de marktruimte (hoofdstuk 8).

De extra eigen vraag die gecreëerd wordt door nieuwe verblijfsaccommodaties laten wij in deze prognoses nog buiten beschouwing. Dit aspect wordt wel meegenomen bij de prognoses van de marktruimte. Ook het extra vraageffect van de eventuele komst van een grote nieuwe attractie wordt pas in hoofdstuk 8 meegenomen. De andere in paragraaf 6.1 beschreven ontwikkelingen zijn wel meegenomen in deze vraagprognoses.

6.2.1 Zakelijke markt

De vraagontwikkeling op de zakelijke markt hangt nauw samen met enerzijds economische ontwikkelingen en anderzijds de ontwikkeling van de samenstelling van de bedrijvigheid in de regio Hart van Brabant en omgeving. Het Bruto Binnenlands Product (BBP) en de koopkracht zijn relevante indicatoren van de economische ontwikkeling. De grafiek hieronder toont de prognoses van het Centraal Plan Bureau (CPB) voor de ontwikkeling van het BBP en de koopkracht.*



Uit cijfers van het CBS blijkt dat de overnachtingen vanuit de zakelijke vraag in geheel Noord-Brabant van 2012 tot 2014 met 4,5% afnam. Dit staat in contrast met de cijfers voor geheel Nederland: +4,5%.

Voor de periode tot 2020 geldt: Het BBP van Nederland is in 2014 weer voorzichtig hersteld met 0,8% groei ten opzichte van 2013. Voor 2015 en 2016 verwacht het CPB een groei met circa 1,7% à 1,8% per jaar. Naar verwachting zal dit ertoe leiden dat de in de afgelopen jaren afgenomen bedrijvigheid/werkgelegenheid, weer toe zal nemen. Ook voor 2017 wordt een plus verwacht. Voor de jaren erna ontbreken nog prognoses. De algemene consensus is echter dat de economische groei aantrekt, maar wel laag blijft.

De Global Business Travel Association (GBTA) voorziet in hun Business Travel Index Outlook dat in West-Europa de uitgaven voor de zakelijke reismarkt in 2015 met 6,6% zullen groeien (ten opzichte van 2014). Voor Nederland zijn helaas geen prognoses opgesteld. Het is onzeker of een dergelijke groei zich ook in Nederland en meer specifiek de regio Hart van Brabant, voor zal doen. De wat meer gematigde groeiverwachtingen van de Nederlandse economie en van de hoteliers (die in meerderheid nog wel positief zijn over deze markt) doen vermoeden dat de voor West-Europa voorspelde aanzienlijke groei in minder sterke mate voor de regio Hart van Brabant zal opgaan. Dit beeld wordt bevestigd door de gehouden interviews met circa 10 organisaties in de regio, die als belangrijke afnemers van hotelovernachtingen te boek staan.

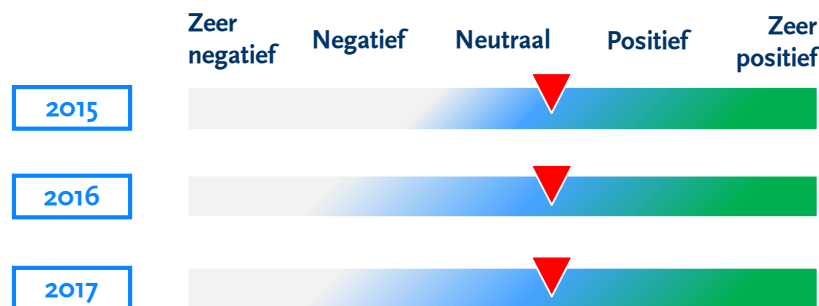
In paragraaf 6.1 gaven we reeds aan dat met name de focus op logistiek en aerospace & maintenance naar verwachting zal leiden tot (extra) hotelvraag, maar dat de omvang van deze extra vraag lastig te schatten is. Kanttekening bij de strategie is wel dat de nadruk op *social innovation* ligt en niet zozeer op het naar de regio trachten te halen van internationale

6.2 Vraagprognoses hotelmarkt

(hoofd)kantoren van multinationals. Het zijn juist deze multinationals die doorgaans veel zakelijke hotelvraag genereren. Anderzijds kan de uitgezette strategie er ook toe leiden dat bedrijven in de regio meer internationaal gaan opereren of dat multinationals actief in de focusclusters alsnog naar de regio komen. Dit effect zal zich met name op langere termijn (kunnen) voordoen. Anderzijds bestaat er ook het risico dat bedrijven met veel hotelvraag wegtrekken uit de regio.

Sentiment onder hoteliers over zakelijke markt: net iets beter dan neutraal

Via een enquête is aan de hoteliers in de regio gevraagd hoe zij verwachten dat de zakelijke vraagmarkt zich zal ontwikkelen. Hieruit blijkt dat men (zeer) gematigd positief is.



Groeiverwachting zakelijke markt

Op grond van het voorgaande ramen wij de verwachting voor de hotelvraag vanuit het segment individueel zakelijk in de regio als volgt:

- 2015 - 2020: groei met 0,5,-2,0% per jaar.

6.2.2 Toeristische markt

Algemeen

In paragraaf 6.1 concludeerden wij dat het toeristisch product zowel een impuls in de breedte als in de top zal krijgen. En daarnaast zal de regio ook profiteren van het op gang komen van VisitBrabant.

Uit de bevraging van de hoteliers blijkt dat de toeristische kamervraag in de regio de laatste jaren de daling van de zakelijke vraag heeft gecompenseerd (weliswaar tegen een lagere gemiddelde opbrengst).

Deze groei sluit aan bij de lange termijn trend die de hotellerie laat zien. In Nederland nam in het afgelopen decennium de hotelvraag aanzienlijk toe. Binnenlandse hotelovernachtingen groeiden met 11%, buitenlandse overnachtingen met 35%.* Beide ontwikkelingen kwamen vooral ten goede aan de steden in Nederland. Als we naar de afgelopen jaren kijken, dan blijkt het aantal overnachtingen in hotels, pensions en jeugdaccommodaties in Nederland** van 2012 tot en met 2014 met 9% gegroeid te zijn. De sterke groei in en rondom Amsterdam vertroebelt dit beeld. In Noord-Brabant was er sprake van een langzame groei: het aantal overnachtingen nam van 2012 -> 2014 toe met 3% (overnachtingen binnenlandse toeristen: +3%, overnachtingen buitenlandse toeristen: +4%).

Ontwikkelingen binnenlands toerisme

Uit informatie verstrekt door de hoteliers blijkt dat de binnenlandse markt goed is voor (ruim) meer dan de helft van de toeristische overnachtingen in de regio. Voor de ontwikkeling tot 2020 van de binnenlandse toeristische markt in Nederland geldt:

- De koopkrachtcijfers en -prognoses laten – na een aantal lastige jaren – voor 2015 (+1,2%) een positief beeld zien. Voor 2016 – 2017 is het beeld eerder neutraal dan positief. Voor de periode na 2017 zijn nog geen ramingen beschikbaar (zie ook de vorige pagina).

6.2 Vraagprognoses hotelmarkt

- Een aantal factoren heeft een positieve invloed op de vraag op de hotelmarkt. Dit zijn: het groeiend aantal welgestelde senioren, acties, websites en veilingen die hotelovernachtingen voor de consument aantrekkelijker maken en een algemene groeiende interesse onder consumenten voor hotelovernachtingen. NBTC-NIPO geeft aan dat op de langere termijn de hotelvraag zal blijven groeien.* Dit is in lijn met de lange termijn trend die zich reeds laat zien vanaf 2000 (en eerder). Zie ook bijlage 6: trends en ontwikkelingen.

Ontwikkelingen inkomend toerisme

De markt van inkomend toerisme in hotels in Midden-Brabant is goed voor 33% van alle overnachtingen. De best vertegenwoordigde herkomstlanden zijn België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Voor deze landen raamt het NBTC in haar Toekomstperspectief 2025 de volgende groeicijfers voor inkomend toerisme in Nederland:

- België: tot 2018 jaarlijkse groei met gemiddeld 4%, daarna groei met gemiddeld 2% per jaar.
- Duitsland: tot 2018 jaarlijkse groei met gemiddeld 1%, daarna groei met gemiddeld 0,5% per jaar.
- Verenigd Koninkrijk: tot 2018 jaarlijkse groei met gemiddeld 2%, daarna groei met gemiddeld 1% per jaar.**

Naar verwachting zal ook de hotellerie in Midden-Brabant kunnen profiteren van deze groei van het inkomend toerisme.

Hier komen mogelijk nog tijdelijke (kleine) extra impulsen bij van het Van Gogh-themajaar in 2015 en het Jheronymus Boschjaar in 2016 (enige overloop van hotelvraag vanuit 's-Hertogenbosch en omgeving). Ook lijkt het NBTC zich nog meer dan voorheen te willen gaan richten op het stimuleren van spreiding van toerisme (van Amsterdam naar de rest van Nederland)***.

Hoteliërs redelijk positief over toekomst toeristische vraag

Uit de enquête onder hoteliers blijkt dat men gemiddeld genomen redelijk positief is over de toekomstige ontwikkeling van de toeristische vraag.



Groeiverwachting toeristische markt

Op grond van het voorgaande ramen wij de verwachting voor de hotelvraag vanuit de toeristische markt als volgt:

- 2015 – 2018: groei met 2,0-3,5% per jaar;
- 2019 – 2020: groei met 1,0-2,5% per jaar.

* Bron: Verwachtingen vakantiejaar 2015, NBTC-NIPO, 2015.

** Bron: Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025, NBTC, 2014.

*** Bron: Holland 2020, Holland Branding & Marketing Strategie, NBTC, 2015.

6.2 Vraagprognoses hotelmarkt

6.2.3 MICE markt

De MICE markt geldt als een conjunctuur gevoelige markt. Uit de analyse van de bezetting (hoofdstuk 3) blijkt dat de kamervraag uit het MICE-segment in de regio nu goed is voor 21% van het totaal. Hier dienen twee kanttekeningen bij gemaakt te worden. Het is in Midden-Brabant een relatief klein segment, waardoor incidentele boekingen de cijfers sterk kunnen beïnvloeden. Daarnaast is er een 'grijs gebied' in de registratie van gasten. Overnachtingen uit bezoek aan beurzen, congressen en dergelijke worden door sommige hotels geboekt als individueel zakelijk of als leisure (bij publieksbeurzen en evenementen).

Voor de marktprognose is van belang:

- Conferentiehôtels hebben het lastig door de opkomst van *web conferencing* en andere nieuwe technologieën. Tegelijkertijd zijn er ook signalen dat de invloed daarvan begrensd is, en dat er – zeker als er weer wat meer budget voor is – de behoefte om elkaar *live* te ontmoeten, nog steeds aanwezig is.
- De verwachting is dat de conferentie-, incentive en meeting markt na een aanzienlijke teruggang het dal wel bereikt heeft. Zo voorspelt de 2015 Global Meetings Forecast voor Nederland en België gezamenlijk een toename van de totale uitgaven aan alle typen meetings (inclusief conferenties en incentives) van 1,4%.* Voor de korte termijn lijkt gematigde groei het meest voor de hand liggend voor de regio. Dit wordt onder meer ingegeven door de weer langzaam aantrekkende economie in 2015 en verder.
- Een belangrijke accommodatieverschaffer in de markt geeft wel aan de MICE-markt nog intensiever te gaan bespelen. De extra vraag die hieruit voort komt, zal met name ten goede komen aan de accommodatie(s) van deze speler.
- Eerder concludeerden we al dat de beurzenmarkt voor de regio niet of nauwelijks van belang is (als het gaat om beurzen die leiden tot overnachtingen).

Groeiverwachting MICE markt

De (nog vrij beperkte) MICE markt zal zich de komende jaren naar verwachting als volgt ontwikkelen:

- 2015 - 2020: groei met circa 1,0-2,5% per jaar.

6.2.4 Samenvatting prognose 2015 – 2020

Alle voorgaande prognoses zijn in de hieronder getoonde tabellen samengevat. Daarbij zijn de groeiprognoses voor elke segment naar rato van het marktaandeel van dat segment meegerekend.

Hotels	Aandeel	Jaarlijkse groei bij behoudend scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	35%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	1,0%	1,0%
Toeristisch groepen	5%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	1,0%	1,0%
Zakelijk individueel	39%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
MICE	21%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Gewogen gemiddelde	100%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	0,8%	0,8%
Index 100 = 2014	100,0	101,2	102,4	103,7	104,9	105,8	106,6

Hotels	Aandeel	Jaarlijkse groei bij optimistisch scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	35%	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	2,5%	2,5%
Toeristisch groepen	5%	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	2,5%	2,5%
Zakelijk individueel	39%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
MICE	21%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%
Gewogen gemiddelde	100%	1,2%	2,7%	2,7%	2,7%	2,3%	2,3%
Index 100 = 2014	100	101,2	103,9	106,8	109,6	112,2	114,8

Dat levert – bij een behoudend scenario – een groei op van 2015 tot en met 2020 van **+6,6%** in de regio Hart van Brabant, gemiddeld 1,1% per jaar.

Bij het optimistische scenario is dat **+14,8%** over dezelfde periode, gemiddeld 2,5% per jaar.

6.3 Vraagprognoses markt vakantiewoningen

6.3.1 Toeristische markt (individueel)

De markt van vakantiewoningen is met name afhankelijk van de individuele toeristische markt (89% van het totaal aantal overnachtingen). Dit betreft met name binnenlands toerisme: 87% van deze toeristische overnachtingen betreft overnachtingen door Nederlanders.

Binnenlands toerisme

- Met betrekking tot de toekomstige binnenlandse vraag naar vakantieparken voorziet het NBTC een lichte groei van 0,5% per jaar voor de periode 2015–2020.* De Rabobank gaat in hun recente prognose uit van nagenoeg gelijk blijvende vraag in geheel Nederland.**
- Belangrijke onderliggende *drivers* voor deze prognoses zijn:
 - Een gestage afname van het aantal gezinnen met jonge kinderen (de belangrijkste doelgroep van parken).
 - De betrekkelijk lage economische groei voor de komende jaren.
 - Een algemene dalende interesse voor verblijf op vakantieparken volgens consumentenonderzoeken.
 - Hier staat echter een groeiende belangstelling voor losstaande huisjes tegenover.
 - Ook de toegenomen hang naar gezins- en familiebanden (3-generatie-vakanties) heeft een positief effect op de vraag.
 - Toename van de concurrentie: het aanbod aan slaapplaatsen is de laatste jaren aanzienlijk gestegen en er staan nog diverse grote projecten op het programma.

Inkomend toerisme

- Het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten in vakantieparken steeg sinds 2012 met 22% in Nederland, in Noord-Brabant bleef het echter nagenoeg gelijk (bron: CBS). Met het verder op stoom komen van VisitBrabant, de nadruk op spreiding bij het NBTC en de impulsen

van het toeristisch product kan er echter wel van uitgegaan worden, dat de regio in de komende jaren een graantje van de groei mee kan pikken.

- Te meer omdat het NBTC in haar toekomstperspectief 2025*** een verdere groei van het inkomend toerisme met 2,4% per jaar voorziet. Zie paragraaf 6.2 voor de genoemde groeipercentages per land.

De prognose voor de langere termijn is gematigd positief voor bungalowparken. Nederland blijft een populair vakantie-land voor Nederlanders zelf én er is sprake van een groeiend aantal toeristen uit onze buurlanden. Dit groeiende inkomend toerisme neemt echter maar een klein deel van de vraagmarkt in. De vraag naar bungalows zal naar verwachting maar licht stijgen, hoewel de sterke verzadiging van de markt wel tot veel concurrentie leidt. Deze concurrentie zal ervoor zorgen dat vooral verouderde bungalowparken het steeds moeilijker zullen krijgen (en zich ook meer op (deel)verhuur aan arbeidsmigranten zal richten).

Sentiment onder ondernemers vakantieparken

Een bevraging van directeuren c.q. general managers van vakantieparken levert het volgende gemiddelde sentiment op:



* Bron: Toekomst van de binnenlandse vakantiemarkt, Na regen komt.....? Kees van der Most, NBTC-NIPO research 2011, geupdate aan de hand van een telefonische consultatie.

** Bron: Rabobank Cijfers & Trends Vakantiecentra, 2015.

*** Bron: Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025, NBTC, 2014.

6.3 Vraagprognoses markt vakantiewoningen

Op grond van het voorgaande voorzien wij de volgende prognose:

Groeiverwachting toeristische markt (individueel)

Wij voorzien de volgende groei van de toeristische vraag naar vakantie-woningen:

2015 – 2020: groei met 1,0-2,5% per jaar.

6.3.2 Overige segmenten

De MICE-markt is niet relevant voor het segment van vakantiewoningen. De zakelijk individuele markt is goed voor circa 11% van alle overnachtingen in de regio. De prognose voor deze markt komt op hoofdlijnen overeen met die van de hotelmarkt. Een extra groeifactor bij de vakantiewoningen wordt gevormd door de vraag naar overnachtingen van arbeidsmigranten. De prognose is:

Groeiverwachting zakelijke markt

- 2015 - 2020: groei met circa 1,5-3,0% per jaar.

6.3.3 Samenvatting ontwikkeling vraag vakantiewoningen tot 2020

Op grond van de voorgaande prognoses kan de volgende vraagontwikkeling tot 2020 worden verwacht:

Vakantiewoningen	Aandeel	Jaarlijkse groei bij behoudend scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	90%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Toeristisch groepen							
Overig	10%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
Gewogen gemiddelde	100%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%
Index 100 = 2014	100,0	101,1	102,1	103,2	104,3	105,4	106,5

Vakantiewoningen	Aandeel	Jaarlijkse groei bij optimistisch scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	90%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%
Toeristisch groepen							
Overig	10%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
Gewogen gemiddelde	100%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%
Index 100 = 2014	100	102,6	105,2	107,8	110,6	113,4	116,3

Dit komt neer op - bij het behoudend scenario – een groei van 2015 tot en met 2020 van **+6,5%** in de regio Hart van Brabant (gemiddeld 1,1% per jaar).

Bij het optimistische scenario is dat **+16,3%** over dezelfde periode. (gemiddeld 2,6% per jaar).

6.4 Vraagprognoses markt campings

6.4.1 Toeristische markt (individueel)

Toeristische markt (individueel)

De individuele toeristische markt is goed voor vrijwel alle overnachtingen op campings. 89% van de overnachtingen in Hart van Brabant komt voor rekening van Nederlandse gasten, 11% van buitenlandse gasten.

- In diverse toekomstprognoses wordt er van uitgegaan dat het aantal overnachtingen op campings in Nederland en door Nederlanders langzaam af zal nemen. In de periode 2012 tot 2014 was er sprake van een minieme daling met 1% in drie jaar tijd. Tot en met 2020 is de verwachting dat dit langzaam maar gestaag verder af zal nemen, met circa 1,5% per jaar.*/**
- Deze daling wordt met name voorspeld omdat het aantal gezinnen met kinderen daalt en omdat uit onderzoek onder consumenten blijkt dat de interesse in kamperen in het geheel wat afneemt.
- Dit neemt niet weg dat bepaalde segmenten (zoals natuurecampings en campings die inspelen op de *glamping*-trend) en bepaalde (niet verouderde) campings binnen de totale campingmarkt wel beduidend beter kunnen presteren. In zijn geheel genomen achten wij de campingmarkt van de regio Hart van Brabant als net wat beter voorbereid op de toekomstige vraag dan het landelijke aanbod.
- Ook kan de sector mogelijk wat profiteren van het herstel van de economie en de koopkracht en van de impuls voor zowel de marketing als de kwaliteit van het toeristisch product van de regio .
- Onder inkomende toeristen fluctueert het beeld. Zo was er van 2002 tot 2012 sprake van een daling van totaal 15,5%***. In de periode 2012 tot 2014 steeg het aantal overnachtingen echter weer met 21%, volgens cijfers van het CBS. Door het relatieve kleine aandeel in het totaal aantal overnachtingen, is het effect van deze sterke groei op het

totaal echter beperkt. Ook voor de komende jaren kan er, onder meer vanuit België, een verdere groei van het aantal kampeerovertachtingen verwacht worden. Deze groei zal na 2018 afzwakken.***

Sentiment onder ondernemers campings

Gevraagd naar hun verwachtingen voor de komende jaren laten de eigenaren van de campings het volgende sentiment zien:



Verwachting ontwikkeling toeristische markt (individueel)

Groeiverwachting toeristische markt (individueel)

Wij voorzien de volgende ontwikkeling van de individuele toeristische vraag naar kampeerplaatsen:

2015 - 2018: consolidatie tot lichte groei met 0,0-1,5% per jaar.

2019 - 2020: consolidatie (min of meer): -/-0,5% tot +1,0% per jaar.

De overige vraagsegmenten zijn goed voor circa 10% van de overnachtingen. Er zijn geen aanwijzingen dat deze segmenten wezenlijk afwijken van de hierboven genoemde vraagprognoses.

* Bron: Toekomst van de binnenlandse vakantiemarkt, Na regen komt.....? Kees van der Most, NBTC-NIPO research 2011, geupdate aan de hand van een telefonische consultatie.

** Bron: Rabobank Cijfers & Trends Vakantiecentra, 2015.

*** Bron: Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025, NBTC, 2014.

6.4/6.5 Vraagprognoses markt campings/groepsaccommodaties

Samenvatting ontwikkeling vraag campings tot 2020

Op grond van de voorgaande prognoses kan de volgende vraagontwikkeling tot 2020 worden verwacht:

- bij het behoudend scenario een ontwikkeling van 2015 tot en met 2020 van **-/-1%** in de regio Hart van Brabant.
- bij het 'optimistische' scenario is dat **+6,7%** over dezelfde periode.

Campings	Aandeel	Jaarlijkse groei bij behoudend scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	90%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-0,5%	-0,5%
Toeristisch groepen							
Overig	10%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-0,5%	-0,5%
Gewogen gemiddelde	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-0,5%	-0,5%
Index 100 = 2014	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	99,5	99,0

Campings	Aandeel	Jaarlijkse groei bij optimistisch scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	90%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,0%	1,0%
Toeristisch groepen							
Overig	10%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,0%	1,0%
Gewogen gemiddelde	100%	0,0%	1,5%	1,5%	1,5%	1,0%	1,0%
Index 100 = 2014	100	100,0	101,5	103,0	104,6	105,6	106,7

6.5.1 Toeristische markt

Ook groepsaccommodaties moeten het vooral van leisure toeristen hebben: 83% van alle overnachtingen. De resterende 17% komt van de overige segmenten (o.a. zakelijke groepen). 21% van alle overnachtingen komt van buitenlandse gasten.

Voor de vraag is, naast de eerder al geschetste regionale en macro-economische ontwikkelingen, van belang:

- De sector laat sinds 2012 een consolidatie van de vraag zien (na een daling in de periode 2008 - 2012)
- Groepsaccommodaties hebben te lijden onder de afname van de budgetten van scholen en verenigingen. Dit zal naar verwachting ook de komende jaren het geval zijn. Anderzijds zullen ze de komende jaren blijven profiteren van de groeiende vraag naar boekingen voor meergeneratie-/familieuitjes. Deze trend zal nog versterkt worden door de (gematigde) groei van de koopkracht de komende jaren.
- Ook zorg is een specifieke (kleine) nichemarkt met potentie.
- In de sector begint een vervangingsslag op gang te komen. Verouderd en te weinig onderscheidend aanbod - veelal in oude boerderijen - maakt plaats maken voor (ver)nieuw(d), luxer aanbod. Daarbij wordt afgestapt van de grotere slaapzalen en gekozen voor meer comfort, met name in sanitaire zin.
- Vakantieparken (zoals Efteling Bosrijk) en bed & breakfasthouders richten zich in toenemende mate ook op de groepsmarkt. Ook (voormalige) landbouwbedrijven blijven zich (deels) herontwikkelen tot groepsaccommodaties. Dit zorgt ervoor dat de concurrentie om de vraag de komende jaren verder zal toenemen.
- De vraagontwikkeling vanuit inkomend toerisme loopt naar verwachting in lijn met de vakantieparken. Dit betekent dat er met name vanuit de buurlanden een groei van de vraag zal zijn.

6.5 Vraagprognoses markt groepsaccommodaties

- De sector moet het met name hebben van binnenlands toerisme. Specifieke prognoses van het NBTC of andere partijen voor de ontwikkeling van het binnenlands toerisme voor groepsaccommodaties zijn er niet. Op grond van het voorgaande verwachten wij dat de binnenlandse vraag naar groepsaccommodaties in de regio een (zeer) lichte stijging laat zien.

Sentiment onder ondernemers groepsaccommodaties

Het sentiment onder de eigenaren is overwegend positief.



Groeiverwachting toeristische markt

Wij voorzien de volgende groei van de toeristische vraag naar groepsaccommodaties (eventueel nieuw aanbod buiten beschouwing latend):

2015 – 2018: groei met 1,0-2,5% per jaar.

2019 – 2020: groei met 0,5-2,0% per jaar.

Naar verwachtingen zullen de vraagprognoses van de overige segmenten (nagenoeg) overeenkomen met de bovenstaande groeiprognoses.

6.5.2 Samenvatting ontwikkeling vraag groepsaccommodaties tot 2020

Op grond van het voorgaande zal de vraag zich naar verwachting als volgt ontwikkelen van 2015 tot 2020:

Groepsaccommod.	Aandeel	Jaarlijkse groei bij behoudend scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	83%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,5%	0,5%
Toeristisch groepen							
Overig	17%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,5%	0,5%
Gewogen gemiddelde	100%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,5%	0,5%
Index 100 = 2014	100,0	101,0	102,0	103,0	104,1	104,6	105,1

Groepsaccommod.	Aandeel	Jaarlijkse groei bij optimistisch scenario					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toeristisch individueel	83%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,0%	2,0%
Toeristisch groepen							
Overig	17%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,0%	2,0%
Gewogen gemiddelde	100%	1,0%	2,5%	2,5%	2,5%	2,0%	2,0%
Index 100 = 2014	100	101,0	103,5	106,1	108,8	110,9	113,2

Dit komt neer op:

- bij het behoudend scenario – een groei van +5,1% in de regio Hart van Brabant.
- bij het optimistische scenario is dat +13,2% over dezelfde periode.

6.6 Samenvatting vraagprognoses 2015 – 2020

De onderstaande tabel geeft per segment de verwachte vraagontwikkeling in de periode 2015 – 2020 weer.

Type accommodatie	Ontwikkeling vraag '15 -> '20 scenario behoudend	Ontwikkeling vraag '15 -> '20 scenario optimistisch
Hotels	+6,6%	+14,8%
Vakantiewoningen	+6,5%	+16,3%
Campings	-/-1,0%	+6,7%
Groepsaccommodaties	+5,1%	+13,2%

Campers

De niche van campertoerisme behandelen we beknopter in dit onderzoek. Voor deze niche geldt:

- De campermarkt in Nederland groeit al jaren en blijft dit doen, vooral door een groeiende vraag bij welgestelde pensionado's. Volgens brancheorganisatie Bovag groeit het park van kampeerauto's in 2015 tot een recordaantal van meer dan 90.000. In 2016 zijn dat er naar verwachting meer dan 100.000. Ter vergelijking: in 2009 waren dat er nog geen 60.000.
- Ook vakantieparken en campings spelen hier op in door meer camperplaatsen en –voorzieningen te creëren. Daarnaast kiezen sommige gemeenten ervoor om zelf semi-publieke camperplaatsen aan te leggen. Argumenten hiervoor zijn 1) het tegengaan van overlast en 2) het aantrekken van campers en hun bestedingen.



7. Marktruimte per sector

7.1 Normatieve bezetting

7.1 Normatieve bezetting

Om de toekomstige marktruimte voor de verblijfsaccommodaties te kunnen bepalen, is het nodig om vast te stellen welke bezetting van deze accommodaties als 'normaal' kan worden beschouwd.

7.1.1 Normatieve bezetting algemeen

De normatieve bezetting kan vanuit twee kanten worden benaderd: (1) vanuit de vraagkant (afnemers) van de markt en (2) vanuit de aanbiederskant (de accommodaties).

1. Voor de vraagkant is het relevant dat er voldoende aanbod is aan verblijfsaccommodaties op momenten dat dit nodig is, zowel in aantal als in de gewenste kwaliteits- en prijsklassen. Een ruim en divers aanbod maakt een gebied aantrekkelijk, niet alleen voor toeristen maar ook voor congressen en zakelijke bezoekers. Wanneer gebieden een slaappleatsbezetting hebben die structureel hoog is, dan zal er relatief vaak neen moeten worden verkocht, zal dat een prijsopdrijvend effect hebben en moeten boekers te vaak uitwijken naar accommodaties buiten de regio.
2. Aan de andere kant moeten verblijfsaccommodaties voldoende kunnen renderen om hun continuïteit te waarborgen. Welke bezetting daarvoor nodig is, hangt af van veel factoren: hun kostenstructuur, de verkoopprijzen, de lokale kosten voor grond en gebouwen, een lage of hoge huur, de fase waarin het bedrijf verkeert (net gestart, veel/weinig afgeschreven), e.d.

7.1.2 Normatieve bezetting hotelmarkt

In hotelbeleidsstudies wordt vrijwel altijd een kamerbezetting ergens tussen de 60% en 70% als normatief beschouwd. Soms wordt een bandbreedte (van maximaal 5%) gehanteerd, vaak een enkel percentage. Een hoge normatieve bezetting wordt meestal gehanteerd in (grote)

steden, vanwege onder andere hoge grondprijzen, maar ook omdat de hotelbezetting in steden in het algemeen hoger is dan buiten de steden. Buiten de steden wordt meestal een lagere normatieve bezetting gehanteerd. Alles overwegende hanteren wij voor de regio Hart van Brabant een normatieve bezetting van 62,5%.

7.1.3 Normatieve bezetting vakantiewoningen

Bij vakantieparken doet zich iets aparts voor. De landelijk gemiddelde slaappleatsbezetting van dit segment ligt rond de 35%. Op bedrijfsniveau zijn de verschillen echter groter dan in de hotellerie. Met name is er onderscheid tussen individuele bedrijven en ketenbedrijven. Gerenommeerde ketens van bungalowparken realiseren gemiddelde bezettingen tot boven de 60%, vooral omdat zij goed in staat zijn om buiten het hoofdseizoen ook nog tot een redelijke bezetting te komen. Sommige individuele – vaak wat oudere – parken behalen daarentegen nauwelijks 20% slaappleatsbezetting.

Voor de regio Hart van Brabant hanteren wij 35% slaappleatsbezetting als normatief.

7.1.4 Normatieve bezetting campings

Bij campings lopen de bezettingscijfers normaliter minder uiteen dan bij de vakantieparken. Landelijk varieert deze van zo'n 6-9% op basis van jaarrond 'gebruik' van de slaappleatsen (bron: CBS). Voor de regio Hart van Brabant hanteren wij 7,5% slaappleatsbezetting als normatief voor wat campings betreft.

7.1.5 Normatieve bezetting groepsaccommodaties

Landelijk varieert de slaappleatsbezetting bij groepsaccommodaties van 17-21% (bron: CBS). Voor de regio Hart van Brabant beschouwen wij 19% slaappleatsbezetting als normatief.

7.2 Marktruimte per sector

7.2 Marktruimte per sector

7.2.1 Marktruimte algemeen

Om de marktruimte in de Regio Hart van Brabant tot 2020 te bepalen, zijn de volgende stappen doorlopen:

- De omvang van de huidige vraag in de regio is vastgesteld in hoofdstuk 3, met als peiljaar 2014. Daar is ook vastgesteld hoe de vraag is verdeeld over de vier relevante vraagsegmenten: de toeristisch individuele, de groepstoeristische, de zakelijke en de MICE-markt.
- Vervolgens is, op basis van macro-economische en regionale ontwikkelingen, in paragraaf 6.2 t/m 6.5 voor elk type verblijfsaccommodatie en voor elk vraagsegment geraamd wat naar verwachting de ontwikkeling van de vraag zal zijn in de komende vijf jaar, in een meer behoudende en in een meer optimistische variant.
- Met behulp van deze groeicijfers kan de omvang van de vraag in 2020 theoretisch worden vastgesteld. Aan de hand van de normatieve bezetting (paragraaf 7.1) kan worden berekend wat daarbij een passend aantal kamers of slaapplaatsen is. Het verschil tussen dat aantal en het huidige echte aantal is de (theoretische) marktruimte.
- De marktruimte wordt voor een deel al ingevuld door bouwplannen waarvan wij de kans van slagen als hoog hebben beoordeeld (zie hoofdstuk 5). Wat er eventueel resteert aan marktruimte, kan nog door de markt worden ingevuld.

In navolgende paragrafen wordt per verblijfsaccommodatietype berekend wat er resteert aan marktruimte. In hoeverre de regio of de gemeenten invulling van die resterende ruimte kunnen of willen beïnvloeden, wordt besproken in hoofdstuk 8 (beleidsaanbevelingen).

7.2.2 Marktruimte hotellerie

In paragraaf 6.2 is berekend dat – bij een behoudend scenario – een groei van +6,6% van de hotelvraag verwacht wordt in Hart van Brabant tussen 2015 en 2020. Bij een optimistisch scenario is dat +14,8%. De tabel toont dat deze groei leidt tot 439.000 à 473.000 kamernachten in 2020. Bij een normatieve kamerbezetting van 62,5% zou dan een aanbod van 1.925 tot 2.073 kamers gerechtvaardigd zijn. Omdat de extra kamers ook een eigen markt meenemen – door ons ingeschat op een eigen kamerbezetting van 30% - kunnen er nog 82 tot 153 kamers extra bijkomen. Totaal dus 2.007 tot 2.226 kamers. Ten opzichte van het huidige aanbod van 1.753 kamers, betekent dat een marktruimte van 254 tot 473 kamers.

Marktruimte Hart van Brabant voor nieuwe hotelkamers

HART VAN BRABANT - HOTELS	BEHOUDEND SCEN.		OPTIMISTISCH SCEN.	
	aantal hotel-kamers	aantal verhuurde kamers	aantal hotel-kamers	aantal verhuurde kamers
Actuele situatie regio Hart van Brabant	1.753	412.000	1.753	412.000
voorzien groei vraagmarkt per jaar		1,1%		2,3%
voorzien groei vraagmarkt hele periode 2015-2020		6,6%		14,8%
situatie bij normatieve kamerbezetting van 62,5%	1.925	439.200	2.073	472.800
mogelijke toename aantal kamers en kamernachten t.o.v. eind 2014 o.b.v. autonome groei vraagmarkt	172	27.200	320	60.800
extra verhuurde kamers in 2020 door 'eigen markt' nieuwe hotelkamers (30% KB)	82	18.800	153	35.000
gecorrigeerde situatie, bij normatieve KB 62,5%	2.007	458.000	2.226	507.800
Totale groei kamernachten t.o.v. 2014		46.000		95.800
mogelijke toename aantal hotelkamers (afgerond)	254		473	

7.2 Marktruimte per sector

In Hart van Brabant zijn vrijwel zekere bouwplannen voor 222 nieuwe hotelkamers (zie paragraaf 5.1). De berekening laat zien dat er voor al deze kamers marktruimte is. Voor *nieuwe* initiatieven resteert dan in de hele regio tot 2020 nog slechts voor 32 tot 251 kamers marktruimte (zie onderstaande tabel).

Marktruimte voor nieuwe hotelinitiatieven

HART VAN BRABANT - HOTELS		Aantal hotelkamers	
		Behoudend scenario	Optimistisch scenario
aantal hotelkamers eind 2014	A	1.753	1.753
ruimte in de markt voor extra hotelkamers tot 2020			
1. door autonome groei vraagmarkt		172	320
2. door extra vraag vanuit nieuwe hotelkamers		82	153
totale ruimte voor extra hotelkamers tot 2020	B	254	473
theoretisch wenselijk aantal hotelkamers eind 2020	A+B	2.007	2.226
totale ruimte voor extra hotelkamers	B	254	473
vrijwel zekere nieuwbouwplannen hotels regio HvBr	C	222	222
theoretische ruimte voor nieuwe initiatieven tot 2020	D=B-C	32	251

7.2.3 Marktruimte vakantiewoningen

Op dezelfde wijze als in de vorige paragraaf over hotels, kan de marktruimte voor vakantiewoningen worden bepaald. Dit aan de hand van de begrote groei van de vraagmarkt in paragraaf 6.3. Hier betreft het geen kamers/kamernachten maar bedden/overnachtingen. De tabel rechtsboven laat zien dat deze groei leidt tot 1,19 à 1,3 miljoen overnachtingen in 2020. Bij een normatieve bedbezetting van 35% zou dan een aanbod van 9.334 tot 10.197 bedden gerechtvaardigd zijn.

Marktruimte Hart van Brabant voor nieuwe bedden in vakantiewoningen

HART VAN BRABANT - VAKANTIEWONINGEN	BEHOUDEND SCEN.		OPTIMISTISCH SCEN.	
	aantal slaapplaatsen	aantal overnachtingen	aantal slaapplaatsen	aantal overnachtingen
Actuele situatie regio Hart van Brabant	7.975	1.120.000	7.975	1.120.000
voorzien groei vraagmarkt per jaar		1,1%		2,6%
voorzien groei vraagmarkt hele periode 2015-2020		6,5%		16,3%
situatie bij normatieve bedbezetting van 35%	9.334	1.192.400	10.197	1.302.700
mogelijke toename bedden en overnachtingen t.o.v. eind 2014 o.b.v. autonome groei vraagmarkt	1.359	72.400	2.222	182.700
extra overnachtingen in 2020 door 'eigen markt' nieuwe vakantiewoningen (15% BB)	582	74.400	953	121.700
gecorrigeerde situatie, bij normatieve BB 35%	9.916	1.266.800	11.150	1.424.400
Totale groei overnachtingen t.o.v. 2014		146.800		304.400
mogelijke toename aantal bedden	1.941		3.175	

Omdat de extra bedden ook een eigen markt meenemen – door ons ingeschat op een eigen bedbezetting van 15% – kunnen er nog 582 tot 953 bedden extra bijkomen. Totaal dus 9.916 tot 11.150 kamers. Ten opzichte van het huidige aanbod van 7.975 bedden betekent dat een marktruimte van 1.941 tot 3.175 bedden in vakantiewoningen.

In Hart van Brabant zijn vrijwel zekere bouwplannen voor 437 nieuwe vakantiewoningen (2.590 bedden) (zie paragraaf 5.2). De berekening laat zien dat er niet voor al deze kamers marktruimte is (zie de tabel op de volgende pagina). In het behoudende scenario is er een overschot aan planvoorraad van 649 bedden. Maar in het optimistische scenario is nog ruimte voor *nieuwe* initiatieven met 585 bedden.

Hier zou je in grote lijnen kunnen spreken van marktevenwicht: alleen voor de zekere plannen is marktruimte. Daarna is de markt 'vol' tot 2020.

7.2 Marktruimte per sector

Marktruimte voor nieuwe initiatieven voor vakantiewoningen

HART VAN BRABANT - VAKANTIEWONINGEN		Aantal slaapplekken	
		Behoudend scenario	Optimistisch scenario
aantal bedden eind 2014	A	7.975	7.975
ruimte in de markt voor extra bedden tot 2020			
1. door autonome groei vraagmarkt		1.359	2.222
2. door extra vraag vanuit nieuwe bedden		582	953
totale ruimte voor extra bedden tot 2020	B	1.941	3.175
theoretisch wenselijk aantal bedden eind 2020	A+B	9.916	11.150
totale ruimte voor extra bedden	B	1.941	3.175
vrijwel zekere nieuwbouwplannen bedden	C	2.590	2.590
theoretische ruimte voor nieuwe initiatieven tot 2020	D=B-C	-649	585

7.2.4 Marktruimte campings: berekening volgens alternatief model

Bij de campings is de voorgaande – vrij theoretische – methode niet bruikbaar. Omdat de slaappleksbezetting van de campings zoals in hoofdstuk 3 berekend (22% in 2014) ver uitgaat boven de normatieve bezetting van 7,5%, zou een theoretische marktruimte van tienduizenden extra slaapplekken ontstaan. Simpelweg omdat al die overnachtingen – door de lage normatieve bezetting – over veel meer campings zouden kunnen worden verdeeld, voordat de gemiddelde slaappleksbezetting is gezakt tot de ‘norm’ van 7,5%.

En dat, terwijl er een daling van de vraag is voorspeld (zie paragraaf 6.4) en de bezetting van de toeristische slaapplekken op de bestaande campings al enkele jaren aan het dalen is (zie paragraaf 3.4).

Alternatieve methode voor marktruimteberekening

Gezien voorgaande hebben we voor een alternatieve methode gekozen. Daarbij wordt niet gekeken naar de huidige bezetting van de sector maar alleen naar de *normatieve* bezetting. Indien die wordt toegepast op het huidige aantal van 13.430 slaapplekken in de campingsector, dan zou het aantal overnachtingen 368.000 bedragen. Uitgaande van een vraagprognose van -/-1% tot +6,7%, zou dan marktruimte zijn voor -/-170 tot + 1.270 slaapplekken, bij een behoudend versus een optimistisch scenario (zie de tabel).

Marktruimte Hart van Brabant voor nieuwe bedden op campings

HART VAN BRABANT - CAMPINGS	BEHOUDEND SCEN.		OPTIMISTISCH SCEN.	
	toerist. slaapplekken	aantal overnachtingen	toerist. slaapplekken	aantal overnachtingen
Actuele situatie regio Hart van Brabant	13.430	368.000	13.430	368.000
voorzien groei vraagmarkt per jaar		-0,2%		1,1%
voorzien groei vraagmarkt hele periode 2015-2020		-1,0%		6,7%
situatie bij normatieve slaappleksbezetting van 7,5%	13.308	364.300	14.338	392.500
mogelijke toename slaapplekken en overnachtingen t.o.v. eind 2014 o.b.v. autonome groei vraagmarkt	-122	-3.700	908	24.500
extra overnachtingen in 2020 door 'eigen markt' nieuwe campings (3% slaappleksbezetting)	-47	-1.300	362	9.900
gecorrigeerde situatie, bij normatieve BB 7,5%	13.260	363.000	14.700	402.400
Totale groei overnachtingen t.o.v. 2014		-5.000		34.400
mogelijke toename aantal toeristische slaapplekken	-170		1.270	

Het binnenhalen van een extra eigen markt wordt hier op een slaappleksbezetting van 3% geschat. Rekening houdend met vrijwel zekere plannen (voor 600 slaapplekken), resteert een marktruimte van -/-769 tot + 670 slaapplekken (zie de tabel op de volgende pagina). Met andere woorden, bij een neutrale blik is de campingmarkt ongeveer ‘vol’ tot 2020.

7.2 Marktruimte per sector

Marktruimte voor nieuwe initiatieven voor campings

HART VAN BRABANT - CAMPINGS		Aantal slaappleaatsen	
		Behoudend scenario	Optimistisch scenario
aantal toeristische slaappleaatsen eind 2014	A	13.430	13.430
ruimte in de markt voor extra slaappleaatsen tot 2020			
1. door autonome groei vraagmarkt		-122	908
2. door extra vraag vanuit nieuwe slaappleaatsen		-47	362
totale ruimte voor extra slaappleaatsen tot 2020	B	-169	1.270
theoretisch wenselijk aantal slaappleaatsen eind 2020	A+B	13.261	14.700
totale ruimte voor extra toeristische slaappleaatsen	B	-169	1.270
vrijwel zekere nieuwbouwplannen toer. slaappleaatsen	C	600	600
theoretische ruimte voor nieuwe initiatieven tot 2020	D=B-C	-769	670

Marktruimte voor nieuwe bedden in groepsaccommodaties

HART VAN BRABANT - GROEPSACCOMMODATIES	BEHOUDEND SCEN.		OPTIMISTISCH SCEN	
	aantal slaappleaatsen	aantal overnachtingen	aantal slaappleaatsen	aantal overnachtingen
Actuele situatie regio Hart van Brabant	2.483	172.000	2.483	172.000
voorzien groei vraagmarkt per jaar		0,8%		2,1%
voorzien groei vraagmarkt hele periode 2015-2020		5,1%		13,2%
situatie bij normatieve slaappleaatsbezetting van 19%	2.607	180.800	2.806	194.600
mogelijke toename slaappleaatsen en overnachtingen t.o.v. eind 2014 o.b.v. autonome groei vraagmarkt	124	8.800	323	22.600
extra overnachtingen in 2020 door 'eigen markt' nieuwe groepsaccommodaties (10% BB)	65	4.500	170	11.800
gecorrigeerde situatie, bij normatieve BB 19%	2.672	185.300	2.976	206.400
Totale groei overnachtingen t.o.v. 2014		13.300		34.400
mogelijke toename aantal slaappleaatsen	189		493	

7.2.5 Marktruimte groepsaccommodaties

Bij de groepsaccommodaties doet zich hetzelfde voor als bij de campings. Ook hier ligt de – op basis van de enquête – vastgestelde slaappleaatsbezetting (rond de 66%) ver boven de landelijke normatieve bezetting van 19%. Er zou – op een huidig aanbod van 2.500 bedden – theoretisch marktruimte voor duizenden nieuwe bedden ontstaan, wat niet realistisch is. Daarom kiezen we hier voor dezelfde alternatieve methode als bij de campings.

Zoals getoond in beide tabellen rechts kan worden berekend dat er, rekening houdend met de zekere bouwplannen (die zeer beperkt in omvang zijn) marktruimte is voor *nieuwe* initiatieven met 169 tot 473 bedden.

Marktruimte voor nieuwe initiatieven voor groepsaccommodaties

HART VAN BRABANT - GROEPSACCOMMODATIES		Aantal bedden	
		Behoudend scenario	Optimistisch scenario
aantal slaappleaatsen eind 2014	A	2.483	2.483
ruimte in de markt voor extra slaappleaatsen tot 2020			
1. door autonome groei vraagmarkt		124	323
2. door extra vraag vanuit nieuwe slaappleaatsen		65	170
totale ruimte voor extra slaappleaatsen tot 2020	B	189	493
theoretisch wenselijk aantal slaappleaatsen eind 2020	A+B	2.672	2.976
totale ruimte voor extra slaappleaatsen	B	189	493
vrijwel zekere nieuwbouwplannen slaappleaatsen	C	20	20
theoretische ruimte voor nieuwe initiatieven tot 2020	D=B-C	169	473

8. Beleidsaanbevelingen



8.1 Beleidsaanbevelingen logiesaanbod (1)

In dit hoofdstuk geven we aanbevelingen voor de betrokken overheden en andere stakeholders met betrekking tot de logiesector in Hart van Brabant. Eerst gaan we in op de mogelijkheden van uitbreiding van het aanbod (8.1). Daarna volgen er beleidsaanbevelingen met betrekking tot de verblijfssector zelf en aanbevelingen voor flankerend beleid.

8.1 Beleidsaanbevelingen logiesaanbod

8.1.1 Hotels

Tijdelijk overdimensionering toelaten

In paragraaf 7.2.2 is geconstateerd dat er voor nieuwe hotelkamers in de regio Hart van Brabant beperkt marktruimte is. Bij de aanbodanalyse werd vastgesteld dat het aanbod in de regio grotendeels evenwichtig is. Het aanbod in het segment kwalitatief hoogwaardig en van wat meer bijzondere accommodaties blijkt echter beperkt.

Om die reden kan het nuttig zijn om (tijdelijk) overdimensionering in de hotelplanning toe te laten (lees: extra marktruimte geven). Dit maakt het mogelijk om specifieke hotelplannen toe te kunnen laten. Denk aan niche hotels met een sterke eigen vraagmarkt. Of hotels op bepaalde plekken in de regio waar vestiging van een hotel van grote waarde is voor de locatieontwikkeling, bijvoorbeeld bij binnenstedelijke herstructurering (zoals Spoorzone Tilburg). Ook kwam uit de benchmark dat Hart van Brabant een beperkt hotelaanbod heeft. Deze plannen/aanvragen moeten dan wel aan een aantal voorwaarden voldoen (zie verderop), en de totale omvang van deze plannen, indien toegelaten, dient begrenst te worden.

Wij stellen de regio voor om de komende vier jaar plannen te faciliteren tot een totaal van 500 kamers. Bestaande plannen die juridisch-planologisch al een 'point of no return' zijn gepasseerd, gaan van deze planvoorraad van 500 kamers af, op het moment dat realisatie 100% zeker is. Waar dat nog mogelijk is, moeten bestaande plannen worden getoetst aan het verderop voorgestelde beoordelingskader. Als ze aan de doelstelling van het verbeteren van het hotelaanbod bijdragen en de extra

marktruimte nog niet is benut, werken de gemeenten mee binnen hun bevoegdheden. Indien een plan daar niet aan bijdraagt, is het raadzaam om geen vergunning te verstrekken c.q. niet mee te werken aan realisatie.

Waar het nieuwe aanbod kan komen, zou op regionaal niveau kunnen worden afgestemd. We beseffen dat dit niet afdwingbaar is aangezien gemeenten autonoom zijn om binnen ruimtelijke kaders (op lokaal niveau of provincieniveau vastgesteld) hun eigen afwegingen te maken. Ook is het primair de markt die besluit welke locatie/welk gebied geschikt is voor nieuwvestiging. Maar de regio is er bijvoorbeeld niet bij gebaat als een flink deel van de beperkte marktruimte zou worden 'opgeslokt' door bijvoorbeeld een groot hotelplan op een bedrijventerrein in Tilburg. Toeristisch schiet de regio daar in ieder geval weinig mee op.

Wij raden de gemeenten binnen de regio aan om gezamenlijk, op basis van dit onderzoek en eigen plannen binnen de gemeenten, het onderwerp verblijfsaccommodaties toe te voegen aan (en te integreren in) de reeds bestaande Kanskaart Leisure. De kanskaart sluit geen gebieden uit voor verblijfsaccommodaties, maar 'kansengebieden' hebben wel 'een streepje voor'.

Toetsingskader voor toevoegingen aan de markt

Hieronder formuleren wij een aantal mogelijke criteria voor de beoordeling van hotelplannen. Eventueel kan de regio, of een individuele gemeente, naar eigen behoefte nog criteria toevoegen, hoewel een uniforme benadering bijdraagt aan transparantie naar de markt toe.

Plannen worden positief beoordeeld – tot zover er marktruimte is – als ze voldoen aan onderstaande criteria.

- Bijzonder karakter, op alle drie of tenminste twee (keuze maken) van onderstaande aspecten:
 - Pand: gebruik historisch pand, of juist bijzondere nieuwbouw;
 - Concept: onderscheidend, uitzonderlijk;

8.1 Beleidsaanbevelingen logiesaanbod (2)

- Aanvullende voorzieningen, onderscheidend en van voldoende omvang, waardoor het eigen doelgroepen trekt die dit niet in andere hotels in de regio kunnen vinden.
- Flankerend beleid: de gemeente waar het initiatief valt, dient beleid te hebben geformuleerd waarin groei van het hotelaanbod opgenomen is. Bovendien dient de gemeente een actief toeristisch promotiebeleid te hebben, bij voorkeur afgestemd met andere gemeenten in de regio.
- Stedenbouwkundige criteria: op gemeenteniveau nader vast te stellen.
- Locaties: liggend in een kansengebied (op gemeenteniveau, in overleg met de regio, nader vast te stellen).
- Een onderbouwing van de initiatiefnemer, waarom hij/zij van mening is dat de hotelontwikkeling extra vraag naar de regio trekt.

De criteria zullen verder moeten worden uitgewerkt en zo concreet en meetbaar mogelijk worden gemaakt. Toetsing zal zowel bij nieuwe initiatieven als bij uitbreiding van bestaande hotels worden toegepast. Binnen de Regio Hart van Brabant dient onderlinge afstemming van de toetsingsresultaten, van de mutaties in het aanbod en van de resterende marktruimte plaats te vinden.

8.1.2 Vakantieparken

Vakantieparken: ondanks marktevenwicht, specifieke uitbreiding toestaan

In paragraaf 7.2.3 is geconstateerd dat er min of meer marktevenwicht is als alle vrijwel zekere plannen doorgaan. Desalniettemin zijn er nog meer plannen voor vakantieparken. Sommige daarvan kunnen bijdragen aan de kwaliteit van het voorzieningenniveau in de regio. Bijvoorbeeld door een nieuw aantrekkelijk park, of door – via uitbreiding – een bestaand park meer marktkracht en draagkracht voor extra faciliteiten te geven.

Juist in de sector vakantiewoningen geldt ook dat aanbod vraag creëert. Al wil dat niet zeggen dat je de markttrends kunt negeren en zomaar vakantiewoningen bij zou kunnen bouwen. Voor dit segment geldt:

- Door het seizoenpatroon en het grote aanbod in Nederland is het lastig om rendabel te draaien;
- Om te kunnen renderen is een bovengemiddelde bezetting nodig;
- Dat lukt alleen met een combinatie van de volgende voorwaarden:
 - hoogwaardige voorzieningen (ook centrumvoorzieningen*);
 - sterke marketing/marktpositie (wat eigenlijk alleen door ketens kan worden gerealiseerd)
 - een voldoende grote schaal (t.b.v. centrumvoorzieningen)

Nieuwe parken die aan deze voorwaarden voldoen, zouden naar ons idee de kans moeten krijgen zich te vestigen in de regio. De beoordeling of een nieuw plan hieraan voldoet, moet in samenhang met deze drie voorwaarden gebeuren. Deze zouden op regioniveau of per gemeente SMART moeten worden gemaakt. Daarnaast moeten bestaande parken, met name kleinere, de mogelijkheid hebben om uit te breiden indien dat nodig is voor de continuïteit en/of de kwaliteit van het park.

Qua aantal zou je voorsnog uit kunnen gaan van maximaal zo'n 700 nieuwe woningen (3.500 slaapplekken). Evenals bij hotels dienen bestaande plannen die juridisch-planologisch al een 'point of no return' zijn gepasseerd, van deze planvoorraad van 700 woningen af te gaan, op het moment dat realisatie 100% zeker is. Waar dat nog mogelijk is, moeten bestaande plannen worden getoetst aan het voorgestelde beoordelingskader.

8.1.3 Campings

Schaalvergroting en versterking toestaan om vernieuwing te faciliteren

In paragraaf 7.2.4 is geconstateerd dat er een zeer marginale marktruimte is voor nieuwe campings in de regio. Bovendien is, in tegenstelling tot de hotelmarkt en vakantiewoningenmarkt, in de campingmarkt niet of nauwelijks sprake van groei, en mogelijk zelfs van krimp. Daarnaast dragen traditionele kampeerplaatsen niet of nauwelijks bij aan

* Aan de voorwaarde van jaarrond centrumvoorzieningen (zoals een overdekt zwembad, voldoende recreatievoorzieningen, e.d.) kan ook worden voldaan indien het vakantiepark direct is gekoppeld aan een sterke dagrecreatieve voorziening (zoals de Efteling of de Beekse Bergen).

8.1 Beleidsaanbevelingen logiesaanbod (3)

het vergroten van de 'jaarrond-capaciteit' in de regio, terwijl dat juist een van de speerpunten van beleid is. Om die redenen, en om te voorkomen dat de bestaande campings het nog moeilijker krijgen, zijn wij voorstander om alleen aan *bestaande* campings ruimte te geven om te vernieuwen en eventueel ook om te groeien.

Om te kunnen vernieuwen, kan namelijk schaalvergroting onvermijdelijk zijn. Wij stellen voor om bestaande bedrijven toe te staan om uit te breiden met maximaal 100% van hun huidige capaciteit aan toeristische standplaatsen, dus maximaal een verdubbeling daarvan. Daarbij zou ook nog een absoluut maximum kunnen worden gehanteerd (bijvoorbeeld maximaal 50 toeristische plaatsen). Deze regeling zou ook kunnen gelden voor bedrijfsverplaatsing, onder de voorwaarde dat de oude locatie niet meer beschikbaar blijft voor verblijfsaccommodaties (in ieder geval niet voor een camping). Om wildgroei en verrommeling van het landschap te voorkomen, is het raadzaam om deze regeling niet te laten gelden voor minicampings of hooguit tot het maximum aantal standplaatsen dat binnen de gemeente geldt.*

In aanvulling hierop zou, om de sector 'ademruimte' te geven, gedeeltelijke 'verstening' kunnen worden toestaan voor bestaande campings, als dat hun overlevingskans vergroot. Maar dan alleen in aanvulling op een upgrade van de camping. Wanneer een camping (noodgedwongen) sluit, ontstaat er marktruimte voor een nieuwe camping, binnen de gemeente of elders in de regio. Een nieuwe camping zou in dat geval zich volledig moeten richten op verhuur van toeristische plaatsen en dient - bij sterke voorkeur - een vernieuwend concept te zijn (bijvoorbeeld *glamping*) dat past bij de gewenste profilering/doelgroepenstrategie van de regio.

Ook ruimte voor een aantal mini-campings

Omdat wel sprake is van enige groei in kleinschalig kamperen, zou er beperkte ruimte kunnen worden geboden om nog een aantal minicampings* in de regio toe te laten. Hoeveel, zou in regioverband moeten worden vastgesteld. Wij denken aan maximaal acht nieuwe mini-campings in de gehele regio.

8.1.4 Groepsaccommodaties

Groepsaccommodaties: geen actief beleid op voeren

In deze sector is nog marktruimte voor 200 tot 500 bedden. Er zijn echter nauwelijks plannen voor nieuwe groepsaccommodaties of uitbreiding daarvan. Gezien de (extra) marktruimte die wordt gevraagd in de drie andere sectoren, raden wij aan om bij de groepsaccommodaties niet actief aan te sturen op groei van het aanbod. Ook omdat een aantal plannen voor vakantieparken (zoals Efteling Bosrijk) zich ook deels op de groepsaccommodatiemarkt gaan richten. Als er vanuit de markt zelf initiatieven komen, stellen wij voor deze toe te laten – mits passend binnen ruimtelijk en ander beleid – tot het maximum van 500 bedden in de periode tot 2020 in de hele regio.

Ontwikkelingen binnen deelsectoren beïnvloeden de andere sectoren

In hun beleidsvorming moeten overheden rekening houden met de wederzijdse invloed die de logiessectoren op elkaar hebben. De komst van een groot nieuw vakantiepark kan bijvoorbeeld leiden tot minder toeristische vraag naar hotelkamers in de regio. Indien de marktruimte in alle deelsectoren maximaal zou worden benut, vergroot dat de onderlinge concurrentie tussen deze sectoren.

Daar staat overigens tegenover dat een omvangrijker totaalaanbod ook kan leiden tot meer kritische massa waarmee de regio haar positie als toeristische verblijfsdestinatie juist kan versterken. En dat kan – door schaaffecten – weer tot extra vraag leiden.

Desalniettemin is het goed mogelijk dat indien in alle deelsectoren de maximale marktruimte zou worden benut, er alsnog een situatie van overaanbod ontstaat. Zeker indien dit gepaard gaat met bijvoorbeeld economische tegenwind. Het is daarom raadzaam als de Regio de vinger aan de pols houdt en over enkele jaren de stand van zaken in de sector – samen met de brancheverenigingen – tussentijds evalueert.

8.2 Beleidsaanbevelingen algemeen (1)

8.2.1 Beleidsaanbevelingen accommodatie-gerelateerd

Regio moet keuzes maken bij toestaan nieuwe verblijfsaccommodaties

We zagen dat er weliswaar marktruimte is in een aantal verblijfssectoren, maar dat deze niet onbeperkt is, en dat niet iedere toevoeging van nieuwe verblijfsaccommodaties een verbetering betekent voor het toeristisch product van Hart van Brabant. Bovendien betekent meer aanbod in de ene sector, dat andere verblijfssectoren meer onder druk komen te staan. De regio zal zich dan ook moeten inspannen om te grote en snelle groei te voorkomen. Dat betekent, op basis van de aanbevelingen in deze rapportage, dat er keuzes moeten worden gemaakt: wat staan we wel en niet toe, op welke plaatsen. Wat stimuleren we en wat remmen we af. Kiezen voor kwaliteit en voor onderscheidendheid. De regio kan naleving van dergelijke afspraken niet afdwingen, maar een collectief commitment – en je daaraan houden – maakt dat iedere belanghebbende zich meer bewust zal zijn van zijn of haar verantwoordelijkheid hierin.

Geen extra marktruimte voor logiesaanbod ten behoeve van mogelijke komst grote attracties

Bij al hetgeen hiervoor is opgeschreven over mogelijke groei van het aanbod aan logiesaccommodaties, is uitgegaan van de in dit rapport beschreven ontwikkelingen in de regio met betrekking tot het toeristisch voorzieningenniveau en economische ontwikkelingen. Géén rekening is echter gehouden met de – door onder andere Midpoint – gewenste komst van een of twee grootschalige attracties. Wij zijn van mening dat die komst tot een nieuwe dynamiek zou leiden, die het nodig maakt om de marktruimte in de diverse sectoren te heroverwegen. Het is niet verstandig en niet realistisch om daar nu al rekening mee te houden. Daarvoor duurt de ontwikkelingscyclus van dergelijke attracties te lang. Bovendien is de kans groot dat zo'n nieuwe attractie zelf eigen logiesaanbod wil creëren. Kijk bijvoorbeeld naar de vele verblijfsvoorzieningen verbonden aan Disneyland Parijs.

“Verdubbeling aantal winterharde bedden” is nagenoeg gerealiseerd

Een van de ambities van Midpoint is “verdubbeling van het aantal winterharde bedden, van 7.500 naar 15.000” (zie paragraaf 6.1). Midpoint nam in haar berekeningen alleen de bedden in hotels en vakantiehuizen mee (7.500 anno 2012). Dit aantal ligt nu op bijna 11.500 (een groei van 4.000 bedden).^{*} Dat betekent dat er tussen de ambitie van Midpoint voor 2025 en het huidige aanbod nog een gat zit van 3.500 bedden. De door ons berekende en aanbevolen marktruimte betreft totaal (maximaal) 4.500 bedden in hotels en vakantieparken. Dit impliceert dat - mocht de marktruimte volledig benut worden – de ambitie van 15.000 winterharde bedden al in 2020 (of eerder) gerealiseerd zal zijn.

Ontwikkel beleid huisvesting arbeidsmigranten

Uit het onderzoek komt naar voren dat de onderkant van de markt in Hart van Brabant het moeilijk heeft. In gemeenten als Oisterwijk zijn relatief veel parken die onvoldoende met de tijd zijn meegegaan. Sommigen ‘lossen dat op’ door in te zetten op permanente verhuur en verhuur aan arbeidsmigranten. Daar is in principe niets mis mee, maar als dat niet op een nette manier gebeurt, gaat dat ten koste van de betreffende mensen, van recreatieve medegasten op die parken en van het (toeristisch) imago van de regio. Wij adviseren om op regionaal niveau beleid te ontwikkelen om 1) deze problemen te onderkennen en te inventariseren (wat in Oisterwijk al gaande is) 2) eventueel vitaliseringsbeleid te formuleren om deze parken een stimulans te geven (zie bijvoorbeeld het programma Vitale Vakantieparken Noord-Veluwe) en 3) huisvestingsbeleid voor arbeidsmigranten te ontwikkelen zodat misbruiksituaties en overlast worden voorkomen.

Camperplaatsen

De campermarkt is te klein om daar marktruimteberekeningen op los te laten. Maar het is wel een groeiemarkt, en meer aanbod in dit segment draagt ook bij aan verbreding en versterking van het toeristisch/recreatieve product binnen de regio. Omdat het niet om grote aantallen

^{*} We merken op dat deze groei ook ten dele verklaard kan worden door registratieverschillen tussen het voorliggende onderzoek en de cijfers van Midpoint.

8.2 Beleidsaanbevelingen algemeen (2)

en omvangrijke bestedingen gaat, is stimulerend beleid in onze ogen niet per se nodig is. Beleid zal zich, zoals ook nu veelal het geval is, vooral richten op voorkoming van overlast, bijvoorbeeld door wildparkeren.

Campers zouden in principe van gereguleerde camperplaatsen gebruik moeten maken. Indien er op een bepaalde locatie sprake is van structurele overlast door 'wildcamperaars', dan dient in eerste instantie gekeken te worden naar mogelijke oplossingen door middel van het aanbieden van locaties door de private sector. Mocht dit niet tot een oplossing leiden, dan kan alsnog door de gemeente in kwestie besloten worden om zelf camperplaatsen aan te leggen. Om oneerlijke prijsconcurrentie te voorkomen is het hierbij wel aan te bevelen dat voor de camperplaatsen tarieven worden gehanteerd die in lijn zijn met de tarieven voor commerciële camperplaatsen elders in de regio.

Voor het realiseren van nieuwe camperplaatsen, zou de voorkeur moeten uitgaan naar plaatsen bij bestaande verblijfsaccommodaties. Daardoor kan er gebruik worden gemaakt van beschikbare voorzieningen zoals sanitair, shops en horeca, zodat daarmee wederzijds synergie ontstaat. Nieuwe solitaire locaties zouden alleen moeten worden toegestaan als er voldoende basisvoorzieningen worden aangeboden en er een overnachtingsvergoeding kan worden gevraagd.

Zorgen voor gelijk speelveld bij vakantieverhuur

In hoofdstuk 2 werd ingegaan op AirBnB en de toekomstige groei van vakantieverhuurders. Deels zorgen deze voor extra overnachtingen in de regio, maar er is ook wezenlijke concurrentie met de reguliere accommodatieverschaffers. De gemeente Amsterdam is dit jaar een samenwerking gestart met AirBnB op het gebied van regelgeving en handhaving. Wellicht kan er op bovenregionaal (landelijk, ..) niveau verkend worden hoe deze Amsterdamse regels (of onderdelen hiervan)

ook in de regio kunnen gaan gelden. Het betreft onder andere:

- Een site voor verhuurders met daarop informatie over particuliere vakantieverhuur, en links naar de regels die daarvoor gelden;
- Actief informeren van verhuurders over de geldende regels door AirBnB en het akkoord gaan met deze regels als voorwaarde stellen om te mogen verhuren via AirBnB;
- Innen van toeristenbelasting door AirBnB namens de verhuurders;
- Samenwerking tussen de gemeente/regio, AirBnB en andere stakeholders (institutionele huiseigenaren/verhuurders zoals woningcorporaties) om illegale verhuur aan te pakken. In Amsterdam zijn diverse rechtszaken gewonnen door huiseigenaren om te voorkomen dat hun huurders actief worden in deze markt.

In zijn algemeenheid geldt dat veel afhangt van hoe overheden omgaan met regelgeving rondom dit fenomeen én de handhaving daarvan.

Niet dwingend sturen op specifieke ontwikkellocaties

Op locaties met de juiste bestemming kunnen gemeenten de komst van nieuwe verblijfsaccommodaties niet beïnvloeden. Overheden kunnen marktpartijen ook niet dwingen om op die locaties juist wel of juist niet bepaalde verblijfsvoorzieningen te realiseren. Wel kunnen gemeenten, vanuit lokaal beleid, ontwikkelingen op bepaalde locaties stimuleren, zoals de Spoorzone in Tilburg of KVL in Oisterwijk. Daartoe kunnen gemeenten of de regio actief acquisitie inzetten (zie verderop). Tenslotte kunnen initiatiefnemers zelf met plannen komen op locaties waar niet de juiste bestemming op rust. Alleen in die laatste situatie zullen overheden de eerder genoemde toetsingscriteria (moeten) inzetten om te zorgen dat op die locaties alleen gewenste ontwikkelingen plaatsvinden. Er is relatief weinig marktruimte, dus de gemeenten zouden hun invloed moeten uitoefenen om die marktruimte op de juiste wijze aan te wenden. Maar initiatiefnemers dwingend naar bepaalde locaties dirigeren zou ons inziens te ver gaan.

8.2 Beleidsaanbevelingen algemeen (3)

8.2.2 Beleidsaanbevelingen flankerend beleid

Blijf investeren in regiomarketing

De regio zal moeten blijven investeren in regiomarketing via VisitBrabant. Ook om te zorgen voor afstemming tussen lokale en regionale promotie-activiteiten, om zo wildgroei van bijvoorbeeld promotionele websites te voorkomen, die contra-productief kunnen zijn met betrekking tot de profilering van de regio. Specifiek zal er extra aandacht moeten worden besteed aan de buitenlandse markt, aangezien de regio wat betreft inkomende overnachtingen flink achterblijft bij de rest van Nederland, terwijl dit juist een sterke groeimarkt is. Idealiter lopen de nieuwe ontwikkelingen van verblijfsaccommodaties in lijn met de marketingstrategie die VisitBrabant voor de provincie uitvoert.

VisitBrabant geeft aan dat de toeristische groei gerealiseerd moet worden bij de bovenregionale (Nederlandse en buitenlandse) *short breaker*. Deze doelgroep heeft met name behoefte aan verblijfsaccommodaties in het (middel)hoge segment. Ook concepten die een zekere belevingswaarde hebben en/of aansluiten bij de identiteit(en) en cultuurhistorie van de regio (denk bijvoorbeeld aan de textielindustrie in Tilburg) zijn van meerwaarde. Het huidige verblijfsaanbod in Noord-Brabant speelt hier maar ten dele op in.

Bij de beoordeling van plannen (zie paragraaf 8.1) kunnen eventueel extra criteria gehanteerd worden die ervoor zorgen dat de toe te laten plannen (beter) aansluiten bij de ontwikkeling van toerisme in de provincie.

Recente stappen Midpoint ter ondersteuning sector spelen in op behoefte

Door verblijfsrecreatieondernemers worden twee belangrijke belemmeringen bij de realisatie van nieuwe ontwikkelingen aangedragen. Namelijk 1) het lastig kunnen verkrijgen van financiering bij de reguliere banken en 2) de soms onvoldoende ambtelijke kwaliteit/capaciteit bij de lokale overheden om ingediende plannen adequaat te kunnen beoordelen. Vanuit Midpoint is recent het House of Leisure opgericht (met daarin het

leisure loket dat als één loket voor alle planindieners zal fungeren) alsmede een Investeringsfonds. Deze nieuwe diensten lijken duidelijk in te spelen op de geconstateerde behoeften in de markt. Een goede zet dus.

Actieve acquisitie

Geen van de gemeenten voert een actief acquisitiebeleid om verblijfsaccommodaties naar hun gemeente te trekken. Voordeel daarvan is dat er geen (ongezonde) concurrentie tussen gemeenten plaatsvindt in de 'strijd' om marktpartijen. Op regionaal niveau heeft het House of Leisure sinds kort – via Midpoint – een acquisiteur die vrijetijdsondernemers naar de regio trekt. Dat is prima mits met de gemeenten goed is afgestemd welk type voorzieningen waar het meest gewenst zijn. De eerder genoemde uitbreiding van de Kansenkaart Leisure met het thema verblijfsaccommodaties is daar een goed middel voor zijn. Belangrijk daarbij is dat de 'loketfunctie' goed op orde is (wat inmiddels via Midpoint is geregeld), en dat er (globaal) is vastgelegd op welke doelgroepen de gemeente zich zou willen richten en welke schaal aan voorzieningen mogelijk of gewenst is. Uit de geïnventariseerde bouwplannen blijkt dat er nog veel plannen zijn die eigenlijk – in kwalitatieve zin – weinig toevoegen aan de markt. Ook om die reden kan de inzet van de acquisiteur nuttig zijn, zodat er mogelijk betere (dus kansrijker) plannen worden ingediend.

We schrijven hier niet voor welke concepten en formules wel of niet versterkend zouden zijn voor de regio. Dan zouden we teveel op de stoel van de ondernemers gaan zitten. Eventueel kan daar bij de uitwerking van het toetsingskader nader invulling aan worden gegeven. Belangrijk is dat die toetsing wordt uitgevoerd door een onafhankelijke commissie of werkgroep zonder lokale belangen, die zicht heeft op de ambities van Midpoint en waarin kennis over de verblijfsaccommodatiemarkt vertegenwoordigd is.

Colofon

Opdrachtgever: *Programmabureau Regio Hart van Brabant*

Onderzoeksbegeleiding:

Caia Oortwijn, gemeente Tilburg namens Regio Hart van Brabant

Patricia Lardinois, gemeente Heusden namens Regio Hart van Brabant

Onderzoeksteam

Erik Grootsholte, LAGroup

Geer Schakel, LAGroup

Sanneke Kikstra, LAGroup/stagiair NHTV Breda, studie Imagineering and Social Innovation

Amsterdam, 10 juli 2015



De in dit rapport gebruikte afbeeldingen zijn verkregen onder een creative commons licentie via Flickr.com.

Definities

ADR of ARR (€)	<i>Average Daily (of: Room) Rate</i> = gemiddelde logiesopbrengst per verhuurde kamer = totale logiesopbrengst (exclusief btw, exclusief ontbijt en andere bestedingen, na kortingen) gedeeld door het aantal <i>verhuurde</i> kamers.
Bedbezetting (BB%)	Aantal overnachtingen gedeeld door de bed- of slaappleatscapaciteit (capaciteit = aantal bedden of slaappleatsen x 365).
Boutique hotel	Kleinschalig hotel met een bijzondere inrichting gericht op gasten met een bepaalde smaak. Design hotels zijn een variant op Boutique hotels.
Combinatiehotel	Hotel dat zich profileert door een combinatie met een andere volwaardige functie. Een extreem voorbeeld is het Efteling Hotel (De Efteling als ‘aanvullende functie’ voor het hotel). Andere voorbeelden: hotel met golfbaan, hotel met een wellness-resort of een hotel bij een beurs- of congresgebouw.
COROP-gebied	Een regionale indeling van Nederland die onder andere door het CBS wordt gebruikt. Nederland telt 40 COROP-gebieden. Voor verdere toelichting, zie bijlage 4.
Destinatiehotel	Hotel dat een ‘attractie’ <i>an sich</i> is. De bijzondere aard van het hotelconcept, meer nog dan de locatie en de omgeving, speelt een belangrijke rol bij de keuze voor het hotel. Landelijke voorbeelden zijn Villa Augustus in Dordrecht, Het Arresthuis in Roermond en de Havenkraan in Harlingen.
Kamerbezetting (KB%)	Aantal verhuurde kamers of units gedeeld door de kamer capaciteit (kamer capaciteit = aantal kamers of units x 365).
Niche hotel	Hotel dat zich richt op een specifiek – meestal relatief klein – marktsegment, zoals jongerenhotel, zorghotel, hotel gericht op mensen van een bepaalde religieuze gezindte.
RevPar (€)	<i>Revenue per Available Room</i> = Totale logiesopbrengst (exclusief btw, exclusief ontbijt en andere bestedingen, na kortingen) gedeeld door het aantal <i>beschikbare</i> kamers (aantal kamers of units x 365) = ADR x KB%.

LAgroup

Postbus 1558
1000 BN Amsterdam

+31 (0)20 550 20 20
consult@lagroup.nl
www.lagroup.nl
www.lablog.nl

Bijlage 1 – Geraadpleegde personen

Begeleiding onderzoek (tevens lid klankbordgroep)

1. Caia Oortwijn, gemeente Tilburg namens Regio Hart van Brabant
2. Patricia Lardinois, gemeente Heusden namens Regio Hart van Brabant

Klankbordgroep

3. Coen Schelfhorst, Midpoint Brabant
4. Ria Cruijssen, Koninklijke Horeca Nederland – regio Midden en West-Brabant
5. Willem Kraanen, Recron – regio Noord-Brabant
6. Jan van Poppel, vertegenwoordiger verblijfsaccommodatiesector (Van der Valk Hotel Gilze – Tilburg)
7. Niek van den Broek, vertegenwoordiger verblijfsaccommodatiesector (Mercure Hotel Tilburg Centrum en Ibis Tilburg)

Andere betrokken ambtenaren/bestuurders

Eefje van Daesdonk – gemeente Loon op Zand
 Esther van Dijk – gemeente Waalwijk
 Hanneke van Lieshout – gemeente Goirle
 Jack Simons – gemeente Gilze en Rijen
 Judith van den Berg-Frijters – gemeente Heusden
 Leo Beelen/Monique van Hest – gemeente Oisterwijk
 Simon van der Putten – gemeente Oisterwijk
 Ellen van Iersel – gemeente Oisterwijk
 Peter de Jongh – gemeente Dongen
 Suzanne Ouwerkerk – gemeente Hilvarenbeek

Ondernemers en andere belanghebbenden

Sef Sweegers - VisitBrabant
 Kris van Meel - De Efteling
 Jos de Punder - De Reebok/Recreatie Company
 Ton Gimbrère - Bonheur Horeca Groep
 Bart van Knegsel - De Beukenhof en De Nieuwe Werf
 René Vissers – Den Dries
 Peter Renders - De Bottelroos
 Huub van Leijssen - Pukkemuk Hoeve
 Michel de Neef - Villa Pastorie
 Marcel van Dijk - Auberge de Hilver/Landal Duc de Brabant/Kempenbos
 Henri Verhoeven - Landgoed de Rosep

In aanvulling hierop hebben circa 50 (merendeels andere) ondernemers via een online-enquête input voor dit onderzoek geleverd.

Tevens zijn een aantal belangrijke afnemers van logiesaccommodaties in de regio geïnterviewd om hun visie op deze markt te vernemen.

Bijlage 2 – Geraadpleegde bronnen

- AirBnB investment report, Barclays, 2015
- AirBnB report, Piper Jaffray Estimates, 2015
- Behoeftelogiesmarkt Hart van Brabant – beoordeling rapport Horwath d.d. 3 december 2013, Invast Hotels, 2013, inclusief diverse bijgevoegde rapporten Rabobank, ABN AMRO en ING.
- Beleidsvisie Toerisme en Recreatie 2014-2020, Oisterwijk, Parel in 't Groen, Grontmij i.o.v. gemeente Oisterwijk, 2013
- Citymarketingplan 1+1=013, Strategisch Plan Citymarketing 2015 - 2019, Gemeente Tilburg
- Diverse edities brancheinformatie De Bed&Breakfast sector en De Hotelsector, Van Spronsen
- Diverse toeristische trendrapportages en artikelen verblijfsrecreatieve markt, ZKA
- Dreamport Brabant 2025, De ambities van Midpoint Leisure Boulevard, Midpoint Brabant, 2012
- Economische analyses Tilburg, Ecorys 2014 en 2015, i.o.v. gemeente Tilburg
- Feiten en Cijfers, Databank Bedrijfschap Horeca & Catering
- Gegevens toeristenbelasting zoals verstrekt door gemeenten regio Hart van Brabant, 2015
- Hart van Brabant, Kansenskaart Leisure, ZKA en Kragten i.o.v. Regio Hart van Brabant, 2013
- Hosta 2013, The Benelux Hotel Industry, 36th edition, Horwath, 2013
- Hosta 2014, The Benelux Hotel Industry, 37th edition, Horwath, 2014
- Hotelontwikkeling Van der Valk Tilburg – beoordeling expertrapport van Horwath d.d. 3 oktober 2013, Invast Hotels, 2013
- LISA Databank – Werkgelegenheidsregister Nederland, 2015
- Noord-Brabant – De meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland, Beleidskader & Uitvoeringsagenda vrijetijdseconomie 2013-2020, provincie Noord-Brabant, 2012
- Onderzoek Bed & Breakfast in Nederland, Bed & Breakfast Nederland, 2012
- Onderzoek markt voor 'Glamping', touroperator Suncamp Holidays, 2013
- Sectorplan Leisure Midden-Brabant, PSW, 2014
- Startnotitie 2.0 - Vrijetijdseconomie (VTE) in Noord Brabant; een gezamenlijke uitdaging, provincie Noord-Brabant, 2012
- Statistiek logiesaccommodaties; diverse statistieken over aanbod, overnachtingen en bezetting in logiesaccommodaties, CBS/Statline
- Steden & Streken Merkenonderzoek, Hendrik Beerda, 2013
- The 2015 Global Meetings and Events Forecast, American Express Meetings & Events, 2014
- Toekomst van de binnenlandse vakantiemarkt, Na regen komt.....?, Kees van der Most, NBTC-NIPO research, 2011
- Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025, NBTC, 2013
- Toerisme en Recreatie in Cijfers 2013, NBTC/CBS, 2013
- Toerisme en Recreatie in Cijfers 2014, NBTC/CBS, 2014
- Toeristisch Imago Onderzoek 2010, LAGroup
- Vakantiecentra, Rabobank Feiten en Cijfers, 2015
- Vrijetijdseconomie Tilburg – Analyse en achtergrond, Ecorys, 2015 i.o.v. gemeente Tilburg.

Bijlage 3a – Overzicht aanbod hotels, pensions en B&B's

Nr. Naam	Gemeente	Type accommodatie	Sterren	
			NHC	Plaats
1 Van Der Valk Hotel Gilze-Tilburg	Gilze en Rijen	Hotel	4	227 Gilze
2 Efteling Hotel	Loon op Zand	Hotel	4	122 Kaatsheuvel
3 NH Waalwijk	Waalwijk	Hotel	4	120 Waalwijk
4 Mercure hotel	Tilburg	Hotel	4	91 Tilburg
5 Landgoed de Rosep	Oisterwijk	Hotel	4	71 Oisterwijk
6 Hotel Waalwijk	Waalwijk	Hotel	4	61 Waalwijk
7 Mansion hotel Bos en Ven	Oisterwijk	Hotel	4	40 Oisterwijk
8 Auberge Du Bonheur	Tilburg	Hotel	4	36 Tilburg
9 De Postelse Hoeve	Tilburg	Hotel	4	35 Tilburg
10 Hotel Hampshire Auberge de Hilver	Hilvarenbeek	Hotel	4	20 Baarschot/Diessen
11 Ibis Tilburg	Tilburg	Hotel	3	72 Tilburg
12 Fletcher Hotel Boschoord	Oisterwijk	Hotel	3	64 Oisterwijk
13 Hotel de Druiventros	Tilburg	Hotel	3	56 Berkel-Enschot
14 Hotel De Leijhof	Oisterwijk	Hotel	3	55 Oisterwijk
15 Bastion Hotel	Tilburg	Hotel	3	40 Tilburg
16 Fletcher Hotel Restaurant Prinsen	Heusden	Hotel	3	29 Vijmen
17 Hotel de Paddenstoel	Oisterwijk	Hotel	3	24 Oisterwijk
18 City hotel Tilburg	Tilburg	Hotel	3	18 Tilburg
19 Hotel Stille Wilde	Oisterwijk	Hotel	3	15 Oisterwijk
20 Hotel De Kroon	Loon op Zand	Hotel	3	14 Kaatsheuvel
21 Wegrestaurant Hotel Gilze	Gilze en Rijen	Hotel	3	14 Gilze
22 In den Verdwaalde Koogel	Heusden	Hotel	3	13 Heusden
23 Hotel Hof van 's Gravenmoer	Dongen	Hotel	3	10 's-Gravenmoer
24 Hotel Auberge de Moerse Hoeve	Loon op Zand	Hotel	3	10 De Moer
25 Hotel Rest. de Joremeinshoeve	Loon op Zand	Hotel	3	10 Kaatsheuvel
26 De Nieuwe Parel	Oisterwijk	Hotel	3	8 Oisterwijk
27 De Lakei	Loon op Zand	Hotel	3	7 Kaatsheuvel
28 Hotel Wilshof	Tilburg	Hotel	3	5 Udenhout
29 Hotel Brabant	Hilvarenbeek	Hotel	0-2	25 Hilvarenbeek
30 Klooster Nieuwkerk	Goirle	Pension	0-2	22 Goirle
31 Onderwijshotel De Rooij Pannen	Tilburg	Hotel	0-2	19 Tilburg
32 Hotel de villa	Dongen	Hotel	0-2	14 Dongen
33 Hotel Herberg d'n Dries	Heusden	Hotel	0-2	12 Drunen
34 Herberg Meneer van Eijck	Oisterwijk	Hotel	0-2	12 Oisterwijk
35 Plein 13	Heusden	Hotel	0-2	11 Drunen
36 Beukenhaeghe	Oisterwijk	Hotel	0-2	8 Moergestel
37 Herberg Sint Petrus	Hilvarenbeek	Hotel	0-2	7 Hilvarenbeek
38 Het Wapen van Tilburg	Tilburg	Pension	0-2	7 Tilburg
39 Huize Rustoord	Hilvarenbeek	Pension	0-2	6 Esbeek
40 Pension Kiemeney	Hilvarenbeek	Pension	0-2	6 Hilvarenbeek
41 Pension de Waterput	Oisterwijk	Pension	0-2	5 Oisterwijk
42 Herberg de Brand	Tilburg	Herberg	0-2	4 Udenhout
43 Pension de Meyerij	Waalwijk	Pension	0-2	2 Waalwijk
44 Hotel & Conf.centrum Groenendaal	Hilvarenbeek	Hotel	geen	120 Hilvarenbeek
45 Mariapoli Mariënkroon	Heusden	Conf.centrum	geen	25 Nieuwkuijk
Totaalaanbod hotels en pensions				
Aanbod aan B&B's			74 B&B's	
Totaalaanbod hotels, pensions en B&B's			1.592 kamers	
			161 kamers	
			1.753 kamers	

Bron: eigen inventarisatie LAGroup, 2015

Bijlage 3a – Specificatie B&B's

Nr.	Bed & Breakfasts	Gemeente	Type accom-		Sterren	Plaats
			modatie	NHC	Kamers	
1	Suite Buitenverwachting	Dongen	B&B	0-2	1	Dongen
2	Aanloop	Dongen	B&B	0-2	1	Dongen
3	Het Bakhuisje	Dongen	B&B	0-2	1	s Gravenmoer
4	Bed and Breakfast Dongen	Dongen	B&B	0-2	2	Dongen
5	B&B Dongen	Dongen	B&B	0-2	2	Dongen
6	Boeren Burgers Buitenlui	Gilze en Rijen	B&B	0-2	1	Molenschot
7	B&B 'In Gils'	Gilze en Rijen	B&B	0-2	2	Gilze
8	B&B Hulten	Gilze en Rijen	B&B	0-2	3	Hulten
9	Beukenhof	Gilze en Rijen	B&B	0-2	2	Molenschot
10	Bed and Breakfast Mieke	Gilze en Rijen	B&B	0-2	2	Rijen
11	B&B Princenbosch	Gilze en Rijen	B&B	0-2	2	Molenschot
12	Boerensuite	Goirle	B&B	0-2	7	Riel
13	Huize Loonen	Goirle	B&B	0-2	3	Goirle
14	Bern Vindos	Goirle	B&B	0-2	2	Goirle
15	B&B Acacia	Goirle	B&B	0-2	1	Goirle
16	Van Agt	Heusden	B&B	0-2	1	Vlijmen
17	De Duinkant	Heusden	B&B	0-2	2	Drunen
18	Achter Het Rode Hek	Heusden	B&B	0-2	3	Heusden
19	De Orangerie	Heusden	B&B	0-2	2	Drunen
20	Achter Sint Joris	Heusden	B&B	0-2	3	Heusden
21	Bij de Duinen	Heusden	B&B	0-2	2	Drunen
22	De Mozaiektuin	Heusden	B&B	0-2	3	Vlijmen
23	De zonnewijzer	Heusden	B&B	0-2	3	Heusden
24	De Kern	Heusden	B&B	0-2	4	Drunen
25	Indewijkshof	Heusden	B&B	0-2	1	Heusden
26	De Wiel	Heusden	B&B	0-2	1	Nieuwkuijk
27	De Logeerkamer	Heusden	B&B	0-2	1	Heusden
28	B&B 't Ven	Heusden	B&B	0-2	8	Vlijmen
29	Bij Jans	Hilvarenbeek	B&B	0-2	5	Hilvarenbeek
30	De Reijt	Hilvarenbeek	B&B	0-2	2	Haghorst
31	Apollo	Hilvarenbeek	B&B	0-2	2	Hilvarenbeek
32	Vaticaan	Hilvarenbeek	B&B	0-2	2	Hilvarenbeek
33	Het luweel	Hilvarenbeek	B&B	0-2	2	Hilvarenbeek
34	B&B de Tuinkamer	Hilvarenbeek	B&B	0-2	1	Hilvarenbeek
35	Lobelia Bed and Breakfast	Loon op Zand	B&B	0-2	3	De Moer
36	Halte 7	Loon op Zand	B&B	0-2	3	Kaatsheuvel
37	Brugske	Loon op Zand	B&B	0-2	2	Kaatsheuvel
38	Bee en Bee	Loon op Zand	B&B	0-2	2	Kaatsheuvel
39	Het Voorhuis	Loon op Zand	B&B	0-2	2	Loon op Zand
40	De Giechelaar	Loon op Zand	B&B	0-2	2	Loon op Zand
41	De Vier Heernskinderen	Loon op Zand	B&B	0-2	2	Loon op Zand
42	Het Vennenhuisje	Oisterwijk	B&B	0-2	1	Oisterwijk
43	De 2 Linden	Oisterwijk	B&B	0-2	1	Oisterwijk
44	Aandekampina	Oisterwijk	B&B	0-2	1	Oisterwijk
45	Boshuis de Bedstee	Oisterwijk	B&B	0-2	2	Oisterwijk
46	De Rozephoeve	Oisterwijk	B&B	0-2	2	Oisterwijk
47	Het Peperhuis	Oisterwijk	B&B	0-2	1	Oisterwijk
48	Bernardhoeve	Oisterwijk	B&B	0-2	5	Oisterwijk
49	Gastenverblijf Kerkhoven	Oisterwijk	B&B	0-2	2	Oisterwijk
50	Logies den Heijkant	Oisterwijk	B&B	0-2	6	Moergestel
51	Tijd Zat	Tilburg	B&B	0-2	1	Berkel-Enschot
52	B&B Winterridentie	Tilburg	B&B	0-2	1	Tilburg
53	Klooster	Tilburg	B&B	0-2	2	Tilburg
54	Phos Eetcafe	Tilburg	B&B	0-2	3	Tilburg
55	Appartement Bokhamer	Tilburg	B&B	0-2	1	Tilburg
56	Gust van Dijk	Tilburg	B&B	0-2	2	Tilburg
57	Loft 013	Tilburg	B&B	0-2	1	Tilburg
58	Tilburg Centrum Appartement	Tilburg	B&B	0-2	2	Tilburg
59	Lelia en Michel Bakker	Tilburg	B&B	0-2	3	Tilburg
60	D'n Duinval	Tilburg	B&B	0-2	2	Udenhout
61	De Burgerij	Tilburg	B&B	0-2	3	Tilburg
62	Stella Maris	Tilburg	B&B	0-2	1	Tilburg
63	Udenhout	Tilburg	B&B	0-2	1	Udenhout
64	Udenhout Sur Place	Tilburg	B&B	0-2	2	Udenhout
65	B&B Den Boven	Tilburg	B&B	0-2	3	Udenhout
66	B&B Viva Vintage	Tilburg	B&B	0-2	3	Tilburg
67	B&B Buitenom	Tilburg	B&B	0-2	1	Moergestel
68	Een der Koningshoeven	Tilburg	B&B	0-2	1	Tilburg
69	B&B Convel	Tilburg	B&B	0-2	2	Tilburg
70	B&B Music Bokhamer	Tilburg	B&B	0-2	1	Tilburg
71	Huize Cultura	Tilburg	B&B	0-2	1	Tilburg
72	De Langendam	Waalwijk	B&B	0-2	3	Waspik
73	De Hooge Hoeve	Waalwijk	B&B	0-2	3	Sprang-Capelle
74	Sprankelkado	Waalwijk	B&B	0-2	1	Waalwijk

N.b. exclusief aanbod aan particuliere woningen dat aangeboden wordt via verhuursites zoals AirBnB en Windu. Betreft circa 90 woningen in de regio.



Nr.	Naam	Sterren	
		NHC	Kamers
1	Van Der Valk Hotel Gilze-Tilburg	4	227
2	Efteling Hotel	4	122
3	NH Waalwijk	4	120
4	Mercure hotel	4	91
5	Landgoed de Rosep	4	71
6	Hotel Waalwijk	4	61
7	Mansion hotel Bos en Ven	4	40
8	Auberge Du Bonheur	4	36
9	De Postelse Hoeve	4	35
10	Hotel Hampshire Auberge de Hilver	4	20
11	Ibis Tilburg	3	72
12	Fletcher Hotel Boschoord	3	64
13	Hotel de Druiventros	3	56
14	Hotel De Leijhof	3	55
15	Bastion Hotel	3	40
16	Fletcher Hotel Restaurant Prinsen	3	29
17	Hotel de Paddenstoel	3	24
18	City hotel Tilburg	3	18
19	Hotel Stille Wilde	3	15
20	Hotel De Kroon	3	14
21	Wegrestaurant Hotel Gilze	3	14
22	In den Verdwaalde Koogel	3	13
23	Hotel Hof van 's Gravenmoer	3	10
24	Hotel Auberge de Moerse Hoeve	3	10
25	Hotel Rest. de Joremeinshoeve	3	10
26	Hotel Brabant	0-2	25
27	Pension de Waterput	0-2	23
28	Klooster Nieuwkerk	0-2	22
29	Onderwijshotel De Rooij Pannen	0-2	19
30	Hotel de villa	0-2	14
31	Hotel Herberg d'n Dries	0-2	12
32	Herberg Meneer van Eijck	0-2	12
33	Plein 13	0-2	11
34	Hotel & Conf.centrum Groenendael	geen	120
35	Mariapoli Mariënkroon	geen	25

Bijlage 3b – Overzicht vakantieparken

Nr. Naam	Gemeente	Aantal vakantie-woningen	Plaatsvestiging
1 Efteling Bosrijk	Loon op Zand	203	Kaatsheuvel
2 Oostapen vakantiepark Droomgaard	Loon op Zand	197	Kaatsheuvel
3 Safari park Beekse Bergen	Hilvarenbeek	182	Hilvarenbeek
4 Landal Duc de Brabant	Hilvarenbeek	148	Diesen-Baarschot
5 Vakantiepark de Rosep	Oisterwijk	110	Oisterwijk
6 Buitenplaats Valkenbosch	Oisterwijk	96	Oisterwijk
7 Stacaravan en Bungalowpark De Lork	Oisterwijk	90	Oisterwijk
8 Recreatiepark Hermitage	Oisterwijk	82	Oisterwijk
9 Bungalowpark de Parel	Oisterwijk	54	Oisterwijk
10 Brabantse Weelde	Gilze en Rijen	50	Molenschot
11 De Waterput	Oisterwijk	36	Oisterwijk
12 Residentie Sparrenburg	Oisterwijk	35	Oisterwijk
13 Recreatiepark Rustiek	Oisterwijk	32	Oisterwijk
14 Vakantiepark Duinlust	Loon op Zand	30	Kaatsheuvel
15 Villapark Hermitage	Oisterwijk	25	Oisterwijk
16 Camping d'n Mastendol	Gilze en Rijen	24	Rijen
17 Vakantiepark De Reebok	Oisterwijk	24	Oisterwijk
18 Holidaypark Duinhoef	Tilburg	22	Udenhout
19 Bungalowpark De Rosep	Oisterwijk	20	Oisterwijk
20 Streekpark Klein Oisterwijk	Oisterwijk	17	Oisterwijk
21 Recreatiecentrum Linberg Park	Gilze en Rijen	16	Molenschot
22 Het Genieten	Loon op Zand	11	Kaatsheuvel
23 Recreatiepark Albion	Oisterwijk	11	Oisterwijk
24 Natuurpoort Herberg Manage van Loon	Loon op Zand	10	Loon op Zand
25 De Klokkenweide	Loon op Zand	6	Loon op Zand
26 Minicamping de Biest	Hilvarenbeek	4	Hilvarenbeek
27 Boorgelows	Loon op Zand	4	Kaatsheuvel
28 Camping Pukemukhoeve	Dongen	3	Dongen
29 Minicamping de Tramhalte	Hilvarenbeek	3	Esbeek
30 Vakantiepark Klein Ader	Oisterwijk	3	Oisterwijk
31 Charmé Lodges	Oisterwijk	3	Oisterwijk
32 De Zandley	Tilburg	3	Udenhout
33 Minicamping Wilgenweide	Gilze en Rijen	2	Molenschot
34 Beek en Ko	Hilvarenbeek	2	Hilvarenbeek
35 Vakantiewoningen Klein Beek	Hilvarenbeek	2	Hilvarenbeek
36 Topvogel	Hilvarenbeek	2	Diesen
37 Beukenhorst	Loon op Zand	2	Loon op Zand
38 Camping de Bosfazant	Oisterwijk	2	Moergestel
39 Minicamping Rosephoeve	Oisterwijk	2	Oisterwijk
40 De Stellop Hoeve	Oisterwijk	2	Moergestel
41 Bosscheweg	Tilburg	2	Tilburg
42 Holiday home La Bonade	Heusden	1	Drunen
43 Schaapskooi	Heusden	1	Drunen
44 Fellenoord 100	Heusden	1	Drunen
45 Boerderij 't Ven	Heusden	1	Vlijmen
46 De Lakervelder	Gilze en Rijen	1	Gilze
47 Boerderij camping van 't Zandeind	Goirle	1	Riel
48 T Krampven	Hilvarenbeek	1	Baarschot
49 De Haghorst	Hilvarenbeek	1	Haghorst
50 MiniCamping Pietershoek	Hilvarenbeek	1	Hilvarenbeek
51 Tussen Koe en Kroonluchter	Hilvarenbeek	1	Diesen
52 Holiday home De Populier	Loon op Zand	1	Loon op Zand
53 Holiday home Maupertuus	Oisterwijk	1	Moergestel
54 Het Boshuisje	Oisterwijk	1	Oisterwijk
55 Eigen Haard	Oisterwijk	1	Oisterwijk
56 Holiday home Adelt	Oisterwijk	1	Oisterwijk
57 Het Broekhuis	Oisterwijk	1	Oisterwijk
58 Holiday Home De Vrije Vogel	Oisterwijk	1	Oisterwijk
59 Holiday Home De Gerrithoeve	Oisterwijk	1	Oisterwijk
60 t Boshuske	Oisterwijk	1	Oisterwijk
61 Camping Morgenrood	Oisterwijk	1	Oisterwijk
62 Boerencamping de Gerrithoeve	Oisterwijk	1	Oisterwijk
63 De Erker	Waalwijk	1	Waalwijk
64 Slapen met Kunst	Waalwijk	1	Waalwijk
Totaal aanbod vakantiewoningen		1.595	vakantiewoningen



*Noot: Aanbod met minder dan 10 vakantiewoningen is niet vermeld op de kaart.**

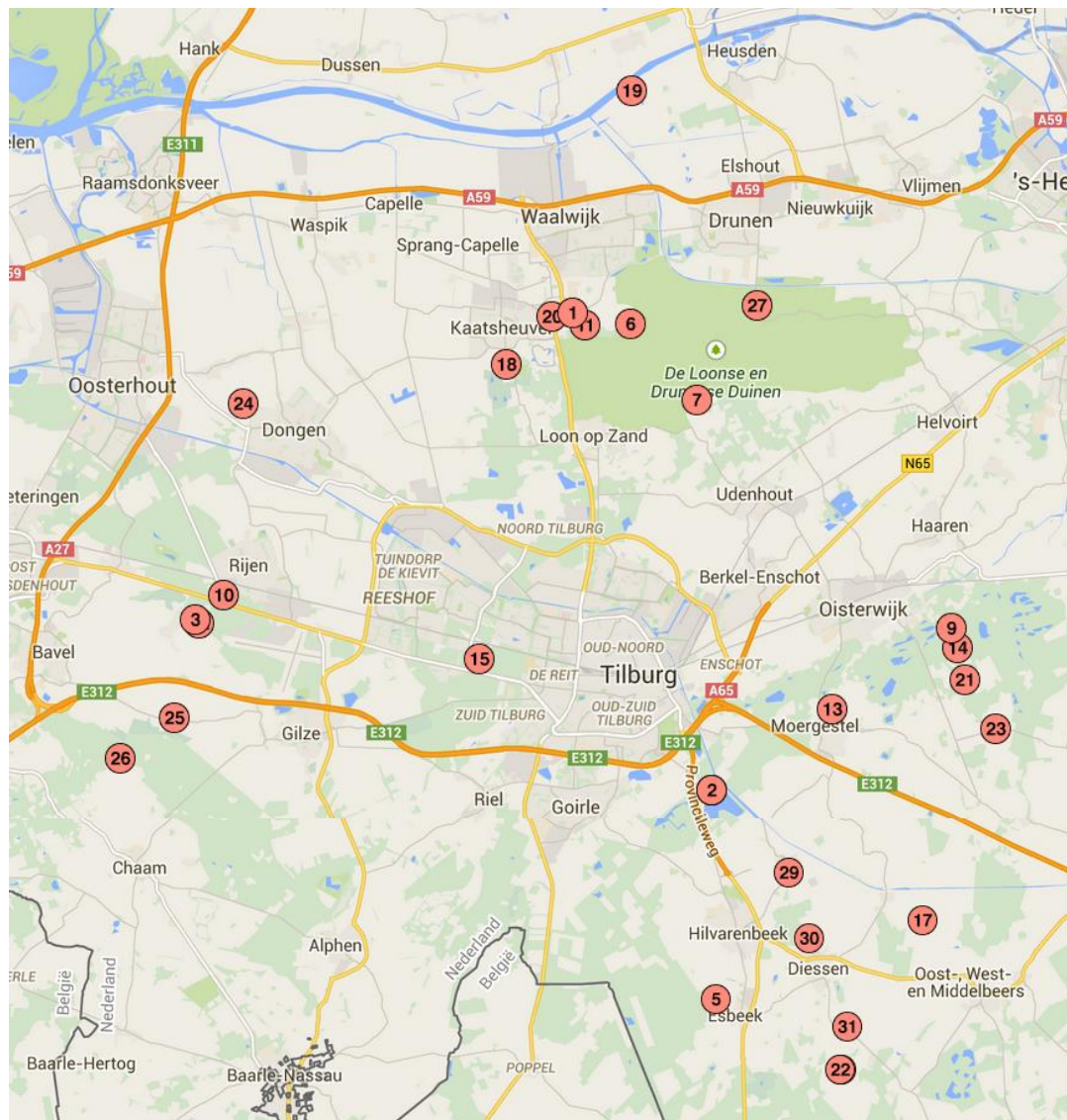
		Aantal vakantie- woningen
Nr.	Naam	
1	Efteling Bosrijk	203
2	Oostappen vakantiepark Droomgaard	197
3	Safari park Beekse Bergen	182
4	Landal Duc de Brabant	148
5	Vakantiepark de Rosep	110
6	Buitenplaats Valkenbosch	96
7	Stacaravan en Bungalowpark De Lork	90
8	Recreatiepark Hermitage	82
9	Bungelowpark de Parel	54
10	Brabantse Weelde	50
11	De Waterput	36
12	Residentie Sparrenburg	35
13	Recreatiepark Rustiek	32
14	Vakantiepark Duinlust	30
15	Villapark Hermitage	25
16	Camping d'n Mastendol	24
17	Holidaypark Duinhoeve	22
18	Recreatiecentrum Linberg Park	16
19	Vakantiepark De Reebok	24
20	Streekpark Klein Oisterwijk	17
21	Mini camping De Klokkenweide	12
22	Het Genieten	11
23	Recreatiepark Albion	11
24	Natuurpoort Herberg Manege van Loon	10
25	Vakantiepark De Reebok	24

Bijlage 3c - Overzicht campings

Nr		Naam camping	Gemeente	Totaal stand- plaatsen	Toer. stand- plaatsen	Vaste stand- plaatsen	Plaatsvestiging
1	Oostappen vakantiep. Droomgaard		Loon op Zand	747	307	440	Kaatsheuvel
2	Safari park Beekse Bergen		Hilvarenbeek	738	383	355	Hilvarenbeek
3	Recreatiecentrum Linberg Park		Gilze en Rijen	650	0	650	Molenschot
4	Camping Klein Oisterwijk		Oisterwijk	415	165	250	Oisterwijk
5	De Spaendershorst		Hilvarenbeek	370	79	291	Esbeek
6	Het Genieten		Loon op Zand	345	75	270	Kaatsheuvel
7	Holidaypark Duinhoeve		Tilburg	330	110	220	Udenhout
8	Safaricamp Beekse Bergen		Hilvarenbeek	315	315	0	Hilvarenbeek
9	Vakantiepark Reebok		Oisterwijk	300	100	200	Oisterwijk
10	Camping d'n Mastendol		Gilze en Rijen	275	75	200	Rijen
11	Hogenboom Vakantiepark Duinlust		Loon op Zand	270	20	250	Kaatsheuvel
12	Camping Heidelberg		Gilze en Rijen	151	5	146	Molenschot
13	Camping de Bosfazant		Oisterwijk	145	45	100	Moergestel
14	Camping Morgenrood		Oisterwijk	75	69	6	Oisterwijk
15	Naturistenver. Hart van Brabant		Tilburg	51	9	42	Tilburg
16	Ontginner		Hilvarenbeek	40	10	30	Haghorst
17	Mini camping Bernehoeve		Loon op Zand	40	25	15	Kaatsheuvel
18	Boerderij camping de Linde		Heusden	35	32	3	Doeveren
19	Mini camping De Hoefstal		Loon op Zand	30	30	0	Kaatsheuvel
20	Minicamping Rosephoeve		Oisterwijk	27	27	0	Oisterwijk
21	Minicamping de Heibloem		Hilvarenbeek	26	26	0	Baarschot
22	Anne-Marie Hoeve		Oisterwijk	26	26	0	Oisterwijk
23	Mini camping Groenstraat		Dongen	25	25	0	Dongen
24	Minicamping Wilgenweide		Gilze en Rijen	25	24	1	Molenschot
25	Natuurcamping Schouteveld		Gilze en Rijen	25	25	0	Gilze
26	Schaapskooi		Heusden	25	25	0	Drunen
27	Camping de Heibloem		Hilvarenbeek	25	19	6	Baarschot
28	Minicamping de Biest		Hilvarenbeek	25	25	0	Hilvarenbeek
29	Minicamping 't Huukske		Hilvarenbeek	25	25	0	Driessen
30	Camping ArcheryFarm		Hilvarenbeek	25	25	0	Driessen
31	Heukeloms Hoefke		Oisterwijk	24	24	0	Heukelom
32	Farmcamps Breehees		Goirle	23	20	3	Goirle
33	Camping de Kommer		Loon op Zand	23	21	2	Loon op Zand
34	Boerencamping de Gerrithoeve		Oisterwijk	23	23	0	Oisterwijk
35	Minicamping de Tramhalte		Hilvarenbeek	22	22	0	Esbeek
36	Minicamping Manage 't Hoefke		Goirle	20	20	0	Goirle
37	Minicamping De Vergulde Hand		Goirle	20	20	0	Goirle
38	Campng FF-r-uit		Heusden	20	20	0	Vlijmen
39	Camping 't Smitske		Heusden	20	20	0	Drunen
40	Camping het Achterste Loo		Hilvarenbeek	20	16	4	Hilvarenbeek
41	MiniCamping Pietershoek		Hilvarenbeek	20	20	0	Hilvarenbeek
42	Minicamping de Zwammenberg		Loon op Zand	20	12	8	De Moer
43	Camping Het Kraanven		Loon op Zand	20	20	0	Loon op Zand
44	De Stellop Hoeve		Oisterwijk	20	20	0	Moergestel
45	De Zandley		Tilburg	20	13	7	Udenhout
46	Minicamping (natuuristen) De Kreite		Tilburg	20	20	0	Udenhout
47	t Buitenland		Goirle	18	14	4	Riel
48	Boerderij camping van 't Zandeind		Goirle	16	16	0	Riel
49	De Maalhoeve		Heusden	16	16	0	Drunen
50	Kampeerboerderij De Heijkant		Tilburg	16	15	1	Berkel-Enschot
51	Camping Pukkernukhoeve		Dongen	15	15	0	Dongen
52	Ut Paradéske		Goirle	15	15	0	Goirle
53	Minicamping de Reekens		Heusden	15	15	0	Heusden
54	Boerderij 't Ven		Heusden	15	13	2	Vlijmen
55	Camping Hoeve Arbeid Adelt		Oisterwijk	15	15	0	Oisterwijk
56	Camping Irene Hoeve		Oisterwijk	15	15	0	Moergestel
57	De Lindehoef		Oisterwijk	15	15	0	Moergestel
58	Het Karrenwiel		Oisterwijk	15	15	0	Heukelom
59	't Kruispunt		Oisterwijk	15	15	0	Oisterwijk
60	Camping Le-Silence		Loon op Zand	15	15	0	De Moer
61	Camping van Loons Hoekske		Loon op Zand	15	15	0	Kaatsheuvel
62	Minicamping de Kraanvencsche Berg		Loon op Zand	15	15	0	Loon op Zand
63	Mini camping De Klokkenweide		Loon op Zand	12	10	2	Loon op Zand
Totaal aanbod campings				6.194	2.686	3.508	standplaatsen

N.b. exclusief tijdelijke stadscamping in Tilburg met capaciteit van circa 400 gasten (circa 80 standplaatsen).
Stadscamping is tijdelijk beschikbaar tijdens een beperkt aantal evenementen in Tilburg.

Bijlage 3c – kaart aanbod campings



Aanbod campings

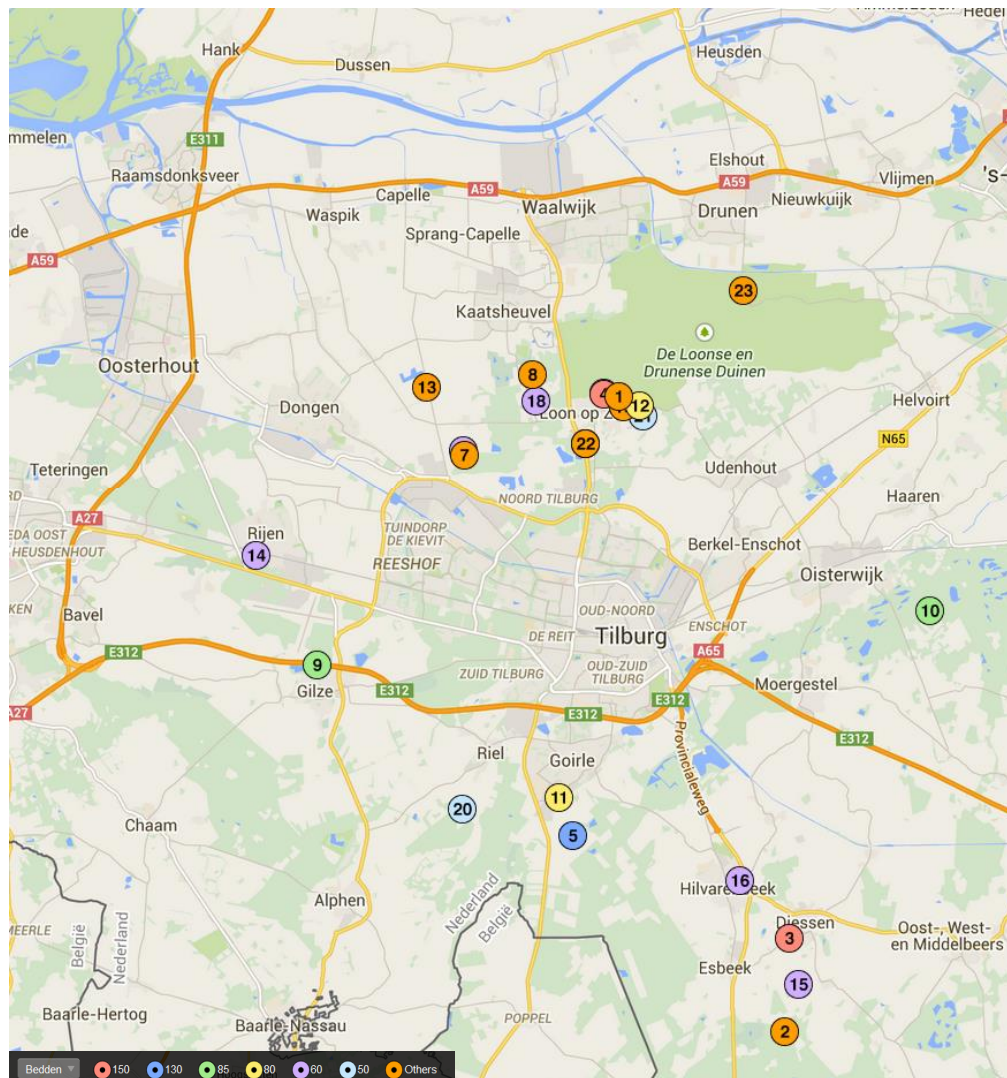
Noot: Aanbod met minder dan 25 standplaatsen is niet vermeld op de kaart.*

Nr	Naam camping	Totaal standplaatsen	Toer. standplaatsen	Vaste standplaatsen
1	Oostappen vakantiep. Droomgaard	747	307	440
2	Safari park Beekse Bergen	738	383	355
3	Recreatiecentrum Linberg Park	650	0	650
4	Camping Klein Oisterwijk	415	165	250
5	De Spaendershorst	370	79	291
6	Het Genieten	345	75	270
7	Holidaypark Duinhoeve	330	110	220
8	Safaricamp Beekse Bergen	315	315	0
9	Vakantiepark Reebok	300	100	200
10	Camping d'n Mastendol	275	75	200
11	Hogenboom Vakantiepark Duinlust	270	20	250
12	Camping Heidelust	151	5	146
13	Camping de Bosfazant	145	45	100
14	Camping Morgenrood	75	69	6
15	Naturistenver. Hart van Brabant	51	9	42
17	Ontginner	40	10	30
18	Mini camping Bernehoeve	40	25	15
19	Boerderij camping de Linde	35	32	3
20	Mini camping De Hoefstal	30	30	0
21	Minicamping Rosephoeve	27	27	0
22	Minicamping de Heibloem	26	26	0
23	Anne-Marie Hoeve	26	26	0
24	Mini camping Groenstraat	25	25	0
25	Minicamping Wilgenweide	25	24	1
26	Natuurcamping Schoutveld	25	25	0
27	Schaapskooi	25	25	0
28	Camping de Heibloem	25	19	6
29	Minicamping de Biest	25	25	0
30	Minicamping 't Huukske	25	25	0
31	Camping ArcheryFarm	25	25	0

Bijlage 3d – Overzicht groepsaccommodaties

Nr.	Naam	Bedden	Plaats
1	De Mussenberg	260	Loon op Zand
2	De Kievit	226	Esbeek
3	De Nieuwe Erf	150	Diessen
4	Land van Kleef	150	Loon op Zand
5	Campingboerderij Breehees	130	Goirle
6	Kuijpershoeffe	130	Loon op Zand
7	Arbeid Adelt	128	De Moer
8	Duikse Hoef	118	Loon op Zand
9	Heukeloms Hoefke	115	Heukelom
10	Scouting Gillesa Gilze	85	Gilze
11	Natuurvriendenhuis Morgenrood	85	Oisterwijk
12	ActiveStay	80	Goirle
13	De Suikerberg	80	Loon op Zand
14	t Volderke	76	Dongen
15	Scouting Rijen/De Zwerfkei	60	Rijen
16	D'n Elshorst	60	Baarschot
17	D'n Beliefleur - Scouting Hilvarenbeek	60	Hilvarenbeek
18	t Moertje	60	Hilvarenbeek
19	t Kraanven	60	Loon op Zand
20	Herberg manege van Loon	54	Loon op Zand
21	Kampeerboerderij Manege 't Hoefke	50	Goirle
22	Binnenheide	50	Loon op Zand
23	De Klokkenweide (kasteelweide)	42	Loon op Zand
24	Schaapskooi	40	Drunen
25	De Klokkenweide (klokkenberghuis)	40	Loon op Zand
26	De Bottelroos	24	Moergestel
27	Gasthoeve het Oude Nest	20	Haghorst
28	Vakantieboerderij De Oude Boerderij	14	Oisterwijk
29	Oeps	12	Diessen
30	Het Uilennest II	12	Loon op Zand
31	Holiday Home de Oude Boerderij	12	Moergestel
Totaalaanbod groepsaccommodaties		2.483	bedden

Bijlage 3d – kaart aanbod groepsaccommodaties



Aanbod groepsaccommodaties

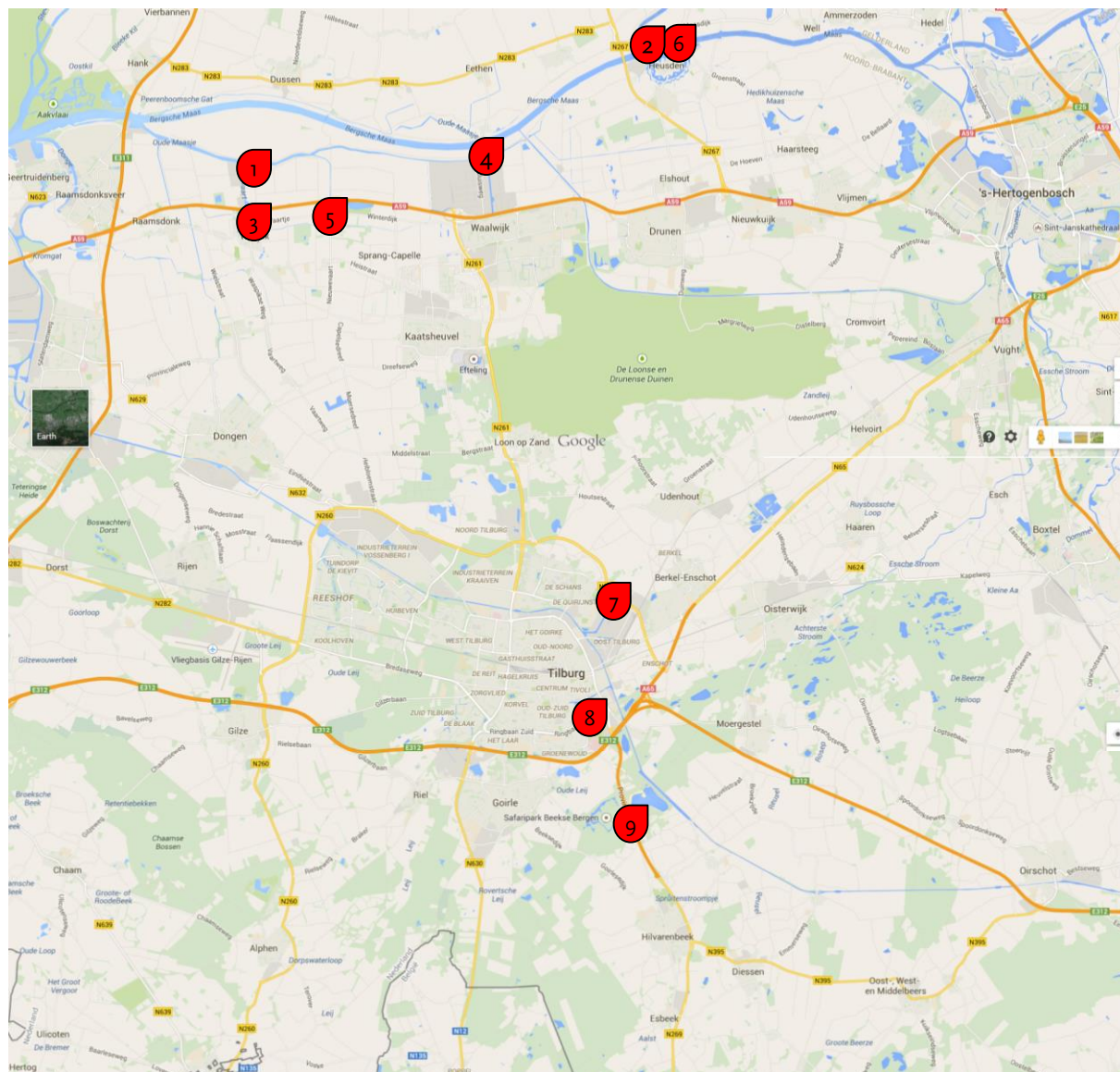
Noot: Aanbod met minder dan 40 bedden is niet vermeld op de kaart.

Nr.	Naam	Bedden
1	De Mussenberg	260
2	De Kievit	226
3	De Nieuwe Erf	150
4	Land van Kleef	150
5	Campingboerderij Breehees	130
6	Kuijpershoefke	130
7	Arbeid Adelt	128
8	Duikse Hoef	118
9	Scouting Gillesa Gilze	85
10	Natuurvriendenhuis Morgenrood	85
11	ActiveStay	80
12	De Suikerberg	80
13	t Volderke	76
14	Scouting Rijen/De Zwerfkei	60
15	D'n Elshorst	60
16	D'n Bellefleur - Scouting Hilvarenbeek	60
17	t Moertje	60
18	t Kraanven	60
19	Herberg manege van Loon	54
20	Kampeerboerderij Manege 't Hoefke	50
21	Binnenheide	50
22	De Klokkenweide (kasteelweide)	42
23	Schaapskooi	40
24	De Klokkenweide (klokkenberghuis)	40

Bijlage 3e – Overzicht jachthavens

Nr.	Naam	Gemeente	Aantal		Totaal
			passanten ligplaatsen	Aantal vaste ligplaatsen	aantal ligplaatsen Plaats
1	t Oude Maasje	Waalwijk	10	310	320 Waaspik
2	Wsv Heusden	Heusden	50	250	300 Heusden
3	Jachthaven Scharloo BV	Waalwijk	20	230	250 Waaspik
4	Wsv Waalwijk	Waalwijk	10	166	176 Waalwijk
5	Jachthaven Aquapelle	Waalwijk	0	150	150 Sprang-Capelle
6	Jachthaven de Wiel	Heusden	10	115	125 Heusden
7	Jachthaven Tilburgs W.S.V	Tilburg	0	100	100 Tilburg
8	Piushaven	Tilburg	60	15	75 Tilburg
9	Jachthaven Beekse Bergen	Hilvarenbeek	40	0	40 Hilvarenbeek
Totaalaanbod jachthavens			200	1336	1536 ligplaatsen

Bijlage 3e – kaart aanbod jachthavens



Aanbod jachthavens

Aanbod jachthavens		Totaal aantal ligplaatsen
Nr.	Naam	
1	t Oude Maasje	320
2	Wsv Heusden	300
3	Jachthaven Scharloo BV	250
4	Wsv Waalwijk	176
5	Jachthaven Aquapelle	150
6	Jachthaven de Wiel	125
7	Jachthaven Tilburgs W.S.V	100
8	Piushaven	75
9	Jachthaven Beekse Bergen	40

Bijlage 4 – Samenstelling COROP-gebieden

Een COROP-gebied is een regionaal gebied binnen Nederland dat deel uitmaakt van de COROP-indeling. Deze indeling wordt gebruikt voor analytische doeleinden. De naam COROP komt van Coördinatie Commissie Regionaal OnderzoeksProgramma. Bij de benchmark zijn de volgende COROP-gebieden gebruikt.

Midden-Noord-Brabant

Aalburg, Alphen-Chaam, Baarle-Nassau, Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek, Loon op Zand, Oisterwijk, Tilburg, Waalwijk, Werkendam en Woudrichem.

Twente

Almelo, Borne, Dinkelland, Enschede, Haaksbergen, Hellendoorn, Hengelo, Hof van Twente, Losser, Oldenzaal, Rijssen-Holten, Tubbergen, Twenterand en Wierden.

West-Noord-Brabant

Bergen op Zoom, Breda, Drimmelen, Etten-Leur, Geertruidenberg, Halderberge, Moerdijk, Oosterhout, Roosendaal, Rucphen, Steenbergen, Woensdrecht en Zundert.

Zuidoost-Noord-Brabant

Asten, Bergeijk, Best, Bladel, Cranendonck, Deurne, Eersel, Eindhoven, Geldrop-Mierlo, Gemert-Bakel, Heeze-Leende, Helmond, Laarbeek, Nuenen, Gerwen en Nederwetten, Oirschot, Reusel-De Mierden, Someren, Son en Breugel, Valkenswaard, Veldhoven en Waalre.

Arnhem/Nijmegen

Arnhem, Beuningen, Doesburg, Druten, Duiven, Groesbeek, Heumen, Lingewaard, Millingen aan de Rijn, Nijmegen, Overbetuwe, Renkum, Rheden, Rijnwaarden, Rozendaal, Ubbergen, Westervoort, Wijchen en Zevenaar.

Kaart COROP-gebieden Nederland, rood omlijnde gebieden vormen de benchmark



Bijlage 5 – Focus sectoren regionale economie

Deze bijlage geeft beknopt een beschrijving van de status quo en toekomstplannen voor de vier kernsectoren waar de regio Hart van Brabant op focust. De beschrijvingen zijn gebaseerd op de informatie zoals verstrekt door het Programmabureau Hart van Brabant (via hun website).

Vrijtijdseconomie

De vrijetijdseconomie in Hart van Brabant is goed voor 14.000 banen, meer dan 2.100 ondernemingen en tien miljoen dagrecreanten op jaarbasis. Hiermee is de toeristische en recreatieve sector van groot belang voor de regionale economie. Eerder in dit onderzoek werden reeds de contouren van de vrijetijdseconomie geschetst. Midpoint Brabant heeft met Midpoint Leisure Boulevard een economisch stimuleringsprogramma, dat werk maakt van de kansen die er liggen op leisuuregebied. De samenwerkende gemeenten in de regio Hart van Brabant ondersteunen dat programma vanuit hun publieke verantwoordelijkheid met een aantal concrete acties.

Logistiek

Hart van Brabant is de tweede logistieke *hotspot* van Nederland. De regio telt tal van toonaangevende transportbedrijven en logistieke dienstverleners. In toenemende mate kiezen nationale en internationale bedrijven voor Hart van Brabant als vestigingsplaats voor hun distributiecentra. De economische betekenis van de logistieke branche voor Hart van Brabant is substantieel: circa 32.000 banen, 3.400 vestigingen, een aandeel van 14% in de regionale economie en ruim 2 miljard euro aan toegevoegde waarde.

Het is de ambitie van de regio om de huidige toppositie verder te versterken. De acties om dat te bereiken, hebben betrekking op de verdere upgrading van de aanwezige hoofdinfrastructuur, het beschikbaar hebben van ruimte en kwaliteitsvoorzieningen, het ontsluiten en aanbieden van hoogwaardige kennis en het stimuleren van samenwerking binnen en buiten de regio. Hart van Brabant richt zich hierbij op vernieuwende

logistieke concepten en wil daarnaast de aantrekkingskracht als vestigingsplaats voor logistieke bedrijvigheid verder vergroten. De regionale publieke werkagenda is gericht op het aanjagen en faciliteren van strategische logistieke ontwikkelingen.

Zorg

In Hart van Brabant is de zorgsector (al sinds lange tijd) van groot belang. De sector is goed voor 9,9% van het BBP van Hart van Brabant en met circa 44.000 arbeidsplaatsen goed voor 20% van de regionale werkgelegenheid. Daarnaast kent de sector een geleidelijke, stabiele groei. Hart van Brabant zet ook in de toekomst in op de zorgsector. Er liggen kansen op groei en kwaliteitsverdieping. In Hart van Brabant zijn grote instellingen en topvoorzieningen gevestigd zoals het St. Elisabeth Ziekenhuis, het Tweesteden Ziekenhuis en het Verbeeteninstituut. In Tilburg zitten de hoofdkantoren van marktleiders in de zorgverzekering. Maar er zijn ook tal van kleinere zorgaanbieders, bijzondere kennisinstituten en bedrijven die opvallen door hun technologische vernieuwingen waarvan de zorgsector kan profiteren. Met dit brede palet ligt het voor de hand dat Hart van Brabant haar *Social Innovation* aanpak hier met succes kan inzetten door het vormen van nieuwe zorgketens en het toepassen van slimme innovaties.

Met het Midpoint Programma Care Avenue werkt Hart van Brabant de komende jaren aan een kwaliteitsimpuls die voor groei en verbreding van de zorgsector zal zorgen. De nadruk daarbij ligt op arbeidsmarkt en scholing, op de ontwikkeling van een zorgcampus en op zorginnovaties.

Bijlage 5 – Focus sectoren regionale economie

Aerospace & maintenance (met Gate2 als vliegwiel)

In Hart van Brabant is de maakindustrie goed voor circa 26.000 arbeidsplaatsen. Onder meer dankzij het industriële verleden van de regio. Er is sprake van een florerende bedrijfstak op het gebied van industrieel en vooral ook luchtvaartgebonden onderhoud. Inmiddels zijn hierin ruim vijftig gespecialiseerde en vaak kapitaalintensieve bedrijven actief. Daarnaast heeft Hart van Brabant, samen met West-Brabant, een groot aantal belangrijke opleidingen op het gebied van luchtvaart en onderhoud. Binnen de economische ambities wordt ingezet op verdere versterking en verbreding van deze topsector. De regio kan zich daarmee zowel nationaal als internationaal onderscheidend profileren.

In 2011 is in Gilze en Rijen de aerospace & maintenance campus Gate2 van start gegaan. Deze werklocatie op een terrein bij Ericsson, tegenover vliegveld Gilze-Rijen, vormt de basis voor de beoogde clustervorming van bedrijven en is daarmee de generator voor business en innovatie. De eerste bedrijven hebben zich er inmiddels gevestigd. De focus daarbij ligt op faciliteiten voor helikopteronderhoud en andere ‘landingsbaan gebonden’ luchtvaart- en onderhoudsactiviteiten. Onderzoek van Tilburg University wijst uit dat deze activiteiten via een benadering van actieve clusterontwikkeling voor een significante banengroei in de regio kunnen zorgen.

Met het oog op deze potentie van het cluster als geheel en de verdere ontwikkeling van de Gate2 campus als fysiek kristallisatiepunt, stimuleert Midpoint Brabant de sector met het programma Midpoint Aerospace & Maintenance Cluster. De samenwerkende gemeenten faciliteren de ontwikkeling door de nodige planvorming ter hand te nemen: campusvisie, gebiedsvisie, bestemmingsplannen. Hierdoor ontstaat een integrale benadering, waarvan behalve Gate2 ook het behoud van de huidige Ericsson vestiging en de omliggende gebieden deel uitmaken.

Bijlage 6 - Trends & ontwikkelingen

B6 Trends & ontwikkelingen verblijfsaccommodatiemarkt

De volgende pagina's geven de belangrijkste trends & ontwikkelingen per type verblijfsaccommodatie weer.

B6.1 Trends & ontwikkelingen hotelmarkt (inclusief B&B's)*

Aanbodzijde

- Uitbreiding **marktruimte door recente toevoegingen nieuw type hotels**. Voorbeelden van nieuwe hoteltypen zijn boutique/design hotels, *affordable luxury hotels* (bijzondere concepten op 3-sterren plus niveau zoals CitizenM), wellnesshotels (bijvoorbeeld Fort Resort Beemster en Spa Zuiver in Amsterdam), zorg- en herstelhotels (hotels, vaak gekoppeld aan zorgvoorzieningen, waar extramurale zorg wordt geboden, bijvoorbeeld Udens Duyn) en ecohotels (hotels waarin duurzaamheid een centrale rol speelt, bijvoorbeeld Conscious Hotels). Deze concepten trekken allen (deels) een eigen, nieuwe vraagmarkt aan.
- Naast deze meer voorkomende concepten zijn er ook nog diverse andere nieuwe typen hotels te vinden. Zo hebben de voorheen wat oubollige jeugdherbergen zich onder de noemer van Stayokay heruitgevonden als meer **hippe hostels**, is Kloosterhotel ZIN een goed voorbeeld van een op **bewustwording en persoonlijke ontwikkeling** gericht **'trainingshotel'** en creëert het Berlijnse Plus One een **individuele beleving** doordat men bij het boeken niet alleen een hotelkamer uitkiest, maar ook een eigen lokale gids. Deze gids maakt de gast tijdens zijn of haar verblijf wegwijst in de stad.
- Opkomst van kleinschalige hotels (en B&B's) die **in concept en profilering zich duidelijk onderscheiden van het 'standaard' hotelaanbod** (bijvoorbeeld zeer luxe kleine hotels in watertorens en in kranen (zie foto) en/of verblijf in de vorm van Hooiberghutten).
- **Forse toename van hotelaanbod** (aantal kamers steeg in tien jaar tijd met 25%), met name in het hogere middensegment.

- Toename van **internationale merken op economy en budget niveau op de Nederlandse markt** (bijvoorbeeld easyHotel, IBIS Budget, Holiday Inn Express en Motel One). Focus van deze merken ligt op de grote steden.
- Steeds **meer aanbod** maakt **onderdeel** uit van een **hotelketen** dan wel hotelmerk.
- In zijn algemeenheid is er sprake van een **schaalvergroting binnen de hotellerie**: het afgelopen decennium groeide de gemiddelde omvang van hotels in Nederland van 31 naar 35 kamers (+14%). Deze ontwikkeling is het gevolg van het verdwijnen van veel kleinschalige hotels die niet met hun tijd zijn meegegaan en die zowel door (nieuwe) grotere hotels als door B&B's worden weggeconcentreerd.
- Door de terugvallende vraag op de markt voor meerdaagse bijeenkomsten **richten conferentiecentra** zich in toenemende mate ook **op de leisure en individuele zakelijke toerist**.
- Daarnaast komt het voor dat hotels zich op de **niche van arbeidsmigranten** richten. Het accommoderen van deze niche kan consequenties hebben voor de aantrekkelijkheid voor andere doelgroepen.



Bijlage 6 - Trends & ontwikkelingen

Vraagzijde

Een groot aantal van de trends aan de aanbodzijde zijn voortgekomen uit *drivers* vanuit de vraagzijde. Zo liggen aan de opkomst van nieuwe boutique/designhotel-concepten onder meer toenemende behoeftes aan luxe, uniciteit en authenticiteit ten grondslag. Bij de beschrijving van de volgende trends focussen we op aanvullende ontwikkelingen.

- **Groei hotelvraag:** de totale hotelvraag is sinds 2000 aanzienlijk toegenomen (in de periode 2000 – 2010 gemiddeld zelfs met 0,4 miljoen per jaar in Nederland). Hierbij geldt:
 - **Binnenlands toeristisch verblijf in hotels: korter, maar vaker.** Het aantal binnenlandse vakanties in hotels is de afgelopen tien jaar toegenomen met liefst 45% (nu 4,1 miljoen). Gemiddeld genomen zijn deze vakanties echter steeds korter. Het totaal aantal binnenlandse toeristische overnachtingen steeg in tien jaar tijd namelijk maar met ‘slechts’ 11% (nu 10,3 miljoen).
 - **Het aantal buitenlandse toeristen dat in hotels verbleef in Nederland nam ook toe de afgelopen tien jaar: +35%.** Kijkend naar de toekomst, geldt dat de World Tourism Organisation een verdubbeling van het wereldwijde aantal internationale toeristische aankomsten verwacht tot 1,6 miljard in 2020. Daarbinnen zal het relatieve marktaandeel West-Europa/Nederland wel dalen, maar wordt in absolute cijfers gezien wel groei verwacht. Het is niet gezegd dat de regio zonder meer kan profiteren van de groei van het inkomend toerisme. Dit hangt onder meer samen met de ontwikkeling van het toeristisch-recreatief aanbod in Noord-Brabant.
 - **Sterke groei stedentrips:** mede door toegenomen welvaart, *low cost carriers* en toegenomen transparantie van de markt, verwacht het NBTC voor hotelovernachtingen in steden gemiddeld een groei van 4% per jaar in de periode 2016-2020.

- **Online Travel Agents (OTA's)** worden steeds machtiger. Terwijl de gemiddelde kameropbrengst (ADR) op veel plaatsen onder druk staat, neemt de **commissie per verkochte hotelkamer via een OTA over het algemeen aanzienlijk toe**. Dit zet de uiteindelijke kameropbrengst c.q. de marge (verder) onder druk.
- **Kortere boekingstijden:** zowel de leisure als de zakelijke toerist boekt zijn/haar verblijf op steeds kortere termijn.
- Sinds 2009 monitort het CBS ook het aantal zakelijke overnachtingen in hotels. **In Noord-Brabant lag het aantal zakelijke overnachtingen in hotels in 2013 evenals in 2009 op 1,4 miljoen.** De invloed van de crisis op het aantal overnachtingen lijkt dus beperkt of er is sprake van herstel. Ook lijkt er geen of amper een verandering te zijn in het type hotels naar sterren dat men boekt. Zes op de tien zakelijke overnachtingen buiten Amsterdam vindt nog steeds in 4-sterren hotels plaats.
- **Meerdaagse zakelijke bijeenkomsten worden in toenemende mate vervangen** door vergaderarrangementen zonder verblijf of door *video* en *internet conferencing*.

Bijlage 6 - Trends & ontwikkelingen

Trends & ontwikkelingen B&B's en 'vakantieverhuur' *

- Het **aantal B&B's** in Nederland lijkt de afgelopen jaren **sterk gestegen**. Er zijn geen eenduidige recente gegevens bekend, maar wel is bekend dat van 2007 tot 2009 het aanbod reeds steeg met liefst 25%.
- Het nieuwe aanbod aan B&B's is meer dan voorheen op **hetzelfde niveau als luxe 4- en soms zelfs 5-sterren kamers**. Naast het meer luxe segment, blijft **ook het aanbod aan budgetkamers** bij B&B's een aanzienlijk deel van het totaalaanbod vormen.

Voor vakantieverhuur via AirBnB: zie hoofdstuk 2.

B6.2 Trends & ontwikkelingen groepsaccommodaties

- Het **aantal slaappleaatsen** bij groepsaccommodaties **neemt gestaag af**: sinds 2007 vond er zowel in geheel Nederland als in de regio Midden-Noord-Brabant een daling plaats van circa 10%.
- De ontwikkeling van de **vraag naar groepsaccommodaties nam** in de periode **2008 tot en met 2012 met 13% af**. **Sinds 2012 consolideert de vraag**.
- De daling c.q. consolidatie van de vraag wordt deels verklaard door de **afname van de budgetten van scholen en verenigingen** in de laatste jaren. Anderzijds is de **markt van boekingen voor meergeneratie-/familieuitjes wel groeiende**. Maar die komt vooral terecht in de gewone vakantieparken (groei familiebungalows). Ook **zorg** is een specifieke (kleine) nichemarkt met potentie.
- In de sector begint een **vervangingsslag** op gang te komen. Verouderd en te weinig onderscheidend aanbod - veelal in oude boerderijen - maakt plaats maken voor **(ver)nieuw(d), luxer aanbod** met (veel) meer vrijetijdsvoorzieningen. Daarbij wordt afgestapt van de grotere slaapzalen en gekozen voor meer comfort, met name in sanitaire zin.
- **Vakantieparken en bed&breakfasthouders** richten zich in toenemende mate ook op de groepsmarkt. Zo neemt Bosrijk medio 2015 een aantal (schakelbare) vakantiehuizen in gebruik die zich specifiek op de groepsaccommodatiemarkt richten.
- Ook (voormalige) **landbouwbedrijven** blijven zich (deels) herontwikkelen tot groepsaccommodaties.
- Evenals bij de andere vormen van verblijfsaccommodaties is **gastvrijheid, beleving en authenticiteit** van steeds groter belang. Vervlechting van groepsaccommodaties met ook zelfstandig te bezoeken outdoor-attracties komt niet zelden voor.

Bijlage 6 - Trends & ontwikkelingen

B6.3 Trends & ontwikkelingen vakantieparken*

- Het aantal **overnachtingen van gasten** op huisjesterreinen/vakantieparken ontwikkelde zich in geheel Nederland als volgt: **van 2008 tot 2012 daalde** het aantal overnachtingen met circa **4%**. Van **2012 tot 2014** was er sprake van een **duidelijke groei: +13%**.
- **Ook het aanbod nam toe:** sinds 2008 steeg het aantal slaapplekken op vakantieparken (exclusief vast verhuurde huisjes) **met 27%**.
- Door **(over)aanbod** in de kampeer- en bungalowsector is er een **sterke concurrentie op prijs**. Landelijke omzetgegevens voor de camping-, vakantiepark en groepsaccommodatiesector (separate gegevens per sector ontbreken) tonen echter aan dat de **sectoromzet tussen 2010 en 2014 met 11% toenam**.
- **Sterker accent op beleving en comfort:** luxe en/of bijzondere accommodaties en parken winnen marktaandeel.
- Er is - als gevolg van de sterk gestegen concurrentie van internationale destinaties - in de **meeste regio's sprake van een verzadiging (of zelfs overaanbod) aan vakantieparken**.
- Toename van aantal **(kortere) vakanties per jaar en vaker last minute** – ook vakantieparken profiteren hiervan.
- **Dag- en verblijfsrecreatie worden steeds vaker aan elkaar gekoppeld.** Attractieparken ontwikkelen enerzijds verblijfsaccommodaties (met de Efteling/Bosrijk als het voorbeeld in Nederland). Anderzijds hebben voorzieningen op grote vakantieparken (zoals Aquamundo van Center Parcs) een grotere aantrekkingsfunctie voor dagbezoekers.
- **Schaalvergroting:** parken breiden hun aanbod verder uit, onder meer om voldoende kritische massa te hebben om de grote investeringen in bijzondere parkfaciliteiten te kunnen dragen. Veel van deze plannen ondervinden echter wel hinder van de beperkte uitbreidingsmogelijkheden die er vaak in ruimtelijke zin zijn. Daarnaast is met name Roompot/Arcus bezig met de bouw van nieuwe, relatief grootschalige parken: in Zeeland worden de komende jaren zeven parken, goed voor totaal 12.500 bedden gerealiseerd.

- Ook – vaak luxe, hoogwaardige – **relatief kleinschalige parken** zijn in opkomst. Deze parken hebben doorgaans 30 tot 100 woningen en betrekkelijk weinig voorzieningen. De woningen worden vaak door consumenten (vaak gepensioneerden) aangekocht als tweede woning en verhuurd via een verhuurorganisatie (zoals Landal).
- **Hotellerie en vakantieparken groeien naar elkaar toe:** door de opkomst van luxere concepten bij vakantieparken – soms met service vergelijkbaar met een hotel – bedienen deze luxere concepten vaker dezelfde vraagmarkt als hotels.
- **Ketenvorming: verdere toename** van het aantal parken dat zich verbindt aan een keten (en haar marketing- en verhuurnetwerk).
- Met de invoering van groepsbungalows springen de vakantieparken in op de **toenemende groeps- en meergeneratievakanties** (en beconcurreren hiermee groepsaccommodaties).
- Door onder andere veeleisendheid van de consument en problemen rondom bedrijfsopvolging hebben **verouderde bungalowparken** het steeds **moeilijker**. Met name dit type park richt zich vaker op **(deel)verhuur aan arbeidsmigranten**. Dit maakt een park minder aantrekkelijk voor leisure gasten.
- Evenals in de hotellerie neemt ook bij vakantieparken de **macht van internet, reviewsites en social media** toe. Dit draagt bij aan de druk op de omzetmarges.
- **Duurzaamheid** wordt binnen de sector in sterkere mate centraal gesteld. In concepten (bijvoorbeeld Greenhuus) en in certificering (Green Key-certificaten).
- **De prognose voor de langere termijn is gematigd positief voor bungalowparken.** Nederland blijft namelijk een populair vakantie-land voor Nederlanders zelf én er is sprake van een groeiend aantal toeristen uit onze buurlanden. De vraag naar bungalows blijft daardoor stabiel, hoewel de sterke verzadiging van de markt wel tot blijvende prijsdruk leidt.

Bijlage 6 - Trends & ontwikkelingen

B6.4 Trends & ontwikkelingen campings*

- Door overaanbod in de kampeer- (en in de bungalow)sector staan de **prijzen onder druk**, met name bij weinig/niet vernieuwende campings. In de ontwikkeling van de omzet voor de kampeer- en bungalowsector komt het beeld van onder druk staande prijzen overigens niet naar voren.
- **Nieuwe campingontwikkelingen kunnen nog perspectiefrijk zijn**, mits zij maar gelegen zijn op echt **onderscheidende locaties** met een sterke eigen trekkracht en/of een **bijzonder concept** hebben.
- Als gevolg van de economische **laagconjunctuur** van de afgelopen jaren kiezen consumenten er vaker voor om in Nederland te blijven. Dit heeft een **(tijdelijk?) positief effect op de campingvraag**.
- Het lukt een substantieel deel van de campings nog niet om in te spelen op de **trend** dat consumenten hogere eisen stellen aan **luxe en comfort**. Een deel van de sector weet hier echter wel op in te spelen door kampeerplekken met privé sanitair en reeds ingerichte tenten aan te bieden.
- Een in opkomst zijnd concept dat ook inspeelt op de vraag naar luxe is het **'glamping'** concept: kamperen met luxe en in een bijzondere sfeer, in een apart soort accommodatie zoals een speciale tent.
- Tegentrend: **'back to basic'**. Kamperen waarbij natuurbeleving en kamperen in de natuur centraal staat. Dit vertaalt zich naar een toename van de vraag naar kamperen bij de boer (het aantal overnachtingen bij **kampeerboeren stijgt al jaren**).
- De **kleinschalige boerderijcampings** worden **steeds professioneler** doordat er meer geïnvesteerd kan worden in toiletvoorzieningen, stroomaansluitingen, et cetera. Het verblijf op de boerderij voegt een extra beleving toe.
- Een deel van de sector **voegt vaste huisjes/chalets toe** aan het verhuuraanbod. Deze toenemende **'verstening'** kan **op gespannen voet staan met de natuurwaarden** van de parken.

- Het totaal aantal overnachtingen op alle campings in Nederland nam **van 2008 tot 2012 af met 7,5%**. Van 2012 tot 2014 was er sprake van **herstel: +4%**. N.b. dit is exclusief overnachtingen op vaste standplaatsen.
- Het **aantal beschikbare standplaatsen op campings** (exclusief de vaste standplaatsen) **daalt al enige tijd gestaag**. Sinds 2007 nam het aanbod met **10% af**.

