

Vakantiepark Boschbeek

Onderbouwing marktbehoefte



rapport

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
2.	Toekomstbestendig vakantiepark	2
3.	Marktbehoefte	3
4.	Beleid	21
5.	Conclusies	23

Apeldoorn, 18 juni 2021 aangepast 24-09-2021
R12887 – NvdR/RB

Van der Reest Advies
Anklaarseweg 15
7316 MA Apeldoorn
T: 055-5382460
E: advies@vanderreestadvies.nl
I: www.vanderreestadvies.nl

Rapportverzoek van: K3H Architecten
J. Gielians

Opgesteld door: Van der Reest Advies
N.A. van der Reest
R. Beukers



1. Inleiding

Oostappen Groep wil het voormalige recreatiepark Elfenmeer in Herkenbosch opwaarderen tot een eigentijds en toekomstbestendig vakantiepark Boschbeek. Hiertoe is een ingrijpende kwaliteitsverbetering van het park noodzakelijk en een nieuwe doelgroep oriëntatie. Door K3H architecten is daartoe een masterplan ontwikkeld en voorgelegd aan de gemeente Roerdalen.

De gemeente wenst nader geïnformeerd te worden over de marktruimte voor het project, tegen het licht van de marktontwikkelingen en het beleidskader in Midden-Limburg ten aanzien van recreatie & toerisme. De initiatiefnemer heeft vervolgens Van der Reest Advies als externe deskundige ingeschakeld.

Van der Reest Advies is specialist op het gebied van recreatie & toerisme. Al vele jaren voeren wij opdrachten uit voor recreatiebedrijven, projectontwikkelaars, banken en overheden. Het accent in onze werkzaamheden ligt op de bedrijfsmatige kant van de recreatie: bedrijfsvoering, exploitatie, markt & haalbaarheid. Wij zijn erkend RECRON Top Adviseur en gecertificeerd adviesbureau op het gebied van Leisure Leefstijlen (Leefstijlvinder).

In dit rapport wordt het onderzoek naar de marktruimte nader uitgewerkt en toegelicht.



2. Toekomstbestendig vakantiepark

Oostappen Groep

Oostappen Groep Vakantieparken is een recreatieonderneming met diverse bedrijven in Nederland en België. In totaal bestaat het concern uit 9 parken in Nederland en België. Oostappen Groep is de Aldi of Lidl onder de recreatiebedrijven; “massa is kassa” is de lijfspreuk van oprichter en eigenaar Peter Gillis. Door op de parken een hoge capaciteit tegen redelijke prijzen accommodaties aan te bieden wil de Oostappen Groep voor iedereen een topvakantie toegankelijk maken.

MVO

Maatschappelijk verantwoord ondernemen staat hoog in het vaandel van de Oostappen Groep. Daarom werkt het concern samen met diverse organisaties en projecten op dit gebied. Het jaarlijkse ‘Verwenevent’ voor gezinnen met kinderen met een handicap, Stichting kidsvaKANSie Zeeuws Vlaanderen en de Stichting de Opkikker zijn hiervan voorbeelden. Mooie doelen, waarbij veel mensen de dag of het weekend van hun leven beleven, worden zo mede mogelijk gemaakt door de Oostappen Groep Vakantieparken.

Limburgs park

Boschbeek is een vakantiepark in Midden-Limburg gelegen aan de rand van Nationaal Park De Meinweg en op korte afstand van het dorp Herkenbosch. Het park heeft in de huidige opzet een mix van huisjes (in clusters) en stacaravans. Er zijn, op enkele speeltuintjes na, geen voorzieningen op het park.

Oostappen wil op het park een forse kwaliteitsslag maken door de huisjes te upgraden, de stacaravans te vervangen door moderne chalets, camperstandplaatsen te creëren, de natuur naar binnen te halen en een nieuw centrumgebouw toe te voegen (functies: receptie, service-shop, ruimte voor Technische Dienst, beheerderswoning). De bestaande infrastructuur (wegen, kabels, leidingen) wordt zoveel mogelijk hergebruikt. Door K3H-Architecten is een masterplan opgesteld waarin de beoogde ontwikkeling zichtbaar is gemaakt.

Toekomstbestendig

De filosofie van de Oostappen Groep is dat vakantie geen eliteproduct mag zijn maar voor zoveel mogelijk mensen haalbaar moet zijn. Daarbij moet goede kwaliteit de norm zijn. Dit impliceert dat de capaciteit van het park voldoende ruim moet zijn om een duurzaam rendabele exploitatie mogelijk te maken.

Masterplan

In het masterplan is gekozen voor de volgende opzet:

- Mobiele chalets, demontabele gebouwen zonder gebouwde fundering die binnen 24-uur te verplaatsen zijn in diverse uitvoeringen.
- 50 bestaande huisjes die worden gerenoveerd zodat weer een marktconform product ontstaat.
- Ruime kavels van gemiddeld 250 m². Veel privacy.
- Parkeren op de kavels en in zogenaamde parkeerkooffers die her en der over het park verspreid liggen.
- Camperplaatsen toevoegen nabij de entree.
- Beperkte algemene voorzieningen: receptie, beheerderswoning, bescheiden speelvoorzieningen.
- Natuurlijke entourage; veel groen, gebruik van passende materialen.
- Duurzame opzet en inrichting. Hollands hout met FSC-keurmerk.
- Kenmerkende begrippen: ‘kwaliteit’, ‘veilig’, ‘gastvrij’, ‘natuurvriendelijk’ en ‘compleet’.

3. Marktbehoefte

3.1 Trends en ontwikkelingen in recreatie & toerisme

Algemeen

- Toename aantal ouderen ('vergrijzing').
- Steeds meer personen met migratieachtergrond.
- Kleinere huishoudens.
- Relatief snelle bevolkingsgroei (van 17,2 nu naar 18,4 in 2060)¹.
- Digitalisering van de samenleving.
- Toenemende mobiliteit en globalisering.
- Aandacht voor duurzaamheid in alle facetten van het leven.
- Blijvende vraag naar luxe en comfort.
- Behoeft aan veiligheid en menselijke maat.
- Groeiende belangstelling voor beleving en unieke ervaringen.
- Waardering voor natuur, rust en ruimte als tegenhanger van de dagelijkse hectiek.
- Toenemende aandacht voor fysieke en mentale gezondheid.
- Belangstelling voor *roots* & regio.

Recreatie & vrije tijd

- Groei internationaal toerisme.
- Binnenland steeds meer bestemming voor korte tussendoorvakanties.
- Regionale en lokale kwaliteiten als positieve associaties voor een bezoek (*Bourgondisch Brabant, Rustiek Twente, Zinderend Zeeland, Grenzeloos Limburg*).
- Logiesverschaffing is onderdeel van totaalpakket (recreatieprogramma, activiteiten, eten & drinken, attracties, bezienswaardigheden, natuurlijke omgeving).

Wensen en voorkeuren verblijfsrecreanten.

- Toenemende behoefte aan privacy en comfort. Aan de kwaliteit van het recreatieverblijf (standplaats, caravan, huisje) worden steeds hogere eisen gesteld.
- Meer ruimte nodig. Hierdoor worden standplaatsen op campings, bungalows, hotelkamers, boten en dergelijke steeds groter.
- De locatie is en blijft een belangrijk criterium bij de keuze van een recreatiebedrijf.
- Steeds meer vraag naar accommodaties met mogelijkheid voor dagelijkse aankomst en vertrek.
- Kleinschalige campings met veel ruimte en groen, maar zonder grootschalige centrale recreatievoorzieningen aan de ene kant en vakantiecentra met 'alles erop en er aan' aan de andere kant, mogen zich in een ruime en groeiende belangstelling verheugen. Wat hier tussenin zit, heeft het moeilijk.
- Profilerings is van groot belang in het huidige 'internettijdperk' met een alsmaar toenemende mate van transparantie. Een aansprekende, goed vindbare website en een gebruiksvriendelijk online boekingsysteem is daarom een must.
- *Recreanten zonder kinderen* hechten vooral aan goede informatie over de omgeving van het recreatiebedrijf. Zij ondernemen in hoofdzaak activiteiten buiten het park/de camping, zoals wandelen en fietsen door de natuur, bezoek van evenementen, attracties en bezienswaardigheden.
- *Gezinnen met kinderen* richten zich in hun keuze voor een bepaald bedrijf primair op het bedrijf zelf: zwembad, speelvoorzieningen, recreatieactiviteiten/animatieprogramma, slechtweervacaties. Ook de aanwezigheid van toeristische attracties in de nabije omgeving speelt voor deze doelgroep een belangrijke rol.

¹ Bevolkingsprognose 2017-2060 (CBS)



Vakanties

- Bij Nederlanders zijn **vakanties gericht op de natuur** én de **relaxvakanties** het meest in trek. Beide vertegenwoordigen respectievelijk 15% en 14% van alle binnenlandse vakanties².
- 46% van de vakantiegangers verblijft in een recreatiewoning/huisje of een particuliere woning, 28% in een hotel, appartement of pension en 19% gaat kamperen.
- 17% van de binnenlandse vakanties wordt op de bonnefooi ondernomen. Het merendeel wordt vooraf en veelal via internet geboekt (70%).
- Campings: dalende tendens in kamperen, wel **toename vraag naar verhuuraccommodaties**.
- Vakanties in bungalowparken zijn in Nederland het meest in trek. **De recreatiewoning is de populairste logiesaccommodatie onder Nederlanders**.
- **Groeibende markt voor campers**.
- Agrotourisme stabiliseert.
- Natuurkampeerterreinen in de lift.
- Toename vraag naar B&B (bed & breakfast) kamers.
- Nederland steeds meer bestemming voor korte tussendoorvakanties. De lange vakantie in de zomer wordt in toenemende mate in het buitenland doorgebracht (huidige verhouding 60-40). Hierdoor worden tussendoor vakanties in voor- en najaar voor Nederlandse recreatiebedrijven steeds belangrijker. Het seizoen wordt daardoor langer, maar de hoogseizoenpiek vlakkt af.
- Behoeft aan 'menselijke maat' en persoonlijke service.
- Gezondheidstourisme en actieve buitenrecreatie doen het goed.
- Toename groepsactiviteiten, zowel in de familiesfeer (3 generaties, familiereünies) als in informele groepen (vrienden, sport- en hobbyclubs). **Dit leidt tot meer vraag naar grotere woningen (aangeduid als 'groepshuizen' of 'meergeneratiewoningen')**.
- Toenemende vraag naar unieke accommodaties (safari tenten, boomhutten, hooibergen, lodges, floathouses enz.) en unieke ervaringen ('met een verhaal thuis kunnen komen').
- Vraag naar op maat gesneden aanbod en bijzondere logiesaccommodaties ('beleving').



Recreatiewoningensector

- Meest populaire overnachtingsaccommodatie in Nederland. 2019: 39,4 miljoen overnachtingen. Dat is ongeveer 1/3 van het totale aantal overnachtingen³.
- Populair bij alle leeftijdsgroepen en soorten huishoudens.
- Gebruikt voor korte verblijven ('short break') én lange vakanties.
- Vakanties in recreatiewoningen zijn voor gezinnen vaak een extra vakantie (conjunctuurgevoelig).
- Wellicht als reactie op de voortschrijdende individualisering is in de verblijfsrecreatie een tendens zichtbaar van meer groepsgericht op stap gaan, zowel in de familiesfeer (de bekende drie generaties, maar ook familiereünies) als in de vorm van informele groepen (vrienden en bekenden, sport- en hobbygroepen, collega's uit het werkveld enz.).
- Vergroting van recreatiewoningen ten behoeve van groepsrecreatie en hang naar meer luxe.

² Bron: Continu Vakantie Onderzoek (NBTC/NIPO, 2019)

³ Bron: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd (NRIT, 2019)

- Nieuw aanbod zorgt voor algehele toename kwaliteitsniveau maar tegelijkertijd voor verdringing aan de onderkant van de markt. Verouderde en veelal kleine huisjesparken hebben het moeilijk.
- *Coronaproof*. Een recreatiewoning is zelfvoorzienend in tegenstelling tot een hotelkamer of kampeeraccommodatie.



Campertoerisme groeimarkt

Het kampeerautotoerisme is onmiskenbaar aan een opmars bezig. Steeds meer mensen hebben een kampeerauto in bezit⁴ en ook de huur van een camper wordt steeds populairder. Op de populaire vakantieroutes zien we steeds meer campers en het lijkt er zelfs op dat op termijn de toercaravans in aantal overtroffen gaan worden door de kampeerauto's. Voor recreatieondernemers liggen hier kansen mits er in de terreininrichting en de faciliteiten wordt ingespeeld op de wensen en eisen van de kampeerauto-toerist.

Volgens recente gegevens van de European Caravan Federation (ECF) zijn er in Europa al meer dan 2 miljoen kampeerauto's geregistreerd. De 5 Europese landen met het grootste volume aan kampeerauto's zijn Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Italië en Nederland.

Groeiende markt met potentie

De campermarkt is een toeristische groeimarkt die mogelijkheden biedt om meer bezoekers aan te trekken. Op dit moment telt Europa ruim twee miljoen campers; dat zijn meer dan vier miljoen potentiële bezoekers.

Profiel campertoerist

- Circa 45% van nieuwe campers wordt op naam gesteld van een 65-plusser.
- Meer dan driekwart is ouder dan 50 jaar 2/3 reist zonder kinderen.
- Minder dan 2% van de eigenaren is jonger dan 30 jaar.
- Men reist in kleine gezelschappen; gemiddeld 2,4 personen.
- 21% neemt een huisdier mee.
- Veel op pad, gemiddeld 6,8 keer per jaar, hele jaar door. Hiervan duren 3,6 reizen 3 dagen of korter.
- Men verblijft nooit lang op één plek (veel verplaatsingen, veel korte verblijven, gemiddeld drie dagen op één locatie).
- Gemengde doelgroep. Zeker niet alleen hogere sociale laag en inkomensklassen.

⁴ Het aantal campers in Nederland is in 5 jaar tijd gegroeid van 93.000 naar 138.500. Bron: BOVAG, 2020

- Belangrijk: veiligheid, rustige omgeving, redelijke prijs.
- Doordat campers beschikken over eigen faciliteiten zijn er bij een camperplaats in principe niet veel faciliteiten nodig. Een overnachtingsplaats met basisfaciliteiten is vaak al voldoende voor een kampeerautotoerist.
- Kampeerautotoeristen geven de voorkeur aan een plaats met andere campers boven een plaats tussen andere campinggasten
- ±60% van de overnachtingen vindt op een camping/camperpark/vakantiepark plaats; op specifieke camperplaatsen of op gewone toeristische kampeerplaatsen.
- Flexibiliteit in aankomst- en vertrektijden.
- Liefst niet tussen andere recreanten (tenten, caravans, huisjes); voorkeur voor eigen camperdomein.

Bron: ledenonderzoek NKC (2018)



Huur van campers steeds meer in trek; ook bij jongere doelgroepen

- Een campervakantie komt steeds meer in trek. Daardoor stijgt het aantal verhuurbedrijven en ook eigenaren van kampeerauto's verhuren hun bezit steeds vaker via platforms als Campercontact, Camptoo, Goboony e.a.
- De groep kampeerautotoeristen wordt door de toename van camperhuur wel jonger. Waar meer dan driekwart van de campereigenaren ouder is dan 50 jaar, zijn de meeste huurders een stuk jonger dan 50 en de huurdersgroep wordt steeds jonger.
- Bijna de helft van de huurcampers wordt geboekt door stellen.
- Ook families en kleine gezelschappen van 3-4 personen zijn goed vertegenwoordigd met 40 procent van de boekingen.

Bron: verhuurplatform Camptoo

Verskillende soorten kampeerautotoeristen

Wat geldt voor gewone kampeerdere en bezoekers van bungalowparken, namelijk dat niet elke recreant dezelfde wensen heeft, geldt ook voor kampeerautotoeristen. De één heeft voorkeur voor een basic plaats, de ander wil graag een luxe plaats; de één hecht aan persoonlijk contact met de exploitant, de ander prefereert een volledig geautomatiseerd terrein. Zoveel hoofden, zoveel zinnen.

Voor recreatieondernemers is het daarom van belang om keuzes te maken in wat men wil aanbieden en dat vervolgens helder te communiceren zodat de recreant weet wat hij verwachten mag. Dit voorkomt misverstanden en teleurstellingen.

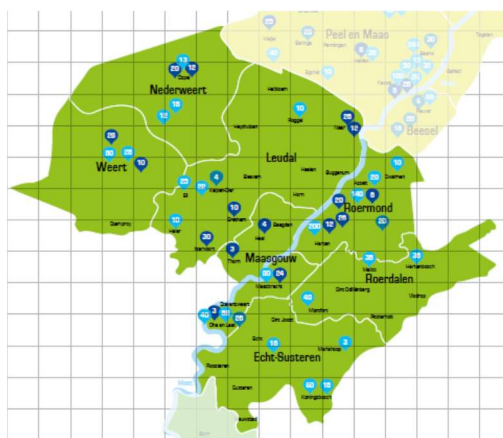
Campertoerisme in Limburg

Recent is een verkennend onderzoek verricht naar de markt voor camperplaatsen in Limburg.⁵ Het onderzoek concludeert dat jaarlijks een beperkte groei van 60 plaatsen voor de provincie Limburg mogelijk is. Geadviseerd wordt om jaarlijks per regio 20 plaatsen toe te staan.

De rapportage signaleert tevens de ontwikkeling dat steeds meer campers een camping/recreatiebedrijf verkiezen als overnachtingsplaats. Deze groep steeg van 38% in 2010 naar 54% in 2018. Inmiddels is deze groep verder toegenomen.

Uit dat onderzoek blijkt dat Midden-Limburg ten opzichte van de andere regio's in Limburg over het minste aantal camperplaatsen beschikt. Binnen de regio Midden-Limburg beschikt Roerdalen over het minste aantal camperlocaties (slechts 3)

Het onderzoek komt tot de conclusies dat er alleen nog ontwikkelingen kunnen plaatsvinden in de gemeenten Horst aan de Maas, Venray, Leudal, Weert, Nederweert, **Roerdalen**, Echt-Susteren, Stein en Sittard-Geleen. Dit laat zien dat er op vakantiepark Boschbeek voldoende ruimte is voor uitbreiding van het aantal camperplaatsen.



Doelgroepen campers

Bureau Facet, ruimtedenkers in recreatie, dat een onderzoek in Vlaanderen in samenwerking met Van der Reest Advies heeft uitgevoerd, stelt: "Ons onderzoek en ervaring leert dat de algemene campertoerist niet bestaat. Om er toch achter te komen wie die campertoerist is, passen we de Leisure Leefstijlen toe. De 'rode' campertoerist is op zoek naar unieke plekken, waarin hij de omgeving optimaal en authentiek kan beleven. Hij kiest minder snel voor een camping, maar dat deed hij voorheen ook al nauwelijks. De 'groene' camperaar kiest juist voor het sociale en het beschermde van een vakantiepark. Op een openbare camperplaats zal hij zich onbeschermd voelen. De 'blauwe' campergast verblijft niet op een camping maar wil wel goede faciliteiten, zoals een camperpark kan bieden."

Succesfactoren verblijfsrecreatiebedrijven

- Goede locatie
- Hoge kwaliteit
- Onderscheidend profiel
- Belevingswaarde

Voor een onderscheidend aanbod op goede locaties is het toekomstperspectief gunstig, mits er sprake is van een professionele bedrijfsvoering en een marktgerichte oriëntatie. Een goed opgezette verhuurorganisatie is een must om voldoende bezetting te genereren.

⁵ Campers in Limburg, Verkennend onderzoek naar de markt voor camperplaatsen in Limburg. Leisure Brains, februari 2021

Conclusie

Het draait in de recreatiesector primair om **kwaliteit en belevingswaarde**. Daar dient nieuw aanbod op gericht te zijn (onderscheidingsvermogen). Als dat lukt is er op goede locaties voldoende toekomstperspectief. Waarbij wel geldt dat goede kwaliteit als vanzelfsprekend wordt beschouwd en niet als onderscheidingscriterium. De consument kan immers kiezen uit een ruim aanbod dat via internet heel transparant wordt aangeboden.



Op Vakantiepark Boschbeek zal een kleinschalig camperparkje nabij de entree worden ingericht. Het onderzoek naar campertoerisme in Limburg ziet met name in Roerdalen nog kansen voor een beperkte groei van camperplaatsen, vooral op recreatiebedrijven, want de voorkeur van de camperaar gaat steeds vaker uit naar verblijf op een vakantiepark. De nadruk ligt evenwel op het aanbieden van huuraccommodaties in de vorm van chalets en huisjes. Daarom zal hierna op dit segment van de markt dieper worden ingegaan.

3.2 Recreatiemarkt Limburg

Vraag en aanbod recreatiewoningen

Op basis van gegevens van het CBS is vraag en aanbod van recreatiewoningen in Nederland en Limburg in beeld gebracht in onderstaande tabel.

	Nederland			Limburg		
	2012	2019	Groei	2012	2019	Groei
Bungalowparken	1.242	1.388	12%	141	131	-7%
Aantal huisjes	48.348	59.783	24%	8.176	8.720	6,7%
Overnachtingen	31.534.000	42.780.000	36%	5.673.000	6.513.000	14,9%
Bezettingsgraad	41,7%	45,8%	4,1%	48,8%	52,5%	7,6%

Bron: Statistiek Logiesaccommodaties (CBS)

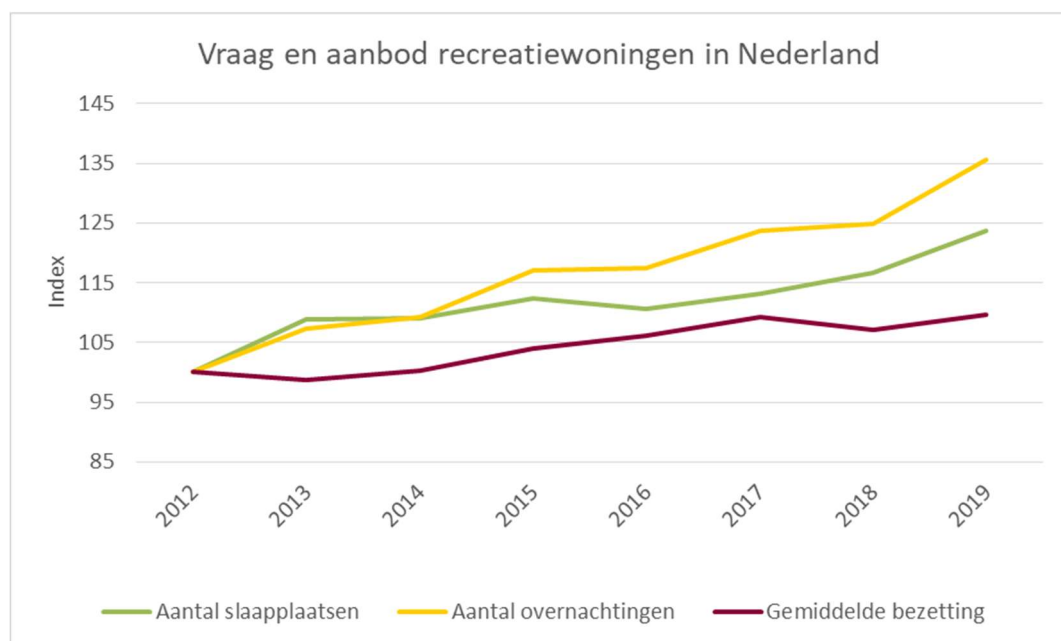
Toelichting

- In *Nederland als geheel* is gedurende een reeks van jaren sprake van een continu stijgend aanbod, zowel in parken als in aantal huisjes. Toch is de vraag harder gestegen dan het aanbod waardoor de gemiddelde bezetting per huisje ook een stijging laat zien, ondanks de volumetoename. Er zijn geen tekenen die er op wijzen dat de groei er uit is.
- In *Limburg* is het aantal bedden eerst teruggelopen en daarna weer gestegen waardoor per saldo sprake is van een lichte groei. Het aantal overnachtingen (de vraag) naar bungalows liet een gestage groei zien. Het aanbod groeit minder snel dan de vraag, waardoor de bezetting over deze periode kon stijgen met 7,6%.

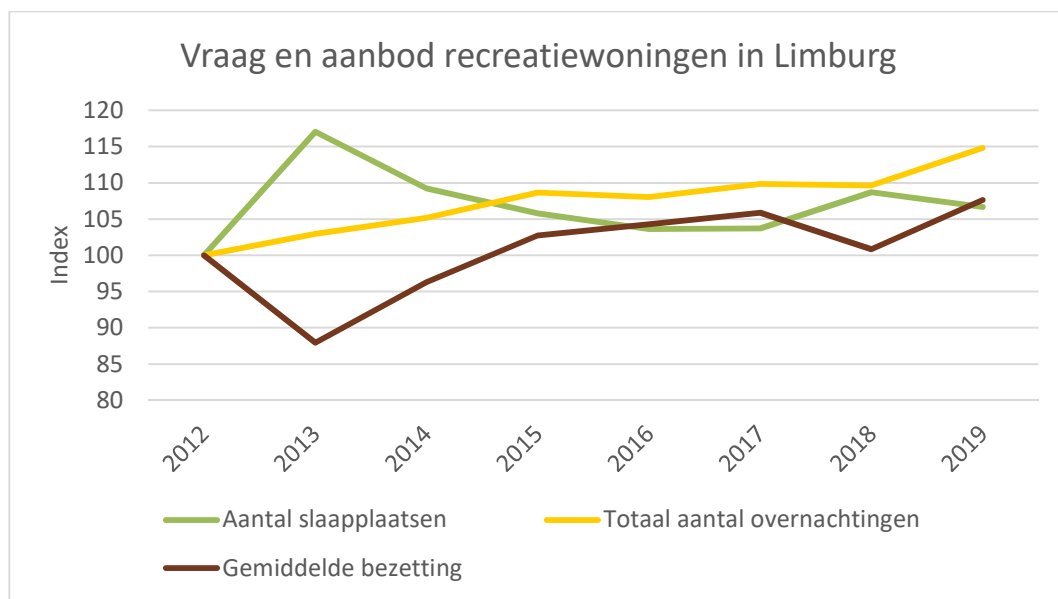
Conclusie

Het aanbod in Limburg is over een reeks van jaren minder toegenomen dan in Nederland (+6,7% vs. +24%) als geheel maar de vraag in Limburg is juist sterker toegenomen dan het landelijk gemiddelde (+7,6% vs. +4,1%). Er is dus nog volop perspectief voor toename van het huisjesaanbod.

De beschreven ontwikkelingen worden grafisch weergegeven in de volgende grafieken.



Bron: Statistiek Logiesaccommodaties (CBS)



Bron: Statistiek Logiesaccommodaties (CBS)

3.3

Midden Limburg

Bij het beantwoorden van de vraag of er nog ruimte voor uitbreiding van het aanbod recreatiebungalows in Midden Limburg speelt het rapport “Visie en Actieprogramma Recreatie en toerisme Midden Limburg” (verder te benoemen als de Visie) van de samenwerkende gemeenten in Midden- Limburg een belangrijke rol.

Vraag

In de Visie wordt geconstateerd dat er in de periode 2008 – 2015 bijna een verdubbeling van het aantal overnachtingen in bungalows heeft plaatsgevonden (jaarlijks 8,9% stijging). Vanaf 2015 zijn geen historische cijfers beschikbaar. Daarom wordt een inschatting gemaakt op basis van een aantal uitgangspunten⁶. Vanaf 2015 is sprake van een groei van circa 3% per jaar. Verwachting is dat deze groei de komende jaren zal doorzetten.

Op basis van deze uitgangspunten ziet het verloop van de vraag er als volgt uit.

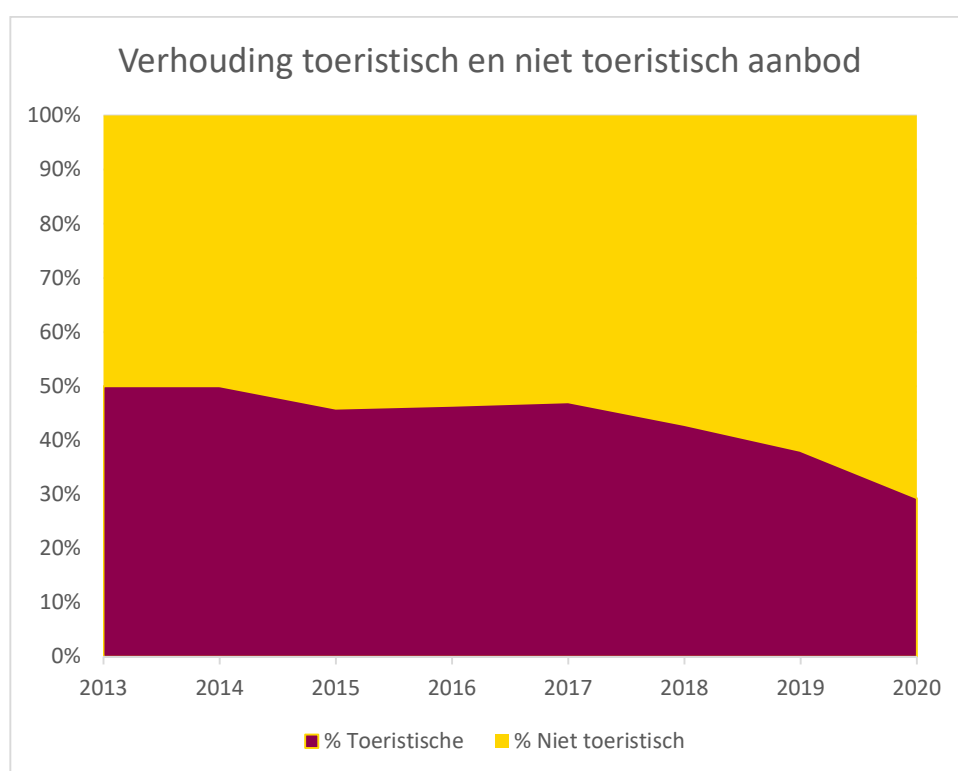


⁶ Bladzijde 6 en 7 van de Bijlagen bij Visie en actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden Limburg

Aanbod

Vitaliteit verblijfsrecreatie Limburg

Volgens het vitaliteitsonderzoek⁷ wordt circa 50% van het aanbod in Midden-Limburg gebruikt voor permanente bewoning of voor de huisvesting van arbeidsmigranten, bovendien verwacht men dat in de periode 2014 tot en met 2020 circa 400 woningen de aansluiting met de toeristische markt verliezen. In de praktijk betekent dit dat ook deze huizen gebruikt zullen worden voor permanente bewoning of het huisvesten van arbeidsmigranten. Onderstaande grafiek laat zien wat dit betekent voor het aanbod in Midden-Limburg.



Bron: Vitaliteit verblijfsrecreatie Limburg, Provincie Limburg 2015

Aanbod ontwikkeling

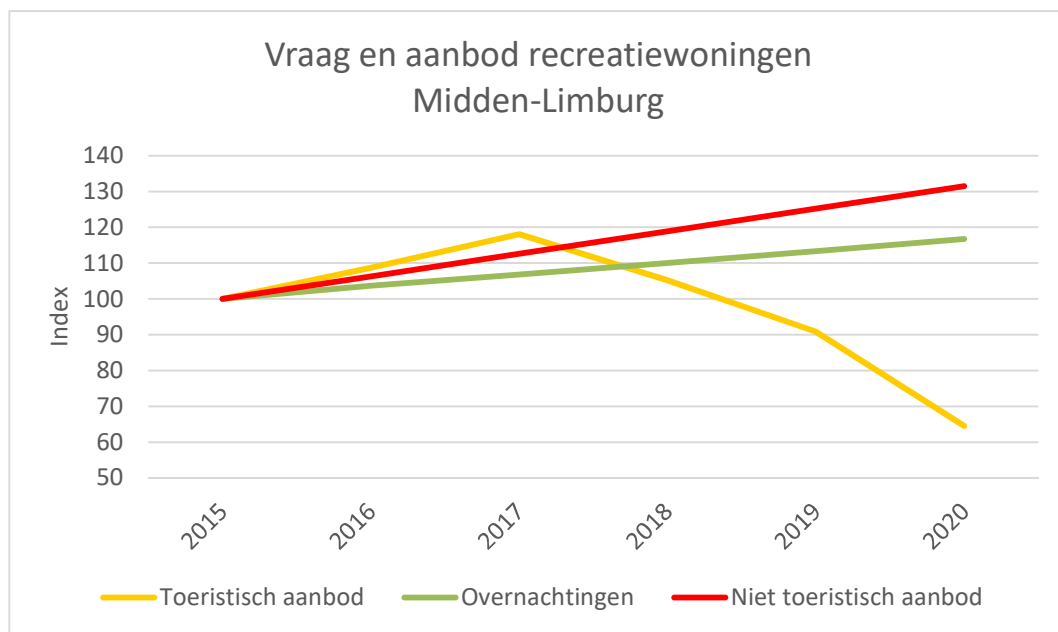
De historische gegevens in de Visie lopen tot 2017. Inmiddels heeft het CBS⁸ gegevens beschikbaar over de periode tot en met 2020. De cijfers laten zien dat na een hoogtepunt in 2017 jaarlijks sprake is van een dalend aanbod in plaats van de stijgende lijn (+ 3% per jaar) die in de Visie wordt ingeschat. In drie jaar tijd is het aanbod met 14% gedaald. Gemiddeld een daling van 4,7% per jaar.

Het totale aanbod van huisjes laat dus een daling zien terwijl binnen het aanbod een verschuiving plaatsvindt van toeristisch naar niet toeristisch. Immers 20% van het totale aanbod mist de aansluiting met de toeristische markt en zal dus verschuiven naar het niet toeristische aanbod. (circa 400 huisjes over een periode van 6 jaar)

⁷ Vitaliteit verblijfsrecreatie Limburg, Provincie Limburg 2015

⁸ Statline, Toerisme, Logiesaccommodaties, augustus 2020

Wat dit betekent voor de vraag en aanbod verhoudingen in Midden-Limburg laat onderstaande grafiek zien.



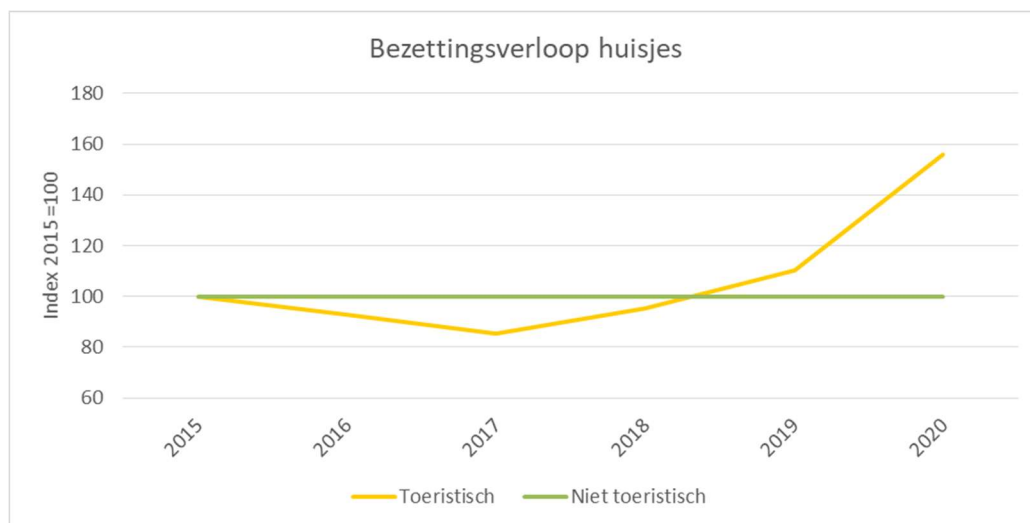
Bron: CBS, Visie en actieprogramma R&T ML, bewerking Van der Reest Advies

De grafiek laat zien dat het niet toeristisch aanbod blijft doorstijgen. De stijging ligt zelfs boven de stijging van de vraag. Terwijl het toeristisch aanbod een forse daling laat zien.

Deze ontwikkeling heeft ook consequenties voor de bezetting van de recreatie huisjes. Voor niet toeristisch gebruikte huisjes gaat de Visie uit van een bezettingspercentage van circa 61%. Zie onderstaand tekstkader.

Daarnaast roept dit de vraag op welk deel van de bezetting kan worden toegerekend aan toeristen en vakantiegangers en welk deel aan niet toeristische-bewoning. Hier is, ook bij gebrek aan gegevens, de aanname gedaan dat er bij niet-toeristische bewoning sprake is van dezelfde bezettingsgraden als bij toeristische bewoning: zo'n 61%.

Bron: Bijlage Visie en actieprogramma R&T ML



Op basis van het verwachte verloop van de overnachtingen is voor het toeristisch en niet toeristische aanbod een bezettingsverloop berekend. Hierbij is er vanuit gegaan dat de bezetting van een niet toeristisch huisjes constant is (61%) terwijl de bezetting van de toeristische huisjes afhankelijk is van het marktverloop. De grafiek laat zien dat door het stijgende toeristische aanbod tot 2017 de bezetting van toeristische huisjes onder druk stond. Vanaf 2018 is echter sprake van een forse stijging van de bezetting van toeristische huisjes.

Uit de Visie leiden we af dat een normale bungalowbezetting voor een gezonde exploitatie ligt tussen de 60% en 65%. De huisjesmarkt was in 2018 dus redelijk in evenwicht. Als gevolg van de daling van het marktconforme aanbod loopt de bezetting echter steeds verder op waardoor de bezetting ver boven de gezonde grens van 65% komt te liggen. Hierdoor raakt de markt voor toeristische huisjes uit evenwicht, het aanbod is te beperkt.

Toekomst

In de volgende grafiek is een extrapolatie gemaakt van de ontwikkeling van vraag en aanbod in Midden-Limburg. Daarbij zijn op basis van de bevindingen in het voorgaande de volgende uitgangspunten toegepast:

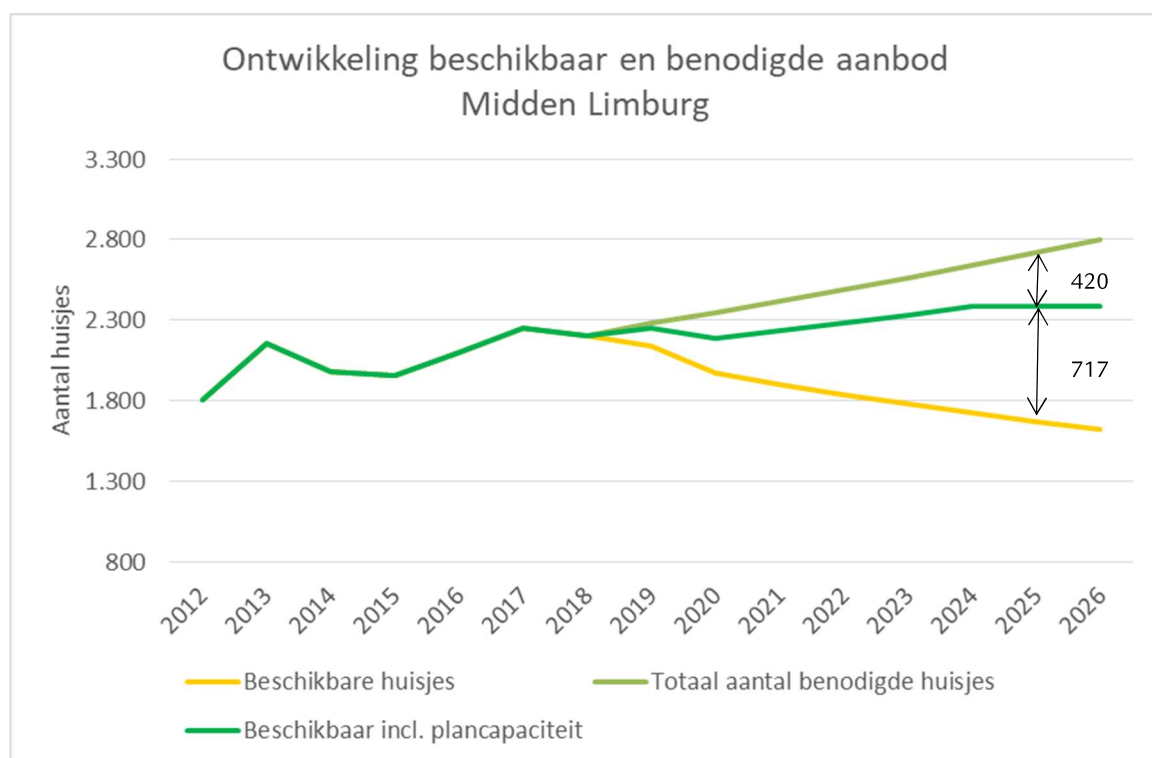
- Een stijging van het aantal overnachtingen van 3% per jaar volgens de Visie.
- Een daling van het aantal bedden met 4,7% per jaar op basis van de historische ontwikkeling volgens de gegevens uit CBS Statline in Midden-Limburg.
- Een gemiddelde bedbezetting van 44% (gemiddelde over de periode 2015 tot en met 2018 berekend op basis van cijfers CBS Statline) Dit komt overeen met de bungalowbezetting van 61% volgens de Visie. Overeenkomstig de uitgangspunten van de visie is uitgegaan van een normale bezetting van 61% voor zowel de toeristische als de niet toeristische huisjes.
- Een gemiddelde capaciteit van 5 bedden per accommodatie overeenkomstig de Visie en de vitaliteitsscan.

Ten aanzien van de ontwikkeling van het aanbod stelt de Visie:

De harde planruimte voor recreatiewoningen bedraagt 717 recreatiewoningen (niet gerealiseerde woningen die nu (eind 2018) binnen bestaand bestemmingsplan gebouwd mogen worden). Als we bovenstaande aannames gebruiken dan is de harde planvoorraad genoeg om 6,5 jaar te voorzien in de autonome groei.

Bron: Visie en Actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden-Limburg

Aan de hand van de ontwikkeling van de vraag is met behulp van een normale bedbezetting het aantal benodigde bedden uitgerekend. Aan de hand van het aantal benodigde bedden is met behulp het gemiddeld aantal bedden per huisjes (5 bedden) het aantal benodigde huisjes berekend. Aan de hand van de aanbod ontwikkeling is een berekening gemaakt van het aantal beschikbare huisjes in de toekomst. Omdat sprake is van een harde planvoorraad die geleidelijk vrij komt is deze toegevoegd aan de beschikbare huisjes. Overeenkomstig de Visie zijn over een periode van 6,5 jaar jaarlijks 110 huisjes toegevoegd.



Bron: CBS, Visie en actieprogramma R&T ML, bewerking Van der Reest Advies

Parken in ontwikkeling

In 2018 was er volgens de Visie nog een harde plancapaciteit van 717 woningen, verdeeld over 7 locaties⁹. Uit de inschatting van de ontwikkeling van vraag en aanbod blijkt dat deze planvoorraad een deel van het gat tussen vraag en aanbod kan opvullen, mits alle bestemde huisjes ook daadwerkelijk worden gerealiseerd binnen deze periode. Inschatting is dat parken gefaseerd worden ontwikkeld waardoor de capaciteit pas over een langere periode beschikbaar komt.

De volgende projecten zijn op dit moment in Midden-Limburg in ontwikkeling:

- Maasresidence in Thorn; dit betreft een project van 300 huisjes, 60 appartementen en een hotel. De verkoop en bouw van de eerste fase van 89 huisjes is gestart. Het project richt zich op de doelgroepen Stijlzoekers en Inzichtzoekers. Meer informatie over de leisure leefstijlen en de gehanteerde doelgroepenterminologie is opgenomen in het Masterplan.
- Boschmolenplas in Heel is bezig met een uitbreiding van circa 40 woningen. Hierbij richten men zich op een jongere doelgroep dan de huidige gasten.
- Een ontwikkeling die al in de verkoop is betreft Buitenhof De Leistert (gemeente Leudal). Men is bezig met de realisatie van fase 3 (nog 13 te koop).

⁹ Visie en Actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden-Limburg, maart 2019



- Op Heelderpeel zijn ook ontwikkelingen gaande. De definitieve aantallen zijn nog niet bekend. Deze vallen buiten de harde planvoorraad.

Ontwikkelingen rondom Midden-Limburg

Over de ontwikkelingen rondom de regio Midden-Limburg schrijft de Visie het volgende:

Ontwikkeling van vraag en aanbod over de grens van Midden-Limburg

Omdat Midden-Limburg geen eiland is, en de aantrekkelijke landschappen eveneens doorlopen over de grenzen van de regio is het van belang te kijken naar de ontwikkeling van het aanbod net buiten de regio. In de buurt van Maasmechelen (Belgisch Limburg) is een vakantiepark met 250 woningen in aanbouw in een vernieuwend concept met wat luxere woningen en een aantal voorzieningen. Het aantal verblijfs gasten in de logiesector in Belgisch Limburg is in 2015 sterk gestegen en sindsdien is het al 3 jaar constant en schommelt rond de 1,3 miljoen¹. Cijfers van de regio Maasland of Belgisch Noord-Limburg zijn helaas niet beschikbaar. Ook zijn er geen cijfers van de bezettingsgraden in Belgisch Limburg. Al met al zal het nieuwe park van Center Parcs in Maasmechelen dat naar verwachting in 2019 zijn deuren opent enige invloed hebben op de markt in Midden-Limburg.

Over de grens in Duitsland is sprake van een jarenlange gestage doch beperkte groei in het aantal overnachtingen, zowel in de deelstaat Nordrhein-Westfalen in het algemeen als in de aangrenzende regio Niederrhein² (ongeveer 2% per jaar). Aan de Duitse zijde is slechts sprake van een enkele uitbreiding van verblijfsrecreatie (Effelder Waldsee). Op de lange termijn zullen de drie bruinkoolgroeven ten zuiden van de A46 na gebruik als groeve worden gevuld met water. Er ontstaat dan een aantal enorme meren die men wil gaan ontwikkelen als woon- en recreatiegebied, met onder andere verblijfsvoorzieningen aan op de terrassen van het meer. Voorlopig zijn de bruinkoolgroeven echter nog in gebruik.

In de grensgebieden met Noord- en Zuid-Limburg zijn evenmin harde plannen voor substantiële uitbreidingen van vakantieparken bekend.

Bron: Visie en Actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden-Limburg

Conclusie markt Midden-Limburg

- De bezettingsgraad (slaapplaatsen) in Limburg ligt met gemiddeld 52,5% behoorlijk boven het landelijk gemiddelde (46%). Volgens de Visie is bij deze bedbezetting sprake van een normale en gezonde accommodatiebezetting van tussen de (60% en 65%)
- Dit neemt niet weg dat er in Limburg nog veel verouderd aanbod aanwezig is op parken zonder toekomstperspectief. Volgens de vitaliteitscan worden op 50% van de parken in Midden- en Noord-Limburg de recreatiehuisjes oneigenlijke gebruikt. Uit de vitaliteitscan is bovendien gebleken dat in Limburg circa 1.700¹⁰ recreatiehuisjes het recreatieve contact met de markt zullen verliezen (16% van het aanbod). In Midden-Limburg zijn dit 400 recreatiewoningen (20% van het totale aanbod). Dit vraagt om vernieuwing en differentiatie van het aanbod om aan de wensen van de markt te kunnen blijven voldoen.
- De inschatting die in het “Visie en Actieprogramma T&R ML” werd gemaakt is door de praktijk achterhaald. In tegenstelling tot een stijgend aanbod is sprake van een aanboddaling. In de cijfers van CBS Statline is deze trend in de aanbodontwikkeling in Midden-Limburg duidelijk te zien. Jaarlijks daalt het toeristisch aanbod met 4,7%.
- Bij een stijgend aantal overnachtingen van 3% per jaar ontstaat een tekort van ruim 1.110 huisjes dat slechts deels kan worden opgevangen met de huidige plancapaciteit van 717 huisjes. Dit laat zien dat er voldoende marktruimte aanwezig is voor de extra chalets/huisjes op Boschbeek.
- De vraag vanuit de markt is vooral gericht op comfortabele logiesaccommodatie met een eigentijds karakter. Aan deze vraag kan thans in Midden-Limburg in onvoldoende mate worden voldaan. Dit zorgt voor knelpunten in de markt (aanbod en vraag onvol-

¹⁰ Onderzoek Vitaliteit Verblijfsrecreatie Limburg, ZKA, juni 2015

doende op elkaar afgestemd) waardoor Midden-Limburg haar mogelijkheden als verblijfsregio niet optimaal benut en marktaandeel dreigt te verliezen aan omringende regio's.

- In de regio rond Midden-Limburg zijn alleen de ontwikkelingen in Belgisch-Limburg van enige betekenis. Inmiddels is Centerparcs Terhils geopend. Het premium resort bestaat uit 250 recreatiehuisjes. Uiteraard kan dit enige invloed hebben op de ontwikkelingen in Midden-Limburg. De invloed op Boschbeek is nihil omdat een heel ander marktsegment wordt bedient. Voor het overige zijn de ontwikkelingen in de omgeving zeer beperkt.

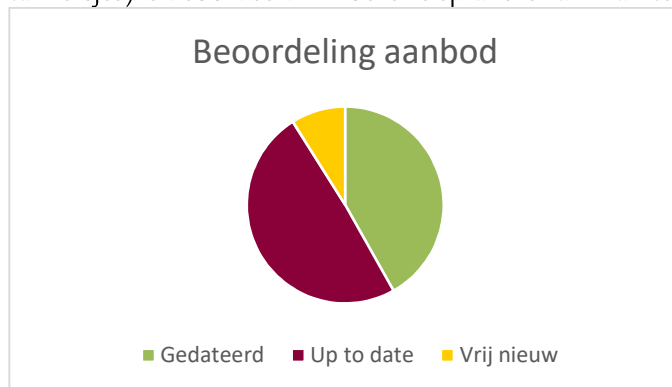
3.4 Concurrerend aanbod

Bestaand aanbod

Om een indruk te krijgen van de concurrentie is een inventarisatie gemaakt van het aanbod in de regio Midden-Limburg. Hieruit blijkt dat de concurrentie bestaat uit 12 parken

Bedrijf	Plaats	Gemeente	Aantal bungalows	Minimaal aantl pers.	Maximaal aantal pers.
Landal De Lommerbergen	Reuver	Beesel	502	2	8
Landal Landgoed Aerwinkel	Posterholt	Roerdalen	121	4	10
Resort Boschmolenplas	Panheel	Maasgouw	251	2	6
Vakantiepark 't Posterbos	Posterholt	Roerdalen	158	4	6
Natuurpark 't Vosseven	Stramproy	Weert	86	4	6
Narvick homeparc heelderpeel	Heel	Maasgouw	77	4	6
Buitenhof de Leistert	Rogel	Leudal	240	5	18
Roompot Weerterbergen	Weert	Weert	510	4	24
Europarcs Resort Limburg	Susteren	Echt-Susteren	510	4	12
Porta Isola	Stevensweert	Maasgouw	145	4	8
Marina Oolderhuske	Roermond	Roermond	174	4	6
Maasvilla's Ohe en Laak	Ohe en Laak	Maasgouw	12		6
			2.786		

Van het bungalow aanbod wordt onderstaand een collage getoond. Van dit aanbod (aantal huisjes) is beoordeeld in hoeverre sprake is van marktconform aanbod.



Bron: Van der Reest Advies

Onze inschatting is dat slechts 60% van het aanbod up to date is. Van het totale aanbod is circa 40% gedateerd. Het huidige park Boschbeek valt ook in deze categorie.

Gedateerd aanbod



Landal Lommerbergen



't Posterbos



't Vosseveen



Porta Isola



Weerterbergen



Boschbeek



Up to date aanbod



Landal Aerwinkel



Boschmolenplas



Resort Limburg



Marina Oolderhuske



Maasvilla's Ohe en Laak

Een groot deel van het gedateerde aanbod zal uit de recreatiemarkt verdwijnen of is al verdwenen, een ander deel zal door middel van restyling of volledige vernieuwing weer marktconform te maken zijn. De Oostappen Goep kiest met dit masterplan voor een combinatie van beiden (huisjes restylen, nieuwe chalets, nieuwe centrale voorzieningen).

Nieuw aanbod



Weerterbergen



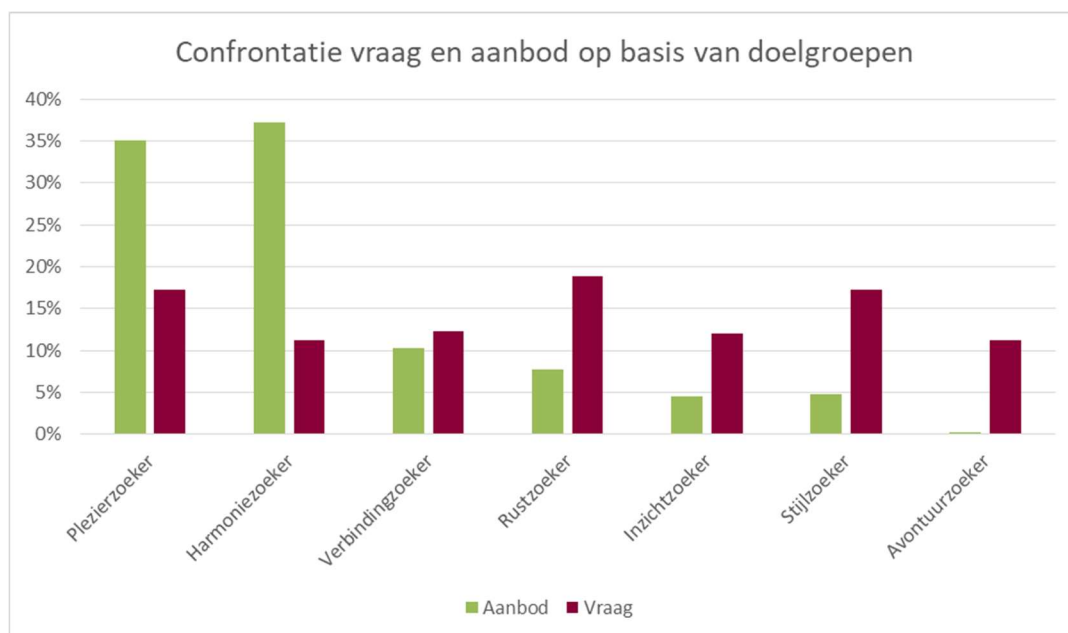
De Leistert

Het voorgaande bevestigt de trend die al eerder in de marktverkenning werd waargenomen, namelijk dat het aanbod de komende jaren verder zal dalen als gevolg van veroudering, waardoor de aansluiting met de markt wordt verloren. De vraag is er wel maar het ontbreekt teveel aan modern en eigentijds aanbod om de toekomst met vertrouwen tegemoet te zien.

3.5 Confrontatie vraag en aanbod

Om een confrontatie tussen vraag en aanbod op basis van doelgroepen mogelijk te maken, is bij de inventarisatie in Midden-Limburg het aanbod ingedeeld op basis van de doelgroep-indeling van de Leefstijlvinder. De Leefstijlvinder deelt de recreant in op basis van leisure leefstijl. Niet iedereen stelt immers dezelfde eisen aan een accommodatie. Wat voor de ene recreant van groot belang is vindt de andere recreant onnodig. Het gaat daarbij om zaken als sfeer & inrichting, maar ook om aard en omvang van de voorzieningen (comfort), het kwaliteitsniveau en de dienstverlening (invulling gastheerschap). Kortom, het geheel wat van belang is voor de vakantiebeleving in en om de recreatiewoning.

Op basis van de verschillende leefstijlgroepen is een indeling van het aanbod op de bestaande vakantieparken gemaakt. Vervolgens is dit aanbod afgezet tegen het profiel van de Nederlandse consument (het profiel van de toerist in Midden-Limburg is niet bekend). Het resultaat van de is opgenomen in onderstaande grafiek.



Conclusie

Het aanbod is in hoofdzaak gericht op de *Plezierzoekers en Harmoniezoekers* en staat niet in verhouding tot de vraag. Bij de overige doelgroepen is de vraag juist groter dan het aanbod. Dit laat zien dat de markt voor huisjes in Midden-Limburg fors uit evenwicht is. Nieuw aanbod dient zich derhalve te richten op de doelgroepen in het linkerdeel van het leisure leefstijlenmodel. Daar is nog volop marktruimte aanwezig.

Andere regio's: zelfde beeld

Ook uit vitaliteitsonderzoeken in diverse andere provincies en regio's zien we het beeld terug dat aanbod en vraag vaak niet meer goed op elkaar zijn afgestemd. Het gevolg daarvan is dat een deel van het bestaande aanbod aan de onderkant van de markt voor de recreatie verloren gaat of is gegaan en wordt ingezet voor andere functies als huisvesting van arbeidsmigranten, tijdelijke en permanente bewoning. Veelal gaat het daarbij om verouderd aanbod op niet-aantrekkelijke locaties.

Meer diversificatie in het aanbod leidt tot groei

Daar staat tegenover dat op tal van goede locaties nieuw hoogwaardig aanbod wordt gecreëerd dat gretig aftrek vindt bij kopers en huurders. Dit nieuwe aanbod is eigentijds en gericht op de actuele eisen en wensen van de markt en daardoor succesvol. Voor parken die investeren in productontwikkeling en innovatie is er zeker perspectief. De vraag is er, mits het aanbod daar maar op wordt afgestemd.

Kansrijke doelgroepen

Aan de hand van de toekomstige ontwikkelingen is in onderstaande tabel aangegeven welke doelgroepen kansrijk zijn bij ontwikkelingen van aanbod in Midden-Limburg.

	Plezierzoeker	Harmoniezoeker	Verbindingzoeker	Rustzoeker	Inzichtzoeker	Stijlzoeker	Avontuurzoeker
Kansen t.o.v. toekomstig aanbod	--	--	+	++	++	++	++

Samenvatting

- In Limburg is sprake van een stijgende vraag naar recreatiewoningen. Verwachting is dat de stijgende vraag de komende jaren zal doorzetten. De bestaande planvoorraad in bestemmingsplannen is nog maar toereikend voor een beperkt tijdvak.
- De regio Midden-Limburg laat een positief beeld zien. De bezettingsgraad van vakantie-bungalows ligt er op 61% (circa 32 weken), dit is een gezonde bezetting. De vraag naar bungalowovernachtingen groeit naar verwachting de komende jaren jaarlijks met 3%. Dit laat ruimte voor evenredige groei van het aanbod.
- Als de kwaliteit van het aanbod nader wordt bekeken blijkt dat een behoorlijk deel, ongeveer 50%, bestaat uit gedateerde recreatiewoningen. Een deel hiervan is door het restylen van de recreatiewoningen marktconform te maken. Toch zal naar schatting 20% van het aanbod, dit zijn 400 recreatiewoningen, op termijn de aansluiting met de markt volledig verliezen waardoor het aandeel van niet-toeristische huisjes verder zal stijgen. Ook dit gegeven vraagt om nieuw aanbod dat wel voldoende inspeelt op de actuele wensen en eisen van de markt.
- Op redelijk korte termijn dreigt een fors tekort dat slechts ten dele kan worden aangevuld door benutting van de bestaande harde planvoorraad (717 recreatiewoningen). Er is zeker ruimte voor aanvullend nieuw aanbod, mits voldoende onderscheidend. Vernieuwing van bestaande parken verdient in dit verband de voorkeur boven de ontwikkeling van nieuwe locaties.
- Om aan de bestaande mismatch tussen vraag en aanbod in Midden-Limburg een eind te maken dient nieuw aanbod primair gericht te zijn op de volgende doelgroepen:
 - Verbindingszoekers
 - Rustzoekers
 - Inzichtzoekers

- Stijlzoekers
- Avonturenzoekers
- Slotconclusie is dat er voldoende ruimte is voor nieuw aanvullend aanbod. Niet voor meer-van-hetzelfde. Accommodatie-aanbod en bedrijfsconcept moeten worden afgestemd op kansrijke doelgroepen. Daarbij kan worden gekozen uit diverse mogelijkheden. Boschbeek zet primair in op Rustzoekers en Inzichtzoekers (introverte leefstijlen). In het planontwerp van K3H is dat nader uitgewerkt en toegelicht.

4. Beleid

4.1 Actieplan Recreatie en toerisme Midden-Limburg (2019)

De gezamenlijke gemeenten in Midden-Limburg zien het grote belang van Recreatie & Toerisme. Daarom is in maart 2019 een gezamenlijk actieplan opgesteld.

Inhoud

Midden-Limburg ziet, dankzij zijn landschappen, natuur, water, erfgoed en het grote winkelaanbod in Roermond, een grote potentie voor verdere ontwikkeling. Dat biedt goede kansen om nieuwe doelgroepen aan te trekken. Er is echter nog veel middelmaat in het aanbod, of het nu gaat om de beleving van routes, verblijfsaccommodaties of erfgoed. Dat is een bedreiging in een tijd waarin alles draait om topbelevingen en bijzondere ervaringen. Daarom heeft men als regio de volgende drie ambities geformuleerd voor 2030:

- Men wil zich kunnen meten met het beste aanbod en de beste belevingen op drie sterke product-verhaallijnen;
- De sector verblijfsrecreatie in Midden-Limburg is en blijft vitaal
- De toeristische bestedingen groeien met minimaal 2 procent per jaar

Om samenhang te creëren in het bestaande aanbod in de streek zijn product-verhaallijnen ontwikkeld. Deze verhaallijnen dagen partijen uit om beter samen te werken, waarbij de beleving van de consument het belangrijkste is. Elke verhaallijn is daarom gekoppeld aan specifieke doelgroepen volgens de Leefstijlzoeker. Tevens bieden deze verhaallijnen een basis voor de marketingstrategie. Het gaat om de volgende drie verhaallijnen:

1. **Midden door Limburg.** Langs routes, erfgoed en pleisterplaatsen. We brengen onze rijkdom aan erfgoed, landschap en verhalen samen in bijzondere gethematiseerde routes en arrangementen.
Doelgroepen: inzichtzoekers, avontuurzoekers, verbindingszoekers, rustzoekers.
2. **The big five.** Op safari in de Limburgse natuurplekjes. We maken onze rijkdom en variatie aan natuurgebieden nog meer beleefbaar met duidelijke entrees, iconische belevingsplekken en bijzonder verblijf.
Doelgroepen: inzichtzoekers, avontuurzoekers, verbindingszoekers, rustzoekers.
3. **Water, fun en winkelen.** Onderdompelen in vermaak en stijl. We zorgen dat de regio alles te bieden heeft op dit gebied, met attracties en evenementen voor alle weertypen. Daarnaast gebruiken we de kwaliteiten van Roermond (waterfront, historische binnenstad en Designer Outlet) als motor voor een langer verblijf in de regio.
Doelgroepen: plezierzoekers, harmoniezoekers, stijlzoekers.

Afstemming nieuwe ontwikkelingen in Midden-Limburg

De gemeenten in Midden-Limburg willen nieuwe initiatieven op het gebied van verblijfsrecreatie en vrijetijdseconomie met elkaar afstemmen, conform de eis van de provincie. Dit gebeurt in de **Samenwerking Midden-Limburg (SML)**. Hiervoor is echter nog geen uniforme visie en instrumentarium voor handen. Als regel wordt getoetst op de volgende aspecten:

- **Marktonderzoek** (is er voldoende vraag?)
Aantonen marktbehoefte, rekening houdend met de diversiteit in Leefstijlen?
- **Onderscheidendheid** (niet meer van hetzelfde)
Is het initiatief voldoende onderscheidend ten opzichte van bestaand aanbod?
- **Kwaliteit** (wordt er voldoende ingezet op kwaliteit?)
Levert het initiatief een toegevoegde waarde voor het totale aanbod in de regio?
- **Locatie en ruimtelijke ontwikkeling** (wordt er voldoende ingezet op de kwaliteiten van het gebied?)

4.2 Structuurvisie Roerdalen 2030

De gemeenteraad van Roerdalen heeft op 20 december 2012 de Structuurvisie Roerdalen 2030 vastgesteld. Thans wordt gewerkt aan een nieuwe Omgevingsvisie maar vooralsnog is de structuurvisie het leidende beleidsinstrument. Hierin is de voorgestane ruimtelijke ontwikkeling van de gemeente vastgelegd en onderbouwd. In algemene zin streeft de gemeente Roerdalen een aantrekkelijk leef- en werkklimaat na voor haar bewoners en bezoekers. Ten aanzien van Recreatie & Toerisme is daarin samengevat het volgende opgenomen (hoofdstuk 4.5):

- **Doorontwikkelen van het aanbod**
Roerdalen heeft een redelijk groot toeristisch-recreatief aanbod waarbij het accent ligt op natuurbeleving en verblijfsparken. Recreatie en toerisme zijn belangrijk voor de gemeente die dan ook wil inzetten op een verdere versterking en ontwikkeling van het toeristisch-recreatief aanbod om hiermee een impuls te kunnen geven aan de plaatselijke economie. De gemeente wil meewerken aan de verdere ontwikkeling van goed passende recreatief-toeristische bedrijven zodat ze kunnen uitgroeien tot sterke motoren voor de vrijetijdseconomie.
- **Natuurlijke en ecologisch waardevolle gebieden**
Hier ligt de nadruk op het faciliteren van passende vormen van verblijfsrecreatie, liefst op bestaande bedrijven/locaties. Intensivering geniet hierbij de voorkeur boven gebiedsuitbreiding.
- **Samenwerking**
Citaat (blz. 39): 'Het recreatief-toeristisch product en potenties moeten goed vermarkt worden om optimaal economisch te kunnen benutten. Hierbij wordt ook ingezet op regionale en internationale samenwerking met onder andere de stad Wassenberg en in regionaal verband (Midden-Limburg) om complementair aan elkaar dit product te kunnen verbreden'.
- **Toekomstbeeld**
Het toekomstbeeld is dat in 2030 het recreatief-toeristisch potentieel optimaal wordt gebruikt. Er is dan een *Landmark* ontwikkeld, dat een weergave is van een aantrekkelijk, landschappelijk en cultuurhistorisch Roerdalen en bezoekers als het ware naar dit prachtige gebied zuigt.



5. Conclusies

Vraag en aanbod zijn niet in balans en lopen steeds verder uit elkaar, een tekort dreigt

De uitgevoerde analyse laat zien dat de inschatting van de marktruimte in het rapport “Visie en actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden Limburg” inmiddels door de feiten is achterhaald. In plaats van een evenwichtige marktontwikkeling ontstaat de komende jaren een overspannen markt op het gebied van de verhuur van recreatiewoningen. Door een structureel dalend marktconform aanbod en een structureel stijgende vraag wordt het gat tussen vraag en aanbod steeds groter. De bezetting van de accommodaties loopt hierdoor op tot ver boven de grens van een gezonde 65%. Een deel van dit gat kan worden opgevuld met de huidige planvoorraad maar nieuw aanvullend aanbod is nodig om de groei in het aantal overnachtingen vast te houden en de kansen te benutten. Indien dit niet lukt zal Midden-Limburg steeds meer marktaandeel op de markt voor recreatiehuisjes gaan verliezen. Voor de ontwikkeling van Boschbeek is er voldoende marktruimte.

Nieuwe doelgroepen aanboren

Het aanbod in Midden-Limburg is vrij eenzijdig gericht op de doelgroepen Plezierzoekers en Harmoniezoekers. Overige doelgroepen vinden onvoldoende aanbod dat op hun wensen en eisen aansluit. Hier liggen dus goede mogelijkheden voor nieuwe initiatieven t.b.v. de volgende doelgroepen:

- verbindingszoekers
- rustzoekers
- inzichtzoekers
- stijlzoekers
- avonturenzoekers

Onderscheidend productaanbod

Inspelen op de verhaallijnen uit het Actieplan Recreatie en Toerisme Midden-Limburg:

- Midden door Limburg (erfgoedtoerisme)
- The big five (natuur & landschap)
- Water, fun en winkelen.

De eerste twee verhaallijnen sluiten goed aan bij het masterplan voor vakantiepark Boschbeek en ook bij de structuurvisie van de gemeente Roerdalen. Deze verhaallijnen zijn ook heel geschikt voor het aantrekken van nieuwe doelgroepen waarvoor wel nieuw logiesaanbod gecreëerd moet worden. Het toevoegen van nieuw aanbod moet in deze richting worden gezocht en de vitalisering van bestaand aanbod dient waar mogelijk op deze nieuwe doelgroepen te worden afgestemd.

Kwaliteit

De kwaliteit dient te zijn afgestemd op de doelgroep(en) die men wenst te bereiken: Inzichtzoekers, Verbindingszoekers, Rustzoekers. Dat zijn de doelgroepen die de meeste kansen bieden. Voor deze doelgroepen moet een aantrekkelijk aanbod worden ontwikkeld dat aansluit op de leefwereld van de betreffende doelgroepen. Hier liggen goede kansen voor Vakantiepark Boschbeek om de roep om kwaliteitsverbetering van de verblijfsrecreatie in Midden-Limburg c.q. Roerdalen vorm te geven.

Conclusies



Locatie

De locatie is uitstekend en biedt volop kansen om tot ruimtelijke kwaliteitsverbetering te komen. Het betreft een bestaand verblijfsrecreatiebedrijf dat niet meer weg te denken is op deze plek maar nog wel aanzienlijk vernieuwd moet worden om te voldoen aan de eisen van vandaag en morgen. Met het masterplan is hiertoe een eerste belangwekkende stap gezet.

Van der Reest Advies
Apeldoorn, 24 september 2021