

1. Ladder voor duurzame verstedelijking

Algemeen

In de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR, 2012) schetst het Rijk de ambities van het ruimtelijk en mobiliteitsbeleid voor Nederland in 2040. In de SVIR wordt de **ladder voor duurzame verstedelijking** geïntroduceerd. Deze ladder is als motiveringseis in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro, artikel 3.1.6, lid 2) opgenomen. Doel van de ladder is een goede ruimtelijke ordening door een optimale benutting van de ruimte in stedelijke gebieden. Hierbij dient de behoefte aan een stedelijke ontwikkeling te worden aangetoond.

De afgelopen jaren is er veel rechtspraak over de ‘Ladder voor duurzame verstedelijking’ ontstaan. Veel uitspraken gaan over het aantonen van de behoefte. In de praktijk bleken zowel gemeenten als bedrijven dit lastig te vinden. Dat kwam mede doordat in de wet gesproken werd over het aantonen van de regionale behoefte. Wat regionaal is, bleef echter vaak onduidelijk. De minister heeft deze problemen ook opgemerkt en per 1 juli 2017 is de ladder voor duurzame verstedelijking vereenvoudigd. Het aantonen van de behoefte blijft noodzakelijk, maar dit hoeft niet meer per se in regionaal verband.

Stedelijke ontwikkeling

In het Bro zijn in artikel 1.1.1 definities opgenomen voor:

- *stedelijke ontwikkeling*: ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.
- *bestaand stedelijk gebied*: bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur.

Artikel 3.1.6 Bro lid 2 luidt thans als volgt: ‘De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Volgens de ‘Handreiking Ladder voor duurzame verstedelijking’ van het Ministerie van IenM vallen onder het begrip ‘andere stedelijke voorzieningen’ onder meer accommodaties voor onderwijs, zorg, cultuur, bestuur en indoor sport en leisure. Het Bro regelt geen ondergrens voor een minimale omvang als afbakening van de begripsbepaling ‘stedelijke ontwikkeling’. Op grond van bestaande jurisprudentie neigen wij naar het standpunt dat het onderhavige initiatief dient te worden aangemerkt als ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ in de zin van het Bro. De ‘Ladder’ is derhalve van toepassing.

Toets

Aan de Ladder voor duurzame verstedelijking wordt voldaan indien:

- de behoefte aan de nieuwe ontwikkeling is onderzocht;
- als de ontwikkeling buiten het bestaand stedelijk gebied is voorzien, moet eerst worden onderzocht of de ontwikkeling niet (deels) binnen bestaand stedelijk gebied kan worden opgevangen.

Marktbehoefte

Het businessplan (2014) van initiatiefnemer bevat een behoefte-raming. Daarin is de marktbehoefte aangetoond. Een actualisering is hierna opgenomen. Samenvattend kan worden gesteld dat de behoefte aan verhuuraccommodaties op campings toeneemt. Het bijzondere

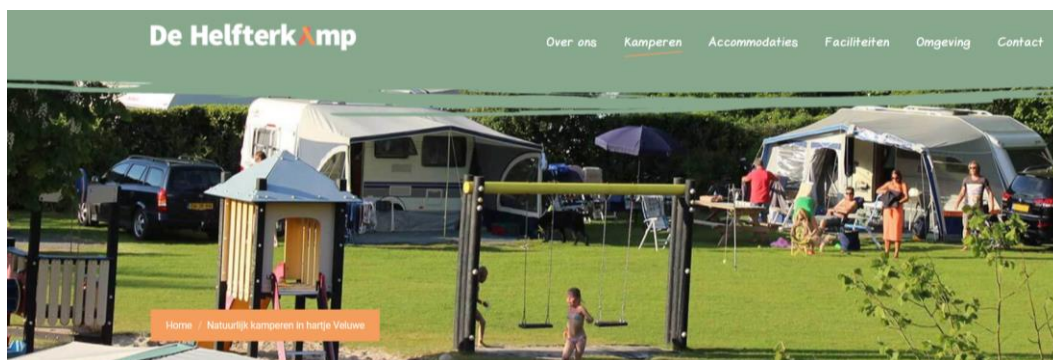
karakter van camping De Helfterkamp (natuurcamping) en het feit dat deze camping is uitgeroepen tot Camping van het Jaar 2019 (categorie 'Mooiste groene camping') geeft aan dat er op de Veluwe volop markt is voor een camping van dit kaliber (gastenwaardering 9,3 op Zoover).

Buitenstedelijk

Een camping is bij uitstek een voorziening die past in het buitengebied. Bovendien leent het bestaande stedelijk gebied van Vaassen/Epe zich hier niet voor.

Conclusie

- De Ladder voor duurzame verstedelijking is van toepassing.
- Aan de voorwaarden is voldaan; de marktbehoefte is aangetoond en de camping vergt naar zijn aard een locatie in het buitengebied.



2. Marktbehoefte

2.1 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.
- Verschuiving van bezit naar gebruik.



Recreatie & vrije tijd

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



Wensen en voorkeuren verblijfsrecreanten.

- Toenemende behoefte aan privacy en comfort.
- 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.
- 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.
- De meeste toeristische recreanten zonder kinderen hechten 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.

¹ Bevolkingsprognose 2017-2060 (CBS).

- Gezinnen met kinderen richten zich in hun keuze voor een bepaald bedrijf primair op het bedrijf zelf: zwembad, speelvoorzieningen, recreatieactiviteiten/animatieprogramma, slechtweercfaciliteiten). Ook de aanwezigheid van toeristische attracties in de nabije omgeving speelt voor deze doelgroep een belangrijke rol.
- Aan de kwaliteit van het recreatieverblijf (standplaats, caravan, huisje) worden hoge eisen gesteld.
- Steeds meer vraag naar accommodaties met mogelijkheid voor dagelijkse aankomst en vertrek.

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.
- Groeiende 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.
- Behoeftte 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).
- 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*').

Een aantal kenmerken van vakanties in eigen land op een rij

- **Vakantieduur:** 73% korte vakanties (2-7 dagen), 27% lange vakanties (>1 week).
- **Meest bezocht provincies:** Gelderland, Limburg en Noord-Holland.
- **Meest bezochte toeristengebied:** Noordzeebadplaatsen.
- **Accommodatie:** 46% verblijft in zomerhuisje, woning particulier, 28% verblijft in hotel, pension, appartement, 19% gaat kamperen.

(Bron: CVO toerisme)

Sectoren

Kamperen

- De frequentie van het aantal traditionele kampeervakanties daalt, maar het aantal vakanties in nieuwe verschijningsvormen van kampeeraccommodaties neemt toe.
- Consumenten verlangen enerzijds naar meer luxe (zoals glamping), anderzijds is er de hang naar '*back to basic*'.
- Sterke productontwikkeling aan aanbodzijde, monofunctionele terreinen maken plaats voor multifunctionele terreinen.

² Bron: Continu Vakantie Onderzoek (NBTC/NIPO, 2017).

- Dalende vraag naar jaarplaatsen met chalets/stacaravans, toenemende vraag naar alternatieven zoals campers en luxe tenten/chalets voor korte perioden (huuraccommodatie).
- Interesse in kamperen bij mini-campings/ kamperen bij de boer stabiliseert en interesse in natuurkamperen/natuurcampings neemt toe.

Huuraccommodatie op campings

- Populair bij alle leeftijdsgroepen en soorten huishoudens.
- Gebruikt voor korte verblijven ('short break') én lange vakanties.
- Vakanties in huuraccommodaties op campings trekken vaak nieuwe doelgroepen aan: mensen die de luxe van een 'huisje' willen combineren met de sfeer van een camping.
- Past in de tendens naar meer gemak en luxe.
- Past bij de trend van minder bezit (eigen kampeermiddel) en meer huur/wisselend gebruik.

Succesfactoren: goede locatie, onderscheidend profiel en hoge belevingswaarde

Voor een onderscheidend aanbod op goede locaties is het toekomstperspectief gunstig, mits er sprake is van een professionele bedrijfsvoering en een marktgerichte oriëntatie. Recreatieondernemers zullen hun doelgroepen steeds scherper in beeld moeten hebben en zich herkenbaar moeten profileren want 'een bedrijf voor iedereen' is al gauw 'een bedrijf voor niemand'. In het mega-aanbod op internet is onderscheidingsvermogen een must om voldoende belangstelling te genereren.

Conclusie

Het draait in de recreatiesector primair om **kwaliteit en belevingswaarde**. Daar dient nieuw aanbod op gericht te zijn. Als dat lukt is er op goede locaties voldoende toekomstperspectief. Waarbij wel geldt dat goede kwaliteit als vanzelfsprekend wordt beschouwd en niet als onderscheidingscriterium of het moet wel heel bijzonder goed zijn. Gemiddelde kwaliteit is daarentegen beslist niet meer toereikend want de eisen van de markt zijn hoog en de keus is ruim.

2.2 Aanbod en vraag in de kampeer- en bungalowsector

De Helfterkamp richt zich in hoofdzaak op de verhuur van toeristische kampeerplaatsen maar wil zich –in lijn met de marktontwikkelingen- meer gaan toeleggen op het aanbieden van verhuuraccommodatie voor toeristisch gebruik (week-, midweek- en weekendverhuur aan wisselende gebruikers).

Het CBS houdt geen specifieke statistieken bij over het gebruik van verhuuraccommodatie op campings. Wel registreert het CBS de ontwikkelingen in de toeristische kampeersector (ontwikkeling en gebruik van toeristische plaatsen) én in de huisjessector (ontwikkeling en gebruik van recreatiewoningen op bungalowparken). Beide statistieken zijn voor De Helfterkamp van belang.

Ontwikkelingen in de kampeersector

	Nederland		Gelderland		Tendens	
	2012	2018	2012	2018	Nederland	Gelderland
Aantal bedrijven	3.262	2.800	571.208	506	Dalend	Dalend
Aantal toeristische plaatsen	163.411	149.023	26.948	25.851	Dalend	Dalend
Overnachtingen	20.938.000	20.748.000	3.132.000	3.062.000	Stabiel	Stabiel
Bezettingsgraad	11%	12%	10%	10%	Stijgend	Stabiel

Bron: Statistiek Logiesaccommodaties (CBS)

- Dalende tendens toeristisch kamperen. Het aanbod daalt en de vraag ook, zij het licht. De bezettingsgraad is traditioneel laag; kamperen is een echte zomeractiviteit. Toch is nuancering op zijn plaats want er liggen zeker kansen:
- Vraag naar verhuuraccommodaties op kampeerterreinen neemt toe; vooral accommodaties met een hoge belevingswaarde zijn populair bij gezinnen met kinderen.
- Ook de campers vormen een duidelijke groeimarkt voor kampeerterreinen.
- Natuurkampeerterreinen doen het goed (+17%). *Karaktervolle Groene Campings (KGC)* is een succesvol samenwerkingsverband van 36 merendeels kleinschalige particuliere campings die zichzelf als natuurcampings profileren. Voornamelijk gelegen in het noorden en oosten van het land. Op de Noord-Veluwe is camping De Helfterkamp de enige aangesloten camping.



Ontwikkelingen in de verhuursector

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) registreert de aanbodgegevens op nationaal en provinciaal niveau, alsmede naar toeristengebied (in dit geval de Veluwe).

	Nederland		Gelderland		Veluwe	
	2012	2018	2012	2018	2012	2018
Aantal bedrijven	1.242	1.546	208	230	126	119
Aantal accommodaties	48.348	56.215	6.512	7.858	4.477	4.490
Overnachtingen	31.534.000	39.383.000	3.690.000	4.908.000	3.341.000	3.707.000
Bezettingsgraad	41,7%	44,8%	36,5%	43,3%	51,2%	56,7%

Bron: Statistiek Logiesaccommodaties (CBS)

- Het aantal terreinen met huuraccommodaties is in Nederland fors toegenomen, in Gelderland matig toegenomen en op de Veluwe licht gedaald.
- Het aantal huisjes³ is overal toegenomen maar op de Veluwe slechts marginaal (0,3%).
- Het aantal overnachtingen nam over de hele linie fors toe:
 - Nederland: +23,8%
 - Gelderland: +33,0%
 - Veluwe: +11,0%
- De bezettingsgraad in Gelderland ligt iets onder het landelijk gemiddelde maar ligt op de Veluwe daar ruimschoots boven. Dit toont ten overvloede aan dat de Veluwe de populairste toeristische regio van Gelderland is.

Conclusie

De Veluwe is een populaire vakantie regio. Vergeleken met Nederland als geheel en met de rest van Gelderland scoort de Veluwe beter. In de CBS-cijfers komt duidelijk naar voren dat hoe aantrekkelijker de locatie is hoe beter de bezetting.

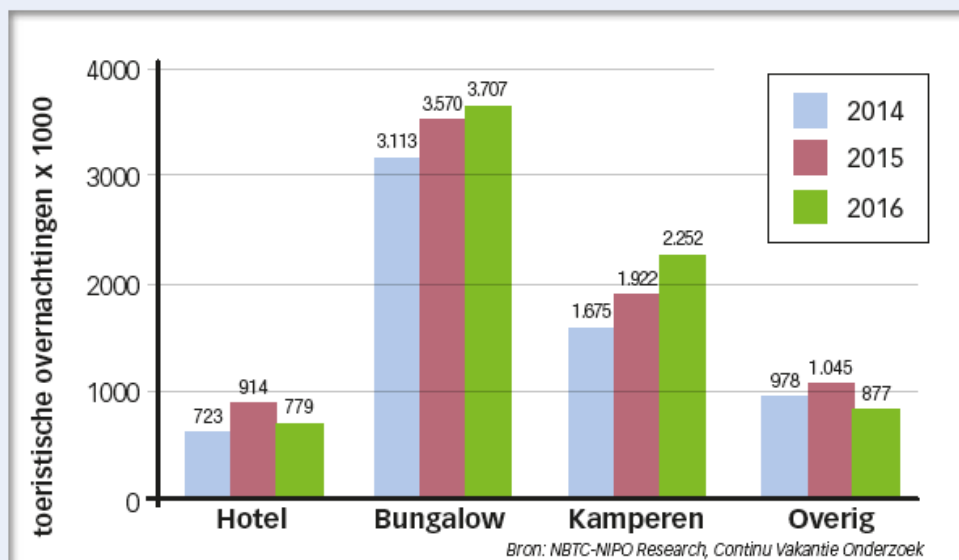
Op de Veluwe zijn vaste standplaatsgasten van oudsher sterk vertegenwoordigd. Dat zal naar verwachting zo blijven. Wel zullen stacaravanparken 'oude stijl' en traditionele campings steeds meer diversiteit in logiesaccommodaties gaan aanbieden. Deze tendens is al een tijd zichtbaar en neemt allen maar toe.



³ Recreatiewoningen en andere vormen van verhuuraccommodatie op kampeer en bungalowparken

Kerncijfers toerisme Veluwe⁴

WAAR VERBLIJVEN DE TOERISTEN?



BINNENLANDSE OVERNACHTINGEN NAAR LOGIESVORM

Ruim veertig procent van alle logiesaccommodaties in Gelderland bevindt zich op de Veluwe (513 stuks). Deze accommodaties zijn gemiddeld iets groter dan in de andere delen van Gelderland. De Veluwe heeft bijna 94.000 slaapplekken, 48% van het aanbod in Gelderland. Daarvan ligt het merendeel op kampeerterrinen. Kijken we bij de doorgebrachte toeristische vakanties naar de logiesvorm, dan blijkt dat bijna de helft is doorgebracht in een bungalow. En dertig procent op een camping. Het aantal toeristische overnachtingen in 2016 groeide met 2,2% ten opzichte van 2015.

Wist u dat de Nederlandse vakantieganger op de Veluwe...

- Gemiddeld 5,5 nachten op de Veluwe verblijft.
- Vooral overnacht in een bungalow.
- In de helft van de gevallen voor een korte vakantie (2-4 dagen) komt
- Voornamelijk de leefstijl 'Uitbundig Geel' en 'Gezellig Lime' heeft.
- Voor 45% uit (oudere)stellen zonder kinderen bestaat.
- Voor 35% uit gezinnen met jonge kinderen (0-12 jaar) bestaat.

DE VERDELING OVER DE SEIZOENEN

Hoewel de zomer traditioneel de belangrijkste vakantieperiode voor de binnenlandse vakanties op de Veluwe is, blijken de herfst en de winter in belang toe te nemen. Er is een duidelijke groei in het aantal vakanties in deze twee seizoenen. Deze ontwikkeling biedt volop kansen voor de opzet van aanbiedingen en acties, afgestemd op deze periodes. Zo kan er daadwerkelijk meer spreiding over het jaar en seizoensverlenging worden bereikt.

⁴ Bron: Kerncijfers Toerisme Veluwe 2017 (provincie Gelderland/Visit Veluwe).

Imago Veluwe⁵

Veluwe

Sterk	Zwak
Natuur & landschap	Slechtweervoorzieningen
Centrale ligging, goed bereikbaar	Winkelmogelijkheden en stadse allure
Wandel- en fietsmogelijkheden	Aansprekende evenementen
Tot rust komen	Streekproducten en ‘eigen cultuur’ (gebruiken, dialect, streekgerechten)
Dagrecreatieterreinen en attracties	
Cultureel erfgoed	
Wellness regio	
Mogelijkheden voor gezinnen met kinderen	
Erg geschikt voor korte vakanties	

Veluwe met name een gezonde, groene regio

Met name het aspect 'gezond' scoort goed, evenals 'groen/natuur', 'rustig', 'veilig' en 'aantrekkelijk' vindt men bij de Veluwe passen.

De Veluwe is daarentegen niet uitgesproken verrassend, vernieuwend, levendig of luxe.

Belangrijkste kenmerken

Natuur, fiets- en wandelmogelijkheden en loslopend wild zijn desgevraagd de belangrijkste toeristische kenmerken van de Veluwe. Onderstaand zijn de reacties gerangschikt; hoe groter het woord hoe hoger de imagowaarde.



Kerncijfers Vrijetijdseconomie Gelderland

Bron: provincie Gelderland (mei 2019)

- Gelderland: binnenlandse vakantieprovincie nummer 1 in Nederland.
- Circa 2,9 miljoen binnenlandse vakanties (16,3% van het nationale totaal) in 2018.
- Waarvan ruim 2,4 miljoen toeristische vakanties (exclusief vaste standplaatsvakanties).
- Ruim 17,1 miljoen overnachtingen van Nederlanders tijdens vakanties in Gelderland.
- Waarvan ruim 12,6 miljoen toeristische overnachtingen.
- Ruim € 495 miljoen bestedingen aan binnenlandse vakanties in Gelderland.
- Veluwe en Veluwerand nummer 3 van Nederland bij zowel de toeristische- als alle binnenlandse vakanties in 2018.
- Er zijn 65.300 arbeidsplaatsen in de vrijetijdseconomie van Gelderland in 2018.
- 6,5% van de totale Gelderse werkgelegenheid.
- Bijna € 3,2 miljard bestedingen vrijetijdsactiviteiten, waarvan € 2,3 miljard directe bestedingen (het overige deel betreft vaste- en vervoerskosten).
- Steeds meer Duitsers, Belgen en Fransen bezoeken Gelderland en de Veluwe voor een korte vakantie.

⁵ Imago onderzoek Veluwe (NBTC-NIPO Research, 2014).

- Bijna 500.000 (meerdaagse) binnenlandse zakenreizen in 2016. Circa € 189 miljoen aan bestedingen.
- Circa 676.000 buitenlandse verblijfsgasten in 2018 met bijna 1,8 miljoen overnachtingen. Het grootste deel hiervan is afkomstig uit de ons omringende landen: 39% uit Duitsland, 22% uit België en 8% uit het Verenigd Koninkrijk
- Er vinden in Gelderland ruim 53 miljoen wandelingen plaats (12,2% van het nationale totaal).
- Gelderland is fietsprovincie nr. 1.

Conclusie

Gelderland en de Veluwe zitten de laatste jaren weer in de lift.

Het pessimistische beeld uit het vitaliteitsonderzoek *Verblijfsrecreatie op de Veluwe* (Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, 2015), dat cijfers bevat over de periode 2002 t/m 2012 en melding maakt van:

- dalend aanbod;
- dalende bezettingsgraad;
- verzadigde markt voor bungalowparken;
- vitaliteit van de sector staat onder druk;
- veel van hetzelfde aanbod;
- zichtbaar verouderingsproces.



... heeft plaatsgemaakt voor nieuw elan in een sector die volop in beweging is en bruist van optimisme. De boodschap van toen (wel kansen voor de recreatiesector op de Veluwe mits er sprake is van vernieuwing, verbetering en meer differentiatie, nieuw aanbod van hoge kwaliteit, passend bij de identiteit van de regio en gericht op specifieke doelgroepen) is en wordt opgepakt door bedrijven én overheden. De resultaten zijn nu al zichtbaar.

Het voorgaande neemt niet weg dat er op de Veluwe nog veel verouderd aanbod is zonder toekomstperspectief. Het relatief omvangrijke oneigenlijke gebruik van recreatiewoningen en de daaruit voortkomende roep om vitaliseringmaatregelen laat daarover geen twijfel bestaan. Tijdens de Vakantieparkentop die op 29 november 2018 in Radio Kootwijk plaatsvond onder regie van het Ministerie van Binnenlandse Zaken is duidelijk geworden dat circa 34% van de campings en vakantieparken niet vitaal is, dat wil zeggen te lage kwaliteit en weinig of geen toekomstperspectief als recreatiebedrijf. Voor camping De Helfterkamp is dit nadrukkelijk niet van toepassing. Dit is van oudsher een toeristisch georiënteerd bedrijf met weinig vaste plaatsen. De huidige plannen versterken dat beeld alleen maar.

Camping de Helfterkamp

De Helfterkamp wil inspelen op de kern van het Veluwe-imago: moderne doch authentieke camping gelegen in een aantrekkelijke, bosrijke omgeving met veel wandel- en fietsmogelijkheden, met een gevarieerd verblijfsrecreatieproduct van hoge kwaliteit en met een beleevingswaarde die aansluit bij het imago van de Veluwe. Dit past bij het streven naar vernieuwing dat onder meer in het project Vitale Vakantieparken Veluwe tot uitdrukking wordt gebracht. De bedrijfsvoering rust nu nog teveel op één pijler, namelijk toeristisch kamperen. Door toevoeging van diverse huuraccommodaties (chalets, lodges, safaritenten) t.b.v. recreatieve verhuur zal een betere accommodatie-mix ontstaan die tegemoet komt aan de marktontwikkelingen.

In de huidige staat heeft de camping nog te weinig overdekte c.q. indoor recreatievoorzieningen. Om aantrekkelijk te zijn voor de recreatieve verhuurmarkt is dat wel nodig. Vooral buiten de zomerperiode is voldoende 'elk weer accommodatie' voorwaarde voor een goede bezetting. De recreant heeft immers veel keuzemogelijkheden en neemt geen enkel risico. Ook daarin voorziet het plan.

2.3 Beleid

Vitale Vakantieparken Veluwe

Onder de naam 'Vitale Vakantieparken' is in 2013 in de regio Noord-Veluwe een project van start gegaan om de recreatiesector een kwaliteitsimpuls te laten ondergaan. Sinds 2016 zijn Apeldoorn, Barneveld en Ede aangehaakt. Samen met de provincie Gelderland, RECRON, recreatieondernemers en vele andere partijen en instanties wordt nu gewerkt aan de verdere invulling van dit project dat een onderdeel vormt van de Gebiedsopgave Veluwe. Het gemeenschappelijke doel is een bijdrage te leveren aan de doelstelling om van de Veluwe weer het belangrijkste vakantiegebied van Nederland te maken ('Veluwe op 1').

Plan in lijn met overheidsbeleid

- Het project Vitale Vakantieparken Veluwe is gericht op kwaliteitsverbetering, vernieuwing van het aanbod en verduurzaming van de recreatiesector. Bedrijfsmatige exploitatie van kansrijke bedrijven is één van de speerpunten van beleid.
- Gemeente Epe en provincie Gelderland zetten in op duurzame groei en bedrijfsmatige exploitatie. Verblijfsrecreatie is belangrijke motor voor de regionale economie. Marktconforme ontwikkeling (wisselende verhuur) wordt gestimuleerd.
- Om nieuwe gasten naar de Veluwe te trekken en het seizoen te verlengen is nieuw aanbod nodig. Het gaat daarbij niet alleen om verblijfsaccommodatie maar ook om een compleet voorzieningenpakket en optimale dienstverlening. Alleen zo kan Veluwebeleving overtuigend worden ingevuld en de concurrentiestrijd met andere regio's succesvol worden aangegaan.

Koploper blijven en toegevoegde waarde bieden

Initiatiefnemer wil zijn bedrijf marktconform ontwikkelen en blijvend toonaangevend zijn. Dat vergt flexibiliteit en de wil om continu te investeren in productontwikkeling en innovatie. Inspelen op de vraag naar kwalitatieve verhuuraccommodatie in een authentieke kampeeromgeving biedt toegevoegde waarde aan het bestaande aanbod en draagt bij aan de gezamenlijke doelstellingen van marktpartijen en beleidsmakers ('de Veluwe op 1').

