

Hotelontwikkeling Helmweg 10 te Groote Keeten



rapport

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
2.	Planbeschrijving	2
3.	Ruimtelijk beleid	3
4.	Marktanalyse hotelsector.....	5
5.	Doelgroepen	18
6.	Locatie	24
7.	Exploitatie	27
8.	Conclusie	28
Bijlage 1 Leisure leefstijlen		29

26 augustus 2022
R12988 NvdR/RB

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

Rapportverzoek van: Nes projecten B.V.

Opgesteld door: Van der Reest Advies



1. Inleiding

Nes Projecten B.V. wil op het perceel Helmweg 10 te Groote Keeten een hotel oprichten. Het hotel komt in de plaats van de bestaande agrarische bebouwing op genoemd perceel. De agrarische bedrijfsvoering ter plaatse is al geruime tijd gestaakt.

Verkennde besprekingen met de gemeente Schagen hebben uitgewezen dat de gemeente in beginsel positief tegen het plan aankijkt maar een goede onderbouwing wenst om het plan in procedure te brengen.



Projectlocatie

In dit rapport wordt ingegaan op de vraag of een hotel op deze locatie haalbaar is. Aan de hand van een marktanalyse en een beleidstoets¹ wordt een inschatting gemaakt van de exploitatiemogelijkheden. Ingegaan wordt op de volgende vragen

- Hoe ziet de markt eruit?
- In welke behoefte wordt met het initiatief voorzien?
- Op welke doelgroep richt het plan zich?
- Waarom is het initiatief een aanvulling op het bestaande aanbod?
- Wat is het effect van het initiatief op het bestaande aanbod in Schagen en de regio?
- Welke landschappelijke kenmerken kent het gebied en hoe komen die terug in het plan?
- Welke effecten heeft het plan op het milieu?
- Waarom op deze locatie en niet in bestaand bebouwd gebied?

Afgesloten wordt met conclusies en aanbevelingen

¹ Handreiking Verblijfsrecreatie Noord-Holland (provincie Noord-Holland, 2014).

2. Planbeschrijving

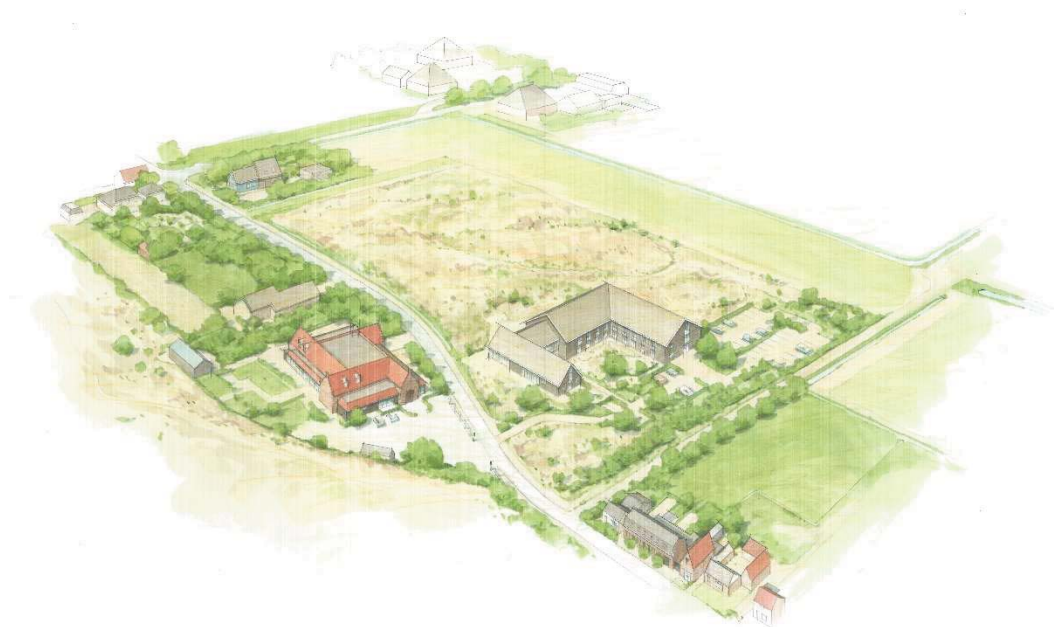
Nieuw en onderscheidend

De initiatiefnemer is sinds enige tijd eigenaar van grond en opstallen op het perceel Helmweg 10 in Groote Keeten. Het betreft hier een voormalig agrarisch bedrijf dat verlaten is en thans een treurige indruk maakt. De totale omvang bedraagt circa 3ha.

Het plan is om op de locatie van de voormalige agrarische gebouwen een *designhotel* op te richten met een capaciteit van circa 60 kamers. Een unieke locatie, opgaand in het landschap, omgeven door aantrekkelijk groen en mooie buitenruimtes.

Kernwoorden die het initiatief typeren:

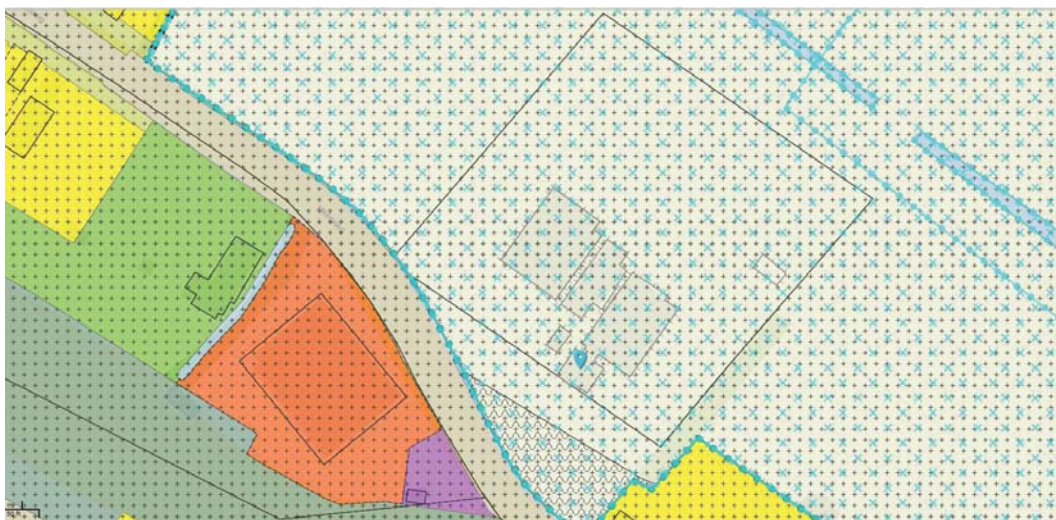
- modern, eigentijds;
- 4 sterren kwaliteitsniveau;
- onderscheidend, hoge belevingswaarde, passend in de omgeving;
- een receptie ;
- zon, zee & strandbeleving;
- gericht op nieuwe doelgroepen: leisure leefstijlen Avontuurzoeker, Stijlzoeker en Plezierzoeker (Hoofdstuk 5);
- versterking toeristisch aanbod kustzone gemeente Schagen;
- versterking aantrekkingskracht Groote Keeten;
- versterking bedrijvigheid door productverbreding (hotel).



3. Ruimtelijk beleid

Bestemmingsplan

Voor Helmweg 10 is door de Gemeente Schagen op 29 juni 2021 het bestemmingsplan “Helmweg 10 te Groote Keeten” vastgesteld. De Raad van State heeft eind juli 2022 geoordeeld dat dit bestemmingsplan ten onrechte door de gemeenteraad van Schagen is vastgesteld. Hierdoor is voor de betreffende locatie het vigerend bestemmingsplan ‘Buitengebied Zijpe’ weer van kracht. In dit bestemmingsplan heeft het plangebied de bestemming ‘Agrarisch’ en ligt er een bouwblok ten behoeve van agrarische bedrijfsgebouwen. Naast de hoofdbestemming is tevens de dubbelbestemming ‘Waarde - Archeologie’ en de gebiedsaanduiding ‘overige zone – bollenconcentratiegebied’ van kracht.



Plankaartfragment. Bron: Ruimtelijkeplannen.nl

Het huidige bestemmingsplan biedt geen mogelijkheden om de functie om te zetten naar een verblijfsrecreatieve functie zoals beoogd. Als gevolg hiervan dient onderzocht te worden vanuit welke kaders omzetting wel mogelijk is of gemotiveerd kan worden.

De Provinciale Ruimtelijke Verordening is op 17 november 2020 vervangen door de omgevingsverordening NH 2020. In deze situatie geldt echter het overgangsrecht waardoor de Provinciale Ruimtelijke Verordening nog van toepassing is.

Provinciale Ruimtelijke Verordening

- Op basis van de Provinciale Ruimtelijke Verordening (PRV) is nieuwe verstedelijking of uitbreiding van bestaande verstedelijking in het landelijk gebied in principe niet mogelijk tenzij er sprake is van hergebruik van voormalige agrarische bebouwing (art. 17 PRV) of nut en noodzaak kan worden aangetoond (art. 14 PRV).
- Artikel 17 biedt de mogelijkheid de bestaande bebouwing op het voormalige agrarisch bouwperceel te benutten voor kleinschalige vormen van bijzondere huisvesting, werken, recreatie of zorgfuncties. Voorwaarde is hierbij wel dat dit gebruik plaatsvindt in de bestaande bebouwing, dus dat er geen nieuwbouw plaatsvindt. Verbouw is wel mogelijk.
- De plannen voorzien in een modern designhotel dat nadrukkelijk iets gaat toevoegen aan het bestaande hotelaanbod en voorts mikt op nieuwe doelgroepen. Nieuwbouw is hiervoor noodzakelijk. Art. 17 biedt derhalve geen soelaas.
- De planlocatie ligt op de grens van bestaand bebouwd gebied (BBG) en landelijk gebied. De Helmweg vormt de grens; bebouwing aan de ene kant van de Helmweg is BBG (dit geldt voor Brekers), bebouwing aan de andere kant van de Helmweg is landelijk gebied (dit geldt voor de hotellocatie).

- De meeste verblijfsrecreatieaccommodaties in Noord-Holland Noord liggen in landelijk gebied. Bouw van nieuwe voorzieningen kunnen daardoor op gespannen voet staan met het provinciale ruimtelijk beleid, namelijk het open houden van het landschap en behoud van ruimtelijke kwaliteit.
- In de PRV is een verbod opgenomen op uitbreiding van bebouwing buiten BBG (artikel 14, 'overige verstedelijking'). Van dit verbod kan worden afgeweken als 'nut en noodzaak' van plannen kan worden aangetoond en voldaan wordt aan de bepalingen voor ruimtelijke kwaliteit. De provinciale *Handreiking Verblijfsrecreatie Noord-Holland* geeft inzicht in de wijze waarop Gedeputeerde Staten van Noord-Holland nut en noodzaak van plannen voor verblijfsrecreatie buiten bestaand bebouwd gebied beoordelen en biedt daarmee richtlijnen voor de door initiatiefnemers in acht te nemen voorwaarden.

Uitgangspunten GS

- GS verwachten dat aannemelijk wordt gemaakt dat er vraag is naar het plan.
- GS verwachten dat bij plannen voor nieuwe locaties eerst gekeken wordt naar mogelijkheden binnen bestaande locaties.
- GS verwachten dat plannen regionaal worden afgestemd.

Conclusie

- In het onderhavige geval is sprake van **sloop gevolgd door nieuwbouw**. De bestaande agrarische gebouwen maken plaats voor een nieuw hotel. Per saldo zal het bouwvolume niet toenemen. Art. 14 PRV is van toepassing.
- De ruimtelijke kwaliteit is slecht. Het gebouwencomplex is verouderd. Een goed uitgevoerd nieuwbouwplan op en in de plaats van de huidige zal derhalve bijdragen aan verbetering van de ruimtelijke kwaliteit van het gebied en zal de openheid van het gebied niet aantasten.
- Voor een hotel met 60 kamers zijn er geen geschikte locaties binnen bestaand bebouwd gebied in deze regio (kustzone Noord-Holland Noord).

In de volgende hoofdstukken zal hier nader worden ingegaan op de marktbehoefte (hoofdstuk 4) en de locatiegebondenheid (hoofdstuk 6).



4. Marktanalyse hotelsector

4.1 Trends en ontwikkelingen in de hotelbranche

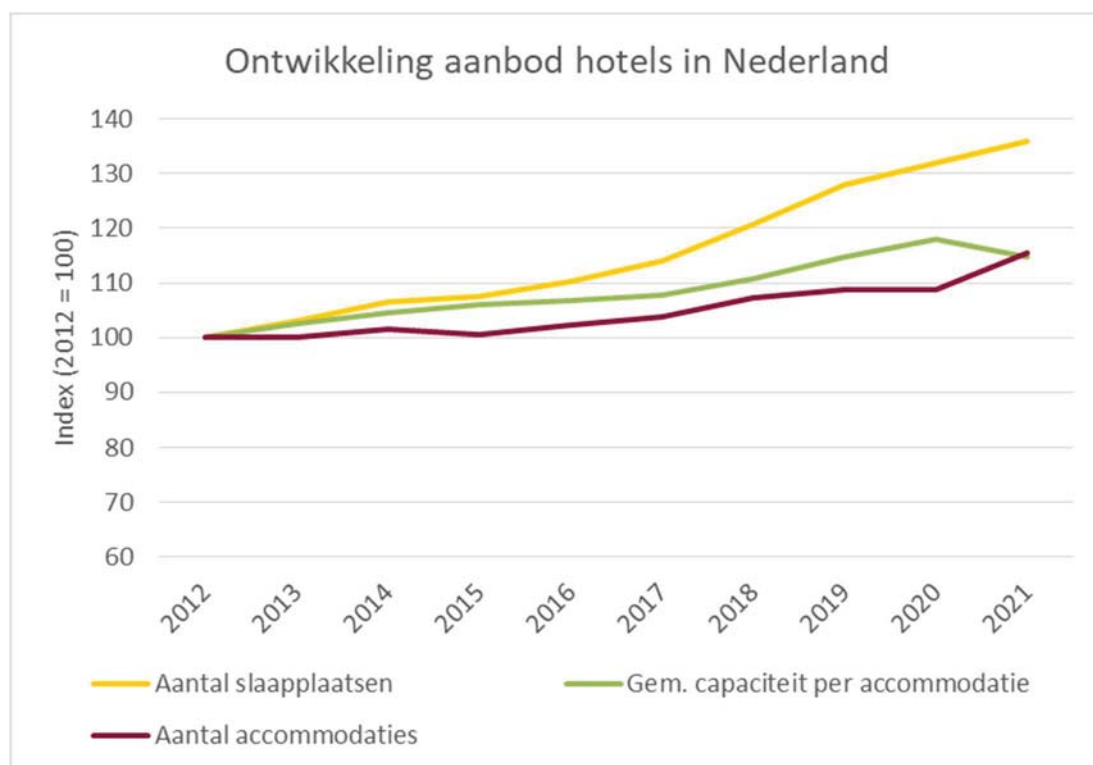
- Luxe en **comfortabel** is de norm, maar ook warmte en **sfeer**.
- De bedrijfsformules zijn gericht op de **levensstijl** van de gasten. De ene doelgroep is de andere niet. Een hotel voor iedereen is een hotel voor niemand.
- Het **lokale** aspect wordt belangrijker. Dit uit zich onder andere in het gebruik van streekproducten, maar ook in het benadrukken van het streekeigene in het bedrijfsconcept.
- Horecazaken/hotels met een **uniek persoonlijk verhaal** hebben de toekomst. Alle trends zijn gericht op het creëren van bijzondere ervaringen. Het verhaal van de ondernemer, het gebouw, de locatie, de geschiedenis: dat wat tastbaar is maakt het concept bijzonder en persoonlijk.
- **Duurzaamheid** is een basisvoorwaarde geworden. Natuurlijke materialen en producten, CO2-neutraal, energiezuinig; integrale aandacht voor natuur & milieu in de hele bedrijfsvoering als basis voor een eigen identiteit.
- **Gezondheid en wellness** worden steeds belangrijker. In het midden en luxe segment zijn steeds meer hotels met wellness-voorzieningen, zoals spa's en jacuzzi's soms zelfs in de hotelkamers en meestal een gezamenlijk gym of fitness ruimte.
- **Prijs en beleving** worden steeds belangrijker: de consument wenst een zo goed mogelijk kwalitatief product tegen een zo scherp mogelijke prijs. De klant is alleen bereid meer te betalen voor een product dat een bijzondere herinnering of beleving creëert. Deze trend leidt volgens Rabobank tot de opkomst van lowbudgethotels zonder horeca of bijzondere voorzieningen, maar ook tot hotels met meer beleving, thematisering en luxe;
- **Online boeken** is de norm. Online vindbaarheid is dus van groot belang. De rol van *Online Travel Agency's* (OTA's) wordt daardoor steeds belangrijker (booking.com, trivago, expedia en anderen). Dit zorgt wel voor afoming van de winstmarges.
- Opkomst van **Airbnb** noopt tot creativiteit & innovatie. In marketing én productaanbod.
- Toeristische gasten verdiepen zich online steeds intensiever in de diversiteit van het aanbod en baseren daarop hun boekingsgedrag. **Gastenbeoordelingsplatforms** (Zoover, Google) worden daardoor steeds belangrijker als beslisinstrument om te boeken voor een bepaalde accommodatie.
- **Branchevervlechting en –vervaging**. De grenzen tussen branches vervagen, met name tussen dag- en verblijfsrecreatie. Voorbeelden van deze trends zijn dat attractieparken en dierentuinen hotelkamers en bungalowparken aanbieden (Disney, Efteling, Beekse Bergen) terwijl hotels juist weer diverse vormen van recreatie aanbieden om de gast die unieke beleving te bieden (bijvoorbeeld wandel-, fiets- en wellness arrangementen).
- **Schaalvergroting, ketens en flexibilisering**: er is sprake van steeds grotere hotels en ketenvorming. De top 10 hotelmerken hebben in totaal circa 230 hotels met ruim 27.000 kamers. Dit staat gelijk aan 40% marktaandeel. Hotels worden ook steeds groter met meer kamers, zalen en voorzieningen. Hotels worden zo totaalconcepten: resorts voor een weekendje weg met het hele gezin alsmede de plek waar alles aanwezig is voor een geslaagd business event.
- **Menselijke maat**. Als tegenhanger is er ook een trend in de hotellerie waarneembaar naar kleinschaligheid en persoonlijk karakter: het brede aanbod van kleinschalige boetiek- of boutiquehotels. Een populaire naam voor hotels met een luxe en eigenzinnige uitstraling in combinatie met een persoonlijk karakter. Ze behoren vaak niet tot een keten. De term *boetiek-/boutiquehotel* is niet beschermd en zorgt soms voor verwarring en onduidelijkheid
- Het **middensegment** sluit zich steeds vaker aan bij franchiseformules, om zo te profiteren van merknaam en online verkoopkanalen.
- Tot slot groeit het **kleinschalig particulier aanbod** (bed & breakfast, tiny houses, bijzondere stand alone-accommodaties).

4.2 Ontwikkeling vraag en aanbod hotels in Nederland

Aanbod

- In Nederland zijn ongeveer 4.048 hotels en dit aanbod groeit structureel.
- Zij beschikken over 147.031 kamers en ruim 320.000 bedden.
- In de ontwikkeling van het aantal kamers is door de coronacrisis een afnemende groei waarneembaar.
- 3-sterren hotels komen het meest voor (36%). Circa 10% van de hotels in Nederland heeft 2 sterren en nog eens 27% heeft 4 sterren.
- In Nederland worden de hotels steeds luxer. Het 1-2 sterren segment laat een dalende tendens zien terwijl 4-5 sterren een stijgende tendens laat zien. Het drie sterrenniveau blijft vrij stabiel.
- Een hotel heeft gemiddeld 36 kamers met ruim 80 bedden, maar het aantal kamers per logiesverstrekker loopt uiteen van enkele tientallen tot enkele honderden kamers.
- In Nederland zijn zeker 62 hotelketens met 72 hotelmerken actief. De ketens hebben in Nederland bijna 620 hotels en meer dan 65.000 hotelkamers (>100 kamers per hotel).
- Driekwart van de hotels heeft een eigen restaurant. In de grote steden ligt dit lager vanwege het grote aanbod van restaurants in de nabijheid. In bijvoorbeeld Amsterdam heeft slechts 33% van de hotels een eigen restaurant.
- In totaal zijn er in Nederland naar schatting ruim 5.000 Bed & Breakfasts, met zo'n 18.000 kamers en appartementen. Dat aantal neemt structureel toe.
- De verhuursite Airbnb.nl is in 2008 opgericht als verzamelsite van particulier aanbod. Inmiddels staan er op Airbnb zo'n 15.000 Nederlandse woningen of kamers en is het aanbod niet louter particulier meer (wel kleinschalig). Dat is 147% meer dan in 2014. Het aantal overnachtingen in Nederland via Airbnb is naar schatting in een jaar tijd met 177% gestegen. Aanbod en vraag nemen nog dagelijks toe.

Bronnen: CBS, Rabobank

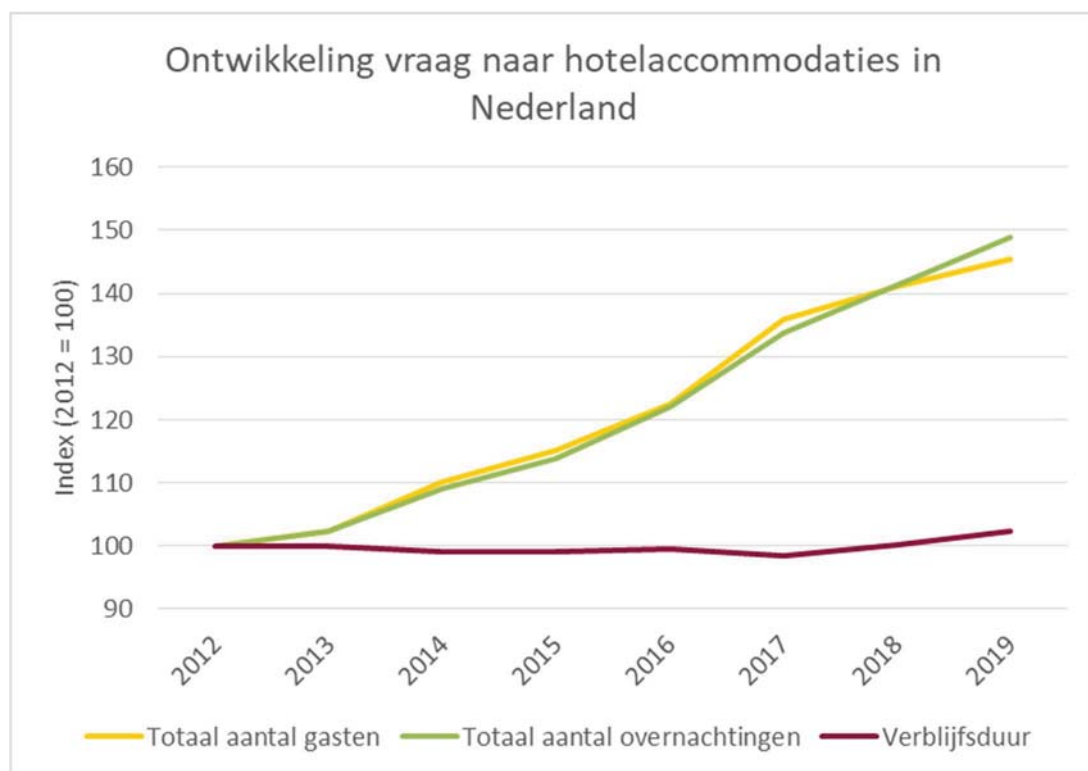


Bron: CBS Logiesaccommodaties

Vraag naar hotelaccommodaties (aantal overnachtingen)

Tot de coronacrisis was sprake van de volgende ontwikkelingen in de vraag naar hotelkamers:

- Ongeveer 40% van de hotelovernachtingen betrof boekingen van zakelijke reizigers. De overige 60% betrof toeristische reizigers.
- Het aantal gasten en overnachtingen liet een forse groei zien.
- De gemiddelde verblijfsduur was vrij stabiel, in 2018 en 2019 was sprake van een stijging.
- De vraag groeide sneller dan het aanbod! Hierdoor steeg de bezettingsgraad en de opbrengsten per accommodatie.
- Op basis van de cijfers tot en met 2019 is de trend fors stijgend.



Bron: CBS Logiesaccommodaties

Toekomstige ontwikkelingen (bron: Hosta 2021, Horwath)

De coronacrisis heeft gezorgd voor een desastreuze ontwikkeling op de hotelmarkt. De bezetting is in 2020 gekelderd tot een historisch dieptepunt. De gemiddelde kamerprijs daalde met meer dan 27% van € 120 in 2019 tot € 87 in 2020. Hotels in Amsterdam en omgeving Schiphol zijn sterk afhankelijk van internationaal toerisme en daardoor extra hard geraakt.

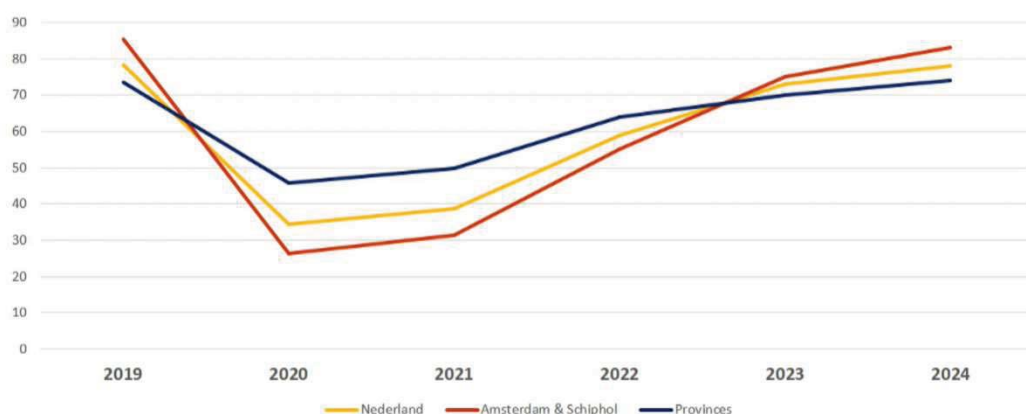
In het Hosta onderzoek van 2021 is men echter weer voorzichtig optimistisch over de komende maanden en jaren. Verwacht wordt dat de gemiddelde kamerprijzen in september en oktober (2021) zullen verbeteren en dat de hotels het jaar 2021 relatief goed af kunnen sluiten. Uit de voorlopige cijfers over het laatste kwartaal van 2021 is dit ook werkelijkheid gebleken, ondanks de lock down vanaf 19 december 2021.

Verwachting is dat het herstel in 2022 doorzet. Buiten de Randstad verwachten veel hoteliers een snel herstel. Veel hotels wisten in de zomer van 2021 zelfs beter te scoren dan in 2019.

Voor de Nederlandse markt als geheel verwacht men dat de resultaten in 2023/2024 vrijwel helemaal terug zijn op het niveau van voor de crisis. In Amsterdam en omgeving Schiphol zal het herstel naar verwachting minder snel verlopen.

In het HOSTA 2021 wordt het volgende bezettingsverloop voorspeld:

Verwachtingen Nederland Bezettingsgraden (in %)



Bron: Horwath HTL

 Horwath HTL

Voor Schagen is de ontwikkeling van de verwachte bezettingsgraad in de provincies van belang (de blauwe lijn in de grafiek).

Conclusie

- De hotelmarkt laat een stijgende lijn zien. Landelijk is de capaciteit de afgelopen jaren toegenomen. Dit had vooral te maken met uitbreiden en moderniseren van bestaande hotels.
- De vraag naar hotelovernachtingen nam echter sneller toe dan het aanbod, waardoor de bezetting een stijgende lijn vertoonde.
- In combinatie met een stijgende kamerprijs leverde dit een hogere opbrengst per beschikbare kamer (REVPAR) op.
- Doordat de exploitatiekosten minder snel groeiden dan de omzet verbeterde de winstgevendheid van de hotels.
- De coronacrisis zorgde voor een trendbreuk, al was 2021 al weer beter dan 2020. Verwachting is dat de hotelmarkt in 2022 verder zal herstellen en in 2024 weer terug is op het niveau van 2019. Buiten de Randstad verloopt het herstel naar verwachting zelfs voorspoediger volgens de deskundigen.
- Na 2024 zal de markt zich naar verwachting verder positief ontwikkelen. Voor dan wordt een verdere groei verwacht, vooral in het 3 en 4 sterren segment.



4.3 Hotelsector aan de kust

Onderzoek kusthotels

Invast Hotels heeft onderzoek gedaan naar de hotels aan de Nederlandse Noordzeekust².

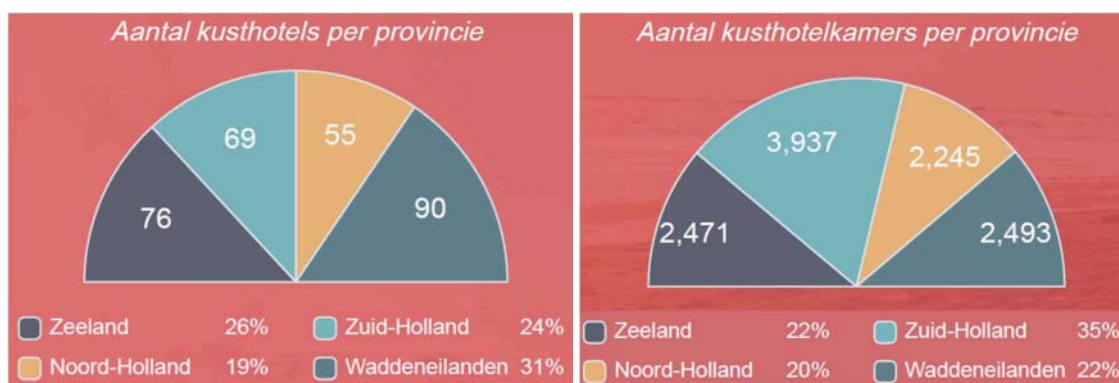
In totaal zijn in dit onderzoek 290 [kusthotels](#) opgenomen die gevestigd zijn in de officiële badplaatsen die Nederland rijk is.

- Aantal kusthotels per provincie:
 - Zeeland 26%
 - Noord-Holland 19%
 - Zuid-Holland 24%
 - Waddeneilanden 31% (Texel is opgenomen in deze categorie)

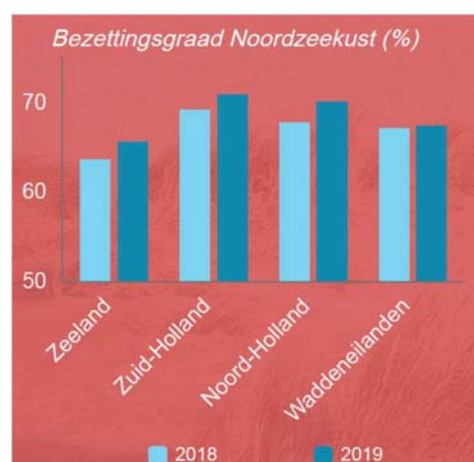
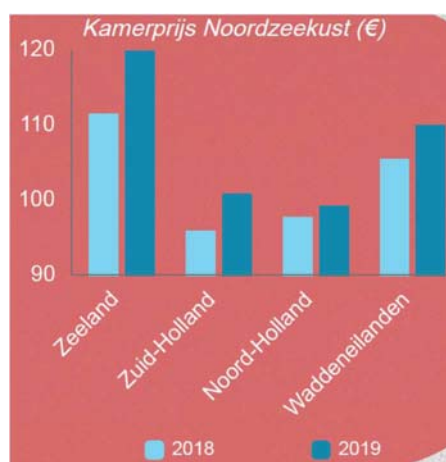
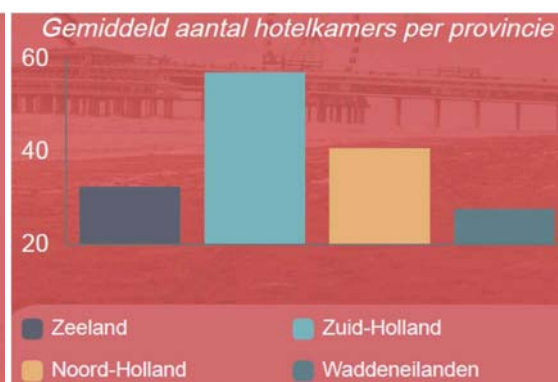
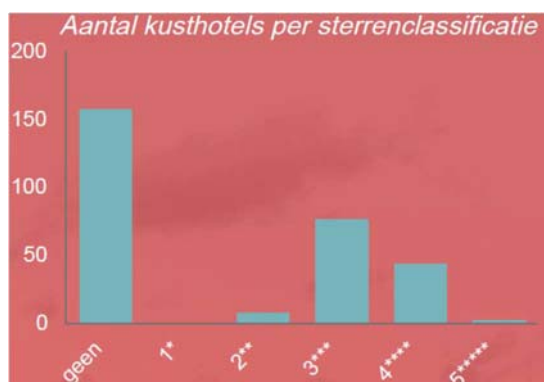
Het overgrote deel (54,5%) van de kusthotels beschikt niet over een sterrenclassificatie.

2- en 5-sterrenhotels zijn schaars en de kust beschikt ook niet over 1-sterrenhotels.

- Businessmix
 - 83% gaf aan dat hun businessmix voornamelijk bestaat uit leisuredagasten.
 - 14% meldde dat ze ongeveer evenveel leisu- als zakelijke gasten ontvangen.
 - Slechts 3% gaf aan dat het hotel voornamelijk door zakelijke gasten bezocht wordt.
- De prestaties van de Noordzee-kusthotels
 - De kamerprijzen van de kusthotels verschillen aanzienlijk van elkaar. Zeeland heeft in zowel 2018 als 2019 de hoogst gemiddelde kamerprijs weten te behalen door het grote aanbod van 4-sterrenhotels. Deze hotels hebben de hoogste gemiddelde kamerprijs gerealiseerd van 147 euro in 2018 en 159 euro in 2019. Zuid-Holland presteert aanzienlijk lager dan de gemiddelde kamerprijs van de totale Nederlandse kust. Met een kamerprijs van 95 euro in 2018 en 100 euro in 2019 ligt het in beiden jaren minimaal 10 euro onder de gemiddelde kamerprijs van de andere kustprovincies.
 - De omzetverdeling van de Nederlandse kust is erg constant. Het grootste deel van de omzet wordt in juli tot en met september verwezenlijkt, welke opgevolgd wordt door het tweede kwartaal. Kwartaal 1 en 4 realiseren respectievelijk rond de 10% en 14% van de omzet.
 - De bezettingsgraad in de kustprovincies lijkt erg van elkaar te verschillen. Echter, het verschil is nooit groter dan 6%. Zeeland realiseert de laagste bezettingsgraad die steeds 3% onder het gemiddelde ligt. Zuid-Holland en Noord-Holland presteren in zowel 2018 als 2019 bovengemiddeld. De Waddeneilanden presteren beide jaren binnen 1% van het gemiddelde.



² Onderzoek Nederlandse kusthotels (Invast Hotels/Michiel Copini, 2021)



CBS gegevens

De volgende gegevens van het CBS hebben betrekking op het toeristengebied *Noordzeekust*. De cijfers over 2021 hebben nog een voorlopig karakter.

Het tijdvak 2015 t/m 2019 laat groei zien, zowel in gasten (Nederlanders en buitenlanders) als in overnachtingen en zowel voor Nederland als geheel als voor het kustgebied.

Als gevolg van de coronacrisis veranderde dat drastisch in 2020 en 2021. Wel was in 2021 al weer een voorzichtige verbetering zichtbaar. Naar verwachting van deskundigen (toerismebureaus, banken, touroperators, boekingsplatforms, trendwatchers) zal de markt spoedig herstellen en binnen afzienbare tijd weer op het oude niveau terug zijn.

Hotels; gasten, overnachtingen, woonland, regio

: Gewijzigd op: 13 april 2022

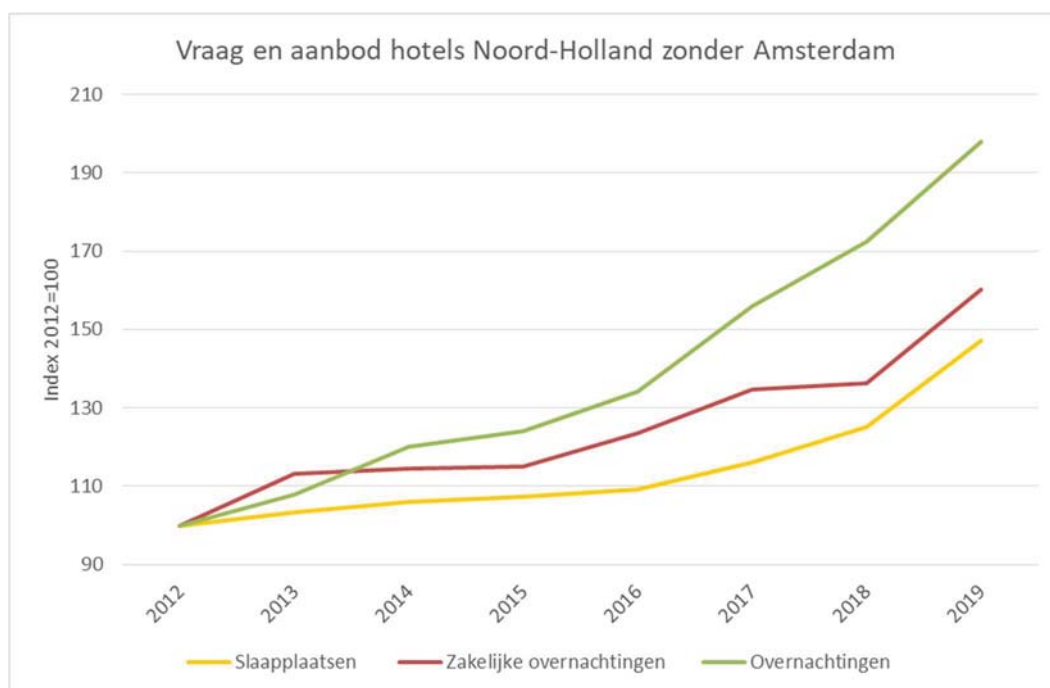
				Perioden			
Onderwerp							
Regio's							
Woonland van gasten				2015	2019	2020	2021**
Gasten	Nederland	Totaal landen	x 1 000	24 176	30 569	16 163	17 460
		Nederland	x 1 000	12 410	15 058	11 061	13 113
		Totaal buitenland	x 1 000	11 766	15 511	5 102	4 347
	Kust (TG)	Totaal landen	x 1 000	2 639	2 827	1 908	2 289
		Nederland	x 1 000	1 699	1 748	1 365	1 826
		Totaal buitenland	x 1 000	940	1 080	543	463
Overnachtingen	Nederland	Totaal landen	x 1 000	41 617	54 403	28 746	30 865
		Nederland	x 1 000	19 910	24 272	18 445	21 820
		Totaal buitenland	x 1 000	21 708	30 131	10 301	9 045
	Kust (TG)	Totaal landen	x 1 000	5 063	5 693	3 981	4 522
		Nederland	x 1 000	3 009	3 182	2 603	3 399
		Totaal buitenland	x 1 000	2 054	2 511	1 378	1 123

Bron: CBS Statline

4.4 Marktonwikkelingen Noord-Holland (exclusief Amsterdam)

Vraag en aanbodcijfers over de regio Noord-Holland Noord ontbreken. De regio Amsterdam is een belangrijk cluster van hotelaccommodaties, dat behoorlijk afwijkt van de rest van Noord-Holland. Daarom zijn de cijfers van Noord-Holland gebruikt onder aftrek van de gegevens van Amsterdam. Hierdoor ontstaat een beeld van de ontwikkelingen van het aanbod in Noord-Holland dat zich voor het grootste deel boven Amsterdam bevindt.

Om het coroneffect te elimineren zijn de gegevens tot en met 2019 opgenomen.



Bron: CBS Logiesaccommodaties

Conclusie

- Het aantal slaapplaatsen in hotels is sinds 2012 met bijna 50% toegenomen
- Het aantal overnachtingen liet in deze periode een verdubbeling zien.
- Het aantal zakelijke overnachtingen liet een stijging zien van 60%. Dat betekent dat de meeste groei werd veroorzaakt door toeristische overnachtingen.
- Omdat de groei van het aantal overnachtingen harder steeg dan de capaciteit steeg de bezettingsgraad van 155 nachten naar 180 nachten. Dit geeft aan dat er voldoende marktruimte is in Noord-Holland voor uitbreiding of nieuwvestiging van hotelaanbod.

4.5 Marktregio Noordkust

Concurrentieanalyse

Kampeersector

In de marktregio Noordkust (Sint Maartenszee t/m Huisduinen) is een ruim aanbod van campings met toeristische kampeerplaatsen en huuraccommodaties aanwezig.

Naam bedrijf	Plaats	Classificatie	TSP	VSP	Huur	Totaal
Donkere Duinen	Den Helder	2,5	193	10	3	206
't Noorder Sandt	Julianadorp	4	217	224	14	455
Oase	Julianadorp	4	67	127	7	201
De Zwaluw	Julianadorp	3	70	68	2	140
Callassande	Callantsoog	4,5	340	159	108	607
De Nollen	Callantsoog	4	225	182	18	425
Tempelhof	Callantsoog	5	230	240	9	479
Aan Noordzee	St. Maartenszee	3	180	--	33	213
Zeester	St. Maartenszee	Geen	4	75	--	79
Sint Maartenszee	St. Maartenszee	3,5	300	--	26	326
Golfzang	St. Maartenszee	2,5	40	60	--	100
De Lepelaar	St. Maartenszee	3	369	--	20	389

Naast de reguliere campings is ook sprake van een flink aantal mini-campings (kamperen bij de boer). Dit zorgt voor een ruimtelijke versnippering en verrommeling; kleine plukjes kampeerplaatsen te midden van agrarisch gebied en vaak matig landschappelijk ingepast.

Al met al gaat het om een fors aantal locaties met in totaal meer dan 600 plaatsen. Daarmee is dit fenomeen een serieuze concurrent voor de reguliere recreatiebedrijven geworden. De kwaliteit van dit aanbod is heel verschillend.

Huisjessector

In de regio Noordkust is een groot aantal huisjesparken aanwezig. Voor een groot deel gaat het om gedateerde parken met huisjes in particulier bezit. De kwaliteit hiervan wisselt sterk. Een deel van de huisjes wordt toeristisch verhuurd.

De 'grote twee' Landal en Roompot hebben hier met 6 parken (Quirios Callantsoog, Callassande, Duynzicht, Duynopgangh, Strandhuisjes Julianadorp, resort Ooghduyne). een relatief bescheiden positie.

Naam bedrijf	Plaats	Aantal
Duynzicht	Julianadorp	36
Duynopgangh	Julianadorp	46
Ooghduyne	Julianadorp	250
Strandhuisjes	Julianadorp	90
Strandslag	Julianadorp	300
De Zandloper	Julianadorp	300
Sandepark	Groote Keeten	185
Callassande	Groote Keeten	75
Quirios	Callantsoog	90
Buitenplaats	Callantsoog	150
De Blenk	Callantsoog	70
Garnekuul	Callantsoog	100
Hasekamer	Callantsoog	26
Anzelhoef	St. Maartenszee	35
Eb en Vloed	St. Maartenszee	75
Eureka	St. Maartenszee	120
Bohemien resort	St. Maartenszee	47
Boerenslag	St. Maartenszee	51
Campanula	St. Maartenszee	56
De Schelp	St. Maartenszee	33
Duinland	St. Maartenszee	297
Wildryck	St. Maartenszee	165

Appartementen

Er zijn enkele appartementencomplexen in Julianadorp, Groote Keeten en Callantsoog maar het totale aanbod valt in het niet bij dat van de kampeer- en huisjessector.

Binnenkort zal ook Sint Maartenszee een eerste appartementengebouw krijgen. Bijna alle appartementen zijn particulier bezit en de kwaliteit is heel behoorlijk. Een deel wordt verhuurd.

Naam bedrijf	Plaats	Aantal
Strandslag	Julianadorp	200
Résidence Juliana	Julianadorp	100
Strandleven	Groote Keeten	20
Duinerei	Groote Keeten	33
Callantsduyne	Groote Keeten	15
Seinpost	Callantsoog	18
Badhotel	Callantsoog	43
Beach Apartments	Callantsoog	100
De Wijde Blick	Callantsoog	50
Duynsuites	Callantsoog	12
Callantsoger Staete	Callantsoog	30
Residence Westduin	Sint Maartenszee	18



Hotels

In de marktregio *Noordkust* zijn weinig hotels.

Vijf hotels, waarvan 1 vier sterren, met in totaal 178 kamers en 384 bedden.

- Fletcher hotel in Callantsoog***: 62 kamers.
- Strandhotel De Horn in Callantsoog***: 30 kamers.
- Hotel Het Zwaantje in Callantsoog**: 28 kamers.
- Grand Hotel Beatrix in Huisduinen****: 52 kamers
- The Baron Crown in Huisduinen***: 6 kamers.

Door de aanpalende marktregio *Steden* (Den Helder, Schagen) er bij te betrekken wordt het aanbod iets ruimer: 14 hotels, waarvan 2 vier sterren, 484 kamers en bijna 1.000 bedden.

Naam hotel	Plaats	Sterren clas.	Totaal aantal kamers	Aantal bedden
Fletcher Badhotel	Callantsoog	3	62	152
Strandhotel De Horn	Callantsoog		30	60
Hotel het Zwaantje	Callantsoog	2	28	56
Hotel The Baron Crown	Huisduinen	3	6	12
Grand Hotel Beatrix	Huisduinen	4	52	104
Hotel Den Helder	Den Helder	3	74	154
Hotel cafe Woud	Den Helder	2	9	16
Forest Hotel	Den Helder	3	25	50
Hotel Wienerhof	Den Helder	3	43	71
Hotel Lands End	Den Helder	3	49	98
Hotel/Studio Bosch Duin Strand	Den Helder		12	24
Hotel Marktstad	Schagen	4	68	144
SoHotel	Schagen		13	26
Slothotel	Schagen		13	29

Uit de tabel kunnen we het volgende afleiden

- Het hotelaanbod is gering en de kwaliteit gemiddeld.
- Aan de kust ligt slechts 1 vier sterren hotel (Grand Hotel Beatrix in Huisduinen).
- Het aanbod is over het algemeen kleinschalig. Er zijn slechts 3 hotels met meer dan 60 kamers.
- De hotels in Callantsoog zijn onderling behoorlijk verschillend maar verschillen niet veel in kwaliteit:
 - *Het Badhotel* vaart sinds enige jaren onder Fletchervlag en is van gemiddelde kwaliteit (3 sterren). Voormalig groepshotel (sporthotel).
 - *Strandhotel de Horn* noemt zichzelf thans familiehotel (3 sterren).
 - *Hotel het Zwaantje* eveneens van gemiddelde (standaard) kwaliteit (2 sterren).



Fletcher Badhotel
Hotelontwikkeling Helmweg 10 Groote Keeten



Strandhotel de Horn



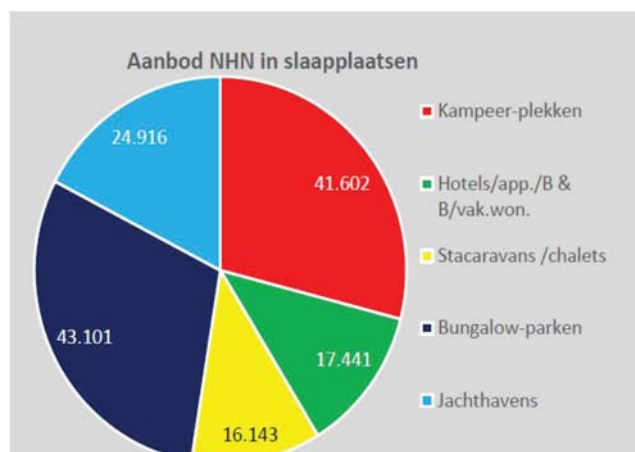
Hotel het Zwaantje

Harde planvoorraad

Er is geen harde planvoorraad voor hotels in deze marktregio. Wel is er een concreet plan voor een hotel met 240 kamers in Petten als onderdeel van het nieuwe Resort Corfwater. Ten behoeve van het project moeten echter nog de nodige procedures worden doorlopen, zoals een bestemmingsplanwijziging en de vergunningsaanvragen. Er is nog geen exacte planning bekend. Er wordt volgens de gemeente wel aan gewerkt om alle benodigde stukken voor de procedures in gereedheid te brengen. De gemeente Schagen verwacht in de loop van 2022 meer duidelijkheid te geven over de te doorlopen procedures. Bron: www.schagen.nl/hotel-corfwater. Of dit hotel er komt en wanneer is dus nog volstrekt onzeker. Andere plannen zijn ons niet bekend.

Dominantie van campings en bungalowparken

De kampeer- en bungalowsector is goed voor >45% van het aantal slaapplekken in NHN. De hotelsector (inclusief appartementen en B&B kamers) heeft een marktaandeel van 14%.



Bron: Verblijfsrecreatie in Noord-Holland Noord (ZKA, 2016)

Conclusie aanbod

- Er zijn in NHN ongeveer 220.000 toeristische slaapplekken maar een deel wordt niet-recreatief gebruikt. Na correctie blijven er ongeveer 184.000 toeristische slaapplekken over, waarvan ±40.000 op Texel. Het marktaandeel van de regio NHN komt daarmee uit op circa 9% van het Nederlandse aanbod. Hiermee is NHN een belangrijke speler op de markt.
- De planvoorraad werd in 2017 geschat op 18.000 slaapplekken. Deze planvoorraad was voornamelijk gebaseerd op het creëren van 'meer-van-hetzelfde' en is slechts ten dele gerealiseerd. Het pleidooi van onderzoekers en beleidsmakers voor *slimme groei* door middel van vernieuwing en verbetering van het aanbod heeft nog niet veel opgeleverd. Het aanbod is nog steeds eenzijdig, weinig onderscheidend en niet vernieuwend.
- Nog steeds geldt dat men in NHN de meeste kansen ziet voor de hotelsector, mits sprake is van goede locatiefactoren (kustzone) en een onderscheidend bedrijfsconcept, bovengemiddelde kwaliteit, een scherpe prijs/kwaliteit verhouding en een professionele marketing (digitalisering en e-commerce).

Regiovisie



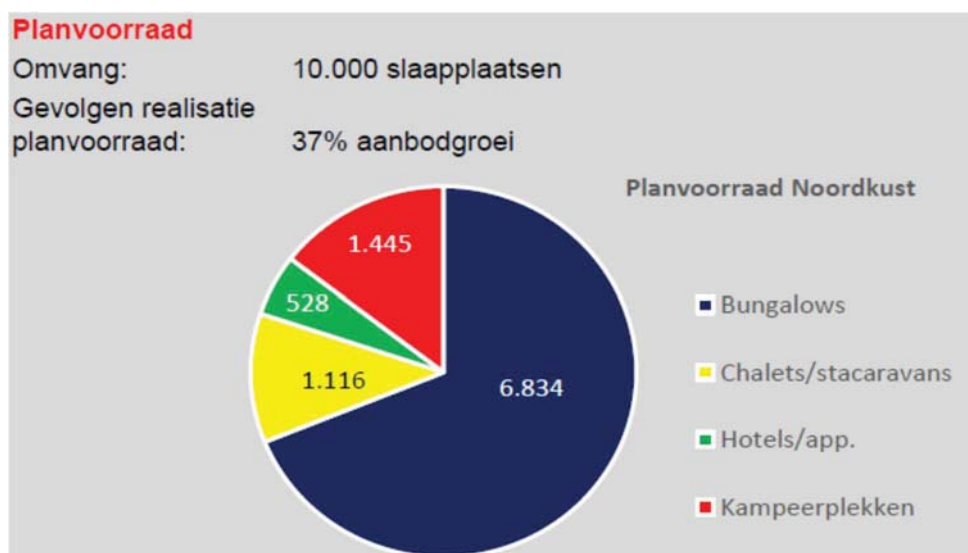
Bron: Regionale Visie Verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord

- Zonder verblijfsrecreatie is er een beperkte economische basis en leefbaarheid in de noordelijke kustkernen in NHN.
- De marktgerichte deelregio Noordkust staat sterk in verbinding met de deelregio Strand en de steden Den Helder en Schagen.
- De deelregio *Noordkust* is onderbedeeld met hotels in vergelijking met de andere deelregio's in NHN.
- Streefbeeld: achterstanden wegwerken, beleefbaar verblijfsrecreatieproduct en nieuwe natuur creëren.
- Plus-strategie: alle actoren zetten zich maximaal in om een landschappelijke belevingsimpuls te realiseren zodat nieuwe verblijfsrecreatie meer geïntegreerd raakt in de directe leefomgeving.

Monocultuur neemt toe in Callantsoog/Groote Keeten

Groote Keeten telt circa 300 inwoners en in de zomerperiode een veelvoud van dit aantal aan toeristen. De grootste trekpleister is het strand, dat tot één van de breedste stranden van Nederland behoort. Ook hier is sprake van een tamelijk eenzijdig logiesaanbod; veel huisjes, appartementen en kampeerplaatsen maar geen hotel.

Gezien de planvoorraad zal de monocultuur alleen maar toenemen. Er staat nog een groot aantal huisjes op stapel, vooral in Groote Keeten (Boskerpark).



Bron: (Her)ontwikkelingsperspectieven Verblijfsrecreatie in Noord-Holland Noord (ZKA, 2016)

In Groote Keeten is het bestemmingsplan Boskerpark reeds vastgesteld (er loopt nog een beroepsprocedure) en is het Roompotpark Callassande inmiddels gerealiseerd.

Uit de inventarisatie van *Natuurmonumenten*³ kan worden opgemaakt dat in de gemeente Schagen de planvoorraad voornamelijk huisjes bevat. Hotelontwikkelingen in Schagen en/of de regio Noordkust worden in deze gedetailleerde inventarisatie niet genoemd.

Navraag bij de gemeente Schagen leert dat er daar geen nieuwe hotelplannen bekend zijn of zijn ingediend. Wel plannen voor huisjes en hotelappartementen (met eigen keukenvoorziening).

4.6

Conclusie

- De hotelmarkt laat in algemene zin weer groei zien. De bezetting stijgt en de corona-dip lijkt snel te worden weggewerkt.
- Aan de kust is de groei bovengemiddeld.
- In Noord-Holland Noord is echter sprake van *monocultuur* in het toeristische logiesaanbod. Huisjes en kampeerplaatsen domineren het logiesaanbod in overheersende mate.
- De deelregio *Noordkust* is nog eens sterk onderbedeeld met hotels in vergelijking met de andere deelregio's in NHN.
- Het bestaande hotelaanbod is hier bovendien weinig onderscheidend en in hoofdzaak van gemiddelde kwaliteit.
- In Groote Keeten zijn relatief veel appartementen. Daarnaast veel huisjes: 2 grote parken en 1 in oprichting (Boskerpark). Ook veel kampeeraccommodatie: diverse (mini-)campings. Echter geen enkel hotel!
- Gezien de aantrekkelijke locatie en gelet op het beperkte aanbod van hotels en de vraag van de markt is er in de regio Noordkust c.q. Groote Keeten beslist perspectief voor een toeristisch georiënteerd 4-sterrenhotel met een bedrijfsconcept gericht op authenticiteit & strandbeleving. Daarmee wordt tevens bijgedragen aan de wens de monocultuur van appartementen te doorbreken (diversificatie van het logiesaanbod bevorderen).

Appartementen Groote Keeten



Callantsduyne



Duinerij



Strandleven Groote Keeten j

³ Analyse van recent gerealiseerde bebouwing en nieuwe bouwplannen aan de Nederlandse kust (Natuurmonumenten, 2016)

5. Doelgroepen

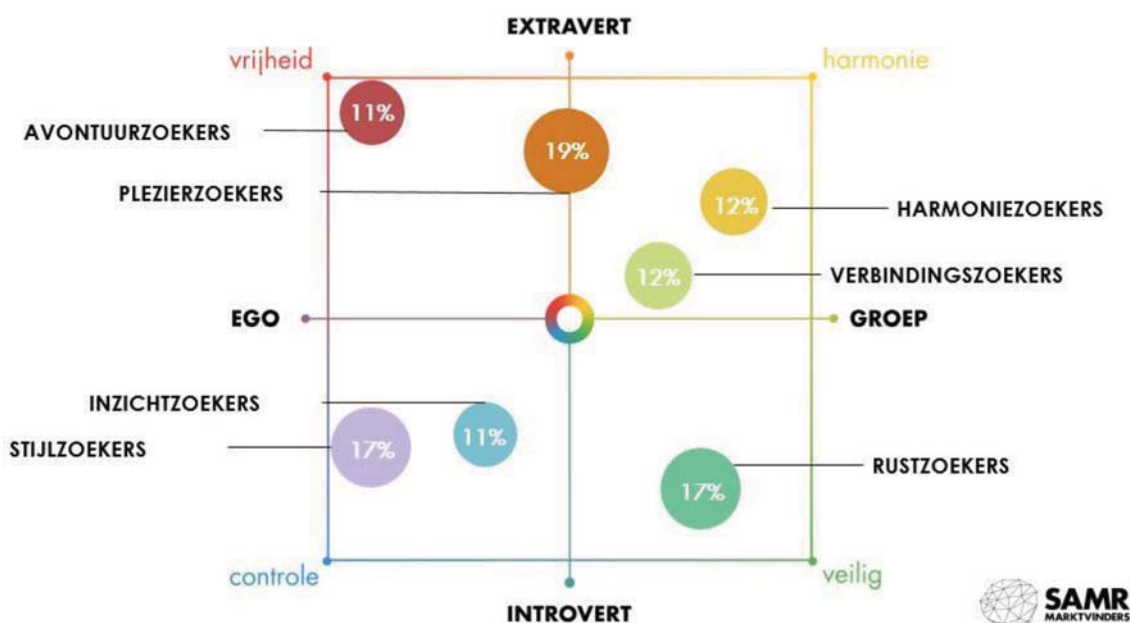
Leisure Leefstijlen (Leefstijlvinder)

Voor de recreant is de belevingswaarde van het hotel of de vakantieaccommodatie van groot belang. Het gaat daarbij om zaken als sfeer, inrichting, aard en omvang van de voorzieningen, kwaliteitsniveau, de dienstverlening (gastheerschap) en de omgeving. Niet iedereen stelt daaraan dezelfde eisen en wat voor de ene recreant belangrijk is hoeft voor de andere juist helemaal niet. De ene recreant is de andere niet; dat geldt t voor gezinnen, voor stellen zonder kinderen, voor senioren en voor alleen gaanden. Per doelgroep kunnen de wensen aanzienlijk verschillen.

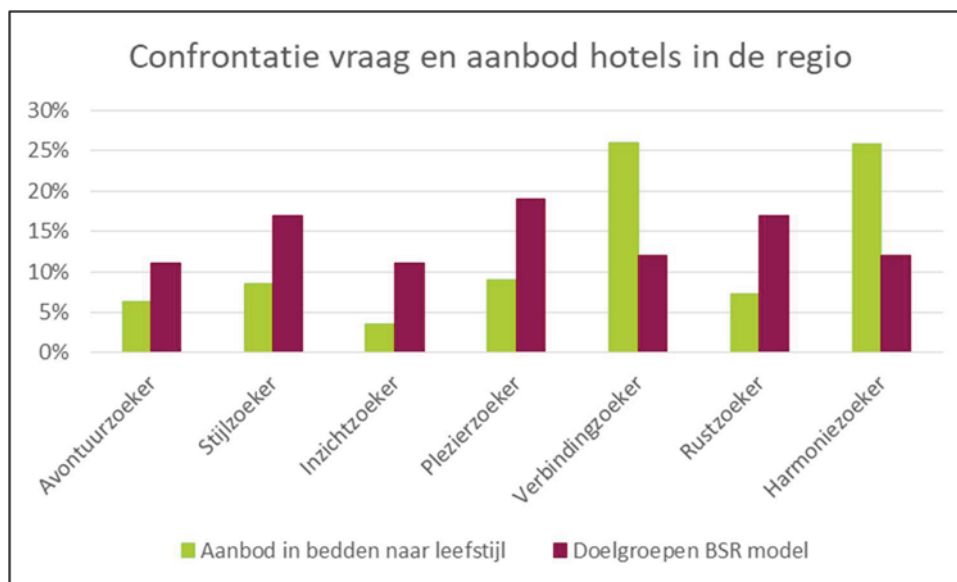
Om het onderscheid in doelgroepen te onderkennen wordt daarom steeds meer de nadruk gelegd op *leefstijlkenmerken c.q. belevingswerelden* in plaats van op demografische en/of sociaaleconomische kenmerken als leeftijd, opleiding en inkomen.

Focussen op 'gezinnen' of 'senioren' of 'stellen' heeft alleen zin als je als aanbieder weet op welke gezinnen, welke senioren of welke stellen je wilt richten. Daar is kennis voor nodig over gedrag en voorkeuren van mensen in hun vrije tijd. Als dat bekend is kun je er als ondernemer gericht op inspelen met je specifieke productaanbod en diensten.

Met behulp van het *Brand Strategy Research (BSR)-model* is voor de recreatiesector een *Leisure leefstijlenmodel* ontwikkeld: de *Leefstijlvinder* (SAMR, 2018; www.leefstijlvinder.nl), waarmee een goede oriëntatie op de verschillende doelgroepen mogelijk is. Hierbij worden de recreanten in vier belevingswerelden en daarbinnen in zeven leefstijlprofielen ingedeeld. In de volgende illustratie is de omvang van deze 7 leefstijlgroepen en de plaatsing binnen het model weergegeven.



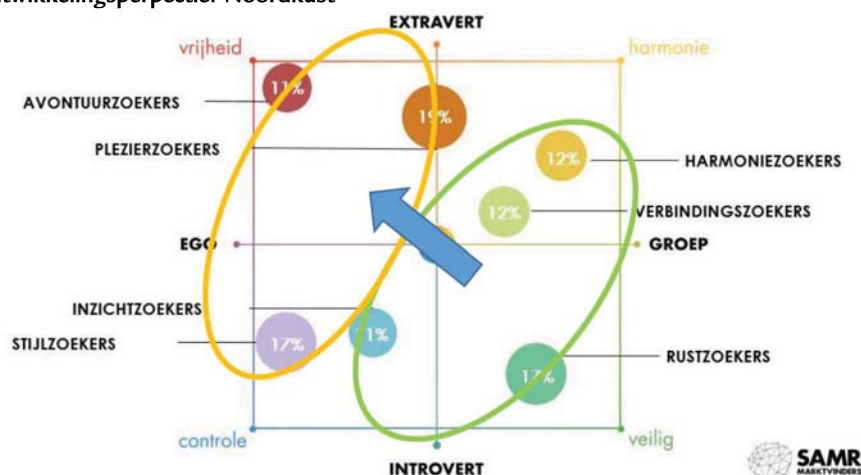
Het huidige aanbod in de marktregio Noordkust is in hoofdzaak geschikt voor de doelgroepen in het rechter deel van het model. Dat blijkt ook uit een inventarisatie die door ons is uitgevoerd op basis van de hotels genoemd in de concurrentieanalyse. De resultaten hiervan worden afgezet tegen de doelgroepen uit het model.



De grafiek laat zien dat het huidige aanbod vooral aan de rechterzijde van het model zit. De marktruimte en behoefte zit juist aan de linker kant van het model.

De Regiovisie is gericht op innovatie en marktverbreding zodat het ook voor de doelgroepen in het linkerdeel van het model aantrekkelijk wordt naar deze regio te komen. Dan moet er wel nieuw onderscheidend aanbod worden toegevoegd aan het bestaande.

Ontwikkelingsperspectief Noordkust



Toelichting

De groene cirkel geeft de huidige situatie weer van alle verblijfsrecreatie, de gele cirkel geeft aan waar ruimte is voor nieuw aanbod.

Voor het hotel in Groote Keeten zien wij ruimte aan de linkerkant van het model : Avontuurzoekers, Stijlzoekers en Plezierzoekers.

Bedrijfsconcept hotel Groote Keeten

Bijzonder overnachten

De locatie aan de rand van het dorp en op korte afstand van de strandopgang leent zich bij uitstek voor *Avontuurzoekers*, *Stijlzoekers* en *Plezierzoekers*. Bijkomend voordeel is dat er in deze regio nog weinig aanbod is voor deze doelgroepen⁴ zodat als het ware een gat in de markt wordt gevuld met de realisering van het plan.

Belangrijk voor *Avontuurzoekers* is dat de logiesaccommodatie niet standaard is en de fantasie prikkelt. Deze mensen (vaak stellen) willen verder graag hun eigen gang gaan en daarbij kunnen kiezen uit een divers aanbod aan mogelijkheden maar het hoeft niet allemaal kant en klaar te zijn. Dus liever geen georganiseerd vermaak. En liever een aantrekkelijke buitenruimte dan een overdekt zwembad.

De *Stijlzoekers* zijn gedreven, actieve en sportieve mensen die houden van luxe en comfort. Kwaliteit is belangrijk. Liefst slapen ze dan ook in een mooi hotel met kwalitatief goede voorzieningen. Ze worden graag verwend en in de watten gelegd.

De *Plezierzoekers* komen vaak met anderen naar een vakantiebestemming en zoeken ook graag het gezelschap van mede-recreanten. Sportieve activiteiten en een goede voorzieningen scoren hoog. Horeca is belangrijk waarbij sfeer belangrijker is dan hoge culinaire kwaliteit.

⁴ Bron Verbinding cultuur, toerisme en recreatie in N-H Noord (Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd)



Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

Avontuurzoeker

Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de avontuurzoeker



De avontuurzoeker is

- ✓ Avontuurlijk
- ✓ Creatief
- ✓ Assertief
- ✓ Gericht op zelfontwikkeling
- ✓ Extravert
- ✓ Eigenwijs

- 11,2% van de Nederlanders is een avontuurzoeker.
- Avontuurzoekers zijn iets vaker vrouw (57%), en relatief vaak 50+ (57%) en alleenstaand (34%).
- Ze zijn relatief hoog opgeleid (65%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Op zoek naar avontuur, uitdaging, kennis, inspiratie, nieuwe ervaringen en nieuwe mensen, creatief bezig zijn en het lokale leven ervaren, iets unieks.
- Kiezen significant vaker voor vakanties met veel culturele activiteiten en kunst, stedentrip, natuur vakantie, rondtrekken en sportieve vakantie.
- Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Bijzondere, gekke of verrassende locatie.
- Mag eenvoudig en liefst kleinschalig: basic camping, hostel, (Air)BnB.
- Creatieve omgeving die inspiratie biedt.
- Plek waar ze zich kunnen ontwikkelen, zoals vrijwilligerswerk of yoga retraite.
- Aandacht voor sportieve en culturele mogelijkheden, liever geen standaard vermaak.
- Liever geen grote groepen, en het liefst gaan ze op pad met gelijkgestemden.



www.hihostels.com/hostels/reykjavik-city



Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Stijlzoeker

Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de stijlzoeker



Kenmerken van de ideale vakantie

- Vakantie is tijd die je optimaal moet besteden: sporten, feesten, jezelf uitdagen je laten verwennen, maar ook uitrusten.
- Ze houden van exclusiviteit, luxe en comfort.
- Ze willen tijdens de vakantie geprikkeld worden dus er mag veel te doen zijn.
- Houden van zon- en strandvakanties, stedentrip, luxe resort, rondtrekken en all-inclusive vakanties.



De stijlzoeker is

- ✓ Gedreven
- ✓ Doelgericht
- ✓ Ambitueus
- ✓ Zelfverzekerd
- ✓ Ondernemend
- ✓ Sportief

- 17,3% van de Nederlanders is een stijlzoeker.
- Relatief vaak mannen (65%).
- Evenwichtige spreiding qua leeftijd, de groep 18 t/m 29 jaar is iets groter dan gemiddeld.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Luxe en stijlvolle accommodatie, zoals luxe of boutique hotel, privé-accommodatie, of glamping.
- Goede faciliteiten en service (ook culinair).
- Kwaliteitskeurmerken en bekende, kwalitatief goede merken in het interieur.
- Gevoel van exclusiviteit / VIP-arrangement.
- De accommodatie of de omgeving mag prikkelend zijn, denk aan sportfaciliteiten, sauna en wellness, bijzonder uitzicht.





Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

Plezierzoeker

Uw accommodatie is vooral aantrekkelijk voor de plezierzoeker



De plezierzoeker is

- ✓ Spontaan
- ✓ Avontuurlijk
- ✓ Eigenwijs
- ✓ Vrolijk
- ✓ Impulsief
- ✓ Sociaal

- 18,8% van de Nederlanders is een plezierzoeker.
- Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (67%), en veel minder 50+ (14%).
- Veel gezinnen met kinderen (38%).

Kenmerken van de ideale vakantie

- Op zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn.
- Plezierzoekers kiezen vaak voor een zon-, zee- en strandvakantie, een feestvakantie of een avontuurlijke vakantie.
- Ze gaan graag met een groep en relatief vaak op vakantie: hoe meer, hoe beter.

Kenmerken van de ideale accommodatie

- Een plek waar er voor iedereen wat te doen is. Veel activiteiten, vermaak en voorzieningen, liefst op een bijzondere, verrassende omgeving.
- Plezierzoekers houden van verschillende type accommodaties: een camping, (luke) hotel, bungalowpark, hostel.
- Ze houden van eigentijdse, goede faciliteiten, luxe en gemak, lekker eten en drinken.
- U doet ze een plezier met een eigentijdse en bijzondere inrichting, liever geen eenheidsworst.



6. Locatie

Gebondenheid

De initiatiefnemer, Nes Projecten B.V., is eigenaar van grond en opstallen op de locatie Helmweg 10 in Groote Keeten. De locatie is gelegen aan de rand van de dorpsbebouwing (eerste bebouwing buiten de bebouwde kom), op korte afstand van de strandopgang (circa 1 km). Een goede locatie derhalve voor een op het strand georiënteerd hotelbedrijf. Het perceel van 3 ha. biedt voldoende ruimte voor parkeren op eigen terrein en een goede landschappelijke inpassing.

Het perceel bestaat in huidige situatie uit open akkerland en een agrarisch erf. Het agrarische erf heeft een opdeling in een groen en beplant voorerf en een open meer verhard en bebouwd achtererf. De bebouwing bestaat uit een kop-rompboerderij, een kleine stal en een naast gelegen grote stal. Achter de stallen is sprake van een forse strook verharding. De huiskavel ligt iets hoger dan het akkerland.

Geen reëel alternatief binnen BBG

Voor de realisering van een renderend hotel is een minimumomvang van 60 kamers nodig⁵. Daarbij voldoende buitenruimte voor parkeren, fietsenstalling, terras, tuin en landschappelijke inpassing. Recent is onderzoek gedaan naar alternatieve locaties voor het realiseren van het hotel⁶. De slotconclusie van dit onderzoek luidt dat er momenteel in de kustplaatsen van Schagen geen beschikbare c.q. geschikte locaties binnen Bestaand Stedelijk Gebied aanwezig zijn om het beoogde hotel te realiseren. De locatie specifieke eisen die nodig zijn om het beoogde hotelconcept te realiseren (60 kamers, ruimte, landelijkheid, rust) en opervlakte spelen hierbij een belangrijke rol.

Ruimtelijke inpassing

Voor de inpassing van de gewenste ontwikkeling is, in relatie tot het beleid en de kenmerken van het landschap, sloop van de bestaande bebouwing en voorzetting van de lintbebouwing aan de Helmweg met nieuwe bebouwing het best denkbaar.

Een hoog ambitieniveau voor de vormgeving van de gebouwen en de inrichting van het terrein is uitgangspunt. Een uitwerking waarbij de terreininrichting en de bebouwing een samenhangend geheel vormen is dan ook van groot belang. In de plannen neemt het oppervlak aan verharding (nu circa 1.500 m²) en bebouwing (circa 1.425 m²) niet toe.

In dit concept wordt de bestaande bebouwing gesloopt en wordt het lint aan de Helmweg voortgezet met een bijzonder gebouw. Dit gebouw gaat in maat en schaal een relatie aan met Brekers aan de Helmweg 6 en daarmee het lint. De inrichting van het terrein verzorgt de aanhechting met de weg en de bestaande bebouwing. Door natuurontwikkeling wordt de openheid van het gebied grotendeels in stand gehouden en wordt de bebouwing ingepast.

Naast het hotel ligt nu land dat thans in gebruik is voor agrarische functies. Het is noodzakelijk de agrarische functie te wijzigen in bestemming groen om de rust van de gasten te kunnen garanderen. Dit 'groen' zal een wijds nollenlandschap worden zoals je deze vaker in de regio ziet. Dit om het plan attractief te maken en meer uitstraling te geven.

⁵ Bron: HorecaDNA, feiten en cijfers (Bedrijfschap Horeca, 2015)

⁶ Alternatievenstudie Hotel Helmweg 10 Groote Keeten

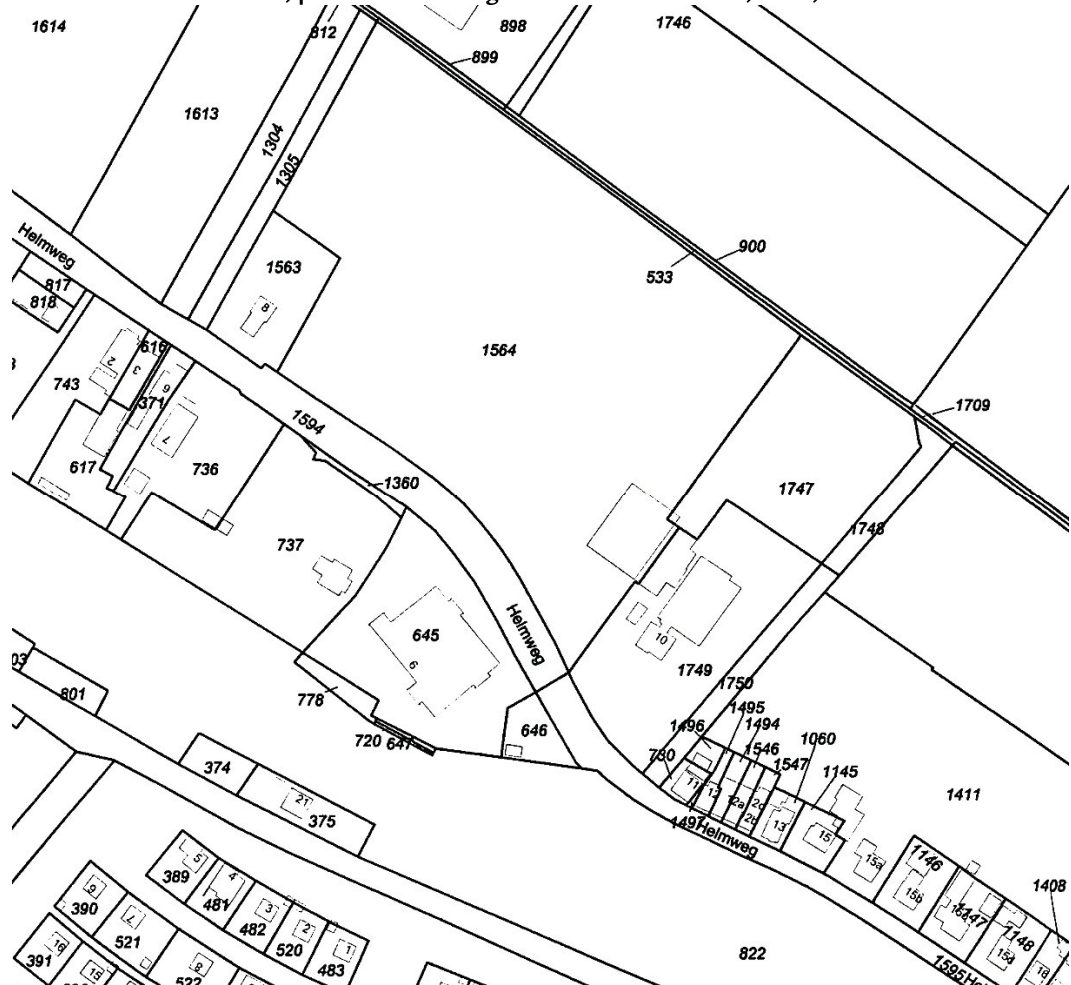


Bron: Beeld kwaliteitsplan, Herontwikkeling Helmweg 10, Erven Consulenten.nl, 23-08-2022

Conclusie

- De huidige locatie is zeer geschikt voor de realisering van een toeristenhotel (vlak bij strand) en de bebouwing sluit goed aan bij de dorpsbebouwing.
- Het plan is landschappelijk goed inpasbaar. De ruimtelijke kwaliteit neemt toe als gevolg van het bouwplan.
- De nieuwbouw komt op de plaats van bestaande agrarische bebouwing en heeft derhalve geen toename van de ter plaatse aanwezige bebouwing en verharding tot gevolg; slechts aard en functie van de bebouwing veranderen (vervangende nieuwbouw na sloop).
- Het plan voor een hotel van deze aard en noodzakelijke omvang kan door initiatiefnemer niet elders worden uitgevoerd.

Uittreksel kadastrale kaart, perceel Callantsoog sectie B nummers 1564, 1747, 1749



Bron : kadaster

7. Exploitatie

Vertrouwelijk

T.b.v. de gemeente Schagen is een exploitatieberekening opgesteld. Hierin blijkt dat de beoogde hotelontwikkeling op deze locatie bedrijfseconomisch haalbaar is.



8. Conclusie

Ten aanzien van de markt

- Hotelontwikkeling in Groote Keeten zorgt voor toegevoegde waarde logiesaanbod Schagen en Noord-Holland Noord. Het aantal hotelkamers is gering in deze regio en voldoet niet of nauwelijks aan de wensen van de hedendaagse doelgroep.
- Allereerst klinkt de roep om kwalitatief en onderscheidend aanbod op goede locaties. Het initiatief voor Helmweg 10 sluit heel goed aan op de Regiovisie voor de logiessector in Noord-Holland Noord mark regio Noordkust en het Ontwikkeld kader verblijfsrecreatie van de gemeente Schagen.
- Het plan mikt nadrukkelijk op nieuwe doelgroepen welke nu nog te weinig worden bediend in NHN. Daarmee zit het plan niet andere aanbieders in de weg maar voegt juist iets toe: nieuw aanbod voor nieuwe doelgroepen. Dit past perfect in het sectorbeleid van provincie en gemeenten ten aanzien van de Kop.
- Initiatiefnemer mikt op verbetering van de ruimtelijke kwaliteit door middel van een passende invulling. De bestaande verouderde agrarische bebouwing maakt plaats voor een authentiek hotel in een goede landschappelijke setting.
- De identiteit van Groote Keeten als badplaats wordt versterkt door toevoeging van een hotel van deze aard en omvang. De schaal past bij het gebied.
- Zowel in kwantitatieve als in kwalitatieve zin is er marktruimte aanwezig. Deze ruimte dient met name te worden gezocht in onderscheidend nieuw aanbod en niet in meer-van-het-zelfde. In termen van de *Leefstijlvinder* zal nieuw hotelaanbod zich bij voorkeur moeten richten op de doelgroepen *Avontuurzoekers*, *Stijlzoekers* en *Plezierzoekers*. Deze populatie past helemaal bij de beschreven ambities van de Regiovisie verblijfsrecreatie Noord-Holland Noord die door alle gemeenten in de Kop van Noord-Holland enthousiast is onderschreven.
- De conclusie uit ons eerdere rapport is nog onverminderd actueel: marktruimte voor een hotel op deze locatie is aangetoond.

Geen reëel alternatief binnen BBG

Voor de realisering van een renderend hotel is een minimumomvang van 60 kamers nodig⁷. Daarbij voldoende buitenruimte voor parkeren, fietsenstalling, terras, tuin en landschappelijke inpassing. Een verkenning naar alternatieve locaties binnen bestaand stedelijk gebied hebben geen bevredigend resultaat gehad. Juist op deze locatie is voldoende ruimte voor verbetering van de ruimtelijke kwaliteit en een hoge recreatieve belevingswaarde.

Ten aanzien van het ruimtelijk beleid

- De marktbehoefte aan nieuwe hotelaccommodatie voor kansrijke doelgroepen is aangetoond. Het initiatief vult een gat in de markt. De regio heeft een gebrek aan goede en voor toeristen aantrekkelijke hotels.
- Het plan komt op en in de plaats van een voormalig agrarisch bedrijf. De agrarische gebouwen worden gesloopt waarna nieuwbouw van het hotel volgt op dezelfde plaats. De functieverandering is in overeenstemming met het VAB-beleid van provincie en gemeente.
- Het plan draagt bij aan de verbetering van de ruimtelijke kwaliteit en het milieu. De huidige ruimtelijke kwaliteit is ronduit slecht (verouderde staat van de gebouwen). Intensieve landbouw maakt plaats voor recreatie.

Van der Reest Advies
Apeldoorn, 26 augustus 2022

⁷ Bron: HorecaDNA, feiten en cijfers

Bijlage 1 Leisure leefstijlen

Recreantenatlas

Verblijfsrecreanten kunnen op verschillende manieren worden ingedeeld. Naast de indeling gebaseerd op demografische (leeftijd, gezinssamenstelling) en sociaaleconomische gegevens (opleiding en inkomen) zijn ook indelingen mogelijk die meer uitgaan van het type recreant c.q. gebaseerd zijn op leefstijl.

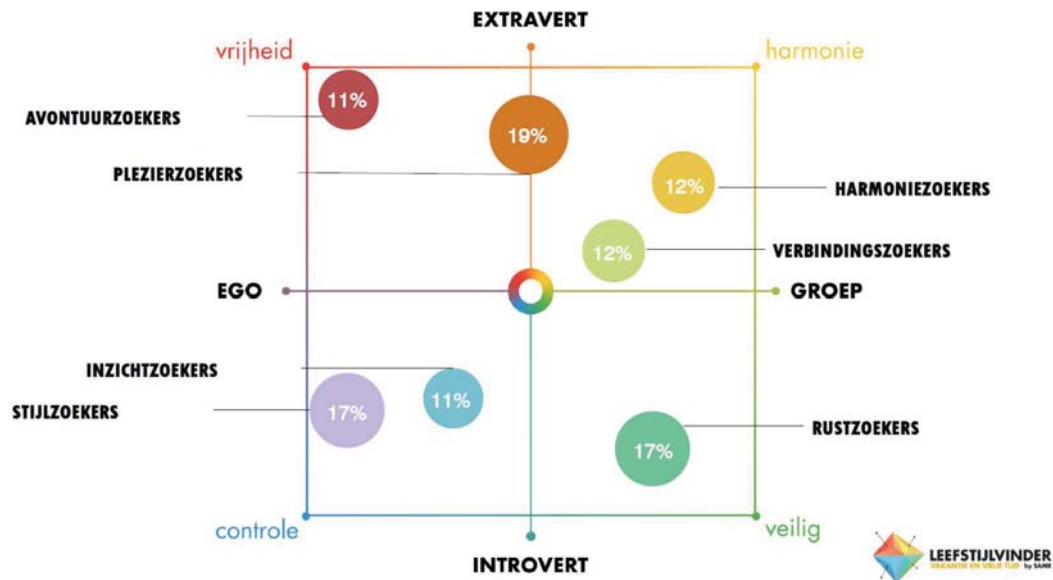
De laatste jaren wordt hier steeds meer de nadruk gelegd op *leefstijlkenmerken c.q. belevingswerelden* in plaats van op demografische en/of sociaaleconomische kenmerken als uitgangspunt voor doelgroepenbeleid. Met behulp van het *Brand Strategy Research (BSR)-model* van de *Smart Agent Company* is door RECRON een zogenaamde **Recreantenatlas** ontwikkeld. Deze kan helpen bij de oriëntatie op de meest kansrijke consumentendoelgroep(en). Hierbij worden de recreanten in **vier belevingswerelden** en van daaruit in **zeven leefstijlprofielen**. Dit model is in 2018 verfijnd en geactualiseerd door MarketResponse tot de *Leefstijlvinder*.

Belevingswerelden



Leefstijlvinder

In de volgende figuur zijn de belevingswerelden nader uitgewerkt in leefstijlprofielen, gerangschikt naar plaats in het totale spectrum en naar omvang. Voorts worden de kenmerken van de zeven doelgroepen kernachtig beschreven (bron: www.leefstijlvinder.nl).



Avontuurzoekers (11%)

Moderne kunst? Graag. Andere culturen? Interessant. Slapen op een vulkaan? Doen!

- Zijn avontuurlijk en creatief.
- Doen lekker hun eigen ding en zijn ruimdenkend.
- Zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling.
- Op zoek naar authentieke ervaringen.
- Trekken veel rond op vakantie.
- Zoeken naar bijzondere, gekke of verrassende locaties om te overnachten.



Plezierzoekers (19%)

Lang leve de lol!

- Plezier hebben; gekke dingen doen en vermaakt worden. Gezellig!
- Er op uit gaan met familie of een groep vrienden.
- Zon- en strandvakanties, feestvakantie, avontuurlijke vakantie.
- Camping, huisje, hotel is prima; als er voor iedereen maar wat te doen is.
- Vrolijk en uitbundig; extravert.



Harmoniezoekers (12%)

Hè, gezellig!

- Als het maar voor iedereen gezellig is
- Gaan graag met eigen gezin, familie of vrienden op vakantie.
- Park of camping met veel voorzieningen.
- Lekker ontspannen en rustig aan doen.
- Hartelijk, gemoedelijk, interesse voor anderen.
- Vrolijk maar niet uitbundig; primair op het eigen gezelschap gericht.



Verbindingszoekers (12%)

Gewoon, samen even lekker ontspannen

- Er zijn voor elkaar, je inzetten voor anderen, vrijwilligerswerk.
- Natuurbeleving, wandelen, fietsen.
- Museum en theaterbezoek is ook fijn.
- In vakantie niet gebonden aan één plek.
- Camping met goede faciliteiten, hotel van keten.
- Als ze tevreden zijn komen ze terug en delen hun waardering met anderen.



Rustzoekers (17%)

Dichtbij huis is genoeg moois te zien

- Letterlijk en figuurlijk dichtbij huis blijven. Eigen land is prima.
- In vertrouwde omgeving lekker je gang kunnen gaan; er verandert al zoveel op de wereld.
- Geen verrassingen, weten waar je aan toe bent. Vooraf reserveren geeft zekerheid.
- Terugkomen op de plek waar je al eens geweest bent en waar ze je kennen is fijn.
- Niet teveel drukte om je heen. Rust is belangrijk.



Inzichtzoekers (11%)

Kunst, cultuur en wandelingen houden je fit!

- Inspirerende en rustige activiteiten. Natuur en cultuur.
- Weer tijd voor interesses.
- Willen blijven meedoen met de tijd.
- Dingen willen (blijven) leren. Bewust omgaan met je vrije tijd.
- Musea en bezienswaardigheden.
- Iets ouder, klein gezelschap.
- Goede recensies achterna. Of bekende ketens. Mag best wat kosten.
- Lezers. Kwaliteitskranten. NPO.



Stijlzoekers (17%)

Work hard, play hard.

- Zelfverzekerd en doelgericht. Ambitieuus.
- Chic hotel, wellnesscentra, grote sportwedstrijden bezoeken.
- Actief, ook in de vakantie.
- Luxe & comfort, verwend worden, exclusiviteit.
- Ons soort mensen. Netwerken met gelijkgestemden.

