

Bungalowpark Binnentuin Rucphen

Conceptontwikkeling, toets regionale marktbehoefte en raming afzetkansen



Rapportage in opdracht van
MIRO BV

21 oktober 2016
Projectnummer 16.070



ZKA Consultants
Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
fax: 088-2100 210
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Doel- en vraagstelling	1
1.3.	Leeswijzer	1
2.	SCHETS UITGANGSPUNTEN	2
2.1.	Potenties locatie	2
2.2.	Beschrijving doelgroepen	3
3.	CONCEPTVORMING	5
3.1.	Leefstijlen als basis	5
3.2.	Uitgangspunten bungalows/verblijfseenheden	7
3.3.	Conclusies/samenvatting concept	8
4.	ACTUELE REGIONALE BEHOEFTE: MARKTKANSEN BUNGALOWMARKT	10
4.1.	Inleiding	10
4.2.	Regionale bungalowaanbod	11
4.3.	Haalbare bezettings- en omzetniveaus	13
4.4.	Trede 2 ladder voor duurzame verstedelijking	16
4.5.	Conclusies actuele regionale behoefte	16
5.	VISIE OP EN BELANGSTELLING BIJ MARKTPARTIJEN	18
5.1.	Inleiding	18
5.2.	Locatie en concept	18
5.3.	Markt en doelgroepen	18
5.4.	Belangstelling ontwikkeling en exploitatie	18
6.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	19
6.1.	Conclusies	19
6.2.	Aanbevelingen	19

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

Voor het 'Binnentuin-gebied' is een strategie ontwikkeld om van een dagbestemming tot een meerdaagse shortbreakbestemming te komen. Belangrijke uitgangspunten hierbij zijn dat er in de komende jaren extra attracties aan het gebied worden toegevoegd en het gebied meer als één gebied wordt ontwikkeld en georganiseerd. Tegelijkertijd moet hiervoor logies ontwikkeld worden, zodat mensen hier ook daadwerkelijk enkele dagen of week kunnen verblijven.

MIRO wil graag inzicht in de kansen voor een bungalowpark in het gebied dat men deels in eigendom, deels in optie heeft noordelijk van de Skidome en het Hippisch centrum. Een dergelijk park zal, evenals een beoogd hotel in het gebied (eventueel in samenhang, in ieder geval op elkaar afgestemd), een belangrijke impuls moeten geven aan het nieuwe, meerdaagse en bovenregionale bezoek in het gebied.

In deze rapportage heeft ZKA Consultants de potenties, marktkansen en randvoorwaarden waaronder deze verzilverd kunnen worden inzichtelijk gemaakt.

1.2. Doel- en vraagstelling

ZKA is gevraagd te adviseren bij de conceptvorming, inzicht in de regionale marktbehoefte (incl. ladder voor duurzame verstedelijking) en een eerste toets bij marktbetrokkenen. Achterliggend doel is om:

- Tot een onderscheidend concept te komen dat zich richt op kansrijke doelgroepen voor West-Brabant op deze locatie inclusief de belangrijkste kenmerken die huurders aan het concept stellen;
- De regionale marktverhoudingen en marktbehoefte in beeld te brengen in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking. E.e.a. moet uitmonden in een indicatieve raming van de huromzet door een prijs- en bezettingsbenchmark te ontwikkelen;
- In de markt een eerste toets te doen bij partijen die mogelijke belangstelling hebben om te investeren en onder welke voorwaarden de kansen verzilverd kunnen worden.

1.3. Leeswijzer

De rapportage is als volgt opgebouwd:

- Eerst worden de uitgangspunten geschetst voor het plan, waarbij ingegaan wordt op de kwaliteiten van de locatie en de potentiële doelgroepen die hier aangetrokken zouden kunnen worden (H2)
- Vervolgens wordt ingegaan op conceptontwikkeling, rekening houdend met de uitgangspunten voor de locatie, het beoogde eindbeeld voor de hele Binnentuin en de motieven van de verschillende doelgroepen in en rondom het gebied (H3);
- Daarna schetsen we een beeld van de regionale behoefte en de afzetkansen uitgedrukt in weken bezetting en realistische prijs- en omzetniveaus. Tevens gaan we in op trede 2 van de ladder (H4);
- Vervolgens gaan we globaal in op de visie op en belangstelling bij marktbetrokkenen/marktpartijen op de ontwikkeling en exploitatie van het park (H5);
- Afgesloten wordt met conclusies en aanbevelingen (H6).

2. SCHETS UITGANGSPUNTEN

2.1. Potenties locatie

Ligging, bereikbaarheid en zichtbaarheid

De locatie is gelegen in de gemeente Rucphen, tussen Roosendaal en Etten-Leur. Op microniveau is de locatie gelegen op korte afstand van de A58. In de komende jaren wordt de bereikbaarheid verder versterkt en wordt het Binnentuin-gebied via een nieuwe ringweg (ter hoogte van de huidige Bernhardstraat, noordelijk van de Binnentuin) direct aangesloten en ontsloten vanaf de A58. Hiermee zal de zichtbaarheid van het gebied naar verwachting ook verbeteren, waarbij uiteraard met name de Skidome een blikvanger zal zijn. Mogelijk dat de zichtbaarheid verder versterkt kan worden met een hoge billboard met info over het gebied. Belangrijk is dat het geluid van de nieuwe ringweg geminimaliseerd wordt.

Oppervlak, indeling en landschappelijke kwaliteiten

De totale oppervlakte van het hele Binnentuingebied bedraagt zo'n 40-50 ha. De beschikbare oppervlakte voor de bungalowparkontwikkeling bedraagt bruto bijna 15 ha (inclusief water van circa 2,5 ha en enkele stroken die bijv. vanwege stankcirkels niet benut kunnen worden). Netto resteert ruim 10 ha voor de ontwikkeling van de bungalows. Vanuit de beoogde locatie is er een open zicht op de grote skitoren(s) van Skidome, hetgeen visueel verstorend werkt op de belevingswereld van de verblijfs gast. De indeling van het bungalowpark evenals het aantal en type woningen ligt nog niet vast. De uitkomsten van deze studie dienen hiervoor als belangrijke input.

Kwaliteiten en imago gebied, toeristische aantrekkingskracht

Het gebied is te kenschetsen als een vrijetijdsgebied met veel mogelijkheden voor sport en adventure, zeker met de beoogde toevoegingen in de komende jaren. Tot op heden heeft alleen de Skidome een bovenregionale uitstraling. Noch het Binnentuingebied, noch de gemeente Rucphen kunnen als een toeristische (A1-)locatie/vakantiegebied worden gekenschetst. Dat geldt in feite voor een heel groot deel van Brabant. De kwaliteiten zijn vooral gelegen in de bestaande en nieuw te ontwikkelen attracties/voorzieningen in het plangebied zelf én attracties, steden en natuurgebieden binnen ruim een half uur autoreistijd (uitvalsbasis voor uitstapjes in een bredere regio met Breda, Antwerpen, Rosada, de bos- en natuurgebieden Oude Buisse Heide, Rucphense Bossen, Kalmthoutse Heide en Biesbosch en Efteling).

Relatie directe omgeving incl. andere functies in het plangebied

De bungalowparklocatie ligt op zeer korte loopafstand van alle andere (nieuwe) onderdelen van het plangebied. Op dit moment maakt het hele gebied een nog sterk versnipperde indruk met elke accommodatie zijn eigen entree en hek eromheen. Belangrijk is dat het plangebied in de toekomst meer samenhangend doorontwikkeld wordt, een parkachtige uitstraling krijgt met meer groen en dat er geen barrières meer zijn. Hier is een belangrijke taak voor de gemeente weg gelegd, uiteraard in nauwe samenspraak met de ondernemers/verenigingen in het gebied. Belangrijk hierbij is dat het gebied zich organisatorisch veel meer als eenheid gaat ontwikkelen waarbij niet alleen back office (in beheer, parkeren/logistiek en veiligheid, toezicht) meer samen opgetrokken wordt, maar ook front office (in marketing, promotie en arrangementontwikkeling) meer als één aanbieder naar buiten getreden gaat worden.

2.2. Beschrijving doelgroepen

Voor het beschrijven van de potentiële doelgroepen voor het bungalowpark hebben we gekozen voor twee aanvullende insteken:

- Doelgroepen ingedeeld naar type activiteit/reden van bezoek;
- Doelgroepen ingedeeld naar leefstijlen, waarbij onderliggende motieven, drijfveren en behoeften centraal staan.

Doelgroepen naar type activiteiten/reden van bezoek

Vanuit de locatie-/omgevingskwaliteiten kunnen twee type verblijfgasten/bungalowparkbezoekers worden onderscheiden:

- Primair zullen er groepen komen die zich aangetrokken voelen door het brede en bijzondere pakket aan voorzieningen/attracties, waarbij Skidome (skiën, snowboarden, icekanten, glowgolf etc) en Wielerwereld (BMX baan en asfaltparcours, wielerved, experience en aansluiting op routes) de grote trekkers zijn/moeten gaan worden, aangevuld met een extra overdekte attractie en de vele sportvoorzieningen in het gebied (zwembad, sporthal, hippisch centrum, schietcentrum, atletiekbaan en veel veldsportaccommodaties);
- Secundair zal het park ook doelgroepen aantrekken die het park als aantrekkelijke uitvalsbasis zien voor uitstapjes in de directe omgeving (Rosada, vliegveld Seppe of steden als Breda, Bergen op Zoom) of binnen ruim een half uur reistijd bijv. Efteling en de Nationale Parken De Biesbosch en Loonse en Drunense duinen.

De Binnentuin in zijn eindfase kan in die zin vergeleken worden met andere parken/recreatiegebieden, waar de bezoeker niet primair naar toe komt vanwege de hoge toeristische omgevingskwaliteiten (zoals Kust, Veluwe of Limburgs Heuvelland) maar vooral vanwege de concentratie van bijzondere voorzieningen/attracties in combinatie met het verblijf. Hierbij kunnen als voorbeelden genoemd worden:

- Het gebied Westerhoven onder Valkenswaard waar Park Kempervennen (Centerparcs) ligt. Evenals Rucphen gaat het hier om een kleine gemeente tegen de Belgische grens aan en nabij een bosrijke omgeving. Ook hier zijn veel voorzieningen (skibaan, waterski, outdoor en klimpark, Aquamundo zwemparadijs etc.). Het park is echter op twee punten minder goed vergelijkbaar: het is veel groter waardoor het park zelf mede motor is voor het bezoek aan de attracties én bovendien bevindt een deel van de voorzieningen/attracties zich hier op het park zelf;
- Sevenum, waar park De Schatberg (verhuur door Landal) ligt op de grens van Limburg en Brabant. Het gaat ook hier om een plattelandsgemeente, maar wel met veel meer recreatie en toerisme. Op het park bevinden zich een golfbaan, waterski, outdoor/klimbos etc. en op loop-/fietsafstand ligt o.a. Toverland, het grootste overdekte attractiepark van Nederland;
- Spaarnwoude (met Droompark Buitenhuizen), een zeer groot recreatiegebied tussen Haarlem en Amsterdam. Hier bevinden zich veel recreatiemogelijkheden variërend van een grote golfbaan (36 holes), een indoor skibaan, manege, klim- en outdoorcentrum, groot evenemententerrein etc. Op korte reisafstand bevinden zich onder meer de kust van Noord-Holland, Amsterdam, Haarlem, Zaanse Schans etc. Het verschil met deze locatie is ook tweeledig: het verblijfspark vormt niet één geheel met het recreatiegebied en bovendien is de regio minder vergelijkbaar (gelegen in de noordvleugel van de Randstad in een recreatiegebied dat sterk gericht is op de stedelijke bevolking en niet zozeer op toeristen).

Een ander voorbeeld van een concentratie van bijzondere attracties/voorzieningen is Landgraaf waar SnowWorld, OutdoorPark, Pinkpop evenemententerrein, Mondo Verder e.d. zijn gelegen. Dit zijn krachtige trekkers, die ieder voor zich vele bezoekers trekken en vormen de basis voor aanvullende verblijfsaccommodatie. Dit heeft geleid tot een hotel bij SnowWorld en plannen voor meer aanvullend verblijf in het gebied.

De bovengenoemde parken zijn ook meegenomen als referentieparken bij de marktanalyse en raming van de opbrengsten per bungalowtype in het volgende hoofdstuk.

Doelgroepen naar leefstijlen

Een tweede insteek om de doelgroepen in te delen is gebaseerd op het BSR model van Smartagent/ SAMR en RECRON. Dit model verklaart het recreatiegedrag vanuit motieven, behoeften en drijfveren vanuit een tweetal dimensies: de *sociologische* en de *psychologisch dimensie*:

- De sociologische dimensie (horizontale as) geeft aan in welke mate men op zichzelf (individu of ego) of op zijn/haar omgeving (groep) is gericht. Mensen aan de egokant zijn meer individualistisch en stellen hun eigen doelen en ambities centraal. Mensen aan de groeps kant passen zich sneller aan bij de mensen in hun sociale omgeving en stellen de doelen die de groep wil bereiken centraal;
- Met de psychologische dimensie (de verticale as) wordt onderscheid gemaakt tussen een meer extraverte of open houding naar de samenleving en een meer introverte of gesloten houding naar de samenleving.

Op deze wijze ontstaan vier kwadranten, die we in BSR termen de belevingswerelden noemen. Aan de vier belevingswerelden zijn vier kleuren gekoppeld:

- Rode belevingswereld (vitaliteit)
- Gele belevingswereld (harmonie)
- Groene belevingswereld (zekerheid)
- Blauwe belevingswereld (controle)

Deze zijn later verder verfijnd en verder uitgewerkt en uitgesplitst naar zeven belevingswerelden. Zie onderstaand schema. De vraag is welke kleuren hier interessant zijn gezien de locatie, omgeving en (potentiële) doelgroepen? De belangrijkste leefwerelden binnen dit project worden in hoofdstuk 3 verder uitgewerkt en vormen de aanzet voor de ontwikkeling van het concept.



3. CONCEPTVORMING

3.1. Leefstijlen als basis

Vanuit het sterke accent op de voorzieningen/activiteiten in het plangebied en het type doelgroepen dat hierin (potentieel) geïnteresseerd is, vormen de volgende 3 leefstijlkleuren voor ons de basis voor het bungalowparkconcept:

- **De uitbundig gele leefstijl:** recreanten in deze beleavingswereld zijn levensgenieters die graag samen met anderen actief en sportief recreëren. Recreatie is voor deze groep genieten, uitgaan en lekker eten. Actief, sportief, gezellig en verrassend zijn de kernwoorden bij de vormen van recreatie die zij kiezen. Contact met anderen – familie, vrienden of kennissen – is belangrijk. Deze 'kleur' gaat regelmatig met een grotere groep dan alleen het eigen gezin op pad. Ze zijn energiek en enthousiast en letten er bij het uitkiezen van een activiteit op dat iedereen het naar zijn zin kan hebben. Deze recreanten beschikken vaak over iets meer budget dan gemiddeld. Het is landelijk gezien de grootste doelgroep (27,4% van de bevolking). We zien deze leefstijl gezien het type aanbod als zeer kansrijk. Belangrijk voor deze doelgroep is dat er, zeker bij families, voldoende aanbod is waar iedereen aan mee kan doen bijv. glowgolf, bowling en het maken van fietstochten. Voor de verblijfsaccommodatie zelf is het belangrijk dat deze voldoende groot is en een gezamenlijke ruimte, een soort 'huiskamer', heeft zodat de groep bij elkaar gehouden wordt, maar tegelijkertijd wel privacy en comfort biedt voor de afzonderlijke leden van/gezinnen binnen de groep door voldoende slaapkamers, eigen sanitair e.d.;



- **De sportief en avontuurlijke paarse leefstijl:** deze heeft sterkt de behoefte aan actief bezig zijn en de uitdaging opzoeken, deze is sportief en avontuurlijk. Deze leefstijl vormt maar een klein deel van de bevolking (ruim 7%), maar zou hier meer dan gemiddeld aangetrokken kunnen worden. Deze locatie biedt daar nu al de nodige aanzetten voor zoals het skiën, snowboarden en ice karten, maar dit zou nog verder uitgebouwd en ingevuld moeten worden, in ieder geval de 'Wielerwereld'-onderdelen (vooral BMX) maar daarnaast wellicht ook nog een outdoor of adventure park. Ook kan gedacht worden aan een duikspot in de waterplas op het terrein en of andere watergebonden activiteiten. Voor deze doelgroep zou ook in de omgeving aanbod als indoor skydiven (Roosendaal) of vliegen (Seppe/Breda Airport) nog kunnen worden toegevoegd aan het pakket. De doelgroep stelt ook een bijzondere en verrassende verblijfsaccommodatie op prijs die anders is dan de standaard

(niet persé luxere). Qua invulling kan gedacht worden een robuuste blokhutten of een kunstzinnige invulling/vorm van het verblijf. Deze doelgroep is een niche die eerder in kleinere groepjes komt van 4-6 personen en met een sterk op één of beperkt aantal activiteiten gericht.



- **De blauwe, stijlvolle en luxe leefstijl:** recreanten uit de blauwe belevingswereld zijn zelfverzekerd en leiden een druk en dynamisch leven. Daarom vinden ze dat ze in hun vrije tijd luxe en stijlvol ontspannen verdienen. Ze zijn zakelijk en intelligent. Ze houden van stijl en klasse en zijn gericht op de exclusievere recreatievormen zoals wellness en activiteiten met VIP arrangementen. Recreëren betekent voor hen ontspannen en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Dit doen zij door actief te sporten maar ook door aandacht te besteden aan het 'social network'. In hun vrije tijd zoeken zij graag "ons soort mensen". Binnen deze leefstijl kan gedacht worden aan gezinnen met kinderen die enkele dagen verblijven om zich voor te bereiden op de wintersport, maar ook vriendengroepen van (oudere) recreatieve wielrenners die hier enkele dagen verblijven om te fietsen, zich te oriënteren op een nieuwe fiets en aanvullend ook goed willen eten en drinken. Voor deze doelgroepen mag het allemaal wat meer kosten, maar dan moet de kwaliteit ook goed zijn. Dit kan door extra hotelservices, duurder type woningen ('De luxe variant') en arrangementen in omgeving als extra (stappen/uit eten in Breda, bezoek FOC, tocht met luchtballon ed.).



Op de volgende pagina is in het leefstijlenmodel weergegeven in welk deel van het spectrum deze drie doelgroepen zicht bevinden: het accent ligt hier op geel maar met daarnaast paars en blauw als interessante nichemarken.



3.2. Uitgangspunten bungalows/verblijfseenheden

Als belangrijke leidraad voor alle drie de leefstijlen zien we dat het in dit specifieke geval voor de Binnentuin voor een groot deel om grotere groepen gaat (> 6 personen, oplopend naar 12 of soms wel 20 personen of meer). Dit is in de praktijk een sterk opkomende markt: deze komen in allerlei vormen voor. We denken hierbij aan familieweekenden, reünies, vrijgezellenfeesten, vriendenweekends,

groepen wiel- en wintersportfanaten etcetera. Deze willen de mogelijkheid krijgen om op een geschikte locatie met de groep te verblijven en samen dingen te ondernemen. Per doelgroep en leefstijl is de invulling weer anders: dit vraagt meerdere type aanbod, zowel in omvang/capaciteit per bungalow als in de uitwerking qua sfeer, ambiance en ondersteunende voorzieningen en services op het park en in de omgeving. Dit vraagt om een type verblijfsaanbod dat sterk onderscheidend is ten opzichte van de standaard bungalowparken op veel andere plekken. Tegelijkertijd moet het park ook in kunnen spelen op vakanties van gezinnen/families omdat die nog steeds sterk dominant zijn in de bungalowmarkt.

Belangrijke uitgangspunten hierbij zijn:

- **Relatief veel grote eenheden** van 6 personen tot circa 20 personen. Daarnaast zou overwogen kunnen worden om voor stellen/kleinere groepen evt. ook (hotel-)appartementen voor 2-4 personen te ontwikkelen, mede afhankelijk van de vraag of er ook nog een apart hotel komt elders in de Binnentuin of dat dit uiteindelijk geïntegreerd gaat worden op deze locatie;
- **Flexibel in te delen** qua omvang (op te splitsen in kleinere eenheden), in tijd (flexibele aankomst- en vertrektijden) en in gebruik (bijv. ruimtes die als kamer of als vergaderplek gebruikt kunnen worden voor bijv. zakelijke doelgroepen). Hierin past ook een bouw- en goothoogte die flexibeler is; dit geldt met name voor de grotere type bungalows met veel slaapkamers (minimaal 8-9 m hoog) en de eventuele ontwikkeling van hotelappartementen/-kamers in meerdere lagen (indicatie 5-6 lagen ofwel 15-20 m). Ook zou hier enige ruimte moeten zijn om te komen tot afwijkende typen woningen qua vorm bijv. boomwoningen of woningen die zich deels onder maaiveld bevinden;
- **Sfeer en ambiance passend bij het motief en/of de activiteiten** van de doelgroepen en die ertoe bijdraagt dat de groepsband en beleving versterkt worden. Denk hierbij aan een gezamenlijke huiskamer/feestruimte/vergaderplek, aan clusters van bungalows met een bepaalde thematiek bijv. gezellige chalets voor de 'gele' wintersportgroepen, robuuste blokhutten voor de avontuurlijke 'paarse' sporters en luxe, moderne bungalows met eigen sauna/hot tub en thuisbioscoopje voor de 'blauwe' doelgroep. Deze sfeer/ambiance zou ook elders in het park doorgetrokken moeten worden. Overwogen zou moeten worden om ook op het terrein zelf aanvullende dagattracties te ontwikkelen, deels als extra trekkers voor het park, deels ook te bezoeken door externe bezoekers, denk bijv. aan een klimbos/outdoorvoorziening of een duikcentrum;
- **Commercieel-organisatorische verbinding verblijf en activiteiten.** Dit is erg belangrijk omdat het belangrijkste motief om straks te overnachten in het gebied de aanwezigheid en beschikbaarheid van alle genoemde voorzieningen is. Dit betekent dat die dan op dat moment ook inmiddels gerealiseerd moeten zijn en ook zoveel mogelijk tegelijk met de verblijfsaccommodatie te boeken moeten zijn;
- **Hotelservices om groepen te ontzorgen.** We zien een tendens dat groepen, als ze er eenmaal zijn, graag zien dat alles geregeld en verzorgd is, zodat men optimaal kan genieten en beleven.

3.3. Conclusies/samenvatting concept

- De locatie is geen toeristische A-locatie, dus het concept is iets minder geschikt voor de vakantiemarkt en/of bungalows voor eigen gebruik. Het zal primair gaan om huurders die komen voor het voorzieningen-/activiteitenpakket en in tweede instantie ook voor de directe omgevingskwaliteiten en op circa een half uur afstand;
- Belangrijkste doelgroepen:
 - Primair shortbreaks die zich richten op actief, avontuurlijk, dynamisch, sportief bezig zijn afgeleid van voorzieningen in het gebied (deels al aanwezig, deels gepland); realisering van die voorzieningen is dus wel een absolute must en moet zo mogelijk in het park zelf nog versterkt worden. Deze groepen kunnen zowel informele groepen zijn (vriendenclubjes, vrijgezellenfeesten, studenten e.d.) alsook verenigingen die hier naar toe komen voor een trainingskamp, stage e.d. Ook meerdaagse cursussen/workshops met open inschrijving passen hierin;

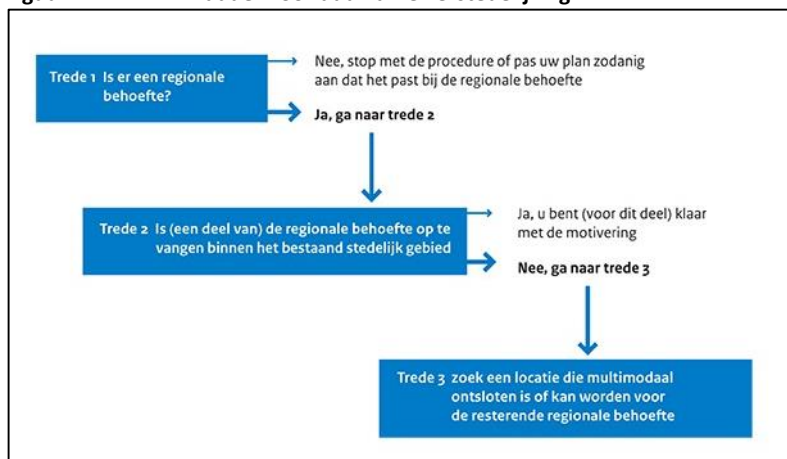
- Secundair groepsuitstapjes van informele groepen variërend van een familie tot vriendengroepen met meerdere gezinnen, oud studentengroepen met gezin etc. Deze komen vooral om als groep gezellig samen dingen te doen. Deels kan dat in de voorzieningen in het gebied, deels door uitstapjes 30-40 min naar Efteling, bossen rondom, etc. Het park moet die groepssfeer goed faciliteren en versterken in woningen, parkachtige omgeving creëren met vrijetijdsgevoel (nu nog slecht overall) etcetera
- Sterk richten op de groepsmarkt: kleinere en grotere groepen vanaf 6 tot 20 personen die enkele nachten blijven (2-3 nachten, incidenteel meer, op wisselende tijdstippen);
- Type woningen: creëren van eigen sfeer/ambiance per groep en zo mogelijk type bezoekers/gebruikers van voorzieningen;
 - ✓ groepswoningen met capaciteiten tot circa 20 personen maar wel eigen sanitair, meerdere slaapkamers, gezamenlijke 'huiskamer/ontmoetingsruimte;
 - ✓ aantal 'gewone' eenheden met kleinere capaciteit maar geclusterd;
 - ✓ combi hotelkamers/-appartementen en in ieder geval hotelservices;
- Niveau/kwaliteit: goede kwaliteit, waarbij vooral basisniveau en services belangrijk zijn evenals de beleving. Het moet goed zijn maar hoeft geen topkwaliteit te zijn, moet betaalbaar blijven omdat feitelijk het motief de activiteiten in gebied zijn die al relatief duur zijn (kan worden bereikt door bijv. grote huizen aan te bieden die wel wat kosten maar die per persoon toch redelijk betaalbaar blijven, bij 2-3 nachten en € 100 p.p. is dit € 35-50 p.p.p.n.);
- Voorzieningen op park: water benutten voor sfeer/ambiance (beachclub met terrassen, strandje, beachvolley), gethematiseerde adventure op park (klimbos, duikspot etc. ?), kinderroutes et cetera;
- Eisen omgeving: meer groen/parkachtige sfeer, directe aansluiting op routes buiten het park, logische structuur voor ontsluiting/parkeren en logistiek en tegelijkertijd belevingsroute door het park met mogelijkheden voor kijkplezier/beleving van sporten in het gebied (skiën, BMX, etc.), zodat het hele Binnentuin gebied als één samenhangend gebied beleefd kan worden met vele vormen van verblijf, vermaak en horeca.

4. ACTUELE REGIONALE BEHOEFTE: MARKTKANSEN BUNGALOWMARKT

4.1. Inleiding

De beoogde bungalowparkontwikkeling betreft een nieuwe stedelijke ontwikkeling waarvoor een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is. Gelet op artikel 3.1.6. van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) dient de 'ladder voor duurzame verstedelijking' (Ministerie van Infrastructuur en Milieu) te worden doorlopen.

Figuur 2.1. Ladder voor duurzame verstedelijking



Wettelijk kader 'ladder voor duurzame verstedelijking'

De ladder voor duurzame verstedelijking is verankerd in het Bro. Om dit mogelijk te maken is het Bro met ingang van 1 oktober 2012 gewijzigd en wel de artikelen 1.1.1. en 3.1.6.

Artikel 1.1.1. definieert relevante begrippen. Daaraan is in het eerste lid een omschrijving toegevoegd van:

- **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;
- **Stedelijke ontwikkeling:** ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.

Artikel 3.1.6. is uitgebreid met twee leden die de werking van de ladder uitleggen. De tekst van de leden 2, 3 en 4 luidt:

- Lid 2: De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, voldoet aan de volgende voorwaarden:
 - a. er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een **actuele regionale behoefte**;
 - b. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het **bestaand stedelijk gebied** van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins, en;
 - c. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.
- Lid 3: Het tweede lid is van overeenkomstige toepassing op een provinciale verordening die een locatie voor stedelijke ontwikkeling aanwijst;
- Lid 4: Een onderzoek naar de actuele regionale behoefte als bedoeld in het tweede lid, heeft, in het geval dat het bestemmingsplan, bedoeld in het tweede lid, ziet op de vestiging van een dienst als bedoeld in artikel 1 van de Dienstenwet en dit onderzoek betrekking heeft op de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van die vestiging, slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.

In dit hoofdstuk zijn trede 1 en 2 van de ladder voor duurzame verstedelijking beoordeeld. In de eerste trede wordt de regionale markt onderzocht. Aangezien bungalowparken geen voorzieningen voor de inwoners van een gebied zijn, maar voor toeristen/leisure gasten van verder weg, is het verzorgingsgebied en daarmee de relevante regio nauwelijks af te bakenen. De meeste gasten voor een bungalowpark in Rucphen zijn Nederlanders van (ver) buiten de regio die in het gebied enkele nachten tot een week willen overnachten. Een klein deel van de gasten zal uit het buitenland, met name Vlaanderen, komen gezien de ligging in het grensgebied. Dit geldt zeker als men er in slaagt het thema wielrennen verder uit te bouwen, gezien de populariteit van deze sport in deze grensstreek waar veel (oud-)wielrenners wonen.

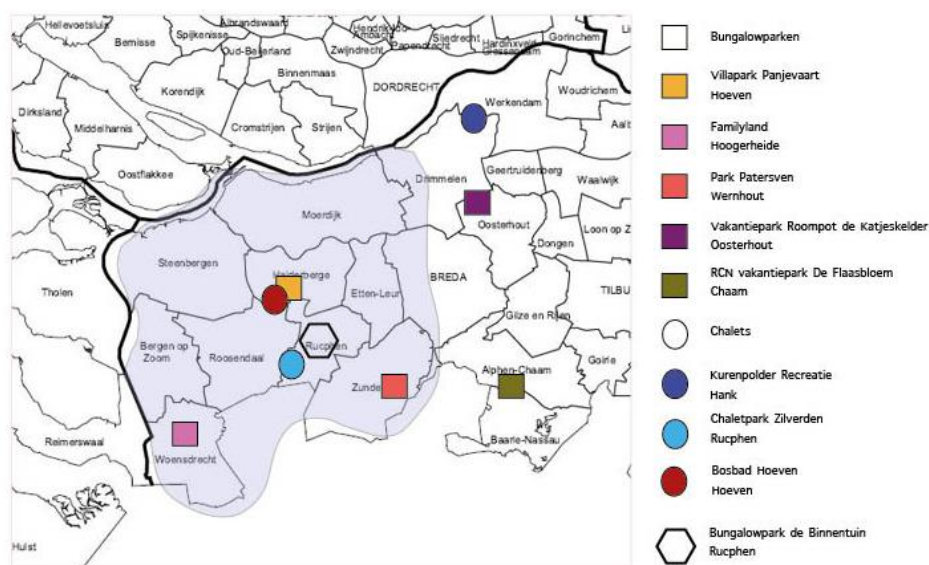
De regionale behoefte kan dus niet op eenzelfde wijze bepaald worden zoals bijvoorbeeld voor detailhandel of bedrijventerreinen. De marktruimte is immers niet te berekenen op grond van het aantal inwoners, de vraag per inwoner, de verwachte groei van het inwonertal, etc. Daarom zal in dit hoofdstuk de regionale behoefte vooral worden getoetst door de marktverhoudingen van het huidige aanbod in de regio te analyseren en te beoordelen in welke mate het park op de beoogde locatie in Binnentuin Rucphen onderscheidend is en inspeelt op en aansluit bij de vraag van in het gebied en de directe omgeving gevestigde en/of actieve partijen, alsmede bij het geplande dagrecreatieve aanbod in het omliggende gebied.

Om inzicht te krijgen in de regionale behoefte is eerst de regionale bungalowmarkt geanalyseerd (4.2.) Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen het huidige aanbod en de plannen voor uitbreiding van het bestaande aanbod en voor nieuwe parken. Vervolgens wordt ingegaan op de regionale marktverhoudingen (4.3.). Daarna wordt de marktruimte en de actuele regionale behoefte beoordeeld. In 4.4. wordt kort ingegaan op de trede 2 van de ladder. Afgesloten wordt met conclusies (4.5).

4.2. Regionale bungalowaanbod

Bestaande aanbod

De relevante regio is afgebakend tot een autoreistijd van maximaal 30 minuten. Binnen dit gebied liggen de gemeenten Bergen op Zoom, Breda, Etten-Leur, Halderberge, Moerdijk, Roosendaal, Steenbergen, Woensdrecht, Zundert en natuurlijk Rucphen zelf. De gebiedsafbakening en het huidige aanbod hierbinnen is weergegeven op onderstaande kaart en in de navolgende tabel:



Bungalowpark Plangebied	Gemeente naam/kern	Aantal bungalows	Kwaliteitsniveau	Voorzieningen
Villapark Panjevaart	Halderberge, Hoeven	<u>176 bungalows</u> Voor 4 of 6 personen (en aantal 8 en 14)	Modern, steen	Tv, Wifi, sauna, kindvriendelijk, wellness ruimte
Familyland	Woensdrecht, Hoogerheide	<u>151 bungalows</u> 121 voor 6 pers 30 voor 8 pers	Keuze uit eenvoudig hout, en modern/luxe steen	Keuze uit eenvoud, of luxe met verdiepingen en comfort
Patersven	Zundert, Wernhout	480 eenheden (deels bungalows, deels chalets)	Overgrote deel vaste bewoning, nagenoeg geen toeristische functie	n.v.t.
Totaal		322 bungalows (excl. Patersven)		
Bungalowparken net buiten plangebied				
Katjeskelder	Oosterhout	<u>359 bungalows</u> Tot 22 personen, vele varianten	Relatief luxe en kwaliteit, veel mogelijkheden	Keuze uit meer luxe bijv. vloerverwarming
Flaasbloem	Alphen-Chaam Chaaam	<u>154 bungalows</u> 4, 6 of 8 personen	Steen, verouderd	Basis voorzieningen
Totaal		513 bungalows		

Naast de bungalowparken kent het plangebied en de randen er van ook enkele chaletparken, waaronder de volgende:

- Chaletpark Zilverden bevindt zich in Rucphen. Dit park verkoopt de chalets en maakt ze op maat. Het park heeft alleen basisvoorzieningen;
- Kurenpolder Recreatie in Werkendam is een groot park waar onder andere chalets verhuurd worden. Het heeft 30 chalets voor 5 personen;
- Bosbad Hoeven is een park dat zich bevindt in Halderberge. Er zijn 25 chalets voor 6 personen met een gemiddelde kwalitatieve uitstraling.

Geplande aanbod

Daarnaast is geïnventariseerd of er plannen zijn voor een substantiële uitbreiding van het aanbod aan bungalows, hetzij door de komst van nieuwe parken, hetzij door uitbreiding van bestaande parken.

Het meest concrete plan betreft recreatiepark 'Buitenplaats' met 105 recreatiewoningen (en daarnaast 95 chalets en 40 overige gebouwen in de vorm van trekkershutten) op de plek van camping Heidepol in de gemeente bergen op Zoom. Het is nog niet bekend of de plannen definitief doorgang vinden i.v.m. bezwaren van omwonenden.

Door de plannen die er waren voor Dintelpark in Dinteloord is dit voorjaar (mei 2016) een streep gezet. Deze vinden uiteindelijk geen doorgang.

Net buiten het plangebied ligt een plan voor 80 bosvilla's, hotelachtige accommodaties bij de golfbaan Bergvliet in Oosterhout. Onbekend is hoe 'hard' deze plannen zijn.

Conclusies

Het aanbod in de hele regio is met bijna 325 eenheden voor toeristisch gebruik erg bescheiden van omvang. Het aanbod is bovendien relatief oud en van een gemiddeld niveau. Het aanbod van bungalows met een wat grotere capaciteit en een behoorlijk kwaliteitsniveau zoals in hoofdstuk 3 uitgewerkt voor de locatie Binnentuin ontbreekt nagenoeg in de regio West-Brabant.

In feite geldt dit op hoofdlijnen ook voor het aanbod net buiten het plangebied. Ook de planvoorraad is bescheiden van omvang, nog onzeker of deze ook daadwerkelijk doorgang vindt en voor het grootste deel gericht op andere doelgroepen. Kortom, de voorgestelde kwaliteit, type en capaciteit van de bungalows en de samenhang met het geschetste voorzieningenpakket is bijzonder en onderscheidend voor de regio en voegt daarmee ook echt wat toe aan het verblijfsaanbod in dit gebied. Tegelijkertijd moet hierbij wel aangetekend worden dat dit ook noodzakelijk is omdat de regio geen toeristische A-locatie is hetgeen dan middels andere kwaliteiten gecompenseerd moet worden.

4.3. Haalbare bezettings- en omzetniveaus

Raming gemiddelde bungalowbezetting

Hierbij starten we met het schetsen van een beeld van de ontwikkeling in de recreatiewoningenmarkt, toegespitst op (West-) Brabant. Afsluitend in deze stap verrichten we een prijs- en bezettingsbenchmark. Daarbij rekenen we in 'gemiddelde orderwaardes' van de benchmark-parken. Dit zijn de gerealiseerde omzetten per boeking van parken waarmee het bungalowpark Binnentuin qua positionering (locatie, prijs- en kwaliteit) redelijk tot goed overeenkomt evt. vergelijkbaar gemaakt door toepassing van een bepaalde opslag of korting.

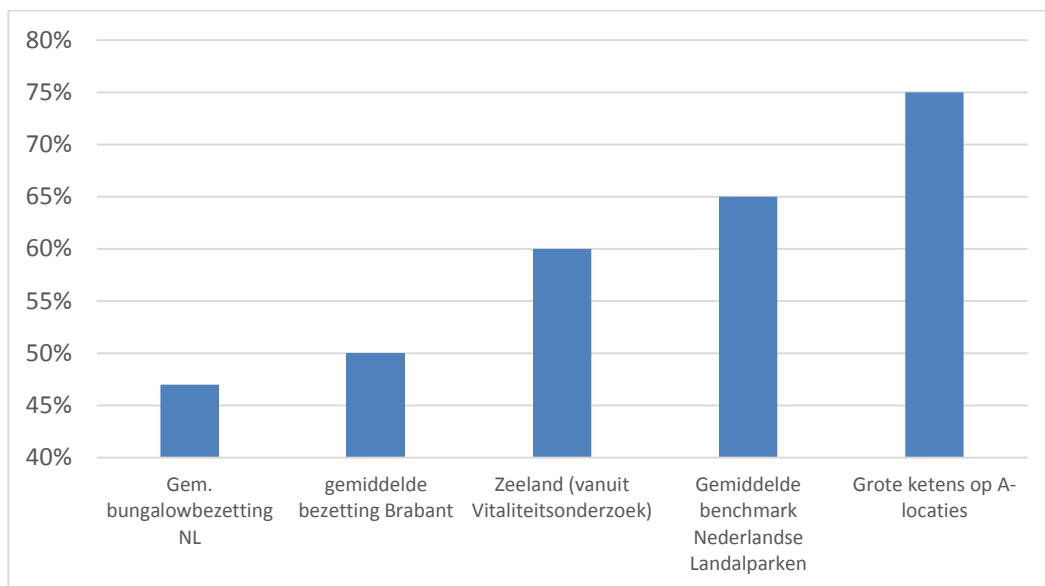
Tijdens de benchmark hebben we ook gekeken naar omvang, voorzieningenniveau, kwaliteitsuitstraling en type doelgroepen. Resultaat is een beeld van haalbare aantal weken bezetting en realistische huuromzetten. De afzetkansen (bezetting en huuromzet) bieden, samen met de regionale marktanalyse¹, input voor de trede 1 van de ladder voor duurzame verstedelijking (regionale behoefte).

Er zijn geen openbare databanken met gegevens over de marktverhoudingen van de bungalowsector in het marktgebied/COROP gebied West-Brabant. Het CBS houdt wel gegevens bij over de bungalowvraag/bezetting voor de hele provincie Noord-Brabant. Daarnaast beschikken we over gemiddelde bezettingscijfers over Nederland, een aantal andere provincies (ter vergelijking, rekening houdend met de positionering van West-Brabant binnen Nederland) en van enkele ketens. Overall geeft dit een goed beeld van de bezettingsmogelijkheden voor een bungalowpark op deze locatie.

De verschillende bronnen rapporteren een gemiddelde bungalowbezetting van tussen de 47% voor heel Nederland enerzijds en 75% voor de grote ketens op A1 locaties (aan de kust). De bezetting voor Brabant hebben we op basis van verschillende bronnen geraamd op circa 50%, zie hiervoor de berekening onder de grafiek op de volgende pagina.

De bezetting voor de locatie Binnentuin schatten we op grond van deze benchmark hoger in dan het Nederlandse gemiddelde van 47%, omdat in dit percentage naast de grote ketens ook veel kwalitatief matige parken opgenomen zijn (waaronder ook chaletparken). Het gemiddelde zal echter een stuk lager liggen dan bijv. de 60% in Zeeland, een echte vakantieprovincie met veel bungalowparken. Vooralsnog schatten we een gemiddelde van circa 50%, dus rond het Brabantse gemiddelde als meest realistisch in voor de Binnentuin.

¹ Gebaseerd op cijfers VisitBrabant en CBS alsmede eigen databanken.



De raming van het Brabantse gemiddelde ziet er als volgt uit:

- Het aantal toeristische overnachtingen op bungalowparken in Noord-Brabant schommelde in het laatste decennium continu tussen de 4.0 en 4.5 mln, waarvan gemiddeld zo'n 1.0 mln buitenlandse overnachtingen (bron: CBS en VisitBrabant factsheet verblijfstoerisme). West-Brabant heeft hierbinnen een bescheiden rol; circa 20% van deze overnachtingen ofwel 800.000-900.000 overnachtingen vinden hier plaats. West-Brabant is hierbij overigens breder gedefinieerd, dan het hier aangehouden plangebied namelijk ook nog incl. Oosterhout, Chaam, Baarle Nassau, Werkendam, Woudrichem, Aalburg, Drimmelen;
- Het aanbod in Brabant bedraagt circa 100 accommodaties met iets minder dan 30.000 slaapplekken. Dit betekent een slaapplekbezetting van iets minder dan 40% (4,3 mln overnachtingen gemiddeld over laatste jaren / capaciteit op jaarbasis van 30.000 x 365 = 10.95 mln);
- Dit correspondeert omgerekend naar bungalowbezetting 40%/0,8 (is gemiddelde bezetting van de bedden per huisje) = 50% bungalowbezetting. Deze lage bezetting heeft deels te maken met het gegeven dat Brabant voor het grootste deel niet als A-locatie gezien wordt en veel kwalitatief matige parken kent. Ketens willen wel een vestiging in Brabant overwegen maar dan moet de locatie wel iets extra's te bieden hebben, denk bijv. aan Kempervennen of Beekse Bergen. Mede om deze redenen zien we van de grotere ketens in Nederland (Landal, Centerparcs, Roompot, Molecaten en Droomparken) slechts circa 12 parken terug in Brabant (van de in totaal ruim 100 parken in Brabant), waarvan het grootste deel Roompotparken zijn (7-8), die maar deels in eigendom zijn van Roompot maar waarvan men van een deel van het aanbod de huur verzorgt.

Uitgangspunten aanbod bungalowpark Binnentuin: omvang, capaciteiten en type bungalows

De volgende uitgangspunten t.a.v. omvang park, woningdichtheid en verdeling en type bungalows, zijn gehanteerd voor de raming van de verhuuromzet:

- Ruim 10 ha grond netto beschikbaar (dit kan in de praktijk nog licht naar boven of beneden afwijken);
- Gemiddeld 10-15 eenheden per ha ofwel in totaal circa 125 eenheden, waarbij voor de grotere vrijstaande bungalows (van 12 of 20 personen) 10 per ha reëel is, voor de kleinere 6 persoons 12-15 en als er ook hotelkamers/hotelappartementen binnen dit plan gerealiseerd zouden worden dan zouden hiervoor dichtheden van 20 of zelfs meer per ha gekozen aangehouden kunnen worden, zeker als hierbij 'gestapeld' zou kunnen worden. Het lijkt verstandig dit als reële optie mee te nemen om zo flexibel mogelijk in te kunnen spelen op de markt. Bovendien zou een hotelontwikkeling van

meerdere verdiepingen ruimtelijk gezien de negatieve impact van de dominante skibaan kunnen minimaliseren;

- Vooralsnog zijn relatief veel grote units variërend van 6 persoons tot 20 persoons het uitgangspunt. De verdeling hierbij van de 125 eenheden zou er in de eindfase er globaal als volgt kunnen zijn 100x6 persoons, 15x 12 persoons en 10 x 20 persoons;
- Voorgesteld wordt om de ontwikkeling in verschillende fasen op te splitsen met de nodige flexibiliteit om wel/niet door te gaan na elke fase en alsdan te beslissen met welke type bungalows, appartementen of hotelkamers. Het opknippen van de ontwikkeling in verschillende fasen van minimaal 20/25 tot maximaal 40/50 eenheden is ook elders zeer gebruikelijk om het risico af te dekken, flexibel in te kunnen spelen op snel veranderende marktomstandigheden en om te voorkomen dat de markt in te korte tijd teveel overvoerd raakt;
- Op basis van bovenstaande uitgangspunten is een jaarlijkse huuromzet geraamd voor alle drie de bungalowtypen waarbij een aantal verschillende parken als referentie gediend hebben.

Raming omzet per bungalowtype

Uit de ramingen komt per type de volgende bruto verhuuromzet:

- **6 persoons bungalow:** bruto huuromzet per jaar incl. 6% BTW is **ruim € 19.000** ofwel een gemiddelde van € 730,00 per week. Referentieparken en bungalowtypen waren hierbij:
 - Kempervennen, Centerparcs, 6 persoons comfort cottages
 - Schatberg, Landal, 6D2 comfort cottages
 - Spaarnwoude, Droombark Buitenhuizen, 6 persoons, CUB6 Luxe Cube bungalows
- **12 persoons bungalow:** bruto huuromzet per jaar incl. 6% BTW is **circa € 35.000** ofwel een gemiddelde van € 1.346,00 per week. Referentieparken en bungalowtypen waren hierbij:
 - Kempervennen, Centerparcs, 10 persoons (x factor 1,2) premium cottages
 - Schatberg, Landal, 12 persoons (12G) cottages
 - Katjeskelder, Roompot, 12 persoons (FV12V) bungalows
- **20 persoons bungalow:** bruto huuromzet per jaar incl. 6% BTW is **circa € 49.500** ofwel een gemiddelde van € 1.904,00 per week. Referentieparken en bungalowtypen waren hierbij:
 - Beekbergen, Droombark: 20 persoons bungalows
 - Assen, Vakantiepark Witterzomer: 20 persoons bungalows

Absolute voorwaarden voor het behalen deze omzetniveaus zijn veel voorzieningen met een hoog attractieniveau (en die zijn er nu m.u.v. Skidome nog niet). Er moet dus eerst gewerkt worden aan de realisering van de nieuwe aanvullende attracties, een betere landschappelijke aankleding/inpassing van het bungalowpark en de skitoren en meer commercieel-organisatorische samenhang tussen de verschillende aanbieders in de Binnentuin.

Toelichting op de raming:

- Uitgangspunt voor alle ramingen zijn kwalitatief goede bungalows, maar zonder extra opties (zoals eigen sauna/infraroodcabine) of extra luxe niveau qua afwerking/materiaalgebruik. Als dit op een bepaalde percentage van de bungalows wordt toegepast, kunnen de verhuuropbrengsten stijgen maar zullen uiteraard ook de bouw- en inrichtingskosten hoger uitpakken;
- Prijzen/omzetten waren excl. eindschoonmaak en bedlinnen, wel is al rekening gehouden met kortingen die per type en per periode wisselen en fluctueren van 15-30%;
- Gemiddeld is voor alle bungalows gerekend met 50% bezetting als meest realistisch, in de praktijk kunnen er verschillen ontstaan tussen verschillende typen. Ook zal de bezetting van die 50% ook per type verschillend opgebouwd kunnen zijn; de 6 persoons scoren in de zomermaanden beter, waar de hele grote bungalows vaak hoger scoren in de weekends buiten de vakantiemaanden;
- Voor de verhuurder moeten naast de BTW (6%) ook nog de kosten aan provisie en voor de vaste parkbijdrage in mindering worden gebracht. Dit kan in totaal uitkomen op 25-35%.

4.4. Trede 2 ladder voor duurzame verstedelijking

In deze paragraaf wordt de trede 2 van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' beoordeeld. Volledigheidshalve is de relevante passage uit artikel 3.1.6 lid 2 van het Bro nog herhaald.

b. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins

In trede 2 wordt aldus ingegaan op de vraag in hoeverre de actuele regionale behoefte zoals beoordeeld in de voorgaande paragraaf binnen het bestaand stedelijk gebied kan worden voorzien door benutting van de beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.

Zoals uit voorgaande paragraaf duidelijk werd, creëren de huidige in het gebied gevestigde en/of actieve partijen, alsmede de geplande voorzieningen, een actuele regionale behoefte. Het gaat hierbij voor het overgrote deel om nieuwe gasten die zonder de aanwezigheid van het bungalowpark het gebied niet bezoeken. Met andere woorden, de bezetting komt grotendeels voort uit voorzieningen in de Binnentuin en een locatie in of nabij de Binnentuin heeft verreweg de grootste potentie om in de actuele regionale behoefte te voorzien. Het is vrijwel uitgesloten dat deze actuele regionale behoefte dezelfde omvang heeft, en daarmee de afzetkansen voor een bungalowpark nog aanwezig zijn, als de verblijfsfunctie zich op grotere afstand van het gebied bevindt. De relatie met het gebied is dan minder sterk, de vrijetijdsvoorzieningen liggen niet direct op loopafstand van het bungalowpark en de kracht als gezamenlijke 'short break bestemming' gaat dan verloren.

Theoretisch kunnen beschikbare gronden die nabij de Binnentuin zijn gelegen en voor herstructurering of transformatie in aanmerking komen ook interessant zijn. Uit een mede door de gemeente Rucphen uitgevoerde inventarisatie of dergelijke gronden en/of gebouwen beschikbaar zijn is de conclusie te trekken dat deze niet aanwezig zijn.

Dit resulteert in de conclusie dat de actuele regionale behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied kan worden opgevangen en dat een locatie in of aangrenzend aan de Binnentuin verreweg de grootste potentie heeft en het meest kansrijk is om in deze actuele regionale behoefte te voorzien. De derde trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' is derhalve niet aan de orde. Dit neemt niet weg dat de Binnentuin goed bereikbaar is en de ontsluiting, mede door de nieuwe ring en aansluiting direct vanaf de A58, goed is.

4.5. Conclusies actuele regionale behoefte

Uit het voorgaande kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Gezien het bescheiden en kwalitatief matige aanbod in West-Brabant is er marktruimte om nieuw aanbod te ontwikkelen;
- Omdat Brabant en met name deze regio niet als toeristische A1-locatie gezien wordt, vraagt dit wel een bijzonder en onderscheidend concept met een slimme mix van verblijf, voorzieningen en activiteiten. Daarnaast is een extra impuls nodig in het gebied zelf waar het gaat om groen, toegankelijkheid en uitstraling (zie eerder) om deze marktruimte te verzilveren.
- Als hieraan voldaan wordt is een park met een gemiddelde bungalowbezetting van circa 50% haalbaar en bruto verhuuromzetten per bungalow oplopend van € 19.000 voor een 6 persoons- tot € 49.500 voor een 20 persoonsbungalow;

- Belangrijk hierbij is een flexibele inzet in aantallen per ha (tussen 10-15 per ha afhankelijk van het type) en een opknippen in meerdere fasen. Ook een invulling met hotelkamers/ hotelappartementen zou hierbij uitstekend passen, afhankelijk van de belangstelling in de markt;
- Uitgaande van de genoemde aantallen eenheden en bezetting zou in de eindfase een aantal overnachtingen van ruim 150.000 per jaar realistisch zijn en in de beginfase van 50.000-60.000. deze aantallen zijn resp. ruim 3% en 1,25% van het aantal overnachtingen in heel Brabant (4,3 mln) en bovendien in een segment waar nog weinig in wordt voorzien.

5. VISIE OP EN BELANGSTELLING BIJ MARKTPARTIJEN

5.1. Inleiding

Om het realiteitsgehalte van het plan ook in de markt te toetsen en eventueel aan te scherpen is de locatie, het concept voor het plan, de context en de doelgroepen ook voorgelegd aan een aantal marktpartijen die actief en gespecialiseerd zijn in markt van recreatiewoningen (ontwikkeling, exploitatie, belangenbehartiging) van recreatiewoningen. De volgende partijen zijn in dit kader benaderd: Molecaten groep, Landal, Arcus-Zuid en de Recron-consulenten Brabant en Zuid-Holland.

5.2. Locatie en concept

Op hoofdlijnen wordt door alle partijen bevestigd dat er weinig en bovendien kwalitatief matig aanbod is in de regio en in die zin er ruimte is voor meer en nieuw aanbod. Tegelijkertijd is men het er ook over eens dat (West-)Brabant niet tot de toeristische hotspots van Nederland behoort. Een ontwikkeling hier vraagt derhalve een sterk onderscheidend concept dat de omgeving minder relevant maakt. Dit stelt hoge eisen aan de voorzieningen/attracties in het Binnentuin gebied.

Het geschetste concept biedt zeker potenties, maar tegelijkertijd zien we dat marktpartijen nog erg terughoudend zijn zolang een groot deel van de beoogde voorzieningen niet gerealiseerd/zeker is en de noodzakelijke ruimtelijk-functionele en commercieel-organisatorische samenhang in het gebied er nog niet is. Dit is voor hen een absolute randvoorwaarde om in te stappen

5.3. Markt en doelgroepen

In het algemeen ziet iedereen dat de bungalowmarkt overall verzadigd is en er alleen nog ruimte is op A1 locaties, door herontwikkeling van bestaande locaties of indien er sprake is van een vernieuwend concept met een eigen autonome trekkracht. In de laatste categorie moet de Binnentuin gezien worden. Iedereen, zonder uitzondering, ziet de markt van shortbreaks groeien, met name in de categorieën doelgroepen waar dit bungalowpark op wil inzetten, namelijk groepen van zeer diverse samenstelling en met zeer uiteenlopende motieven. Veel partijen geven aan dat grote bungalows van 12-20 persoons vaak al zeer lang, soms tot een jaar vooruit volgeboekt zijn voor veel periodes. Tegelijkertijd geeft men aan dat de binnenlandse bungalowmarkt nog steeds sterk gedomineerd wordt door vakanties van gezinnen, zodat een groot deel van het aanbod ook hier geschikt voor moet zijn.

5.4. Belangstelling ontwikkeling en exploitatie

De belangstelling voor ontwikkeling en exploitatie is bij enkele partijen getoetst. We zien hierbij men het concept interessant vindt en de doelgroepen herkent maar toch terughoudend is vanwege de onbekendheid met de locatie, het concept dat nog tot wasdom moet komen en de prioriteiten/policy die men heeft (bijv. focus op kust/strand of alleen Limburg dan wel alleen overname bestaande partijen). Ook de ontwikkeling is wat lastig als er, zoals vaak gebeurt, wordt uitgepand en verkocht aan individuele kopers. Nadelen die geconstateerd worden zijn de mindere geschiktheid voor eigen gebruik en de relatief hoge prijs voor grote bungalows in relatie tot het risico van een onbekend gebied en nog niet uitgekristalliseerd concept die een drukkend effect kunnen hebben op het gerealiseerde rendement, zeker in vergelijking tot andere locaties.

6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

6.1. Conclusies

Uit de voorgaande hoofdstukken kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- **Locatie:** de locatie is geen toeristische A1 locatie/hotspot, waar als vanzelf al veel vraag naar is. Deze relatieve onbekendheid zal moeten worden gecompenseerd door een sterk en onderscheidend concept dat van zichzelf al voldoende trekkracht heeft, los van de omgeving. In deze rapportage is hiertoe een belangrijke aanzet gedaan;
- **Concept en omgevingscontext:** het concept is ontwikkeld als shortbreakbestemming voor de groepsmarkt met een bepaalde leefstijl, waarbij de trekkracht met name gelegen is in de combinatie van veel en bijzondere voorzieningen binnen een klein gebied met direct daaraan gekoppeld veel grote verblijfseenheden. Hierbij wordt wel geconstateerd dat de omgevingscontext nog sterk te verbeteren valt en dat een aantal voorzieningen wel beoogd is maar nog niet zeker is. Dit wordt wel als absolute randvoorwaarde gezien door de benaderde marktpartijen. Ook de ruimtelijk-functionele en commercieel-organisatorische samenhang verdient nog sterke verbetering;
- **Doelgroepen:** de doelgroepen, te weten een sterk accent op verschillende soorten grotere groepen met verschillende achtergronden en motieven in de leefstijlkleuren geel, paars en blauw hebben goede potenties en groeikansen en worden in de markt ook sterk herkend. Deze zullen echter alleen komen als de Binnentuin als geheel een sterk bovenregionale trekkracht krijgt die veel verder gaat dan alleen de Skidome. Daarnaast zullen zowel het park zelf als de bungalows en voorzieningen ook geschikt en aantrekkelijk moeten zijn voor vakanties van gezinnen omdat dit segment in de bungalowmarkt nog steeds dominant is;
- **Marktkansen:** bij een goede uitwerking van het concept en een goede doelgroepfocus (zie vorige punt) zijn er zeker marktkansen. Concurrentie op gebied van kwalitatief goede bungalows is er vrijwel niet in de regio; het bestaand aanbod is mager en kwalitatief matig en richt zich vooral op de traditionele gezinsmarkt. Deze potentiële vraag kan echter alleen verzilverd worden als het aanbod aan attracties/voorzieningen met een bovenregionale trekkracht waarvoor men komt, ook daadwerkelijk gerealiseerd is (bungalows zijn geen doel op zich, maar onderdeel van het concept);
- **Ontwikkeling en exploitatie:** bij een eerste toets in de markt bij marktpartijen ziet men zeker kansen voor het voorgelegde concept en de sterke focus op de groepsmarkt omdat deze groeiend is. Tegelijkertijd is men ook terughoudend vanwege de onbekendheid van de plek, het concept dat nog onvoldoende is uitgewerkt en de policy die men heeft en die zich vaak richt op bewezen toeristische locaties en regio's en/of op het overnemen of herontwikkelen van bestaande parken.

6.2. Aanbevelingen

Op basis van bovenstaande conclusies bevelen we het volgende aan:

- De planvorming voort te zetten;
- Het bestemmingsplan zo flexibel mogelijk in te steken qua aantallen/type bungalows, ook een mix met hotelkamers/appartementen open te laten en voldoende mogelijkheden voor een dagrecreatieve invulling;
- Met partijen in het gebied (incl. gemeente) en sterk geïnteresseerden een kopgroep te ontwikkelen die verblijf en attracties in nauwe afstemming met elkaar gaan ontwikkelen en exploiteren;
- Verder te zoeken naar innovatieve marktpartijen die de ontwikkeling en exploitatie mede ter hand willen nemen, waarbij ook de rol van de dagrecreatieve aanbieders belangrijk is omdat zij voor een groot deel de 'content' leveren die de primaire trekkracht voor het gebied moet leveren;

- In het verlengde van het vorige punt zou ook de mogelijkheid open gehouden moeten worden voor een flexibeler invulling van de locatie bijv. voor de ontwikkeling van een dagrecreatieve trekker en pas later een (meer compacte) invulling met verblijf in de vorm een hotel/appartementen met hotelservices vergelijkbaar het SnowWorld-hotel in Landgraaf.