

LADDERTOETS

**HERONTWIKKELING CAMPING INTERNATIONAAL
PRIEM**

Oktober 2023 | 's-Hertogenbosch
Projectnummer: G-VT-23066



INHOUD

1 Inleiding	3	4.3 Behoeftte vanuit additionele vraag	28
1.1 Aanleiding en vraagstelling	4	4.4 Totale marktbehoefte verhuurmarkt	29
1.2 Leeswijzer en definities	5	5 Benchmark	30
1.3 Beschrijving plan	6	5.1 Inleiding, benchmarkparken en werkwijze	31
1.4 Beleid t.o.v. het plan	8	5.2 Beoordeling kwaliteit	34
2 Impactanalyse	11	5.3 Vergelijking prijs	39
2.1 Economische impact ontwikkeling	12	5.4 Prijs-kwaliteit matrix	40
2.2 Maatschappelijke impact ontwikkeling	14	6 Locatie van de ontwikkeling	41
2.3 Effect op natuur en landschap	15	6.1 Binnen/buiten stedelijk gebied	42
3 Behoeftte koopmarkt	16	7 Conclusie	43
3.1 Inleiding en marktgebied	17	7.1 Conclusie	44
3.2 Trendrapportage nvm	18	8 Bijlagen	45
3.3 Beschikbaar aanbod en makelaars	19		
3.4 Conclusie: behoeftte koopmarkt	20		
4 Behoeftte verhuurmarkt	21		
4.1 Inleiding	22		
4.2 Behoeftte vanuit reguliere vraag	23		

1

Inleiding



1.1 AANLEIDING EN VRAAGSTELLING

Aanleiding

Recreatiepark Zundert heeft plannen om Camping Internationaal Priem (in Zundert) te herontwikkelen naar een recreatiepark met een vernieuwend en uitdagend concept. Het concept is eerder op hoofdlijnen opgesteld in co-creatie met ZKA (nu Ginder). Het concept dat opgesteld is bestaat uit 150 recreatie-eenheden. Op basis van dit concept heeft de gemeente Zundert aangegeven voornemens te zijn mee te werken aan de benodigde herbestemming. De initiatiefnemer heeft dit concept ondertussen verder uitgewerkt en aangepast. Het verder uitgewerkte plan wordt in dit onderzoek beschreven en getoetst. Om herbestemming mogelijk te maken dient aangetoond te worden dat er behoefte bestaat aan de herontwikkeling conform de Ladder voor duurzame verstedelijking. Aan Ginder is gevraagd om deze Ladderonderbouwing uit voeren. In deze rapportage wordt gerapporteerd over dit onderzoek.

Vraagstelling

Binnen de Ladder voor duurzame verstedelijking staan twee vragen centraal:

- Is er voldoende vraag naar de beoogde te realiseren recreatiewoningen en appartementen? Zowel vanuit de verhuurmarkt als vanuit de verkoopmarkt¹⁾.
- Ligt de ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied? Zo nee, kan wel/niet in de behoefte worden voorzien binnen bestaand stedelijk gebied?

Daarnaast is Ginder gevraagd een impactanalyse uit te voeren voor de herontwikkeling waaruit duidelijk wordt wat de impact van de beoogde herontwikkeling is voor de omgeving.

1. In het geval van de beoogde herontwikkeling houdt de verkoopmarkt 100% verhuurexploitatie in. Kopers kopen een woning dus voor het rendement en niet als tweede woning. De mogelijke verkoop van de woningen dient dus alleen als financieringsstructuur voor de ontwikkeling. Voordeel hiervan is dat met deze opzet permanente bewoning wordt tegengegaan.

1.2 LEESWIJZER EN DEFINITIES

Leeswijzer

Na een introductie van de plannen voor recreatiepark camping Internationaal Priem en een overzicht van het beleid van de overheid in dit gebied gaat **hoofdstuk 2** in op de impactanalyse van de beoogde herontwikkeling. **Hoofdstuk 3** beschrijft vervolgens de behoefte vanuit de koopmarkt. In **hoofdstuk 4** gaan we daarna in op de behoefte vanuit de koopmarkt. Vervolgens is een benchmark uitgevoerd om de prijs-kwaliteit verhouding te beoordelen en mee te laten wegen in de haalbaarheid van de plannen. Deze benchmark wordt getoond in **hoofdstuk 5**. **Hoofdstuk 6** beschrijft achtereenvolgens of de ontwikkeling wel of niet binnen bestaand stedelijk gebied kan plaatsvinden. **Hoofdstuk 7** komt met de conclusies t.a.v. de Ladderonderbouwing.

Definities

In deze rapportage wordt vaak de term **recreatiewoning** gebruikt, met recreatiewoning bedoelen we, geheel volgens de definitie van het CBS: Een zomerhuisje, stacaravan, (vakantie-)bungalow of (vakantie-)appartement, die hoofdzakelijk voor verhuur door de exploitant of beheerder van het complex beschikbaar zijn. Deze recreatiewoningen zijn gelegen op **huisjesterreinen**: Een terrein met een aantal zomerhuisjes, stacaravans, (vakantie-)bungalows of (vakantie-)appartementen, die hoofdzakelijk voor verhuur door de exploitant of beheerder van het complex beschikbaar zijn (CBS).

1.3 BESCHRIJVING PLAN

Doelgroep

De doelgroep is opgesteld aan de hand van het model van de Leefstijlvinder (zie Bijlage A). De doelgroep bestaat uit verbindingszoekers en inzichtzoekers met een (iets) hoger dan modaal inkomen.

Thema

Er wordt een duidelijke verbinding gemaakt met Vincent van Gogh.

De accommodaties

In totaal worden 150 eenheden gerealiseerd. De verdeling ziet er als volgt uit:

- › 22 2-persoons recreatiewoningen (appartementen);
- › 36 4-persoons recreatiewoningen bestaande uit twee 2 persoons appartementen die ook los te verhuren zijn;
- › 32 4- persoons recreatiewoningen;
- › 28 6-persoons recreatiewoningen, bestaande uit een 4- en 2-persoons appartement die ook los te verhuren zijn;
- › 24 6-persoons recreatiewoningen;
- › 4 8-persoons recreatiewoningen, bestaande uit twee 4-persoons appartementen die ook los te verhuren zijn;
- › 4 8-persoons recreatiewoningen.

Er zijn twee uitvoeringen van de accommodaties qua luxe niveau. Dit betreffen comfort en deluxe varianten. De deluxe varianten zijn rijker uitgerust met o.a. een ligbad en andere faciliteiten.

De appartementen worden in blokken van drie en vijf neergezet.

Door een glazen dak te creëren boven de slaap- en badkamer is er én lichtval in die ruimtes én de bijzondere ervaring onder de sterrenhemel te slapen of in bad te liggen. Het dakraam kan elektrisch afgedekt worden.

De doelgroepen

De Inzichtzoekers

De inzichtzoekers zijn geïnteresseerd in ruime woningen van goede kwaliteit. De woningen moeten praktisch zijn en geëquipt met de benodigde apparatuur. De woning is aan één lange zijde vooral gesloten en biedt daarmee privacy. De andere lange zijde is vooral open met veel glas om de fraaie natuur en voldoende licht binnen te halen.

De inrichting is eveneens licht en wederom met natuurlijke materialen. De aankleding laat beeldmateriaal zien van de natuur of beeldmateriaal van Van Gogh. Een gewone 4 persoonswoning heeft een gedeelde badkamer tussen beide slaapkamers in. Indien zinvol (schaduw bomen) kunnen zonnepanelen op het dak worden gelegd.

De Verbindingszoekers

De Verbindingszoekers willen contact met hun omgeving. Ze houden van een 'open' woning met veel zicht naar buiten. De woning moet gezellig zijn ingericht met warme materialen en kleurstellingen.

Een deel van de woningen staat gegroepeerd rondom een 'brink' waar gezamenlijke activiteiten plaats kunnen vinden, zoals een buiten kookplaats.

De woningen van de Verbindingszoekers staan rondom een 'brink'. Daar kunnen de gasten samen komen om rondom een houtvuur te zitten of om samen eten te bereiden en te nuttigen.

De faciliteiten

In het hoofdgebouw op het park bevinden zich de receptie en de brasserie. Daar vindt de ontvangst van de gasten plaats en kunnen gasten gedurende de gehele dag maaltijden gebruiken. Van ontbijt tot lunch en diner.

In de zomerperiode wordt het terras een gezellige locatie om te verblijven na een dag op pad te zijn geweest. Met tentdoeken wordt sfeer gecreëerd en buiten worden maaltijden bereid in green eggs en stenen pizza-ovens. Hiermee ontstaat een gezellige 'festival'-sfeer waar de doelgroep Verbindingszoekers zich prettig voelt. De ideale omgeving om te genieten van een trappistenbiertje. De Inzichtzoekers zullen veelal in de brasserie eten.

In het hoofdgebouw van de brasserie en receptie bevinden zich tevens kantoor- en opslagruimte. Deze is goed toegankelijk vanaf het parkeerterrein zodat de aan- en afvoer buiten het zicht blijven. Bij de receptie is een vers waren afdeling waar gasten verse broodwaren en lokale lekkernijen kunnen kopen. Men kan afrekenen bij de receptie. In het gebouw is een zaaltje voor body & mind. Hier worden yoga en meditaties lessen gegeven. Naast het parkeerterrein is ruimte met twee padelbanen en een ruimte voor spinning lessen. Aan de zuid-west kant van de brasserie is het terras met zicht op een kinderspeelplaats. De speelplaats is uitgevoerd met houten toestellen passend in de omgeving. Op het park is tevens een zwembijver.

Tegenover de brasserie is een winkel waar fietsen worden verhuur en gerepareerd. Gasten kunnen vooraf fietsen bestellen die door een samenwerkingspartner worden geleverd op het park. Aan het begin en einde van de dag is een mecanicien aanwezig die fietsen kan repareren. Dat geldt ook voor de fietsen die gasten zelf mee hebben genomen. Voor de sleutelaars met eigen fietsen is een ruimte waar fietsen kunnen worden afgespoten, schoongemaakt en gerepareerd.

Naast de fietsenwinkel is een expositieruimte voor vooral de Inzichtzoekers die geïnteresseerd zijn in Van Gogh en de natuur. De ruimte wordt gesplitst in twee delen met twee verschillende thema's:

- Een doorlopende expositie over het leven en de werken van Vincent van Gogh. Hier hangen o.a. posters van bekende schilderijen die al dan niet zijn geïnspireerd op de natuurgebieden in de omgeving. Wellicht is hier een samenwerking te creëren met het Van Gogh Huis in Zundert en kunnen er lezingen worden aangeboden over het leven en de schilderkunst van Van Gogh.
- Een expositie over de jaargetijden in de natuur rondom het park. Ieder kwartaal wordt de expositie vervangen in aansluiting met het dan actuele jaargetijde. Er is informatie over de flora en fauna in dat jaargetijde in de natuurgebieden rondom het park. In samenwerking met Staatsbosbeheer kunnen ook lezingen worden verzorgd en wandelingen gemaakt met een boswachter die vertelt over de flora en fauna in het gebied.

1.4 BELEID T.O.V. HET PLAN

Voor het samengesteld toeristisch product van een regio is het belangrijk dat er wordt aangesloten bij het beleid van de regio. Daarom is gekeken wat het bestaande beleid zegt over verblijfsrecreatie in de provincie Noord Brabant en meer specifiek voor West-Brabant en Zundert. De volgende documenten zijn doorgenomen:

- › Provinciaal beleidskader Levendig Brabant 2030;
- › Structuurvisie 2025 gemeente Zundert;
- › Omgevingsvisie Zundert.

Provinciaal beleidskader Levendig Brabant 2030

Als opmaat richting de uitvoeringsagenda zijn in het beleidskader voor de sector Vrijetijd de volgende punten benoemd:

- › Brabant moet een aantrekkelijke regio blijven om te wonen, werken én verblijven. Daarom is de vrijetijds(economie) van waarde: de productie, distributie en consumptie van goederen en diensten ten behoeve van de vrijetijdsbesteding van mensen. Toerisme en recreatie zijn voor de provincie geen doelen op zich, maar een middel dat bijdraagt aan de voortgaande ontwikkeling van een beter voorzieningenniveau (recreatief aanbod, winkels, horeca, et cetera).
- › De provincie zoekt de verbinding met regionale economie door bestedingen en werkgelegenheid en bijdragen aan maatschappelijke opgaven. Dit realiseren we door het ontwikkelen van nieuw bezoekbaar aanbod en het versterken van het bestaand aanbod inclusief het ondernemerschap. Daarnaast worden de vele regionale initiatieven van vrijetijd benut en versterkt door coördinatie en ondersteuning. Vanuit vrijetijd richten wij ons niet op (economische) ondersteuning van verblijfsrecreatie.

- › De provincie blijft via VisitBrabant inzetten op de Brabantse marketing. Visit krijgt een rol om cultuur, erfgoed en sport in de spotlight te zetten en de bekendheid te vergroten. Daarnaast willen we meer aandacht besteden aan samenwerking met lokale marketingorganisaties, zodat het totale aanbod zichtbaar wordt. Een deel van de activiteiten die VisitBrabant de afgelopen jaren uitvoerde, werd met incidenteel geld gefinancierd. Mogelijk betrof het structurele taken. We onderzoeken hoe we hier mee om willen gaan en komen hierop terug in de uitvoeringsagenda.
- › We willen sterker inzetten op onze routes (wandelen, fietsen, paardrijden) om bij te dragen aan maatschappelijke doelen, zoals gezondheid, duurzaamheid, vitaliteit en inclusiviteit.
- › In de op te stellen uitvoeringsagenda wordt nader bezien op welke wijze we Van Gogh en Design kunnen blijven versterken vanaf 2024.

Structuurvisie Klein Zundert 2025

De ambities op het gebied van toerisme en recreatie voor de gemeente zijn als volgt:

- › Er wordt een merk 'Zundert' neergezet waarmee het onderscheidende karakter van de gemeente op regionaal-, nationaal- en internationaal niveau voor het voetlicht wordt gebracht. Hierbij is het belangrijk dat de 'branding' van het merk 'Zundert' aansluit bij de strategische visie van de gemeente.
- › De band met Vincent van Gogh moet nog beter worden benut om de gemeente meer bekendheid te geven naar buiten toe.

- › De ontwikkeling van vernieuwende productcombinaties moet gestimuleerd worden, zodat cultuur en natuur beter ontsloten kunnen worden voor recreanten en toeristen.
- › Er wordt geïnvesteerd in behoud en waar mogelijk in de verdere versterking van het aantal bewegwijzerde wandel-, fiets- en paardrijroutes.
- › Mogelijkheden worden gecreëerd om het aanbod van kleinschalige verblijfsaccommodaties te vergroten.

De gemeente beseft het belang van de ontwikkeling van een kwalitatief hoogwaardig aanbod van toeristische producten en overnachtingadressen om de toeristen en dagrecreanten naar de gemeente Zundert te halen en “vast” te houden. Hier liggen kansen voor bij de sector betrokken ondernemers.

De gemeente Zundert kan en wil deze kansen niet vanuit de overheid alleen ontwikkelen. De inzet, ambitie en passie van de zelfstandige ondernemers in de sector zijn hiervoor noodzakelijk. Het is belangrijk dat er vanuit de gemeente voldoende ruimte wordt geboden aan de toeristische sector.

Omgevingsvisie Zundert (vastgesteld 31-1-2023)

Zundert wil een 'ondernemende, groeiende en bloeiende gemeente' zijn. Waar het goed wonen, werken én recreëren is. Met een fraai buitengebied, landbouw, natuur, recreatie en een groeiende economie.

Dat geeft Zundert een grote aantrekkingskracht op haar inwoners, op recreanten en op bedrijven.

Er staan drie thema's centraal bij het versterken van toerisme & recreatie:

- › De omgeving: op orde hebben van de basis in de openbare ruimte (bijvoorbeeld veilige voet en fietspaden, ecologisch beheerde bermen, verbeterde elektrische mobiliteit, actualisatie van informatievoorzieningen, toegankelijkheid mindervaliden etc.).
- › De verblijfsrecreatie en accommodaties: de verblijfsrecreatie is een belangrijke sector met volop kansen maar staat onder druk en kent een ingewikkelde dynamiek. We nodigen ondernemers uit om tot vernieuwing en herontwikkeling te komen. Vooral oudere vakantieparken hebben aandacht nodig. Meer van hetzelfde willen we voorkomen. We zien kansen voor de vestiging van een hotel in de gemeente Zundert.
- › Organisatie: samen met ondernemers, de sector en andere betrokken partijen ontwikkelen we verhaallijnen die passen bij onze kernwaarden. Deze verhaallijnen werken we uit tot producten, voor regionale en/of (inter)nationale promotie. Door samen te werken ontstaat er kruisbestuiving tussen de omgeving en ondernemers.

Naast deze punten zet de omgevingsvisie duidelijk in op natuur, groen, duurzaamheid, klimaat adaptief, energieneutraal, bereikbaarheid, duurzame mobiliteit, toegankelijkheid, en werkgelegenheid voor de Zundertse jongeren.

Conclusie

Uit de beleidsstukken blijkt dat de overheid Vrijetijd en toerisme wil stimuleren. Met VisitBrabant zal de provincie de vrijetijdseconomie nog meer in de spotlight zetten. Verblijfsrecreatie is voor de provincie geen doel op zich maar een middel in de voortgaande ontwikkeling van een beter voorzieningenniveau dat ook ten goede komt aan inwoners. Met de beoogde herontwikkeling wordt hierop aangesloten. Deels omdat voorzieningen (brasserie, fietsenmaker) ook voor inwoners toegankelijk zijn. Deels omdat gasten ook zullen besteden in de brede regio en hierdoor bijdragen aan het voorzieningenniveau.

Zundert wil bij de promotie van VisitBrabant aansluiten met het merk “Zundert” om zo de regio beter voor het voetlicht te brengen om zoveel mogelijk toeristen te trekken. De gemeente beseft dat het vervolgens van belang is om een kwalitatief goed en onderscheidend recreatie-aanbod te bieden om toeristen zo lang mogelijk vast te houden. Meer van hetzelfde wil men daarom voorkomen. De ontwikkeling van onderscheidende en kwalitatief hoogwaardige recreatiewoningen bij Priem sluit goed aan bij dit beleid.

De thematisering van het park is sterk verbonden aan Vincent van Gogh. Dit is een belangrijk onderscheidend element ten opzichte van andere parken. Bovendien sluit het goed aan bij het beleid van gemeente en provincie die de band met Vincent van Gogh nog beter willen benutten in promotie en voorzieningen.

In alle beleidstukken komt duidelijk naar voren dat men wil inzetten op het onderhouden en uitbreiden van routes om het wandelen, fietsen en paardrijden te stimuleren. Voor de doelgroepen die Priem wil aantrekken is een goede routestructuur een belangrijke voorwaarde om het park te bezoeken. Door op het park voorzieningen te treffen als fietsverhuur, voorzieningen voor fietsonderhoud en -reparatie wil het park de natuurlijke omgeving van het park beter ontsluiten en het gebruik van de routes stimuleren. Door alle aandacht te geven aan fietsers, zowel de voorzieningen als de routes, krijg je een goede ontsluiting van cultuur en natuur in de omgeving. Dit sluit naadloos aan bij het gemeentelijk beleid.

Al met al kan dus worden geconcludeerd dat het concept van de beoogde herontwikkeling goed aansluit bij het beleid.



2

Impactanalyse



2.1 ECONOMISCHE IMPACT ONTWIKKELING

Inleiding en model

De economische impact van de beoogde herontwikkeling wordt berekend met het Ginder Input-Output model (voorheen het ZKA Impactmodel Vrijtjidssector).

De impact van de toekomstige situatie van Camping Internationaal Priem is geraamd met behulp van dit model. Met dit model kan zowel de economische betekenis van het park als de directe en indirecte werkgelegenheid naar aanleiding van toeristische bestedingen door het park worden geraamd.

De bestedingen die de basis vormen van de impactraming verdelen we onder in vier categorieën, namelijk:

1. Logies;
2. Horeca;
3. Detailhandel;
4. Entree.

Afbeelding 2.1. toont het model. Allereerst wordt er een berekening gemaakt van het aantal overnachtingen en de prijs hiervan (de logies). Vervolgens wordt per bezoeker geraamd hoe veel deze per dag uitgeven aan horeca, detailhandel en entreprijzen. Hierbij nemen we het type bezoeker in het achterhoofd. Vervolgens worden de bestedingen aan logies, horeca, detailhandel en entree opgeteld en vormen deze gezamenlijk de totale bestedingen. Daarna worden BTW, accijns en inkooppercentage van deze bestedingen afgehaald omdat dit geen echte

bestedingen in de regio zijn en dit niet zorgt voor werkgelegenheid. Zo komen we tot de finale omzet.

Figuur 2.1. Schematische weergave van het Ginder Input-Output model.



Uitgangspunten raming

Bij de raming is uitgegaan van de onderstaande (Tabel 2.1) uitgangspunten. Deze zijn als input gebruikt in het model. De gebruikte bezetting van de recreatiewoningen en de prijzen daarvan sluiten aan bij de huidige marktsituatie in de verblijfsrecreatie in de regio.

Tabel 2.1. Uitgangspunten raming.

Categorie	Aantal	Aantal personen per overnachting per eenheid	Jaarronde bezetting recreatiewoningen	Prijs per persoons-overnachting
2-persoons appartementen	22	1,9	70%	€ 45,-
4-persoons recreatiewoningen	68	3,5	60%	€ 39,-
6-persoons recreatiewoningen	52	4,5	60%	€ 37,-
8-persoons recreatiewoningen	8	7	60%	€ 29,-

Uitgangspunten bestedingen

De bestedingen in het model zijn als volgt berekend:

- Bestedingen aan logies zijn berekend o.b.v. de informatie zoals vermeld in Tabel 2.1;
- Bestedingen aan horeca, detailhandel en entree zijn geraamd op basis van bronnen als het CBS, het Continu Vrijetijdsonderzoek, CELTH en onze ervaringscijfers uit contacten met de verblijfsrecreatieve sector;
- Overige bestedingen, zoals aan gas, water, licht (GWL), reparaties en verzekeringen zijn in deze impactraming buiten beschouwing gelaten;

- De bestedingen van toeristen blijven na de herontwikkeling deels op het vakantiepark, maar komen ook deels daarbuiten terecht. Waar deze bestedingen precies terecht komen is onbekend. Dit hangt vooral af van de keuzes van toeristen en de economische relaties tussen bedrijven in de regio;

Economische impact

Na de herontwikkeling is sprake van een totaal bestedingsbedrag van ca. € 7,2 miljoen euro (zie Tabel 2.2).

Tabel 2.2. Bestedingen na beoogde herontwikkeling.

Categorie	Bestedingen
Logies	€ 4,8 miljoen
Horeca	€ 1,1 miljoen
Detailhandel	€ 1,0 miljoen
Entree	€ 0,3 miljoen
Totaal	€ 7,2 miljoen

We gaan ervanuit dat 100% van de bestedingen van detailhandel en entree in de regio terechtkomt en 60% van de horecabestedingen. Gezien het relatief beperkte voorzieningenniveau op het recreatiepark na de beoogde herontwikkeling is dit redelijk. De logiesbestedingen komen, als vanzelfsprekend, allemaal op het park terecht. Dit betekent dat er van de € 7,2 miljoen aan bestedingen ca. € 5,2 miljoen op het park terecht komt en ca. € 2 miljoen in de regio.

2.2 MAATSCHAPPELIJKE IMPACT ONTWIKKELING

De beoogde herontwikkeling van Camping Internationaal Priem heeft ook maatschappelijke impact. Ginder verwacht in ieder geval de volgende drie effecten: 1) het ontstaan van meer werkgelegenheid, 2) meer draagvlak voor voorzieningen in de regio, 3) meer inkomsten voor de gemeente vanuit toeristenbelasting.

Werkgelegenheid

De werkgelegenheid van de beoogde herontwikkeling berekenen we net als de bestedingen en toegevoegde waarde aan de hand van het Ginder Input-Output model. Dit doen we door per categorie (logies, horeca, detailhandel, entree en overig (spin-off)) te kijken naar de arbeidscoëfficiënt (hoe veel bestedingen zijn er nodig voor 1 FTE) en aan de hand hiervan de werkgelegenheid te berekenen. Tabel 2.3, geeft de raming van de werkgelegenheid weer.

Tabel 2.3. Raming werkgelegenheid

Categorie	FTE	Banen
Logies	45	81
Horeca	10	17
Detailhandel	8	12
Entree	3	5
Overig	13	19
Totaal	79	134

Opnieuw zal een (groot) deel van deze werkgelegenheid op het park terechtkomen, namelijk ca. 49 FTE (88 banen). De rest van de werkgelegenheid, namelijk ca. 30 FTE (46 banen) zal in een zeer brede

regio terecht komen. Met name voor de banen die gecreëerd worden vanuit spin-off (categorie overig) geldt dat dit in de zeer brede regio zal zijn.

De maatschappelijke impact bestaat ook deels uit het type werkgelegenheid dat gecreëerd wordt. Op een vakantiepark bestaat een groot deel van de werkgelegenheid uit praktische werkzaamheden. De voorspellingen zijn dat er in algemene zin steeds minder werk voor praktisch opgeleiden in de recreatiesector zal komen. Zeker als de technologische ontwikkelingen in een vergelijkbaar tempo doorzetten. In het algemeen zorgt groei van het toerisme voor meer werkgelegenheid, deels ook voor meer kwetsbare bevolkingsgroepen.

Draagvlak voorzieningen

De lokale middenstand zal profiteren van de beoogde herontwikkeling. Een deel van de bestedingen wordt namelijk buiten het park gedaan worden. De beoogde herontwikkeling zal de kritische massa voor de huidige ondernemers in de gemeente naar verwachting iets vergroten en zo bijdragen aan het voorzieningenniveau, en daarmee de leefbaarheid voor inwoners, op het gebied van retail, horeca en dagrecreatie.

Toeristenbelasting

Naast bestedingen die direct in de regio terechtkomen, zorgen overnachtingen er middels toeristenbelasting ook voor dat er via de gemeentelijke organisatie bestedingen in de regio kunnen worden gedaan. Niet alleen toeristen maken gebruik van voorzieningen die door toeristenbelasting gefinancierd kunnen worden. Inwoners profiteren hier ook van. Gebaseerd op de raming van het aantal overnachtingen en het tarief toeristenbelasting per overnachting (€ 1,25) komen we tot een totale opbrengst van ca. € 158.000,-

2.3 EFFECT OP NATUUR EN LANDSCHAP

Verblijfsrecreatief aanbod heeft altijd consequenties voor natuur en landschap. De beoogde herontwikkeling tracht negatieve effecten op natuur en landschap te minimaliseren en juist een positieve bijdrage te leveren aan natuur en landschap. Deels vanuit intrinsieke motivatie, maar deels ook om bij te dragen aan een goede verhuurbaarheid van de woningen. De belangrijkste doelgroepen van de beoogde herontwikkeling (de Verbindingszoekers en de Inzichtzoekers) hechten namelijk veel waarde aan de natuur en een groene en goede landschappelijke inpassing op het park.

Landschappelijke schoonheid wordt deels hersteld

Momenteel beschikt de planlocatie al over een recreatiebestemming. Camping Internationaal Priem is gelegen in een bosrijk gebied in de gemeente Zundert. Men zou kunnen stellen dat een teruggave van het terrein aan de natuur het meest wenselijk is voor zowel natuur als landschap. Het is echter hoogst onwaarschijnlijk dat dit, op basis van de huidige al bestaande recreatiebestemming, zal gebeuren. De financiële middelen die daarvoor nodig zijn, zijn namelijk omvangrijk. Ervan uitgaande dat er verblijfsrecreatie op de locatie zal blijven dan heeft de beoogde herontwikkeling ons inziens een positieve impact op landschap en natuur. Dit heeft de volgende belangrijkste redenen:

- › Men is voornemens te ontwikkelen aan de hand van een landschapsplan en niet aan de hand van een herverkavelingsplan. Eerst wordt er dus een landschap ontwikkeld en vervolgens worden accommodaties en voorzieningen hier op een logische manier ingepast. Bij ontwikkeling van logiesbedrijven zien we vaak dat het omgekeerde gebeurt: de accommodaties worden eerst ingetekend en vervolgens

worden ze omringd met enig groen. Het ontwikkelen aan de hand van een landschapsplan draagt daarom bij aan natuur en landschap. Daarnaast wordt ingezet op veel randbeplanting om de ontwikkeling zo veel mogelijk weg te laten vallen in de brede omgeving.

- › De recreatiewoningen worden ontwikkeld met zo veel mogelijk natuurlijke materialen en natuurlijk kleurgebruik. Qua setting en materiaalgebruik passen de recreatiewoningen daarom goed in de bosrijke omgeving. Met de beoogde ontwikkeling wordt dus ingezet op het zoveel mogelijk wegvallen van de bebouwing in het landschap. In de huidige bestemming kunnen er met name kampeereenheden als caravans, tenten en chalets geplaatst worden. Over het algemeen sluiten deze qua kleur- en materiaalgebruik niet goed aan bij het landschap.
- › Hetzelfde geldt voor de voorzieningen. Ook deze worden gebouwd met zo veel mogelijke natuurlijke materialen en –kleurgebruik. Zo is er bijvoorbeeld het idee om een speelplaats met houten toestellen te ontwikkelen. Ook het ontwikkelen van een (natuurlijke zwembijver) is beoogd.
- › Het aantal eenheden in de beoogde herontwikkeling (150) wordt verkleind ten opzichte van het huidige aantal toegestane eenheden (150 vaste standplaatsen en 25 standplaatsen voor kampeermiddelen en 15 vakantieappartementen).
- › De beoogde herontwikkeling wordt op een zo duurzaam mogelijke wijze ontwikkeld en geëxploiteerd. Zo wordt er ingezet op het niveau van een Gouden Geen Key (duurzaamheidscertificering in de recreatiesector).

3

Behoeft koopmarkt



3.1 INLEIDING EN MARKTGEBIED

Inleiding

Om te toetsen of er voldoende behoefte is aan de recreatiewoningen die camping Internationaal Priem mogelijk wil verkopen hebben we de volgende zaken kwantitatief dan wel kwalitatief in beeld gebracht:

- › Vanuit een trendrapportage doen we enkele uitspraken over de aantrekkelijkheid van het kopen van een recreatiewoning in Noord-Brabant. Hiervoor gebruiken we het NVM-rapport 2022. Het NVM-rapport over recreatiewoningen.
- › We brengen de koopmarkt in de regio in kaart:
 - Rondgang langs diverse parken (via deskresearch) in de buurt om in beeld te brengen wat er te koop staat.
 - Telefonische interviews met experts die zicht hebben op de markt; in Noord-Brabant, en specifiek de marktregio West-Noord-Brabant.

Vervolgens trekken we enkele conclusies met betrekking tot de behoefte vanuit de koopmarkt.

Hierna lichten we eerst toe welk marktgebied we hanteren voor de Ladderonderbouwing. Vervolgens gaan we in paragraaf 2.2. in op de informatie die beschikbaar is vanuit de trendrapportage. Daarna geven we vanuit de online beschikbaarheid van recreatiewoningen en interviews met makelaars meer inzicht in de regionale koopmarkt (paragraaf 2.3.). Tot slot volgen de conclusies in paragraaf 2.4.

Het marktgebied

Het marktgebied voor het bepalen van de marktbehoefte is gedefinieerd als de COROP regio West-Noord-Brabant. Om dit marktgebied te bepalen is antwoord gegeven op twee vragen:

1. Welk gebied zien toeristische gasten als een bestemming voor hun vakantie? Ontwikkelingen in dit gebied hebben namelijk invloed op andere verblijfsrecreatie in het gebied.
2. Hoe groot is het gebied dat een eigen kenmerkende uitstraling, identiteit en marktfocus heeft?

In dit geval is het antwoord op beide vragen ons inziens de COROP regio West-Noord-Brabant (zie Afbeelding 3.1. voor een afbakening van deze regio). COROP gebieden zijn clusters van één of meer aangrenzende gemeenten in dezelfde provincie, ontworpen voor regionaal onderzoek (CBS). Dit onderzoek is ons inziens zo'n onderzoek.

Afbeelding 3.1. COROP regio West-Noord-Brabant.



3.2 TRENDRAPPORTAGE NVM

De te ontwikkelen recreatiewoningen/chalets vallen onder de term 'recreatiewoningen' zoals omschreven in het NVM-rapport. Onderstaand trekken we enkele conclusies over de koopmarkt voor recreatiewoningen.

Landelijke trends verkoopmarkt recreatiewoningen

Uit de meest recente publicatie van NVM (2022) over de markt voor recreatiewoningen leiden we de volgende landelijke trends af:

- › De markt voor recreatiewoningen is nog steeds krap, maar er zijn tekenen van een kentering. Het aanbod loopt licht op en er zijn tekenen van prijsdalingen. Fiscale wijzigingen zoals de verhoging van de overdrachtsbelasting naar 10,4% en andere aanpassingen maken de verhuur van een recreatiewoning minder aantrekkelijk.
- › Door Corona is het binnenlands toerisme sterk verbeterd en na die tijd is sprake van een stabilisatie. De prijs van een recreatiewoning wordt mede bepaald door de verhuurbaarheid van een woning. De verhuurmarkt is landelijk nog steeds goed.
- › Het aantal transacties laat een dalende trend zien. Het aandeel rendement zoekers neemt af terwijl het aantal kopers die de woning grotendeels zelf willen gebruiken toeneemt.
- › De verkoopprijzen zijn de laatste jaren hard gestegen, maar inmiddels lijkt het er op dat de top is bereikt. Verwachting is dan ook dat de prijzen verder zullen dalen.
- › Verkochte woningen worden gemiddeld kleiner. Het aantal vrijstaande woningen neemt licht af. Het aantal verkochte appartementen neemt toe.
- › Het aandeel nieuwbouwhuizen in het totaal aantal transacties is de laatste jaren gestegen.

- › Op 1 januari 2023 lag de gemiddelde verkoopprijs van een nieuwbouwrecreatiewoning op € 363.000. Voor een bestaande woning ligt de prijsstelling gemiddeld op € 308.000. Ongeveer 1/3 van het aantal te koop staande woningen betreft een nieuwbouwhuis.
- › Tot een aanschafprijs van € 200.000 is er meer vraag dan aanbod.
- › Boven de € 200.000 is het aanbod juist groter dan de vraag.
- › De duurste woningen liggen in waterrijke gebieden zoals de kustregio en het Friese en Overijsselse merengebied.

Regionale trends verkoopmarkt recreatiewoningen

Brabant is de enige regio in Nederland waar het prijsniveau van verkochte recreatiewoningen nog onder de € 150.000 ligt. In de andere regio's ligt de gemiddelde verkoopprijs rond de € 200.000. In de periode 2021 -2022 stegen de prijzen in Noord-Brabant met 3% terwijl landelijk sprake was van een stijging van een gemiddelde stijging van 24%.. Dit kan diverse oorzaken hebben maar het impliceert dat de krapte in Noord-Brabant minder groot is dan landelijk.

De NVM rapportage beoordeeld Noord-Brabant wel als een regio met veel krapte op de markt voor recreatiewoningen. Met een kraptefactor van circa 2,5 heeft een potentiële koper slechts keuze uit maar 2,5 woningen. Er is dus nog steeds sprake van een verkopersmarkt. Bij een factor tussen de 5 en 10 is sprake van een evenwichtige markt.

3.3 BESCHIKBAAR AANBOD EN MAKELAARS

Aanbod bij omliggende parken

In de afgebakende marktregio liggen diverse andere recreatieparken waarop recreatiewoningen te koop worden aangeboden. Een rondgang via deskresearch langs deze parken leert het volgende:

- › Landal de Brabantse Wal bestaat uit 105 woningen. Hiervan zijn nog 25 woningen niet verkocht. Dit zijn luxe woningen met een hoge prijsstelling (€ 330.000 tot en met € 530.000). Op het park werden ook 46 tinyhouses aangeboden voor een prijs van rond de € 150.000. Die zijn inmiddels allemaal verkocht. De verkoop van dit project is snel verlopen mede door een professionele verkooppartij en een professionele verhurende partij (Landal).
- › Verder is het beschikbare aanbod in de regio niet groot. In Wernhout worden een drietal kavels aangeboden voor € 75.000 (325 m²), waarop een recreatiewoning kan worden gerealiseerd.
- › Huizen in het hogere prijssegment (tussen de € 300.000 en € 400.000) worden bij een tweetal parken aangeboden.
- › Alle overige (minimaal aantal) aangeboden recreatiewoningen en chalets liggen wat prijsniveau betreft onder de € 300.000.
- › Wat opvalt is dat de huizen/chalets over het algemeen op grote kavels staan van 500 tot 600 m².

Rondgang makelaars

Makelaars merken ook dat de tijden van enorme groei voorbij zijn. West-Noord-Brabant is toeristisch niet de meest aantrekkelijke regio. Er is veel aanbod in de regio. Alleen een park met een onderscheidend en goed concept verhuurd door een professionele marktpartij is kansrijk. De verkoop moet ter hand worden genomen door professionele verkooppartij. De prijsstelling mag ook niet te hoog zijn. Zij geven aan dat er tot een prijsstelling van € 150.000,- de meeste kansen liggen in de regio.

3.4 CONCLUSIE: BEHOEFTE KOOPMARKT

Conclusie: er is voldoende behoefte vanuit de koopmarkt

De markt voor recreatiewoningen in West-Noord-Brabant is nog steeds krap. De markt is echter wel minder gunstig dan in de meeste andere delen van Nederland en wordt steeds minder krap. Park de Brabantse Wal laat wel zien dat er nog steeds kansen liggen. Van dit park is inmiddels meer dan driekwart van de woningen in een betrekkelijk korte tijd verkocht. Daarbij staat er in de directe omgeving ook weinig ander aanbod te koop. Van belang is een goed en onderscheidend concept. In de markt gezet door een professionele verkoop en verhuurorganisatie. Met de beoogde herontwikkeling wordt op beide punten aangesloten.

De prijzen van recreatiewoningen liggen in Noord-Brabant lager dan gemiddeld in Nederland. Dit geeft aan dat de prijs van nieuwe recreatiewoningen niet te hoog moet worden ingestoken. Onder de €300.000 is het aanbod beperkt en zijn de kansen het grootst. Een hogere prijsstelling achten we minder kansrijk. Makelaars geven zelfs aan dat een prijsstelling tot €150.000,- het meeste kansen biedt. Een (groot) deel van het aanbod op de beoogde herontwikkeling sluit aan bij de prijs onder €300.000.

Gezien de huidige krapte van de markt in combinatie met de aansluiting van het concept bij de wensen van kopers acht Ginder het aannemelijk dat de behoefte vanuit de koopmarkt voldoende groot is.



4

Behoeftte
verhuurmarkt



4.1 INLEIDING

Marktruimte vanuit de totale toeristische verhuurmarkt

In dit hoofdstuk wordt de behoefte voor de ontwikkeling vanuit de toeristische verhuurmarkt bepaald. Hiervoor is het belangrijk dat er voldoende marktruimte is voor de verhuur van 150 recreatiewoningen. Alle woningen worden in de verhuur gezet. Dat betekent dus dat het aantal recreatiewoningen op de verhuurmarkt na de herontwikkeling in de marktregio toeneemt met 150 eenheden.

Methodiek berekening totale marktruimte verhuurmarkt

We ramen de marktruimte vanuit de verhuurmarkt op de volgende manier:

1. Eerst bepalen we het marktgebied van de ontwikkeling. Het marktgebied is beschreven in paragraaf 3.1 (COROP West-Noord-Brabant).
2. Vervolgens analyseren we de marktruimte als gevolg van reguliere vraaggroei in paragraaf 4.2. De marktruimte voor reguliere vraaggroei beantwoordt de vraag: is er op termijn voldoende ruimte voor nieuw verblijfsaanbod zonder dat dit in (te) grote mate ten koste gaat van bestaand aanbod? We gebruiken hiervoor een extrapolatie van de historische vraaggroei, maar besteden ook aandacht aan trends en ontwikkelingen. Op deze manier ramen we het benodigde aantal nieuwe recreatiewoningen in 2032. In de volgende paragraaf wordt deze methodiek verder toegelicht.
3. Daarna brengen we de additionele vraag in beeld. Als een concept onderscheidend genoeg is, kan het namelijk ook zelfstandig (dus niet uit de reguliere vraaggroei), nieuwe markten aantrekken naar het marktgebied. Dit doen we in paragraaf 4.3.
4. Tot slot trekken we een conclusie voor de gehele marktruimte door het cijfer van de marktruimte voor reguliere vraag op te hogen met de additionele vraag.

4.2 BEHOEFTE VANUIT REGULIERE VRAAG

In deze paragraaf wordt de marktruimte voor nieuwe recreatiewoningen in de marktregio West-Noord-Brabant geraamd. De marktruimte gaat in op de vraag hoeveel recreatiewoningen in de toekomst (tot en met 2032) extra kunnen worden gerealiseerd om aan de 'reguliere' toeristische vraag te voldoen. De marktruimte is geraamd voor een periode van zeven jaar (2022 t/m 2032), in een realistisch, pessimistisch en optimistisch scenario. We starten in 2022 omdat er vanuit dit jaar al betrouwbare cijfers beschikbaar zijn. We kiezen voor een periode van tien jaar omdat de volledige realisatie van het park naar verwachting wel enige tijd in beslag neemt. Naar verwachting zal dit gaan om enkele jaren. Daarna duurt het nog enkele jaren tot de exploitatie helemaal draait. Een periode van tien jaar is daarnaast gebruikelijk voor Ladderonderbouwingen van recreatieontwikkelingen.

Methodiek berekening marktruimte vanuit reguliere vraag

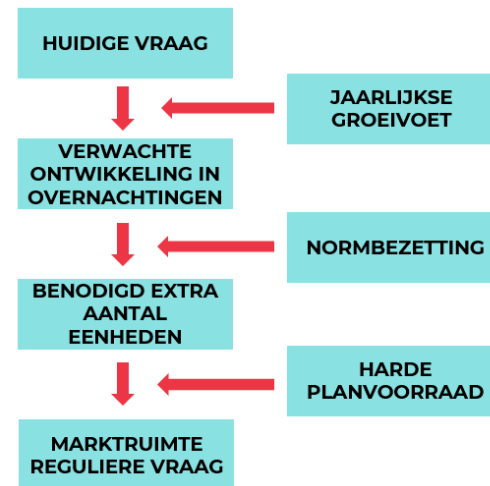
Om de marktruimte te bepalen, is de volgende methodiek gehanteerd (zie Afbeelding 4.1):

- De basis van de raming is een trendextrapolatie. De verwachte omvang van de vraag is namelijk gebaseerd op de historische ontwikkeling van het aantal overnachtingen (de vraag) in de deelmarkt huisjesterreinen. De historische ontwikkeling is in kaart gebracht aan de hand van vraagcijfers van het CBS en op basis hiervan is een gemiddelde jaarlijkse groeivoet berekend;
- De trendextrapolatie wordt verfijnd met factoren die de vraaggroei kunnen beïnvloeden, zoals groeiprognoses en trends en ontwikkelingen

in de verblijfsrecreatie sector en samenleving;

- Aan de hand van de jaarlijkse groeivoeten is de verwachte vraag voor 2032 berekend (het verwachte aantal overnachtingen);
- Deze vraag is vervolgens vertaald naar het aantal recreatiewoningen dat nodig is om deze extra vraag te absorberen, door de groei aan overnachtingen te relateren aan de normbezetting die nodig is voor een duurzame toeristische exploitatie van recreatiewoningen;
- Tot slot is aan de hand van aanbodcijfers van het CBS bekeken hoe veel huisjes er in 2023 al extra gerealiseerd waren t.o.v. 2022. Dit aantal huisjes in van het benodigd aantal woningen afgehaald.
- Als laatste stap wordt het benodigd aantal extra eenheden vergeleken met de huidige harde planvoorraad in de gemeenten binnen de marktregio. Dit zijn plannen waarvan het bestemmingsplan al onherroepelijk is en/of de bouwvergunning al afgegeven is.

Afbeelding 4.1. Schematische weergave methodiek raming.



Raming marktruimte aantal recreatiewoningen

In Tabel 4.1. hiernaast wordt de raming voor de marktruimte voor recreatiewoningen getoond. Aan de hand van de cijfers die voor de stappen in de raming staan lichten we de stappen hierna één voor één toe.

Op basis van de raming komen we dus tot de volgende marktruimte voor nieuw aanbod recreatiewoningen in de periode tot en met 2033:

- Pessimistisch scenario: **115 recreatiewoningen;**
- Realistisch scenario: **167 recreatiewoningen;**
- Optimistisch scenario: **221 recreatiewoningen.**

Dit betekent dat er in het realistische en optimistische scenario vanuit alleen al de reguliere vraaggroei voldoende marktruimte is voor de toevoeging van de 150 recreatiewoningen. In het pessimistische scenario is er ruimte voor ca. 115 recreatiewoningen.

1 Aantal accommodatienachten 2022 (163.317)

In Tabel 4.2. is de historische vraagontwikkeling (2012-2022) voor huisjesterreinen in Noord-Brabant weergegeven (bron CBS). Het is af te lezen dat het aantal persoonsovernachtingen in huisjesterreinen in 2022 op een totaal van 4.877.000.

Tabel 4.2. Historische vraagontwikkeling huisjesterreinen Noord-Brabant.

Jaartal	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Groeivoet 2012-2022	Gemiddelde jaarlijkse groei 2012-2022	Gemiddelde jaarlijkse groei 2017-2022
Aantal overnachtingen huisjesterreinen Noord-Brabant (x 1.000)	4.260	4.324	4.003	4.549	4.595	3.826	3.894	4.610	3.440	4.160	4.877	14,5%	1,7%	5,0%

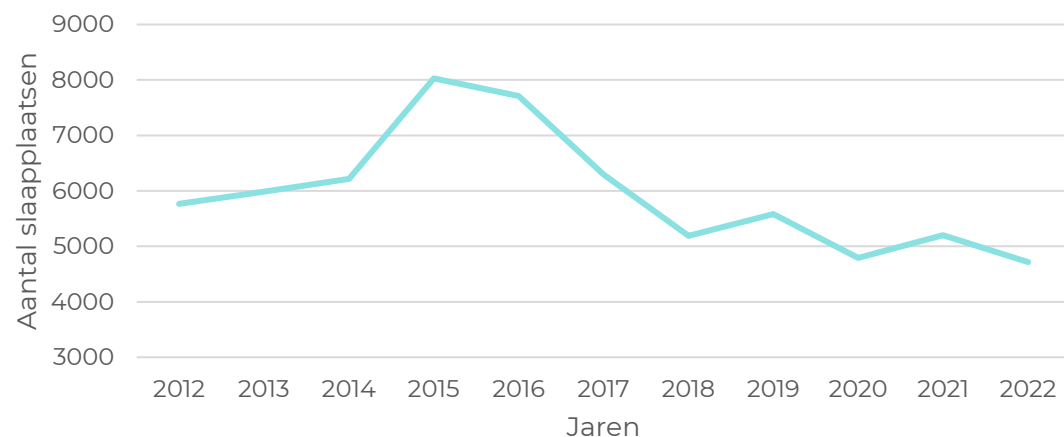
Tabel 4.1. Raming marktruimte (uit reguliere vraaggroei).

	Scenario	Pessimistisch	Realistisch	Optimistisch
1	Totaal accommodatienachten 2022	163.317	163.317	163.317
2	Groeipercantage vraag 2022-2032	2%	2,5%	3%
	Aantal overnachtingen 2032	199.083	209.060	219.485
3	Normbezetting	52,5%	52,5%	52,5%
	Aantal benodigde recreatiewoningen 2032	1.039	1.091	1.145
4	Aantal recreatiewoningen 2022	943	943	943
	Saldo benodigde extra recreatiewoningen 2022-2032	96	148	202
5	Verwachting uit de markt gehaald 2022 t/m 2032	-210	-210	-210
	Ruimte nieuwe recreatiewoningen t/m 2032	306	358	412
6	Harde planvoorraad	191	191	191
	Marktruimte t/m 2032	115	167	221

Het CBS beschikt niet over vraagcijfers op COROP-niveau. Daarom zijn er geen precieze vraagcijfers beschikbaar voor de regio West-Noord-Brabant. Via de volgende methode is daarom het aantal overnachtingen in de marktregio geraamd:

- Allereerst is het aanbod (in slaappleaatsen en eenheden) van recreatiewoningen op huisjesterreinen in de COROP regio West-Noord-Brabant in kaart gebracht. Het CBS beschikt over cijfers over het aantal slaappleaatsen. In juli 2022 waren er in de COROP regio West-Noord-Brabant 4.715 slaappleaatsen op huisjesterreinen. Door dit aantal door 5 te delen (gemiddeld 5 slaappleaatsen per woning) komen we op een aantal van 943 recreatiewoningen. Onderstaande grafiek laat de ontwikkeling van het aantal recreatiewoningen in de periode 2012-2022 zien. Over de laatste tien jaar, en met name de laatste 5 jaar, zien we een daling. Dit komt omdat (vaak) verouderd aanbod uit de verhuurmarkt gehaald is. Een afname impliceert ruimte voor nieuwe ontwikkelingen.

Afbeelding 4.2. Ontwikkeling slaappleaatsen op huisjesterreinen in West-Noord-Brabant.



- Vervolgens is de bezettingsgraad van de woningen in de marktregio in 2022 geraamd. Doordat het CBS niet beschikt over vraagcijfers op het niveau COROP-regio is dit op een hoger niveau, namelijk de provincie Noord-Brabant gedaan. Het aantal slaappleaatsen in Noord-Brabant op huisjesterreinen in 2022 betrof 35.200. In combinatie met het aantal overnachtingen van 4.877.000 komen we tot een gemiddelde woningbezetting op huisjesterreinen in Noord-Brabant van ca. 47,4%. Hierbij is gerekend met gemiddeld 5 slaappleaatsen per recreatiewoning en gemiddeld 4 personen die per bezette nacht in een recreatiewoning overnachten.
- Aan de hand van de bezettingsgraad (47,4%) en het aanbod (884 recreatiewoningen) is het huidig aantal woningovernachtingen in recreatiewoningen op huisjesterreinen in de marktregio West-Noord-Brabant geraamd. Dit zijn er **163.317**.

2 Groeipercentage en aantal overnachtingen 2032

De jaarlijkse groeivoet van de vraag naar huisjesterreinen in Noord-Brabant is uit te lezen in Tabel 4.2 op de volgende pagina, namelijk ca. 1,7% over de periode 2012 t/m 2022. Op basis van trendextrapolatie zouden we deze groeivoet dus moeten kiezen als groeipercentage van de vraag voor de komende jaren. Echter, om tot een realistisch percentage te komen nemen we groeiprognoses die gedaan zijn door verschillende partijen in beschouwing. Dit zijn:

- In 2018 heeft NBTC Holland Marketing een verwachting voor de totale toeristische markt in Nederland geformuleerd. Tot en met 2030 werd er

- › een gemiddelde jaarlijkse groei van 1,9% voor de binnenlandse markt en 3,7% voor de buitenlandse markt verwacht. In de geactualiseerde verwachting verblijfstoerisme wordt aangegeven dat men gezien het herstel van het toerisme na corona geen redenen heeft om deze verwachting bij te stellen.
- › Meer recent is op basis van het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) de verwachting uitgesproken dat de markt voor vakantieparken zich in 2023-2024 volledig heeft hersteld van de coronacrisis. Vervolgens wordt ervan uitgegaan dat de vakantiemarkt vanaf dat moment met 1% per jaar zal groeien, waarbij de binnenlandse markt harder groeit dan de buitenlandse (bron: Toekomstperspectief Nederlandse Vakantiepark 2030).
- › Tabel 4.2. toont dat de vraaggroei de laatste vijf jaren (2017-2022) sterker was dan de eerste vijf jaren (2012-2017). De gemiddelde jaarlijkse vraaggroei was toen ca. 5,0%. Brede ervaring in de Brabantse markt van Ginder bevestigt dit. Brabant is populairder aan het worden als vakantieprovincie.
- › In Bijlage B zijn meer relevante trends en ontwikkelingen opgenomen, welke effect (kunnen) hebben op de toekomstige vraag naar vakantieparken.

Op basis van bovenstaande prognoses en trends schat Ginder in dat de trendextrapolatie iets naar boven moet worden bijgesteld. **In het optimistische scenario rekenen we daarom met een jaarlijkse**

marktgroei van 2,5% voor de periode 2022-2032. In het pessimistische scenario rekenen we met een groeipercentage van 2,0% en in het optimistische scenario met 3,0%.

Door het huidige aantal overnachtingen te relateren aan deze percentages voor de jaren 2022-2032 komen we tot de volgende aantal overnachtingen in 2032:

- › Pessimistisch scenario: **199.083 overnachtingen;**
- › Realistisch scenario: **209.060 overnachtingen;**
- › Optimistisch scenario: **219.485 overnachtingen.**

3 Normbezetting en aantal benodigde recreatiewoningen 2032

Qua normbezetting rekenen we met een **percentage van 52,5%**. Ginder raamt dat er momenteel een normbezetting van ca. 50% nodig is in de marktregio om tot een marktconform rendement op het eigen vermogen en een verantwoord percentage kapitaallasten ten opzichte van de verwachte omzet te komen. Landelijk ligt dit hoger, maar doordat met name recreatiegrond in deze marktregio relatief goedkoop is, is het percentage hier wat lager. Echter, wij schatten in dat de exploitatielasten de komende jaren onder invloed van aanhoudende inflatie nog verder zal stijgen. Een hogere bezetting is daarom nodig om onder de streep hetzelfde over te houden. Daarbij zijn de benodigde middelen voor investeringen ook gestegen. Dit betekent dat de normbezetting ruim 5% hoger ligt dan de huidige bezetting in Noord-Brabant. Aan de hand van de normbezetting en het aantal overnachtingen kan het aantal benodigde recreatiewoningen in het marktgebied in 2032 worden berekend:

- › Pessimistisch scenario: **1.039 woningen**;
- › Realistisch scenario: **1.091 woningen**;
- › Optimistisch scenario: **1.145 woningen**.

Deze aantallen zijn lager dan de toevoeging in overnachtingen omdat de huidige gemiddelde bezetting onder de normbezetting ligt.

4 Aantal recreatiewoningen en saldo benodigde extra recreatiewoningen 2022-2032

Uit Afbeelding 4.2. is het aantal slaapplekken in 2022 in recreatiewoningen op huisjesterreinen in de marktregio af te lezen, namelijk 4.715. Door dit aantal door 5 te delen (gemiddeld 5 slaapplekken per woning) komen we op een aantal van **943 recreatiewoningen**. Door dit aantal af te halen van het aantal benodigde recreatiewoningen in 2032 komen we tot het saldo benodigde recreatiewoningen 2022-2032:

- › Pessimistisch scenario: **96 woningen**;
- › Realistisch scenario: **148 woningen**;
- › Optimistisch scenario: **202 woningen**.

5 Verwachting uit de markt gehaald 2022-2032 en ruimte nieuwe recreatiewoningen 2022-2032

Afbeelding 4.2. toont dat het aantal slaapplekken in recreatiewoningen op huisjesterreinen in de periode 2012-2022 is gedaald van 5.766 slaapplekken naar 4.715 slaapplekken. Een daling van 1.051 slaapplekken. Met een gemiddeld aantal slaapplekken van vijf per woning betekent dit een daling van ca. 210 woningen, ca. 21 per jaar. Het is daarom redelijk te verwachten dat er de komende tien jaar ook woningen uit de verhuurmarkt gehaald worden. We rekenen daarbij met de conservatieve schatting van ca. 21 woningen per jaar. **Dit komt dus neer op 210 woningen de komende tien jaar.** Deze benadering mag conservatief

genoemd worden omdat het aantal slaapplekken op de verhuurmarkt de afgelopen vijf jaar (2017-2022) zelfs nog sneller daalde. Van 6.295 (2017) naar 4.715 (2022). Dit is een daling van 1.580 slaapplekken (316 woningen), ca. 63 woningen per jaar. Daarnaast beschikt het CBS al over voorlopige cijfers van 2023. Hieruit blijkt dat er in 2023 al 84 recreatiewoningen minder waren dan in 2022.

Als we de 210 woningen optellen bij het saldo benodigde extra recreatiewoningen dan komen we op de ruimte voor nieuwe recreatiewoningen in de periode 2022-2032:

- › Pessimistisch scenario: **306 woningen**;
- › Realistisch scenario: **358 woningen**;
- › Optimistisch scenario: **412 woningen**.

6 Harde planvoorraad en marktruimte t/m 2032

Bij alle gemeenten is het marktgebied is de harde planvoorraad uitgevraagd. Hieruit is één nieuw plan naar voren gekomen, namelijk een plan van 40 eenheden in de gemeente Drimmelen. Daarnaast weten we dat Landal Brabantse Wal in aanbouw is en hoogstwaarschijnlijk nog niet meegenomen is in de cijfers van het CBS. Dit plan is echter al wel hard en beslaat 151 recreatiewoningen. **De totale, bij ons bekende, harde planvoorraad bedraagt daarom 191 eenheden.**

Om tot de marktruimte voor recreatiewoningen (vanuit reguliere vraaggroei) te komen, moet de harde planvoorraad van de hiervoor benoemde ruimte worden afgehaald. We komen dan tot de volgende marktruimte:

- › Pessimistisch scenario: **115 woningen**;
- › Realistisch scenario: **167 woningen**;
- › Optimistisch scenario: **221 woningen**.

4.3 BEHOEFTE VANUIT ADDITIONELE VRAAG

Naar verwachting zal de beoogde ontwikkeling ook zorgen voor (een beperkte) additionele vraag naar recreatiewoningen in West-Noord-Brabant. In deze paragraaf wordt de additionele vraag in kaart gebracht.

Redenen voor additionele vraag

Als een concept voldoende onderscheidend is kan het zelfstandig (dus niet uit de reguliere vraaggroei, zoals geanalyseerd in de vorige paragraaf), nieuwe markten aantrekken. De gasten die door deze additionele vraag worden aangetrokken zouden zonder de toevoeging van de eenheden niet in West-Noord-Brabant verblijven in een recreatiewoning.

Op hoofdlijnen kan additionele vraag op vier manieren worden gecreëerd:

1. Een toeristische ontwikkeling (nieuwe accommodatie/nieuwe faciliteiten) in een marktregio waar op dit moment nog geen of minder verblijfsfaciliteiten voor de doelgroep aanwezig zijn;
2. Een nieuw logiesbedrijf op een toeristisch aantrekkelijke locatie in de marktregio waar op dit moment nog geen verblijfsrecreatie aanwezig is;
3. Een unieke verblijfsaccommodatie die erg bijzonder is in de regio en daarom op zichzelf gasten trekt;
4. Het aantrekken van een (vaak grote) marktpartij die met de merknaam nieuwe gasten naar de marktregio trekt.

Additionele vraag beoogde herontwikkeling

In de regio West-Noord-Brabant zijn is al logiesaanbod aanwezig. Echter, als we verder inzoomen op dit logiesaanbod zien we in grote lijn twee manieren waarop de beoogde herontwikkeling additionele vraag zal

genereren:

1. In de herontwikkeling zullen een aantal 2-persoons appartementen worden ontwikkeld. Op dit moment zijn er geen andere recreatieparken in de marktregio die appartementen of 2-persoonswoningen aanbieden. Het is daarom erg waarschijnlijk dat er een nieuwe doelgroep (op zoek naar 2-persoons woningen op een recreatiepark) door de realisatie van de beoogde herontwikkeling naar het marktgebied wordt getrokken.
2. De woningen zullen gethematiseerd worden. Hiermee wordt het product direct onderscheidend van aanbod dat er al is op de verhuurmarkt in het marktgebied. Er wordt ingespeeld op de wensen van een specifieke doelgroep. Dit zorgt voor additionele vraag.

Een extra manier waarop er additionele vraag gecreëerd kan worden is door de exploitatie onder te brengen bij een bekende marktpartij die nog niet in het marktgebied aanwezig is. Dit is beoogd, maar op het moment van schrijven van dit rapport nog niet rond.

Behoeft vanuit additionele vraag

Al met al verwachten we een beperkte additionele vraag van ca. 2.000 overnachtingen. Omgerekend bedraagt dit **ca. 10 woningen** (gerekend met een normbezetting van 52,5%).

4.4 TOTALE MARKTBEHOEFTE VERHUURMARKT

Marktruimte vanuit de verhuurmarkt

De totale marktruimte vanuit de verhuurmarkt wordt berekend door de marktruimte vanuit reguliere vraaggroei en de marktruimte vanuit de additionele vraag bij elkaar op te tellen. Dit is gedaan in Tabel 4.3 hieronder.

Tabel 4.3. Totale marktruimte vanuit de verhuurmarkt.

Scenario	Pessimistisch	Realistisch	Optimistisch
Marktruimte uit reguliere vraaggroei	115	167	221
Marktruimte uit additionele vraag	10	10	10
Totale marktruimte vanuit de verhuurmarkt	125	177	231
Beoogde herontwikkeling	150	150	150
Overige marktruimte West-Noord-Brabant	-25	27	81

De totale marktruimte vanuit de verhuurmarkt voor recreatiewoningen bedraagt **177 woningen in het realistische scenario**. In het pessimistische scenario zijn dit er 125 en in het optimistische scenario 231. Dit betekent dat de beoogde herontwikkeling zowel in het realistische scenario als optimistische scenario binnen de marktruimte past. In het pessimistische scenario past dit net niet.

Aanvullende opmerkingen

Bij de hiervoor gepresenteerde marktruimte moet nog rekening worden gehouden met de volgende punten:

- **De raming van Ginder is behoudend uitgevoerd.** Enerzijds omdat er met een behoudend groeipercentage t.o.v. het groeipercentage de afgelopen jaren (5,0%) is gerekend. Anderzijds omdat er is gerekend met een behoudend aantal recreatiewoningen dat uit de markt gaat worden gehaald.
- Daarnaast is momenteel de gehele harde planvoorraad in de regio van de marktruimte afgehaald. Dit is hoogstwaarschijnlijk een overschatting. Ook deze ontwikkelingen zorgen namelijk voor een bepaalde additionele vraag. In dat geval wordt er minder vraag vanuit de reguliere marktgroei 'gebruikt'.
- Anderzijds zijn er bij ons een paar zachte plannen bekend. Voor deze plannen is de vergunning nog niet rond maar als deze vergunning wel rond komt dan zouden deze ook als extra planvoorraad moeten worden gerekend.

Al met al schatten we in dat de raming van de marktruimte conservatief is en dat er mogelijk nog meer ruimte tot en met 2032 beschikbaar is voor recreatiewoningen in de marktregio. In dat geval is het ook mogelijk dat er zelfs in het pessimistische scenario voldoende marktruimte is.



5

Benchmark

5.1 INLEIDING, BENCHMARKPARKEN EN WERKWIJZE

Samengesteld toeristisch product

Het toerisme is een samengesteld toeristisch product, bestaande uit de elementen *organisatie*, *accommodatie* en *omgeving* (zie Afbeelding 5.1. hiernaast):

- › *Omgeving*; het landschap, de dorpen en steden, cultureel erfgoed en de natuur;
- › *Organisatie*; het samenspel van dagtoeristische aanbieders en andere dienstverlening die de gastvrijheid bevordert (bijvoorbeeld routes en informatievoorzieningen);
- › *Accommodatie*; de verblijfsaccommodaties en de eigen voorzieningen en services van de verblijfsaanbieders.

Deze drie elementen werken in de vorm van een toeristisch ecosysteem samen.

De kwaliteit van het gehele samengestelde toeristisch product t.o.v. de prijs die de verblijfsaanbieder vraagt bepaalt of gasten willen boeken bij een verblijfsaanbieder. Anders verwoord: de kwaliteit van het gehele samengestelde product t.o.v. de prijs van de beoogde herontwikkeling bepaalt de behoefte naar de recreatiewoningen van Internationaal Priem. Hoe een gast zijn of haar verblijf ervaart hangt namelijk af van meerdere elementen zoals bijvoorbeeld de kwaliteit van de accommodatie, de toeristische infrastructuur en het landschap van de regio. De meeste gasten blijven tijdens hun verblijf namelijk niet alleen op het park maar ondernemen ook activiteiten in de regio.

Afbeelding 5.1. Samengesteld toeristisch product.



Meest vergelijkbare parken in het marktgebied

Uit de voorgaande hoofdstukken blijkt dat er in principe voldoende marktruimte is voor de beoogde herontwikkeling. Echter, om voldoende gasten te trekken moet het aanbod ook voldoende onderscheidend zijn in de regio en een goede prijs/kwaliteitverhouding hebben (met name ten opzichte van de meest vergelijkbare recreatieparken in de regio). Alleen dan zal de ontwikkeling daadwerkelijk voldoende vraag genereren en naar zich toe trekken. Daarom wordt in dit hoofdstuk gekeken of de ontwikkeling op basis van prijs/kwaliteit kan concurreren met ander, al bestaand, aanbod in West-Noord-Brabant.

Allereerst is onderzocht van welke recreatieparken in West-Noord-Brabant de beoogde herontwikkeling waarschijnlijk het meeste concurrentie zal ervaren. Dit is gedaan door per recreatiepark te kijken naar het aantal en de kwaliteit van de voorzieningen en de kwaliteit en het luxe-niveau van de accommodaties. Dit is gedaan op basis van de websites van de recreatieparken in het marktgebied. Vervolgens zijn de parken geplot in een matrix met hierin op de x-as de kwaliteit en het luxe niveau van de accommodaties en op de y-as het aantal en de kwaliteit van de (centrum)voorzieningen (zie Afbeelding 5.2). Uit deze matrix blijkt dat de volgende parken in het marktgebied het meest vergelijkbaar zijn:

- › Roompot de Katjeskelder;
- › Parc de Kievit;
- › RCN de Faasbloem;
- › Landgoed Bergvliet;
- › Capfun Camping Wondermolen.

Afbeelding 5.2. Vergelijking recreatieparken in marktgebied.

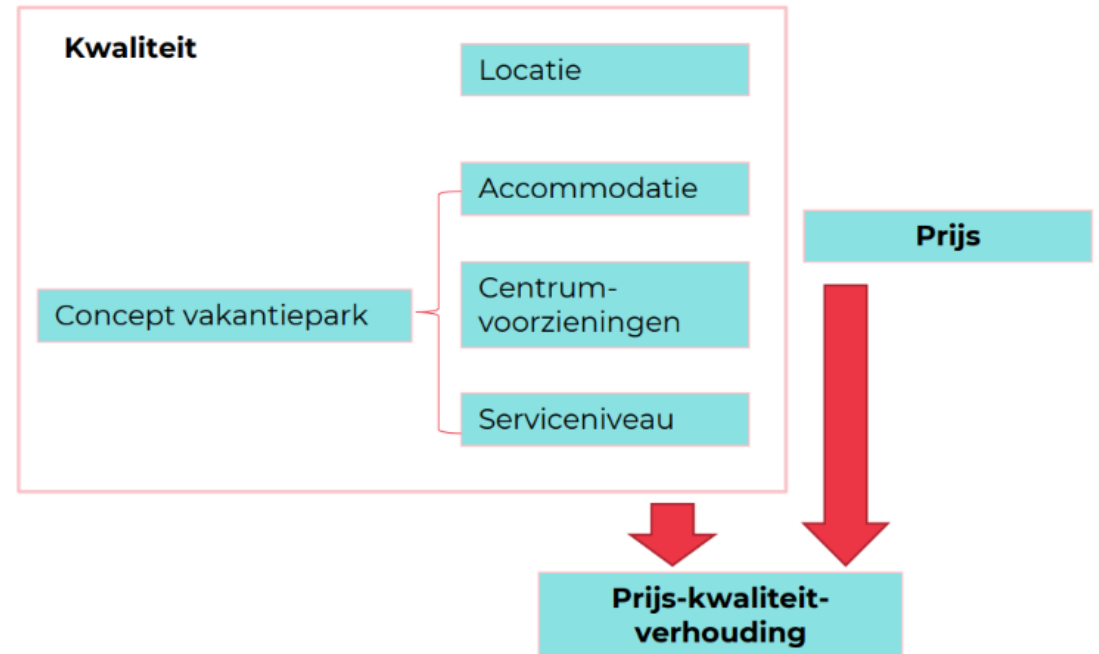


- | | |
|--------------------------------|---------------------------|
| 1 Capfun Camping Ponderosa | 5 Roompot de Katjeskelder |
| 2 Molecaten Park Bospad Hoeven | 6 Parc de Kievit |
| 3 RCN de Faasbloem | 7 Landgoed Bergvliet |
| 4 Capfun Camping Wondermolen | 8 Beoogde herontwikkeling |

Methodiek benchmark

Met de benchmark wordt beoordeeld hoe de recreatieparken scoren op het gebied van prijs en kwaliteit. De kwaliteit wordt bepaald door een vergelijking te maken op basis van accommodaties, (centrum)voorzieningen, service/dienstverlening en locatie. Voor de prijs is gekeken naar de prijszetting van de recreatiewoningen op de verschillende recreatieparken op dezelfde momenten in het jaar: in het hoog- en laagseizoen. Door deze twee 'scores' samen te voegen, komen we tot de concurrentiekracht (prijs-kwaliteitverhouding). Afbeelding 5.3. hiernaast geeft de methodiek schematisch weer.

Afbeelding 5.3. Schematische weergave methodiek benchmark.



5.2 BEOORDELING KWALITEIT

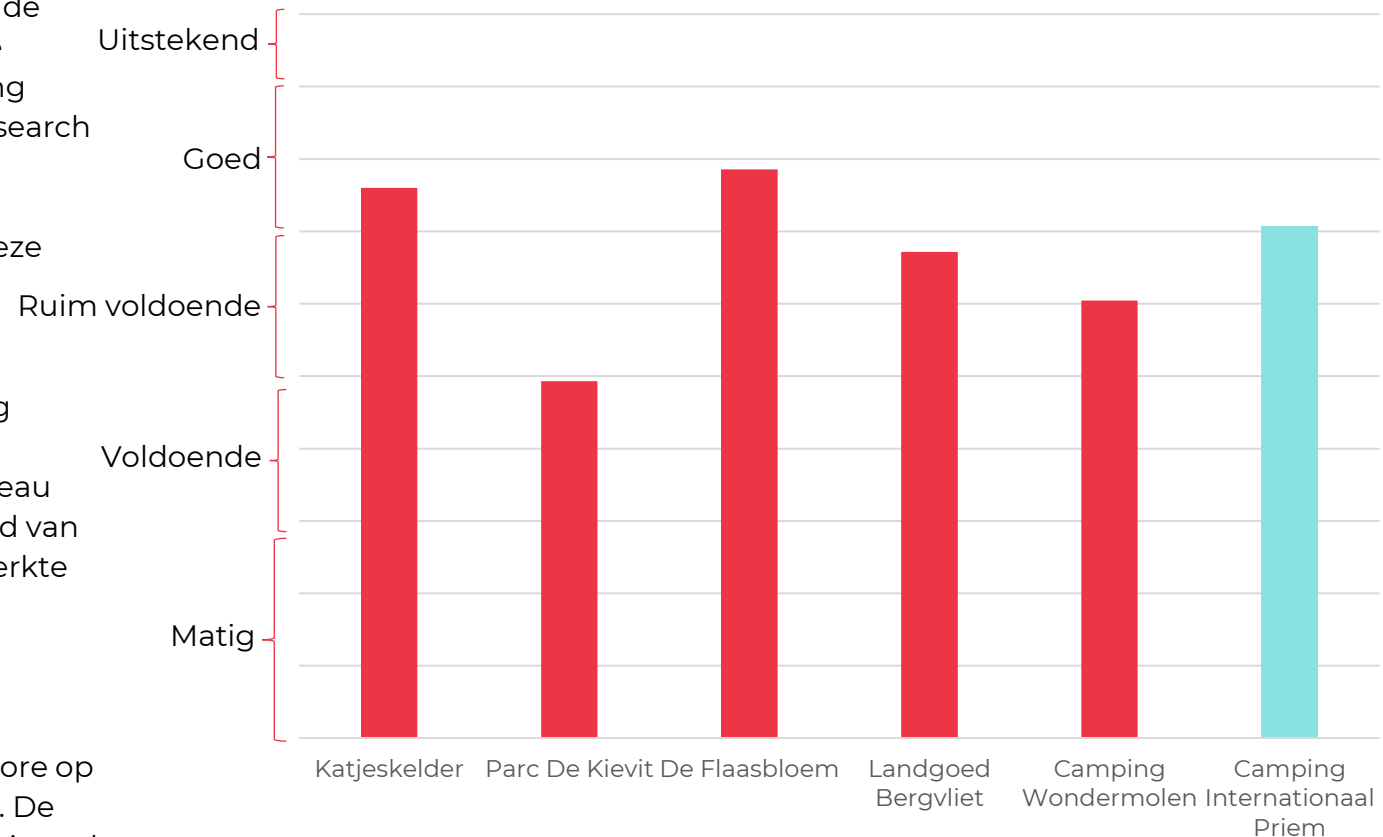
Kwaliteit benchmarkparken totaal

De beoordeling van de kwaliteit is door Ginder gedaan op basis van de accommodaties, de centrumvoorzieningen, het serviceniveau en de locatie. Al deze onderdelen wegen even zwaar mee in de beoordeling van de kwaliteit van het park. Dit is gedaan door middel van deskresearch en op basis van marktkennis. De recreatieparken zijn dus niet door adviseurs van Ginder bezocht. Tevens is geen contact gezocht met eigenaren/exploitanten van de recreatieparken. Kwaliteit moet in deze benchmark worden gelezen als 'alles wat bijdraagt aan het kunnen vragen van een hogere prijs'

De totale beoordeling van de kwaliteit is weergegeven in Afbeelding 5.4. De kwaliteit van de beoogde herontwikkelingen is dus over het algemeen goed. Met name op de accommodaties en het serviceniveau scoort de beoogde herontwikkeling bovengemiddeld. Op het gebied van (centrum)voorzieningen iets minder. Dit komt door het relatief beperkte aanbod (centrum)voorzieningen.

Op de volgende pagina's doorlopen we alle elementen waarop de kwaliteit beoordeeld is op een hoger detailniveau (accommodaties, centrumvoorzieningen, serviceniveau en locatie). De gemiddelde score op al deze punten is de totaalscore als gepresenteerd in Afbeelding 5.4. De beoogde herontwikkeling wordt weergegeven als Camping Internationaal Priem.

Afbeelding 5.4. Totaalscore kwaliteit



Accommodaties

De beoordeling van de accommodaties is gedaan op basis van een 6-persoonsaccommodaties van gemiddeld luxe niveau (per park).

Landgoed Bergvliet beschikt niet over 6-persoonsaccommodaties. Van dit recreatiepark is een 4-persoonsaccommodatie beoordeeld. Waar nodig is hiervoor een correctie doorgevoerd in de beoordeling. Afbeelding 5.5. toont de beoordeling van de accommodaties.

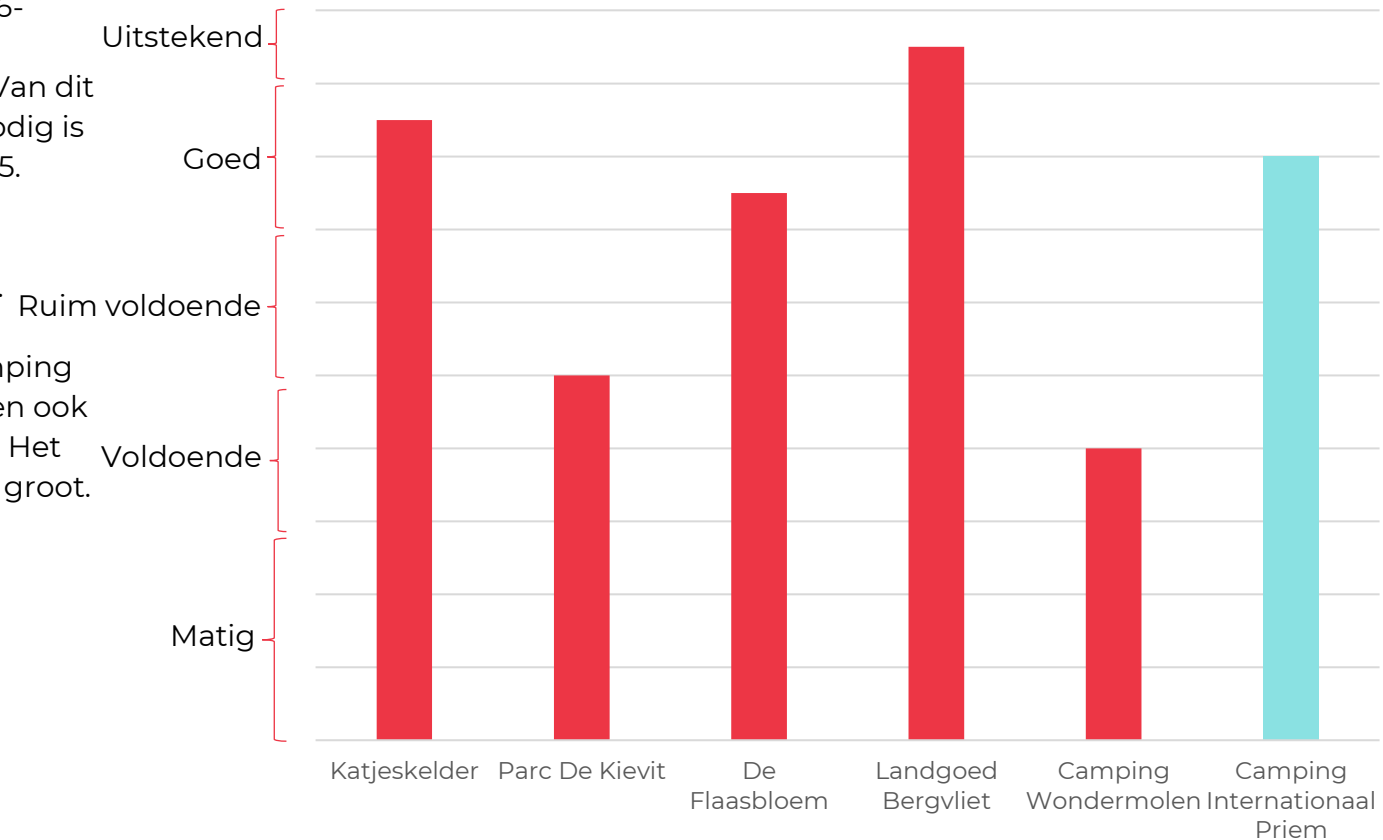
De beoogde omvang van de recreatiewoningen is gemiddeld groot.

De woningen van de Katjeskelder en Landgoed

Bergvliet zijn groter, terwijl de woningen van De Faasbloem en Camping wondermolen kleiner zijn. Op Parc de Kievit zijn de nieuwe woningen ook groter van omvang maar het gros van de bestaande woningen niet. Het aantal services en voorzieningen in de accommodatie is gemiddeld groot.

De woningen van de beoogde herontwikkeling hebben een goede uitstraling.

Afbeelding 5.5. Beoordeling accommodaties



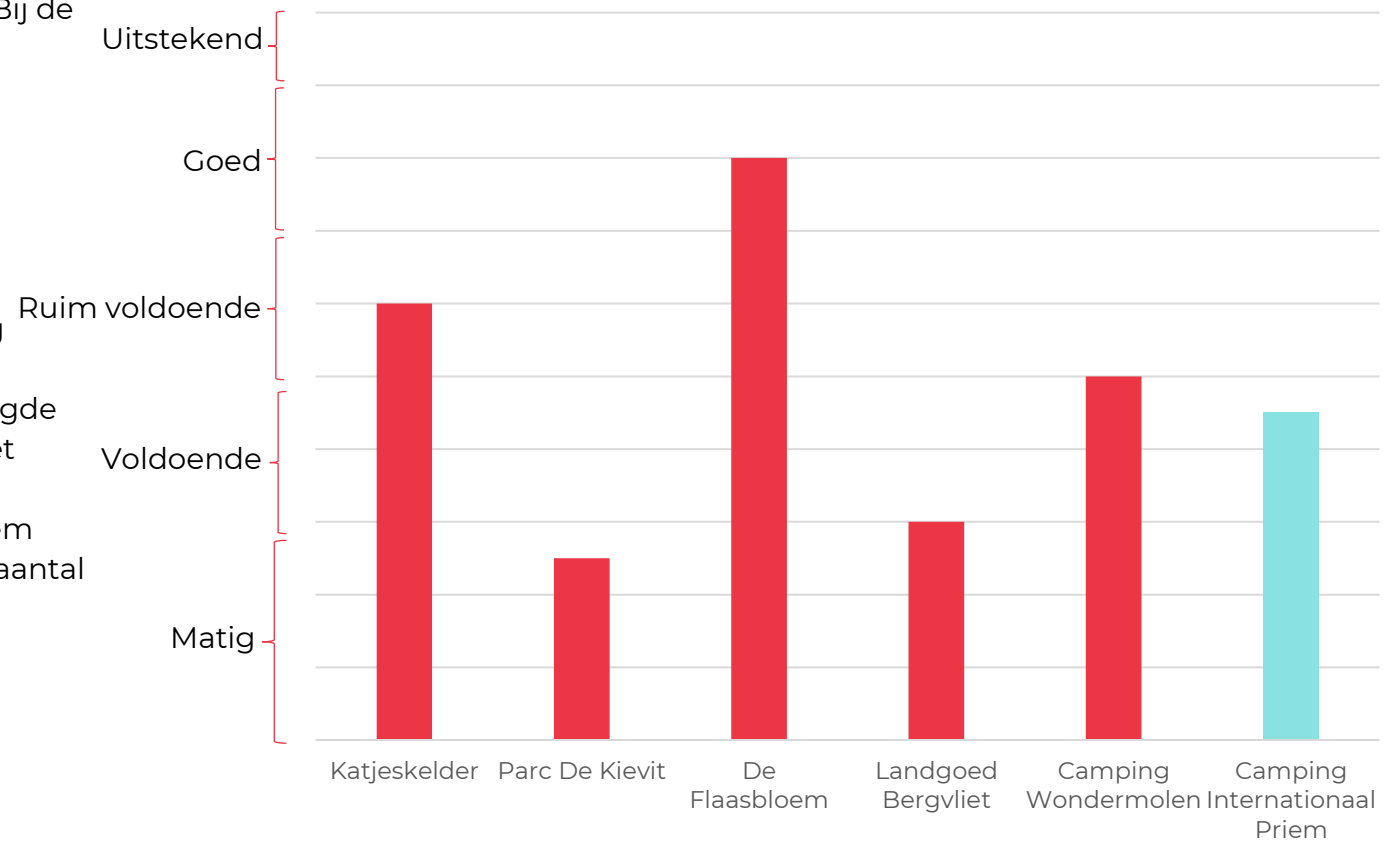
Voorzieningen

Afbeelding 5.6. toont de beoordeling van het voorzieningenniveau. Bij de beoordeling is ingezoomd op de volgende punten:

- › Aantal en kwaliteit zwemvoorzieningen;
- › Aantal en kwaliteit indoor (speel)voorzieningen;
- › Aantal en kwaliteit outdoor (speel)voorzieningen;
- › Aantal en kwaliteit horecapunten;
- › Aantal en kwaliteit supermarkten.

Zoals te zien is in Afbeelding 5.6 scoort de beoogde herontwikkeling ondergemiddeld. Dit heeft met name te maken met het beperkte voorzieningenniveau en niet met de beoogde kwaliteit van de beoogde voorzieningen (dit is wel goed). Parc de Kievit en Landgoed Bergvliet hebben echter substantieel minder (centrum)voorzieningen, terwijl Camping Wondermolen, de Katjeskelder en met name De Faasbloem beschikken over (veel) meer centrumvoorzieningen. Met name het aantal outdoor (speel)voorzieningen op deze parken is hoger.

Afbeelding 5.6. Beoordeling voorzieningenniveau



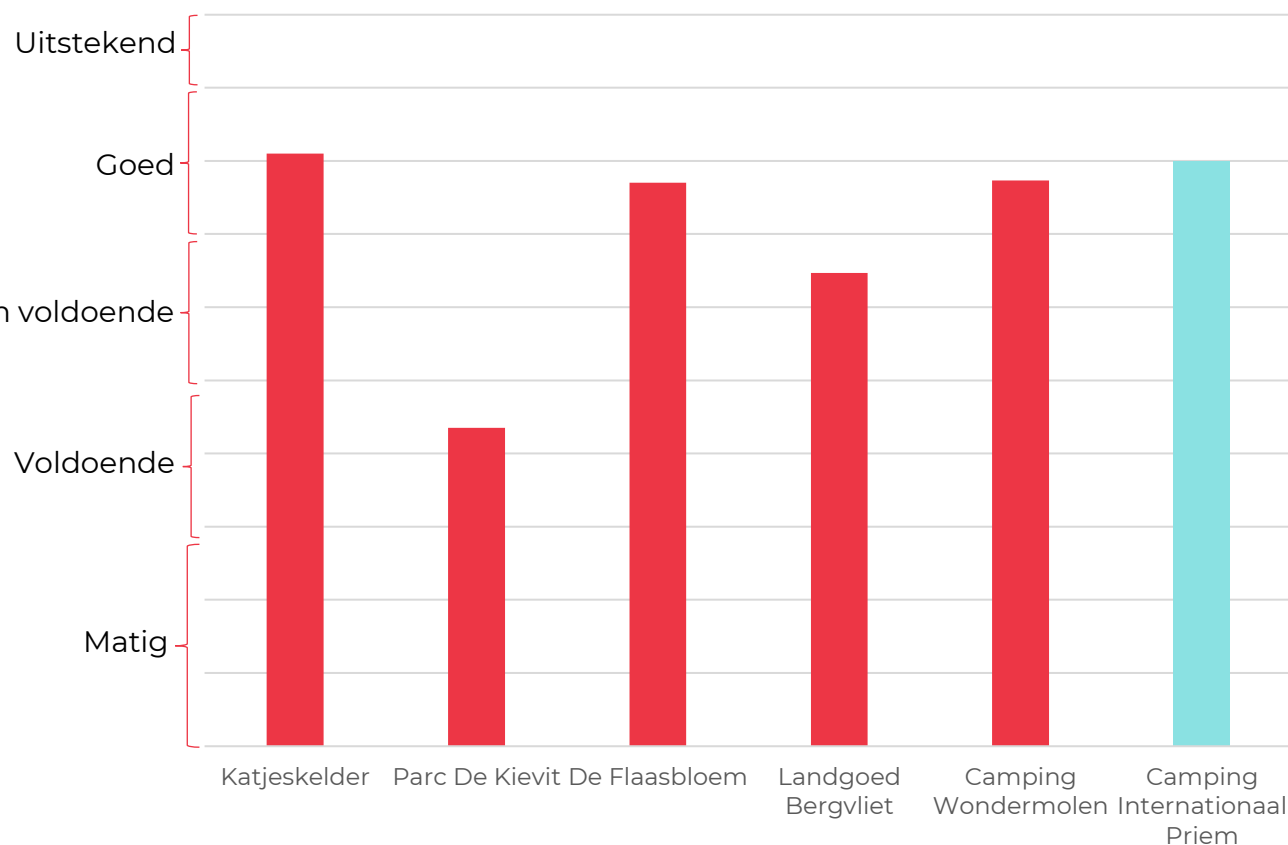
Service/dienstverlening

De score op het gebied van service/dienstverlening is berekend door in te zoomen op de Zoover beoordelingen van de parken. Gekeken is naar de volgende drie deelbeoordelingen:

- › De score op het gebied van service;
- › De score op het gebied van kindvriendelijkheid;
- › De score op het gebied van hygiëne.

De score van de beoogde herontwikkeling is nog niet bekend. Deze is ingeschat op basis van de plannen en de inzet hierin op service/dienstverlening door Ginder. De verwachting is dat het park met name op het gebied van service en hygiëne goed gaat scoren. Beide punten zijn erg belangrijk voor de beoogde doelgroepen. Omdat er ook veel woningen zullen zijn gericht op stellen en doordat het voorzieningenniveau beperkt is (en enigszins gericht op volwassenen) is de verwachting dat de score op het gebied van kindvriendelijkheid wat lager zal uitvallen. Afbeelding 5.7. toont de score van de parken. Uit Afbeelding 5.7 blijkt dat bijna alle parken goed scoren op het gebied van service/dienstverlening. Dit is dus echt een hygiënefactor (het moet op orde zijn anders is de gast ontevreden) en niet een factor waarmee de beoogde herontwikkeling zich echt kan onderscheiden in dit marktgebied.

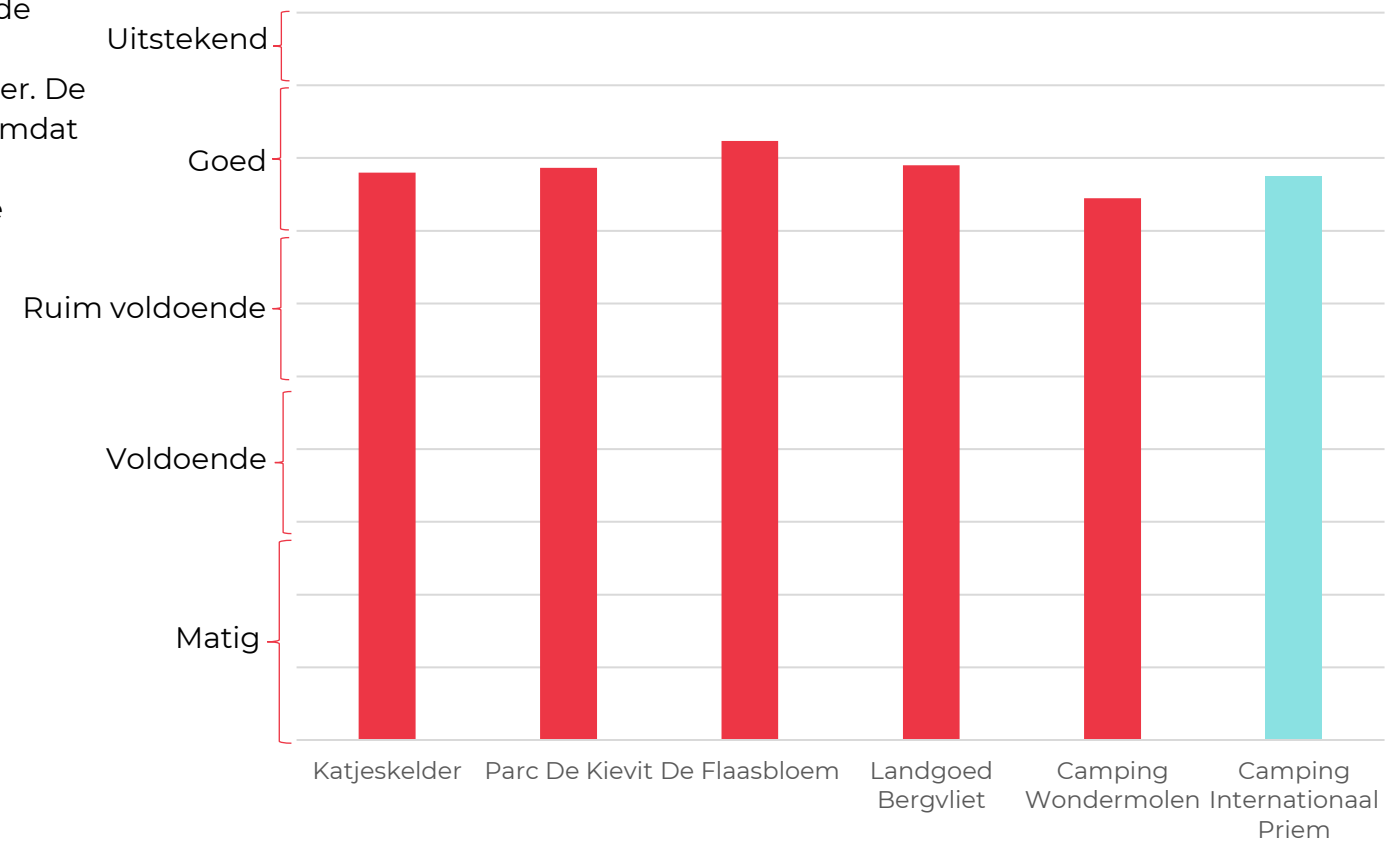
Afbeelding 5.7. Score service/dienstverlening



Locatie

De locatiebeoordeling is gedaan op basis van een gemiddelde van de beoordeling van de ligging op Zoover en/of Booking.com en een beoordeling van de toeristische trekkracht van de locatie door Ginder. De beoordeling van de locatie wordt weergegeven in Afbeelding 5.8. Omdat alle parken gelegen zijn in hetzelfde marktgebied zijn de verschillen in locatiebeoordeling minimaal. Kleine verschillen zijn te vinden in een ligging nabij een (groot) bos.

Afbeelding 5.8. Beoordeling locatie.



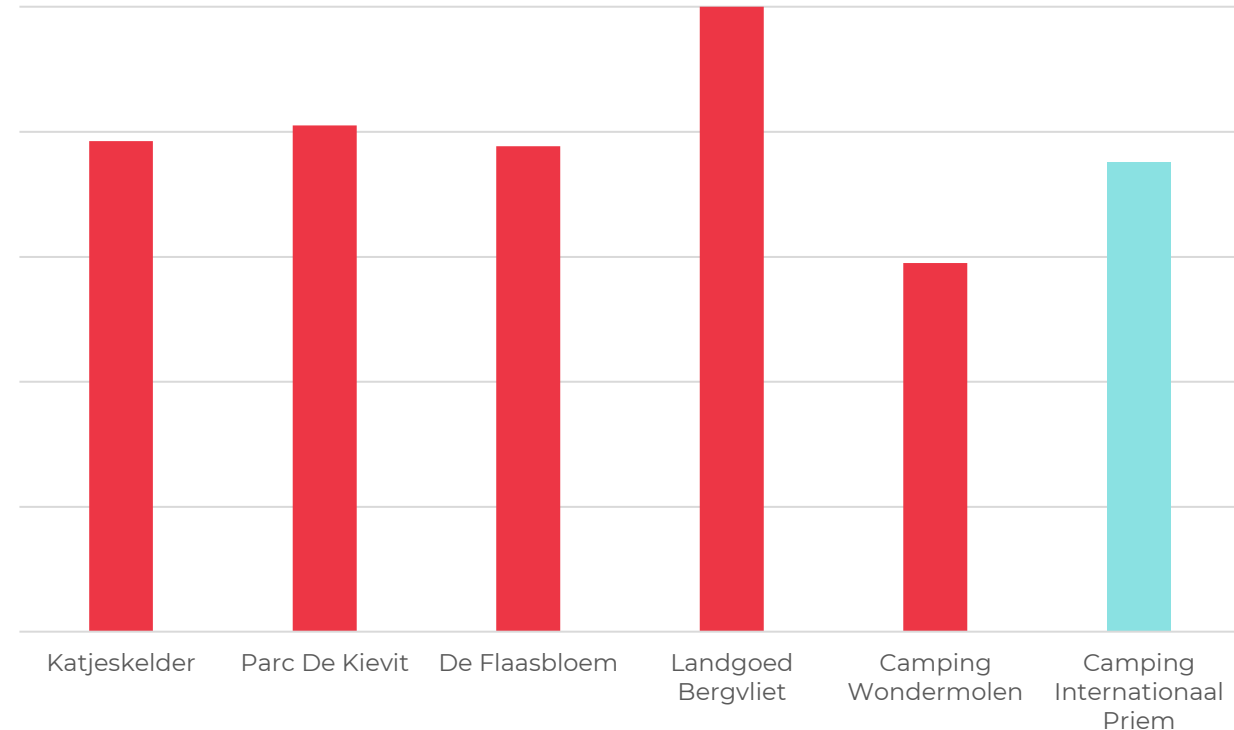
5.3 VERGELIJKING PRIJS

De kwaliteit zegt weinig over de concurrentiekracht wanneer deze niet in perspectief gezien wordt met het prijsniveau. Niet alleen de kwaliteit, maar met name de prijs-kwaliteitsverhouding bepaalt namelijk of gasten kiezen voor het overnachten op een recreatiepark. Het kwaliteitsniveau moet daarom ten minste in overeenstemming zijn met het prijsniveau om voldoende vraag te genereren en dus in te spelen op de marktruimte.

Daarom is voor de benchmarkparken en hun accommodaties ook naar de prijzen gekeken. In Afbeelding 3.8 worden de prijsniveaus vergeleken. Voor de prijsniveaus is gekeken naar de prijzen voor 3-nachten in het laagseizoen (doordeweeks in november) excl. additionele kosten als reserveringskosten, servicekosten en schoonmaakkosten et cetera. Daarnaast is gekeken naar de prijzen voor 3-nachten in het hoogseizoen (zomervakantie, bouwvakvakantie) excl. additionele kosten als reserveringskosten, servicekosten en schoonmaakkosten et cetera. Doordat veel recreatieparken met dynamic pricing werken, kan het zo zijn dat de prijzen over de tijd veranderen. Omdat Landgoed Bergvliet niet beschikt over een 6-persoonswoning is hiervoor gecorrigeerd in de prijs.

Uit Afbeelding 3.8. blijkt dat de beoogde prijsstelling van de herontwikkeling vrij gemiddeld is in het marktgebied. Camping Wondermolen hanteert een substantieel lagere prijsstelling terwijl Landgoed Bergvliet een substantieel hogere prijsstelling heeft. De overige parken hanteren vergelijkbare prijzen.

Afbeelding 3.8. Vergelijking prijsniveaus.



5.4 PRIJS-KWALITEIT MATRIX

Prijs-kwaliteitverhouding

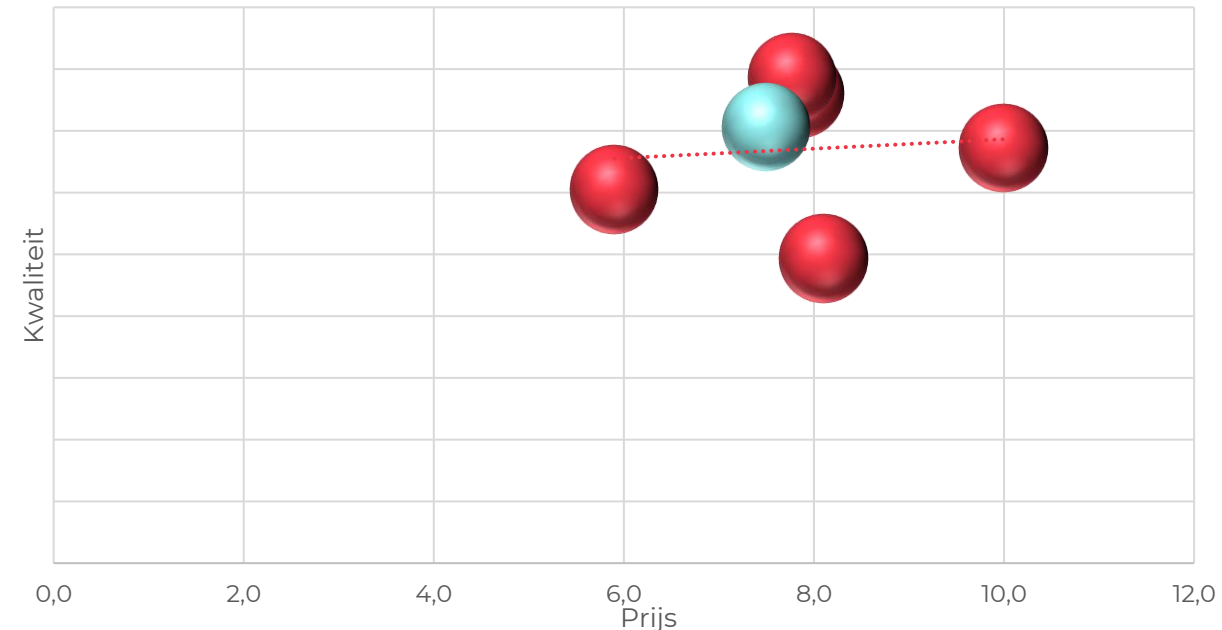
Afbeelding 3.9 toont de prijs-kwaliteitsvergelijking van de parken in de benchmark. De stippellijn is de gemiddelde trendlijn. Recreatieparken die onder de stippellijn liggen hebben, op basis van deze benchmark, een mindere prijs-kwaliteitsverhouding dan parken waarvan de bal in de grafiek boven de stippellijn ligt.

De bel van de beoogde herontwikkeling (lichtblauw) ligt iets boven de stippellijn. Dit houdt in dat er voor de verwachte kwaliteit een aantrekkelijke prijs gevraagd zal worden. Hierbij moet wel in het achterhoofd gehouden worden dat er hoogstwaarschijnlijk in de toekomst een prijspositionering op basis van dynamic pricing zal worden uitgevoerd. Hierdoor kan de prijs op den duur verhoogd worden waardoor er meer wordt opgeschoven richting de trendlijn.

Concurrentiekracht

De concurrentiekracht van de beoogde herontwikkeling is, doordat er een erg goede prijs-kwaliteitsverhouding is, voldoende hoog om een gedeelte van de vraag naar zich toe te trekken. Hierdoor wordt dus ingespeeld op de marktruimte die er is en kan de nieuwe ontwikkeling succesvol geëxploiteerd worden omdat er behoefte zal zijn naar de nieuwe recreatiewoningen.

Afbeelding 3.9. Prijs-kwaliteitverhouding



6

Locatie van de
ontwikkeling



6.1 BINNEN/BUITEN STEDELIJK GEBIED

Ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied

De laatste stap in de Ladder voor duurzame verstedelijking is om te kijken of de ontwikkeling binnen of buiten het bestaand stedelijk gebied plaatsvindt. Het bestaand stedelijk gebied wordt gedefinieerd als het bestaande stedenbouwkundige 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.

Uit de Interim omgevingsverordening Noord-Brabant is een kaart toegevoegd waarin wordt aangegeven dat camping Internationaal Priem buiten het bestaand stedelijk gebied ligt. Het betreffende gebied wordt aangegeven als landelijk gebied.

Aangezien de planlocatie is gelegen buiten het bestaand stedelijk gebied moet gemotiveerd worden waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in de behoefte kan worden voorzien. Het toekomstige gebruik verschilt relatief weinig van het huidige gebruik omdat de locatie wederom recreatief gebruikt zal worden. Het concept is bovendien afgestemd op een landelijke omgeving die juist de betreffende doelgroepen aantrekt. Voor zover Ginder weet is er geen planlocatie binnen bestaand stedelijk gebied waar plannen zijn om op korte en/of middellange termijn een dusdanige recreatieve ontwikkeling te realiseren.



Landelijk gebied - Instructieregels gemeenten: basiskaart Landelijk gebied



7

Conclusie

7.1 CONCLUSIE

Ontwikkeling voegt waarde toe aan de omgeving

De beoogde herontwikkeling heeft een uniek concept waarmee wordt ingespeeld op marktbehoeften en wordt aangesloten bij de omgeving. Zo wordt met het Van Gogh thema bijvoorbeeld aangesloten bij het Nationaal Park. Dit wordt aangevuld met de link naar de bourgondische Noord-Brabantse cultuur en het fietsen door een bosrijk gebied.

Uit hoofdstuk 2 kan worden geconcludeerd dat de impact van de ontwikkeling op de omgeving substantieel is. De beoogde herontwikkeling zal naar verwachting zorgen voor ca. € 2 miljoen extra bestedingen in de regio. Daarnaast worden er ca. € 5,2 miljoen extra bestedingen op het park verwacht.

Ook zorgt de beoogde herontwikkeling voor veel werkgelegenheid. Een groot deel van deze werkgelegenheid zal op het park terechtkomen, namelijk 49 FTE (88 banen). De rest van de werkgelegenheid, namelijk 30 FTE (46 banen) zal binnen een zeer brede regio terecht komen. Extra waardevol voor de omgeving is dat een relatief groot deel van deze banen gericht is op praktisch opgeleiden.

Daarnaast zorgt de beoogde herontwikkeling voor meer draagvlak voor lokale voorzieningen doordat er veel extra bestedingen (aan bijvoorbeeld horeca, dagrecreatie en detailhandel) in de regio terecht komen. Dit draagt bij aan de leefbaarheid en brede welvaart van inwoners. Naast bestedingen van gasten die in de regio terechtkomen, stijgt ook de opbrengst toeristenbelasting voor de gemeente met, naar verwachting, ca. € 158.000,-.

Tot slot heeft de beoogde herontwikkeling ook impact op het landschap en de natuur. Waar het voor het landschap en de natuur als vanzelfsprekend het meest voordelig zou zijn om het terrein terug te geven aan de natuur, is dit niet realistisch om financiële redenen. Indien de planlocatie toch een recreatiebestemming blijft dan is de beoogde herontwikkeling relatief gunstig voor landschap en natuur omdat de doelgroepen hier veel waarde aan hechten. De belangrijkste redenen zijn dat er zal worden ontwikkeld aan de hand van een landschapsplan, dat er veel randbeplanting is beoogd, dat er zal worden gewerkt met natuurlijk materiaalgebruik en natuurlijk kleurgebruik en dat het park zo duurzaam mogelijk zal worden ontwikkeld en geëxploiteerd.

Ontwikkeling voldoet aan de eisen van de laddertoets

Op basis van de voorgaande hoofdstukken kan worden geconcludeerd dat de ontwikkeling voldoet aan de eisen van de laddertoets:

- Naar verwachting is er voldoende behoefte op de koopmarkt om de recreatiewoningen te kopen;
- De toevoeging van de recreatiewoningen past in het realistische en optimistische scenario binnen de marktruimte. In het pessimistische scenario past deze net niet. Echter, aangezien de raming conservatief is uitgevoerd is het zelfs mogelijk dat de toevoeging ook in het pessimistische scenario binnen de marktruimte past;
- Uit de benchmark blijkt dat de prijs-kwaliteitsverhouding ruim voldoende is. Het is daarom aannemelijk dat het voorziet in de marktbehoefte en zal inspelen op de marktruimte die er is.
- De planlocatie is gelegen buiten de grenzen van bestaand stedelijk gebied. Echter, het is, in onze ogen, niet realistisch dat een vergelijkbare ontwikkeling, die in dezelfde behoefte voorziet, binnen bestaande stedelijk gebied zal plaatsvinden.



8

Bijlagen

BIJLAGE A: MODEL LEEFSTIJLVINDER

De Leefstijlvinder beschrijft zeven doelgroepen, tot stand gekomen op basis van uitgebreid onderzoek van MarketResponse. Uit dit onderzoek zijn zeven onderscheidende doelgroepen naar voren gekomen, namelijk **Avontuur-**, **Plezier-**, **Harmonie-**, **Verbindings-**, **Rust-**, **Inzicht-**, en **Stijlzoekers**. Deze doelgroepen zijn onderscheidend op het gebied van gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd.

Het model

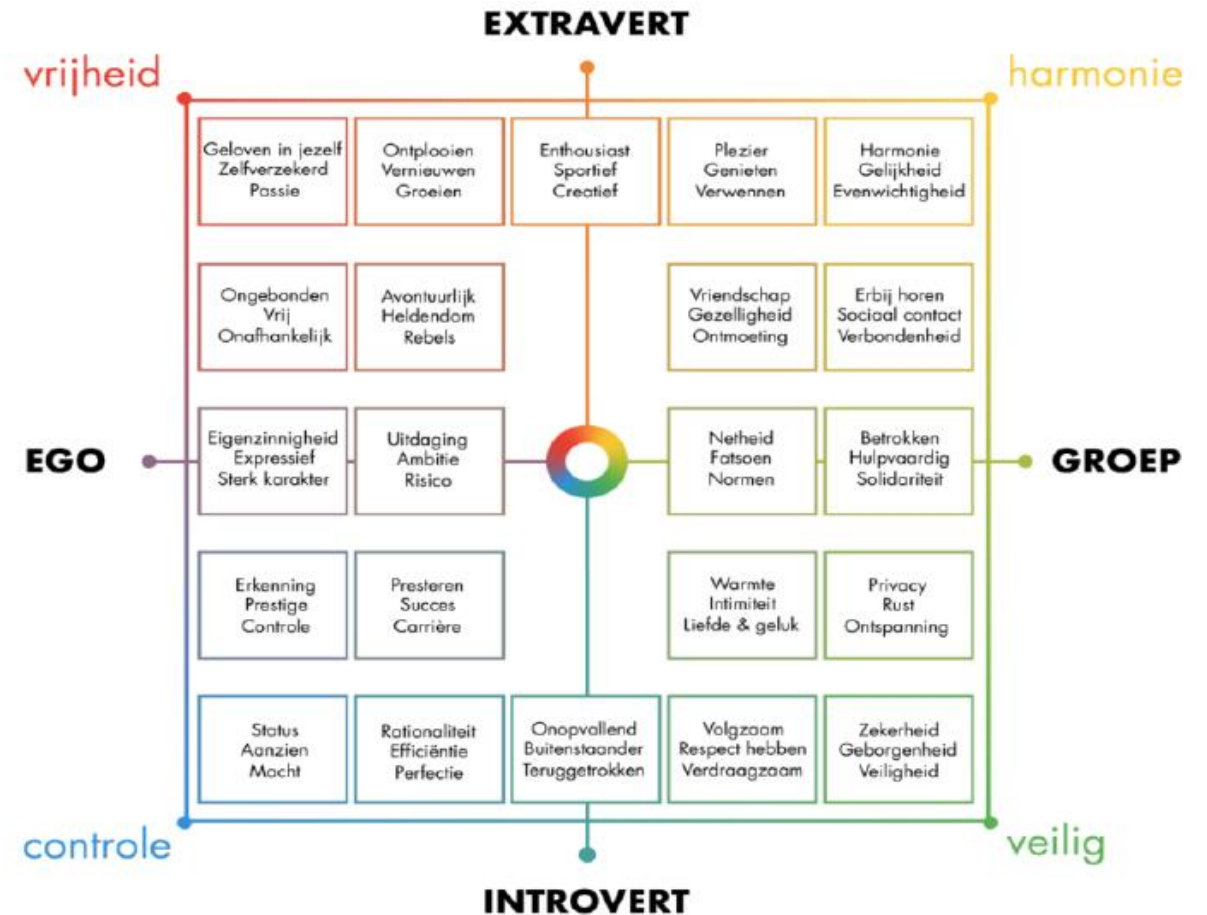
De Leefstijlvinder is een model met twee verschillende assen:

- › X-as: individueel vs. collectief;
- › Y-as: introvert vs. extrovert;

Door deze assen te combineren ontstaan er vier kwadranten met ieder hun eigen kleur: rood, geel, groen en blauw (zie Afbeelding 8.1.)

- › Rode kwadrant: mensen die vrijheid heel belangrijk vinden;
- › Gele kwadrant: mensen die veel waarde hechten aan harmonie;
- › Groene kwadrant: mensen die veiligheid als kernwaarde zien;
- › Blauwe kwadrant: mensen die van controle houden.

Afbeelding 8.1. Model Leefstijlvinder.



De zeven doelgroepen zijn tot stand gekomen op basis van uitgebreid onderzoek van MarketResponse, in opdracht van acht provincies. Allereerst zijn gesprekken gevoerd met recreanten, om te horen wat zij doen in hun vakantie en vrije tijd, en hoe zij daarin verschillen. De deelnemers aan deze gesprekken leken op elkaar in de zin, dat zij allen dezelfde BSR™-leefstijl* hadden.

Na deze groepsgesprekken is de vragenlijst ontwikkeld. De vragenlijst is opgebouwd uit een aantal onderdelen: vragen over algemene vrijetijdsbeleving, dagrecreatie, verblijfsrecreatie, inspiratie en boeken, mediagedrag, BSR™ module* en achtergrondvragen, zoals leeftijd, inkomen en gezinssituatie. Ook zijn hierin de statements vanuit de groepsdiscussies opgenomen. De vragenlijst is uitgezet onder het panel SAMSAM van MarketResponse en een extern consumentenpanel in de periode van 8 februari tot en met 26 februari 2018. Uiteindelijk hebben 2367 respondenten de volledige vragenlijst ingevuld. Deze respondenten zijn een representatieve afspiegeling van Nederland.

Uit de analyse is gebleken dat de statements die meegenomen zijn in de vragenlijst een hoge voorspellende waarde hebben voor de manier waarop iemand recreëert.

Dit gaf voldoende informatie om door middel van analyses op zoek te gaan naar een aantal leefstijlen, die onderscheidend zijn qua gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd. Uit de analyses zijn zeven leefstijlen naar voren gekomen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers.

*BSR™ is het wetenschappelijke model van MarketResponse en staat voor Brand Strategy Research. Dit model ontrafelt de drijfveren van mensen en wat je moet doen om mensen in beweging te krijgen. Met welke boodschap, welke tone of voice en via welk kanaal. In de basis kent Nederland vier leefstijlen met ieder hun eigen manier van in het leven staan: creatief, harmonieus, controlerend en veilig. Om erachter te komen tot welke leefstijl iemand behoort, hebben wij een BSR vragenlijst module ontwikkeld. Deze bestaat uit een aantal vragen, welke zijn meegenomen in de vragenlijst voor dit onderzoek naar de doelgroepen binnen het domein Vakantie en Vrije Tijd.



De zeven leefstijlen

1

Plezierzoekers

Spontane, gezellige, impulsieve en eigenwijze mensen. 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. Plezier hebben in het leven staat op nummer één - een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

2

Harmoniezoekers

Hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd - doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

3

Verbindingszoekers

Behulpzame, evenwichtige mensen die, bovenal, geïnteresseerd zijn in anderen. Gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' zijn belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

4

Rustzoekers

Kalme, behulpzame, zachtaardige, gewone mensen. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn.



5

Inzichtzoekers

Bedachtzame, serieuze, evenwichtige, zakelijke mensen. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. Belangrijke waarden zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk en ze houden van informatie - 'meten is weten'!



6

Stijlzoekers

Zelfverzekerde, doelgerichte, ondernemende mensen met een sterk karakter. Zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. 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!



7

Avontuurzoekers

Creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Intelligent en ondernemend en ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan. 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.



BIJLAGE B: TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Trends in de samenleving

Vergrijzing

Nederland heeft, net als onze buurlanden België en Duitsland, de drie belangrijkste herkomstmarkten voor verblijfsrecreatie in Noord-Brabant, te maken met een snelle vergrijzing. Daarnaast zijn senioren steeds mobieler en hebben ze veel vrije tijd. De verwachting is daarom dat de komende jaren een steeds groter aandeel van de overnachtingen op recreatiebedrijven gedaan zal worden door senioren. De regio West-Noord-Brabant is in trek bij de senioren doelgroep, met name om te wandelen en fietsen. Al met al denken we dat deze trend een licht positief effect heeft op de vraagontwikkeling in West-Noord-Brabant.

Digitalisering

Een steeds groter aandeel mensen heeft toegang tot het internet en weet ook hoe ze hier (goed) gebruik van moeten maken. Dit heeft een enorme invloed op de verblijfsrecreatie. Online marketing en het hebben van een goede website worden steeds belangrijker omdat boekingen en het winnen van informatie steeds vaker online worden gedaan. Vaak zien we dat de grotere ketens meer online marketingkracht hebben, en dat het voor kleinere bedrijven lastiger is om online de concurrentie aan te gaan. Ook wordt digitalisering van het concept, bijvoorbeeld door digitaal inchecken, online bijboeken van faciliteiten, een chat met medewerkers van de receptie etc. steeds belangrijk. In West-Noord-Brabant zijn er relatief veel huisjesterreinen in handen van een grote partij. Daarom schatten wij in dat deze trend gunstig is voor de vraagontwikkeling in West-Noord-Brabant.

Toenemend belang van MVO

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt steeds belangrijker voor de gast. Hiermee wordt bedoeld dat bedrijven zich niet alleen richten op het maken van winst, maar ook op de impact op de maatschappij en het milieu. Uit onderzoek van Booking.com (2022) blijkt dat de impact van de reis voorop blijft staan, waarbij 71% van de reizigers wereldwijd zegt dat ze duurzamer willen reizen de komende 12 maanden. Dit is een stijging van 10% t.o.v. hetzelfde onderzoek in 2021. Dit toont aan dat de consument steeds bewuster leeft en keuzes maakt. De consument denkt na over de impact van het verblijf. Meer dan een derde (35%) van de reizigers wereldwijd zegt dat de duurzaamheidsinspanningen van accommodatie- en vervoersaanbieders een grote rol spelen bij de keuze voor vakantie en vervoer. Sterker nog, 70% van de wereldreizigers zegt eerder geneigd te zijn een duurzame accommodatie te kiezen. Daarnaast wordt het ook steeds belangrijker gevonden dat de omgeving ook mee profiteert. Reizigers hebben namelijk directe invloed op de omgeving waarin ze verblijven. Veel recreatiebedrijven in Nederland zijn bezig met een slag maken op het gebied van MVO. Afgaand op de lijst van Green Key (duurzaamheidskenmerk) houders loopt de regio West-Noord-Brabant enigszins achter in deze ontwikkeling. Niet elk recreatiebedrijf dat inzet op MVO meldt zich aan voor de Green Key, dus dit geeft niet meer dan slechts een indicatie. Echter, we verwachten dus dat deze trend een enigszins negatieve invloed heeft op de vraagontwikkeling in het marktgebied.

Trends binnen de verblijfsrecreatiesector

Uitersten in trek: luxe en back-to-basic steeds populairder

Toeristen gaan op zoek naar steeds luxere vakantieverblijven. Hier wordt door de markt op ingespeeld door ook op campings en vakantieparken hotelfaciliteiten te bieden. Aan de andere kant is een trend zichtbaar dat consumenten op zoek gaan naar rust en ruimte, als tegenhanger van het drukke leven dat men leidt. Back-to-basic recreëren op een natuurcamping of mentaal opladen in een retraite zijn hierdoor bij delen van de markt zeer in trek. Deze trend lijkt een positieve invloed te hebben op de vraagontwikkeling naar (luxe) recreatiewoningen zoals die worden ontwikkeld bij Priem en elders in het marktgebied.

Meer spreiding in vakanties over het jaar

De gemiddelde verblijfsduur per vakantie daalt. Echter, mensen kiezen er wel voor om vaker op vakantie te gaan. Niet alleen in de zomervakantie, maar ook in het voor- na- en winterseizoen. Met name het aantal vakanties in de winter is toegenomen. Ook lijken vakanties in combinatie met evenementenbezoek toegenomen. Hierdoor is er meer vakantiespreiding. Dit is gunstig voor de vraagontwikkeling aangezien de bezetting buitenom het hoogseizoen zal stijgen.

Toenemende aandacht voor aanvullende faciliteiten

Aanvullende faciliteiten gericht op een specifieke doelgroep raken steeds meer in trek. Zo zorgt de vergrijzing er bijvoorbeeld voor dat steeds meer vakantiewoningen van alle gemakken worden voorzien. Om ook gasten

met een mindere mobiliteit of een lichte zorgvraag te kunnen accommoderen. Ook wordt het aanbieden van wellness faciliteiten op vakantie steeds belangrijker om voldoende gasten te trekken. Deze trend sluit goed aan op de nieuwe ontwikkeling bij Priem waar de woningen conceptueel worden ingericht.

Behoefte aan kleinere en grotere accommodaties

De gemiddelde gezinsgrootte wordt kleiner. Daardoor is er meer behoefte aan kleinere woningen. Echter, zorgt dit ook voor meer behoefte aan grotere woningen omdat gezinnen in andere combinaties, bijvoorbeeld met vrienden of familie, op vakantie gaan. Met name de driegeratievakanties (grootouders, kinderen en kleinkinderen) worden steeds populairder. Met een flexibel aanbod sluit de ontwikkeling van Priem goed aan bij deze trend.



Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS 's-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wijzijnginder.nl
I: wijzijnginder.nl

