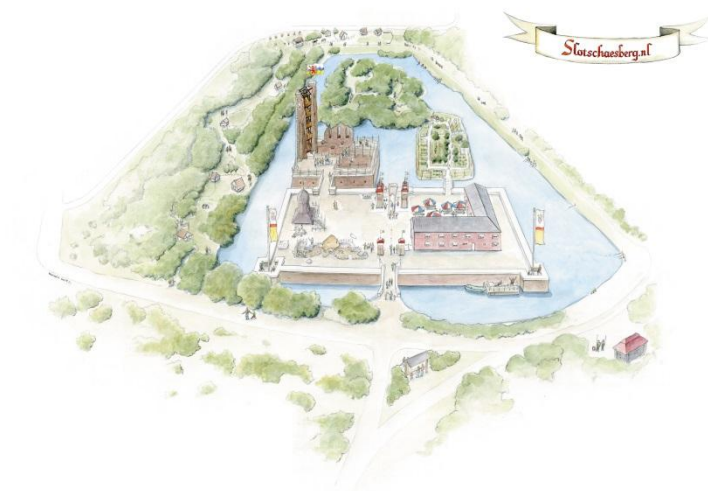


Landgoed Slot Schaesberg

Raming bezoekpotentieel en -ontwikkeling



Rapportage in opdracht van:
Stichting Landgoed Slot Schaesberg

Juli 2014

Projectnummer
14.024



ZKA *Consultants & Planners*
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.	Verrichte werkzaamheden	1
1.4.	Inhoud en leeswijzer	2
2.	BESCHRIJVING PLANNEN EN UITGANGSSITUATIE	3
2.1.	Inleiding	3
2.2.	Inhoud en omvang onderdelen	3
2.3.	Ontwikkelproces	5
2.4.	Resumé uitgangssituatie	6
3.	ANALYSE PLANNEN	7
3.1.	Inleiding	7
3.2.	Concept	7
3.3.	Positie in regionaal verband	8
3.4.	Conclusies	11
4.	RAMING BEZOEKERSAANTAL EN -ONTWIKKELING	12
4.1.	Inleiding	12
4.2.	Bezoekpotentieel concept richting de oplevering	12
4.3.	Ladder van duurzame verstedelijking	18
4.4.	Bezoekontwikkeling gedurende herbouwproces	19
5.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	22
5.1.	Conclusies	22
5.2.	Aanbevelingen	22
BIJLAGE 1	MOGELIJKE TOEVOEGINGEN (EERSTE IDEEËN)	24
BIJLAGE 2	CONCURREEREND AANBOD LANDGOED SLOT SCHAESBERG	25

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

In Landgraaf zijn plannen om Landgoed Slot Schaesberg en de bijbehorende hoeve te herbouwen in een historische omgeving. Ook het landschap en de ontwikkeling van de infrastructuur rondom het Slot zijn in de plannen meegenomen. Het doel is de authentieke herbouw van het kasteel en de slothoeve, waarbij het proces als product moet worden gezien. De bouw zal zoveel mogelijk op een ambachtelijke wijze plaatsvinden en publiekstoegankelijk zijn. De doorlooptijd is naar verwachting ruim 25 jaar. De herbouw zelf is de attractie en moet een beleving zijn. Samenvattend bestaat het project uit vier pijlers: toerisme, ambacht, wetenschap en educatie.

Mede als basis voor de noodzakelijke planologische onderzoeken is momenteel behoefte aan inzicht in en onderbouwing van reële bezoekersaantallen en van de ontwikkeling hiervan gedurende het herbouw- en ontwikkelingsproces. Daarnaast is inzicht gewenst in de positie van de beoogde plannen in regionaal verband en de mate waarin het project complementair dan wel concurrerend in de regio is. Om hierin te voorzien heeft ZKA onderhavig onderzoek uitgevoerd.

1.2. Doel- en vraagstelling

Het doel van het onderzoek is antwoord te geven op de volgende vragen:

- Welke bezoekersaantallen kunnen met de beoogde plannen (alle onderdelen) worden gehaald en hoe ontwikkelen deze aantallen zich? Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de bezoekersaantallen (en ontwikkeling) in de komende tien jaar en een doorkijk in de richting van de oplevering van het project (circa 25 jaar);
- Hoe verhouden de beoogde plannen zich tot het regionale aanbod en zijn deze complementair dan wel concurrerend?

1.3. Verrichte werkzaamheden

Voor deze studie zijn de volgende werkzaamheden verricht:

- Bestuderen en beoordelen relevante planinformatie over Landgoed Slot Schaesberg en regionale en gemeentelijke (toeristische) visies;
- Interne brainstorm ZKA over opbouw, ontwikkelproces en kwaliteitsniveau plannen;
- Interviews met VVV Zuid-Limburg en Stadsregio Parkstad Limburg over plannen en de positie in regionale toeristisch-recreatieve markt;
- Uitwerken tussentijdse notitie met voorstel/interpretatie uitgangssituatie, herbouwproces en suggesties voor versterking van de plannen;
- Brainstormbijeenkomst en vaststellen uitgangssituatie en randvoorwaarden voor het concept richting de oplevering en herbouwproces;
- Regionale aanbodanalyses van vergelijkbare sectoren zoals beoogd in Landgoed Slot Schaesberg;
- Analyse statistische gegevens over bezoek aan vergelijkbare sectoren;
- Benchmark bezoekersaantallen aanbieders in regio Parkstad-Limburg en van andere, enigszins vergelijkbare aanbieders elders in Nederland en nabije buitenland;
- Deskresearch en interviews met Chateau Guédelon (Frankrijk) en Burgbau Friesach (Oostenrijk);

- Raming bezoekersaantallen 'eindmodel' op basis van verschillende, elkaar aanvullende, methodieken;
- Raming ontwikkeling bezoekersaantallen gedurende herbouwproces;
- Beoordeling bezoekraming in relatie tot de 'ladder van duurzame verstedelijking' (toets aan art. 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening);
- Rapportage en advies.

1.4. Inhoud en leeswijzer

Deze rapportage bestaat uit de volgende onderdelen:

- Beschrijving plannen en uitgangssituatie (samenstelling/omvang onderdelen en ontwikkelproces) (hoofdstuk 2);
- Analyse plannen (concept en markt) en de positie van Landgoed Slot Schaesberg in regionaal toeristisch-recreatief verband (hoofdstuk 3);
- Raming bezoekersaantallen 'eindmodel' en ontwikkeling bezoekersaantallen gedurende herbouwproces (hoofdstuk 4);
- Conclusies en aanbevelingen (hoofdstuk 5).

2. BESCHRIJVING PLANNEN EN UITGANGSSITUATIE

2.1. Inleiding

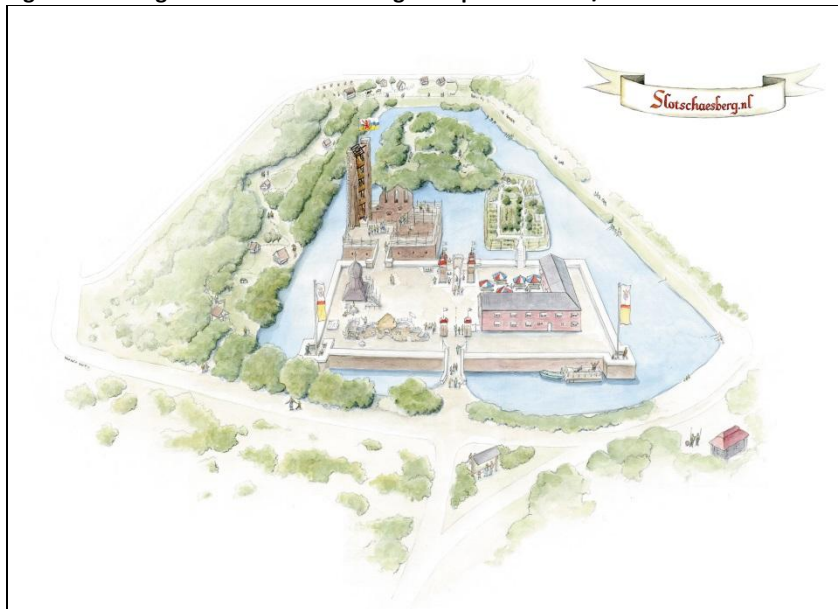
Om haalbare bezoekersaantallen en de ontwikkeling hiervan gedurende het herbouwproces zorgvuldig in te schatten, is het essentieel de uitgangspunten eenduidig vast te stellen. In dit hoofdstuk is deze uitgangssituatie uitgewerkt. Deze uitwerking is gebaseerd op de planinformatie¹ en is aangescherpt op basis van de brainstormbijeenkomst met de opdrachtgever en enkele betrokkenen. Achtereenvolgens komen aan de orde:

- Inhoud en omvang onderdelen (2.2.);
- Ontwikkelproces (2.3.);
- Resumé uitgangssituatie (2.4.).

2.2. Inhoud en omvang onderdelen

De plannen voor herbouw van Slot Schaesberg inclusief de bijbehorende hoeve, het landschap en de infrastructuur bestaan uit verschillende bouwstenen en onderdelen. Wij maken onderscheid tussen de volgende onderdelen: Slot Schaesberg, bijbehorende slothoeve, historische moes- en kruidentuin, historische kinderboerderij met enkele historische dierenrassen, ambachten/werkplaatsen, recreatieve voorzieningen (zoals een picknickplaats en eventueel aanvullende recreatieve functies (zie ook volgend hoofdstuk)), evenementen (evenemententerrein, maar ook kleinschalige evenementen rondom het Slot (bijv. in de slothoeve)), infrastructuur en parkeerplaatsen (waarvan de specifieke ligging en omvang nog nader onderzoek vergt).

Figuur 1. Weergave eerste ontwikkelingsfase periode 2012/2016



¹ De volgende documenten zijn geraadpleegd: 'Slot Schaesbrg Landgraaf: Productieplan project Landgoed kasteel Schaesberg, het product als proces (september 2011, BOEi)', 'Projectplan: Tour de Ambacht' en 'Slot Schaesberg Landgraaf: Geschiedenis in Uitvoering'.

Onderstaand is voor ieder onderdeel kwalitatief beschreven wat wordt beoogd na afronding van het project (Landgoed Slot Schaesberg na 25 jaar):

1. Slot Schaesberg: De herbouw van Slot Schaesberg naar de oorspronkelijke situatie. Als uitgangspunt wordt de periode van circa 1650 gehanteerd, toen kasteel en hoeve qua omvang op hun hoogtepunt waren. Moderne voorzieningen zijn mogelijk nog aan te brengen als dit wenselijk is met het oog op exploitatie van het gebouw (nog nader te bepalen is nauwe samenwerking met RCE). De herbouw is de motor/attractie van het project. Het kasteel zal zoveel als mogelijk authentiek gebouwd en ingericht gaan worden;
2. De bijbehorende slothoeve: Ontvangstruimte en bezoekerscentrum, waarbij (net als de overige onderdelen) een jaarronde openstelling wordt beoogd. De hoeve is een vast onderdeel van de routing. Na de entree en bij het verlaten van het landgoed passeren bezoekers dit onderdeel. De hoeve bestaat in het 'eindmodel' uit de kassa, horeca/restaurant (inclusief streekproducten en middeleeuwse maaltijden), merchandising/winkel, expositie/tentoonstellingen, audiovisuele (AV) ruimte, zaal voor groepen (workshops, cursussen, presentaties, etc.), ondersteunende ruimten en backoffice;
3. Historische moes- en kruidentuin: Gebied op het eiland na de hoeve en het Slot op de routing. Voorzien zijn een historische moes- en kruidentuin en een picknickplaats;
4. Historische kinderboerderij met enkele historische dierenrassen: Gebied te bereiken met veerpont vanaf de moes- en kruidentuinen met een historische kinderboerderij en historische dieren;
5. Ambachten/werkplaatsen: Presentatie en demonstratie van ambachten in ambachtelijke werkplaatsen gebouwd van authentieke materialen als onderdeel van de natuurgetrouwe herbouw. Deze ambachten zijn nodig voor de facilitering van de herbouw, en tevens als leer-werkplek van het Slot en zijn in de routing voorzien na de historische kinderboerderij. Door de herbouw op ambachtelijke wijze uit te voeren wordt kennis ontwikkeld, welke in de toekomst ingezet kan worden op gebied van cultuurhistorie en restauratie;
6. Evenemententerrein: Beoogd terrein voor organiseren van enkele evenementen per jaar, zoals concerten, markten, fairs, etc. Terrein is goed bereikbaar vanaf de planlocatie en parkeerterrein.

Onderstaande figuur geeft de planlocatie weer met daarin de voorziene locatie voor ieder onderdeel (de nummers corresponderen met bovenstaande opsomming; het evenemententerrein is deels zichtbaar in deze figuur).

Figuur 2. Inrichtingsplan Landgoed Slot Schaesberg



- | | |
|---|----------------------------------|
| 1 | Slot Schaesberg |
| 2 | Slothoeve |
| 3 | Historische moes- en kruidentuin |
| 4 | Historische kinderboerderij |
| 5 | Ambachten/werkplaatsen |
| 6 | Evenemententerrein |

2.3. Ontwikkelproces

Op dit moment is nog niet exact duidelijk hoe het ontwikkel- en herbouwproces in de tijd eruit gaat zien. Er is een rode draad in het ontwikkel- en herbouwproces en ook in de vier pijlers van het project. Afhankelijk van de budgetten, de financiering en nieuwe kansen of belemmeringen worden onderdelen sneller, langzamer of anders aangepakt of in de tijd anders weggezet. Dit proces is onder andere afhankelijk van de verkregen externe financiering en de mate waarin een beroep op subsidies en fondsen kan worden gedaan. Derhalve is het niet mogelijk het proces vastomlijnd uit te werken en per jaar aan te geven welke activiteiten plaatsvinden en welke mijlpalen worden gerealiseerd.

Voor het ontwikkel- en herbouwproces wordt onderscheid gemaakt tussen drie fasen:

- Pioniersfase (2012-2016): In deze fase wordt het terrein en de restanten weer toegankelijk gemaakt ter voorbereiding op het openen van de publieksattractie. De organisatie wordt opgezet en er wordt gestart met de ontwikkeling en inrichting van alle onderdelen. Er zal een tijdelijk bezoekerscentrum gerealiseerd worden met een oppervlakte van circa 500 m². Daarin komt een ontvangstruimte, winkel, AV ruimte, sanitair, horecavoorzieningen, kantoren en vergaderruimte. Zodra de herbouw van een deel van de hoeve gereed is, kunnen deze functies permanent overgebracht worden en zal het tijdelijk bezoekerscentrum gedemonteerd worden. In deze fase kan een volledige routing worden afgelegd en vanaf eind 2014 zal ook een begin gemaakt worden met het opzetten van een exploitatiemodel door middel van kaartverkoop, winkel- en horecaomzet en het werven van donateurs. Daarnaast worden de restanten van Slot Schaesberg volledig publiekstoegankelijk gemaakt en is een deel van de restanten geconsolideerd. Er is een begin gemaakt met de aanleg van een historische moes- en kruidentuin en de historische kinderboerderij en er is een aantal ambachtelijke werkplaatsen gerealiseerd. Afhankelijk van de externe financiering zal de oorspronkelijke toegangsbrug naar de slothoeve herbouwd worden en tevens is een begin gemaakt met de herbouw van het poortgebouw van de slothoeve. Dankzij een bijdrage van het Fonds voor Cultuurparticipatie zal een publieksgerichte activiteit 'Tour de Ambacht' opgestart worden. Doel van deze activiteit is onder andere om publiek in contact te brengen met ambachtelijke activiteiten;
- Ontwikkelfase (2017-2020): Alle onderdelen worden ontwikkeld. Na de ontwikkelfase zijn alle ambachtelijke werkplaatsen gereed en actief, de historische moes- en kruidentuin en de historische kinderboerderij zijn in volle omvang ontwikkeld. De herbouw van de slothoeve is weer een stap verder met de realisatie van de brug en de poorttoren. Ook zijn het landschap en de infrastructuur verder ontwikkeld. Nader onderzoek naar de fundering van het kasteel en de complexiteit van de verschillende bouwfasen zal in deze periode afgerond worden;
- Doorontwikkeling (2021-2038): Ontwikkeling van het plangebied en voltooiing van het concept. Beoogd wordt uiteindelijk een nationaal kennisinstituut op gebied van restauratiebouw in het Slot te vestigen ('het Nijenrode van de ambachten'). Aanvullend wordt gedacht aan andere functies, zoals bijvoorbeeld een horecavoorziening, Bed & Breakfast of een museale functie.

Bij de inschatting van de bezoeksontwikkeling houden wij vast aan bovenstaande driedeling en geven aan welke randvoorwaarden van belang zijn om de geschetste ontwikkeling ook daadwerkelijk te realiseren. Deze randvoorwaarden en succesfactoren baseren wij op een analyse van andere organisch gegroeide attracties in combinatie met ervaringen bij andere exploitaties en planvorming op gebied van publieksvoorzieningen ((thematische) attracties, musea, evenemententerreinen, etc.). Deze ontwikkeling komt in hoofdstuk 4 aan de orde.



Weergave planlocatie (situatie medio maart)

In de volgende paragraaf is een resume opgenomen van de opbouw van het concept richting de oplevering en het ontwikkelproces. Deze dient als uitgangssituatie voor deze studie.

2.4. Resumé uitgangssituatie

In onderstaande tabel is de uitgangssituatie voor de omvang van en de weg naar het concept richting de oplevering weergegeven. Uitgewerkt is uit welke onderdelen het uiteindelijke concept bestaat. Voor ieder onderdeel wordt achtereenvolgens ingegaan op de metrages (totaal en bebouwd) en het herbouwproces (met onderscheid naar voorgaand benoemde drie fasen).

Tabel 1. Beschrijving 'eindmodel' en herbouwproces

Onderdeel	Totale omvang ²	Omvang bebouwd	Pioniersfase (2012-2016)	Ontwikkelfase (2017-2020)	Doorontwikkeling (2021-2038)
1. Slot Schaesberg	400-450 m ²	Zie totale omvang	Restanten Slot volledig publiekstoegankelijk gemaakt, consolidatie deel restanten en realisatie uitkijktoren.	Start herbouw Slot.	Realisatie herbouw; Slot voltooid.
2. Slothoeve	500 m ² in pioniersfase met doorgroei naar 3.500 tot 4.000 m ² (ontwikkelfase en doorontwikkeling)	Zie totale omvang	Realisatie tijdelijk bezoekerscentrum ³ met de volgende onderdelen: • Entree • Horeca • Winkel • Expositieruimte • Sanitair • Vergader- en kantoorruimte • Opslag en technische ruimte Herbouw oorspronkelijke toegangsbrug naar de slothoeve en start herbouw poortgebouw.	Uitbreiden van de hoeve met in ieder geval een grotere horeca en meerdere zalen. Realisatie brug en poorttoren.	Bouw voltooid.
3. Historische moes- en kruidentuin	0,4 – 0,5 ha	-	Start aanleg historische moest- en kruidentuin.	In volle omvang ontwikkeld.	In volle omvang ontwikkeld.
4. Historische kinderboerderij	0,4 – 0,5 ha	-	Start aanleg opening kinderboerderij.	In volle omvang ontwikkeld.	In volle omvang ontwikkeld.
5. Ambachten/ werkplaatsen	1 – 1,5 ha	1.000 m ²	Realisatie en inrichting aantal ambachtelijke werkplaatsen en start publieksgerichte activiteit 'Tour de Ambacht'.	Alle ambachtelijke werkplaatsen gereed en actief.	Realisatie ambachten en werkplaatsen.
6. Evenemententerrein	1,5 – 2 ha	-	Evenemententerrein (eigendom gemeente) is nog niet opgenomen in ontwikkeltraject. Voorstel ZKA is te streven dit terrein begin vanaf de ontwikkelfase te realiseren.		

² Berekening ZKA op basis van het inrichtingsplan. Totale gebied heeft omvang van 5,5 tot 6 hectare (waarvan circa 1 hectare water). Dit is inclusief de beheerderswoning, visplaats en opslag- en werkplaatsen en is exclusief het evenemententerrein.

³ Zodra de herbouw van een deel van de hoeve gereed is, kunnen deze functies permanent overgebracht worden en zal een tijdelijk bezoekerscentrum gedemonteerd worden.

3. ANALYSE PLANNEN

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk worden de plannen beoordeeld. Deze beoordeling vindt eerst plaats uit conceptueel perspectief (3.2.). Daarna wordt ingegaan op de positie in de regionaal toeristisch-recreatieve markt (3.3.). Afgesloten wordt met conclusies (3.4.).

3.2. Concept

Onderstaand is de analyse uitgewerkt van het concept richting de oplevering en het ontwikkelproces. Hierbij maken wij onderscheid tussen de samenstelling, positionering en het onderscheidend vermogen van de plannen voor Landgoed Slot Schaesberg. Deze analyse is gebaseerd op onze expertise en ervaringen in de vrijetijdseconomie en specifiek binnen de markt van (thematische) attracties, musea en science centra en op basis van interviews met VVV Zuid-Limburg en Stadsregio Parkstad Limburg.

Samenstelling en positionering product

- Een bezoeker kan verschillende motieven hebben voor een bezoek aan Landgoed Slot Schaesberg. Het concept richting de oplevering bevat educatieve, recreatieve/attractieve, archeologische, cultuurhistorische, museale en landschappelijke elementen. Ieder element kan de basis vormen voor het primaire bezoekmotief (deze diversiteit aan bezoekmotieven vormt ook het uitgangspunt onder (één van de methodieken) voor de raming van het bezoekpotentieel);
- Alhoewel de bezoekers kunnen bijdragen en participeren aan alle onderdelen van Landgoed Slot Schaesberg hebben de plannen in onze visie met name een inhoudelijk en educatief karakter. Hierdoor sluiten de plannen vooral aan bij marktsegmenten die interesse hebben voor de specifieke context en achtergrond. Toeristen en recreanten (met name met kinderen) zoeken vooral meer fun en vermaak. De huidige plannen spelen hier in onze visie nog te weinig op in. Met enkele ingrepen kan deze attractiewaarde en de mate van interactiviteit al worden vergroot en wordt het concept aantrekkelijker voor de gemiddelde toerist en recreant, zonder dat afstand wordt gedaan van de inhoudelijke en educatieve focus. In de bijlage zijn de eerste ideeën voor deze toevoegingen uitgewerkt. Deze zijn gebaseerd op een interne brainstorm, gevoerde gesprekken met VVV Zuid-Limburg en Stadsregio Parkstad Limburg en een workshop met initiatiefnemers en direct betrokkenen (deze vormen echter geen uitputtend overzicht).

Onderscheidend vermogen

- Het onderscheidend vermogen van Landgoed Slot Schaesberg is groot. Binnen Nederland zien wij verschillende voorzieningen die vergelijkbare elementen bevatten. Ten eerste zijn dit attracties met educatieve elementen of musea met recreatieve elementen. Voorbeelden hiervan binnen Nederland zijn het Zuiderzeemuseum, Openluchtmuseum Arnhem, Archeon, Museum BroekerVeiling, Historisch Openluchtmuseum Eindhoven of Bataviawerf Lelystad. Historie, educatie en/of levende geschiedenis staan centraal bij deze aanbieders. Het gaat bij deze voorbeelden echter niet om het op ambachtelijke, waarheidsgetrouwe en wetenschappelijk verantwoorde wijze nabouwen van gebouwen. Binnen Nederland is geen referentie die goed vergelijkbaar is. Op nationale schaal is het onderscheidend vermogen van de plannen voor Landgoed Slot Schaesberg derhalve erg groot;



V.I.n.r.: Zuiderzeemuseum, Archeon en Bataviawerf.

- In het nabije buitenland zijn enkele treffende referenties te vinden met Burgbau Friesach (Oostenrijk; start bouw in 2009) en Chateau Guédelon (Frankrijk; start bouw in 1998). Met name Guédelon is een zeer geschikte referentie en inspiratiebron, vanwege de conceptuele overlap (herbouw burcht in een 13^e eeuwse bouwplaats) en het nu 15 jaar lopende ontwikkelproces en de hieruit af te leiden leereffecten en succes- en faalfactoren. Bij de raming van het bezoekersaantal en de bezoeksontwikkeling in het volgende hoofdstuk wordt hier meer diepgaand op ingegaan. Op Europese schaal zijn dus enkele vergelijkbare voorbeelden te vinden. Dit neemt niet weg dat het onderscheidend vermogen van de plannen voor Landgoed Slot Schaesberg groot is.



V.I.n.r.: Chateau Guédelon (2x) en Burgbau Friesach.

3.3. Positie in regionaal verband

In deze paragraaf wordt Landgoed Slot Schaesberg in regionaal perspectief belicht. Er wordt enerzijds ingegaan op het bestaande vrijetijdsaanbod. Anderzijds komen plannen en ontwikkelingen in de regio aan de orde (op basis van deskresearch en een interview met Stadsregio Parkstad Limburg). Op basis van deze analyse wordt – in combinatie met de beoordeling in voorgaande paragraaf – beoordeeld in hoeverre de plannen concurrerend dan wel complementair zijn in de regio.

Huidig regionale aanbod

De bezoekenmotieven voor Landgoed Slot Schaesberg kunnen uiteenlopend zijn. In de analyse van het concurrerend aanbod zijn daarom verschillende type voorzieningen in beschouwing genomen, variërend van attracties, publiekstoegankelijke kastelen, tuinencomplexen, evenemententerreinen, musea, bezoekerscentra, etc. Een overzicht van het concurrerend aanbod (circa 30 voorzieningen) in Nederland is te vinden in de bijlage. Daarnaast zijn in het nabije buitenland ook verschillende concurrerende aanbieders gevestigd, zoals de Dom van Aken of Waterburcht Pietersheim Lanaken.

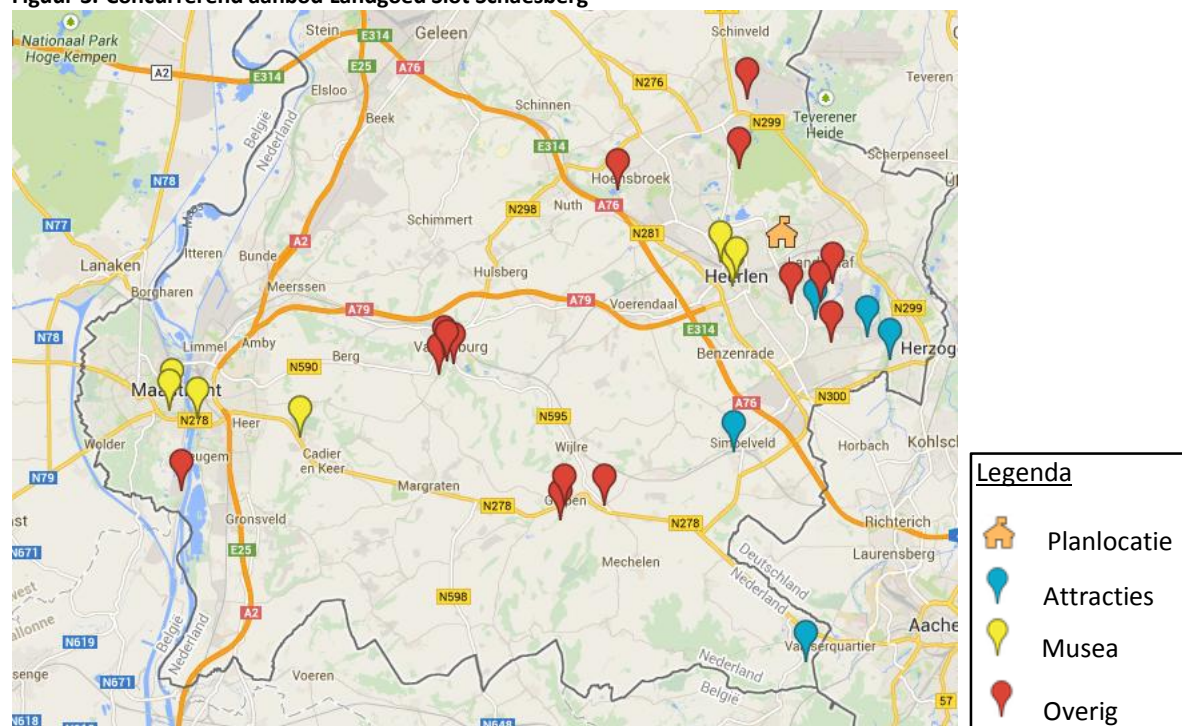
Hierbij dient opgemerkt te worden dat dit overzicht vooral voorzieningen met relatief veel bezoek bevat. Voorzieningen met relatief weinig bezoek (orde van grootte: enkele duizenden per jaar) zijn geen onderdeel van dit overzicht. Dit overzicht is daarom niet uitputtend, maar dient ten eerste om de positie

van Landgoed Slot Schaesberg in regionaal opzicht te duiden. Ten tweede kunnen hiermee potentiële marktaandeelen worden onderbouwd (zie volgend hoofdstuk).

In onderstaande figuur is dit concurrerend aanbod geografisch weergegeven, waarbij onderscheid is gemaakt tussen (in de bijlage is dit concurrerend aanbod nader gespecificeerd):

- Attracties (zowel educatief/thematisch als meer recreatief/attractief) en science centra, zoals Continium, GaiaZoo, SnowWorld, Zuid-Limburgse Stoomtrein Maatschappij (ZLSM) en Drielandenpunt Vaals;
- Musea, zoals Afrikacentrum Cadier en Keer, Thermenmuseum Heerlen, Museum aan het Vrijthof en Bonnefantenmuseum;
- Overige voorzieningen, zoals tuinen, evenemententerreinen, publiekstoegankelijke kastelen, klimcentra, bezoekerscentra andere aanbieders voor groepsuitjes, workshops, etc. (bijv. Mondo Verde, Botanische Tuin Kerkrade, Gulpener Bierbrouwerij, Megaland, grotten- en mijnencomplexen Valkenburg en omgeving, etc.).

Figuur 3. Concurrerend aanbod Landgoed Slot Schaesberg



Uit bovenstaande figuur kan worden afgelezen dat in de directe omgeving van de planlocatie (Parkstad-Limburg) relatief veel dagrecreatief aanbod te vinden is. Als grote spelers kunnen GaiaZoo, SnowWorld, Mondo Verde, Kasteel Hoensbroek en evenemententerrein Megaland (waar onder andere Pinkpop plaatsvindt) worden genoemd. Dit aanbod is met name in het gebied Park Gravenrode gevestigd. Park Gravenrode is een voormalig mijngebied op het grensgebied van de gemeenten Landgraaf en Kerkrade dat is herontwikkeld tot toeristisch gebied.

Binnen de categorie 'overig' zijn drie kastelen cq. kasteelruïnes meegenomen die toeristisch-recreatief worden geëxploiteerd (bijv. als museum, publiekstoegankelijke ruïne, zaalhuur of evenementen). Dit zijn Kasteel Hoensbroek, Kasteel Montfort en Kasteelruïne Valkenburg.

Het totale aanbod aan kasteelcomplexen in Zuid-Limburg is uiteraard vele malen groter⁴. Slechts een gedeelte van dit totale aanbod is ook publiekstoegankelijk. Het gaat hierbij, naast de bovengenoemde drie kastelen, met name om kastelen waarin een horecavoorziening en/of zalenaccommodatie wordt geëxploiteerd, zoals Hotel Kasteel Terworm of Chateau Gilbert. Deze kastelen beschouwen wij vooral als aanvullend en complementair aan Landgoed Slot Schaesberg (combinatiebezoeken, verlengen verblijfsduur en versterken toeristisch product). Daarnaast zijn er, zoals ook aangegeven door VVV Zuid-Limburg (zie ook mogelijke toevoegingen in de bijlage) aanknopingspunten voor Landgoed Slot Schaesberg om aan te haken op bestaande of geplande routes (kastelen, tuinen), zodat mensen in aanraking komen met Slot Schaesberg, verleid worden tot een bezoek en families en vrienden doorverwijzen.

Gepland aanbod/toevoegingen

Zoals aangegeven heeft het dagrecreatieve aanbod de afgelopen tien jaar in de directe omgeving van de planlocatie een impuls gekregen met de ontwikkeling van Park Gravenrode. Om ook de komende jaren dit groeipatroon te continueren is het van belang dat het aanbod zich blijft ontwikkelen en vernieuwen. In dit kader moet de 'Internationale Bau Ausstellung' (IBA) Parkstad worden genoemd. Gemeente Landgraaf en Stichting Landgoed Slot Schaesberg zijn voornemens Landgoed Slot Schaesberg aan te melden als IBA project.

Daarnaast is de ambitie van de gemeente Landgraaf om de top van de Wilhelminaberg in te vullen met een markant herkenningspunt dat voor de regio en daarbuiten een meerwaarde zal hebben. Het project maakt onderdeel uit van de IBA-projecten en past binnen de doelstellingen van de regionale en gemeentelijke structuurvisie. De afronding van de top van de Wilhelminaberg en de ontwikkeling van de locatie Rouenhof zijn bedoeld om Park Gravenrode te versterken en aantrekkelijk te houden.

Voor de doorontwikkeling van de vrijetijdseconomie in de regio Parkstad-Limburg vervullen twee plannen een prominente rol. Ten eerste de uitbouw van Continium tot Creative City. Creative City bestaat, naast Continium, uit het eerste Earth Theater ter wereld en het Red Dot Design Laboratory. Ten tweede moeten de plannen voor Nature Wonder World in Brunssum worden genoemd. Prognoses voor dit themapark, bijbehorend verblijfscentrum met hotels, informatiecentrum en casino komen uit op ruim twee miljoen bezoekers per jaar.

Creative City en met name Nature Wonder World kunnen op termijn voor een enorme impuls zorgen voor de bezoekers, overnachtingen, (toeristische) werkgelegenheid, maar ook het imago en bekendheid van de regio Parkstad-Limburg. Essentieel is dat deze dagrecreatieve toevoegingen ook gepaard gaan met meer verblijfstoeristische capaciteit om op termijn concurrentie tussen dagrecreatieve voorzieningen zoveel mogelijk te voorkomen en door te groeien tot short-break bestemming. Op deze manier kunnen potentiële groeimogelijkheden tot wasdom komen. De verblijfscomponenten van Nature Wonder World kunnen hier een bijdrage aan leveren. Ook is uit het gesprek met Stadsregio Parkstad Limburg duidelijk geworden dat dit wordt ingezien en dat wordt gezocht naar versterking van de verblijfstoeristische markt.

⁴ Onze inventarisatie kwam uit op zo'n 46 kastelen in de gemeenten Brunssum, Heerlen, Kerkrade en Landgraaf. Bron: <http://www.limburgsekastelen.nl>

3.4. Conclusies

Op basis van de analyse van de plannen voor Landgoed Slot Schaesberg en de regionale toeristisch-recreatieve markt concluderen wij het volgende over de positie van Landgoed Slot Schaesberg in regionaal verband:

- De motieven voor een bezoek aan Landgoed Slot Schaesberg zijn uiteenlopend. Dit vergroot in potentie de basis voor de toekomstige exploitatie (richten op verschillende doelgroepen), maar heeft wel tot gevolg dat de positionering en promotie zorgvuldig plaats moet vinden. Verschillende doelgroepen hebben immers andere interesses en behoefte en hier moet binnen één geheel op worden ingespeeld en worden promooot;
- Om de gemiddelde toerist en recreant in voldoende mate aan te trekken, is de attractiewaarde van de plannen mogelijk te beperkt. Dit is een belangrijk aandachtspunt om het bezoekpotentieel (zie volgend hoofdstuk) ook daadwerkelijk te realiseren;
- Het onderscheidend vermogen van Landgoed Slot Schaesberg is groot. Binnen Nederland is het plan uniek. Ook in het nabije buitenland komen wij vergelijkbare voorbeelden in zeer beperkte mate tegen. Chateau Guédelon is het meest vergelijkbaar en kan als uitstekende referentie en inspiratiebron dienen;
- Er is relatief veel recreatief aanbod in de directe omgeving (met name Park Gravenrode). Theoretisch zou je kunnen concluderen dat Landgoed Slot Schaesberg vooral concurrerend wordt in de regio. Desalniettemin beoordelen wij de positie in regionaal verband vooral als complementair. De plannen zijn uniek in Nederland (zelfs in de Benelux) en in de directe omgeving kan Landgoed Slot Schaesberg zich onderscheiden. Hierdoor wordt grotendeels een nieuwe markt ontwikkeld, waardoor de 'koek groter wordt' en het marktaandeel van de verschillende marktpartijen naar verwachting niet of nauwelijks wordt beïnvloed. Vanuit de educatieve en inhoudelijke focus zien wij (semi)educatieve attracties als Continium en GaiaZoo en de musea als voornaamste concurrentie;
- Deze positie binnen de regio kan op termijn mogelijk verder versterkt worden als de 'Internationale Bau Ausstellung' (IBA) Parkstad verder zijn beslag krijgt, de plannen voor Creative City en Nature Wonder World worden ontwikkeld en gepaard gaan met meer verblijfstoeristische capaciteit in de regio.

4. RAMING BEZOEKERSAANTAL EN -ONTWIKKELING

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk worden de bezoekersaantallen geraamd. Eerst wordt ingegaan op het bezoekpotentieel van de plannen richting de oplevering (4.2.). Deze raming is gebaseerd op de volgende, elkaar aanvullende, methodieken:

- Op basis van marktbereik, marktpotentieel en marktaandeel vanuit de thuismarkt, verblijfsgasten en specifiek geïnteresseerden;
- Op basis van een benchmark met andere, enigszins vergelijkbare aanbieders elders in Nederland en het nabije buitenland.
- Op basis van een benchmark met aanbieders in de regio Parkstad-Limburg;

Deze methodieken zijn uitgewerkt in paragraaf 4.2.1 tot en met 4.2.3. Afgesloten wordt met een resume, welke wordt gerelateerd aan de 'ladder van duurzame verstedelijking' (4.2.4.). Vervolgens wordt ingegaan op de ontwikkeling van het bezoekersaantal (4.3.).

4.2. Bezoekpotentieel concept richting de oplevering

4.2.1. Marktbereik, marktpotentieel en marktaandeel

Deze methodiek raamt de bezoekersaantallen op basis van afbakening van het marktgebied, bepaling van het marktpotentieel en het marktaandeel binnen dit marktgebied. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen drie marktsegmenten: de thuismarkt, verblijfsgasten en specifiek geïnteresseerden. Onderstaand zijn deze nader beschreven:

- Thuismarkt: bezoekers die Landgoed Slot Schaesberg vanuit het thuisadres bezoeken. Hiertoe behoren verschillende doelgroepen, zoals toeristen en recreanten (volwassenen, gezinnen, stellen), scholieren, de lokale bevolking en de zakelijke markt;
- Verblijfsgasten: Personen die toeristisch verblijven in de regio Parkstad-Limburg (zowel binnenlandse als buitenlandse toeristen) en tijdens dit verblijf een bezoek brengen aan Landgoed Slot Schaesberg;
- Specifiek in het concept geïnteresseerden, zoals cultuur- en kunsthistorici, archeologen, bouw/restauratieliefhebbers, architecten, etc.

Uitgangspunten bij deze methodiek

- Zoals in voorgaand hoofdstuk reeds aangegeven, kan het bezoekmotief uiteenlopend zijn. Deze methodiek is derhalve gebaseerd op statistieken over bezoek aan attracties (met educatieve elementen; attracties uitsluitend gebaseerd op fun en vermaak worden niet meegenomen), musea, monumenten/bezienswaardigheden, archeologische/oudheidkundige objecten en culturele evenementen;
- Op basis van ervaringen elders bieden de plannen (inclusief enkele van de voorgestelde toevoegingen (zie bijlage)) in onze visie voldoende attractie- en beleavingswaarde voor een verblijf van een dagdeel (vier uur). Een goede en passende horeca zien wij als belangrijke voorwaarde voor deze verblijfsduur. Op basis van statistische gegevens over bezoek aan bovenstaand beschreven activiteiten (educatieve attracties, musea, etc.), ervaringscijfers en de structuur van het marktgebied wordt uitgegaan van de volgende afstandsbereidheid:
 - ✓ Thuismarkt: maximale reistijd van circa 45 minuten;
 - ✓ Verblijfsgasten: maximale reistijd van circa 30 minuten;

- ✓ Specifiek geïnteresseerden: vanwege de bovenmatige interesse zijn specifiek geïnteresseerden bereid verder (uren) te reizen. Het marktgebied zal naar verwachting, naast uit Nederland, bestaan uit (delen van) België, Luxemburg en Duitsland. De omvang van dit marktsegment wordt bepaald op basis van ervaringscijfers.

Thuismarkt

- Op basis van een maximale reistijd van circa 45 minuten is het marktgebied opgebouwd uit een Nederlands, Duits en Belgisch deel;
- Tot het Nederlands deel van het marktgebied behoren de regio's Midden-Limburg (regio's Weert en Roermond) en Zuid-Limburg. De regio Noord-Limburg (Venlo en omliggende gemeenten, zoals Bergen, Gennep, Mook en Middelaar) bevindt zich buiten het marktgebied. Tot het Duits deel van het marktgebied vallen Kreis Aachen en Kreis Heinsberg. Voor België zijn enkele gemeenten uit het arrondissement Maaseik en enkele gemeenten uit het arrondissement Tongeren meegenomen;
- Voor het concept richting de oplevering gaan wij uit van het jaar 2040 (uitgaande van doorlooptijd van de herbouw van 25 jaar). Bevolkingsprognoses komen uit op circa 1,75 miljoen inwoners in het marktgebied in 2040⁵. Hiertoe behoren verschillende doelgroepen, zoals toeristen en recreanten (volwassenen, gezinnen, stellen), maar ook de zakelijke markt, scholieren, etc.;
- Om het marktpotentieel vanuit het marktgebied te bepalen is gekeken naar het aantal bezoeken aan educatieve attracties, culturele evenementen, oudheidkundige/archeologische objecten, monumenten/bezienswaardigheden en musea. Dit komt uit op totaal 61,9 miljoen bezoeken⁶ (voor Nederland);
- Uitgaande van dit aantal bezoeken en de omvang van de Nederlandse bevolking betekent dat per persoon jaarlijks gemiddeld 3,7 bezoeken aan educatieve attracties, culturele evenementen, oudheidkundige/archeologische objecten, monumenten/bezienswaardigheden en musea worden ondernomen;
- Om het marktpotentieel te bepalen moet rekening gehouden worden met combinatiebezoeken. Wij rekenen met gemiddeld 2,5 tot 3 bezoeken per inwoner. Onder de aanname dat Belgen en Duitsers hetzelfde vrijetijdsgedrag hebben komt het marktpotentieel, op basis van de omvang van het marktgebied, uit op circa 4,4 tot circa 5,3 miljoen personen uit de thuismarkt (2,5-3 bezoeken * 1,75 miljoen inwoners);
- Dit marktpotentieel moet Landgoed Slot Schaesberg delen met vele andere aanbieders in de regio. Wij gaan hierbij uit van een evenredig marktaandeel. In voorgaand hoofdstuk is duidelijk geworden dat het marktgebied bestaat uit minimaal 30 concurrerende aanbieders. Dit zou een marktaandeel van ruim 3% betekenen. Omdat ook rekening moet worden gehouden met concurrentie buiten het marktgebied (bijv. Noord-Limburg en nabije buitenland) is het marktaandeel lager. In de ramingen is uitgegaan van een marktaandeel van 2 tot 2,5%. Deze marktaandelen leiden – uitgaande van bovenstaand marktpotentieel – tot circa 87.900 tot 131.850 bezoeken uit de thuismarkt.

Verblijfsgasten

- Het marktgebied voor de verblijfsgasten bestaat uit de toeristische regio's Westelijke Mijnstreek, Parkstad-Limburg en Heuvelland. Maastricht wordt niet tot het marktgebied gerekend, omdat verblijfstoerisme in Maastricht vaak in het teken van een stedentrip staat en gericht is op voorzieningen/activiteiten in Maastricht (horeca, musea, funshoppen, etc.);

⁵ Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Algemene Directie (AD) Statistiek (België) en Landesamt für Datenverarbeitung/Statistik NRW.

⁶ Bron: ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO, 2012/2013). Het CVTO van NBTC-NIPO Research is uitsluitend gebaseerd op Nederlanders. Hierbij worden wekelijks vragen gesteld over het vrijetijdsgedrag (ondernomen activiteiten) de afgelopen week.

- Het totaal aantal toeristische verblijfsgasten (binnenlands en buitenlands; exclusief zakelijke gasten) in de Westelijke Mijnstreek, Parkstad-Limburg en Heuvelland bedraagt ruim 1,0 miljoen per jaar⁷;
- Tijdens 72,5% van de vakanties is een bezoek gebracht aan een bezienswaardig gebouw (monument, kerk, kasteel, etc.), educatieve attractie en museum⁸. Om het marktpotentieel voor de verblijfsgasten te bepalen moet rekening gehouden worden met combinatiebezoeken. Wij rekenen met bezoeken gedurende 50 tot 60% van de toeristische vakanties. Het marktpotentieel komt daarmee uit op circa 505.000 tot circa 605.000 (50-60% * ruim 1,0 miljoen verblijfsgasten);
- Vergeleken met de thuismarkt gaan wij uit van een hoger marktaandeel. Bezoek tijdens verblijf zal immers relatief vaker gericht zijn op de grotere, bekende publiekstrekken en minder op kleinere musea, bezoekerscentra, aanbieders van groepsactiviteiten, etc. Wij gaan uit van een marktaandeel van 4 tot 5%. Dit komt uit op een bezoekpotentieel van circa 20.250 tot 30.375 verblijfsgasten.

Specifiek geïnteresseerden

Naast de thuismarkt en verblijfsgasten wordt het marktsegment van specifiek in het concept geïnteresseerden onderscheiden. Uit ervaring is bekend dat deze groep slechts enkele procenten van het totale bezoekersaantal inneemt. Voor Chateau Guédelon heeft deze groep verhoudingsgewijs eenzelfde omvang. Wij gaan ervan uit dat de groep van specifiek geïnteresseerden circa 5% is van het totale aantal bezoekers. Op basis van de raming voor de thuismarkt en verblijfsgasten komt dit per jaar uit op 5.700 tot 8.550 bezoekers voor het concept richting de oplevering.

Resume bezoekpotentieel concept richting de oplevering

Onderstaande tabel bevat een resumerend overzicht van het bezoekpotentieel op basis van de eerste methodiek. Het bezoekpotentieel heeft een totale omvang van 113.850 tot 170.775 bezoekers. Dit is gemiddeld circa 142.000 bezoekers.

Tabel 2. Resume bezoekpotentieel

Marktsegment	Bezoekpotentieel
Thuismarkt	87.900 – 131.850
Verblijfsgasten	20.250 – 30.375
Specifiek geïnteresseerden	5.700-8.550
Totaal	113.850-170.775

4.2.2. Benchmark conceptueel

De tweede methodiek is een benchmark van de bezoekersaantallen van conceptueel (enigszins) vergelijkbare aanbieders. Zoals in voorgaand hoofdstuk reeds toegelicht is Chateau Guédelon een zeer geschikte referentie en inspiratiebron.

Chateau Guédelon trok in 2013 (16^e jaar na start herbouw) circa 290.000 bezoekers. Op basis van een interview met Chateau Guédelon zal dit aantal het resterende deel van het herbouwtraject naar verwachting nog in bescheiden mate toenemen. Verwachting is dat dit circa 80% van het bezoekersaantal bij oplevering zal zijn. Op deze ontwikkeling van het aantal bezoekers wordt in de komende paragraaf meer diepgaand ingegaan.

Alhoewel de omvang van de locatie bij Chateau Guédelon, qua orde van grootte, vergelijkbaar is met Landgoed Slot Schaesberg en de omgevingskwaliteiten zeker niet beter zijn (relatief weinig

⁷ Bron: ContinuVakantieOnderzoek (CVO, 2011/2012) en CBS.

⁸ Bron: CVO

verblijfstoerisme en voorzieningen om op mee te liften), is niet reëel dat de bezoekcijfers van Chateau Guédelon ook bereikt worden bij Landgoed Slot Schaesberg. De organisatie van Guédelon is omvangrijk (totaal 45 FTE (betaalde krachten) in hoogseizoen (back-office, gidsen, werkplaatsen, etc.))⁹. Onder andere is de professionaliteit van marketing en promotie hoog en zijn enkele medewerkers hiervoor primair verantwoordelijk. De media aandacht voor Chateau Guédelon (zeker bij productimpulsen) is groot en het project is opgenomen in leerboeken (geschiedenis) voor het Franse basisonderwijs. Dit heeft – samen met een actieve marktwerking – onder andere geleid tot de prominente positie van Guédelon in de onderwijsmarkt. Scholieren vertegenwoordigen een zeer substantieel deel van het totale aantal bezoeken. Hiermee wordt een gebied van circa twee uur rondom Guédelon bediend. Een andere succesfactor die is genoemd is het bezoek dat veel plaatsvindt op basis van vooraf gemaakte reserveringen. Hiermee wordt het mogelijke nadeel (weersafhankelijkheid) van een grotendeels outdoor attractie uitgesloten.

Burgbau Friesach bevat ook vergelijkbare elementen. Vanwege vertrouwelijkheid zijn de bezoekersaantallen niet bekend. Naar verwachting zal dit aantal – na vier jaar herbouw – enkele tienduizenden betreffen. Door de beginperiode, waarin het project zich momenteel bevindt is het niet mogelijk de bezoekprognose van het concept voor Landgoed Slot Schaesberg richting de oplevering te baseren op Burgbau Friesach. Gezien de locatie (geen grote bevolkingsconcentraties in directe omgeving en beperkte mogelijkheden om mee te liften op omgeving) moeten de bezoekersaantallen van Burgbau Friesach minimaal haalbaar zijn voor Landgoed Slot Schaesberg.

Naast deze twee voorzieningen bestaat de benchmark ook uit Nederlandse voorbeelden van educatieve attracties of recreatieve musea. Zoals in voorgaand hoofdstuk toegelicht staan historie en/of levende geschiedenis centraal bij deze aanbieders. Het gaat echter niet om herbouwprocessen. De gebouwen zijn relatief snel en in één keer gerealiseerd. Derhalve beschouwen wij deze Nederlandse voorbeelden niet als referentieprojecten. De bezoekersaantallen (zie onderstaande tabel; van hoog naar laag geordend) worden gebruikt om het potentieel van Landgoed Slot Schaesberg in het juiste perspectief te plaatsen. Hier dient opgemerkt te worden dat voor Bataviawerf het gemiddelde bezoekcijfers tussen 1988 en 2013 weergegeven (bezoekersaantal in periode dat bouw Batavia in afrondende fase was bedroeg 300.000-325.000).

Tabel 3. Benchmark conceptueel

Bedrijf	Bezoekersaantal
Openluchtmuseum Arnhem	509.000
Archeon	295.000
Zuiderzeemuseum	252.000
Bataviawerf	150.000
Historisch Openluchtmuseum Eindhoven (HOME)	50.000
Museum Broeker Veiling	50.000

Bovenstaande rangorde toont globaal twee groepen:

- De eerste groep betreft de aanbieders met meer dan 250.000 bezoekers per jaar (Openluchtmuseum Arnhem, Archeon, Zuiderzeemuseum en Bataviawerf op hoogtepunt);
- De tweede groep wordt gevormd door HOME en Museum Broeker Veiling met zo'n 50.000 bezoekers per jaar.

⁹ Voor de doorontwikkelingsfase (fase 3; vanaf jaar 6) wordt voor Landgoed Slot Schaesberg uitgegaan van een 34 FTE (14 FTE ten behoeve van de herbouw, 9 FTE ten behoeve van programma, beleid en strategie en 11 FTE voor horeca, cassières en bediening). Bron: Productieplan project Landgoed Kasteel Schaesberg.

Het niveau van de eerste groep is niet reëel voor Landgoed Slot Schaesberg. Deze aanbieders zijn, net als Landgraaf, gevestigd in sterke toeristische gebieden. Verder beschikken de aanbieders in de eerste groep echter over professionele en grote organisaties, grote oppervlakten (Openluchtmuseum Arnhem zelfs enkele tientallen hectaren) en grote attractiewaarden en daardoor een grote aantrekkingskracht op brede doelgroepen. Het niveau van de tweede groep (HOME en Museum Broeker Veiling) moet zeker overtroffen kunnen worden door het concept van Landgoed Slot Schaesberg richting de oplevering. Dit gezien de omvang en de toeristische kwaliteiten van het marktgebied, de (beoogde) omvang van het plangebied en organisatie, etc.

4.2.3. Benchmark regionaal

De derde en laatste methodiek is de benchmark van aanbieders in de regio Zuid-Limburg. Vanwege vertrouwelijkheid van deze bezoekcijfers kunnen deze niet op bedrijfsniveau gepresenteerd worden. Wij hebben daarom gekeken met welke voorzieningen de resultaten vanuit de eerste methodiek (marktgebied, -potentieel en -aandeel) overeenkomen. Dit leidt tot de volgende bevindingen:

- Het gemiddelde van 142.000 bezoekers komt, qua orde van grootte, overeen met het gemiddelde van meerdere jaren van Kasteel Hoensbroek;
- Daarnaast is dit gemiddelde (licht) hoger dan de bezoekcijfers van gemeentegrot Valkenburg, Kasteelruïne en Fluweelengrot Valkenburg, Zuid-Limburgse Stoomtrein Maatschappij (ZLSM), Bonnefantenmuseum en Continium. Bezoekersaantallen van de meeste van deze voorzieningen komen, qua orde van grootte, overeen met de ondergrens van door ons geraamde bandbreedte;
- Attractieve aanbieders die zich richten op een breed publiek (GaiaZoo, SnowWorld, Drielandenpunt) halen 3-10 keer zo veel bezoek als geraamd in de eerste methodiek.

Op basis van bovenstaande concluderen wij dat aanbieders met een specifieke thematiek bezoekersaantallen trekken die qua orde van grootte vergelijkbaar zijn met onze raming. Het is reëel dat Landgoed Slot Schaesberg deze aantallen licht kan overtreffen. Attractieve aanbieders met een meer generieke focus halen hogere aantallen. Het is niet reëel dat Landgoed Slot Schaesberg deze aantallen gaat halen.

4.2.4. Conclusies

Drie methodieken in samenhang

De bezoekraming op basis van marktbereik, marktpotentieel en marktaandeel vanuit de thuismarkt, verblijfgasten en specifiek geïnteresseerden kwam uit op 113.850 tot 170.775 bezoekers (gemiddeld circa 142.000). Vanuit een tweetal benchmarks is dit gemiddelde als reëel en haalbaar beoordeeld.

Om dit aantal ook daadwerkelijk te halen (of mogelijk meer in de richting van de bovengrens van de bandbreedte te gaan), moet voldaan worden aan een aantal randvoorwaarden:

- Verkrijgen van de benodigde externe financiering, fondsen en subsidies;
- Vergroten attractiewaarde en interactiviteit, waarvoor reeds eerste ideeën zijn toegelicht (zie ook bijlage);
- Actieve marktbenadering (scholen, groeps- en zakelijke markt) om het potentieel uit deze markten ook te verzilveren;
- Samenwerking met partijen in de regio en aanbieden van interessante arrangementen (bijv. met kastelen en culturele partijen (musea) in de omgeving of onderdeel van kastelen- en erfgoedroutes en – app's).

Wanneer deze randvoorwaarden tegenvallen of door omstandigheden in mindere mate kunnen worden uitgevoerd, zal het bezoekersaantal van het concept richting de oplevering naar verwachting meer de ondergrens van de geraamde bandbreedte benaderen.

Bezoekpotentieel bottom-up

Op basis van ervaringscijfers is onderstaand indicatief de omvang van de onderwijsmarkt, de bijeenkomstmarkt en de evenementen op het evenemententerrein (inclusief aanzet voor evenementenprogrammering) ingeschat. Doel is hierbij meer gevoel te geven en een indicatie wat de omvang van deze marktsegmenten en productonderdelen zou kunnen zijn en daarnaast te vergelijken met de voorgaande ramingen:

- Onderwijs: Het plan is voor onderwijs in de breedte speciale lesprogramma's te ontwikkelen (inclusief programma voor schoolreizen) en tevens leer-, werk- en stageplaatsen aan te bieden. Het bezoekpotentieel is als volgt geraamd:
 - ✓ Als marktgebied is Zuid-Limburg aangehouden. Totaal aantal leerlingen op basisonderwijs (inclusief speciaal onderwijs), voortgezet onderwijs en middelbaar onderwijs in relevante richtingen (techniek, onderwijs en bouw) komt uit op circa 78.000 leerlingen;
 - ✓ Uitgegaan wordt dat ieder leerling één keer per 6-10 jaar een bezoek brengt aan Landgoed Slot Schaesberg, waarvan 70% met school en 30% met ouders. Rekenend met één schoolbegeleider per 10 kinderen en één ouders/verzorger per kind leidt tot een totaal bezoekpotentieel op jaarbasis van 10.750 tot 18.000 personen;
 - ✓ Op basis van gemiddeld 142.000 bezoekers betekent dit dat de onderwijsmarkt circa 8 tot 13% van het totaal inneemt. Ter vergelijking: Voor Continium namen scholen circa 16% voor hun rekening¹⁰. Voor Guédelon ligt dit aantal op 20% ondanks de prominente positie en het grote marktgebied dat wordt bediend (circa twee uur reistijd)¹¹. Hieruit concluderen wij dat de inschatting reëel is. Vanzelfsprekend is dit echter allesbehalve. Forse inspanningen zullen nodig zijn op gebied van marketing en promotie.
- Bijeenkomsten (zowel publiek als privaat), zoals bijeenkomsten, cursussen, vergaderingen in de hoeve:
 - ✓ Wij gaan hierbij voor het concept richting de oplevering uit van 3 zalen (1 grote zaal en 2 kleine zalen) met een totale capaciteit van 350 personen;
 - ✓ Uitgaande van gemiddeld 1,5 bijeenkomst per dag en van een gemiddelde stoel- en zaalbezetting komt dit uit op circa 19.000 bezoekers in het concept richting de oplevering;
- Evenementen op het evenemententerrein
 - ✓ Op basis van ervaringen met andere evenementerreinen, rekening houdend met het aanbod in de regio (met name Megaland) gaan wij uit van 8 evenementen per jaar (2 evenementen per 3 maanden, met name in de zomer, voor- en najaar). Qua programmering zou gedacht kunnen worden aan de volgende opzet:
 - 3 thematische evenementen passend bij de specifieke context, zoals levende geschiedenis/re-enactment of (historisch getinte) concerten, theaters en optredens. Hierbij gaan wij uit van 2.500 tot 5.000 bezoeker per evenement. Totaal komt dan uit op 11.250 bezoekers;
 - 5 evenementen met een meer algemeen karakter (kofferbakmarkt, kerstmarkt, beurs, etc.). 1.000 tot 2.000 bezoekers per evenement is een reëel uitgangspunt, waardoor totale bezoekersaantal voor deze algemene evenementen uit komt op 7.500;

¹⁰ Bron: Jaarverslag Continium.

¹¹ Bron: Chateau Guédelon.

- Totale bezoekersaantal aan de evenementen op het evenemententerrein op basis van bovenstaande indicatieve berekening is dan 18.750.



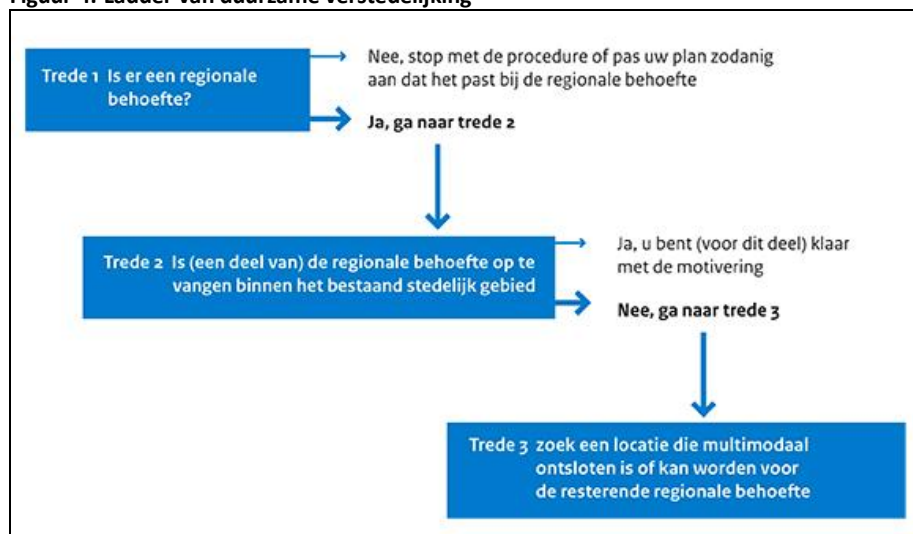
Mogelijke referentiebeelden voor evenementen, v.l.n.r.: Justerland Festival (Noord-Scharwoude Noord-Holland), Kofferbak markt Wijk aan Zee en Young Art Festival (Beverwijk)

Bovenstaande indicatieve opsomming maakt duidelijk dat vanuit scholen, feesten en partijen en evenementen circa 50.000 bezoekers verwacht mogen worden. Deze zullen vooral afkomstig zijn uit de thuishet, waarvan de totale omvang geraamd is op 88.000 tot 132.000 bezoekers.

4.3. Ladder van duurzame verstedelijking

In deze paragraaf worden bovenstaande conclusies gerelateerd aan de ladder van duurzame verstedelijking (zie onderstaande figuur¹²).

Figuur 4. Ladder van duurzame verstedelijking



Onderstaand is de analyse van onze ramingen en het beoogde concept in relatie tot de ladder van duurzame verstedelijking uitgewerkt:

- **Trede 1:** In de eerste trede wordt gevraagd of het project voldoet aan ruimtevraag die elders in de regio nog niet is voorzien. Vanwege de uniciteit van het project voorziet het project in een (latente) marktbehoefte. Hierdoor heeft het een complementaire functie binnen de regio, zeker wanneer dit

¹² Bron: Ministerie van Infrastructuur en Milieu.

de komende jaren gepaard gaat met nieuwe dagrecreatieve voorzieningen (Nature Wonder World en Creative City) en nieuwe verblijfsaccommodaties. Landgoed Slot Schaesberg kan een grotendeels nieuwe markt ontwikkelen, waardoor het marktaandeel van de verschillende partijen in de regio naar verwachting niet of nauwelijks beïnvloed zal worden. Ook kan dit project aanleiding bieden tot nieuwe samenwerkingsverbanden in de regio (met andere vrijetijdsvoorzieningen, maar ook met onderwijs en bedrijfsleven) en wordt de bekendheid en positie van historische ambachten, restauratie, cultuurhistorie, etc. vergroot. Het project heeft hierdoor ook een maatschappelijke dimensie. Deze dimensie wordt mogelijk verder verstevigd, wanneer uiteindelijk een nationaal expertisecentrum voor het restauratiewezen wordt gevestigd in Slot Schaesberg. Kortom: het project voorziet in een actuele regionale behoefte.

- **Trede 2:** Deze trede heeft een ruimtelijke component en vraagt of de ontwikkeling binnen het bestaande stedelijke gebied inpasbaar is. Dit is niet of nauwelijks van toepassing vanuit de specifieke context. De locatie en de gebouwen zijn immers aanleiding voor de plannen van Landgoed Slot Schaesberg. Het concept is derhalve historisch verweven met de locatie en de vraag of (een deel) van de regionale behoefte ook elders binnen het stedelijk genoemd kan worden ingevuld is niet relevant;
- **Trede 3:** De derde trede gaat in op kwalitatieve aspecten als de bereikbaarheid en ontsluitingskwaliteiten van de locatie. Slot Schaesberg is gelegen aan de Slot Schaesberglaan en is bereikbaar via de Binnering Parkstad Limburg. De Binnenring Parkstad Limburg (genaamd Euregioweg) is een ringweg die de stadsautoweg N281 verbindt met de Heerlense buurten Meezenbroek-Schaesbergerveld-Palemig en Molenberg en met de plaatsen Landgraaf, Kerkrade en Brunssum. De Slot Schaesberglaan is bereikbaar via een rotonde die aan Binnering ligt. Met de realisatie van de Binnering, is Slot Schaesberg goed bereikbaar geworden.

4.4. Bezoekontwikkeling gedurende herbouwproces

Voor het concept richting de oplevering is het bezoekersaantal geraamd op gemiddeld 142.000 bezoekers. In deze paragraaf is uitgewerkt hoe deze aantallen zich naar verwachting ontwikkelen. De analyse is te vinden in 4.4.1., gevolgd door conclusies in 4.4.2.

4.4.1. Analyse

Om de ontwikkeling van de bezoekersaantallen gedurende het herbouwproces in te schatten, is de ontwikkeling van bezoekersaantallen van andere vrijetijdsexploitaties geanalyseerd (leereffecten, succesfactoren). Hierbij is specifiek gekeken naar andere voorzieningen waar in het verleden productimpulsen plaatsvonden (bijv. Efteling of De Orchideeën Hoeve) en naar organisch groeiende voorzieningen, waarbij het ontwikkelproces inmiddels enige jaren loopt (Bataviawerf en Chateau Guédelon).

Periodieke productimpulsen

- Het effect dat een nieuwe attractie, show, etc. heeft op de bestaande exploitatie is uiteraard afhankelijk van het kwaliteitsniveau en de uitstraling van de toevoeging. Wij zien toenames van het bezoekersaantal van 10 tot 30%. Passende media aandacht is hierbij een belangrijke randvoorwaarde;
- Wanneer toevoegingen vernieuwend zijn voor het bedrijf, zoals nieuwe en andere type producten die mogelijk ook andere doelgroepen bereiken, zijn de effecten groter vergeleken met een toevoeging die meer in lijn ligt met het bestaande aanbod;

- De toename treedt vaak de eerste jaren na de toevoeging op. Daarna vlakt de groei af of stabiliseert het bezoekersaantal zich. Van belang is derhalve te zoeken naar frequente productimpulsen en regelmatig te zoeken naar meer grotere en aansprekende innovaties.

Organisch groeiende voorzieningen

Voor de analyse van organisch groeiende voorzieningen is gekeken naar de bezoeksontwikkeling van Bataviawerf en Chateau Guédelon. Uit deze analyses blijkt het volgende:

- Met name de attractiewaarde is bepalend voor de bezoeksontwikkeling. Wanneer voldoende attractiewaarde is gerealiseerd is de aanleiding voor bezoek groter, is de aantrekkingskracht op een breder publiek groter en stijgt het bezoekersaantal naar verhouding sneller;
- Van belang is hierbij in het beginstadium al voldoende attractiewaarde te realiseren en snel te beginnen met de herbouw (er moet concreet iets te zien zijn). Tevens is het belangrijk duidelijk te communiceren wat de status en planning is om te voorkomen dat er een verkeerd beeld ontstaat dat moeilijk te herstellen is ('nieuwe attractie, terwijl er gevoelsmatig nog weinig zichtbaar is'). Daarnaast moeten nieuwe impulsen en mijlpalen worden gecombineerd met passende media aandacht;
- Wanneer erin geslaagd wordt om snel de benodigde attractiewaarde te realiseren zien wij een onevenredige groei van het bezoekersaantal. Voor Bataviawerf en Chateau Guédelon is de ontwikkeling als volgt geweest:
 - ✓ Bij Bataviawerf werd tussen 1988 en 1994 gewerkt aan de bouw van de Batavia. In deze periode steeg het bezoekersaantal fors tot uiteindelijk 310.000-325.000 bezoekers in 1993 en 1994. Voor 1990 en 1991 (jaar 3 en 4, ongeveer halverwege bouwtraject) bedroeg het bezoekersaantal 60-70% van het uiteindelijke niveau;
 - ✓ Chateau Guédelon bereikte in 2013 (jaar 16 van 25) circa 80% van het uiteindelijke beoogde aantal bezoekers. Daarnaast laat de bezoeksontwikkeling van Chateau Guédelon de volgende inzichten zien:
 - Jaar 3 (wanneer voor Landgoed Slot Schaesberg de ontwikkeling richting afronding van de pioniersfase (fase 1) gaat): 30-35% van het beoogde einddoel;
 - Jaar 6 (wanneer voor Landgoed Slot Schaesberg de ontwikkeling richting afronding van de ontwikkelfase (fase 2) gaat) (afronding doorontwikkelingsfase Landgoed Slot Schaesberg): circa 50% van het beoogde einddoel;
 - Jaar 10: circa 65% van beoogde einddoel;

4.4.2. Conclusies

Op basis van het voorgaande concluderen wij het volgende voor de bezoeksontwikkeling. Het geraamde aantal van 142.000 bezoekers is hierbij de basis. Verder merken wij op dat deze conclusies geïnterpreteerd moeten worden in de vorm van een bandbreedte van zeker 10% naar boven en beneden. Dit mede gezien de afhankelijkheid van het ontwikkelproces van externe financiering, fondsen en subsidies:

- Bovenstaande ontwikkeling van Bataviawerf en Chateau Guédelon houden wij aan als reëel uitgangspunt voor het bezoekersaantal na jaar 3, 6 en 10 vanaf de start van het herbouwproces. Dit betekent het volgende:
 - ✓ Circa 45.000 bezoekers (circa 30-35% van totaal) na jaar 3 (richting afronding pioniersfase (fase 1));
 - ✓ Circa 70.000 bezoekers (circa 50% van totaal) na jaar 6 (richting afronding ontwikkelfase (fase 2));
 - ✓ Circa 92.500 bezoekers (circa 65% van totaal) na jaar 10;

- Naast het verkrijgen van de noodzakelijke externe financiering, fondsen en subsidies heeft dit onderzoek een aantal andere randvoorwaarden aan het licht gebracht die in onze visie van groot belang zijn om de geschetste ontwikkeling daadwerkelijk te realiseren;
 - ✓ De eerste jaren zal Landgoed Slot Schaesberg naar verwachting vooral interessant zijn voor specifiek in het concept geïnteresseerden en de lokale bevolking die de vorderingen op de voet volgen. Van belang is dat in de eerste jaren helder wordt gecommuniceerd over de status en planning en dat het geheel zo spoedig mogelijk als attractie wordt vermarkt. Voldoende attractiewaarde is hierbij essentieel. Na jaar 3 – de afronding van de pioniersfase – moet in ieder geval al een bepaalde attractiewaarde zijn gerealiseerd. Hierdoor zal het concept andere en nieuwe doelgroepen aantrekken (vanuit andere bezoekmotieven);
 - ✓ In de tweede en derde fase (ontwikkeling en doorontwikkeling) wordt verder gewerkt aan de invulling en ontwikkeling van ieder onderdeel. In onze visie betekent dit dat na jaar 10 al een substantieel deel van de attractiewaarde gerealiseerd moet zijn. Dit zien wij ook al een belangrijke succesfactor. Wanneer na jaar 10 nog niet voldoende attractiewaarde is gerealiseerd, zal het zeer lastig zijn om Landgoed Slot Schaesberg nog als attractie te profileren en het geraamde bezoekpotentieel te behalen. Daarnaast moet realisatie van nieuwe producten mijlpalen hierbij gepaard gaan met de nodige media aandacht;
- Het is reëel dat na jaar 10 meer dan de helft (65% ofwel circa 92.500 bezoekers) van het bezoekpotentieel Landgoed Slot Schaesberg reeds bezoekt. De resterende 35% (circa 50.000 bezoekers) van het bezoekpotentieel wordt tussen jaar 10 en jaar 25 opgebouwd. Er is echter een gevaar aanwezig dat het bezoekersaantal na jaar 10 afvlakt of hoogstens stabiel blijft. Van groot belang is derhalve dat er jaarlijks vernieuwende onderdelen worden gepresenteerd, waardoor men 'getriggerd' wordt een bezoek te brengen (en herhaalbezoekers ook iets nieuws aan te bieden). Omdat de bouw en ontwikkeling van ieder onderdeel al in een vergevorderd stadium is na jaar 10, zien wij hierbij vooral potentie voor activiteiten rondom het Slot en het landgoed, zoals animatie of aansprekende meerdaagse evenementen en festival. Voor deze vernieuwende onderdelen lijkt een toename van het bezoekersaantal van 10 tot 30% reëel;

5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

5.1. Conclusies

Op basis van het voorgaande concluderen wij het volgende:

- Het onderscheidend vermogen van de plannen voor Landgoed Slot Schaesberg is relatief groot. Binnen West-Europa zijn er slechts enkele vergelijkbare voorzieningen. In Nederland (en de Euregio) betekenen de plannen een unieke toevoeging;
- Er is veel recreatief aanbod in Zuid-Limburg. Desalniettemin beschouwen wij Landgoed Slot Schaesberg als een complementaire toevoeging gezien het grote onderscheidend vermogen en de uniciteit van de plannen. Deze positie wordt verder verstevigd als de attractiewaarde en mate van interactiviteit worden vergroot en wanneer op termijn plannen als Creative City en/of Nature Wonder World worden ontwikkeld. Daarnaast moet de verdere ontwikkeling van Park Gravenrode genoemd worden, zoals de afronding van de top van de Wilhelminaberg met een markant herkenningspunt (landmark) en de realisatie van een nieuwe toeristische-recreatieve complementaire attractie op het Rouenhofterrein (circa 30 hectare groot);
- Door de uniciteit en complementaire positie in regionaal verband kan de eerste trede van de ladder van duurzame verstedelijking bevestigend beantwoord worden. Landgoed Slot Schaesberg is uniek en kan een grotendeels nieuwe markt ontwikkelen, waardoor het marktaandeel van de verschillende partijen in de regio naar verwachting niet of nauwelijks beïnvloed zal worden. De tweede trede is niet relevant vanwege de historische en conceptuele verwevenheid tussen het concept en de planlocatie. De derde trede is niet van toepassing vanuit de doel- en vraagstelling van dit onderzoek;
- Vanuit verschillende, elkaar aanvullende, methodieken is het bezoekpotentieel van Landgoed Slot Schaesberg in volle omvang (na 25 jaar) geraamd op gemiddeld 142.000 bezoekers;
- Dit bezoekpotentieel moet beschouwd worden als het gemiddelde van een bandbreedte. De ondergrens van deze bandbreedte kwam uit op 113.850 bezoekers en komt in beeld als verschillende belangrijke randvoorwaarden niet geheel (kunnen) worden ingevuld. De bovengrens van de bandbreedte – wat is te interpreteren als optimistisch scenario – kwam uit op 170.775 bezoekers voor het concept richting de oplevering;
- De ontwikkeling van het bezoekpotentieel is afhankelijk van het uiteindelijke herbouw- en ontwikkelingsproces, zoals het verkrijgen van voldoende externe financiering, fondsen en subsidies, heldere communicatie, spoedig realiseren van voldoende attractiewaarde en het periodieke productimpulsen en –vernieuwingen;
- Het ontwikkelproces is afhankelijk van hoe de herbouw en ontwikkeling gaat verlopen en de mate waarin aan deze randvoorwaarden wordt voldaan. Wanneer erin geslaagd wordt aan deze randvoorwaarden te voldoen, dan zijn circa 45.000 bezoekers na jaar 3 (afronding pioniersfase (fase 1)), circa 70.000 bezoekers na jaar 6 (afronding doorontwikkelingsfase (fase 2)) en circa 92.500 bezoekers na jaar 10.

5.2. Aanbevelingen

Wij bevelen het volgende aan:

- De planologische onderzoeken te baseren op 92.500 bezoekers voor jaar 10 en op het gemiddelde van 142.000 bezoekers bij oplevering van het project (na jaar 25);
- De attractiewaarde en aansluiting bij de gemiddelde toerist en recreant (met name kinderen) van het voorliggend concept gericht vergroten (waarbij onze eerste ideeën (zie bijlage) als basis kunnen dienen);

- Op basis van dit aangescherpte concept de plannen nader financieel uitwerken en doorrekenen, waardoor inzichtelijk wordt hoe de exploitatie op termijn eruit ziet, welke investeringsruimte aanwezig is vanuit de exploitatie en wat de omvang is van benodigde externe financiering.

BIJLAGE 1 MOGELIJKE TOEVOEGINGEN (EERSTE IDEEËN)

Onderstaand zijn eerste ideeën opgenomen om de attractiviteit en interactiviteit van Landgoed Slot Schaesberg te vergroten.

Visuele projecties

Visuele projecties van Slot Schaesberg (huidige vorm versus beoogd eindmodel en tussenfasen (veranderende beelden in de tijd)), inclusief maquette(s)

Filmzaal

Filmzaal waarin wordt ingegaan op Slot Schaesberg. In meest vergaande vorm kan hierbij gedacht worden aan een IMAX filmzaal met 'bewegende stoelen'

Experience en zintuiglijke belevingsruimte

Belevingsruimte met storytelling/toneelspelen en zintuiglijke beleving (raden geur (stank), smaak) in een 17^e eeuwse ambiance

Activiteiten op water (mits toegestaan)

Recreatieve activiteiten op het water rondom het Slot (bijv. kanoën), onder andere afhankelijk van visvereniging.

Teambuildingsactiviteiten

Verschillende teambuildingsactiviteiten/workshops, variërend van activiteiten met een creatief karakter (bijv. hout- of steenbewerking (conform ambachten), schilderen) tot meer competitieve en sportieve activiteiten, eventueel gelinkt aan water rondom het Slot (meerkampen, boogschieten, vloten bouwen, abseilen/tokkelen, etc.)

Museum en (wissel)tentoonstellingen

Historisch-archeologisch museum als thema mogelijk breder dan Slot Schaesberg. Wisseltentoonstellingen zijn belangrijk om specifiek geïnteresseerden te binden

Openluchttheater

Openluchttheater (bijvoorbeeld op deel evenemententerrein nabij landgoed Slot Schaesberg) met gevarieerde programmering (van hoogwaardig concert/opera tot kindertoneel/cabaret). Evenementen waarbij gebruik gemaakt wordt van lichteffecten in combinatie met het Slot zien wij als goede toevoeging.

Routegebonden toevoegingen

Opnemen in bestaande en/of geplande routes ('kastelen & tuinen app' Zuid-Limburg en 'Autovrije Fietsroute Limburg en nabije buitenland'), zodat mensen in aanraking komen met Slot Schaesberg, verleid worden voor een bezoek en dit vertellen aan families, vrienden, etc.

BIJLAGE 2**CONCURREREND AANBOD LANDGOED SLOT SCHAESBERG**

Bedrijfsnaam
<u>Attracties, science centra, e.d.</u>
<u>Continium</u>
GaiaPark Zoo
Snowworld
Zuid-Limburgse Stoomtrein Maatschappij (ZLSM)
Drielandenpunt Vaals
Boudewijntoren Vaals
<u>Musea/cultuur</u>
SCHUNCK
Thermenmuseum
Nederlands Mijnmuseum
Afrikacentrum
Bonnefantenmuseum
Museum a/h Vrijthof
Natuurhistorisch Museum Maastricht
<u>Overig</u>
Schutterspark Brunssum
Megaland Landgraaf
Kasteel Hoensbroek
Kasteel Montfort
Kasteelruïne Fluweelgrot Valkenburg
Kloostercomplex Wittem
Steenkolenmijn Daalhemergroeve Valkenburg
Rocca Klim & Adventure Centrum
Gulpener Bierbrouwerij
Bezoekerscentrum Schrieversheide
Klimcentrum Neoliet Heerlen
Groeve 't Rooth
Gemeentegrot Valkenburg
Kabelbaan Valkenburg
Mondo Verde
Botanische tuin Kerkrade