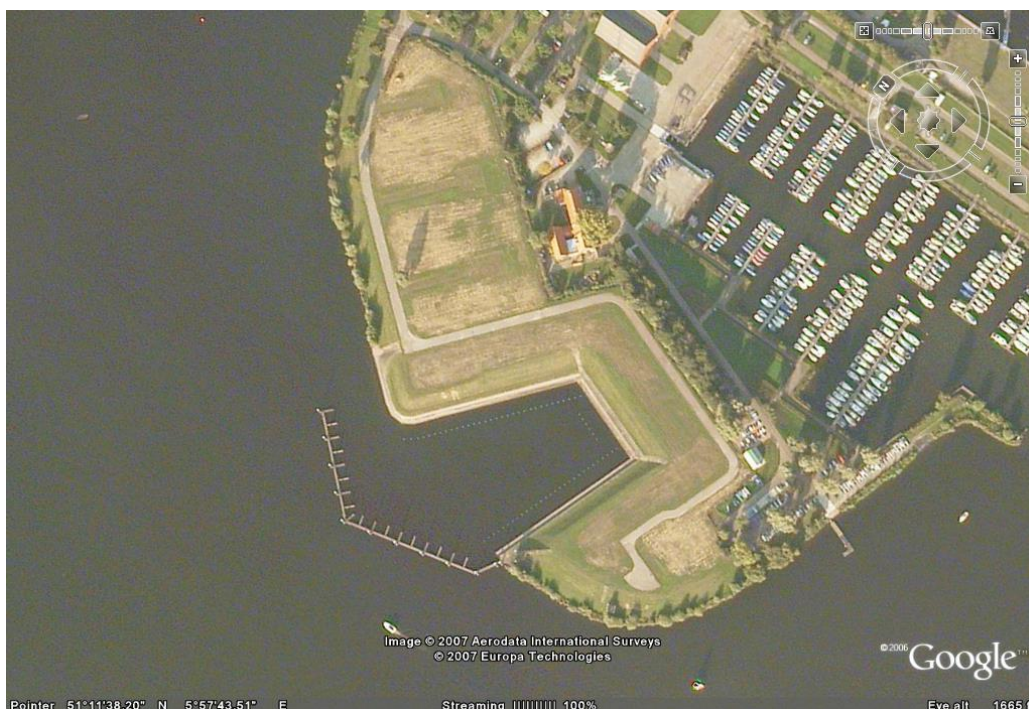




Project Kop Hatenoer Roermond

Aanvullende studie

In opdracht van Schipper Bosch Projecten, Amersfoort



Beknopte economische studie naar uitvoerbaarheid, haalbaarheid en economische effecten voor het project Kop Hatenoer Roermond

28 april 2010

Arc Nederland, Herkenbosch

door

ir. Marc Breugelmans

drs. Margó Lussenburg



1. Inleiding

In opdracht van Schipper Bosch Projecten uit Amersfoort heeft Arc Nederland een studie uitgevoerd naar de uitvoerbaarheid, haalbaarheid en economische effecten van recreatieproject 'Kop Hatendoer' in Roermond.

Op basis van literatuurstudie, analyses en aannames zijn wij gekomen tot de in dit rapport gepresenteerde inzichten. Het geeft een doorkijk naar de mogelijkheden en voorwaarden om tot een duurzame exploitatie van dit voor Roermond en de regio belangrijke project te komen en de economische effecten.

De Midden-Limburgse Maasplassen verdienen een verdere opwaardering. De samenhang in het gebied kan verder worden versterkt door de komst van attractieve verblijfsaccommodaties.

Enerzijds wordt met dit nieuwe project de verbinding met het water nadrukkelijk gelegd. Anderzijds ontstaan er nieuwe toeristische mogelijkheden om de regio onder de aandacht te brengen van een nog groter publiek.

De stad Roermond keert zich steeds nadrukkelijker met het gezicht naar het water, de Maas en de Maasplassen. Niet alleen ontstaat er zo een aantrekkelijke entree van de stad, ook de verbindingsmogelijkheden tussen de verblijfsaccommodaties en de stad worden hierdoor versterkt. In combinatie met de toegenomen attractiviteit van de stad leidt deze verbinding tot meer verkeer van recreanten en toeristen, hetgeen een economische impuls geeft voor de stad en de regio.

In de Structuurvisie Roermond en de toekomstschets 'Strategische Visie 2020' van de gemeente Roermond krijgt het toerisme en recreatie een belangrijke plek als economische drager. Ook in de Regiovisie Midden-Limburg 2008-2028 wordt toerisme en recreatie als speerpunt benoemd. De Provincie Limburg heeft de Maasplassen aangeduid als een van de zogenaamde 'totempalen', een gebied waar de vrijetijdseconomie verder dient te worden uitgebouwd.

Het plan 'Kop Hatendoer' past uitstekend in deze ontwikkelingen. Het betreft de ontwikkeling van een middelgroot vakantiepark bestaande uit 74 recreatiewoningen in een brede diversiteit, gelegen in het in voorbereiding zijnde bestemmingsplangebied 'Kop Hatendoer'. Qua voorzieningen, winkels en horeca, is het park aangewezen op de stad Roermond en de regio.

2. Beknopte beschrijving van de opzet van het park

2.1 Het plan 'Kop van Hatenboer'

Het plan 'Kop Hatenboer' betreft de realisatie van 74 recreatiewoningen in een gevarieerde opzet; deels in de vorm van terp- en havenwoningen in meer dichte pakking gekeerd naar het water, deels in de vorm van watervilla's; geschakeld of vrijstaand, direct aan het water gelegen. Het plan 'Kop Hatenboer' omvat een jachthaven met 100 ligplaatsen, die al is aangelegd. In het park zijn paden voorzien die naar het water en de jachthaven leiden. Binnen het plan worden parkeerplaatsen gerealiseerd voor zowel de bewoners als de bezoekers.



Door het gebruik van deze zogenaamde 'variabele bouwmassa's' is het recreatiepark ingepast in het landschap. Vorm en functie sluiten op elkaar aan. De in het gebied passende bebouwing doet geen afbreuk aan de bestaande landschappelijke kenmerken. Tevens worden diverse beplantingselementen aangebracht, die aansluiten op de bestaande rondom en in het gebied gelegen groene elementen, zodat er sprake is van een landschappelijk en stedenbouwkundig geheel.



Woningtypen die worden gerealiseerd

Type	Typeomschrijving	Bouwhoogte	Aantal
A	Terpwooningen met tussen de woningen gelegen bergingen	Twee lagen met plat dak (bouwhoogte max. 6,30m)	24
B	Geschakelde watervilla's met parkeren achter de woning	Twee lagen met plat dak (bouwhoogte max. 6,30m)	8
C	Havenwoningen met parkeren achter de woning	Twee lagen met plat dak (bouwhoogte max. 6,30m)	35
D	Vrijstaande watervilla's met parkeren achter de woning	Twee lagen met plat dak (bouwhoogte max. 6,30m)	7

2.2 Positionering

Rondom de Maasplassen in Roermond zijn er een groot aantal verblijfsrecreatieve mogelijkheden. De diversiteit van het aanbod is groot, variërend van campings tot en met bungalowparken. Daarnaast beschikt de regio over een ruim hotel- en pensionaanbod (inclusief bed&breakfast). Dit aanbod laten we in deze studie buiten beschouwing daar deze accommodaties zich richten op een minder op het water en de watersport gerichte doelgroep en bovendien niet gelegen zijn aan de Maasplassen.

Verblijfsaanbod Roermond Maasplassen (aantal plaatsen)

Recreatiewoningen	Campings (caravans, campers, tenten)	Jachthavens
	Jachthaven-Camping Hatenboer (360)	Jachthaven-Camping Hatenboer (430)
Jachthaven-Camping Marina Oolderhuske (174)	Jachthaven-Camping Marina Oolderhuske (200)	Jachthaven-Camping Marina Oolderhuske (250)
	Jachthaven-Camping Hermans (10)	Jachthaven-Camping Hermans (123)
	Camping Niessen (110)	
	Camping van Ass (ca. 50)	Jachthaven (ca. 50)
	Camping Barten (ca. 50)	Jachthaven (ca. 50)



Het project 'Kop Hatendoer' sluit goed aan op het bestaande aanbod. Enerzijds is het een **uitbreiding van het bestaande aanbod**, daarnaast vergroot het plan **de variatie en mogelijkheden van verblijf** rondom de Maasplassen. Steeds meer verblijfsrecreanten zijn op zoek naar **een luxe accommodatie**, daarop sluit dit plan naadloos aan (zie hoofdstuk 4; marktontwikkelingen).

Het project geeft dus **een belangrijke kwaliteitsimpuls** aan de verblijfsmogelijkheden in het gebied. Het park biedt de verblijfsrecreanten een kwalitatief hoog alternatief voor het kamperen. De campings zijn enkel in de zomermaanden (april tot en met oktober) beschikbaar. Het aantal campingbezoekers loopt de laatste jaren terug, steeds meer mensen kiezen voor een luxe accommodatie, zoals een recreatiewoning (zie hoofdstuk 4; marktontwikkelingen).

Het project 'Kop Hatendoer' is **een jaar rond te exploiteren**. Bestaande kampeersers die de overstap naar een comfortabeler en kwalitatief hoogstaander verblijf in de regio willen zetten, kunnen dankzij het project 'Kop Hatendoer' ook in de 'eigen' omgeving de volgende stap zetten.

Daarnaast betekent het plan **een aanvulling op het reeds bestaande maar beperkte aanbod van recreatiewoningen rondom de Maasplassen**. Aan de Maasplassen in de directe omgeving Roermond blijft het aanbod vooralsnog beperkt tot Marina Oolderhuuske. Andere hoogwaardige verblijfsrecreatieve projecten langs de Maasplassen zijn het Maaspark Boschmolenplas te Heel en Porta Isola te Stevensweert.

Het project 'Kop Hatendoer' is zeer kort gelegen bij Camping en Jachthaven 'Hatendoer'. De intentie is dat de campingbeheerder nauw wordt betrokken bij het parkbeheer van het project 'Kop Hatendoer'. Daardoor wordt een synergie-effect bereikt.

De receptie van de camping en de daarbij gelegen voorzieningen zijn zodoende voor de verblijfsrecreanten van het project 'Kop Hatendoer' beschikbaar.

Een dergelijke samenwerking leidt er toe dat **het beheer, onderhoud, parkeren en recreëren vanuit één visie en vanuit één uniform beleid wordt aangepakt**. Dat komt de kwaliteit van het project en de exploitatie ten goede en zal de aantrekkelijkheid van Hatendoer als verblijfslocatie verder versterken.

Ook voor de veiligheid en het toezicht van de jachthaven wordt samengewerkt met de beheerder van de nabijgelegen Camping en Jachthaven 'Hatendoer', die in deze ruime ervaring heeft.



3. Productmarktcombinaties

Met de realisatie van het project 'Kop Hatendoer' richt Schipper Bosch Projecten zich op twee doelgroepen: de kopers van recreatiewoningen en huurders van recreatiewoningen. De bijzondere ligging, goede bereikbaarheid, middelgrote omvang van het park (knusheid), de variatie van de woningen en de verblijfsmogelijkheden en de attractieve waarde van de regio Midden-Limburg bieden kansen om dit project succesvol in de markt te zetten.

3.1 Kopers- en huurdersmarkt

De doelgroep van het project bestaat uit zowel kopers als huurders. Beide doelgroepen kunnen vanzelfsprekend verder worden onderverdeeld al naar gelang interesse (natuurgeoriënteerd of watergeoriënteerd, mensen met of zonder boot), leeftijd, etc. In deze rapportage beperken we ons tot de hoofdgroepen.

3.2 Kopers

We maken een onderscheid naar:

1. Beleggers (commercieel):

De kopersdoelgroep bestaat uit beleggers die een recreatiewoning aanschaffen voor commercieel gebruik. Zij maken zelf gering gebruik van de recreatiewoning(en) en proberen via commerciële verhuur een rendement op de investering te behalen.

2. Gebruikskopers (niet-commercieel):

De kopersgroep kent particulieren die een recreatiewoning in eerste aanleg aanschaffen voor eigen gebruik. Zij maken regelmatig gebruik van de recreatiewoning en stellen in de perioden dat zij er zelf niet verblijven de woning beschikbaar voor verhuur.

Veel Nederlanders zijn geïnteresseerd in de aanschaf van een tweede woning, in casu een recreatiewoning. Ruim 300.000 huishoudens overwegen binnen drie tot vijf jaar een tweede woning aan te schaffen. Ca. 55% van deze potentiële kopers gaat naar verwachting ook daadwerkelijk over tot de aanschaf van een tweede woning.¹

Tweederde van deze doelgroep zoekt een onderkomen in het prijssegment tot € 100.000, een kwart tussen de € 100.000 en € 200.000 en ongeveer tien procent kiest voor een tweede onderkomen in het prijssegment boven de € 200.000. De koopprijzen van de recreatiewoningen in het project 'Kop Hatendoer' zullen liggen onder en boven de € 200.000.

¹ Continu Vakantie Onderzoek (CVO); NBTC-NIPO Research



Huurders

Huurders zijn verblijfsrecreanten die gedurende een vooraf bepaalde periode (bijv. een lang weekend, midweek of gedurende een twee- of drietal weken) in een recreatiewoning in de regio willen verblijven. Zij zijn incidentele gebruikers van de recreatiewoning.

De verhuur van de recreatiewoningen, al dan niet in eigendom van beleggers of particulieren, wordt ter hand genomen door één centrale organisatie.

De huurprijs van de woningen (gemiddeld, niet naar type woning) moet nog worden vastgesteld. Op basis van investering en marktprijzen komen we tot de navolgende intervallen:

Gemiddelde huurprijzen voor recreatiewoningen in Limburg

(in euro)	Laagseizoen	Hoogseizoen
Weekend /Midweek	€ 400 – 600	€ 750 – 1200
Week	€ 600 – 900	€ 900 – 1500

3.3 Huur ligplaatsen

Het plan 'Kop Hatendoer' omvat een jachthaven met 100 ligplaatsen, die inmiddels is aangelegd. Deze ligplaatsen zijn beschikbaar voor kopers en huurders van woningen.

Daarnaast kunnen de resterende ligplaatsen door booteigenaren worden gehuurd.

De ligplaatsen in jachthavens in Midden-Limburg brengen gemiddeld een huurprijs tussen de € 400 – 800 per jaar op.

Binnen drie jaar verwacht de exploitant 100% bezettingsgraad.

3.4 Marketing

Het parkmanagement en de verkoop zijn in goede handen van Schipper Bosch Projecten. Het parkmanagement richt zich op de marketing van het park en de organisatie en begeleiding van de Vereniging van Eigenaren.

Voor de marketing, promotie, verkoop en verhuur van de recreatiewoningen wordt samenwerking gezocht met ervaren marktpartijen (makelaars, promotieorganisaties zoals VVV en TROM).

3.5 Beheer

Voor het beheer, onderhoud en het gastheerschap bestaat de intentie een samenwerking aangaan met de campingbeheerder van Camping en Jachthaven 'Hatendoer'. Naast de jarenlange ervaring in exploitatie en toezicht op een vakantiepark en grote jachthaven, kunnen de verblijfsrecreanten hierdoor profiteren van de nabijgelegen voorzieningen, zoals receptie, restaurant, dagstrand en activiteiten (zie hoofdstuk 2).



4. Marktontwikkelingen

De komende jaren zullen diverse ontwikkelingen de behoefte in aanschaf en huur van recreatiewoningen beïnvloeden. We noemen zowel landelijke als regionale ontwikkelingen. We sommen hier de belangrijkste ontwikkelingen en trends op. Voor meer informatie verwijzen we naar de onderliggende rapporten (zie hoofdstuk 8; literatuurlijst).

4.1 Groeiverwachting inkomend toerisme²

Het NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen) verwacht dat het inkomend toerisme de komende jaren groeit. Mede door de iets zwakkere economische omstandigheden van de komende jaren gebeurt dit eerst nog met beperkte groeicijfers, maar vanaf 2010 mag door de aantrekkende wereldeconomie een hoger groeiniveau worden verwacht.

In 2008 is het inkomend toerisme, ook in Limburg, iets gedaald. De daling in Limburg is minder dan landelijk, waardoor het marktaandeel van Limburg is vergroot. Limburg is nog steeds de 3^e provincie voor wat betreft buitenlandse gasten.³

4.2 Belangrijkste groeisegmenten⁴

De verwachting is, dat de door het NBTC gedefinieerde productmarktcombinatie's (PMC's) *Holland City Style* en *Holland the Good Life* bovengemiddeld profiteren van de toename van het inkomend toerisme. Met name de tweede PMC sluit aan bij de ontwikkeling van het project 'Kop Hatenboer'.

Holland City Style:

Het veelzijdige (culturele en trendy) Nederlandse stadsleven. Shoppen, wining & dining, cultuur en het beleven van de Nederlandse gezelligheid staan voorop. Meestal een korte vakantie met een verblijf in een hotel in de stad.

Holland the Good Life:

Genieten (ontspannen en actief zijn) van onder meer lekker eten en drinken, wandelen, fietsen en bezoeken aan wellnesscentra. Meestal korte vakanties in voor- en najaar met een verblijf in 4- en 5-sterren hotels, de luxere vakantieparken of de betere bed & breakfasts.

² Bron: Destinatie Holland 2020, Toekomstvisie Inkomend Toerisme, NBTC

³ Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2008/2009, ZKA Consultants & Planners

⁴ Bron: Destinatie Holland 2020, Toekomstvisie Inkomend Toerisme, NBTC



4.3 Verblijfstoeristisch aanbod in Limburg⁵

Schaalvergroting en concentratie zijn kenmerken van de huisjesterreinen in Limburg. In alle toeristische accommodatievormen (hotels, campings, huisjescomplexen en groepsaccommodaties) nam het aantal aanbieders in Limburg af, terwijl er landelijk sprake is van een stijgend aanbod van het aantal accommodaties.

Daarentegen is het aantal slaapplekken in Limburg toegenomen. In Noord- en Midden-Limburg is het aantal accommodaties met 5% afgenomen en het aantal slaapplekken met 5% toegenomen.

Al met al concludeert onderzoeksbureau ZKA dat Limburg terrein verliest op het gebied van verblijfstoeristisch aanbod. Limburg heeft echter alles in zich om een leidende positie in te nemen. Dit vergt echter meer innovatie en ruimte voor nieuwe impulsen (zowel op het gebied van accommodaties als organisatie).

4.4 Vakantiekenmerken en gastprofielen⁶

Voor recreatiewoningen in Limburg geldt:

- Gemiddelde bestedingen p.p.p.d. € 32,50
- Herkomst: Zuid-Holland en Noord-Brabant
- Profiel gast: gezinnen
- Regio: 74% in Noord & Midden-Limburg
- Activiteiten:
 1. zwemmen
 2. uit eten gaan
 3. autotochtjes maken
 4. wandelingen maken
 5. funshopping
 6. bezoek aan bezienswaardige gebouwen'
 7. bezoek aan natuurreservaat, natuurgebied
 8. fietstochtjes maken
 9. uitgaan (café/discotheek)
 10. pretpark, attractiepark

⁵ Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2008/2009, ZKA Consultants & Planners

⁶ Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2008/2009, ZKA Consultants & Planners



Tabel 5.1
Overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties
Overnight stays in Dutch tourist accommodations

	2004	2005	2006	2007	2008
<i>x mln</i>					
Hotels en pensions	28,4	29,5	31,8	34,2	32,6
Jeugdaccommodaties					
Groepsaccommodaties	4,1	4,1	4,1	4,0	3,8
Huisjescomplexen	25,9	24,5	26,8	29,3	29,2
Kampeerterreinen	22,5	22,1	21,3	20,8	18,8
Totaal	80,9	80,2	83,9	88,3	84,5

Bron: Statistiek logiesaccommodaties.

Inlichtingen: CBS (088) 570 70 70.

Voornaamste publicatie: Toerisme in Nederland. Het gebruik van logiesaccommodaties 2008.

Frequentie: jaarlijks.

4.5 Recreatiewoningen worden serieuze business⁷

- Mensen verlangen 'naar buiten' als gevolg van welvaart;
- Ontwikkeling van recreatiewoningen zowel voor ontwikkelaars als kopers financieel aantrekkelijk;
- De groei van het aantal tweede woningen lag tussen 1993 en 2003 hoger dan die van het aantal reguliere woningen;
- Waar gewone wijken vaak lang op voorzieningen moeten wachten, worden deze bij tweede woningen vaak wel direct aangelegd (supermarkt, golfbaan, jachthaven, restaurants).

⁷ Bron: Building Business, augustus 2007



4.6 Stabiele markt voor overnachtingen in recreatiewoningen⁸

De CBS publicatie 'Toerisme en Recreatie in cijfers, 2009' bevat details over recreatie in Nederland, waaronder het gebruik van toeristische faciliteiten. Voor recreatiewoningen gelden de volgende cijfers:

Aantal overnachtingen in Nederlandse huisjescomplexen (mln)

	2004	2005	2006	2007	2008
Aantal overnachtingen door Nederlanders	19,7	18,7	20,4	22,1	22,4
Aantal overnachtingen door buitenlanders	6,2	5,8	6,4	7,2	6,7
Totaal aantal overnachtingen	25,9	24,5	26,8	29,3	29,2

Aantal overnachtingen in Limburgse huisjescomplexen (mln)

	2004	2005	2006	2007	2008
Totaal aantal overnachtingen	9,8	9,8	10,1	10,5	10,0

Slaapplaats-bezettingsgraad in Nederlandse logiesaccommodaties (%)

	2004	2005	2006	2007	2008
Huisjescomplexen	37,0	33,2	35,8	38,6	38,5

Gemiddelde verblijfsduur in Nederlandse logiesaccommodaties (nachten)

	2004	2005	2006	2007	2008
Huisjescomplexen	5,0	5,0	4,9	4,9	4,9

De laatste vijf jaren is er sprake van een redelijk stabiele markt. Gezien de eerder genoemde ontwikkelingen zal deze stabiele situatie blijven bestaan. De verwachting is zelfs dat het verblijf en het aantal overnachtingen in recreatiewoningen de komende jaren zal stijgen.

⁸ Toerisme en recreatie in cijfers, 2009; uitgave CBS



4.7 Toerisme en recreatie belangrijke economische drager voor de regio⁹

- Toerisme en recreatie vormen een economische kurk van formaat;
- Ontwikkeling van de Maasplassen als aantrekkelijk recreatief gebied heeft prioriteit;
- Het gaat daarbij vooral om verblijfsaccommodaties;
- Herstructurering van het Maasdal biedt bovendien ruimte voor ontwikkeling in termen van drijvende woonmilieus en recreatiewoningen;
- Het Maasdal biedt volop kansen voor versterking van het toerisme en recreatie.

Uit de regiovisie:

“Toerisme en recreatie vormen een economische kurk van formaat die de komende decennia alleen maar sterker wordt. Versterking van het toeristisch-recreatief profiel vraagt allereerst om ontwikkeling van de Maasplassen als aantrekkelijk recreatief gebied: het gaat daarbij niet alleen om de pure recreatievoorzieningen, maar ook om verblijfsaccommodaties, goede verbindingen, een nevel van toeristische voorzieningen in het hele gebied en goede onderlinge verbindingen. Midden-Limburg heeft echter meer troeven dan alleen de Maasplassen: cultuurhistorisch toerisme door het hele gebied, hippische en golfvoorzieningen in Weert. Door combinaties te scheppen, zowel arrangementen als fysieke transfers, ontstaat meerwaarde.

Roermond is met haar rug naar de Maas gekeerd; de Maasplassen ter hoogte van Roermond zijn sterk verkaveld en moeilijk toegankelijk; en het landschap aan de overzijde van de rivier is door enkele grote industriële bedrijven weinig aantrekkelijk. De Maas vormt daardoor een scheidslijn in plaats van een verbinding. Door aan de westoever te investeren in natuurontwikkeling en bijzondere voorzieningen te creëren als de Zorgstrip en een toeristische attractie van formaat (in de Maascentrale bij Zevenelle), worden beide oevers verbonden. Herstructurering van het Maasdal biedt bovendien ruimte voor ontwikkeling in termen van drijvende woonmilieus en recreatiewoningen. De light rail ontsluit de westoever en vormt een goede stedelijke verbinding met Weert.

Het Maasdal biedt volop kansen voor versterking van het toerisme en de recreatie rond Roermond, en biedt daarmee ook nieuwe kansen voor het Maas- en Roerfront met watergebonden woonmilieus. Roermond kan haar waterfront ontwikkelen, met een spectaculair leef-, woon- en recreatiemilieu rond de Maas.”

In 2008 was het toerisme goed voor circa 35.575 banen in Limburg, een aandeel van 6,8% van de werkgelegenheid.¹⁰

⁹ Het oog van Midden-Limburg, regiovisie 2008-2028; gebiedsontwikkeling Midden-Limburg

¹⁰ Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2008/2009, ZKA Consultants & Planners



4.8 Toerisme en recreatie belangrijk voor Roermond¹¹

- de gezamenlijke ontwikkeling van het toeristisch potentieel van de Maasplassen;
- duurzaam toerisme in de stad en de directe omgeving.

Economische crisis leidt niet tot minder vakanties

Zo'n 81% van de Nederlanders is in 2009 een of meerdere keren op vakantie geweest. Er werden ruim 36 miljoen vakanties ondernomen: 1% meer dan in 2008. Het was vooral Nederland zelf die hiervan profiteerde: het aantal binnenlandse vakanties steeg met 3% naar bijna 18 miljoen. Wat bestedingen betreft hield de Nederlander de hand op de knip: de totale bestedingen aan vakanties daalden met 2% naar 14,9 miljard euro. Dit blijkt uit de jaarresultaten van het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) door NBTC-NIPO Research.

Meer korte vakanties

Uit het onderzoek komt ook naar voren dat Nederlanders meer korte vakanties ondernamen: dit aantal groeide met 5% naar 19,8 miljoen, terwijl het aantal lange vakanties een daling laat zien van 4% naar 16,5 miljoen vakanties. Daarnaast blijkt uit het CVO dat het aantal vaste standplaatsvakanties (vakanties in een eigen accommodatie zoals een stacaravan of tweede woning) met 8% is gestegen naar 5,1 miljoen vakanties. Hierbij speelden het mooie zomerweer en de grotere spreiding van feestdagen en vakantieperiodes een rol. Het aantal vakanties waarbij verbleven wordt in een commerciële accommodatie blijft met 31,2 miljoen gelijk aan vorig jaar.

Meer vakanties in eigen land

Na een aantal jaren van geleidelijke daling is het aantal binnenlandse vakanties in 2009 met 500.000 gestegen. Het relatief mooie zomerweer en de economische crisis leidde er onder andere toe dat Nederlanders de vakantie wat dichterbij huis zijn gaan vieren. Wat betreft locatie waren de Noordzeebadplaatsen en de Veluwe en Veluwerand evenals andere jaren populair; deze regio's ontvingen respectievelijk 12% en 6% meer binnenlandse toeristen. **De sterkste groei deed zich voor in Oost-Brabant, Noord- en Midden-Limburg (+14%), dat daarmee de derde plaats inneemt binnen de top 10 van populaire binnenlandse vakantie regio's.**

Bron: Continu Vakantieonderzoek; NBTC-NIPO Research 2010

¹¹ Strategische Visie 2020, gemeente Roermond



5. Economische effecten

De economische effecten van het project 'Kop Hatendoer' vragen om een nadere bestudering. Niet alleen de investerings- en kwaliteitsimpuls biedt kansen, ook de jaarlijkse exploitatie betekent zowel voor de parkbeheerder en woningbezitters als de ondernemers (horeca, winkels) in de regio een belangrijke economische impuls.

5.1 Investeringsimpuls voor de regio

De komst van het project 'Kop Hatendoer' betekent een economische en toeristische impuls voor Roermond en de regio. Het totale project beslaat een behoorlijk investeringsbedrag dat in de miljoenen loopt.

Daarnaast worden particulieren in en buiten de regio aangetrokken om in het project te investeren. Zij verbinden zich met deze investering aan Roermond en de regio en dragen naast hun investering op die manier blijvend bij in de vorm van belastingen en bestedingen. Het economisch effect hiervan beslaat een bedrag van enkele honderdduizenden euro's.

5.2 Aantrekkelijkheid van verblijf in de regio vergroot

Met de komst van het park 'Kop Hatendoer' krijgt de regio een kwaliteitsimpuls. Dit nodigt meer mensen uit langer in de regio te verblijven. Bovendien wordt het huidige aanbod verruimd in combinatie met watersport- en recreatiemogelijkheden die de regio te bieden heeft. Het potentieel van de regio krijgt hiermee ook in kwantitatief opzicht een impuls.

5.3 De dagbestedingen nemen toe

Uit diverse publicaties blijkt dat verblijfsrecreanten het park steeds vaker verlaten om activiteiten buiten het park te beleven, zoals wandelen, fietsen, bezoeken van evenementen, bezoeken van winkel- en koopcentra, bezoek van horeca. Het project 'Kop Hatendoer' zal een behoorlijke impuls geven aan publieksgerichte bedrijven in de regio.

De opzet van het project 'Kop Hatendoer' zal de verblijfsrecreanten ook aanzetten hun vertier en bestedingen buiten het park en dus in Roermond en de regio te zoeken. De kwaliteit van de woningen en de groeiende recreatiemogelijkheden en faciliteiten in de regio en de eurregio maken het mogelijk om het park een jaar rond te exploiteren.

Op basis van de reeds geschetste ontwikkelingen en de in onderstaand artikel¹² geconstateerde stijging van de besteding per persoon per dag naar gemiddeld zelfs een bedrag van € 32,50, is het economisch bestedingseffect van de bezoekers van het project 'Kop Hatendoer' te berekenen.

¹² Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2008/2009, ZKA Consultants & Planners



Aantal woningen:	74
Aantal verhuurbare dagen:	365 dagen per jaar
Gemiddelde bezettingsgraad over een jaar:	38,5% = 29 woningen
Gemiddelde bezetting per woning:	3 personen
Gemiddelde huurprijs per week:	€ 900,00
Bestedingen per persoon per dag:	€ 32,50

Verwachte dagbesteding (29 x 3 x € 32,50): € 2827,50

Verwachte jaarlijkse besteding buiten het park: € 1.032.037,50

Verwachte huuropbrengst woningen per jaar: € 1.351.350,00

Verwachte huuropbrengst ligplaatsen per jaar: € 60.000,00

Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2008/2009, ZKA Consultants & Planners

Het bestedingseffect van het project 'Kop Hatendoer' bedraagt voorzichtig geschat dus meer dan 2,3 miljoen euro per jaar. Het is de verwachting dat dit bedrag verder zal toenemen.

Toerist in Limburg geeft wederom meer geld per dag uit

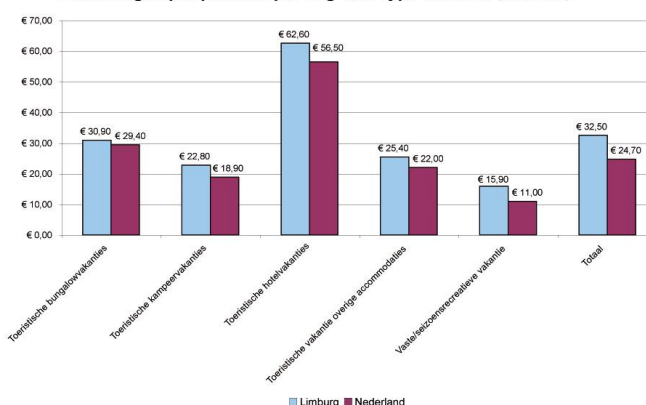
In 2008 gaf de Nederlandse vakantieganger gemiddeld € 32,50 uit in Limburg per persoon per dag. Dit is ruim 3% meer dan in 2007. In Zuid-Limburg stegen de gemiddelde bestedingen met ruim 5% en in Noord- en Midden-Limburg met ruim 1%. Met een gemiddelde besteding van € 32,50 per vakantieganger per dag voert Limburg wederom met afstand de nationale ranglijst aan: in geen andere provincie komt men in de buurt van dit bedrag (Noord-Holland blijft als 2e provincie steken op € 27,60 per persoon per dag).



Dit hoge gemiddelde bedrag wordt deels verklaard door de accommodatiekeuze in Limburg. In Limburg wordt relatief veel in bungalows en hotels overnacht en dit zijn accommodatievormen waarbij de bestedingen per persoon per dag relatief hoog liggen. Maar ook als gekeken wordt naar de bestedingen bij de verschillende type vakanties, blijkt dat de toerist in Limburg relatief veel geld uitgeeft. Voor alle soorten vakanties geldt dat de gemiddelde bestedingen in Limburg hoger liggen dan het landelijk gemiddelde.

Zoals eerder aangegeven daalde het aantal overnachtingen van Nederlandse vakantiegangers in Limburg in 2008 met 8%. Omdat deze daling groter is dan de stijging van de gemiddelde bestedingen per persoon per dag (3%), zijn de totale bestedingen van Nederlandse vakantiegangers in Limburg in 2008 gedaald. De daling bedroeg 6%. In totaal werd er in 2008 bijna € 390 miljoen uitgegeven door Nederlandse vakantiegangers in Limburg.

Bestedingen per persoon per dag naar type vakantie (Bron: CVO)





6. Realiseerbaar en haalbaar

6.1 Randvoorwaarden

Ondanks de huidige economische situatie is de investering in het project 'Kop Hatendoer' een interessante ontwikkeling.

Het plan voldoet aan een belangrijk aantal randvoorwaarden:

- Economisch realiseerbaar; uitvoerbaar in fasen;
- Haalbare exploitatie; overzichtelijk beheer en terugverdienmodel;
- Voldoende markt; het park sluit aan op de huidige belangstelling om in het gebied te verblijven, alle verblijfsaccommodaties rondom de Maasplassen kennen een grote belangstelling, er is ruimte voor een dergelijk project; zie hoofdstuk 4;
- Versterking van het toeristisch-recreatief productaanbod in de regio; het park 'Kop Hatendoer' geeft de regio een belangrijke nieuwe en noodzakelijke kwaliteitsimpuls op het gebied van recreatiewoningen; zie hoofdstuk 3;
- Positieve invloed op bestedingspatroon in de omgeving; toename van het aantal verblijfsrecreanten stimuleert de lokale economie; zie hoofdstuk 5.

Bij de economische haalbaarheid en exploitatie staan we hier nog kort stil.

6.2 Economisch realiseerbaar

Het project wordt volledig gefinancierd door de initiatiefnemer Schipper Bosch Projecten uit Amersfoort. Ook de infrastructurele maatregelen komen voor rekening van de projectontwikkelaar. De economische uitvoerbaarheid is daardoor gewaarborgd.

Schipper Bosch Projecten kiest voor een gefaseerde aanpak. Elke fase wordt gerealiseerd als er voldoende belangstelling is voor de verkoop of exploitatie van de te realiseren recreatiewoningen. Hierdoor kan tijdig worden ingespeeld op veranderende marktomstandigheden en bovenal de wensen van de kopers.

6.3 Exploitatie vraagt om proactieve marktbenadering

Het project 'Kop Hatendoer' kent een eenvoudig exploitatiemodel. Naast de verkoop van de recreatiewoningen, wordt de verhuur van deze woningen ter hand genomen. Hiervoor wordt de samenwerking aangegaan met diverse partners (makelaars, promotie-organisaties). Het beheer, de exploitatie en het onderhoud wordt door één centrale organisatie opgepakt. Ook de exploitatie van de jachthaven past goed in dit model. De intentie is er om hiervoor een samenwerking aan te gaan met de beheerder van Camping en Jachthaven 'Hatendoer'.

De voorzieningen op het park zijn beperkt. Dit verkleint het exploitatierisico. De voorzieningen in de directe omgeving zijn zeer goed te noemen. De verblijfsrecreanten zijn aangewezen op deze voorzieningen in Roermond en de regio. De economische impuls die hiervan uitgaat is groot en bedraagt ruim 2 miljoen euro.



De komende jaren wordt een groeiende belangstelling voor recreatiewoningen en verblijfsrecreatie in dit type woningen verwacht. Roermond en de regio zijn enorm in ontwikkeling. De stad richt zich meer en meer op het water. Ook de Maasplassen nemen een prominente plek in als het gaat om toekomstige toeristisch-recreatieve ontwikkelingen. Het project 'Kop Hatenboer' past in deze ontwikkelingen en zal profiteren van de mogelijkheden die deze ontwikkelingen bieden.

Samenwerking met Camping 'Hatenboer' maakt het mogelijk om het parkbeheer en de receptiefunctie te combineren. Dat leidt tot schaalvoordeel. De bij de receptie gelegen voorzieningen komen zo ook voor de verblijfsrecreanten van het project 'Kop Hatenboer' beschikbaar.

De marktwerking moet worden opgepakt door een of meerdere gespecialiseerde makelaars in recreatiewoningen, die gewend zijn bovenregionaal en bij voorkeur internationaal te werken.

Een gedegen marketingplan voor de verkoop en verhuur van de recreatiewoningen in het project is noodzakelijk. De marketing richt zich op doelgroepen in Nederland, Duitsland en België.

Voor de marktwerking wordt aansluiting gezocht bij de initiatieven van de VVV Midden-Limburg (TROM), Stichting CityManagement Roermond en de daarbij behorende City branding en samenwerkingsverbanden van het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven. Op deze wijze kan een betere synergie tot stand komen tussen de reeds bestaande en nieuwe initiatieven.

Het is aan te bevelen de bewegwijzering op de N280 (ANWB-borden) te laten aanpassen met een vermelding van het project 'Kop Hatenboer'.



7. Conclusies

Het project 'Kop Hatenboer' past uitstekend in de Structuurvisie Roermond, de uitgestippelde koers in de Strategische Visie 2020 van de gemeente Roermond en de Regiovisie Midden-Limburg 2008 – 2028 (gebiedsontwikkeling Midden-Limburg).

Het gebied waarin het project wordt gerealiseerd is door de Provincie Limburg aangeduid als een van de zogenaamde 'totempalen', een gebied waar de vrijetijdseconomie verder dient te worden uitgebouwd.

Bovendien brengt het plan 'Kop Hatenboer' een belangrijke kwaliteits- en kwantiteitsimpuls voor de Maasplassen rondom Roermond, waar nu enkel Marina Oolderhuuske deze vorm van verblijfsrecreatie aanbiedt. Het is een nieuw initiatief dat waarde toevoegt aan het huidige aanbod en de mogelijkheden voor verblijf rondom de Maasplassen verder uitbreidt. Door aansluiting bij de lokale en regionale promotieorganisaties versterkt het imago van Roermond als verblijfslocatie waar het goed toeven is.

De met het project gemoeide investeringen worden geheel gedragen door de projectontwikkelaar. De exploitatiemogelijkheden zijn overzichtelijk en door de omvang van het project en de jachthaven haalbaar. De marktontwikkelingen algemeen en in Midden-Limburg in het bijzonder spelen het project in de kaart.

De stad Roermond en de regio kunnen profiteren van de economische spin off van het project. De verblijfsrecreanten zijn voor een belangrijk deel aangewezen op het aanbod en de voorzieningen in de stad en de regio. Door actief samenwerking te zoeken met de parkbeheerder van Camping 'Hatenboer' kan er een synergetisch effect worden gerealiseerd, hetgeen de economische haalbaarheid en impuls van het project verder versterkt.

Aansluiting bij bestaande initiatieven in de regio om het project onder de aandacht te brengen is een belangrijk gegeven. Het is echter noodzakelijk een of meerdere gespecialiseerde makelaars in recreatiewoningen ter hand te nemen voor de vermarkting in Nederland, Duitsland en België.

Het project 'Kop Hatenboer' biedt zowel in de exploitatie als de economische effecten veel kansen. Of deze kansen ook benut worden, hangt af van de snelheid waarmee de commerciële doelen gerealiseerd kunnen worden en het creatieve ondernemerschap vorm en inhoud wordt gegeven om van dit project ook daadwerkelijk een succes te maken.



8. Geraadpleegde literatuur

Strategische Visie 2020; Roermond investeert in haar toekomst; gemeente Roermond, 2009

Het oog van Midden-Limburg, regiovisie 2008-2028; gebiedsontwikkeling Midden-Limburg; Riek Bakker, 2008

Toeristische Trendrapportage Limburg 2008/2009; ZKA Consultants & Planners, juni 2009

Toeristische Trendkrant Limburg 2008/2009, Provincie Limburg, juni 2009

Destinatie Holland 2020; Toekomstvisie Inkomend Toerisme; Nederlands Bureau voor Toerisme, augustus 2008

Een nieuw gat in de markt?; Building Business; Kees de Graaf, augustus 2007

Toeristisch-economische impact van niet-commerciële recreatiewoningen, Urban and Regional Studies Institute; Prof. Dr. Henk Voogd; januari 2005

Provincies op maat; Toerisme en recreatie in cijfers 2009; CBS 2010

Rabobank Cijfers & Trends, juli 2008

Daarnaast hebben we informatie verwerkt van diverse websites:

www.cbs.nl

www.nbtc.nl

www.nbtcniporesearch.nl

www.vvv-middenlimburg.nl

www.roermond.nl

www.limburg.nl

www.oolderhuuske.nl