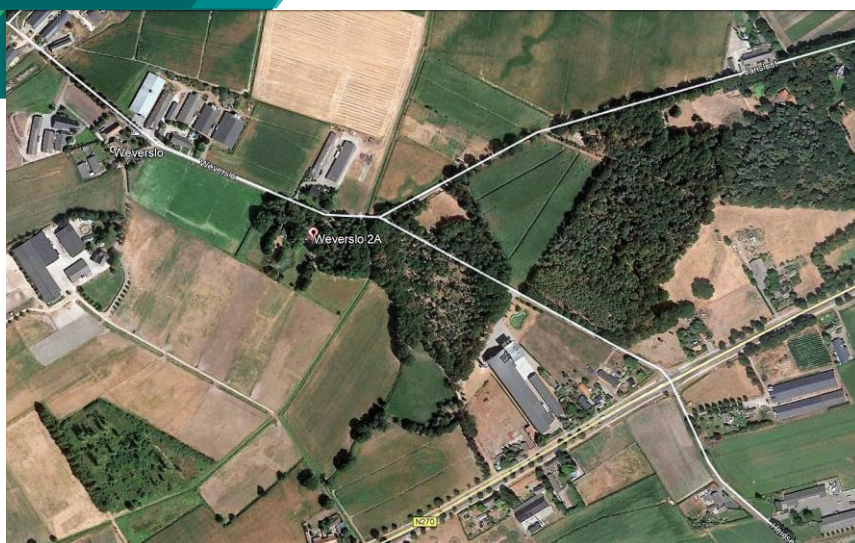




◆ VAN NULAND
& PARTNERS

◆ adviseur voor
toerisme, recreatie
en vrije tijd

Hof van Weverslo



OPSTELLING NOTITIE “LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING”
IN HET KADER VAN DE BESTEMMINGSPLANPROCEDURE VOOR
HOF VAN WEVERSL0 TE MERSELO (GEMEENTE VENRAY)

Definitieve versie
14-11-2019

Nico P.M. van den Heuvel
14 november 2019

1.	AANLEIDING & WERKWIJZE	2
1.1.	AANLEIDING	2
1.2.	WERKWIJZE	3
2.	RECHTSVRAAG 1.	4
3.	RECHTSVRAAG 2.	6
4.	RECHTSVRAAG 3.	17
4.1.	DOELGROEPKEUZE HOF VAN WEVERSLO	17
4.2.	PRODUCTMIX HOF VAN WEVERSLO	17
4.3.	OVERIG AANBOD IN DE REGIO	21
4.4.	CONCLUSIE M.B.T. RECHTSVRAAG 3.	24
5.	RECHTSVRAAG 4.	25
6.	RECHTSVRAAG 5.	26
7.	BIJLAGEN	27
7.1.	RELEVANTE, ALGEMENE TRENDS EN MARKTONTWIKKELINGEN	27
7.2.	MANAGEMENTSAMENVATTING TOERISTISCHE TRENDRAPPORTAGE LIMBURG 2016-2017	28
7.3.	VRAAGGERICHT ONTWIKKELEN RECREATIEVE ROUTES VENRAY	30

1.1. AANLEIDING

Mevrouw Yvonne van Kempen-Willems heeft onder de naam Hof van Weverslo unieke, marktvergrotende recreatieve plannen ontwikkeld voor de locatie Weverslo 2a in Merselo (Gemeente Venray), die gericht zijn op een specifieke doelgroep.

Omdat de keuze voor deze specifieke, maar zeer kansrijke doelgroep maar zelden gemaakt wordt, heeft de initiatiefneemster, mevrouw Yvonne van Kempen-Willems, ervoor gekozen om bij de realisatie van (de productmix van) Hof van Weverslo in te spelen op de wensen en eisen van de (binnen- en buitenlandse) empty nesters en de actieve en vitale senioren (in principe in leeftijd variërend van 45 t/m 70). Uiteraard zijn personen die zich aangetrokken voelen tot de hieronder verder toegelichte, bijzondere, luxe en comfortabele, productmix eveneens welkom, maar de focus zal (blijven) liggen op deze specifieke doelgroep.

Haar, voor de regio, unieke, marktvergrotende plannen spelen dan ook in op de belangrijkste wensen van deze specifieke en bijzondere doelgroep, t.w. het beleven van een wandel-, fiets-, wellness- en/of culinaire vakantie in een luxe en comfortabele accommodatie, dichtbij de natuur.

De marktvergrotende productmix van het toekomstige Hof van Weverslo wordt gerealiseerd op een zeer groen ingerichte locatie met struinnatuur op eigen erf en bevat:

1. De ontwikkeling van een recreatieve poort voor de natuurgebieden Loobeeekdal en Weversloseberg, met de daarbij behorende faciliteiten;
2. Een luxe restaurant met extra aandacht voor streekproducten en met een sfeervol en gezellig terras en een ruimte voor (culinaire) workshops;
3. De (gefaseerde (2 x 12)) realisatie van maximaal 24 luxe toeristische verblijfseenheden, met een duurzaam karakter, zodat gasten de regio tijdens meerdaagse vakanties nog beter kunnen leren kennen en verkennen;
4. De realisatie van een (luxe) wellnessvoorziening, die aansluit bij de wensen van de doelgroep, maar ook een bijzondere en natuurlijke inrichting kent.



Ook omdat mevrouw van Kempen veel waarde aan duurzaamheid hecht en dit past bij de doelgroep, wil zij gaan samenwerken met het keurmerk Euro Toques. Euro Toques Nederland (ETN) wil uitdragen dat al haar leden zich hebben verplicht gezond te koken en of voedsel te bereiden met in beginsel regionale en seizoensgebonden producten zonder kunstmatige additieven. Op deze wijze willen de leden van ETN de consument ertoe te bewegen hun restaurant te bezoeken.

De invulling van de restaurantfunctie van Hof van Weverslo is tevens een welkome aanvulling c.q. uitbreiding van het aanbod van Regio van de Smaak.



In paragraaf 4.2. wordt de voor de regio unieke productmix verder toegelicht.

Voor de realisatie van de plannen van mevrouw van Kempen-Willems is inmiddels een, daarvoor noodzakelijke, bestemmingsplanprocedure opgestart. De gemeente Venray heeft aangegeven dat zij in het kader van deze procedure een onderbouwing in het kader van de "ladder voor duurzame verstedelijking" nodig heeft. Mevr. van Kempen heeft Nico van den Heuvel van Van Nuland & Partners uit Eindhoven gevraagd, deze notitie op te stellen.

1.2. WERKWIJZE

Op 1 juli 2017 is een wijziging van art. 3.1.6, lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro), dat gaat over de "ladder voor duurzame verstedelijking", in werking getreden. Het Bro regelt thans dat de verantwoording van een juridisch verbindend ruimtelijk besluit van een decentrale overheid dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, een beschrijving dient te bevatten over de behoefte aan die ontwikkeling. Tevens is geregeld dat indien het ruimtelijk besluit die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaande stedelijk gebied, de verantwoording een motivering dient te bevatten waarom niet binnen het bestaande stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Dit houdt in dat de norm inhoudelijk open is en onder verschillende omstandigheden nader ingevuld moet worden. Sinds de inwerkingtreding van het artikel heeft de Raad van State de norm veelvuldig ingevuld en daardoor verder begrensd.

De rapportage volgt de voor de "ladder van duurzame verstedelijking", mede op basis van de jurisprudentie van toepassing zijnde beantwoording van de navolgende 5 rechtsvragen:

1. Voorziet het onderhavige besluit in een stedelijke ontwikkeling?
2. Voorziet het onderhavige besluit in een nieuwe stedelijke ontwikkeling?
3. Is er sprake van een behoefte aan de voorziene ontwikkeling?
4. Is de voorziene ontwikkeling gelegen buiten bestaand stedelijk gebied?
5. Is het mogelijk om de voorziene ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied te realiseren?

Indien de eerste vier rechtsvragen positief beantwoord kunnen worden, kan overgegaan worden naar de vijfde rechtsvraag. Indien een van deze vier rechtsvragen negatief wordt beantwoord, dan is de "ladder" niet (verder) van toepassing of kan niet aan de "ladder voor duurzame verstedelijking" worden voldaan.

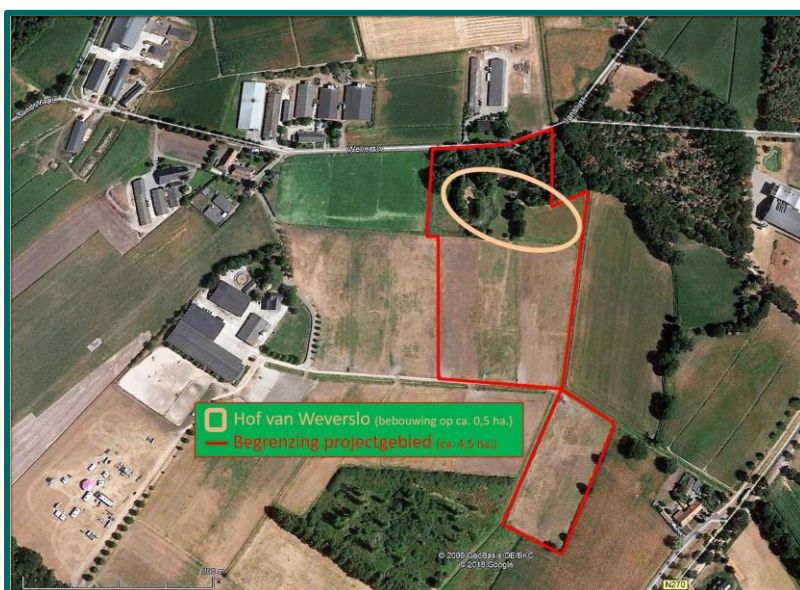
RECHTSVRAAG 1.: VOORZIET HET ONDERHAVIGE BESLUIT IN EEN STEDELIJKE ONTWIKKELING?

Een stedelijke ontwikkeling wordt gedefinieerd als “een ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen”. Een recreatiebedrijf valt niet onder de specifiek genoemde ontwikkelingen, waardoor er dus beschouwd dient te worden of de voorgenomen recreatieve ontwikkeling valt onder 'andere stedelijke voorzieningen'.

Het begrip 'andere stedelijke voorzieningen', onderdeel van bovenstaande definitie van 'stedelijke ontwikkeling', is niet gedefinieerd in het Bro. Aan dit begrip wordt vormgegeven door o.a. de Nota van Toelichting (2017) op de wet (Bro) en door de jurisprudentie. De Nota van Toelichting (2017) geeft richting aan het begrip 'andere stedelijke voorzieningen' en benoemt hiertoe accommodaties voor onderwijs, zorg, cultuur, bestuur, indoorsport en leisure.

In de jurisprudentie zijn recreatieve accommodaties eerder ook aangemerkt als een stedelijke ontwikkeling. Zo wordt een kampeerterrein van ongeveer 3 ha, waar ruimte wordt geboden aan uitsluitend tenten, tentwagens, kampeerauto's, caravans of stacaravans, dan wel andere daarmee vergelijkbare voertuigen of onderkomens (uitspraak van 5 april 2017, ECLI:NL:RVS:2017:943 (Ermelo)) door de Afdeling niet als een stedelijke ontwikkeling aangemerkt, maar een recreatiepark (uitspraak van 23 december 2015, ECLI:NL:RVS:2015:3931 (Medemblik)) wel. In de uitspraak van de Afdeling van 5 april 2017, ECLI:NL:RVS:2017:943 (Ermelo), worden deze bevindingen nog verder genuanceerd. Verder dient de in een bestemmingsplan voorziene ontwikkeling voldoende substantieel te zijn om als stedelijke ontwikkeling te worden aangemerkt. Wanneer een bestemmingsplan voorziet in kleinschalige bedrijfsbebouwing, het plandeel met de bedrijfsbestemming beperkt van omvang is en beperkte gebruiksmogelijkheden biedt, voorziet dit plan in zoverre niet in een stedelijke ontwikkeling (uitspraak van 23 april 2014, ECLI:NL:RVS:2014:1442 (Wierden)).

De belangrijkste uitspraak inzake de ladder voor duurzame verstedelijking is de 'overzichtsuitspraak'. Dit is de uitspraak met kenmerk ECLI:NL:RVS:2017:1724 van 28 juni 2017. Deze overzichtsuitspraak heeft richting gegeven aan de casuïstiek rondom de ladder voor duurzame verstedelijking. Het is dan ook deze uitspraak die stelt dat wanneer een bestemmingsplan voorziet in een terrein met een ruimtebeslag van meer dan 500 m² of in een gebouw met een bruto-vloeroppervlakte groter dan 500 m², dan dient deze ontwikkeling in beginsel als een stedelijke ontwikkeling te worden aangemerkt.



De locatie van de toekomstige recreatieve poort met verblijfsaccommodatie “Hof van Weverslo” is gelegen in het buitengebied van de kern Merselo, aan de Weverslo 2a in de gemeente Venray (zie nevenstaande afbeelding).

Het totale perceel van de projectlocatie is ca 4,5 ha. groot, waarvan ca. 4 ha. ingevuld wordt met natuur- en landschapsbeleving, die aansluit bij het omringende cultuurlandschap.

Een impressie van hetgeen de initiatiefnemers daarbij voor ogen staat is te zien op de afbeeldingen op de navolgende pagina.



Op de overige 0,5 ha. wordt, met instandhouding van de bestaande woning, op een duurzame en onderscheidende wijze invulling gegeven aan de realisatie van de, voor de op een redelijk unieke doelgroep gerichte, accommodaties.

In totaal bestaat de huidige bebouwing uit een (bedrijfs-)woning van ca. 150 m² en een schuur van ca. 180 m². Deze schuur past niet in de recreatieve plannen en zal dus, nadat er toestemming verleend is verleend voor de realisatie van deze recreatieve plannen, tijdens de werkzaamheden van de opbouw van de recreatieve poort, worden afgebroken.

De nieuwe gebouwen (dus excl. de bestaande bedrijfswoning), die gezamenlijk de, redelijk unieke, invulling van de recreatieve poort "Hof van Weverslo" vormen, zullen in totaal een grondoppervlakte van circa 1.200 m² krijgen.

Die ruimtelijke invulling bestaat uit een, aan de doelgroep aangepaste recreatieve poort met daarbij behorende luxe horecagelegenheid, ondersteund door een relatief beperkt aantal zeer luxe en comfortabele toeristische verblijfsaccommodaties en een, qua uitstraling en interieur, bij de natuurlijke omgeving passende, wellnessvoorziening.

CONCLUSIE:

Met in totaal ca. 1.350 m² bebouwing kan het nieuwe ruimtebeslag zowel qua functie als qua omvang aangemerkt worden als een stedelijke ontwikkeling.

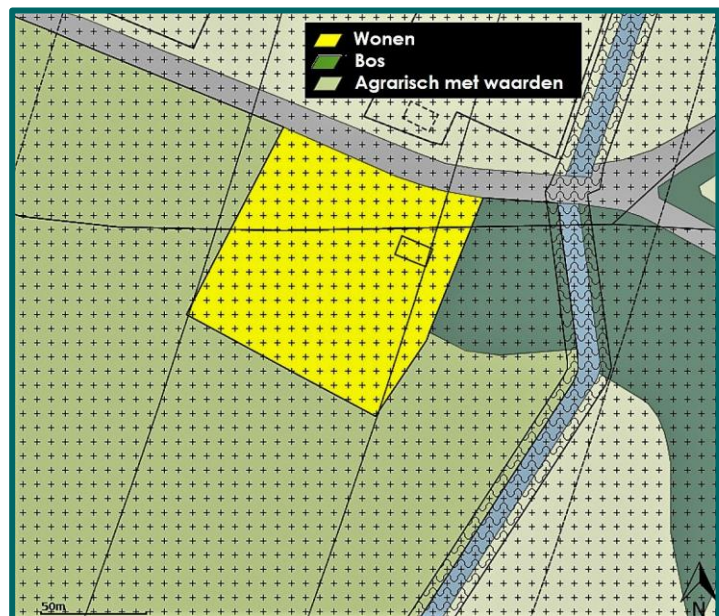
RECHTSVRAAG 2.: VOORZIET HET ONDERHAVIGE BESLUIT IN EEN NIEUWE STEDELIJKE ONTWIKKELING?

Bij de beantwoording van de vraag of een stedelijke ontwikkeling die een bestemmingsplan mogelijk maakt een nieuwe stedelijke ontwikkeling in de zin van artikel 3.1.6, tweede lid, van het Bro behelst, moet in onderlinge samenhang worden beoordeeld in hoeverre het plan, in vergelijking met het voorgaande bestemmingsplan, voorziet in een functiewijziging en welk planologisch beslag op de ruimte het nieuwe plan mogelijk maakt in vergelijking met het voorgaande bestemmingsplan.

In de beantwoording van vraag 1. is al ingegaan op het bestaande en nieuwe ruimtebeslag binnen het plangebied. Een bestemmingsplan dat bij recht een stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, maar ten opzichte van het voorgaande planologische regime geen nieuw planologisch ruimtebeslag mogelijk maakt, maar alleen een planologische functiewijziging, voorziet in beginsel niet in een nieuwe stedelijke ontwikkeling als bedoeld in artikel 3.1.6, tweede lid, van het Bro. Van dit uitgangspunt wordt afgeweken indien die planologische functiewijziging een zodanige aard en omvang heeft dat desalniettemin sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling (uitspraak van 20 april 2016, ECLI:NL:RVS:2016:1075 (Amersfoort)). Hierbij komt betekenis toe aan de ruimtelijke uitstraling van de in het nieuwe plan voorziene functie en die van hetgeen onder het vorige plan mogelijk was (uitspraak van 1 juni 2016, ECLI:NL:RVS:2016:1503 (Zundert)).

Op dit moment heeft het perceel waar (de gebouwen van de) nieuwe recreatiepoort gevestigd gaat worden, volgens het vigerende bestemmingsplan "Buitengebied Venray 2010" de bestemming "wonen". Het belendende bosperceel heeft de bestemming "bos" en de overige percelen binnen het projectgebied hebben de bestemming "agrarisch met waarden" (zie ook nevenstaande afbeelding).

Voor de realisatie van het project dient het bestemmingsplan te worden herzien. In het nieuwe bestemmingsplan wordt naast de recreatieve poort (met een recreatieve bestemming), ook de aan te leggen natuur bestemd (met de bestemming natuur/groen).



CONCLUSIE:

Omdat het huidige bestemmingsplan alleen de bebouwing t.b.v. een particuliere burgerwoning (woning en privé-bijgebouwen) toestaat, is duidelijk dat er, gezien de functiewijziging en de uitbreiding van het bebouwde grondoppervlak, sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling.

RECHTSVRAAG 3.: IS ER SPRAKE VAN EEN BEHOEFTE AAN DE VOORZIENE ONTWIKKELING?

Het gaat bij het bepalen van de behoefte om een markttechnisch samenhangend gebied: een interactiemilieu. Elke regio heeft zijn eigen kenmerken, identiteit en kracht. In de praktijk komt een marktregio niet altijd overeen met een bestuurlijke regio of bestaande samenwerking. Een marktregio kan ook over provinciegrenzen heengaan en zelfs de landgrens.

Binnen de, vraaggerichte, leisure sector concurreren verschillende vormen van vrijetijdsbesteding met elkaar, zoals hotels, campings en vakantieparken, dierentuinen en pretparken. De grote beweging waar de meeste trends op zijn terug te voeren, is dat de binnen- en buitenlandse gast steeds meer een product vraagt dat past bij zijn belevingswereld, dat de sector zich dit realiseert en dus een product gaat bieden dat meer onderscheidend is t.o.v. andere recreatieve bedrijven.

4.1. DOELGROEPKEUZE HOF VAN WEVERSLO¹

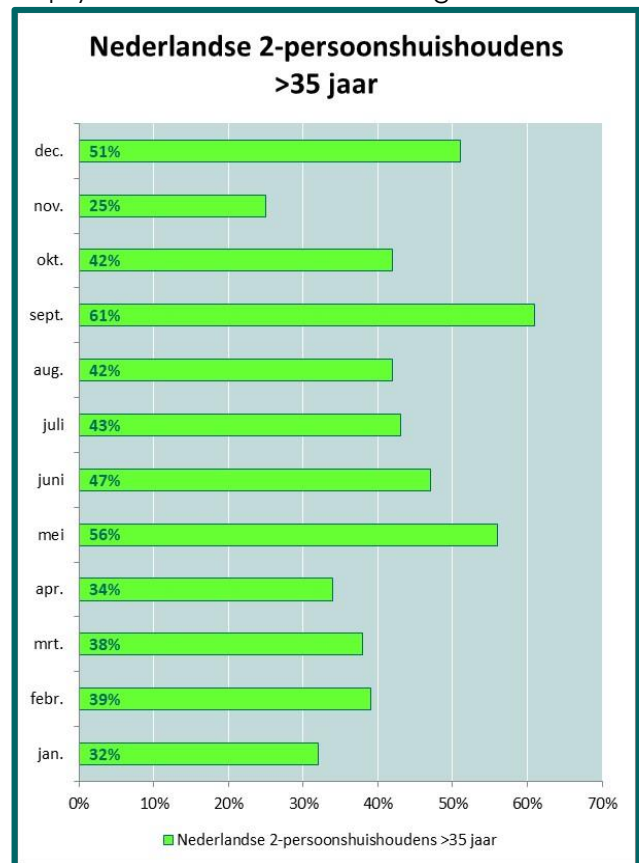
4.1.1. EMPTY NESTERS

Empty nesters zijn stellen in de leeftijd van ca. 45 tot 65 jaar, van wie de kinderen niet meer thuis wonen. Het onderscheid t.o.v. de doelgroep senioren is dat de empty nesters de pensioenleeftijd nog niet bereikt hebben en dus nog aan het werk zijn. Uit cijfers van het CBS blijkt dat er in Nederland in 2018 ruim 730.000 meerpersoonshuishoudens zonder kinderen zijn in bovengenoemde leeftijds-groep. Empty nesters willen echter zeker niet geconfronteerd worden met het feit dat zij tot deze leeftijds- c.q. doelgroep behoren.

Specifiek onderzoek naar de vakantie-uitgaven per levensfase toont aan dat van alle doelgroepen in een verschillende levensfase, de doelgroep empty nesters het meeste budget heeft voor vakanties.

De bovengenoemde empty nesters (er zijn ook jonge stellen (nog) zonder kinderen, de zogenaamde young professionals) hechten tijdens hun vakantie veel waarde aan comfort en kwaliteit en zijn ook bereid om hiervoor te betalen. De voorkeur van deze doelgroep gaat vooral uit naar wat kleinere verblijfsaccommodatievormen en restaurants met persoonlijke aandacht/service. Verder hechten de empty nesters waarde aan het ontdekken en leren van nieuwe dingen, voornamelijk op het gebied van natuur, cultuur, geschiedenis en lokaal eten en drinken. Ze willen actief bezig zijn en zijn geïnteresseerd in een gezonde leefstijl. Het is een actieve groep die graag fietst, wandelt en diverse activiteiten onderneemt. Ze zijn voornamelijk op zoek naar iets unieks zoals unieke activiteiten of bijzondere plekken om te overnachten.

Kenmerkend aan de empty nesters is verder dat ze hun vakantie vaak zorgvuldig plannen maar wel op redelijk korte termijn en daarbij, zoals uit nevenstaande grafiek uit het onderzoek blijkt, de schoolvakanties ontwijken.



¹ Onderstaande paragrafen m.b.t. de doelgroepkeuze zijn met name gebaseerd op het onderzoek "PROFITeers van ideeën voor empty nesters" van het Kenniscentrum Kusttoerisme uit 2019 en het themarapport "Senioren en vakanties" van NBTC-NIPO Research uit 2018.

Uit het eerdergenoemde onderzoek van het Kenniscentrum Kusttoerisme blijkt dat empty nesters:

- » Gemiddeld bijna tweemaal zo vaak op vakantie gaan dan de gemiddelde Nederlander² en dat zij (m.u.v. de young professionals, die vrijwel uitsluitend kiezen voor buitenlandse vakanties) een voorkeur hebben voor binnenlandse vakanties;
- » Graag actief zijn in de openlucht, maar dat als het slecht weer is, er behoefte is aan activiteiten die binnen, op de verblijfslocatie, plaatsvinden. Hierbij wordt o.a. gedacht aan workshops, het liefst met een streekgebonden karakter;
- » Vooral buiten het hoogseizoen op vakantie gaan om te kunnen genieten van de natuur. Andere, maar minder hoog scorende motieven zijn "bijkomen van mentale stress" en "iets doen wat ik graag doe".
- » Niet allemaal 100% vitaal zijn en zich gemakkelijk bewegen. Het is dus belangrijk dat er producten worden ontwikkeld die ook toegankelijk zijn voor gasten met een (lichte) beperking;
- » Activiteiten waarbij zij gebruik maken van verschillende vervoersmiddelen zoals de boot, auto, fiets en te voet, zeer attractief vinden, want op die manier leert men de bestemming op verschillende manieren kennen.
- » Heel vaak interesse in culinaire activiteiten hebben, zoals maaltijden met streekproducten en het proeven van of workshops over regionale producten.



Ook omdat de leeftijd van de empty nesters de komende tijd wat opgerekt zal gaan worden (mede vanwege het feit dat stellen steeds later kinderen krijgen) en senioren steeds langer actief blijven, heeft de initiatiefneemster ervoor gekozen om de officiële leeftijd van haar doelgroep, nu al iets op te rekken, met actieve en vitale senioren. In de volgende paragraaf wordt daarom beknopt ingegaan op de, in dit kader, van belang zijnde uitkomsten van het eerdergenoemde NBTC-NIPO Research-onderzoek naar het vakantiegedrag van senioren (vanaf 55 jaar) en vooral de groep van 55 tot 74 jaar.

² De vakantie-frequentie van de gemiddelde Nederlander bedraagt 2,7 keer per jaar

4.1.2. GROEIMARKT SENIOREN 2016-2030

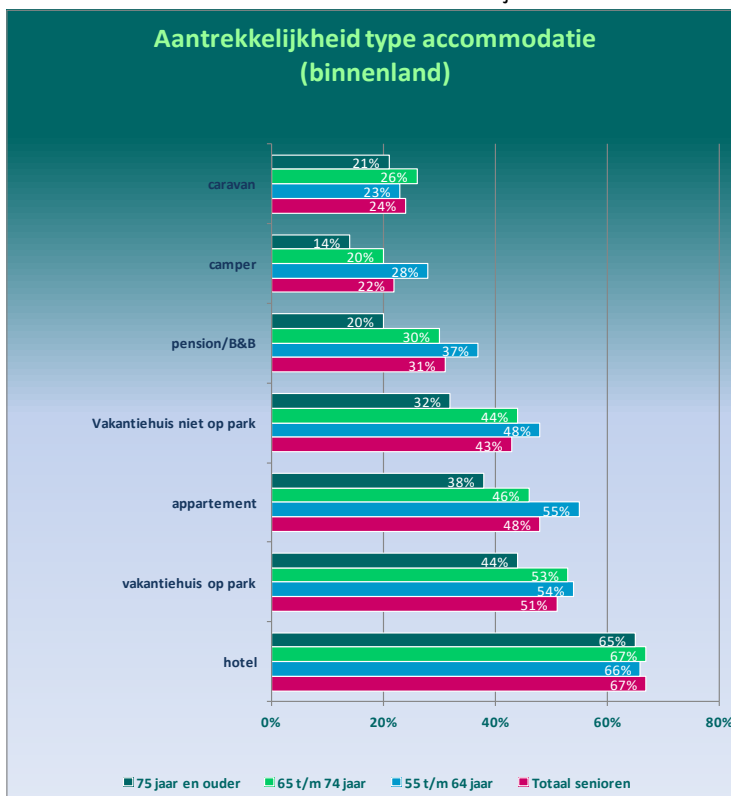
Van alle vakanties van Nederlanders wordt bijna een derde ondernomen door senioren.

Senioren gaan relatief vaak op vakantie in eigen land (54% van alle vakanties). Voor de gehele Nederlandse bevolking ligt de verhouding binnenland/buitenland op 49%/51%. De provincies Limburg, Gelderland en Drenthe zijn daarbij het meest populair. Bij buitenlandse vakanties is Duitsland de nummer één: 25% van alle buitenlandse seniorenvakanties wordt bij onze oosterburen doorgebracht.

Voor de komende jaren wordt een verdere groei verwacht van het aantal senioren. De omvang van de groep groeit volgens ramingen van het CBS verder in aantal naar 6,6 miljoen in 2030 (=37% van de bevolking). NBTC-NIPO Research verwacht dat het aantal vakanties van senioren tot en met 2030 groeit met 26%.

Senioren geven bovengemiddeld uit aan vakanties. Per vakantie wordt zo'n 480 euro besteed (voor de gemiddelde Nederlander ligt dat op 440 euro).

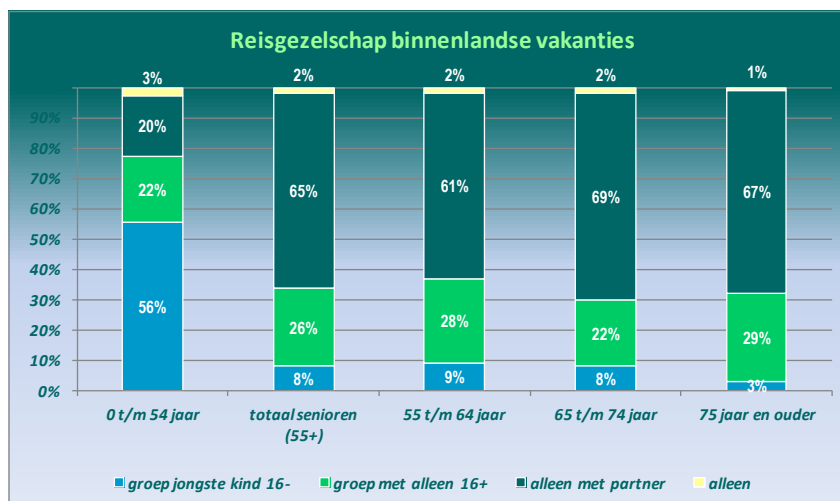
Gemiddeld besteden senioren € 227,00 per persoon per vakantie (t.o.v. € 172,00 voor personen in de categorie 0 t/m 54 jaar).



Tijdens vakanties overnachten senioren relatief veel in hotels (37%) en bungalows en appartementen en relatief wat minder op campings, pensions en B&B's. Als senioren kamperen doen ze dat relatief vaak in een camper. In bovenstaande tabel worden de voorkeuren en deelmarkten van alle senioren in beeld gebracht. In het kader van deze rapportage zijn de senioren van 75 jaar en ouder minder belangrijk.

Het reisgezelschap van senioren in eigen land bestaat voor 2/3 uit stellen. In nevenstaande afbeelding is het reisgezelschap per deelmarkt uitgewerkt.

Senioren zijn, doordat er veelal geen kinderen meer thuis wonen, minder gebonden aan schoolvakanties. Zeven op de tien senioren geeft aan het hoogseizoen te mijden. Hiermee dragen ze bij aan een betere spreiding van vakanties over het jaar.



4. RECHTSVRAAG 3.

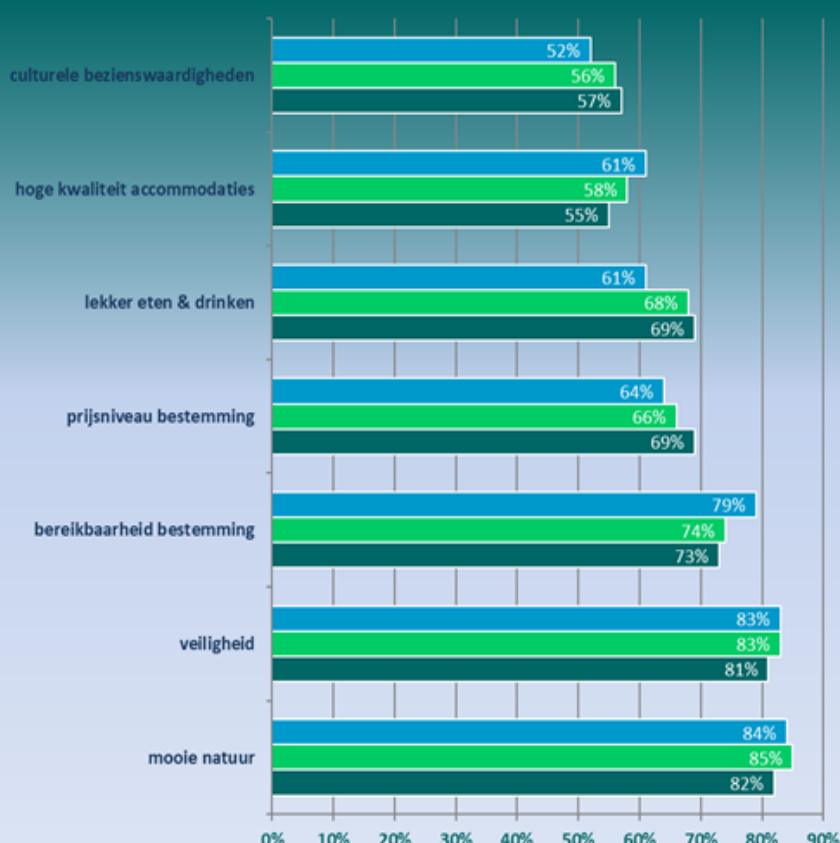
De senioren van vandaag de dag zijn gezonder, vitaler, beter opgeleid en onafhankelijker dan de senioren in het verleden en zijn tijdens vakanties graag actief bezig.

Wandelen en fietsen behoren tot de meest populaire activiteiten, maar ook stedentrips en cultuurvakanties scoren bovengemiddeld.

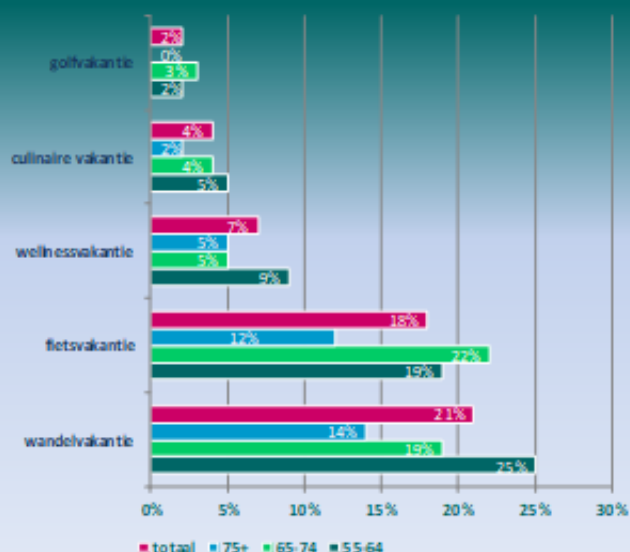
In nevenstaande tabel staan ook de overige aspecten per deelgroep vermeld.

In onderstaande afbeelding worden de intenties voor een type thema-vakantie gedurende de komende 5 jaren van alle senioren en per deelmarkt in beeld gebracht.

Belangrijke aspecten tijdens vakantie



Intentie ondernemen themavakantie



In het kader van dit project is het opvallend dat de vier belangrijkste thema's voor de doelgroep 55-74 in volgorde van belangrijkheid precies passen bij de geplande aanbod van Hof van Weverslo, t.w.:

- Wandervakantie;
- Fietsvakantie;
- Wellnessvakantie en
- Culinaire vakantie.

4. RECHTSVRAAG 3.

4.1.3. FOOD TOURISM STEEDS POPULAIRDER

Eten en drinken wordt, zoals ook uit de uitkomsten van bovenstaande onderzoeken en een grootschalig consumentenonderzoek van Trends & Tourism (uit april 2019) blijkt, steeds belangrijker tijdens vakanties. Bijna twee derde van de Nederlanders geeft aan hier meer belang aan te hechten dan voorheen. Voor één op de zes bepaalt eten en drinken in sterke mate de bestemmingskeuze.

Veel Nederlanders zien culinaire activiteiten als een aantrekkelijke manier om een vakantiebestemming beter te leren kennen. Velen hechten een groot belang aan eten/drinken tijdens vakanties. Niet alleen speelt het aspect een bovengemiddelde rol bij de keuze van de vakantiebestemming; ook tijdens vakanties is men actiever met het thema bezig. Vaak worden culinaire activiteiten ondernomen en post men regelmatig foto's over eten/drinken op social media en staat men meer open voor nieuwe gerechten en drankies.



Food tourism omvat een brede range van belevingen. Variërend van uit eten in een restaurant met streekgerechten, het bezoeken van een food festival tot het volgen van wijnroutes. Van alle onderzochte activiteiten worden het eten van streekgerechten en het bezoeken van lokale markten als meest aantrekkelijk gezien. Twee-derde van de Nederlanders vindt deze activiteiten aantrekkelijk tot zeer aantrekkelijk.

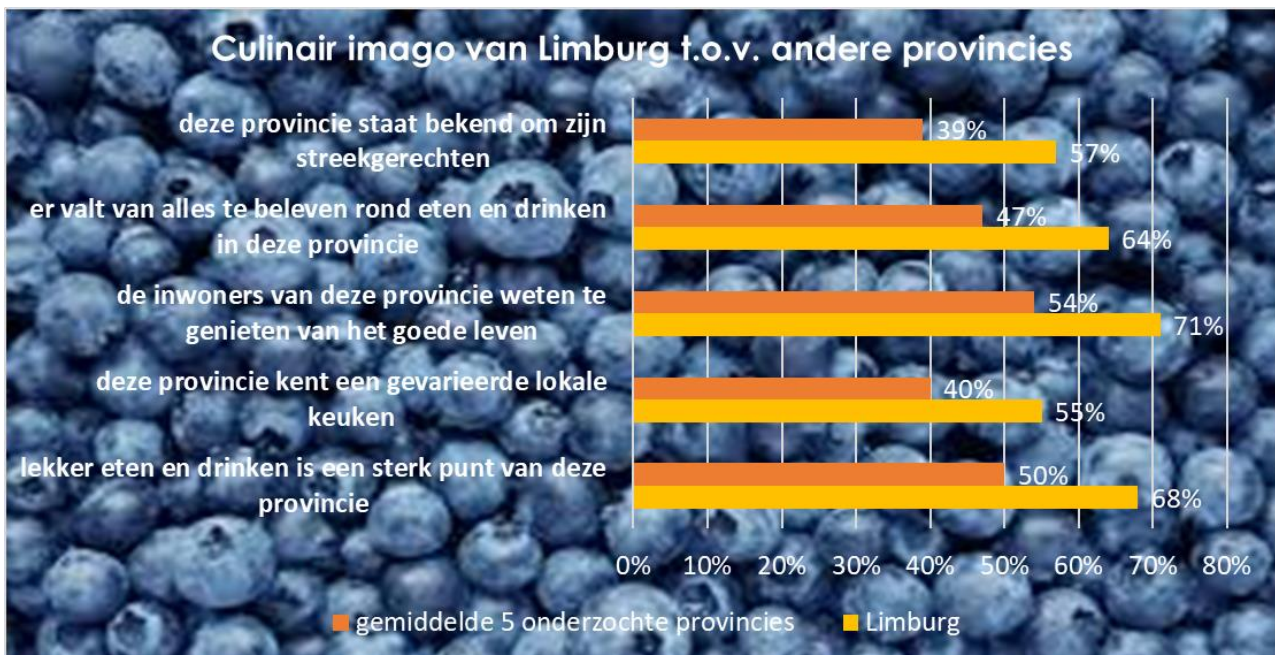
Van de buitenlandse vakantiebestemmingen heeft Italië het beste culinaire imago onder Nederlanders. In eigen land wordt Limburg gezien als meest culinaire bestemming.

De belangrijkste Limburg-specifieke uitkomsten uit het onderzoek³ zijn:



- » Tijdens vakanties en dagjes uit in eigen land worden culinaire activiteiten die samenhangen met streekproducten het meest ondernomen;
- » Limburg scoort bij vrijwel alle activiteiten bovengemiddeld;
- » Nederlanders associëren Limburg vooral met de volgende foodproducten: vlaai, bier, asperges en zuurvlees;
- » Van alle onderzochte provincies heeft Limburg het beste culinaire imago. Zoals in onderstaande tabel te zien is scoort Limburg het hoogst op de aspecten "eten en drinken is een sterk punt van deze provincie" en "inwoners van deze provincie weten te genieten van het goede leven".

³ Zie ook Rapportage onderzoek Food Tourism 2019 Limburg



De regio Venlo wordt, sinds zij in 2013 benoemd werd tot Nederlandse Hoofdstad van de Smaak, o.a. door de VVV Noord-Limburg (Liefde voor Limburg), mede vanwege de aanwezigheid van veel telers en tuinders en de vele andere partners op culinair gebied, in de markt gezet als "Regio van de Smaak".



Ook in de regio Venray zijn deelnemers uit allerlei bedrijfstakken aan dit project te vinden. Van eet- en drinkcafé tot luxe restaurant en van camping tot 4 sterrenhotel.

Venray wordt, op de site van de "Regio van de Smaak" als volgt in de markt gezet:

"Vlaai, asperges, champignons, blauwe bessen: genieten van de lekkerste streekproducten kan in Venray. Proef ook al het lekkers dat Bourgondisch Venray te bieden heeft en ga uit eten in een restaurant of lunchroom. Ga een 'pilske' drinken in een café of bar en geniet van een ijskoude verrassing in een ijssalon."



De Regio van de Smaak heeft ook een aantal wandel- en fietsroutes ontwikkeld met dit thema. In de omgeving van Merselo is dat bijvoorbeeld wandelroute "het Blauwe Bessenpad".

Tenslotte zijn ook culturele organisaties en dagattracties, van het Limburgs Museum tot de Hertog Jan Brouwerij, aangesloten bij de "Regio".

4.1.4. ALGEMENE TRENDS EN MARKTONTWIKKELINGEN (NEDERLAND EN LIMBURG)

Op de (meer) algemene trends en marktontwikkelingen voor Nederland als totaal, die de keuze voor deze specifieke doelgroep nog verder onderbouwen, wordt in de bijlagen ingegaan met beknopte en relevante punten uit het Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2018 (van Pleasureworld NRIT, CBS, NBTC Holland Marketing en CELTH) en de "Toeristische trendrapportage Limburg 2016-2017" (Zie hoofdstuk 7.1. en 7.2.).

Daaruit blijkt verder dat het inkomend toerisme de komende jaren exponentieel zal stijgen. Voorzichtige schattingen voorspellen dat het aantal inkomende bezoekers met minimaal 50% groeit van 18 miljoen in 2017 naar 29 miljoen in 2030. De meeste buitenlandse toeristen kwamen in 2017 uit Duitsland (5,2 miljoen), het Verenigd Koninkrijk (2,2 miljoen) en België (2,2 miljoen).

Het NBTC geeft in 2018, in haar rapportage "Perspectief 2030, bestemming Nederland" zelfs een aantal van maar liefst 42 miljoen internationale gasten aan. De groei zal volgens deze rapportage vooral afkomstig van de groeiende groep actieve senioren, die tijd en geld hebben om te reizen en met name uit het Verenigd Koninkrijk, België, Oost-Europa, Amerika en Azië.



Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel. In 2017 ging het om meer dan 14,2 miljoen hotelgasten, 79% van het totale aantal buitenlandse toeristen.

Alhoewel Amsterdam de grote trekpleister voor buitenlandse toeristen is, staat Limburg, zowel bij het binnenlands toerisme als bij de som van binnen- en buitenlandse toeristen, op de tweede plaats.

De groei van het verblijfstoerisme in Limburg valt, volgens de "Toeristische trendrapportage 2016-2017" voor het belangrijkste deel toe te schrijven aan 4% meer hotelovernachtingen (+140.000) en 7% meer overnachtingen door buitenlandse gasten uit (voornamelijk) de buurlanden Duitsland en België.

In de Limburgse hotelsector is het economisch herstel een belangrijke motor van de groei in hotelovernachtingen. Naast een hogere bezettingsgraad (63% in 2016) was er sprake van hogere bestedingen per overnachting (+9%). Dit komt met name door meer buitenlandse gasten. In totaal vonden in de onderzoeksperiode in Limburg ca. 3,5 miljoen overnachtingen plaats. De hoeveelheid hotels is al jaren relatief stabiel in Limburg. Wel ontstaat door nieuwe hotels steeds meer uniciteit en beleving in het aanbod.

Voor landen als Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk zijn de hierboven vermelde kenmerken m.b.t. Nederlandse empty nesters en actieve senioren, zeker ook van toepassing.

Met een groei van 2% blijft Noord-Limburg de tweede Limburgse regio qua verblijfsbestedingen. De hotelmarkt is vooral verantwoordelijk voor deze bestedingsgroei. Willen met name de (voor Limburg belangrijke) bungalow- en hotelsector aantrekkelijk blijven en toegevoegde waarde voor de provincie leveren, dan moeten ze in contact met de markt blijven en zichzelf continue vernieuwen. Op die manier wordt eveneens prijsconcurrentie voorkomen.

4.1.5. HOTELMARKTONDERZOEK PROVINCIE LIMBURG⁴

Doel van dit onderzoek was om inzicht te geven in de hotelmarkt(ruimte) en handvatten te bieden om hotelplannen regionaal (kwantitatief en kwalitatief) te beoordelen en af te stemmen. Onderstaand volgt een opsomming van de, voor de plannen voor Hof van Weverslo, relevante onderwerpen uit dit rapport.

Vraag en aanbodzijde:

- De tegenreactie op de toenemende schaalvergroting, ketenvorming en professionalisering, is een nadruk op diversiteit én uniciteit: sommige consumenten zijn bereid te betalen voor verblijf in hotels met een gethematiseerd concept en een hoge belevingswaarde. Gevolg is dat het aanbod diverser en unieker wordt, met meer (design)hotels met een hoog niveau aan luxe en beleving;
- Verweving verblijf en dagrecreatie: steeds meer hotels bieden een koppeling tussen verblijfstoerisme en dagrecreatie op eenzelfde locatie;
- Steeds belangrijkere rol voor buitenlandse toeristen. Belangrijkste herkomstlanden hierbij zijn de (directe) buurlanden;
- Meer vraag naar luxer toeristisch verblijf als gevolg van vergrijzing: Door vergrijzing in de samenleving is een verandering in de toeristische vraag merkbaar. Consumenten zoeken naar meer comfort en als gevolg hiervan heeft de kampeerbranche het zwaar, en kunnen de hotel- en bungalowsector profiteren, ook in de toekomst.

Regio-indeling:

In het rapport worden 5 regio's binnen de provincie Limburg benoemd:

- 1) Noord-Limburg
- 2) Midden-Limburg
- 3) Parkstad en Westelijke Mijnstreek
- 4) Maastricht
- 5) Heuvelland

Voor deze rapportage beperken wij ons tot de regio Noord-Limburg, waaronder de navolgende gemeenten ressorteren: Bergen, Gennepe, Horst aan de Maas, Mook en Middelaar, Peel en Maas, Venlo, Venray.

De afbeelding hiernaast toont de regio Noord-Limburg en de locaties van het hotelaanbod ten tijde van het onderzoek.

In totaal waren er op het peilmoment (juni 2017) in Limburg 328 hotels met 9.530 kamers. Het aantal hotels en kamers in Noord-Limburg bedroeg resp. 43 en 1.362. De gemeente Venray bezit met 5 hotels en in totaal 195 kamers, 14% van dit aanbod. De gemeente Venlo beschikt over 60% van het totale aanbod aan kamers in Noord-Limburg en is daarmee veruit de grootste.



In Noord-Limburg heeft 1% van de hotels 1 ster, 43% van de hotels 3 sterren, 53% 4 sterren en is 3% niet geclassificeerd.

Ten tijde van het onderzoek waren er in Noord-Limburg 11 plannen voor de realisatie van in totaal 506 kamers. In de gemeente Venray waren er geen plannen.

Opvallend voor Noord-Limburg is het relatief grote percentage Buitenlandse gasten (49% van alle persoonsovernachtingen). 22% daarvan is afkomstig uit Duitsland, gevolgd door België, Groot-Brittannië en de overige landen in Europa. Een relatief klein deel komt uit de rest van de wereld.

De gemiddelde RevPAR (opbrengst per beschikbare kamer) is in Noord-Limburg met € 45,98 het laagst, maar met een gemiddelde kamerbezetting van 61% is het de derde regio van de provincie.

⁴ Rapportage uit februari 2018, in opdracht van de Provincie Limburg, opgesteld door ZKA Leisure Consultants

Venlo presteert binnen de regio, zowel qua RevPAR als qua bezettingspercentage, het beste. Andere delen van de deelregio presteren minder vanwege:

- » Het gebrek aan een verscheidenheid aan bovenregionale dagrecreatieve trekkers in de deelregio;
- » De concurrentie van de bungalowsector, die traditioneel zeer sterk vertegenwoordigd is in Noord-Limburg. Bungalowparken bieden steeds meer hybride vormen aan, waarbij een bungalow geboekt kan worden met hotelservice.
- » De dominantie van het 3-en 4-sterrensegment in de regio: vergelijkbare producten die (te) sterk met elkaar op prijs concurreren.

Marktruimte:

In algemene zin worden de potenties van de hotelmarkt, ook voor de langere termijn, vrij gunstig beoordeeld in het rapport. In tegenstelling tot sommige andere verblijfsvormen groeit de hotelvraag. Deze verwachte groei is naar verwachting ook van toepassing op de langere termijn. Er is volgens de rapportage tot en met 2022 in alle vijf de deelregio's samen, nog ruimte voor ca. 500 (traditionele) hotelkamers.

Landelijk is vooral de vraag uit het buitenland een groeimarkt. Limburg beschikt, mede gezien de ligging binnen de Euregio, ook over diverse destinaties die een sterke aantrekkingskracht hebben. Dit geldt bijvoorbeeld voor Maastricht en het Heuvelland met hun eigen DNA, maar ook voor de provincie als totaal met diverse en uiteenlopende bezoekaanleidingen welke samen een aansprekend geheel bieden voor verblijf door gasten van verder weg.

Ook de demografische ontwikkelingen bieden voordelen voor de hotelmarkt op de langere termijn. De trend van vergrijzing kan extra vraagpotentieel opleveren. Dit is gekoppeld aan de trend van meer behoefte aan convenience en comfort.

Ook aan de aanbodzijde spelen trends die relevant zijn voor de langere termijn. Vooral het belang van diversiteit en uniciteit moet genoemd worden en is voor de provincie Limburg een belangrijke randvoorwaarde voor de toekomst. Trends voor een meer divers en uniek aanbod zijn bijvoorbeeld gebaseerd op de verweving van verblijf en dagrecreatie.

De marktruimte voor de deelregio Noord-Limburg is volgens de rapportage beperkt en moet gestimuleerd worden door nieuwe en onderscheidende hotels. Concreet wordt de maximale marktruimte door marktgroei en het aantal minder vitale kamers⁵ gezamenlijk geraamd op 177 kamers. Dit is in principe kleiner dan de bestaande harde planvoorraad die 506 kamers bedraagt.

Belangrijk voor Noord-Limburg blijft dat nieuwe hotels of uitbreidingsplannen de markt vergroten/ontwikkelen en nieuwe bezoekaanleidingen creëren. Voor **toekomstig hotelaanbod** in Noord-Limburg worden de navolgende aanknopingspunten voor nieuwe hotels benoemd:

- » Nieuwe prijs-kwaliteitsniveaus, bijv. door focus op onder-of bovenkant van de markt (lagere respectievelijk hogere sterrenniveaus) gezien het feit dat nu vrijwel alle hotels met drie of vier sterren geclassificeerd zijn.
- » Hybride hotelconcepten (ofwel de brancheervaging tussen de hotel-en bungalowsector), uitgaande van het grote bungalowaanbod in Noord-Limburg.
- » Hotels met eigen specifieke (grootschalige) voorzieningen, zowel mogelijk door nieuw hotelaanbod bij bestaande (dagrecreatieve) voorzieningen als door nieuw hotelaanbod met eigen voorzieningen.
- » Extra vraagimpulsen door middel van acquisitie van grote bedrijvigheid met (inter-)nationale contacten of door (conform de ambitie van de regio) een nieuwe attractie met een bovenregionaal marktbereik aan te trekken.

⁵ Hotelkamers die qua kwaliteit, toekomstperspectief en, vanwege gebrek aan strategische focus, (grote) moeite hebben om aansluiting te houden bij de (toekomstige) markt,

Vergroting markt

Tenslotte wordt in de rapportage ook nog de vraag gesteld op welke manier marktvergroten effecten kunnen worden bereikt.

Dit is mede afhankelijk van het huidige, relatief traditionele, regionale aanbod. Een analyse van dit aanbod maakt duidelijk op welke wijze 'andere smaken' kunnen worden ontwikkeld, zoals bijvoorbeeld:

- » Een hotelconcept (prijs/kwaliteitsniveaus) dat nog niet aanwezig of ondervertegenwoordigd is in een regio, zoals een tophotel, een budgethotel, hotel met geschakelde en familiekamers.
- » Grootschalige eigen voorzieningen die een twee-eenheid vormen met het hotel, waarbij o.a. gedacht wordt aan (grootschalige of specifieke) wellness, een koppeling met golf of een hotel met diverse vrijetijdsvoorzieningen.

Bovenstaande voorbeelden betreffen een nieuw type aanbod voor een regio en trekken zelf door het concept, voorzieningen, etc. nieuwe doelgroepen aan. Dit geldt voor ketenhotels, maar zeker ook voor niet-ketenhotels of kleinschalige (familie)hotels, die in potentie beschikken over de kwaliteiten om de markt te vergroten. Deze nieuwe vraag is niet verwerkt in de berekening van de marktruimte. Deze hotelcapaciteit met additionele vraag moet (voor een deel) bij de marktruimte door marktgroei worden opgeteld.

CONCLUSIE:

Er is in de deelregio Noord-Limburg geen ruimte c.q. behoefte aan meer traditionele (3 of 4 sterren) hotels, maar, als marktverbreding, -vergroting en -aanvulling zeker wel aan een nieuwe, unieke productmix met verweving van dag- en verblijfsrecreatie, die kwalitatief tot de top van de markt behoort en, op een daarvoor geschikte locatie, bij voorkeur specifiek tegemoet komt aan het, ook in de toekomst, groeiende vraagpotentieel veroorzaakt door de groeiende trend van vergrijzing.

Zoals uit de hierna volgende paragrafen blijkt, sluiten de plannen voor Hof van Weverslo exact aan bij deze marktverbreding, -vergroting en -aanvulling. Het betreft een, niet traditionele en unieke productmix, die kwalitatief tot de uiterste top van de markt gaat behoren (en daardoor dus ook geen eventuele concurrentie vanuit de (hybride) bungalowsector te verwachten heeft), gesitueerd op een daarvoor zeer geschikte locatie en met een strategische focus op een specifieke en (in de regio), op deze manier nog niet benaderde, ook in de toekomst nog groeiende doelgroep.

4.2. PRODUCTMIX HOF VAN WEVERSLO

Op basis van het voorgaande en omdat de keuze voor deze specifieke, maar zeer kansrijke doelgroep nog maar zelden gemaakt wordt, heeft de initiatiefneemster, mevrouw Yvonne van Kempen-Willems, ervoor gekozen om bij de realisatie van (de marktvergroten productmix van) Hof van Weverslo in te spelen op de wensen en eisen van de (binnen- en buitenlandse) empty nesters en de actieve en vitale senioren (in principe in leeftijd variërend van 45 t/m 70). Uiteraard zijn personen die zich aangetrokken voelen tot de hieronder verder toegelichte, luxe en comfortabele, productmix eveneens welkom, maar de focus zal (blijven) liggen op deze specifieke doelgroep.

Mevrouw van Kempen heeft ook voor deze doelgroep gekozen vanwege het feit dat de wensen en eisen van deze doelgroep exact passen bij de ideeën die zij, vanaf het begin al heeft m.b.t. de ontwikkeling van haar locatie en bij de locatie zelf.

Haar, voor de regio, unieke, marktvergroten plannen spelen in op de belangrijkste wensen van de doelgroep, t.w. het beleven van een wandel-, fiets-, wellness- en/of culinaire vakantie in een luxe en comfortabele accommodatie, dichtbij de natuur.

De marktvergroten productmix van het toekomstige Hof van Weverslo bestaat daarom uit:

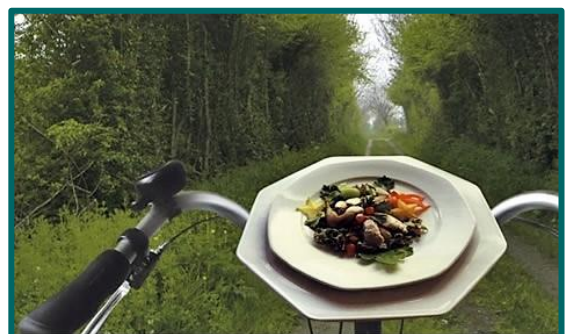
1. De ontwikkeling van een recreatieve poort met de daarbij behorende faciliteiten;
2. Belangrijkste onderdeel van een recreatieve poort is de horeca, die door mevrouw van Kempen ingevuld wordt met een luxe restaurant met extra aandacht voor streekproducten en met een sfeervol en gezellig terras en een ruimte voor (culinaire) workshops;
3. De (gefaseerde (2 x 12)) realisatie van maximaal 24 luxe toeristische verblijfseenheden, met een duurzaam karakter, zodat gasten de regio tijdens meerdaagse vakanties nog beter kunnen leren kennen en verkennen;
4. De realisatie van een (luxe) wellnessvoorziening, die aansluit bij de wensen van de doelgroep, maar ook een bijzondere en natuurlijke inrichting kent.

Ad 1.: Recreatieve poort

Recreatieve poorten zijn dé startpunten voor een fiets- of wandeltocht door de natuur en liggen dichtbij attractieve locaties (aan knooppuntennetwerken of aan de start van leuke fiets- en wandelroutes) voor deze activiteiten. Bij een recreatieve poort is altijd een horecapunt en voldoende parkeergelegenheid aanwezig. Ook wordt er informatie verstrekt over de regio en in het geval van Hof van Weverslo met name over Loobeekdal en Weverloseberg, de natuur en de beschikbare routes.

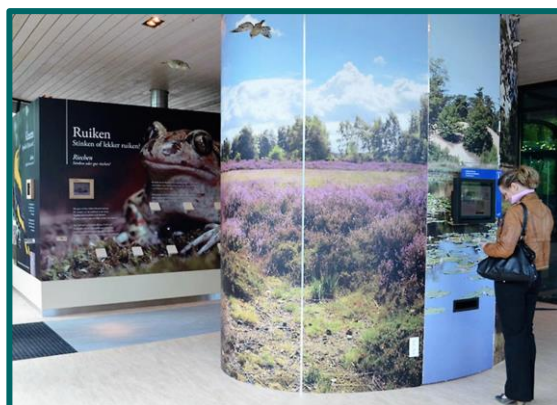
Het knooppuntennetwerk is reeds aanwezig en zal de komende jaren verder worden uitgebreid. Hof van Weverslo ligt ook al aan of dichtbij diverse wandel- en fietsroutes zoals de "Vierseizoenenwandeling Loobeek", "Ommetje Loobeekdal" en "Wandel- en fietsroute Venray" van VVV-Noord-Limburg. De regio staat ook vermeld op routeyou.com (zie:www.routeyou.com/nl-nl/location/walk/50772029/wandelen-nabij-loobeekdal-overzicht-van-alle-wandelroutes).

Hoofdstuk 7.3. geeft een beknopte samenvatting van de rapportage "Vraaggericht ontwikkelen recreatieve routes Venray" uit 2016. Deze bevat o.a. een overzicht van de op dat moment bestaande wandel- en fietsroutes en de suggesties m.b.t. het ontwikkelen van kansrijke nieuwe routes, waaronder natuurgerichte en culinaire wandel- en fietsroutes. Het toekomstige product van Hof van Weverslo geeft een zeer positieve aanvulling voor een deel van deze bestaande en nog te ontwikkelen routes.



Niet elke recreatieve poort heeft hetzelfde voorzieningenniveau. Bij Hof van Weverslo zullen, naast de hierna verder omschreven horeca- en wellnessfaciliteiten, de navolgende, aanvullende, voorzieningen aanwezig zijn c.q. gerealiseerd worden:

- ✓ Attractieve informatievoorziening over de regio, de natuur en de streekproducten;
- ✓ Verhuur van fietsen;
- ✓ Struinnatuur op eigen erf;
- ✓ Verkoop van streekproducten;
- ✓ Een multifunctionele ruimte t.b.v. workshops, rondleidingen en eventueel vergaderen.



Ad 2.: Luxe restaurant

Het restaurant zal een luxe en comfortabele uitstraling en interieur krijgen, die past bij de wensen en eisen van de doelgroep. Op de menukaart zullen veel hoogwaardige gerechten met streekproducten staan. Gestreefd wordt naar een zeer hoge kwaliteit en opmaak van de gerechten, die zich onderscheidt van het meeste overige aanbod in de regio.

Ook omdat mevrouw van Kempen veel waarde aan duurzaamheid hecht en dit past bij de doelgroep, wil zij gaan samenwerken met het keurmerk Euro Toques. Euro Toques Nederland (ETN) wil uitdragen dat al haar leden zich hebben verplicht gezond te koken en of voedsel te bereiden met in beginsel regionale en seizoensgebonden producten zonder kunstmatige additieven. Op deze wijze willen de leden van ETN de consument ertoe te bewegen hun restaurant te bezoeken.



ETN wil door het motiveren, stimuleren en uitbreiden van het ledenbestand met vaardige, klantgerichte en representatieve koks die de boodschap, vervat in de Code van Eer, te allen tijde trots uitdragen in woord, geschrift en gedrag.

In de restaurants van Euro-Toques Nederland wordt ambachtelijk gekookt. De samenwerking met lokale, en streng geselecteerde, landelijke producenten die voldoen aan de huidige duurzaamheid keurmerken, staat garant voor kwaliteit, smaak en behoud van culinaire tradities. Elke lid van Euro-Toques Nederland heeft zijn eigen keuken en identiteit, maar gemeenschappelijk is de passie, gedrevenheid en vakmanschap. De leden bewijzen dagelijks culinair toonaangevend te zijn in een mix van culinaire traditie en vernieuwing op basis van de eerlijke regionale keuren.



Deze invulling van de restaurantfunctie van Hof van Weverslo is tevens een welkome aanvulling c.q. uitbreiding van het aanbod van Regio van de Smaak.



Daarnaast zal bij het restaurant ook een sfeervol en gezellig terras gerealiseerd worden, waar de gast van zowel streekgerechten als regionale drankjes kan genieten.



Ad 3.: Toeristische verblijfseenheden

De maximaal 24 toeristische verblijfsaccommodaties, die gefaseerd (2 x 12) gerealiseerd worden en die een toegevoegde (attractie-)waarde aan de toekomstige recreatieve poort Hof van Weverslo gaan geven, zijn niet vergelijkbaar met reeds in de regio aanwezige verblijfsaccommodaties. Dat komt deels door de keuze voor de specifieke doelgroep, maar zeker ook vanwege de eisen en wensen van deze doelgroep.

Hof van Weverslo wordt een, luxe, comfortabele, redelijk intieme en relatief kleinschalige verblijfslocatie, die qua capaciteit niet te vergelijken is met de reguliere vormen van verblijf zoals een gemiddeld hotel of de gemiddelde B&B. Het gaat bij Hof van Weverslo, zoals eerder gemeld, om een nieuwe, innovatieve productmix, die met name bedoeld en gericht is op marktvergroting en niet om uitbreiding van het bestaande aanbod. Hieronder volgen de gemiddelde capaciteiten van deze reguliere sectoren:

- ✓ Volgens CBS tellen Nederlandse 5-sterren-hotels gemiddeld 69,98 kamers;
- ✓ Volgens Bed & Breakfast Nederland tellen Nederlandse 5-tulpen B&B's gemiddeld 2,45 kamers.

De reden waarom in bovenstaande opsomming, alleen rekening gehouden wordt met zeer hoogwaardige accommodaties, is dat Hof van Weverslo, ook weer vanwege de doelgroepkeuze, uitsluitend verblijfsunits wil realiseren die vanwege de marktvergroten productmix, kwalitatief, tot de uiterste top van de markt behoren.

Door deze relatief kleinschalige invulling van de capaciteit van de verblijfsaccommodatie kan tegemoetgekomen worden aan de wensen en eisen van de gekozen doelgroep op het gebied van persoonlijke service en aandacht, (gevoel voor) veiligheid en, vanwege de aanwezigheid van een luxe restaurant met een attractieve menukaart met veel streekproducten, ook aan de behoefte aan lekker eten en drinken.

De verblijfsunits, waarin uiteraard zoveel mogelijk duurzame materialen verwerkt worden, zullen bestaan uit ruime, luxe kamers met een eigen ingang en een privéterras. Uiteraard heeft elke kamer een uitgebreide eigen badkamer en is er tevens een zithoek/werkplek aanwezig.



Ad 4.: Wellnessvoorziening/natuurspa

De exacte inrichting van de wellnessvoorziening staat nog niet helemaal vast. Mede met het oog op de doelgroep wordt gedacht aan een voorziening, die tevens een fitnessafdeling zal krijgen, en op die wijze eveneens een belangrijke toevoeging voor de recreatieve poort zal zijn. Behoeftte aan wellness en het streven naar een gezonde levensstijl behoren immers tot de kenmerken van de doelgroep.

De wellnessvoorziening zal uiteraard moeten aansluiten bij het kwalitatief hoge niveau van de totale recreatieve poort en dus op een luxe en comfortabele wijze ingericht moeten worden, waarbij gebruik gemaakt wordt van duurzame en natuurlijke materialen. Ook zal waarschijnlijk gekozen worden voor redelijk unieke apparatuur zoals de toevoeging van hooiovens.



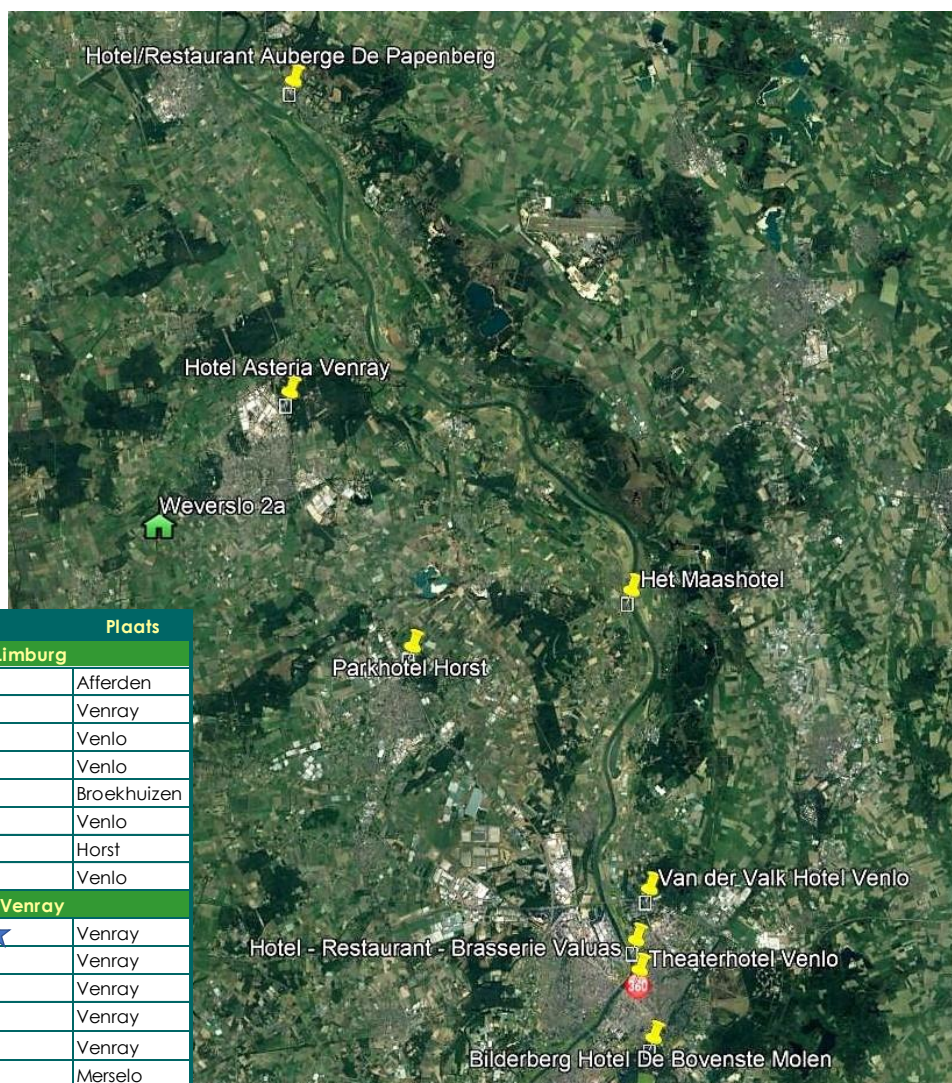
4. RECHTSVRAAG 3.

4.3. OVERIG AANBOD IN DE REGIO

Nederlandse hotels worden al sinds 1969 met sterren ingedeeld. Bij Koninklijke Horeca Nederland zijn hotels aangesloten variërend van 1 tot en met 5 sterren superieur. Met deze steraanduiding weten gasten welke voorzieningen en service zij in een hotel kunnen verwachten. De deelname van hotels aan het sterrenstelsysteem is vanaf 1 januari 2015 vrijwillig. Sinds 1 januari 2016 geldt in Nederland het systeem van de Hotelstars Union.

De uitvoering wordt verzorgd door Hotelsterren.nl. Iedere logiesverstrekker die in aanmerking wil komen voor een sterrenclassificatie kan deze aanvragen bij Hotelsterren.nl, de uitvoerder van zowel de Nederlandse als de Europese Hotelclassificatie.

In Noord-Limburg zijn geen 5-sterren hotels aanwezig. Op nevenstaande afbeelding en in onderstaande tabel is de locatie van de aanwezige 4-sterren hotels in de regio afgebeeld en in de tabel zijn de hotels in de gemeente Venray met officiële classificatie-sterren en de twee overige (niet geclasificeerde) hotels opgenomen.

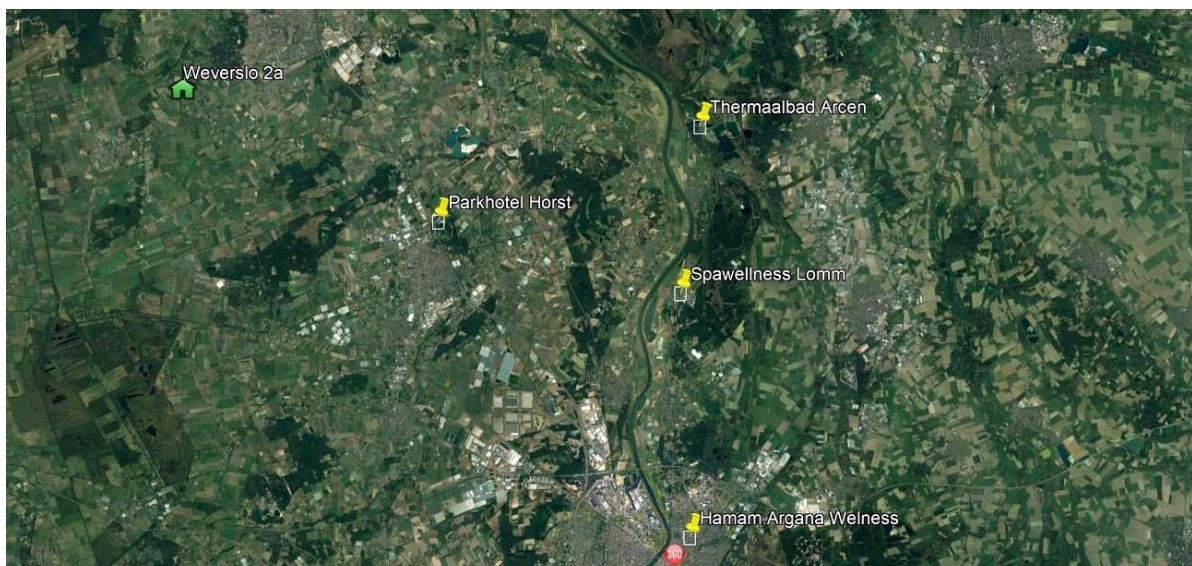


Naam		Plaats
4-sterren hotels Noord-Limburg		
Auberge de Papenburg		Afferden
Hotel Asteria		Venray
Hotel Restaurant Valuas		Venlo
Bilderberghotel de Bovenste Molen		Venlo
Hotel aan de Maas		Broekhuizen
Van der Valk Hotel		Venlo
Parkhotel Horst		Horst
Theaterhotel Venlo		Venlo
Hotels in de gemeente Venray		
Hotel Asteria	★★★★★	Venray
Hotel Café Hulsman	★★★★★	Venray
Hotel Restaurant Eurotel	★★★★★	Venray
De Witte Hove	★★★★★	Venray
Hotel Brasserie De Zwaan		Venray
De Martiene Plats		Merselo

In de hieronder volgende afbeelding staan de B&B's die volgens de officiële classificatie 5 tulpen hebben. Binnen de gemeentegrenzen van Venray is Spraelandhof in Oostrum met 4 tulpen de B&B met de hoogste classificatie. B&B Martiene Plats in Merselo heeft 3 tulpen. De overige B&B's hebben geen classificatie.



Op het gebied van wellness is er een aantal zeer bekende locaties in de regio. Op onderstaande afbeelding staan zowel de wellnessbedrijven als de hotels met wellnessfaciliteiten.



In onderstaande tabel hebben wij de “leden” van de Regio van de Smaak opgesomd, die een verblijfsaccommodatievorm hebben. De gemarkeerde bedrijven staan twee keer in de lijst omdat zij twee verschillende typen accommodaties aanbieden. De B&B van Martiene Plats wordt niet genoemd als lid van de Regio, de groepsaccommodatie wel.

Regio van de smaak	REGIO VAN DE SMAAK	plaats	type
naam			
Leukermeer		Well	camping
Camping 't Veerhuys		Blitterswijck	camping
Op de Meterik		Meterik	groepsaccomm.
De Martiene Plats		Merselo	groepsaccomm.
D'Ouffenhoff		Baarlo	groepsaccomm.
Aan de Heuvel		Melderslo	groepsaccomm.
Spraelandhof		Oostrum	groepsaccomm.
De Pionier		Ysselsteyn	groepsaccomm.
Hotel Maashof		Venlo	hotel/B&B
Hotel Herberg De Lindenhoeve		Grubbenvorst	hotel/B&B
Bilderberghotel De Bovenste Molen		Venlo	hotel/B&B
Spraelandhof		Oostrum	hotel/B&B
Vakantie Meerlo		Meerlo	hotel/B&B
Logement de Reiziger		Ottersum	hotel/B&B
Oda Hoeve		Kessel	minicamping
Ezelcamping in 't Niet		Maasbree	minicamping
De Rozenhorst		Lottum	vakantiewoning
D'Ouffenhoff		Baarlo	vakantiewoning

Tenslotte volgen onderstaand de restaurants, die binnen de gemeentegrenzen van Venray liggen en vermeld worden op de site www.liefdevoorlimburg.nl en dus ook toeristisch georiënteerd zijn. De eerste 4 locaties zijn “lid” van de Regio van de Smaak. In heel Limburg zijn slechts 10 restaurants aangesloten bij Euro Toques Nederland. Slechts twee daarvan bevinden zich in Noord-Limburg, t.w. Brasserie De Zwaan in Venray en Hoeve De Bogaard in Geijsteren (deze laatste locatie wordt niet vermeld op de site van de regionale VVV).

Restaurants in Venray	
naam	plaats
Hotel Brasserie De Zwaan	Venray
Tante Jet	Blitterswijck
't Trefpunt	Geijsteren
't Pelgrimshuis	Smakt
Pannenkoekenrest. De Bosserij	Ysselsteyn
De Uitmarkt	Venray
De Stad	Venray
Wijn en Bistobar Samen	Venray
Gastrobar TOF	Venray
Anno '54	Venray
Hotel Asteria	Venray

Bij geen van de bovengenoemde bedrijven/locaties is sprake van een specifieke keuze voor de (uitgerekte) doelgroep “empty nesters”. Ook is er nergens sprake van een met het toekomstige Hof van Weverslo vergelijkbare, luxe en kwalitatief hoogwaardige productmix.

4.4. CONCLUSIE M.B.T. RECHTSVRAAG 3.

CONCLUSIE:

Er is in de regio rondom Venray nergens sprake van een specifieke keuze voor de (uitgerekte) doelgroep "empty nesters" en ook is er nergens sprake van een kwalitatief uitermate hoogwaardige invulling die specifiek ingaat op de wensen en eisen van deze bijzondere en kansrijke doelgroep, die nog steeds groeit en vaker dan de gemiddelde Nederlander op vakantie in Nederland gaat. Het gaat dus om een nieuwe, marktvergroten productmix. Door het voornemen wordt dus een nieuwe doelgroep benaderd, om die specifiek ook naar de regio Venray te krijgen.

Het is voor zowel nieuwe als bestaande bedrijven in de leisure sector van groot belang dat zij inspelen op de eisen en wensen van de (toekomstige) gast. Hof van Weverslo kan, mede vanwege de locatie, dichtbij het Loobeekdal en de Weverloseberg, en de in de directe omgeving van die locatie, reeds aanwezige en door de gemeente Venray nog te realiseren wandel- en fietsroutes, via de realisatie van een recreatieve poort bijzonder goed inspelen op de wensen en eisen van deze specifieke doelgroep.

Daarenboven sluit de invulling van de productmix van de recreatieve poort, (kwalitatief hoogwaardige en toegankelijke horeca, met name gericht op streekproducten, zeer luxe, comfortabele en toegankelijke verblijfsunits, wellnessvoorzieningen, culinaire arrangementen en workshops, etc.) zeer goed aan bij deze wensen en eisen.

Bovendien is de toekomstige recreatieve poort ook een welkome aanvulling en marktvergroting van het recreatieve product van de regio, de wandel- en fietsmogelijkheden en het verblijfsrecreatieve product. Er is immers nog nergens sprake van een dergelijke specifieke keuze en de kwalitatief uitermate hoogwaardige invulling daarvan.

Wij zijn ervan overtuigd dat de marktvergroten productmix van Hof van Weverslo, zowel Nederlandse als buitenlandse toeristen uit de doelgroep zal aanspreken. Zeker als ook aangesloten wordt bij kwaliteitskeurmerken als Euro Toques Nederland, Regio van de Smaak en Green Key en de recreatieve poort op een professionele manier in de markt gezet wordt.

Mevrouw Yvonne van Kempen heeft vanuit het verleden veel ervaring op management-niveau opgebouwd bij accommodaties op kwalitatief en culinair hoogstaand niveau. Daaronder restaurants (o.a. met een Michelin-ster) en in de hotelsector. Gezien deze achtergrond en ervaring van mevrouw Yvonne van Kempen zal Hof van Weverslo ongetwijfeld op deze professionele wijze in de markt gezet worden en, ook in de toekomst, haar kwaliteit en aantrekkelijkheid behouden.



RECHTSVRAAG 4.: *Is de voorziene ontwikkeling gelegen buiten bestaand stedelijk gebied?*

De beantwoording van de vraag of een plangebied als een bestaand stedelijk gebied in de zin van artikel 3.1.6, tweede lid, van het Bro in samenhang met artikel 1.1.1, eerste lid, onder h, van het Bro, kan worden aangemerkt, hangt af van de omstandigheden van het specifieke geval, de ligging, de feitelijke situatie, het bestemmingsplan en de aard van de omgeving.

Bij de beantwoording van deze vraag dient te worden beoordeeld of het voorgaande bestemmingsplan binnen het gebied reeds een stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca mogelijk maakt, of het gebied op grond van het voorgaande plan kan worden beschouwd als bij een bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur. Het is duidelijk dat deze vraag, in het geval van Hof van Weverslo, negatief dient te worden beantwoord.

CONCLUSIE:

Ofschoon de realisatie deels plaatsvindt door sloop van een reeds bestaand gebouw, is er tot nu toe geen sprake van een bedrijvigheid conform bovenstaande definities. Daarmee, en vanwege de locatie in het buitengebied van de kern Merselo, dient het plan als gelegen buiten bestaand stedelijk gebied te worden beschouwd.

RECHTSVRAAG 5.: IS HET MOGELIJK OM DE VOORZIENE ONTWIKKELING BINNEN BESTAAND STEDELIJK GEBIED TE REALISEREN?

De plannen voor recreatieve poort Hof van Weverslo zijn gebaseerd op de locatie, dichtbij de natuur, en op de specifieke doelgroep, die qua vakantie en ontspanning op zoek gaat naar attractieve mogelijkheden om te wandelen, te fietsen in een natuurlijke omgeving, met de mogelijkheid om in een comfortabele en luxe omgeving te kunnen genieten van kwalitatief hoogwaardige culinaire (streek-)gerechten.

De locatie aan Weverslo 2a te Merselo is bijzonder geschikt om deze productmix te realiseren, zeker nu ook nog ca. 4 ha. van de eigen percelen een natuurlijke invulling krijgen, die past in de omgeving van het cultuurlandschap rond Loobeedal en Weverloseberg.

CONCLUSIE:

Vanzelfsprekend zijn binnen het bestaand stedelijk gebied geen locaties beschikbaar die de gewenste natuurwaarden bieden, omdat natuurgebieden geen onderdeel uitmaken van het bestaand stedelijk gebied. Hooguit betreft het stedelijk groen, maar dit geeft niet de natuurbeleving die beoogd wordt en past bij de specifieke doelgroepkeuze en het concept.

EINDCONCLUSIE:

In de voorgaande hoofdstukken is aangetoond dat de plannen voor de realisatie van de recreatieve poort Hof van Weverslo, mede vanwege de hoge kwaliteit, luxe en comfort, die specifiek inspelen op de wensen en eisen van de (uitgerekte) doelgroep “empty nesters”, die nog nergens in de regio zo specifiek benaderd wordt, voldoen aan de eisen van de “ladder voor duurzame verstedelijking” en bovendien een welkome aanvulling zijn voor het toeristisch-recreatieve product van de gemeente Venray.

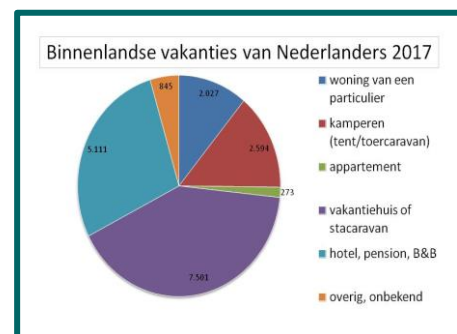
Door haar kennis van de markt en ervaring en het feit dat de bijzondere productmix van het toekomstige Hof van Weverslo precies aansluit bij de ideeën van de initiatiefneemster, mevrouw van Kempen, achten wij de kans dat dit, voor de regio, unieke concept succesvol in de markt gezet zal worden, zeer reëel.

7. BIJLAGEN

7.1. RELEVANTE, ALGEMENE TRENDS EN MARKTONTWIKKELINGEN⁶

Onderstaand volgen puntsgewijs de voor de plannen van mevrouw van Kempen-Willems, relevante algemene trends en marktontwikkelingen:

- In 2017 gingen 14 miljoen Nederlanders op vakantie. Dit is 83,2% van de 16,8 miljoen inwoners van Nederland in dat jaar. Zij gingen samen 40,4 miljoen keer op vakantie, 18,4 miljoen keer in Nederland en 22,0 miljoen keer daarbuiten;
- Gelderland mocht zich in 2017 verheugen op het grootste aandeel binnenlandse vakanties van Nederlanders. In dat jaar ontving deze provincie 3,0 miljoen Nederlandse toeristen, een zesde van alle vakanties op eigen bodem. Limburg stond in 2017 met 2,3 miljoen vakanties op de tweede plaats, direct gevolgd door Noord-Brabant met 2,2 miljoen toeristische reizen;
- In 2017 hebben bijna 18 miljoen buitenlandse meerdaagse toeristen Nederland bezocht; ruim 2 miljoen meer dan in 2016 (+13%). Zij boekten samen 44,2 miljoen overnachtingen; 4,5 miljoen meer dan een jaar eerder (+11%). Daarmee groeit het inkomende toerisme in 2017 versterkt door;
- De meeste buitenlandse toeristen kwamen in 2017 uit Duitsland (5,2 miljoen), het Verenigd Koninkrijk (2,2 miljoen) en België (2,2 miljoen). Uit elk van deze landen kwamen in 2017 aanzienlijk meer toeristen naar Nederland dan in 2016;
- Het overgrote deel van de buitenlandse toeristen in Nederland verblijft in een hotel. In 2017 ging het om meer dan 14,2 miljoen hotelgasten, 79% van het totale aantal buitenlandse toeristen;
- Amsterdam is met 6,8 miljoen buitenlandse hotelgasten in 2017 de grote trekpleister in Nederland. Mede door de populariteit van Amsterdam is Noord-Holland de provincie met de meeste buitenlandse meerdaagse toeristen: 9,5 miljoen in 2017.
- De grote beweging waar de meeste trends op zijn terug te voeren, is dat de gast steeds meer een product vraagt dat past bij zijn belevingswereld, dat de sector zich dit realiseert en dus een product gaat aanbieden dat onderscheidend is t.o.v. andere verblijfsrecreatieve bedrijven. Bedrijven kunnen zich onderscheiden op beleving, duurzaamheid, samenwerken en thematisering;
- Ondernemers zullen, met in het achterhoofd, het grillige, dynamische en vooral ook prijsgevoelige karakter van de vrijetijdsector, continu moeten inspelen op de steeds weer wijzigende consumentenbehoeften;
- Door de snelheid van de veranderingen en de verkorting van de productlevenscyclus is het voor hen echter onmogelijk om overal op in te haken. Er moeten dus keuzes gemaakt worden m.b.t. doelgroep(en) en de daarbij behorende producten;
- Nevenstaande tabel geeft inzicht in de accommodatiekeuze van Nederlanders tijdens binnenlandse vakanties;
- De Nederlandse bevolking zal de komende decennia blijven groeien, tot ruim 18,4 miljoen inwoners in 2060. Nederland telt in de toekomst meer ouderen en meer personen met een migratieachtergrond. In ons land groeit het aandeel 65-plussers van 19% nu naar 26% rond 2040. In 2040 telt ons land 4,8 miljoen inwoners van 65 jaar of ouder, nu zijn dat er 3,2 miljoen;
- ABN-AMRO verwacht dat de vakantiebestedingen van 65-plussers de komende jaren fors zullen groeien van 2,7 miljard in 2016 naar 3,6 miljard euro in 2025 (ofwel bijna 100 miljoen euro per jaar);
- Het aantal buitenlandse toeristen in Nederland zal, volgens het NBTC, nieuwe records gaan bereiken. Voorzichtige schattingen voorspellen dat het aantal inkomende bezoekers met minimaal 50% groeit van 18 miljoen in 2017 naar 29 miljoen in 2030. Zet de groei van de afgelopen jaren zich exponentieel door, dan kan dat in 2030 zelfs oplopen tot maar liefst 42 miljoen internationale gasten (NBTC, 2018);
- De groei is vooral afkomstig uit het Verenigd Koninkrijk, België, Oost-Europa, Amerika en Azië.



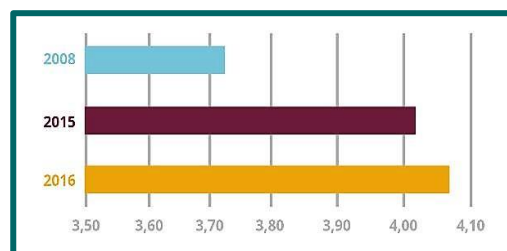
⁶ Mede op basis van het Trendrapport voor Toerisme en Vrije Tijd 2018 van Pleasureworld NRIT, CBS, NBTC Holland Marketing en CELTH en trendinzichten van o.a. Rabobank, ABNAMRO-Insights en ING-bank

7.2 MANAGEMENTSAMENVATTING TOERISTISCHE TRENDRAPPORTAGE LIMBURG 2016-2017

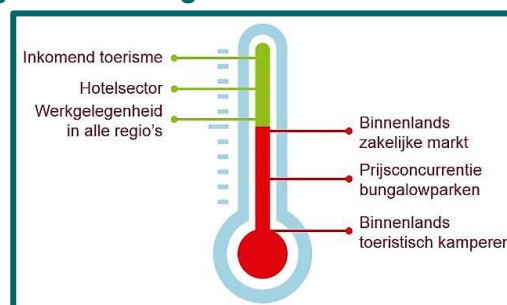
Limburg presteert zeer goed in verblijfstoerisme

De Limburgse vrijetijdsector levert een steeds grotere bijdrage aan de regionale economie. Uit de nieuwste cijfers blijkt dat het verblijfstoerisme in 2016 groeide met 4% tot ongeveer € 1,1 miljard. Limburg blijft daardoor zeer goed presteren in het verblijfstoerisme: het is de tweede provincie qua aantal (binnen- en buitenlandse-) overnachtingen (na Noord-Holland) en nummer één op het gebied van bungalowovernachtingen in Nederland.

Er zijn geen nieuwe cijfers over dagrecreatie beschikbaar, maar in 2015 leverde dagrecreatie in Limburg een bijdrage van € 3,0 miljard op. De totale omvang van de vrijetijdseconomie bedraagt daarmee circa € 4,1 miljard aan bestedingen en is goed voor bijna 40.000 banen in Limburg. In het jaar 2016 kwamen er 1.500 nieuwe banen bij. Daarmee is de vrijetijdseconomie een belangrijke groeisector en banenmotor voor de provincie.

**Hotelovernachtingen en buitenlandse gasten zorgen voor groei in Limburg**

De groei van het verblijfstoerisme valt voor het belangrijkste deel toe te schrijven aan 4% meer hotelovernachtingen (+140.000) en 7% meer overnachtingen door buitenlandse gasten uit (voornamelijk) de buurlanden Duitsland en België. Ook de bungalowsector groeit qua vraag. Anderzijds krimpt de binnenlandse zakelijke markt (met name van belang voor de hotels) en blijft de vraag van Nederlandse kampeergasten achter in Limburg.

**Verblijfstoerisme in beeld****Hotels: economisch herstel is motor van groeiende aantal hotelovernachtingen**

In de hotelsector is het economisch herstel een belangrijke motor van de groei in hotelovernachtingen. Naast een hogere bezettingsgraad (63% in 2016) was er sprake van hogere bestedingen per overnachting (+9%). Dit komt met name door meer buitenlandse gasten. De hoeveelheid hotels is al jaren relatief stabiel in Limburg. Wel ontstaat door nieuwe hotels steeds meer uniciteit en beleving in het aanbod.

Bungalows: Limburg is de grootste aanbieder van bungalowvakanties

Limburg blijft de grootste aanbieder van bungalowvakanties in Nederland. In 2016 groeide de vraag naar vakantiebungalows in Limburg met circa 250.000 overnachtingen (+3%). Deze kwam mede tot stand dankzij stevige prijsconcurrentie. Binnen de sector is een verschuiving in de vraag zichtbaar naar (goedkopere) solitaire recreatiewoningen (niet op een park) en appartementen. Mede onder invloed van deze ontwikkelingen daalden de bestedingen (-3%). Dat weerhoudt bungalowketens er niet van om nieuwe parken in Limburg te exploiteren. Vaak betreffen dit omzettingen van campings naar bungalowparken.

Campings: kampeersector trekt steeds meer buitenlandse gasten en minder binnenlandse gasten

De kampeersector staat onder druk vanwege de krimpende binnenlandse vraag naar campings (-4%). Wel wist de buitenlandse gast de Limburgse camping in 2016 vaker te vinden (+19%). Per saldo stabiliseert de kampeersector in Limburg en daalden de bestedingen licht (-2%).

Kansrijke concepten in de Limburgse kampeersector die bijdragen aan groei zijn luxe campings, natuurcampings, campings met faciliteiten voor campers en totaalconcepten met veel voorzieningen.

Ingezoomd op de regio's

- Noord-Limburg: bungalowsector zorgt voor het volume en groei komt van hotelmarkt
Met een groei van 2% blijft Noord-Limburg de tweede Limburgse regio qua verblijfsbestedingen. De hotelmarkt is vooral verantwoordelijk voor deze bestedingsgroei. Maar liefst 48% van de Limburgse bungalowovernachtingen vindt in Noord-Limburg plaats. De regio heeft met ruim 3,5 miljoen bungalowovernachtingen een landelijk marktaandeel van bijna 8%.
- Midden-Limburg: hotelsector zorgt voor groei
Ook in Midden-Limburg groeiden de bestedingen met 2%. Deze groei komt vooral door de hotelsector (+6%). Midden-Limburg is de kleinste Limburgse regio uitgedrukt in vrijetijdsbestedingen.
- Zuid-Limburg: sterke groei in hotelsector en nieuw aanbod van vakantieparken
Traditioneel is Zuid-Limburg de grootste toeristische regio, met in 2016 ook de hoogste groei in verblijfstoerisme: 6%, een groei van ongeveer 200.000 overnachtingen. Bijna 80% van de bestedingen is afkomstig van de hotelsector. De prestaties per hotel (op het vlak van bezettingsgraad en gemiddelde opbrengst per kamer) verschillen sterk per deelgebied in Zuid-Limburg. Ondanks de prijsconcurrentie werden er ook diverse bungalow/ vakantieparken geopend in deze regio. Dit betreft herontwikkelingen van campings.

Duurzaam concurrentievoordeel in bungalow- en hotelsector

Er wordt gesignaleerd dat er een groeiende vraag in het verblijfstoerisme is in Limburg, meer specifiek in de bungalow- en hotelsector. Limburg heeft daarbij de nummer 1-positie in de bungalowsector, met circa 7,5 miljoen overnachtingen, en de derde positie in de hotelsector, met circa 3,5 miljoen overnachtingen.

Gezien de landelijk sterke positie van Limburg in deze deelsectoren, beschikt Limburg over een (potentieel) duurzaam concurrentievoordeel ten opzichte van andere provincies. De bestedingen van bungalowgasten staan echter onder druk. In 2016 is minder uitgegeven dan in 2015, ondanks de gestegen vraag. De bestedingen naar aanleiding van verblijf in hotels groeiden wel door afgelopen jaar, met 9% in 2016. De opbrengsten voor hotels staan echter onder druk.

Wat betekent dit voor Limburg?

Willen de bungalow- en hotelsector blijvend aantrekkelijk zijn en toegevoegde waarde voor Limburg leveren, dan moeten ze in contact met de markt blijven en zichzelf blijven vernieuwen. Op die manier wordt prijsconcurrentie voorkomen.

Ook is het cruciaal dat de aanbodontwikkeling op natuurlijke wijze mee ontwikkelt met de vraagontwikkeling. De afgelopen jaren is er terecht veel beleidsaandacht uitgegaan naar campings en bungalowparken in Limburg. Gezien de groei en het economische belang van de hotelsector is het raadzaam dat er ook beleid gevoerd wordt ten aanzien van hotels.

Verder is het voor Limburg van belang om naast de beleidsaandacht voor de verblijfssectoren, ook de achterliggende vraag naar Limburg als bestemming te blijven stimuleren. M.a.w. welke behoeften en motieven staan centraal bij de potentiële gast om naar Limburg te komen en, vervolgens, hoe kan de verblijfssector de hiervan afgeleide logiesvraag faciliteren?

Tenslotte kunnen vanuit deze trendrapportage diverse opgaven worden gedistilleerd voor de sector en voor de overheid. Tijdens de brainstormsessie met stakeholders over de trendrapportage kwam naar voren dat de partijen behoefte hebben aan een Limburg-brede doelstelling voor de vrijetijdseconomie. Er is met andere woorden behoefte aan een stip op de horizon die inspireert en richting geeft aan ondernemers, regio's (gemeenschappelijke gemeenten), marketingorganisaties en provincie. Ook wordt de behoefte gedeeld aan een dashboard met de relevante indicatoren om te sturen in de richting van de doelstelling.

7.3 VRAAGGERICHT ONTWIKKELEN RECREATIEVE ROUTES VENRAY⁷

De aanleiding voor het in de titel van deze paragraaf genoemde rapport is de ambitie van de gemeente Venray om een toproegio te worden voor recreatief wandelen en fietsen, met aantrekkingskracht op meerdere doelgroepen. Om dit te realiseren heeft de gemeente een Masterplan Recreatieve Routes op laten stellen.

Op basis van gegevens van de gemeente Venray, de organisaties die in de gemeente actief zijn met wandel- en fietsroutes én de dorpsraden is in het rapport een overzicht opgenomen 'het totale aanbod' aan routes en evenementen. Dit overzicht van het aanbod is geïnventariseerd op basis van de website www.liefdevoorlimburg.nl en aangevuld op basis van de bijeenkomsten met dorpsraden, toeristisch veld en belangenorganisaties. Het overzicht kan, volgens de opstellers, mogelijk nog een omissie bevatten, maar omvat wel het overgrote merendeel van het route-aanbod in Venray. Onderstaand de tabel, zoals opgenomen in deze rapportage.

Wandelen	Thema	Fietsen	Thema
Pieterpad	LAW	Liberationroute (niet alleen voor fietsers)	oorlog en vrede
Petranpad	LAW	Van Venray naar de Peel	natuur
Vredepeel	natuur	Ballonzuilbossen en Overloon	kunst en cultuur-oorlog
Boschhuizen	natuur	Rondom de Ballonzuilbossen	natuur
Lollebeek	natuur	Rondom Landgoed Geijsteren	kunst en cultuur
Ommetje Spraland	natuur	Fietsroute langs de Maas	kunst en cultuur
Paardekop Rode Route	natuur	MTB Ballonzuilbossen	sportief - mountainbik
Paardekop Gele Route	natuur	Slag om Overloon en Venray	oorlog en vrede
Smakt-Holthees	oorlog en vrede-RK erfgoed	Rondom Vredepeel	natuur
Bossen van Hoogrieboeken Blakt	natuur	Van Geijsteren langs de Maas	kunst en cultuur
Honingraat Blauw	dorpen en steden	Nico van Melo	kunst en cultuur
Laarzenpad Castelse Vennen	natuur	Peel en bossen	natuur
Museumroute Ysselsteyn	kunst	Met het fietsveer naar de Wellse Heide	natuur
Sint Goar	dorpen en steden	Poezieroute Venray	kunst en cultuur
Veulense Waterenroute	natuur	Met het fietsveer naar de Hamert	natuur
Leunse Paes Gele Route	natuur		
Landgoed Geijsteren	natuur		
Wandelen in Maasdorp Blitterswijck	(cultuur)historie-RK erfgoed		
Schoapsdrift en schouwpad	natuur		
Wandel/loopevenementen	Thema	Fietsevenementen	Thema
Merseloop	sport	Mudhunters - familie en toertocht	sportief
Winterserie wsv De Natuurvrienden	natuur	Fanclub dag Wout Poels	sportief
Dag van de Wind Merselo	(cultuur)historie	Peter Winnen Classic	sportief
Wandel Avond 4 daagse	sport	Happen en trappen (arrangement)	culinair en sportief
2 ^e kerstdagwandeling Gilde Geijsteren	(cultuur)historie		
Venrayse Singelloop	sport		

⁷ Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, 3 juni 2016

Geconcludeerd wordt dat het 'basisaanbod' bestaat uit routes over de knooppunten. Het zijn vaak routes gericht op natuurbeleving, cultuurhistorie, oorlog en vrede en RK-erfgoed en deels ook sportief (vooral bij het fietsen).

De kansen m.b.t. uitbreiding van het wandel- en fietsaanbod, zoals opgenomen in de rapportage en in relatie tot de plannen van Hof van Weverslo, kunnen als volgt worden samengevat:

Wandelen

Het beste kan ook worden uitgegaan van de 'USP's' van Venray, dus proberen aan te sluiten bij de unieke, onderscheidende kenmerken van Venray, deze zijn benoemd en zijn:

- ✓ Natuur (waaronder de Maas, landgoed Geijsteren, [maar natuurlijk ook Loobeekdal](#)⁸)
- ✓ Peelontwikkeling
- ✓ Oorlog en Vrede
- ✓ RK-erfgoed en de zorg
- ✓ Kunst
- ✓ Sport
- ✓ Venray centrum
- ✓ Smaak (culinair met invulling zoals hieronder voorgesteld)



Happen en Stappen, dit is een route met een gezellig, sportief en culinair karakter. De aantrekkelijkheid hangt sterk af van de beleving die de restaurants langs de route bieden. [Het toekomstige Hof van Weverslo zou daar een positieve bijdrage aan kunnen leveren.](#)

Fietsen

- ✓ Lost in Time- Beleving van steden en gebieden
- ✓ Smaakfietsroute-blijde weideroute

Met deze laatste route ervaar je de rijkdom van het agrarische landschap. Op de fiets kan je kennismaken met de mooiste en lekkerste plekjes van Venray en de regio, waar producten uit de streek worden geproduceerd. Je fietst langs verrassende adresjes waar je kunt kijken, proeven en kopen. Ook zijn er op speciale plekken workshops te volgen waar je zelf kan plukken en koken.



⁸ Groene, onderstreepte tekst is door Van Nuland & Partners toegevoegd