

Bijlage 1 - Bedrijfsontwikkelingsplan en marktanalyse voor planvoornemen Eco By Nature

1. Eco By Nature Concept

Onze uitdaging is om te vertragen in een wereld die alsmaar versneld.

De reiziger van vandaag is op zoek naar rust, ruimte en stilte en het liefst in een zo duurzaam en comfortabel mogelijk verblijf. Daarnaast wil de reiziger van vandaag wil meer verantwoordelijkheid nemen voor zijn reizen en verblijven. Beide het liefst zo duurzaam mogelijk. Echter vindt [meer dan 30 %](#) van de reizigers niet voldoende duurzame verblijven.

Eco By Nature biedt de reiziger een duurzamer perspectief aan:

- Allereerst is de locatie in eigen land en middels openbaar vervoer te bereiken
- Ten tweede is er volop [aandacht voor duurzaamheid, comfort, rust en optimale beleving](#) welke belangrijk topics zijn geworden voor de bewuste reiziger van vandaag

Resultierend in een significante reductie van de carbon footprint van de reis en in een **zero carbon footprint** van het verblijf zelf. Wereldwijd is namelijk de toerisme sector verantwoordelijk voor 8% **van de mondiale CO2-uitstoot**.

Het is de missie van Eco By Nature om reizigers te inspireren voor een vitalere en duurzamere toekomst. Door te blijven ontwikkelen en innoveren wil Eco by Nature zich blijvend onderscheiden in deze sterk groeiende markt.

- Als primaire inkomstenbron faciliteert Eco By Nature overnachtingen aan bezoekers die duurzaamheid, rust en een natuurlijke omgeving hoog in het vaandel hebben staan. De overnachtingen vinden plaats in minimalistische eco lodges waarbij de CO2 uitstoot maximaal is gereduceerd. De Eco Lodges zelf zijn A+++ (*disclaimer: beoogd energie label*) en de resterende CO2 impact wordt gecompenseerd middels eigen zonnepanelen.
- De secundaire inkomsten van Eco By Nature komen uit persoonlijk- en zakelijke coaching

Eco By Nature biedt hierbij meer aan dan alleen een overnachting.

Bezoekers kunnen optionele thema packages boeken voor persoonlijke groei & ontwikkeling

2. Bedrijfsontwikkelingsplan

Het bedrijfsontwikkelingsplan van Eco by Nature baseert zich op drie pijlers.

- (1) Kwaliteit: middels herstel van de natuur, verhogen van de biodiversiteit en inrichting van het perceel – faciliteert de rust ervaring van de bezoekers zodat deze maximaal kunnen genieten
- (2) Realisatie: focus op start up en groei middels realisatie van onderliggend planvoornemen
- (3) Optimalisatie: loopt parallel aan de realisatie fase omdat vanaf dag één de kwaliteit en beleving van de bezoeker centraal staan. Daarnaast wordt gekeken op welke manier het Eco by Nature concept verstrekt kan worden.

Referenties:

- *Tabel 1 – Bedrijfsontwikkelingsplan*
- [LANDSCHAPPELIJKE INPASSINGSPLAN](#)

	Korte Termijn (0-2jaar)	Middellange Termijn (2-5 jaar)	Lange Termijn (5-10 jaar)
(1) Kwaliteitsverbetering	Aanplanting Piet Oudolf tuin, (meeste) bomen en planten Verschraling overige grond	Voltooien beplanting- en inrichting conform landschappelijk inpassingsplan*	Onderhoud en behoud van gecreëerde kwaliteit en biodiversiteit
(2) Realisatie Fase	Start up fase: basis voorzieningen Eco by Nature +2 Eco Lodges	Groei fase: Receptie- en kantoorruimte +3 Eco Lodges	-
(3) Optimalisatie Fase	Focus op geleverde kwaliteit en beleving van de gasten Start eerste thema packages voor bezoekers	Opschalen van aantal lodges en activiteiten zonder concessies te doen aan kwaliteit en beleving	Optimalisatie van Eco by Nature concept - Beleving - Faciliteiten - Educatie - Persoonlijke Ontwikkeling - Bezettingsgraad

Tabel 1. Bedrijfsontwikkelingsplan

3. Doelgroep en beoogd aantal slaappleatsen

De belangrijkste doelgroepen van Eco By Nature zijn (a) Rustzoekers, (b) Natuurliefhebbers en (c) Bewuste reizigers. Deze doelgroepen kunnen als volgt in leeftijdsklassen onderverdeeld worden: stellen (20-35 jaar), jonge gezinnen (25-45 jaar) en gepensioneerde (65+).

In het algemeen trekt Eco By Nature de bewustere reiziger aan. Welke de laatste jaren sterk is gegroeid - [meer dan 80% heeft de intentie om een duurzaam verblijf te boeken](#).

Het planvoornemen is daarom om eerst te starten met relatief kleine eco lodges voor 2-4 personen. Perfect geschikt voor jonge stellen, gepensioneerde of relatief kleine gezinnen die willen vertragen en tot rust komen in eigen land.

Om ook grotere gezinnen of combi- bezoeken te faciliteren zullen naar verwachting 2 van de 5 eco lodges groter worden uitgevoerd, zodat er plek is voor meer bezoekers. In tabel 2 is een overzicht gemaakt van het aantal eco lodges en het beoogd gemiddeld aantal bezoekers.

Eco by Nature verwacht **gemiddeld 16 bezoekers per nacht** bij een gemiddelde bezettingsgraad van 50%. Het maximaal aantal slaappleatsen zal hierbij niet meer dan 24 bedragen.

Referenties:

- Tabel 2 – Eco Lodges en beoogd aantal slaappleatsen
- Fig. 8.16 bezettingsgraad logies accommodaties, bron: CBS

Eco Lodge	Aantal personen	Gem. per bezoek	Maximaal
1	2-4	2.5	24 slaap plaatsen
2	2-4	2.5	
3	2-4	2.5	
4	4-6	4	
5	4-6	4	

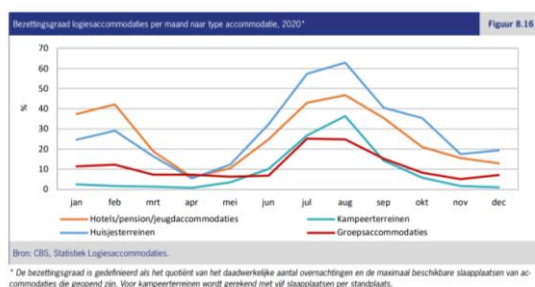
Tabel 2 – Eco Lodges en beoogd aantal slaappleatsen

Gemiddeld (max) aantal bezoekers per nacht: **15.5#**

Gemiddelde tijdsduur per bezoek: **3.5 nachten**

Gemiddelde bezettingsgraad: **50% max.**(zie figuur 8.16)

Gemiddeld aantal bezoekers van **808# per jaar** bij 5 eco lodges - gebaseerd op een hoge gemiddelde bezettingsgraad van 50%



4. Kwaliteit Eco Lodges en fundamentele principes

De kwaliteit wordt gewaarborgd middels traditioneel vakmanschap van de bouwers van de eco lodges. Deze is opgebouwd door jarenlange ervaring vanuit de hotelbranche waarbij een `zero waste` principe wordt toegepast bij alle houtbewerkingsprocessen voor de productie van de eco lodges. Daarnaast wordt maximaal gebuikt gemaakt van bio-based materialen om de CO2 impact op het klimaat te minimaliseren. De eco lodges worden gebouwd voor de toekomst en worden opgeleverd met een levenslange garantie (>30 jaar).

Er zijn weinig standaarden in de toerisme branche die deze holistische bouwprincipes in zijn totaliteit bevatten. Bekend van de Nederlandse en Europese markt zijn respectievelijk de [energie labels](#) en [de green key](#). Eco by Nature lodges zijn ontworpen om te voldoen aan Energie label A+++ (< 50 kWh/m² per jaar) en is voornemens om het “green key” certificaat te behalen. Het minimale stroomverbruik wordt daarnaast volledig gecompenseerd middels duurzame zonne-energie. Resultierend in een **zero carbon footprint** voor de bezoeker.

Eco By Nature – duurzaam perspectief waar natuur, omgeving en MKB van (mee)profiteert

5. Fundamentele principes

- Meer dan 50% van de bouw materialen van de eco lodge zijn van bio-based materialen. Het design is ontworpen door een Deense architect en kent een [perfecte inpassing in zijn natuurlijke omgeving](#). De eco lodges worden gebouwd voor de toekomst en worden opgeleverd met een levenslange garantie (>30 jaar).

- In het [aanpassingsplan](#) wordt omschreven hoe een perceel van meer dan 8000m² opnieuw bestemd worden met groene beplanting. Er worden verschillende groene zones aangelegd om de [biodiversiteit te verhogen](#) en er wordt voor gezorgd dat middels inheemse planten en bomen een natuurlijk overgang gecreëerd wordt met de nabijgelegen bosrand. De groene zones bevatten o.a. wilde bloemen om insecten en bijen aan te trekken, maar ook inheemse bomen en planten om de biodiversiteit te verhogen. De groene zones zullen in algehele zin een significante kwaliteitsverbetering van het voormalig agrarische stuk grondgebied met zich mee brengen:

- verhoogde biodiversiteit door aangelegde bostuin, fruitbomen en moestuin, vasthouden van water door diverse begroeiing
- Aantrekken insecten door wilde bloementuin en insectenhotel
- Het behoud van de natuur en bescherming van de natuur is onderzocht

Het onderzoek is terug te lezen in **bijlage 4: [quick scan flora - & fauna](#)**.

- Eco by Nature voldoet aan de gestelde geluidsnormen van het nabij gelegen stiltegebied en van het gemeentelijke beleid. Ook hier kan na onderzoek geconcludeerd worden dat Eco By Nature past binnen de gestelde normen – **bijlage 6: [akoestisch onderzoek](#)**

- De ervaring van de bezoekers met de omgeving wordt verstrekt door de optionele thema packages die worden aangeboden.

Kortom Eco By Nature is een duurzaam concept en nieuw perspectief op toerisme waar de omgeving en het MKB van mee profiteert en waarbij het voldoet aan de definitie van eco lodges als geheel.

O.a. door de verhoogde biodiversiteit van het aangepaste landschap en het betrekken van de lokale ondernemers, coaches en andere ecologische partners. Denk aan schoonmaak van de eco lodges, verkoop van biologische producten, extra boekingen bij lokale restaurants en coaches op het gebied van voeding, “lifestyle”, vitaliteit en “mindset”.

6. Actuele vraag- en aanbod analyse Eco By Nature

Vraag analyse

Algemeen

Vrijtijdsbesteding wordt in Nederland steeds belangrijker, waarbij beleving en ontspanning een steeds grotere rol spelen. Mensen zoeken naar ervaringen die hun uit de dagelijkse sleur halen en hen een gevoel van voldoening en plezier geven. Door de toenemende drukte en stress in het dagelijkse leven, wordt het belang van ontspanning en het creëren van waardevolle herinneringen steeds groter.

Beleving speelt hierbij een cruciale rol, omdat het mensen de mogelijkheid biedt om nieuwe dingen te ontdekken, hun horizon te verbreden en zichzelf te ontwikkelen. Of het nu gaat om het bezoeken van culturele evenementen, het genieten van de natuur of aan het deelnemen van outdoor sport activiteiten. De toerisme en recreatie sector biedt een uitkomst om te ontsnappen aan de dagelijkse routine en te genieten van het moment.

Door bewust tijd vrij te maken voor ontspanning en het beleven van nieuwe ervaringen, kunnen mensen hun welzijn verbeteren en hun leven verrijken. Daarom is vrijetijdsbesteding met focus op beleving en ontspanning steeds belangrijker geworden in Nederland. De toeristische sector is de afgelopen tien jaar veel sneller gegroeid dan de Nederlandse economie als geheel. De vakantieparticipatie van Nederlanders behoort tot de hoogste van Europa en het aantal buitenlandse toeristen steeg de afgelopen jaren met grote cijfers.

De consument wordt steeds kritischer. Men zoekt naar een bijzondere beleving of emotionele lading en kan deze via internet eenvoudig traceren en vergelijken. Tegelijkertijd is er sprake van hybride consumentengedrag. Enerzijds vraagt de consument om een unieke beleving en wil hier ook extra voor betalen. Anderzijds blijft de consument kritisch op zijn uitgaven en laat zich vaak leiden door kortingsacties, scherpe prijzen en arrangementen. Voor gezinnen met jonge kinderen blijven voorzieningen als een zwembad, speeltuin, zwemplas en kinderanimatie belangrijke keuzefactoren voor hun vakantiebestemming*.

Sterk toenemende aandacht voor duurzaamheid

Er is steeds meer aandacht voor de duurzaamheid van toerisme, mede omdat veel consumenten dit verlangen. Duurzaam toerisme betekent dat de negatieve gevolgen voor de natuur en het milieu worden beperkt en dat tegelijkertijd de lokale en regionale bevolking en economie ervan profiteren.

De boekingswebsite: Booking.com doet jaarlijks uitgebreid onderzoek naar duurzaamheid. Voor dit onderzoek zijn meer dan 29.000 mensen geïnterviewd. Afkomstig uit meer dan 29 landen. Dit zijn de meest belangrijkste en meest relevante conclusies voor Eco By Nature

- [Toenemende interesse voor duurzame verblijven](#)
- Daarnaast wil de reiziger van vandaag wil meer verantwoordelijkheid nemen voor zijn duurzame reizen en verblijven
- Echter vindt [meer dan 30 %](#) van de reizigers niet voldoende duurzame verblijven

Nederlands onderzoek door ABN AMRO legt een zelfde conclusie bloot. [Aandacht voor duurzaamheid, comfort, rust en optimale beleving](#) zijn belangrijk topics bij het boeken van verblijven.

Deeleconomie

Een economie waar steeds meer mensen beschikbare middelen met elkaar delen (vaak gefaciliteerd door internet) wordt de deeleconomie genoemd. Voor de toeristische sector wordt deze trend steeds relevanter, bijvoorbeeld doordat huizen en verblijfsaccommodaties rechtstreeks door de eigenaar worden verhuurd, via online platforms. De aankoop en verhuur van recreatiewoningen vormt tegenwoordig een aantrekkelijke belegging, ook voor particulieren.

Groeiende groep welvarende ouderen

Nederland vergrijsst. Dit betekent dat het percentage ouderen (65-plussers) groeit in de bevolkingssamenstelling. Volgens het CBS stijgt het aandeel van 19% in 2020 tot 24% in 2030. Zij zijn welvarender dan ooit en hebben veel vrije tijd, willen daar bovendien optimaal van genieten. Hierdoor verandert ook de vraag naar het toeristisch aanbod.

Toerisme in Nederland en in Limburg

In 2019 hebben Nederlanders 17,9 miljoen vakanties in eigen land ondernomen*. Van de Nederlandse vakanties in eigen land vindt ca. 42% plaats in vakantiewoningen of stacaravans. De provincie Gelderland is de belangrijkste binnenlandse vakantiebestemming, met ca. 3,0 miljoen binnenlandse vakanties. Daarna volgen Limburg en Noord-Brabant (beide ca. 2,1 mln. binnenlandse vakanties). Daarnaast verbleven in 2019 ruim 20 mln. buitenlandse gasten in Nederlandse verblijfsaccommodaties. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en België zijn de belangrijkste herkomstlanden**. Hun belangrijkste bestemmingen zijn Amsterdam, de overige Randstad en de kust. Slechts 28% verblijft elders in Nederland. Van de buitenlandse gasten overnacht totaal 15% op huisjesterreinen en 78% in hotels. Overigens betreft deze laatste categorie vooral bezoekers van grotere afstand die in de grotere steden verblijven; van de Duitsers overnacht 45% op een huisjesterrein. Voor deze accommodatievorm zijn de provincies Limburg, Drenthe en Gelderland favoriet, met Zeeland en Noord-Brabant op een gedeelde vierde plaats.

** Ladderonderbouwing recreatiewoningen Voorhoeveweg Weert*

*** CBS, Vakantie van Nederlanders, kerncijfers (2019). Vanwege de effecten van corona op toerisme nemen we hier het jaar 2019 als uitgangspunt.*

**** Celth, CBS, NBTC, PleasureworldNRIT, Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd 2020*

Aanbod Analyse

Deze paragraaf beschrijft de belangrijkste trends in de Nederlandse logiesmarkt, met bijzondere aandacht voor recreatiewoningen.

Schaalvergroting

Nederland telde in februari 2022 5.299 verblijf recreatieve logiesaccommodaties (excl. hotels)*, waarvan 30% huisjesterreinen. Sinds 2012 nam het aantal huisjesterreinen (nu 1.588) toe met +28% en het aantal slaapplekken met +29%. Gemiddeld bleef de schaalgrootte dus ongeveer gelijk. Hoewel de afgelopen jaren diverse nieuwe, grotere vakantieparken werden geopend, is ook de opkomst van kleinschalige huisjesterreinen zichtbaar in de cijfers. Het aantal kampeerterreinen neemt al jaren af. De Nederlandse huisjesterreinen beschikken over totaal ruim 343.000 slaapplekken. Deze zijn echter niet alle het gehele jaar door geopend.

De groei verwachting naar 2030 zal toenemen naar 41,9 miljoen inkomende toeristen
Dit betekent een exponentiele groei van ongeveer 7% per jaar op landelijk niveau**

** Kampeerterreinen met min. vier standplaatsen (excl. verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met min. tien slaapplekken. Bron: CBS.*

*** CBS, Vakantie van Nederlanders, kerncijfers (2019). Vanwege de effecten van corona op toerisme nemen we hier het jaar 2019 als uitgangspunt.*

Aanboddifferentiatie en nieuwe spelers

De toegenomen concurrentie in de logiessector dwingt tot innovatie en een meer doelgroepgerichte benadering qua product, locatie en communicatie. Er treedt in de sector tegelijkertijd schaalvergroting en schaalverkleining op. Bestaande vakantieparken groeien om een modern en zo compleet mogelijk product, inclusief dagrecreatie, aan te kunnen bieden. Tegelijkertijd richten kleinschalige en middelgrote accommodaties zich steeds meer op afgebakende doelgroepen en nichemarkten. Om de consument deze 'unieke beleving' te bieden en onderscheidend te zijn, hebben steeds meer vakantieparken en logiesaccommodaties bijvoorbeeld een bepaald thema, ontwerpstyl, specifieke doelgroepen (fietsers/wandelaars, rustzoekers, levensgenieters, meer-generatie vakanties, etc.) of een bijzonder kwaliteitsniveau (luxe, comfort, 'glamping'). Tegelijkertijd komen er nieuwe spelers op de markt als gastenkamers, B&B's en digitale verhuurplatforms voor kleinere accommodaties (Airbnb, Wimdu).

Integratie verblijfsrecreatie en dagrecreatie

Steeds vaker wordt dagrecreatie aan verblijfsrecreatie gekoppeld om jaar-rond een 'compleet' toeristisch totaalproduct en meerdaagse arrangementen aan te bieden. Bestaande attractieparken breiden hun verblijfsaccommodaties uit of openen nieuwe. Omgekeerd investeren vakantieparken in breed toegankelijke dagrecreatie of horeca en maken ze arrangementen met andere bedrijven (horeca, recreatie, cultuur) in de regio.

Veroudering, maar ook vernieuwing

In Nederland bieden veel vakantieparken en campings nog steeds een, naar de maatstaven van de hedendaagse consument, gedateerd aanbod. Dit kan betrekking hebben op hun product (ruimte, comfort, kwaliteit en onderhoud accommodaties, centrale voorzieningen en buitenruimte),

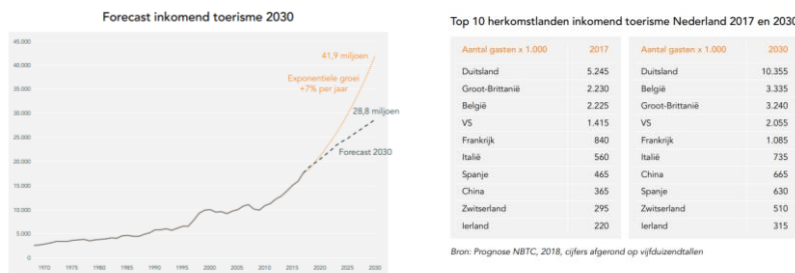
uitstraling en/of presentatie online. Zij verliezen geleidelijk de concurrentiestrijd met moderne, innovatieve en duurzamere accommodaties.

Veel verouderde campings en vakantieparken worden getransformeerd tot hoogwaardiger recreatieparken, maar ook zien we een toenemend gebruik als woonvorm voor bijvoorbeeld tijdelijke huisvesting van arbeidsmigranten of andere mensen ('spoedzoekers'). Alleen verblijfsaccommodaties met een goed en onderscheidend aanbod (ligging, voorzieningen, concept, etc.) en voldoende kwaliteit (ook qua service, innovatie en service) kunnen zich onderscheiden in deze verdringingsmarkt. Voor een optimale beleving wil de consument zeker extra betalen. Zodoende komen er steeds meer unieke, innovatieve verblijfsmogelijkheden op de markt. Voorbeelden zijn ecolodges, 'glamping'tenten, drijvende woningen, strandhuisjes, boomhutten, etc.

Verblijfsrecreatie: een paradox....

Ogenschijnlijk bestaat er landelijk (althans cijfermatig) een 'verzadigde markt' in verblijfsrecreatie. De totale capaciteit groeit nog steeds en overstijgt in kwantitatief opzicht de vraag. Kwalitatief is veel aanbod evenwel sterk gedateerd (zie boven) en sluit het onvoldoende aan op de consumentenbehoefte, die vooral is gericht op bijzondere concepten, kwaliteitsaspecten, 'unieke' belevenissen en een goede prijskwaliteitsverhouding. De 'achterblijvende' parken zijn door niet-recreatieve bewoning veel minder aantrekkelijk voor toeristische gebruikers en zijn feitelijk geen recreatiepark meer. De levenscyclus van recreatiewoningen is in het algemeen veel korter dan van reguliere woningen. Zonder ingrijpende modernisering zijn ze maximaal 10 tot 15 jaar courant voor de verhuur. Bedrijven met een verouderd aanbod zijn vaak niet in staat om de benodigde investeringen te financieren en ondervinden een afnemende bezetting. Tegelijkertijd komen innovatieve concepten die wél inspelen op de actuele behoefte in praktijk vaak moeizaam tot ontwikkeling, vaak vanwege planologische beperkingen.

Ookwel de 'Verblijfsrecreatie-paradox' genoemd. Dit dilemma speelt ook in Midden Limburg.



****Bron: Prognose NBTC, 2018, cijfers afgerond op vijfduizendtallen**

Relevant aanbod logiesaccommodaties regionaal

Omvang regionaal aanbod

In totaal beschikt de regio Midden-Limburg (op lagere schaalniveaus zijn geen cijfers beschikbaar) over 85 accommodaties gericht op verblijfsrecreatie (excl. hotels), met totaal ruim 26.000 slaapplekken (zie onderstaande tabel). Dit betreft zowel kampeer- en huisjesterreinen als groepsaccommodaties. De gemiddelde omvang van accommodaties samen is duidelijk groter dan het landelijke cijfer. De huisjesterreinen in Midden-Limburg zijn opvallend grootschaliger dan landelijk; kleine complexen zijn ver in de minderheid. De campings zijn ongeveer even groot als gemiddeld, de groepsaccommodaties daarentegen juist veel kleiner. Sommige accommodaties en met name kampeerterreinen zijn gesloten in het laagseizoen. Het aantal slaapplekken in recreatiewoningen in

Midden Limburg is sinds 2012 toegenomen met circa 30%. Aangezien het aantal accommodaties (parken) in die periode daalde met netto 29% (nu 15 aanbieders, in 2012 21), was sprake van een aanzienlijke schaalvergroting in deze verblijfsvorm: van gemiddeld 430 bedden in 2012 tot 784 bedden in 2022.

	Regio Midden-Limburg			
	Accommodaties	Slaapplaatsen	Gemiddelde omvang accommodatie	Referentie gemiddelde omvang accommodatie Nederland
Kampeerterreinen	49	13.694	279	271
Huisjesterreinen	15	11.759	784	241
Groepsaccommodaties	21	757	36	62
Totaal	85	26.210	308	225

Tabel 3 Aanbod in verblijfsrecreatie in de regio Midden-Limburg (CBS, situatie februari 2022)

Vakantieparken in de regio

De grootste parken met vrij verhuurbare recreatiewoningen in de omgeving Weert en de Gemeente Leudal zijn de volgende:

- (1) Roompot Vakantiepark Weerterbergen (groot, veelzijdig, veel elkweervoorzieningen en horeca, middensegment)
- (2) Bungalowpark Vosseven Stramproy (middelgroot, natuurgericht, beperkte eigen voorzieningen);
- (3) Oostappen vakantiepark Slot Cranendonck (groot, veel eigen voorzieningen, marktsegment laag-midden);
- (4) Roompot De Heihosten Someren (middelgroot, nieuw, beperkte eigen voorzieningen);
- (5) Recreatiepark De Leistert (groot, veelzijdig, veel elkweervoorzieningen, modern).

Verder zijn er in de regio diverse kleinere ‘vakantieparken’ of clusters met recreatiewoningen/chalets. Ten dele zijn deze kleinere parken wat gedateerd qua uitstraling, inrichting en comfort. Enige campings in de regio bieden naast kampeerplaatsen ook recreatiewoningen of chalets aan, veelal in bescheiden vorm.

Echt onderscheidende en/of vernieuwende verblijfsvormen (van enige omvang/betekenis) zijn maar beperkt aanwezig. Opvallend is het bescheiden aanbod van recreatieparken juist over de grens.

Midden-Limburg beperkt toeristisch profiel

De markt vergrijsst en krimpt. Dominante verblijfsrecreatie leefstijlsegmenten zijn blauw en geel. De mix van accommodaties en omgevingskwaliteit is voor verbetering vatbaar en het toeristische product rondom de Maasplassen staat met de rug naar het water. De destinationmarketing van Midden-Limburg wordt beperkt effectief beoordeeld door verblijfsrecreatieondernemers en marktpartijen. Op ca. 50% van de bedrijven worden arbeidsmigranten gehuisvest en/of permanent gewoond. Tegelijk is de drive en het marktperspectief van de watersportsector groot. Verblijfsrecreatie heeft een middelmatig marktperspectief en is sterk afhankelijk van de ligging. Op termijn dreigen ca. 400 recreatiebungalows en 300 kampeerplaatsen het contact te verliezen met de toeristische markt.

Ref: Vitaliteit Verblijfsrecreatie Limburg, ZKA Leisure, Juni 2015 [PowerPoint-presentatie \(planviewer.nl\)](#)

Conclusie vraag- en aanbod analyse

Er bestaat een groeiende behoefte aan hoogwaardige recreatiewoningen. Onderhavige ontwikkeling is complementair aan de overwegend opvallend grootschalige vakantieparken in midden Limburg.

De bouw van 5 ecologische hoogwaardige recreatiewoningen aan Heide 24 te Heythuysen wordt vanuit de doelstellingen en kaders van de ladder voor duurzame verstedelijking positief beoordeeld. De ontwikkeling versterkt de toeristisch-recreatieve structuur van de regio, op een geschikte locatie.

De exploitatie van een kleinschalig recreatiecomplex in combinatie met persoonlijke ontwikkeling is een versterking van de optimale beleving en speelt in op de groeiende vraag. Daarnaast onderstreept de participatieve ervaring het ecologische concept en draagt onderhavige ontwikkeling bij aan de vraag naar meer duurzamere reizen en overnachtingen.