

Bergeijk, ladderonderbouwing Forest Village te Bergeijk

<Status>



titel rapport
**Bergeijk, ladderonder-
bouwing Forest Village
te Bergeijk**

datum
18 maart 2021

projectnummer
P02474

opdrachtgever
Zwarte Bergen Invest

BRO
Projectleider
JR
Projectteam
JCJV

bron Kaft
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

BRO
Ruimte | om in te leven



*“Als we anderen de ruimte niet gunnen zullen we zelf steeds
meer opgesloten raken.”*

Prof. Hans Galjaard

Inhoudsopgave

1	Introductie	3
2	Afbakening regio, trends, aanbod en beleid recreatiewoningen	7
2.1	Relevante regio	7
2.2	Trends in logiesaccommodaties landelijk	8
2.3	Relevant aanbod logiesaccommodaties regionaal	9
2.4	Overheidsbeleid	10
2.5	Plannen in de regio	11
3	Behoefte recreatiewoningen (vraagzijde)	12
3.1	Trends aan de vraagzijde algemeen	12
3.2	Toerisme in Nederland en Noord-Brabant	14
3.3	Conclusies behoefte en effecten recreatiewoningen	14
4	Toets ladder voor duurzame verstedelijking	16
4.1	Behoefte	16
4.2	Effecten	17
4.3	Locatie	17
4.4	Conclusie	17

1 Introductie

Achtergrond ontwikkeling

Zwarte Bergen Invest, eigenaar/exploitant van vakantiepark de Zwarte Bergen, heeft besloten om de huidige camping te beëindigen. In overleg met de gemeente heeft het bedrijf gezocht naar een nieuwe toekomst voor deze locatie. Hiertoe is een masterplan opgesteld dat uitgaat van bedrijfsbeëindiging van de camping, maar voortzetting van de recreatieve functie. Exploitant wordt Landal GreenParks. De huidige camping omvat ca. 25.500 m² aan bebouwing. Het nieuwe plan zal ongeveer even groot worden, maar in een geheel nieuwe opzet, inrichting en vormgeving. Omdat het feitelijk een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' betreft, moet hiervoor de Ladder voor duurzame verstedelijking worden doorlopen (zie onder).

In essentie behelst de planvorming recreatiewoningen en – via een wijzigingsbevoegdheid ook recreatieappartementen of een hotel – met een unieke vormgeving en inrichting, in een extensieve, parkachtige opzet. De werknaam van de ontwikkeling is Forest Village Bergeijk. Het park wordt openbaar toegankelijk: de centrale voorzieningen (horeca, zwembad, sport, retail, etc.) zijn ook voor de regionale inwoners toegankelijk en diverse recreatief routes lopen over het park. Het park is uitermate groen en er wordt zowel voor het vastgoed als de parkinrichting gebruik gemaakt van hoogwaardige, duurzame materialen. Het parkconcept is kortom zeer onderscheidend en vernieuwend; er bestaan in Nederland en België geen vergelijkbare vakantieparken.

Filosofie en doelgroepen

Door het onderscheidend vermogen in uitstraling, positionering en conceptmatig denken bij het uitwerken van project Forest Village (gelegen op één van de mooiste plekjes van

de Kempen, op de grens met België), voorziet Landal GreenParks voor dit moderne plan een groot succes. Ondanks het groot aanbod aan vakantieparken in de omgeving heeft geen enkel bekend label een dergelijk vernieuwend concept, waarmee de positionering uniek is en zich vooral zal richten op het hogere segment. Dit geldt voor zowel de toekomstige gasten als voor de huiseigenaren die de woningen gaan aanschaffen en door Landal zullen laten verhuren. Ook Landal's eigen Vennenbos, relatief dichtbij in Hapert, is geen (interne) concurrentie: hier wordt een andere doelgroep bediend, is meer mainstream, wat daar prima past in het toch wat verouderde concept.

Landal Greenparks zal voor het project Forest Village hoog inzetten op het volgen van de nieuwste trends en het toepassen van moderne ontwikkelingen. De vergrijzing en hogere welvaart onder gezinnen leidt tot een grotere vraag naar meer luxe. Er is meer aandacht voor gezond en bewust leven, meer interesse in duurzaamheid en circulaire economie en meer vraag naar het toepassen van technologische oplossingen en features.

Landal GreenParks zal zich vooral focussen op de 'verkenning aqua' gastgroep: 'Ontspanning, Tijd voor elkaar, Vrijheid, Een nieuwe omgeving ontdekken'. Voor een deel heeft Landal ook de focus op een gastgroep die graag geniet met een zekere luxe en vraag naar uitstekende voorzieningen. En voor ander een deel de focus op de 'rustig groene' gastgroep. Welke staat voor: ontspanning, gevoel van vrijheid, zorgeloos genieten en uitstapjes in de natuur.

Gezinnen zijn één van de belangrijkste doelgroepen. In dit specifieke geval richt Landal zich vooral op de trendy, bovenmodale gezinnen met actieve kinderen tot ca. 16 jaar. Maar ook met groepen wordt rekening gehouden; meer generatie families of vrienden, genietend van een comfortabele

vakantie, verspreid over meerdere woningen, die in het centrale gebouw elkaar zullen weten te vinden ter ontspanning en vermaak. Tot slot zullen ook stellen het onderscheidende park weten te waarderen, vooral de jongeren (<30 jaar) en moderne ouderen (>60 jaar).

Bij de ontwikkeling van het park is nauw opgetrokken met de eigenaren en architect. Er wordt veel rekening gehouden met de ligging, inpassing in het bosrijke gebied, passend in de landelijke omgeving. Het concept wordt dusdanig uitgewerkt dat Forest Village uniek in zijn soort zal zijn en daarmee geen last zal hebben van bestaand aanbod / concurrentie in de omgeving.

Het grote aantal gasten die vakantie zullen vieren op het park zal verder ook een grote toegevoegde waarde hebben voor de economische inpakt in de regio: Landal GreenParks ontwikkelt graag parken in en voor de omgeving zodat bijvoorbeeld ook de gemeente, lokale middenstand, regionale ontspanningsaanbod en culturele instellingen zullen meeprofiteren van het aantal gastenbewegingen. Goed voor de regio, goed voor de werkgelegenheid.

Bewoners in de omgeving / gemeente zullen toegang krijgen tot een breed aanbod in sport en welzijn activiteiten op het park welke zich regionaal zal verankeren door samenwerking te zoeken met lokale bedrijven. Het park onderscheidt zich doordat er veel aandacht aan natuur, milieu, (preventieve) gezondheid en welbevinden wordt geschonken. Dat alles in een gemoedelijke Brabantse setting. Dit zal zichtbaar en voelbaar zijn in de architectuur, het materiaalgebruik en in het aanbod van faciliteiten en dienstverlening (Gezellig, Gezond, Genieten)

Exploitatie

De exploitatie (verhuur, beheer, administratie) komt in handen van Landal GreenParks. Een belangrijke en hooggevalueerde speler op de Nederlandse markt voor recreatiewoningen dus, die zich primair richt op jonge gezinnen, actieve vakantiegangers en senioren. Belangrijkste herkomstlanden zijn Nederland en België. De positionering binnen de markt voor recreatiewoningen is vooral gebaseerd op:

- Gezond en bewust leven
- Groen en natuurbewoning
- Ontspanning
- Duurzaamheid
- Vergrijzing
- Vraag naar luxe en comfort
- Digitalisering

Kortom: “Gezellig, Gezond, Genieten”. Landal maakt deel uit van de internationale Awaze-groep.

Beschrijving ontwikkeling

Om de ontwikkeling mogelijk te maken is een herziening van het bestemmingsplan nodig. Deze rapportage levert een onderbouwing in het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

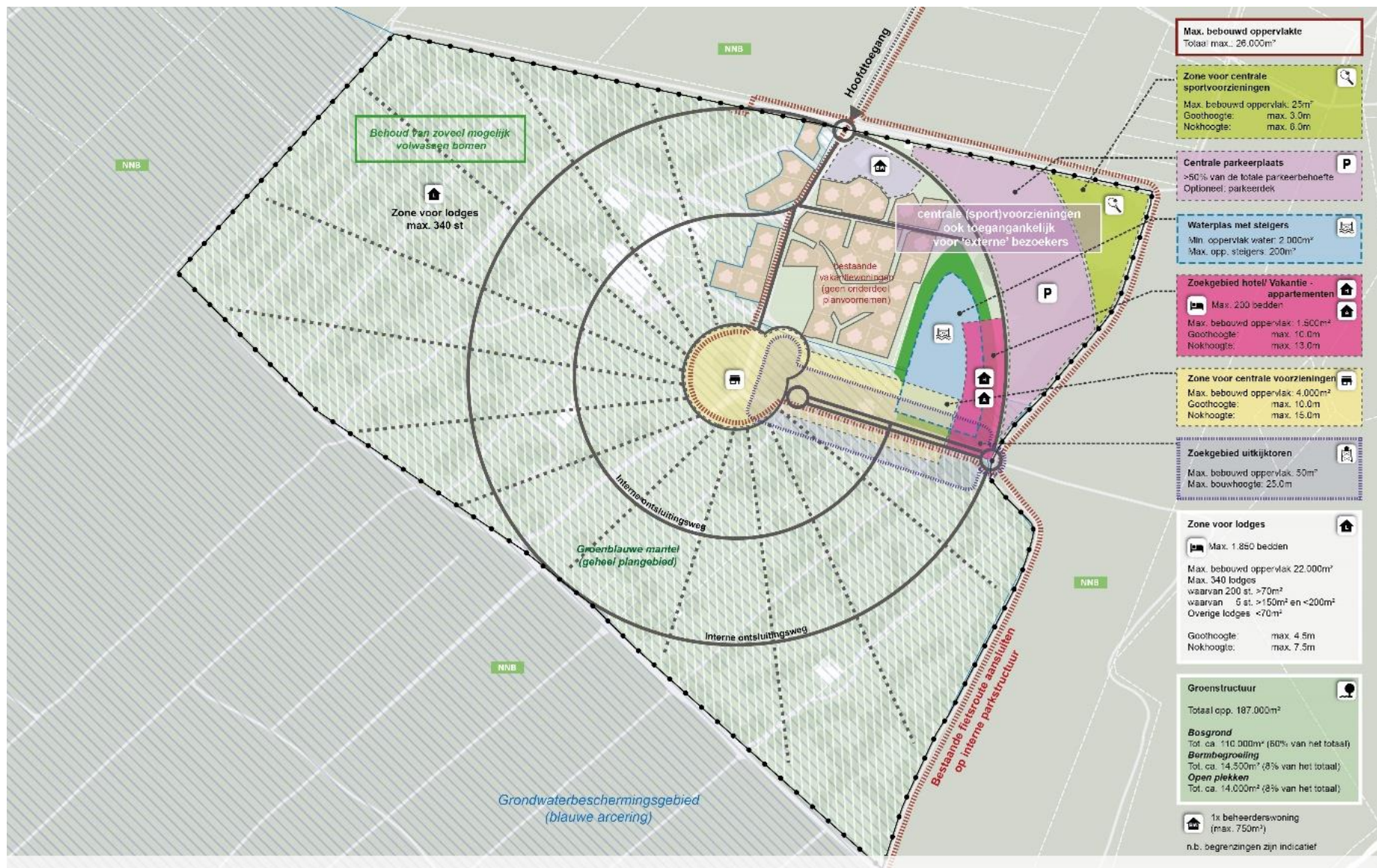
In detail is het plan als volgt opgezet:

- Maximaal 340 recreatiewoningen/lodges en bijzondere vormgeving, die eventueel aaneengeschaald kunnen worden voor grotere groepen. De lodges zijn als volgt verdeeld:
 - Ca. 140 lodges van de 340 kennen een oppervlakte van niet meer dan 70 m²:
 - maximaal 200 recreatiewoningen met een oppervlakte groter dan 70 m² per recreatiewoning mogen hebben en;
 - maximaal 3 recreatiewoningen (van de 200) kennen een max. oppervlakte groter dan 150 m² per recreatiewoning maar kleiner dan 200 m² (1 recreatiewoning mag groter zijn dan 200

m². Dit betreft één van de huidige bedrijfswoningen die wordt verbouwd tot recreatiewoning.

- Vanwege de hedendaagse consumentenvoorkeuren (meer ruimte, faciliteiten en comfort) wordt het totale ruimtebeslag iets groter dan de huidige verblijfseenheden.
- Een appartementengebouw of hotel (mogelijk via een wijzigingsbevoegdheid) met een capaciteit van max. 100 kamers (200 gasten/bedden). Uitgevoerd in max. drie lagen. De appartementen/hotel zijn mede gericht op oudere gasten, waarvan de (klein)kinderen bijvoorbeeld in de reguliere woningen verblijven. Ook zakelijke gasten zijn kansrijk
- De totale capaciteit van de verblijfsrecreatie zal maximaal 2.050 gasten (maximaal 1.850 in de lodges en maximaal 200 in de appartementen/hotel) bedragen; dit is minder dan de huidige maximale capaciteit van De Zwarte Bergen (ca. 2.100 verblijfsgasten, vroeger zelfs 2.500 a 3.000).
- Uitvoering en situering van de woningen en appartementen zijn gericht op een maximale beleving van het omliggende bos en landschap.
- Centrale voorzieningen met o.a. een binnen- en buitenzwembad, restaurant, entertainment en retail, ook toegankelijk voor regionale inwoners (totale reservering ca. 4.000 m² bvo).
- Buitensportvoorzieningen.
- Inrichting van het park met een radiale ‘zandpad’structuur, via twee cirkelvormige wegen zijn de lodges per auto bereikbaar (in/uitladen bagage).
- Parkeerplaatsen gasten en personeel aan de buitenrand van het park.
- Verbetering van de groenstructuur (ca 30% toename van groen).
- Integratie van fiets- en wandelroutes in het park, binnen de regionale routenetwerken.

- Extra entrees voor fietsers en voetgangers.(nader te onderzoeken).
- De recreatiewoningen worden door Landal GreenParks verkocht aan externe partijen en particulieren, met huurverplichting voor een minimaal aantal weken per jaar. Permanente bewoning wordt nadrukkelijk uitgesloten.



Figuur 1: Impressie ruimtelijke en functionele structuur concept (bron: BRO, doorvertaling uitgangspunten Masterplan en nadere uitwerkingen daarvan)

Introductie Ladder voor duurzame verstedelijking

De beoogde ontwikkeling is niet (geheel) toegestaan binnen het vigerende bestemmingsplan, met name omdat de beoogde verblijfstypen (lodges en appartementen/hotel niet toegestaan zijn). Het maximaal bebouwde oppervlak blijft ongewijzigd op maximaal 26.000 m² footprint. Om de ontwikkeling formeel mogelijk te maken is een wijziging van het bestemmingsplan noodzakelijk. Daarbij is het doorlopen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro) verplicht voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling', als bedoeld in art. 1.1.1. van het Bro. Hoewel zowel de huidige als nieuwe bestemming verblijfsrecreatie betreft, is er vanwege de omvang van het plan en wijziging van verblijfsrecreatie-topologie, zorgvuldigheidshalve van uitgegaan dat het initiatief ten dele beschouwd worden als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Derhalve is een onderbouwing via de Ladder noodzakelijk. Dit betreft overigens alleen de recreatiewoningen en, wanneer van de wijzigingsbevoegdheid gebruik gemaakt wordt ook voor het appartementengebouw en het hotel). Voor de centrale (sport)voorzieningen is deze onderbouwing niet noodzakelijk, daar deze op grond van het vigerende bestemmingsplan reeds zijn toegelaten.

De Ladder voor Duurzame Verstedelijking ('ladder') heeft zorgvuldig ruimtegebruik als doel en geeft invulling aan het zorgvuldig en transparant afwegen van besluitvorming bij ruimtelijke ontwikkelingen. Daarom bevat de toelichting bij een bestemmingsplan, op basis van art. 3.1.6. lid twee, een beschrijving van:

- De behoefte aan de betreffende ontwikkeling binnen het verzorgingsgebied;
- Indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Opzet van dit rapport

In hoofdstuk 2 wordt de herontwikkeling van het vakantiepark gezien in het licht van landelijke trends, het relevante aanbod van verblijfsrecreatie in de regio en het overheidsbeleid. In hoofdstuk 3 spitst de analyse zich toe op de behoefte voor de recreatiewoningen (en –appartementen), mede aan de hand van het landelijke en regionale marktperspectief en de trends daarin. Voor het oprichten van een hotel (en appartementen-complex) is bij effectuering van de wijzigingsbevoegdheid om een separate en actuele behoefte-onderbouwing gevraagd.

Tot slot worden in hoofdstuk 4 de belangrijkste conclusies geformuleerd t.a.v. de toetsing aan de Ladder van de beide vermelde functies. Dit aan de hand van de beschreven analyses in dit rapport.

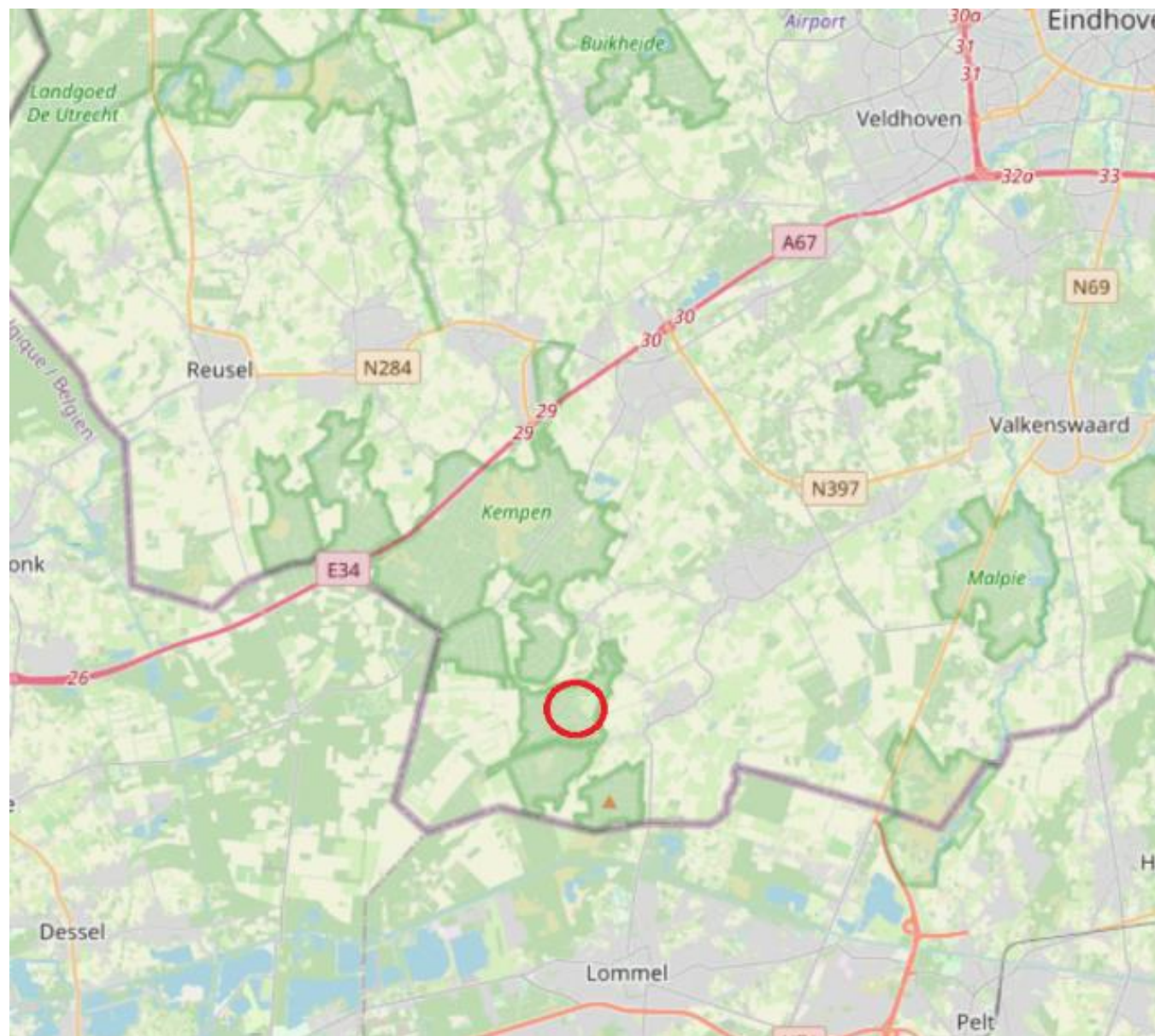
2 Afbakening regio, trends, aanbod en beleid recreatiewoningen

2.1 Relevante regio

De beoogde ontwikkeling richt zich primair op recreanten die een hoogwaardig en breed geoutilleerd vakantiepark zoeken in De Kempen. De handreiking voor de ladder stelt dat de behoefte-toets moet worden uitgevoerd op basis van het ruimtelijk verzorgingsgebied van de ontwikkeling. De aard en omvang van de ontwikkeling is bepalend op welk niveau de afweging moet worden gemaakt.

Voor de recreatiewoningen is het van belang dat de vraag per definitie vooral van grotere afstand (i.c. de gehele wereld) komt en juist minder uit het verzorgingsgebied zelf. Wel kan het 'oriëntatie- c.q. zoekgebied' van potentiële gasten worden gehanteerd. Veelal wordt daarbij voor ontwikkelingen als de onderhavige een afstand van maximaal 15-20 minuten per auto (daluren) gehanteerd. Uit onderzoek blijkt namelijk dat dat 79% van de sociaal-recreatieve trips in Nederland een actieradius van minder dan 20 km heeft. Het ContinuVrije-TijdsOnderzoek CVTO komt tot gemiddeld 8,6 km enkele reis per toeristisch-recreatieve trip. We veronderstellen dat dit in grote lijnen ook van toepassing is op recreatieve trips vanaf de vakantiebestemming, zij het dat de gemiddelde reisafstand wellicht iets groter is.

Het 'oriëntatiegebied' voor mensen op zoek naar een verblijfsaccommodatie is hier dan ook voor het Nederlandse deel afgebakend als de gemeenten Bergeijk, Valkenswaard,



Figuur 2: Planlocatie in de regio

Eersel en Bladel. Ook de Belgische gemeenten Pelt, Lommel, Dessel en Retie maken deel uit van deze regio, op basis van de reistijd. De regio heeft een duidelijk eigen karakter en identiteit, voor een belangrijk deel bepaald door het afwisselende, bosrijke en afwisselende landschap met vele kleine dorpen, horecazaken en uitgebreide mogelijkheden voor wandelen en fietsen. Er zijn, mede vanwege deze landschapelijke en recreatieve waarden, diverse vakantieparken en campings gevestigd (zie par. 2.3).

2.2 Trends in logiesaccommodaties landelijk

Deze paragraaf beschrijft de belangrijkste trends in de Nederlandse logiesmarkt, met bijzondere aandacht voor recreatiewoningen. Bij elke trend benoemen we kernachtig de relevantie voor het nieuwe productconcept Forest Village Bergeijk.

Schaalvergroting

Nederland telde in februari 2020 4.823 verblijfsrecreatieve logiesaccommodaties (excl. hotels)¹, waarvan 28% huisjesterreinen. Sinds 2012 nam het aantal huisjesterreinen (nu 1.353) toe met +9%, het aantal slaapplekken echter met +23%. Er is dus sprake van een duidelijke schaalvergroting. Het aantal kampeertreinen neemt al jaren af. De Nederlandse huisjesterreinen beschikken over totaal bijna 327.000 slaapplekken. Deze zijn echter niet alle het gehele jaar door geopend.

De herontwikkeling van De Zwarte Bergen tot Forest Park Bergeijk heeft een 'moderne maat' en speelt daarmee in op de schaalvergroting in de sector.

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).

Het concept van Forest Village is zonder meer onderscheidend en zelfs uniek, ook vanuit landelijk perspectief. Tevens trekt het nieuwe doelgroepen naar het gebied.

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.

Het vakantiepark biedt gevarieerde dagrecreatieve voorzieningen, ook toegankelijk voor niet-verblijfgasten en gaat zelfs deel uitmaken van het regionale recreatieve routenet-

werk. Waar mogelijk en nuttig wordt samengewerkt met bedrijven in de regio en zullen (sport)voorzieningen zoals het zwembad ook een rol spelen in de lokale (recreatieve) verzorgingsstructuur. Door toerisme behouden kleine dorpen in dunbevolkte gebieden als De Kempen vaak hun dagelijks winkelaanbod, waarvan ook de lokale inwoners profiteren en de leefbaarheid wordt gestimuleerd.

Online zichtbaarheid

Een sterke profilering en aantrekkelijke uitstraling zijn voor logiesaccommodaties tegenwoordig essentieel, ook omdat de kritische consument zich steeds meer via internet oriënteert. Zodoende ontstaat een enorme datastroom van aanbieders, in alle soorten en maten. Grotere vakantieketens en touroperators brengen deze 'big data' samen en transformeren het naar 'smart data' voor marketing richting de individuele consument, afhankelijk van diverse variabelen (ligging, verblijfsduur, prijs, type accommodatie). Het opzetten en beheren van dergelijke systemen vergt hoge investeringen en dit leidt tot toenemende ketenvorming.

De beoogde exploitant van het Forest Village (Landal Green Parks) benut haar online data gastgericht en professioneel. Uiteraard met respect voor de privacy van de gasten en binnen de wettelijke kaders.

Veroudering, maar geleidelijk ook vernieuwing

In Nederland bieden nog steeds opvallend veel vakantieparken en campings een, naar de hedendaagse maatstaven van de consument, gedateerd aanbod. Dit kan betrekking hebben op hun product (grootte, kwaliteit en onderhoudsniveau eenheden, centrale voorzieningen en buitenruimte), uitstraling en/of presentatie online. Zij verliezen geleidelijk de concurrentiestrijd met moderne, innovatieve accommodaties. Soms worden verouderde campings en vakantieparken getransformeerd naar meer hoogwaardige en luxere recreatieparken,

¹ Kampeertreinen met min. vier standplaatsen (excl. verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met min. tien slaapplekken. Bron: CBS.

maar ook zien we een toenemend gebruik als woonvorm voor bijvoorbeeld tijdelijke huisvesting van arbeidsmigranten of andere mensen.

Alleen verblijfsaccommodaties met een uniek aanbod (ligging, voorzieningen, concept, etc.) en voldoende kwaliteit (ook qua service, innovatie en personeel) kunnen zich onderscheiden in deze verdringsmarkt. Voor een optimale beleving wil de consument zeker extra betalen. Zodoende komen er steeds meer unieke, innovatieve verblijfsmogelijkheden op de markt. Voorbeelden zijn ecolodges, drijvende woningen, strandhuisjes, boomhutten, etc.

Het nieuwe parkconcept is een goed voorbeeld van transformatie van een zichtbaar 'gedateerde' en wat 'verrommelde' camping tot een modern, groen vakantiepark. Duurzaamheid wordt in de volle breedte geïntegreerd.

Niet kiezen is verliezen.....

Consumenten op zoek naar een verblijfsaccommodatie, kiezen in eerste instantie veelal tussen:

- Prijsvriendelijk: eenvoudige accommodatie (vaak stacaravans, chalets, etc.), op parken met veelal beperkte voorzieningen. Met name buiten het hoogseizoen relatief scherp geprijsd.
- Veel voorzieningen, animatie: nette recreatiewoning, met verzorgde parkinrichting en bij voorkeur ruime voorzieningen en dagrecreatie. Marktsegment: van prijsvriendelijk tot prijzig, vooral in hoogseizoen. Primair gericht op gezinnen.
- Luxe recreatiewoning, parkinrichting en hoogwaardige horeca, primair in toeristische toplocaties (kust, bossen, water). Groeiende behoefte, maar kritische doelgroep t.a.v. kwaliteit, omvang en locatie.

Huurders van recreatiewoningen selecteren hun bestemming tegenwoordig kritisch, waarbij in wezen vele doelgroepen ('mentaliteiten') en nichemarkten bestaan. Opvallend is de

groeiende vraag naar grotere 'drie/vier generatiewoningen', met o.a. een ruime verblijfsruimte en keuken. Ze worden zowel door families als andere groepen gebruikt. De traditionele boekingsperiodes (weekends, midweken, weken) worden steeds meer vervangen door flexibele opties met elke dag mogelijkheden voor aankomst en vertrek. Met name Duitsers verblijven steeds vaker op Nederlandse vakantieparken, maar ook het aantal Belgische, Franse en Engelse vakantiegangers groeit opvallend.

Het Forest Village behoort in wezen tot het luxe-segment.

Verblijfsrecreatie: een paradox....

Ogenschijnlijk bestaat er landelijk (althans cijfermatig) een 'verzadigde markt' in de verblijfsrecreatie, inclusief vakantieparken. 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 prijs-kwaliteitsverhouding. Juist de 'achterblijvende' parken zijn door niet-recreatieve bewoning veelal minder aantrekkelijk voor toeristische gebruikers.

De levenscyclus van recreatiewoningen is in het algemeen veel korter dan van reguliere woningen; ze zijn zonder ingrijpende modernisering 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. Recron noemt dit de 'Verblijfsrecreatie-paradox'. Dit dilemma speelt ook in de Kempen.

Forest Village Bergeijk kan een inspirerend voorbeeld zijn van een toekomstgerichte transformatie van een 'gedateerd'

vakantiepark of camping, gericht op groenbeleving, duurzaamheid, kwaliteit en/of vormgeving.

2.3 Relevant aanbod logiesaccommodaties regionaal

Omvang regionaal aanbod

In totaal beschikt de regio Corop-regio Zuidoost Noord-Brabant (op lagere schaalniveaus zijn geen cijfers beschikbaar) over 178 accommodaties gericht op verblijfrecreatie (excl. hotels), met totaal bijna 47.000 slaapplekken (zie onderstaande tabel). Dit betreft zowel kampeer- en huisjesterreinen als groepsaccommodaties. De gemiddelde omvang van accommodaties samen is ruimer dan landelijk. Zeker de huisjesterreinen in Zuidoost Noord-Brabant zijn relatief groot-schalig, maar ook de andere aanbieders zijn wat groter dan gemiddeld.

Het aantal slaapplekken in recreatiewoningen is in de onderhavige regio sinds 2012 afgenomen met circa 14%. Sommige accommodaties en met name kampeerterreinen zijn gesloten in het laagseizoen.

Vakantieparken in de regio

De belangrijkste vakantieparken en campings in de regio zijn de volgende:

- Center Parcs Kempervennen (Westerhoven, 15 km): een grootschalig vakantiepark met uitgebreide faciliteiten, ook t.b.v. dagrecreatie. De recreatiewoningen zijn deels wat gedateerd. Het park richt zich vooral op het midden- en hoge marktsegment en trekt veel buitenlandse gasten.

Tabel 1 Aanbod in verblijfsrecreatie in de Corop-regio Zuidoost Noord-Brabant (CBS, situatie februari 2020)

	Corop-regio Zuidoost Noord-Brabant			
	accommodaties	slaapplaatsen	gemiddelde omvang accommodatie	Referentie gemiddelde omvang accommodatie Nederland
kampeertreinen	93	29.712	319	271
huisjesterreinen	26	12.479	480	241
groepsaccommodaties	59	4.616	78	62
totaal	178	46.807	263	225

- Landal Het Vennenbos (Hapert, 14 km): een groot park met diverse centrale voorzieningen waaronder een sub-tropisch zwembad. De woningen zijn deels al wat ouder, maar hebben wel een moderne inrichting. Vooral middensegment.
- Recreatiepark De Achterste Hoef (Bladel, 16 km): een gevarieerd park met zowel kampeerplaatsen, verhuurtenten als enige recreatiewoningen. Diverse voorzieningen, waaronder een eigen zwemplas. Middensegment.
- Recreatiepark Ter Spegelt (Eersel, 8 km): een grote, veelzijdige camping met o.a. eigen zwemplas, diverse centrale voorzieningen en veel animatie. Biedt ook verhuurtenten (in vele vormen) en chalets.
- Camping De Paal (Bergeijk, 13 km): een grote camping met diverse centrale voorzieningen. Hooggewaardeerd door gasten. Geen recreatiewoningen, wel tenthuisjes en dergelijke.
- Oostappen Brugse Heide (Valkenswaard, 20 km): Een middelgrote camping die ook chalets verhuurt. Accent lagere en middensegment.
- Oostappen Blauwe Meer (Lommel, België, 30 km): een grootschalig vakantiepark met zowel kampeerplaatsen als verhuurchalets. Beperkt aantal recreatiewoningen.

Veel faciliteiten, eigen zwemplas. Accent lagere en middensegment.

- Oostappen Parelstrand (Lommel, België, 17 km): grootschalig vakantiepark met eveneens zowel kampeerplaatsen als verhuurchalets. Veel faciliteiten, eigen zwemplas. Accent lagere en middensegment.
- Center Parcs De Vossemeren (Lommel, België, 19 km): grootschalig, groen en waterrijk vakantiepark met veelal moderne recreatiewoningen en vele voorzieningen. Vooral marktsegment midden en midden-plus in de gezinsmarkt.

Conclusie is dat het bestaande aanbod van vakantieparken in de regio vooral is gericht op het lagere- en middensegment in de gezinsmarkt. Hoewel de verblijfsaccommodaties en parkinrichting overwegend verzorgd zijn, is in de regio nauwelijks sprake van integrale product vernieuwing op het niveau van totale parkconcepten, zoals hier wel wordt beoogd.

Er is ons geen planologische capaciteit bekend in de afgebakende regio, qua maatvoering en capaciteit geschikt voor het onderhavige initiatief voor recreatiewoningen. Bovendien heeft de locatie De Zwarte Bergen nu reeds de bestemming

Verblijfsrecreatie en behoort het dus zelf tot de plancapaciteit.

2.4 Overheidsbeleid

Beleid provincie Noord-Brabant

In het Beleidskader en Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie 2013 – 2020 komt naar voren dat Brabant een zeer sterke infrastructuur aan vrijetijdsvoorzieningen heeft, met ondernemerschap en samenwerking als belangrijke competenties. De provincie is ruim voorzien van attracties, routes, podia, musea, evenementen, horeca en winkelveorzieningen. Wel is de algemene indruk dat het Brabantse vrijetijdsproduct toe is aan vernieuwing. Mondiaal is de vrijetijdseconomie een sterk groeiende sector, maar uit cijfers blijkt dat Brabant onvoldoende weet te profiteren van deze groei. Een belangrijke oorzaak hiervan is, dat vrijetijdsvoorzieningen binnen Brabant nogal eenzijdig zijn ontwikkeld voor de thuis- en gezinsmarkt en onvoldoende voor doelgroepen als jongeren, tweeverdieners en ouderen. De vrijetijdssector biedt bovendien veel kansen voor werkgelegenheid van specifieke doelgroepen, zoals jongeren, allochtonen en laagopgeleiden.

De vrijetijdseconomie levert een wezenlijke bijdrage aan de werkgelegenheid en bestedingen in de provincie. Brabant is qua ligging, voorzieningen en infrastructuur een ideale regio voor korte vakanties, zo stelt de provincie. Vanwege de goede infrastructuur bestaan er bijzondere kansen voor cultuurtoerisme. Noord-Brabant heeft als missie de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland te worden. Deze hoofddoelen worden vertaald in een aantal subdoelen, waarmee de provincie Noord-Brabant wil bereiken dat:

- er meer bezoekers uit een groter herkomstgebied naar Brabant komen om te recreëren, waarbij naast de huidige gezinsmarkt ook wordt ingezet op verbreding naar nieuwe doelgroepen;

- bezoekers meer per dag gaan besteden. Dit kan door nieuwe product-marktcombinaties te ontwikkelen, waarbij er meer ruimte ontstaat voor kunst en cultuur, (sport-) evenementen, stedelijke leisure concepten en de short-breakmarkt.

Uitvoeringsstrategie

Om de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland te worden, richt de provincie Noord-Brabant zich met de uitvoeringsstrategie op:

- versterking van een 'interessant internationaal aanbod' (voorbeeld: Van Gogh Brabant);
- versterking van het reguliere aanbod van horeca, verblijfslocaties, natuur etc. door het creëren van toegevoegde waarde;
- versterking van het top- en reguliere aanbod door cross-overs, storytelling en concepten die leiden tot innovaties en nieuwe product-marktcombinaties;
- ontwikkeling tot de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland;
- het op orde brengen van de basis, o.a. informatie, infrastructuur en marketing.

2.5 Plannen in de regio

Er zijn in de regio geen plannen bekend met de aard en omvang van de herontwikkeling van Forest Village Bergeijk.

3 Behoeftrecreatiewoningen (vraagzijde)

Een Ladderonderbouwing is in principe gericht op de kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling (in brede zin) en de ruimtelijke effecten. Het omvat dus geen 'traditioneel', uitgebreid marktonderzoek voor de relevante activiteiten, aansluitend aan de middels uitgebreide jurisprudentie. Er bestaat voor de hier beoogde recreatiewoningen in wezen geen 'vanzelfsprekende' behoefte. De vraag wordt vooral bepaald door de aanbodkwaliteiten in brede zin, waarbij de combinatie tussen productconcept ("wat ben je?"), faciliteiten, uitstraling, locatie, doelgroepen, gastvrijheid en marketing centraal staan. De marktomstandigheden zijn voor de beoogde functies bovendien zeer dynamisch, aan zowel de vraag- als aanbodzijde. De kwantitatieve behoefte wordt in dit kader dan ook indicatief bepaald, met als doel de ruimtelijke effecten goed te kunnen inschatten. De beoordeling van de kwalitatieve aspecten is zoveel mogelijk geobjectiveerd.

3.1 Trends aan de vraagzijde algemeen

Algemeen

Vrijetijdsbesteding wordt in Nederland steeds belangrijker, waarbij 'beleving' een steeds grotere rol speelt. 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.

Het draait om beleving

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 kinderspeelplaats belangrijke keuzefactoren voor hun vakantiebestemming.

Aandacht voor duurzaamheid

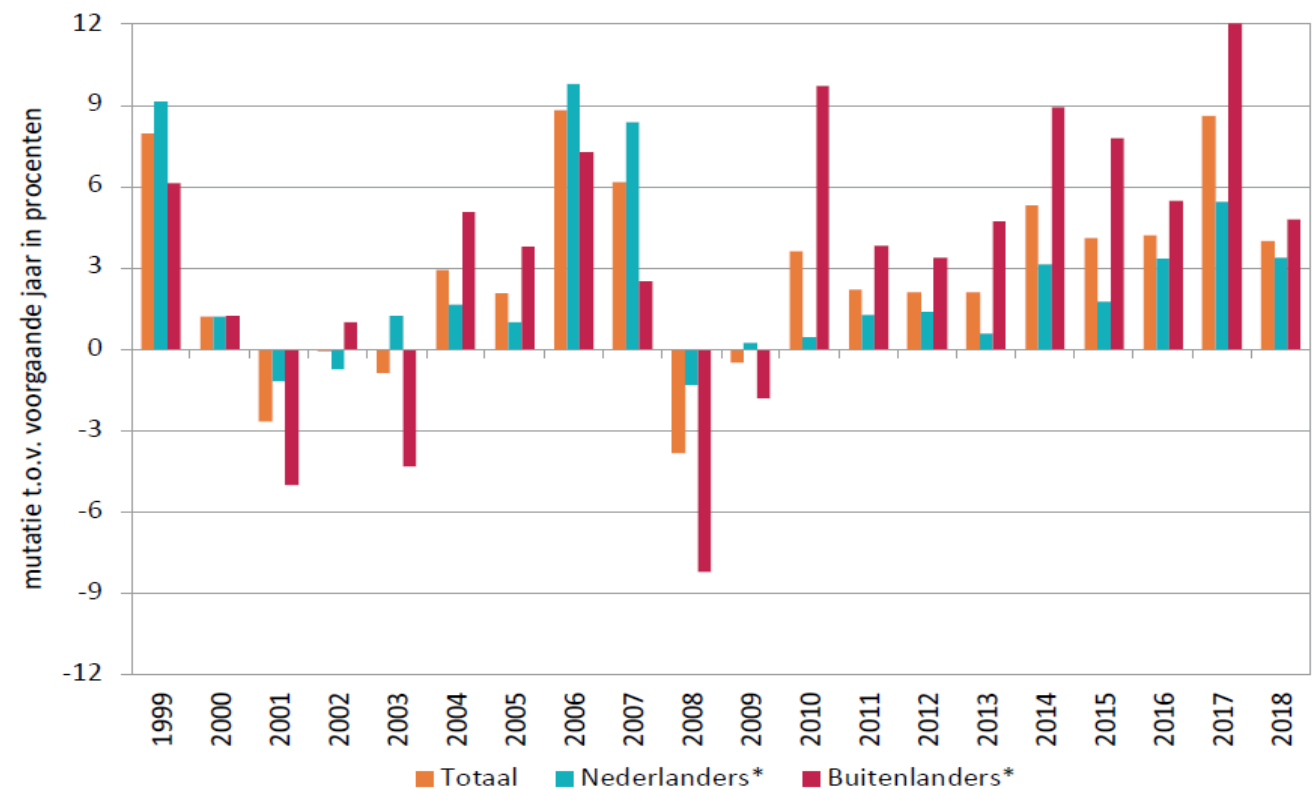
Er is steeds meer aandacht voor de duurzaamheid van toerisme, mede omdat veel consumenten dit verlangen. Duurzaam toerisme betekent dat de negatieve gevolgen voor de natuur en het milieu worden beperkt en dat tegelijkertijd de lokale en regionale bevolking en economie ervan profiteren.

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.

Groeijende groep welvarende ouderen

Nederland vergrijst. 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.



Figuur 3: Ontwikkeling aantal gasten in logiesaccommodaties in Nederland, 1999-2018

3.2 Toerisme in Nederland en Noord-Brabant

Toerisme in Nederland

In 2018 hebben Nederlanders 18,7 miljoen vakanties in eigen land ondernomen. Dit aantal groeit al jarenlang met enige procenten per jaar. Van de Nederlandse vakanties in eigen land vindt ca. 42% plaats in recreatiewoningen of stacaravans. De provincie Gelderland is de belangrijkste binnenlandse vakantiebestemming, met ca. 2,9 miljoen binnenlandse vakanties. Daarna volgen Limburg en Noord-Brabant (beide ca. 2,1 mln binnenlandse vakanties)

Daarnaast verbleven in 2018 bijna 19 mln. buitenlandse gasten in Nederlandse verblijfsaccommodaties. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en België zijn de belangrijkste herkomstlanden². Hun belangrijkste bestemmingen zijn Amsterdam, de overige Randstad en de kust. Slechts 28% verblijft elders in Nederland. 2018 was het negende opeenvolgende jaar met een opvallende groei van het inkomend toerisme in Nederland; het afgelopen jaar nam het aantal buitenlandse gasten toe met +5%. 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. Het aantal buitenlandse gasten op Nederlandse huisjesterreinen steeg het afgelopen jaar met 6% tot 2,8 mln. Voor deze accommodatievorm zijn de provincies Limburg, Drenthe en Gelderland favoriet, met Zeeland en Noord-Brabant op een gedeelde vierde plaats.

Figuur 3 illustreert het groeiende aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties van jaar tot jaar. Met name de

groei van het buitenlandse bezoek is opvallend. Vooral het aantal Duitsers, Belgen en Britten groeide sterk. Van alle Nederlandse overnachtingen vond 38% plaats in een recreatiewoning, waarmee het voor hen de belangrijkste overnachtingsplek is. Buitenlanders brachten 28% van hun overnachtingen door in deze accommodatievorm.

Toerisme in Noord-Brabant

De provincie Noord-Brabant ontving in 2018 in totaal bijna 2,8 mln. Nederlandse gasten. Daarnaast kwamen er circa 1,25 mln buitenlandse gasten. Totaal ontving de provincie 984.000 gasten op een huisjesterrein, met gemiddeld 4 nachten. Van deze gasten was 28% buitenlands. De buitenlandse markt groeit ook in deze provincie al enige jaren met hoge cijfers.³

Toerisme en recreatie zijn voor Noord-Brabant een economische factor van betekenis: Nederlandse en buitenlandse vakantiegangers besteden er jaarlijks totaal circa 2,4 miljard euro (toegevoegde waarde). Dit alles levert in totaal ca. 63.000 banen op.⁴

Effecten coronavirus

In 2020 is de toerismesector door corona hard getroffen met ruim 70% minder buitenlandse toeristen in Nederland. Daarentegen steeg het aantal Nederlanders dat in eigen land op vakantie ging met een kwart ten opzichte van het derde kwartaal in 2019. Voor 2021 is de verwachting dat het toerisme nog niet geheel zal zijn hersteld en met name het aantal buitenlandse toeristen beperkt is.

De effecten van het coronavirus op de behoefte aan Nederlandse recreatiewoningen zijn 'onder de streep' beperkt en zelfs positief. Enerzijds was de bezettingsgraad in 2020 opvallend hoog, in alle verblijfstypen. Dit kwam

vooral doordat veel Nederlanders deze zomer in eigen land bleven. Ook het aantal Duitse en Belgische overnachtingen was relatief hoog.

Doordat Nederlandse recreatiewoningen slechts beperkt worden benut door bezoekers uit andere landen (zij verblijven veelal in hotels) had het grotendeels wegvallen daarvan nauwelijks effect op de behoefte aan recreatiewoningen. Onafhankelijk van het verloop van de coronacrisis blijft de behoefte naar verwachting dus minimaal op hetzelfde peil. Overigens kunnen de rendementen van vakantieparken wel lager uitvallen door sluiting en capaciteitsbeperking (1,5 meter norm) van horeca en recreatie op de parken.

3.3 Conclusies behoefte en effecten recreatiewoningen

De Kempen heeft als regio een grote aantrekkingskracht op de gezinsmarkt, zowel met recreatiewoningen als kampeerplaatsen. Forest Village Bergeijk kan hieraan een extra impuls geven en daarnaast nieuwe doelgroepen aantrekken. Als 'compleet' vakantiepark is een veelzijdig aanbod van recreatieve voorzieningen essentieel, ook om 'bij te blijven' in de markt. Daarbij komt dat de zeer hoge ambities van het park t.a.v. kwaliteit, groenbeleving, ruimte en duurzaamheid hoge investerings- en exploitatielasten vergt. Deze kunnen alleen worden gefinancierd met hoogwaardige, ruime verblijfseenheden met een bijpassend huurniveau. Er bestaat een groeiende vraag naar dit verblijfstype. De ingrijpende herinrichting in algemene zin en de vernieuwingsplannen voor de centrale voorzieningen zijn hier onlosmakelijk mee verbonden.

² Celth, CBS, NBTC, PleasureworldNRIT, Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd 2019.

³ CBS; Logiesaccommodaties, gasten, nachten, woonland, logiesvorm regionaal 2020.

⁴ VisitBrabant; Monitor VTE Beleid Noord-Brabant 2019.

In algemene zin is in de regio in kwantitatief opzicht weliswaar sprake van een redelijk ruim aanbod van recreatiewoningen, maar dat komt vooral door enige grote aanbieders in het lagere- en middensegment. Bovendien wordt een onbekend maar waarschijnlijk significant aantal recreatiewoningen in praktijk gebruikt voor niet-recreatieve bewoning. De maximale capaciteit van de ontwikkeling (nu ca. 2.100 verblijfs-gasten, vroeger zelfs 2.500 a 3.000) zal verminderen tot maximaal 1.850 – 2.050 gasten (recreatiewoningen en –apartementen samen). De verblijfs-gasten krijgen hierdoor meer ruimte tot hun beschikking; een belangrijk kwaliteitsaspect voor verblijfsaccommodaties.

Door de hoge kwaliteitsambities en bijzondere parkinrichting richt Forest Village Bergeijk zich primair op het hogere marktsegment. Dit betekent een forse kwalitatieve versterking van het verblijfsrecreatieve aanbod in de regio, nieuwe doelgroepen en seizoensverbreding. De exploitatie door een hooggekwalificeerd en ervaren bedrijf als Landal GreenParks garandeert een professionele bedrijfsvoering en adequaat beheer. Door toerisme behouden kleine dorpen in dunbevolkte gebieden als De Kempen vaak hun dagelijks winkelaanbod, waarvan ook de lokale inwoners profiteren en de leefbaarheid wordt gestimuleerd.

4 Toets ladder voor duurzame verstedelijking

Mede op basis van de beschreven analyses beoordelen we de vernieuwingsplannen voor De Zwarte Bergen tot Forest Village Bergeijk en toetsen de ontwikkeling van nieuwe recreatiewoningen aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

4.1 Behoefte

De behoefte aan verblijfsrecreatie is de afgelopen jaren sterk gewijzigd, met als belangrijkste trend de steeds kritischer consument die zoekt naar een optimale prijs-kwaliteitverhouding. Elke doelgroep heeft daarbij haar eigen voorkeur. Binnen de markt voor verblijfsaccommodaties moeten vakantieparken zich onderling veel beter positioneren, o.b.v. hun unieke kwaliteiten, vanuit duidelijke keuzes en soms aanzienlijke investeringen in verblijfsaccommodaties, centrale voorzieningen en/of parkinrichting. Het onderhavige initiatief richt zich met name op landschapsbeleving, rust, privacy en comfort.

Aan de ene kant van het spectrum bestaat er perspectief voor kleine of middelgrote parken met bijzondere kwaliteiten en gericht op specifieke doelgroepen of nichemarkten. Aan de andere kant blijft er behoefte bestaan aan grootschaliger parken met veel eigen voorzieningen (recreatie, horeca, animatie, etc.), die zich vooral op families en gezinnen met jonge kinderen richten. Met name middelgrote, gedateerde verblijfsaccommodaties worden algemeen beschouwd als economisch kwetsbaar. Dit dilemma is zichtbaar in een toenemend gebruik van deze accommodaties door niet-recreatieve doelgroepen (arbeidsmigranten, permanente bewoners,

etc.). De nieuwe exploitant kiest nadrukkelijk niet voor deze optie.

De Kempen heeft als regio nu reeds een grote aantrekkingskracht op de gezinsmarkt (zowel recreatiewoningen als kamperen). Forest Village Bergeijk kan hieraan een extra impuls geven en daarnaast nieuwe doelgroepen aantrekken. Als 'compleet' vakantiepark is een veelzijdig aanbod van recreatieve voorzieningen essentieel, ook om 'bij te blijven' in de markt. Daarbij komt dat de zeer hoge ambities van het park t.a.v. kwaliteit, groenbeleving, ruimte en duurzaamheid hoge investerings- en exploitatielasten vergt. Deze zijn alleen rendabel in combinatie met hoogwaardige, ruime verblijfseenheden plus bijpassend huurniveau. Er bestaat een groeiende vraag naar dit verblijfstype. De ingrijpende herinrichting in algemene zin en de vernieuwingsplannen voor de centrale voorzieningen alsmede de professionele exploitatie (Landal GreenParks) zijn hier onlosmakelijk mee verbonden.

In algemene zin is in de regio in kwantitatief opzicht weliswaar sprake van een redelijk ruim aanbod van recreatiewoningen, maar dat komt vooral door enige grote aanbieders in het middensegment. Bovendien worden veel recreatiewoningen in praktijk gebruikt voor niet-recreatieve bewoning. De maximale capaciteit van het recreatiepark (nu ca. 2.100 verblijfgasten, vroeger zelfs 2.500 a 3.000) zal overigens verminderen tot maximaal 2.050 gasten (recreatiewoningen en – appartementen samen). De verblijfgasten krijgen hierdoor meer ruimte tot hun beschikking; een belangrijk kwaliteitsaspect voor verblijfsaccommodaties.

Door de hoge kwaliteitsambities en bijzondere parkinrichting richt Forest Village Bergeijk zich primair op het hogere marktsegment. Dit betekent een forse kwalitatieve versterking van het verblijfsrecreatieve aanbod in de regio, verbreding van doelgroepen en seizoensverbreding. Ook andere bedrijven in

de regio kunnen daarvan profiteren. Door toerisme behouden kleine dorpen in dunbevolkte gebieden als De Kempen vaak hun dagelijks winkelaanbod, waarvan ook de lokale inwoners profiteren en de leefbaarheid wordt gestimuleerd. De ontwikkeling is daarmee complementair aan het huidige aanbod en trekt deels nieuwe doelgroepen naar de regio.

De effecten van het coronavirus op de behoefte aan recreatiewoningen zijn 'onder de streep' beperkt en zelfs positief. De bezettingsgraad in Nederland was in 2020 opvallend hoog, in alle verblijfstypen. Dit kwam vooral doordat veel Nederlanders deze zomer in eigen land bleven, maar ook het aantal Duitse en Belgische overnachtingen was relatief hoog. Deze ontwikkeling zal de komende jaren waarschijnlijk aanhouden.

De beschikbare plancapaciteit in de regio is in onderhavige situatie niet relevant, omdat de locatie De Zwarte Bergen nu reeds de bestemming Verblijfsrecreatie heeft en dus zelf behoort tot de plancapaciteit.

Er is kortom voldoende behoefte aangetoond voor de beoogde recreatiewoningen, vanuit zowel kwalitatief als kwantitatief perspectief.

Conclusie behoefte

We concluderen dat de beoogde ontwikkeling inspeelt op de behoeften van (potentiele) toeristisch-recreatieve bezoekers aan de regio. Door de ingrijpende kwaliteitsslag van het park vormt de ontwikkeling een aanvulling op het huidige regionale aanbod. Het trekt nieuwe doelgroepen naar het gebied, waarvan ook andere bedrijven kunnen profiteren (horeca, recreatie, retail, etc.). Forest Village kan een voorbeeld zijn voor productvernieuwing en upgrading van andere vakantieparken in en buiten de regio. Ook sluit het initiatief (verblijf,

dagrecreatie en horeca) goed aan op de dagrecreatieve mogelijkheden in het gebied, waaronder fiets- en wandelroutes. Er zijn in de regio geen plannen bekend die in enige mate vergelijkbaar zijn met de onderhavige ontwikkeling.

De ontwikkeling ondersteunt tevens de beleidsmatig gewenste toeristisch-recreatieve structuurversterking van dit deel van Brabant. Het toeristisch profiel wordt erdoor versterkt en het leidt tot seizoensverbreding, marktverruiming (nieuwe doelgroepen) en hogere bestedingen lokaal en regionaal.

4.2 Effecten

Mede omdat voldoende behoefte is aangetoond, verwachten we geen substantiële (negatieve) effecten op het aanbod van verblijfsrecreatie in de regio, dan wel een toename van de leegstand. Toerisme is in Nederland en Noord-Brabant een groeimarkt, wat geldt voor de binnenlandse maar ook de buitenlandse markt. Er worden bovendien steeds meer korte vakanties geboekt in vakantieparken, ook buiten het hoogseizoen. Forest Village Bergeijk ontwikkelt zich middels de plannen tot een uniek, goed geoutilleerd (centrale voorzieningen), groen en kwalitatief hoogwaardig vakantiepark, aansluitend op de behoefte aan de consumentenzijde en in de zakelijke markt.

De onderhavige ontwikkeling versterkt de regionale ruimtelijk-economische structuur in algemene zin en de toeristisch-recreatieve structuur in het bijzonder. De regionale economie wordt door het initiatief versterkt (zie paragraaf behoefte). De nieuwe, deels koopkrachtige doelgroepen (particuliere en zakelijke markt) zullen immers extra bestedingen en werkgelegenheid genereren bij de lokale en regionale detailhandel, horeca en vrijetijdsvoorzieningen.

De ontwikkeling heeft kortom geen negatieve effecten op de leegstand en het woon-, leef- en ondernemersklimaat en in de regio en genereert, integendeel, in dat opzicht zelfs vooral positieve effecten. De ontwikkeling creëert daarnaast maatschappelijke spin-off in de zin van nieuwe recreatiefuncties voor de lokale en regionale bevolking en werkgelegenheid voor jongere inwoners (vakantie- en weekendbaantjes).

4.3 Locatie

De beoogde ontwikkeling vindt plaats binnen de bestaande grenzen van het huidige vakantiepark De Zwarte Bergen (bestemming Verblijfsrecreatie), met als primaire doelen kwaliteitsverbetering en het trekken van nieuwe doelgroepen. De ontwikkeling leidt dus niet tot additionele ruimtelijke aanspraken t.o.v. het huidige vakantiepark of onttrekking van delen van het buitengebied. Er wordt een zeer zorgvuldige landenschappelijke inpassing gerealiseerd. Ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied is in dit geval dan ook geen optie.

Forest Village Bergeijk is goed bereikbaar en ontsloten voor auto's, fietsers en wandelaars. De dichtstbijzijnde bushalte ligt op circa 3 km afstand (Luyksgestel). In de omgeving bestaat bovendien een uitgestrekt en attractief netwerk van fiets- en wandelknooppunten.

4.4 Conclusie

De herontwikkeling van vakantiepark De Zwarte Bergen tot Forest Village Bergeijk als omschreven in hoofdstuk 1 wordt vanuit de doelstellingen en kaders van de Ladder voor duurzame verstedelijking positief beoordeeld.

De herontwikkeling leidt tot een en zeer modern, groen en duurzaam vakantiepark op een geschikte locatie. De ontwikkeling heeft een duidelijke ruimtelijke en functionele meer-

waarde voor de regio. De effecten op de leegstand en het regionale woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er is voldoende behoefte aanwezig, vanuit kwalitatief en kwantitatief perspectief.

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Tegelen

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01