

Eco-Lodge Rijk van Nijmegen

“Villa Dalhof”



Rondom de Ecolodge “Villa Dalhof” geniet je overal van het overweldigend mooie heuvellandschap met bossen en een wijngaard op het landgoed de Holthurnsehof.en vergeet je de drukte van alledag. Vanuit de Ecolodge wandel je zo het bos in of verken je de natuurgebieden Ooijpolder en Millingerwaard op de fiets. De mooiste wandel- en fietsroutes strekken zich voor je uit. Of speel je golf op een van de mooiste banen van Nederland. In de directe omgeving bevinden zich restaurants en terrasjes. Maar ook het centrum van Nijmegen is bereikbaar na een wandeling van een half uur.

Gasten kunnen bij terugkomst op de Ecolodge ontspannen in de sauna of hottub en zich ondertussen laten verwennen met vers gemaakte tapas met een wijntje van de nabijgelegen biologische wijnhoeve. De kamers zijn ingericht met natuurlijke luxe materialen met bedden van topkwaliteit.

Het historische pand van de bekende Nijmeegse architect Charles Estourgie heeft statige entree. Samen met de weelderige tuinen met direct daaraan grenzend het eeuwen oude bos heerst er de sfeer van een authentieke buitenplaats. Het Rijksmonumentale pand is duurzaam gerenoveerd en luxe ingericht met natuurlijke en authentieke materialen.

De Ecolodge bestaat uit 6 ruime (familie) suites die zich in de monumentale villa bevinden.

Met de ontwikkeling van “Villa Dalhot” tot Ecolodge ontstaat de unieke mogelijkheid om met behoudt van erfgoed en de belangrijke natuurwaarden op deze locatie een bijzondere verblijfsplek voor het toerisme op het landgoed “Heerlijkheid Beek” aan te bieden. Deze kleinschalige exclusieve Ecolodge heeft de potentie om uit te groeien tot een icoonproject voor duurzaam erfgoed toerisme in het hogere segment binnen de regio. Daarmee hoop ik bij te dragen aan een mooiere omgeving. Voor nu en in de toekomst.

Inhoud

1. Het idee Eco-Lodge.....	4
2. De markt	5
2.1 Marktontwikkeling	5
2.2 Doelgroep	6
2.3 Concurrentie.....	7
2.4 Marketing	8
3. Eco certificering.....	11
4. Locatie Onderzoek.....	12
5. Locatie Eco-Lodge “Villa Dalhof” Oude Kleefsebaan 130, Berg en Dal... ..	12

1. Het idee Eco-Lodge

Het idee is om een luxe kleinschalige bijzondere verblijfsaccommodatie in het buitengebied ten oosten van Nijmegen te realiseren. Bij voorkeur gekoppeld aan een ergoedlocatie. De Ec lodge kennen we vooral van buitenlandse vakanties in natuurgebieden waarbij er met respect voor de omgeving wordt ondernomen. In Nederland is het ecotoerisme nog weinig ontwikkeld. Maar dat zal snel veranderen omdat de aandacht voor duurzaam ondernemen en gezond en verantwoord leven en de behoefte aan rust sterk toeneemt en er daarmee een groeiende markt ontstaat.

Uit onderzoek door ZKA Consultants in opdracht van de gemeente Berg en Dal blijkt dat het toerisme binnen de gemeente verder gaat groeien de komende jaren. De grootste behoefte zit volgens gemeentelijk beleid in het hogere segment voor bijzondere verblijfsaccommodaties. Het plan voor deze luxe Ec lodge past daar volledig binnen.

<https://www.bergendal.nl/document.php?m=94&fileid=95869&f=789d3c7fd07eb16567953c968918b1b7&attachment=0>

Het ecotoerisme is het ‘geitenwollensokken’ niveau al lang ontstegen. Voor de gemeente ligt er een groot potentieel om het ecotoerisme te ontwikkelen. Het plan voor de Ec lodge kan daarin een voorbeeldproject zijn voor bijzondere en duurzame verblijfsaccommodaties. Hiermee kan er een nieuwe koopkrachtiger doelgroep naar de gemeente worden aangetrokken.

Voor deze bijzondere accommodatie is een aantrekkelijke locatie essentieel. Vooral een natuurlijke rustige ligging en de nabijheid van wandelroutes in combinatie met horeca op loopafstand zijn belangrijk. Voor de Ec lodge heb ik verschillende locaties onderzocht. Daarvan heb ik 3 locaties nader uitgewerkt en besproken met de gemeente. Op dit moment lijkt de locatie monumentale mentale “Villa de Hooghorst” gelegen in het bos op de stuwwal in Berg en Dal het meest kansrijk.

Het concept:

- Kwaliteit hogere segment (luxe en comfort 4-5 sterren, sfeer boutique hotel)
- Kleinschalig en exclusief (5 suites voor maximaal 10-12 personen)
- Karakteristiek authentiek (zichtbaar maken erfgoed, historie, natuur en landschap)
- Gezonde lifestyle (rust, offline, natuur, moestuin, bijenkasten, streekproducten)
- Sportief (wandelen en fietsen)
- Duurzaam (energievoorziening, biobased bouwmaterialen, all-electric, vegetarisch en vegan, workshops, uitdragen duurzaamheid, certificering)



Goede voorbeelden van een Ec lodge zijn in Nederland nog niet echt te vinden. Maar wat betreft sfeer en kwaliteitsniveau en zijn de volgende accommodaties goede referenties:

<https://www.erfgoedlogies.nl/nl> <http://www.buitenplaatswelsdael.nl/>, <https://villamagnolia.nl/nl/>, <https://www.smokkelmolen.be/>
<https://eluxemagazine.com/travel/5-of-the-best-luxury-eco-hotels-around-the-world/> <https://www.deviereiken.nl/Ecolodge/>

2. De markt

2.1 Marktentwikkeling

De sector die logies aanbiedt is de afgelopen jaren gegroeid en blijft nog even doorgroeien vanwege de groeiende economie en de toename van het aantal buitenlandse gasten in Nederland. Vooral in de grote steden. En van daaruit een groeiende behoefte van stedelingen voor short-brakes niet te ver van huis. Info over marktentwikkeling:

<https://www.bedandbreakfast.nl/blog/eigenaren/2017/09/04/groei-in-toeristensector-en-bb-markt/>

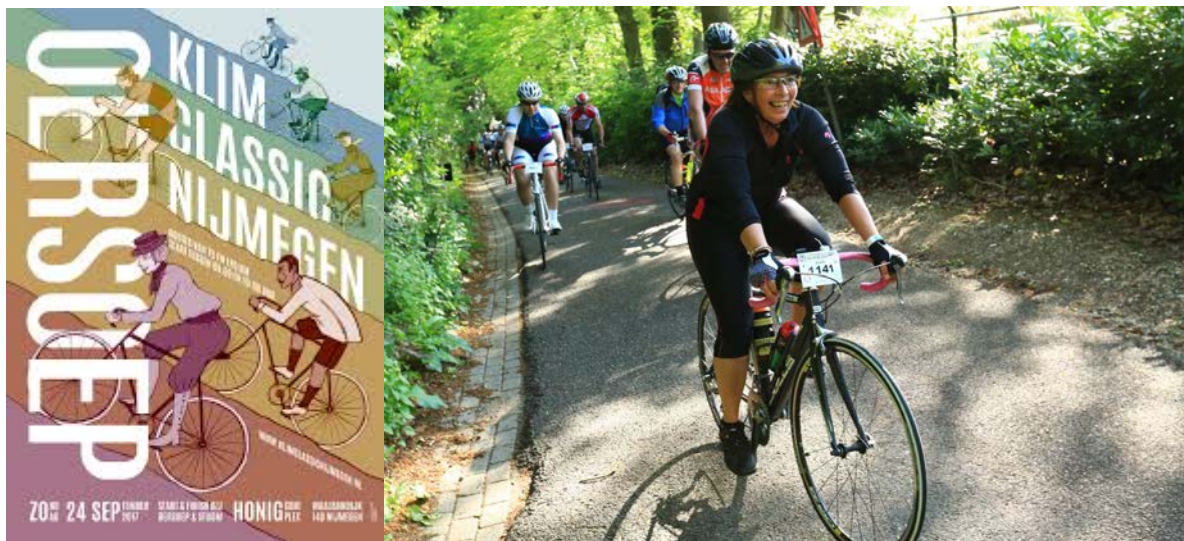


De afgelopen jaren is het aantal binnenlandse vakanties gestegen. Het aantal overnachtingen in Nederland steeg met 10,5% ten opzichte van een jaar eerder. Over heel 2016 steeg het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten in Nederlandse logiesaccommodaties met 5% naar bijna 40 miljoen overnachtingen. Nederlanders brachten nog eens bijna 67 miljoen nachten in logiesaccommodaties door. In 2017 heeft die groei zich verder doorgezet. En het is duidelijk dat dit een groeiemarkt betreft. Een aantal aspecten zal deze groei nog verder stimuleren:

- Maatschappelijk debat over het vele (vlieg)reizen waardoor vakanties in binnenland populairder worden.
- Een groeiende groep die bewust zoekt naar duurzame logies alternatieven.
- De groeiende economie en het aantal actieve ouderen (vanaf 50 jaar) met een ruim budget neemt toe.
- Met een steeds drukker wordende randstad en toenemende stress zal de behoefte aan kortere vakanties in natuur en rust in eigen land voor zowel oudere als jongere stedelingen groeien.



Van belang is onderscheidend vermogen door locatie/licging en het duurzame gezonde maar toch luxe concept. En een goede online profilering daarvan. Zowel door de idyllische vrije rustige ligging in een natuurgebied als de korte afstand tot diverse gezellige dorpen en de steden Nijmegen en Kleve. Voor deze unieke historische locatie, de aandacht voor duurzaamheid gecombineerd met het hoge kwaliteitsniveau zal de gast bereid zijn een meerprijs te betalen. Het aandeel buitenlandse gasten zal in de toekomst in Nederland groeien. Gezien de ligging nabij het vliegvelden Weeze en Düsseldorf en de bekendheid door de Nijmeegse 4-daagse zit er bij buitenlandse gasten ook een groeipotentieel. De internationale certificering als Ec lodge maakt het ook herkenbaar en daarmee aantrekkelijk voor buitenlandse gasten. De natuurgebieden, de nabijheid van de Duitse grens en de oorlogshistorie (ligging vlakbij de Europese Liberation Route) zal buitenlandse gasten ook aanspreken.



2.2 Doelgroep

De doelgroep wil vooral op een mooie en rustige vrije plek in de natuur logeren waar ze kan ontspannen en waar vandaan ze verschillende activiteiten kan ondernemen. De accommodatie is bovengemiddeld qua comfort en luxe en heeft een natuurlijke rustige uitstraling. De beleving van verblijf in een accommodatie met allure staat voorop. De doelgroep is overwegend 35+ en is bereid voor kwaliteit en duurzaamheid meer te besteden. Zowel stellen als kleinere groepen tot 12 personen (familie-weekendjes) kunnen er terecht. Kinderen zijn welkom maar de primaire focus ligt op rust, ontspanning en gezonde leefstijl.

In de directe omgeving (binnen 40 minuten fietsen) zijn vele activiteiten mogelijk waaronder:

- Fietsen (elektrisch ter plaatse te huur) ook toertochten op racefiets en mountainbike
- Wandelen <http://www.wandelenindeooijpolder.nl>
<http://www.vvvarnhemnijmegen.nl/routes/wandelroutes/n70-natuurwandelroute>
- Golf (nabij gelegen golfbaan in Groesbeek)
- Vogels spotten
- Zwemmen of varen (waalstrandjes, Bisonbaai, Mookerplas)
- Wijnhoeve Colonjes, Nederlands Wijnbouwcentrum (wijnproeven)
- Millinger Theetuin

- Afrika museum (Berg en Dal)
- Bijbels openluchtmuseum (Orientalis Heilig Landstichting)
- Bevrijdingsmuseum Groesbeek
- Pretpark Tivoli
- Stedentrip Nijmegen, Arnhem of Kleve

2.3 Concurrentie

In de omgeving ten oosten van Nijmegen zijn gezien het aantrekkelijke gebied meerdere logies accommodaties te vinden. Voor zowel vakantiehuisjes als B&B als een aantal grote hotelketens (Fletcher en Best Western). Er is verder in de regio op dit moment nog geen enkele Ecolodge, slechts een enkel Boutique Hotel of vergelijkbare accommodatie.

Mijn concept zal zich richten op het hogere meer exclusieve segment. Het is kleinschalig en daardoor is er veel ruimte en privacy mogelijk zonder dat het zakelijk en hotelachtig wordt. Het duurzame gezonde concept in deze hogere prijsklasse maakt de Ecolodge uniek in de regio.



Er is veel aandacht voor duurzaamheid en streekproducten. Uit o.a. het nabij gelegen voedselbos <https://www.eetbaarnijmegen.nl/eetbaar-bos-ketelbroek-de-horst/> <https://binnenstebuiten.kro-ncrv.nl/fragmenten/voedselbos-in-groesbeek>

De wijn die wordt geschonken is biologisch en is afkomstig uit de wijngaarden uit de directe omgeving. Ook de productie van wijnen vindt plaats op korte afstand van de Ecolodge. <https://nederlandswijnbouwcentrum.nl/>

Op de langere termijn zullen er ook producten uit de eigen tuin aangeboden worden (permacultuur). De groeiende doelgroep die specifiek op zoek gaat naar een duurzame vakantie zal dit zeer aanspreken. Het concept van de Ecolodge heeft de potentie om uit te groeien tot een icoonproject in de regio.

2.4 Marketing

Om een zo hoog mogelijke bezetting te behalen is een goede marketingstrategie van belang. Als basis hiervoor is onderstaande SWOT-analyse gedaan. Hierin worden de sterkte en zwakte kanten van de onderneming tegenover de kansen en bedreigingen in de markt gezet.

SWOT analyse		Kansen					Bedreigingen			
		Dubbele groeiemarkt toerisme en duurzaamheid, historisch erfgoed en design	Veel activiteiten in directe omgeving passend bij doelgroep	Ontwikkelrichting en sympathie gemeente	Groeiende economie	Groeiende stress	Concurrentie	Periodes met slechter weer	Nog weinig bekendheid	
Sterkten	Op specifieke doelgroep gericht zowel natuur, duurzaam als bijzonder erfgoed en design	++	++	++	0	++	++	0	+	11
	Unieke locatie in natuur en nabij stad	+	++	+	0	++	++	0	0	8
	Kennis en ervaring diverse vlakken	+	+	+	0	0	++	0	0	5
	Diversiteit aanbod logies	+	+	0	+	+	+	0	0	0
	Consequent doorgevoerd exclusief concept, kwaliteit	+++	++	++	0	+	++	+	+	11
	Creativiteit	0	0	+	+	+	++	+	+	7
	Samenwerking met andere aanbieders van duurzame producten	++	++	+	0	+	+	0	+	8
Zwaktes	Hoge prijs	+	+	0	+	+	-	0	--	1
	Ligging op berg ivm bereikbaarheid ov of gewone fiets	0	+	0	0	+	-	-	-	-1
	Niche markt	++	+	++	+	++	--	0	--	1
		12	13	9	4	11	8	1	-1	

Uit de SWOT analyse blijkt dat de sterke kant van de onderneming vooral de focus op de specifieke doelgroep gericht op duurzaamheid, erfgoed en design zijn. Het versterkt een aantal kansen en biedt oplossingen voor bedreigingen. Bijvoorbeeld het zich onderscheiden van de concurrentie. Deze focus op duurzaamheid, erfgoed en design en gezondheid past goed bij de activiteiten in de omgeving, de unieke locatie en biedt mogelijkheden voor samenwerking met andere aanbieders binnen het netwerk voor duurzame ondernemingen. Maar de grootste kracht zit hem in de kans van de groeiemarkt voor toerisme met de toenemende aandacht voor duurzaamheid, erfgoed, design en gezondheid. Die sterke kanten zullen zo veel mogelijk worden benut.

Een bedreiging voor de bezettingsgraad is met name de onbekendheid. Daar zal bij de start en zelfs daarvoor al de marketingstrategie op gericht moeten zijn. Dit zal met name via online marketing gaan. Om de doelgroep te bereiken zal gebruik worden gemaakt van bestaande platforms voor duurzaamheid, erfgoed/architectuur/design liefhebbers, natuur, sport (wandelen en fietsen) en gezonde lifestyle.

Ecolodge “Rijk van Nijmegen”

Een bedreiging zijn ook de periodes met minder goed weer. Vooral als ze buiten de vakanties vallen. Voor die periodes is er specifiek aandacht voor de wellness, erfgoedarchitectuur en nabij gelegen musea in combinatie met een lagere prijsstelling. Daarnaast is de stad Nijmegen met vele activiteiten binnen handbereik. Daardoor is de locatie ook aantrekkelijk voor de nieuwe Urban Traveler.

Actiepunten die uit de marketingstrategie volgen zijn:

- Bekendheid: online goed vindbaar zijn, eigen website, eigen Facebook en Instagram account, diverse bookingssites gebruiken (vooral de eerste jaren), gebruik maken van netwerken voor duurzaamheid, sport, gezondheid, natuur en erfgoed (<https://www.erfgoedlogies.nl/nl>). Samenwerken met leveranciers van duurzame producten. Er lopen al contacten met bijv. een beddenfabrikant <http://www.diksbedmakers.nl/> waarbij klanten een overnachting krijgen bij aanschaf van een bed van natuurlijke materialen. Ook zijn er al contacten over samenwerking met het nabijgelegen Nederlands wijnbouwcentrum. Media-aandacht van bijvoorbeeld een tv programma als Binnenste Buiten. Bekendheid onder architectuurliefhebbers. Bekendheid verkrijgen via thema's op gebied van duurzaamheid, erfgoed, gezondheid of sport (bijvoorbeeld een weekend mindfull fietsen met begeleiding door bekende wielrenners).



- Versterken van het concept duurzaamheid/natuur/gezonde lifestyle/erfgoed/design: De benaming EcoLodge is belangrijk. Deze sluit precies aan bij de verwachting. Storytelling, het hoe en waarom achter de Ecolodge, wat maakt de Ecolodge nu zo uniek, en de juiste inzet van social media deelnemen aan specifieke boekingsplatforms gericht op (internationale) gecertificeerde duurzame accommodaties. Samenwerken met andere duurzame ondernemingen. Uitdragen duurzaamheid door hier informatie over te verstrekken. Certificering is hierbij een belangrijk actiepunt. Er is veel aandacht voor duurzaamheid en streekproducten. Op de langere termijn zullen er ook producten uit de eigen tuin en boomgaard en uit de streek aangeboden worden (permacultuur moestuin). De bedoeling is om arrangementen aan te bieden in samenwerking met goed bij mijn concept passende ondernemers uit de directe omgeving:
 - Nederlands Wijnbouwcentrum <https://nederlandswijnbouwcentrum.nl/> en Wijnhoeve De Colonjes <http://www.wijnhoevedecolonjes.nl/>

- Millinger theetuin <https://millingertheetuin.nl/>
- Golfbaan Rijk van Nijmegen <https://www.golfenophetrijk.nl/nijmegen.html>
- Restaurant de Nieuwe Winkel <http://denieuwewinkel.com/nl/>
- Restaurant Puur <http://www.puur-restaurant.nl/>
- Restaurant In geuren en kleuren <http://www.ingeurenenkleuren.nl/index.asp>

De ecolodge heeft de potentie om uit te groeien tot Icoonproject voor Eco-toerisme. En kan daarbij Berg en Dal op de kaart zetten als de plek voor duurzaam recreatief toerisme gericht op natuur, cultuur en erfgoed in Nederland. In de online profilering moet dit ook worden uitgedragen. Ook deelnemen aan bijvoorbeeld Open Monumentendag.

- Kwaliteit: Veel aandacht voor details en service (bijv. oplaadstation voor elektrische auto, aanbieden elektrische fietsen en mountainbikes). Samenwerking aangaan met leveranciers die kwaliteit uitstralen. 24/7 kunnen boeken. Zorgen dat klanten positieve feedback geven. De ouderwetse mond-op-mond reclame werkt nog steeds goed. Maar daarnaast beslissen mensen ook steeds vaker op basis van de reviews online. Gaan voor de top 10 kleine Ec lodges in Europa!
- Innovatief blijven: Het concept regelmatig tegen het licht houden en aanpassen naar de behoefte van de doelgroep en daarbij inspelen op maatschappelijke trends zoals vergrijzing (groeiende groep ouderen met relatief meer vrije tijd, vermogen en vitaliteit dan eerdere generaties), gezonde leefstijl, wijzigende samenstelling huishoudens (bijvoorbeeld ontwikkelingen als dinkies: double income, no kids) of opkomst nieuwe werken (meer flexwerken, verdwijnen 9-5 werkhethiek, meer vrije dagen).

Food: gezond, duurzaam en smaakvol



3. Eco certificering

De Ecolodge zal ruimschoots aan de criteria voor een eco-certificaat voldoen. Accommodaties die een ecolabel dragen worden steeds populairder. Steeds meer mensen kiezen bewust voor een duurzame en gezonde vakantie en gebruiken dit vaak als ingang om een accommodatie online te zoeken. Het geeft ook de mogelijkheid om je aan te sluiten bij specifieke ecolabel bookingssites en rankings waardoor de vindbaarheid wordt vergroot. Vooral voor buitenlandse gasten. Want In Nederland zijn er nog weinig gecertificeerde accommodaties.



<http://www.europeesecolabel.nl/28/home.html> <http://www.greenglobe21.com/> <https://www.gstcouncil.org/>

Het EU ec label is een certificaat van het type I ISO 14024 dat in 1992 door de Europese Commissie is opgericht. Herkend en erkend door heel Europa, helpt het EU-milieukeurmerk producten en diensten te identificeren die gericht zijn op het terugbrengen van het milieueffect in de hele cyclus van de winning van grondstoffen, de productie, het gebruik en de afvoer.

De verwachting is dat er subsidiemogelijkheden zijn voor dit project. Zowel op onderdelen als voor het geheel. Dit wordt nog onderzocht door een subsidiebureau op basis van nocure no pay.



4. Locatie Onderzoek

Voor realisatie van de Eco-Lodge zijn het afgelopen 1,5 jaar diverse locaties in het buitengebied ten zuidoosten van Nijmegen onderzocht. Het blijkt lastig om een aantrekkelijke en beschikbare locatie te vinden. Na overleg met de gemeente over 3 locaties bleek de locatie Villa de Hooghorst, Oude Holleweg 6 in Berg en Dal het meest kansrijk. Echter in de periode in afwachting van het principe standpunt van het college van de gemeente Berg en Dal heeft zich een andere koper aangediend en is deze locatie, ondanks mondelinge overeenstemming met verkoper, al verkocht.

Inmiddels is er een 4^e locatie in beeld; Villa Dalhof aan de Oude Kleefsebaan. Hiervoor wordt nu een principeverzoek ingediend.

Deze locatie is hieronder verder uitgewerkt.



5. Locatie Eco-Lodge “Villa Dalhof” Oude Kleefsebaan 130, Berg en Dal

Vanaf de Oude Kleefsebaan bereik je via een poort en eigen oprijlaan de monumentale landgoed villa met een vrijstaande dubbele garage. Rondom een grote sfeervolle tuin met oude bomen en een bijzonder uitzicht op een wijngaard. Het rijksmonumentale pand uit 1912 is een ontwerp van de bekende Nijmeegse architect Charles Estourgie.

https://nl.wikipedia.org/wiki/Charles_Estourgie



De grote villa gelegen in Berg en Dal, aan de rand van Nijmegen, biedt het beste van 2 werelden. Gelegen in de natuur tussen eeuwen oude bossen op de stuwwal, maar toch op wandelafstand van horeca en het centrum van Nijmegen. Met de ontwikkeling tot Eco-Lodgement ontstaat de mogelijkheid dit unieke historisch erfgoed op authentieke wijze te verduurzamen en een zichtbare plek voor het eco-toerisme binnen de gemeente te geven.

In het bestaande pand, dat met haar ruime indrukwekkende hal en trappenhuis in 17^e eeuwse stijl al een hotelachtige uitstraling heeft, kunnen 6 luxe suites worden gerealiseerd en in het souterrain is ruimte voor wellness. In de vrijstaande dubbele garage (gebouwd rond 1950) zal een kleine bedrijfswoning worden gerealiseerd in een stijl die beter past bij het hoofdpand dan de huidige garage doet.

Ec lodge “Rijk van Nijmegen”

De villa ligt vlakbij de mooiste wandelpaden van Nederland (waaronder de N70) op het landgoed “Holthurnsehof”. In de directe omgeving bevinden zich de mooie dorpen Berg en Dal, de heerlijkheid Beek en wijngaarden. Het ligt op slechts 5 minuten rijden van het centrum van Nijmegen en 15 minuten van het Duitse stadje Kleve.

Wijngaard direct achter Villa Dalhof gelegen



Aantal suites met prijsstelling

Suites	Aantal personen	Slaap kamers	Bad kamers	Prijs per nacht
Garage privé dienstwoning		2	1	
Suite 1 extra luxe	2	1	1	200
Suite 2	2	1	1	150
Suite 3 met balkon	2	1	1	165
Suite 4 met vide	2 tot 4	2	1	175
Suite 5 en suite	2 tot 4	2	1	180
Suite 6	2	1	1	100

Originele veranda Villa Dalhof



Winterbeeld van de wijngaard direct achter de Villa Dalhof gelegen



Bestemmingsplan

Op de locatie rust op dit moment een woonbestemming. Volgens het huidige bestemmingsplan wordt deze locatie geheel omringd door recreatiebestemmingen. Voor dit initiatief moet het gebruik volgens het bestemmingsplan eveneens worden gewijzigd in recreatie met een kleine dienstwoning in de huidige garage (deze garage behoort niet tot het monument). Hierdoor ontstaat er aan de rand van het dorp Berg en Dal een cluster met een recreatiebestemming. Gezien de naastgelegen bestemmingen en de kleinschaligheid is de impact op de omgeving verwaarloosbaar.

De locatie is goed toegankelijk vanaf de doorgaande weg tussen Kleve en Berg en Dal via een eigen oprijlaan. Op dit moment is er op eigen terrein ruimte voor parkeren van minimaal 7 auto's en manoeuvreren op eigen terrein zodat veilig in en uitrijden mogelijk is.

Ec lodge “Rijk van Nijmegen”



Imposante hal bij hoofdentree met trappenhuis en 17 eeuwse stijl



Ecologne “Rijk van Nijmegen”

Achterzijde en zijingang (oorspronkelijke dienstingang) Villa Dalhofg



Uitzicht van balkon suite3.



Ecolodge “Rijk van Nijmegen”

Veranda zijgevel met lichtinval via originele glas in loodramen.



