

HOFSTEDE HOOYBROECK

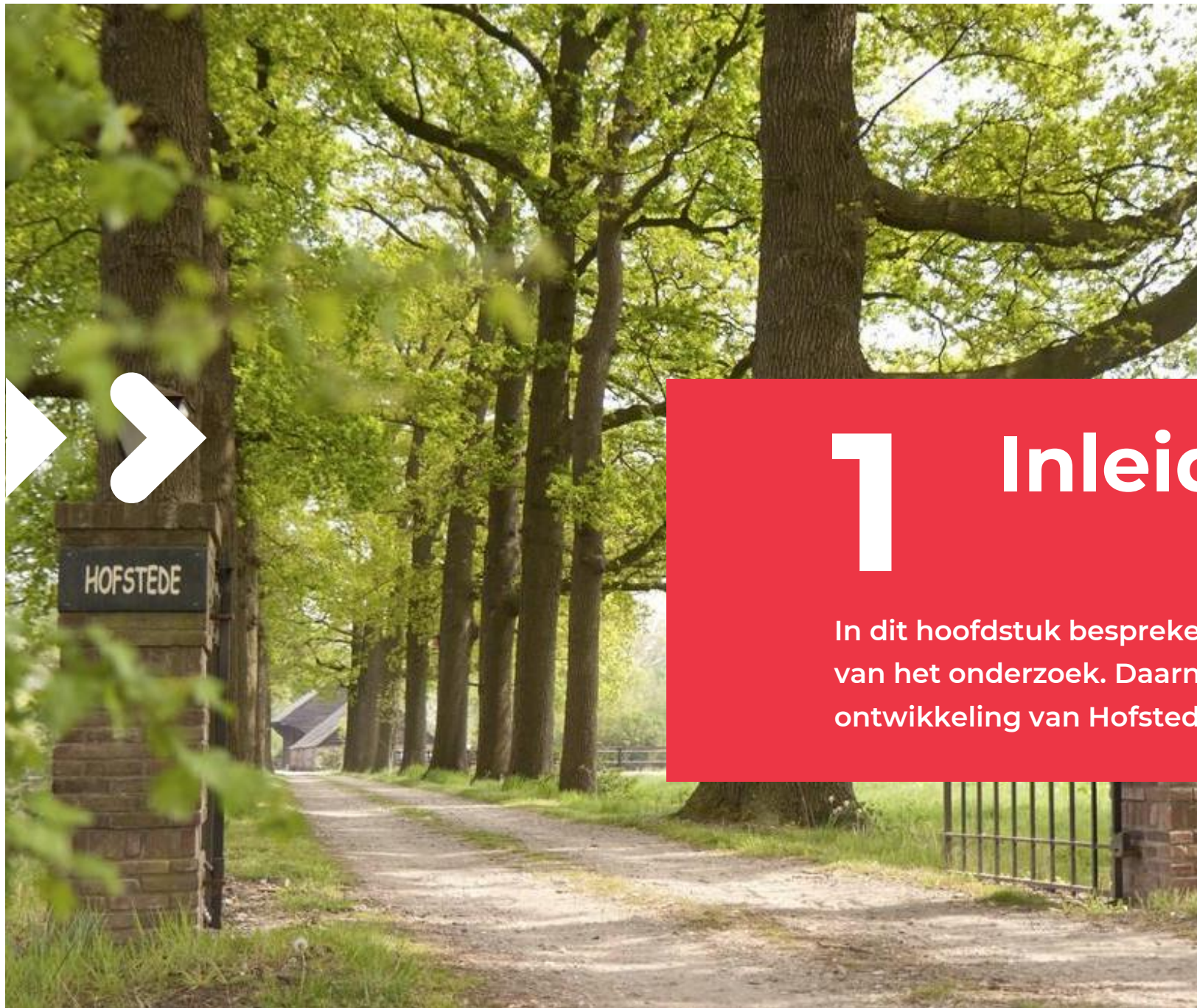
BEHOEFTEONDERZOEK

Februari 2023 | Den Bosch
Besteknr: G-VT-22094



INHOUD

Inleiding	3
Beleidsanalyse	8
Aanbodstructuur marktregio	13
Behoefte Hofstede Hooybroeck	17
Benchmark	30
Locatie van de ontwikkeling	42
Conclusies	44
Bijlagen	46



1 Inleiding

In dit hoofdstuk bespreken we de aanleiding en de vraagstelling van het onderzoek. Daarnaast gaan we in op de beoogde ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck.

AANLEIDING EN VRAAGSTELLING

Aanleiding

In de gemeente Woudenberg (De Steeg 7, Woudenberg) ligt Hofstede Hooybroeck. Hofstede Hooybroeck ligt aan het Valleikanaal en de Grebbelinie. Het is een gerenoveerde woonboerderij die momenteel gebruikt wordt als groepsaccommodatie voor groepen van 22-25 personen. Hofstede Hooybroeck is onderdeel van de activiteiten van een groter geheel genaamd 'De Boerenstee'. De Boerenstee biedt logies, activiteiten en vergaderlocaties.

De eigenaar wil op termijn de locatie van Hofstede Hooybroeck afzonderen van de rest van de activiteiten van De Boerenstee. Om deze locatie dan rendabel te maken is een uitbreiding van de activiteiten nodig. De uitbreiding gaat om 10 huisjes (in de vorm van jaarronde verhuur van eco-lodges) en 16 tentplaatsen (glamping tenten of kampeerplaatsen). Het bestemmingsplan biedt nog niet de benodigde ruimte voor dit gewenste verblijfsrecreatieve volume.

In het kader van beoordeling om medewerking te verlenen aan een bestemmingsplanwijziging vraagt de gemeente Woudenberg om een behoefteonderzoek. Aan Ginder is gevraagd dit behoefteonderzoek uit te voeren. Er is besloten dit te doen in de vorm van een analyse van het aanbod en het doorlopen van de Ladder voor duurzame verstedelijking. In deze rapportage worden de onderzoeksresultaten weergegeven en presenteren we de conclusies aangaande het behoefteonderzoek.

Vraagstelling

De vraagstelling voor dit onderzoek is tweeledig:

1. Welke recreatieparken (campings/vakantieparken) liggen er in de marktregio?
2. Is er voldoende marktruimte (is er voldoende behoefte) voor de toevoeging van de gewenste (camping)-voorzieningen?



LEESWIJZER EN DEFINITIES

Leeswijzer

Na een introductie van Hofstede Hooybroeck en de beoogde plannen gaat hoofdstuk 2 in op een toets van deze plannen aan het provinciale (provincie Utrecht), regionale en gemeentelijke (gemeente Woudenberg) beleid. Hoofdstuk 3 beschrijft vervolgens de marktregio en de aanbodstructuur in deze marktregio. Vervolgens wordt de Ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen en bepalen we dus de behoefte aan de ontwikkeling. Dit wordt gedaan in hoofdstuk 4. Daaropvolgend is een benchmark uitgevoerd om de prijs-kwaliteit verhouding van de ontwikkeling te beoordelen en mee te laten wegen in de behoefte naar de plannen. Deze benchmark wordt getoond in hoofdstuk 5. In hoofdstuk 6 wordt vervolgens gekeken of de beoogde ontwikkeling binnen of buiten bestaand stedelijk gebied gelegen is. Onze conclusies worden in hoofdstuk 7 gepresenteerd. Tot slot, zijn in hoofdstuk 8 de bijlagen opgenomen. Indien relevant wordt hier in de eerdere hoofdstukken 1 t/m 7 naar verwezen.

Definities

In deze rapportage gebruiken we vaak de termen vakantiepark (huisjes) en camping (kampeerplaats). We houden hiervoor, zo goed als mogelijk, de definities van het CBS aan van respectievelijk 'huisjesterrein' en 'kampeerterrein'.

- › *Huisjesterrein*: een terrein met een aantal zomerhuisjes, stacaravans, (vakantie)-bungalows of (vakantie-)appartementen, die hoofdzakelijk voor verhuur door de exploitant of beheerder van het complex beschikbaar zijn. Appartementen die verhuurd worden met hoteldienstverlening worden niet als huisjescomplex beschouwd. Appartementen zonder hoteldienstverlening, die vaak deel uitmaken van een groter gebouw, worden beschouwd als bungalow of zomerhuisje. Een ondergrens voor een huisjesterrein is 10 slaapplekken.
- › *Kampeertterrein*: een terrein of een deel van een terrein met toeristische slaapplekken, waarop kan worden overnacht in tenten, toercaravans, kampeerauto's, tenthuisjes of trekkershutten. Een ondergrens voor een kampeertterrein is minimaal 4 toeristische plaatsen.

HOFSTEDE HOOYBROECK

Hofstede Hooybroeck

Hofstede Hooybroeck is gelegen op de Utrechtse Heuvelrug. Het betreft een woonboerderij uit 1913, welke beschikbaar is voor groepsverblijven tot 25 personen. De accommodatie heeft 10 slaapkamers met elk een eigen badkamer, een woonkamer, keuken en een grote tuin. De tuin is gelegen aan de Liniedijk, naast het Valleikanaal.

Op dit moment is Hofstede Hooybroeck nog onderdeel van de Boerenstee. De Boerenstee biedt accommodaties, vakantieverblijven en vergaderlocaties voor 2 tot 36 personen. Het doel is om in de komende jaren Hofstede Hooybroeck als zelfstandige onderneming door te laten gaan, en los te koppelen van de Boerenstee. Om de onderneming op die manier levensvatbaar te maken is het van belang het concept op een goede manier neer te zetten en uit te breiden. Het idee is om een natuurcamping toe te voegen aan de bedrijfsexploitatie met 10 huisjes (eco-lodges) en 16 tentplaatsen (glamping tenten of kampeerplaatsen).

Uitbreiding

Het doel is het opzetten van een natuurcamping met veel rust, groen en ruime plaatsen. Om het rustieke karakter van de locatie in stand te houden zal het gaan om:

- **maximaal 26 plaatsen;**
- **Grondoppervlak van 175 M²** per plaats/accommodatie;
- **16 plaatsen** bestemd voor *tenten, campers en caravans;*
- **10 plaatsen** bestemd voor *verhuur van unieke, ecologische en zelfvoorzienende huisjes.* Twee zespersoons accommodaties, zes

vierpersoonsaccommodaties en twee tweepersoons accommodatie. Deze accommodaties beschikken over eigen sanitair.

- Een centraal **toiletgebouw/afwasplaats** (ca. 20 m²);
- Een **kleine kantine** (ca. 30 m²) voor samenkomst en ontmoeting met andere gasten.

Doelgroep

De doelgroep die bij deze opzet past (en de ondernemers ook aan willen gaan spreken) is het gezin of stel dat opzoek is naar het échte kamperen. Ze zijn op zoek naar rust, eenvoud en natuur, wat ook steeds vaker op kleinschalige campings wordt gezocht. Zoals benoemd is natuur van belang voor de doelgroep maar ook cultuur speelt een rol in het concept. De locatie is gevestigd langs de Grebbelinie, met een rijke cultuurhistorie. Hier zal in de toekomst meer aandacht aan geschonken worden om zo de juiste doelgroep te trekken. Verder zal Hofstede Hooybroeck twee maanden per jaar beschikbaar worden gesteld voor bruiloften, wat een specifieke doelgroep vormt als evenement inclusief verblijf. De groepsaccommodatie is van groot belang voor dit deel van het concept.

Prijsniveau

Het prijsniveau is gemiddeld. De prijs voor de huisjes wordt geschat op € 750,- per 7 nachten en de prijs voor een kampeerplaats op € 22,- per nacht.

Bereikbaarheid

Per auto vanaf de A12/30 richting de N224/226 is Hofstede Hooybroeck centraal gelegen in Nederland. Na deze hoofdweg is een stuk over

landwegen niet uit te sluiten om op de locatie te komen. Met het openbaar vervoer is het lastiger om Hofstede Hooybroeck te bereiken. An sich is dit minder erg voor een verblijfsrecreatief bedrijf aangezien de doelgroep vaak met de auto komt.

Overige kwalitatieve verbeteringen/faciliteiten

De natuur zal meer tot zijn recht komen door ontwikkeling van bijvoorbeeld een voedselbos, het vitaliseren van de boomgaard, een pluktuin en extensieve beweiding. Door de realisatie hiervan wordt extra bijgedragen aan een biodiverse, bloemrijke en groene omgeving.

De ideeën zijn als volgt:

- **Voedselbos en pluktuin:** de uitvoering van een voedselbos en pluktuin zal in samenwerking met een externe partij worden gerealiseerd. Namelijk met Stichting Het Utrechts Landschap. Zoals op de schets rechts (Afbeelding 1.1.) weergegeven is het voedselbos linksboven gelegen. De pluktuin ligt aansluitend aan beide kanten naast de oprijlaan richting Hofstede Hooybroeck. Aan het begin van de oprijlaan (aan de zijde van de logies) zal een rustpunt gerealiseerd worden met verkooppunt waar lokale producten verkocht worden.
- **Vitalisering boomgaard:** voorheen had het terrein van Hofstede Hooybroeck een boomgaard. Deze oude boomgaard wordt nu gebruikt als weide voor paarden. Het doel is om deze oude boomgaard in ere te herstellen.
- **Extensieve beweiding:** hiermee wordt het stuk grond (2 ha.) ontwikkeld zoals linksonder op de schets weergegeven. Extensieve beweiding kan worden gerealiseerd door middel van bijvoorbeeld schapen. Op deze manier wordt de basis een wat ruiger grasland.



Afbeelding 1.1: Schets toekomstige indeling en uitbreiding Hofstede Hooybroeck.



2 Beleidsanalyse

In dit hoofdstuk toetsen we het plan aan het provinciale (provincie Utrecht), regionale en gemeentelijke (gemeente Woudenberg) beleid recreatie & toerisme.

BELEID PROVINCIE, REGIO EN GEMEENTE

Om te kijken in hoeverre de ontwikkeling aansluit bij de behoeften vanuit de publieke sector is een uitgebreide beleidsanalyse uitgevoerd. De volgende documenten zijn hiervoor bestudeerd:

- › Coalitieakkoord provincie Utrecht;
- › Ontwerp omgevingsverordening provincie Utrecht 2022;
- › Ontwerp omgevingswetprogramma recreatie & toerisme 2022-2025 provincie Utrecht;
- › Visie op toerisme van de provincie Utrecht (websitepagina);
- › Leefstijlonderzoek provincie Utrecht;
- › Perspectief bestemming Heuvelrug 2030;
- › Agenda bestemming Heuvelrug 2022-2025;
- › Coalitieakkoord gemeente Woudenberg;
- › Structuurvisie Woudenberg 2030;
- › Bestemmingsplan buitengebied Woudenberg.

Een (uitgebreide) samenvatting van het provinciale beleid is te vinden in Bijlage A, Het regionale beleid vatten we samen in Bijlage B en het gemeentelijke beleid in Bijlage C.. De belangrijkste punten waaraan getoetst moet worden zijn:

- › Er is geen sprake van permanente bewoning of andere vormen van strijdig gebruik (anders dan recreatie en toerisme);
- › Er wordt ingezet op circulariteit en duurzaamheid;
- › Er wordt ingezet op (een versterking van) de biodiversiteit;
- › Er wordt ingezet op natuurbehoud of zelfs natuurontwikkeling;
- › Er wordt aangesloten bij regionaal cultureel erfgoed;
- › Er wordt ingezet op inclusiviteit;

- › Er wordt bijgedragen aan de leefbaarheid van de regio. De verblijfsrecreatie draagt bij aan de brede welvaart van de regio;
- › Er wordt bijgedragen aan een vergroting van de sociale waarde (saamhorigheid, trots) van bewoners uit de regio;
- › Er wordt ingezet op een goede match tussen vraag en aanbod: een ontwikkeling gericht op avontuur-, plezier-, stijl- en inzichtzoekers zou daarvoor kansrijk zijn;
- › De ontwikkeling draagt bij aan de diversiteit van verblijfsaanbod in de regio;
- › Er wordt ingezet op betere recreatieve ontsluiting van de Grebbelinie;
- › Er wordt ingespeeld op de vraag naar spreiding in ruimte binnen de provincie Utrecht;
- › Er wordt ingespeeld op de vraag naar spreiding in tijd (seizoenverlenging) binnen de provincie Utrecht.

Aan deze punten toetsen we in de volgende paragraaf de ontwikkeling.

TOETS AAN BELEID PROVINCIE, REGIO EN GEMEENTE

Beleidspunt	Toets
Geen sprake van permanente bewoning of andere vormen van strijdig gebruik.	De kampeerplaatsen en huisjes die worden gerealiseerd zullen allemaal voor de verhuur zijn, hierbij wordt permanente bewoning of een andere vorm van strijdig gebruik uitgesloten.
Inzetten op circulariteit en duurzaamheid	De ecolodges (huisjes) die worden gerealiseerd zullen zelfvoorzienend worden. Dit is een duurzame manier van verblijfsrecreatie, waarbij circulariteit ook een rol speelt. Met deze ontwikkeling wordt dan ook goed ingespeeld op circulariteit en duurzaamheid.
Inzetten op (een vergroting van) de biodiversiteit	De ambitie is om een verscheidenheid aan natuurontwikkeling te realiseren. Zoals eerder benoemd gaat het om een voedselbos, pluktuin, vitalisering van de boomgaard en extensieve beweiding. Hiermee wordt een biodiverse, bloemige en natuurvriendelijke omgeving gecreëerd. Dit sluit tevens aan op de inzet op de vergroting van biodiversiteit en natuurontwikkeling (zie volgende beleidspunt).
Inzetten op natuurbehoud en/of –ontwikkeling	Zie toelichting voorgaand punt.
Aansluiten bij cultureel erfgoed	De Grebbelinie is een waterlinie waarlangs Hofstede Hooybroeck ligt. De ambitie is om een activiteit te realiseren voor de gasten om zo ook een stuk cultuurhistorie/erfgoed tot leven te brengen en de omgeving hier goed bij te betrekken. Het concept sluit dus goed aan bij dit beleidspunt.
Inzetten op inclusiviteit	De ontwikkeling zal vooral gericht zijn op het terug brengen van natuur op de meest duurzame manier. Met deze insteek is het lastig om volledig toegankelijk te zijn voor bijvoorbeeld rolstoelgebruikers. Denk bijvoorbeeld aan het toevoegen van houtsnippers. De grotere ruimtes zijn wel toegankelijk met een rolstoel (parkeerplaats naastgelegen). Wel wordt ingezet op inclusiviteit van meerdere doelgroepen en marktsegmenten. Met de ecolodges (iets vermogendere doelgroep) zullen andere doelgroepen getrokken worden dan met het kampeerterrein/de glampingtent (minder vermogende doelgroep).
Bijdragen aan leefbaarheid en brede welvaart	Er zullen niet veel voorzieningen op de locatie worden toegevoegd. Het streven is om hiervoor samenwerkingen aan te gaan met andere ondernemers in de regio, zodat zij ook profiteren. Gasten die overnachten bij Hofstede Hooybroeck zullen hun geld in de regio uitgeven en niet bij de verblijfsaanbieder. Dit draagt bij aan voorzieningenbehoud en zo de leefbaarheid en brede welvaart. Doordat de omvang van de ontwikkeling gering is, is deze bijdrage beperkt.
Bijdragen aan een vergroting van de sociale waarde in de regio	Op het punt sociale waarde wordt ingezet aan de hand van de verkoop van lokale producten. Eenieder kan hier gebruik maken van een rustpunt en lokale producten kopen. De ondernemers zijn trots op de lokale producten van de regio en stralen dit hiermee naar buiten toe uit.

Beleidspunt	Toets
Ontwikkeling gericht op avontuur-, stijl-, plezier- en/of inzichtzoekers	De hoofddoelgroep is de verbindingszoeker, op zoek naar rust, ruimte en natuur, met fijne kampeerplaatsen. Aangezien er ook activiteiten zijn in relatie tot cultuurhistorie en natuur, met op Hofstede Hooybroeck duurzame en goede lodges zal een inzichtzoeker en een avontuurzoeker zich ook thuis voelen. Er wordt dus goed aangesloten bij dit beleidspunt. Er worden doelgroepen bediend die tot nu toe onvoldoende bediend worden in de regio.
Ontwikkeling zorgt voor meer diversiteit in het verblijfsaanbod van de regio	De combinatie van ruime kampeerplaatsen met ecolodges, groepsaccommodatie en serieuze inzet op natuurontwikkeling is in de regio nog niet op deze manier in de markt gezet. Het is een unieke combinatie. Dit zorgt voor meer diversiteit in het verblijfsaanbod. Zeker ook omdat het aantal kampeerplaatsen in de regio steeds minder groot wordt.
Inzetten op een betere recreatieve ontsluiting van de Grebbelinie	Zie toelichting punt 'aansluiting bij cultureel erfgoed'. Sowieso zorgen extra verblijfsmogelijkheden op korte afstand van de Grebbelinie voor een betere recreatieve ontsluiting van de Grebbelinie.
Ontwikkeling zorgt voor spreiding in ruimte	De verblijfsrecreatieve ontwikkeling bij Hofstede Hooybroeck zorgt voor spreiding in ruimte binnen de gemeente Woudenberg. Er is namelijk een cluster van verblijf rondom het Henschotermeer. Hofstede Hooybroeck is gelegen op een andere locatie in het buitengebied. Er is dus sprake van spreiding in ruimte. Ook binnen de provincie Utrecht, waar Utrecht als stad toeristisch heel druk wordt, draagt de ontwikkeling enigszins bij aan spreiding.
Ontwikkeling zorgt voor spreiding in tijd	De ontwikkeling zorgt voor een combinatie van kampeerplaatsen en ecolodges, hierdoor is het mogelijk om een jaarrond exploitatie te draaien. In het schouderseizoen worden er twee maanden vrij gehouden voor bruiloften. Dit zorgt voor extra opvulling in specifieke maanden waarin er anders een lagere bezetting zou zijn. Sowieso zal de combinatie met de groepsaccommodatie zorgen voor spreiding in tijd. Groepen gaan namelijk relatief vaak op vakantie in het schouder- en laagseizoen.

CONCLUSIE

Uit voorgaande beleidsanalyse blijkt dat de ontwikkeling over het algemeen goed aansluit bij het provinciale, regionale en gemeentelijke beleid.

Deze goede aansluiting komt met name door het unieke concept dat wordt aangeboden. De combinatie van ruime kampeerplaatsen, ecolodges die zelfvoorzienend zijn, de combinatie met de groepsaccommodatie en een speciale inzet op natuurontwikkeling maakt dat veel punten goed aansluiten. Denk bijvoorbeeld aan diversiteit in het aanbod, inzet op circulariteit, duurzaamheid, biodiversiteit en natuurontwikkeling. Verder wordt er ook ingezet op cultuur door een stuk cultuurhistorie te verbinden aan een nieuw te ontwikkelen activiteit, om zo ook de Grebbelinie tot leven te brengen en goed gebruik te maken van de unieke aspecten van de omgeving.

Waar geen directe aansluiting bij gevonden kan worden is inclusiviteit. Dit heeft met name te maken met het grote aspect van natuurontwikkeling. Dit maakt de uitdaging om hier goed op in te zetten. Hier zou wel aandacht aan gegeven kunnen worden in de vaste accommodaties, aangezien deze dichtbij de parkeerplaatsen aanwezig zijn.



3 Aanbodstructuur marktregio

In dit hoofdstuk definiëren we de marktregio en gaan we dieper in op de recreatieparken (vakantieparken/campings) die er in de regio gelegen zijn.

DEFINITIE MARKTGEBIED

Het marktgebied voor het bepalen van de marktbehoefte beslaat de volgende gemeenten: Amersfoort, Leusden, Renswoude, Rhenen, Soest, Utrechtse Heuvelrug, Veenendaal, Woudenberg, Zeist, Barneveld, Ede, Scherpenzeel en Wageningen. Om dit marktgebied te bepalen is antwoord gegeven op twee vragen:

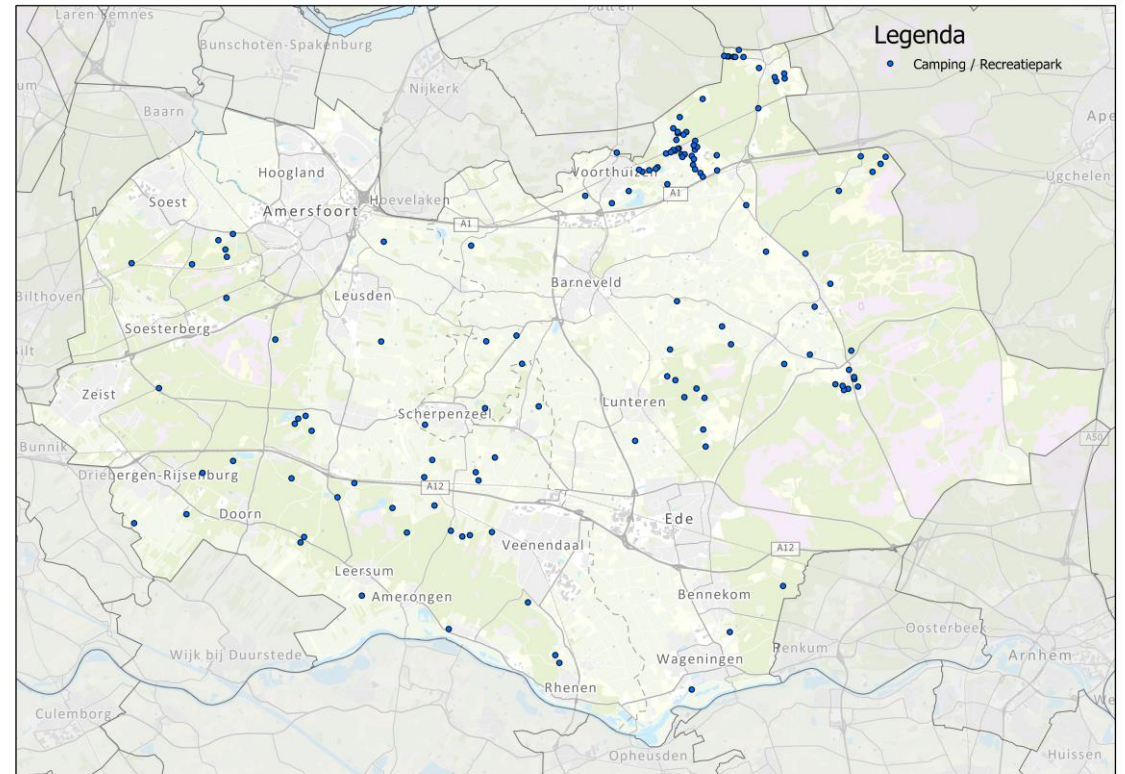
- Welk gebied zien toeristische gasten als een bestemming voor hun vakantie? Ontwikkelingen in dit gebied hebben namelijk invloed op andere verblijfsrecreatie in het gebied.
- Hoe groot is het gebied dat een eigen kenmerkende uitstraling, identiteit en marktfocus heeft?

Aangezien Woudenberg en de specifieke locatie van Hofstede Hooybroeck net op een grensgebied ligt van regio Gelderse Vallei, 't Gooi en Utrechtse Heuvelrug is ervoor gekozen om verschillende gemeenten mee te nemen in de marktregio om zo tot een combinatie van deze drie gebieden te komen.

Ons inziens, en in overleg met de opdrachtgever en de gemeente, is het antwoord op beide vragen de bovengenoemde gemeenten, zoals ook weergegeven en afgebakend in Afbeelding 3.1.

Natuurlijk zijn er verschillende gebieden in midden-Nederland waar de marktregio onder valt (qua uitstraling, identiteit en marktfocus). Toch is de combinatie van natuur, cultuurhistorie en de goede bereikbaarheid (ook naar grotere steden) echt het unique selling point van juist de gemeenten die opgenomen zijn in het marktgebied.

Om deze redenen is ervoor gekozen de combinatie van deze gemeenten uit regio Gelderse Vallei, 't Gooi en Utrechtse Heuvelrug als marktgebied voor deze toets van de marktbehoefte te beschouwen.



Afbeelding 3.1. De marktregio waarin Hofstede Hooybroeck gelegen is.

CAMPINGS/VAKANTIEPARKEN IN HET MARKTGEBIED

Overzicht campings en vakantieparken in het marktgebied

Bij de gemeenten gelegen in het marktgebied is het aanbod campings en vakantieparken (incl. aantal eenheden) opgevraagd. Dit aanbodbestand is daarna verrijkt middels deskresearch (Google Maps en sites van de verblijfsaanbieders). Zo zijn we tot het aanbod gekomen als weergegeven in Afbeelding 3.2. Het aanbod op campings en vakantieparken in het marktgebied bestaat uit 137 aanbieders die gezamenlijk beschikken over ca. 18.600 eenheden:

- › 6.305 recreatiewoningen;
- › 4.844 toeristische kampeerplaatsen;
- › 2.184 seizoensplaatsen;
- › 2.871 jaarplaatsen;
- › 2.300 verhuuraccommodaties;
- › 118 camperplaatsen.

Op veel toeristische kampeerplaatsen zijn ook campers welkom. Van de 137 aanbieders zijn er 45 kleinschalig (<25 eenheden).

Benchmark aanbodstructuur

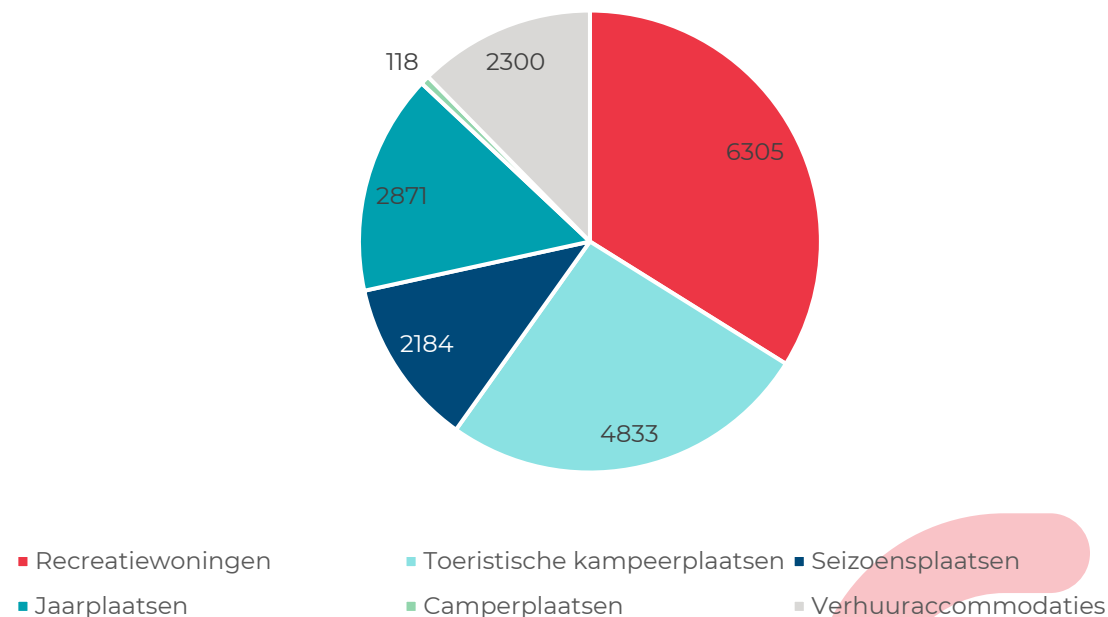
Recreatiewoningen zijn veelal gelegen op bungalowparken en de rest van de typen plaatsen is veelal gelegen op campings/mix-bedrijven. De verhouding eenheden op bungalowparken en eenheden op campings/mix-bedrijven in het marktgebied bedraagt daarmee 0,51. Landelijk gezien ligt dit op ca. 0,5. Het marktgebied loopt dus goed in de pas hiermee. Wel zien we dat het aantal permanente eenheden op campings groter is dan gemiddeld in Nederland.

Kwaliteit aanbod

De kwaliteit van het aanbod is over het algemeen goed. Op basis van Google Reviews scoren slechts 3 aanbieders een score lager dan 3,5 (onvoldoende). De rest van de aanbieders scoort een voldoende. 37 aanbieders scoren zelfs zeer goed (>4,4).

Afbeelding 3.2. Verdeling eenheden in het marktgebied.

Aantal eenheden in marktgebied



AANBODONTWIKKELING

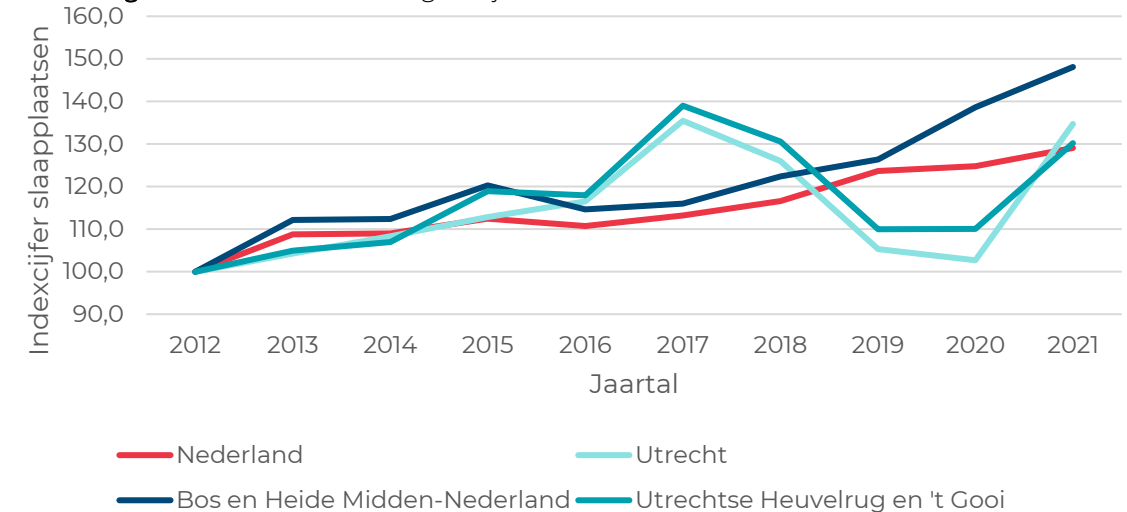
Aanbodontwikkeling huisjesterreinen

In Afbeelding 3.3. wordt de aanbodontwikkeling op huisjesterreinen getoond. In Bijlage D is de volledige analyse opgenomen. Het aanbod op huisjesterreinen ontwikkelt zich snel. Zeker de afgelopen jaren zijn er veel nieuwe slaapplekken op huisjesterreinen bij gekomen. De Utrechtse Heuvelrug en 't Gooi kent over de periode 2012 t/m 2021 een ongeveer even snelle ontwikkeling dan landelijk, respectievelijk 30,2% en 34,8%. Opvallend is dat de aanbodontwikkeling landelijk meer geleidelijk is gegaan dan in het gebied de Utrechtse Heuvelrug en 't Gooi. Gelukkig is de vraag naar huisjesterreinen nog sneller gestegen (zie Bijlage E). Dit zorgt er uiteindelijk voor dat de bezetting over het algemeen stijgt (zie Bijlage F). Dat is positief nieuws met betrekking tot de marktbehoefte die er voor de beoogde ontwikkeling op Hofstede Hooybroeck is.

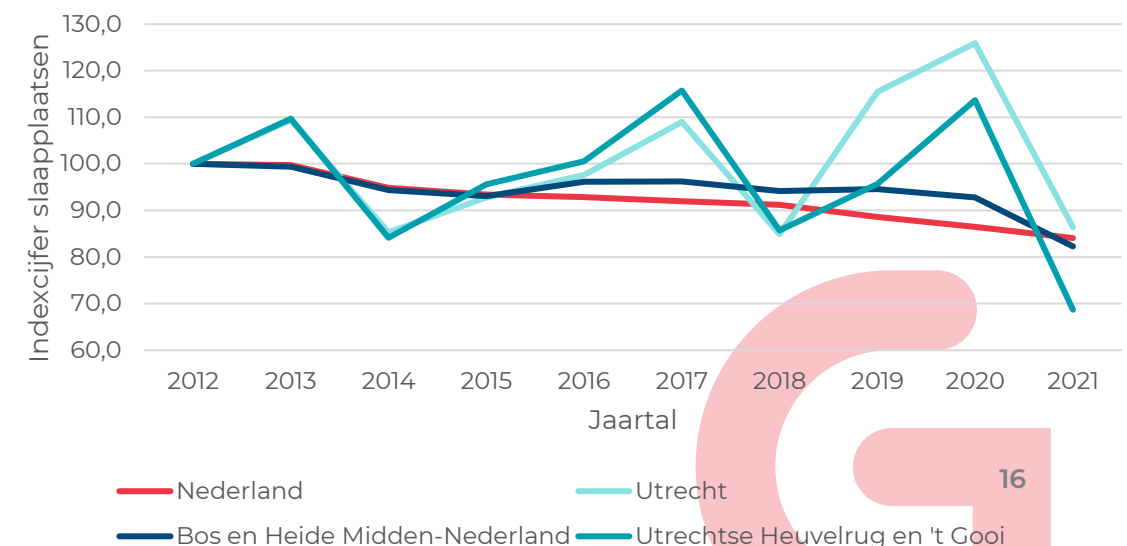
Aanbodontwikkeling kampeerterreinen

Afbeelding 3.4. toont de aanbodontwikkeling op kampeerplaatsen. In Bijlage G is de volledige analyse weergegeven. Het aantal slaapplekken op kampeerterreinen kent een dalende trend. Op de Utrechtse Heuvelrug en 't Gooi is het aanbod kampeerplaatsen in de periode 2012 t/m 2021 gedaald met maar liefst 31,3%. Dit is sneller dan de gemiddelde daling landelijk (17,7%). Landelijk was de vraag jarenlang ook dalend (zie Bijlage H), maar sinds 2017 stijgt deze. Dat geldt niet voor Utrecht en de regio Bos en Heide Midden-Nederland. In deze gebieden is de vraag voortdurend gestegen. Een stijgende vraag en dalend aantal slaapplekken betekent een stijging in de bezetting (zie Bijlage I), en dus een indicatie dat er marktbehoefte is voor de kampeerplaatsen in de beoogde ontwikkeling.

Afbeelding 3.3. Aanbodontwikkeling huisjesterreinen.



Afbeelding 3.4. Aanbodontwikkeling kampeerterreinen.





4 Behoeftede Hofstede Hooybroeck

In dit hoofdstuk kijken we of er voldoende behoefte is voor de ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck. We doen dit aan de hand van een onderbouwing voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.

INLEIDING EN METHODIEK

Toevoeging aantal plaatsen/accommodaties

In dit hoofdstuk wordt de behoefte voor de ontwikkeling vanuit de toeristische verhuurmarkt bepaald. Hiervoor is het belangrijk dat er voldoende marktruimte is. Zoals beschreven in hoofdstuk 1 zal Hofstede Hooybroeck de volgende logies toevoegen:

- › 10 huisjes (in de vorm van jaarronde verhuur van ecolodges);
- › 16 kampeer- en/of glamping tentplaatsen.

Op basis van de definities van het CBS voor huisjesterreinen en kampeerterreinen (zie hoofdstuk 1) is de concrete vraag dus of er marktruimte is voor 10 recreatiewoningen en 16 kampeerplaatsen.

Werkwijze

Om aan te kunnen tonen of er voldoende marktbehoefte is voor de beoogde ontwikkeling doorlopen we de Ladder voor duurzame verstedelijking. Binnen de Ladder voor duurzame verstedelijking staan twee vragen centraal:

1. Is er behoefte aan de beoogde te realiseren huisjes en kampeerplaatsen vanuit de markt?
2. Is de ontwikkeling gelegen binnen of buiten bestaand stedelijk gebied en indien deze buiten het bestaand stedelijk gebied gelegen is, kan deze ontwikkeling niet gerealiseerd worden binnen bestaand stedelijk gebied?

Concreet is onze werkwijze als volgt:

- › Eerst bepalen we het **marktgebied** van de ontwikkeling. Het marktgebied is in het vorige hoofdstuk vastgesteld.

- › Vervolgens analyseren we de **marktruimte als gevolg van de reguliere vraaggroei**. De marktruimte vanuit de reguliere vraaggroei beantwoordt de vraag: is er op termijn voldoende ruimte voor de nieuwe huisjes en kampeerplaatsen zonder dat dit in te grote mate ten koste gaat van bestaand aanbod? We gebruiken hiervoor een extrapolatie van de historische vraaggroei, maar besteden ook aandacht aan trends en ontwikkelingen. Daarnaast kijken we ook naar de (toekomstige) wijzigingen in het huidige aanbod in het marktgebied. Op deze manier ramen we het benodigde aantal nieuwe huisjes en kampeerplaatsen in de marktregio.

- › Daarna brengen we de **additionele vraag** in beeld. Als een concept onderscheidend genoeg is in een marktregio, kan het ook zelfstandig (dus niet vanuit de reguliere vraaggroei) nieuwe markten aantrekken naar het marktgebied.

- › Tot slot trekken we een **conclusie** voor de gehele marktruimte voor huisjes en kampeerplaatsen in het marktgebied door het cijfer vanuit de marktruimte vanuit de reguliere vraag op te hogen met een ons inziens realistisch cijfer voor additionele vraag.

We ramen de marktruimte voor een periode tot en met 2032. Het ramen van de marktruimte voor een periode van ca. 10 jaar is marktconform in de verblijfsrecreatie. De volledige realisatie van de ontwikkeling zal naar verwachting nog wel enkele jaren in beslag nemen.

BEHOEFTE VANUIT REGULIERE VRAAG

In deze paragraaf wordt de marktruimte vanuit reguliere vraag voor nieuwe huisjes en kampeerplaatsen in het marktgebied geraamd. De marktruimte gaat in op de vraag hoeveel huisjes en kampeerplaatsen in de toekomst (t/m 2032) kunnen worden gerealiseerd om aan de 'reguliere' toeristische vraag te voldoen, zonder dat de gemiddelde bezetting van de accommodaties onder de normbezetting daalt/licht. De *normbezetting* is de bezetting die in een regio moet worden behaald zodat de ondernemer/exploitant rendabel kan draaien, een goede boterham kan verdienen én er voldoende investeringsruimte overblijft. Het is namelijk ook belangrijk dat in de toekomst voldoende wordt geïnvesteerd om aan te blijven sluiten bij de wensen van de toekomstige gast.

Om de bezetting te berekenen is gerekend met cijfers van 2019, aangezien de cijfers van 2020 en 2021 door de coronacrisis niet representatief zijn en alle beschikbare cijfers voor 2022 nog voorlopig zijn. Wel is er, op basis van onderzoeken en metingen die intussen uitgevoerd zijn, interviews met verblijfsaanbieders in de regio en HISWA-RECRON (zie Bijlage J), en de voorlopige cijfers van 2022 een correctie gemaakt op de cijfers uit 2019.

Methodiek bepaling marktruimte

Om de marktruimte te bepalen is de volgende methodiek gehanteerd:

- › De basis van de raming is een trendextrapolatie. De verwachte omvang van de vraag is gebaseerd op de historische ontwikkeling van het aantal overnachtingen (de vraag) in de deelmarkten huisjes en kampeerplaatsen. De historische ontwikkeling is in kaart gebracht aan de hand van vraagcijfers van het CBS (2012-2019). Op basis hiervan is een

gemiddelde jaarlijkse groeivoet voor de deelmarkten berekend.

- › De trendextrapolatie wordt verfijnd met factoren die de vraaggroei kunnen beïnvloeden, zoals groeiprognoses en trends in de sector en samenleving (zie Bijlage K).
- › Aan de hand van de verfijning van deze trendextrapolatie stellen we de jaarlijkse groeivoeten op. We rekenen met een realistisch scenario (de verwachte groeivoet), een pessimistisch scenario (een groeivoet die lager ligt dan we nu verwachten) en een optimistisch scenario (een groeivoet die hoger ligt dan we nu verwachten) per deelmarkt.
- › Op basis van de jaarlijkse groeivoeten wordt de verwachte vraag voor 2032 berekend (het verwacht aantal overnachtingen per deelmarkt).
- › Deze vraag is vervolgens vertaald naar het aantal accommodaties (huisjes en kampeerplaatsen) dat nodig is om deze extra vraag te absorberen, door de groei aan overnachtingen te relateren aan de normbezetting die nodig is voor een duurzame toeristische exploitatie van huisjes en kampeerplaatsen.
- › Als laatste stap moet het benodigd aantal extra eenheden vergeleken worden met de huidige harde planvoorraad. Dit zijn de daadwerkelijke plannen voor nieuwe (of het uit de markt halen van) huisjes en kampeerplaatsen in het marktgebied waarvan het bestemmingsplan al onherroepelijk is of de bouwvergunning al afgegeven is. Deze extra harde planvoorraad moet worden afgetrokken van de benodigde extra eenheden om de marktruimte vanuit de reguliere vraag te berekenen. De harde planvoorraad is opgevraagd bij gemeenten. Tevens is een check gedaan middels deskresearch op de harde plannen in het marktgebied.

De afbeelding hiernaast (Afbeelding 4.1) geeft de methodiek voor de berekening van de marktruimte vanuit de reguliere vraag visueel weer.

Raming marktruimte aantal huisjes en kampeerplaatsen

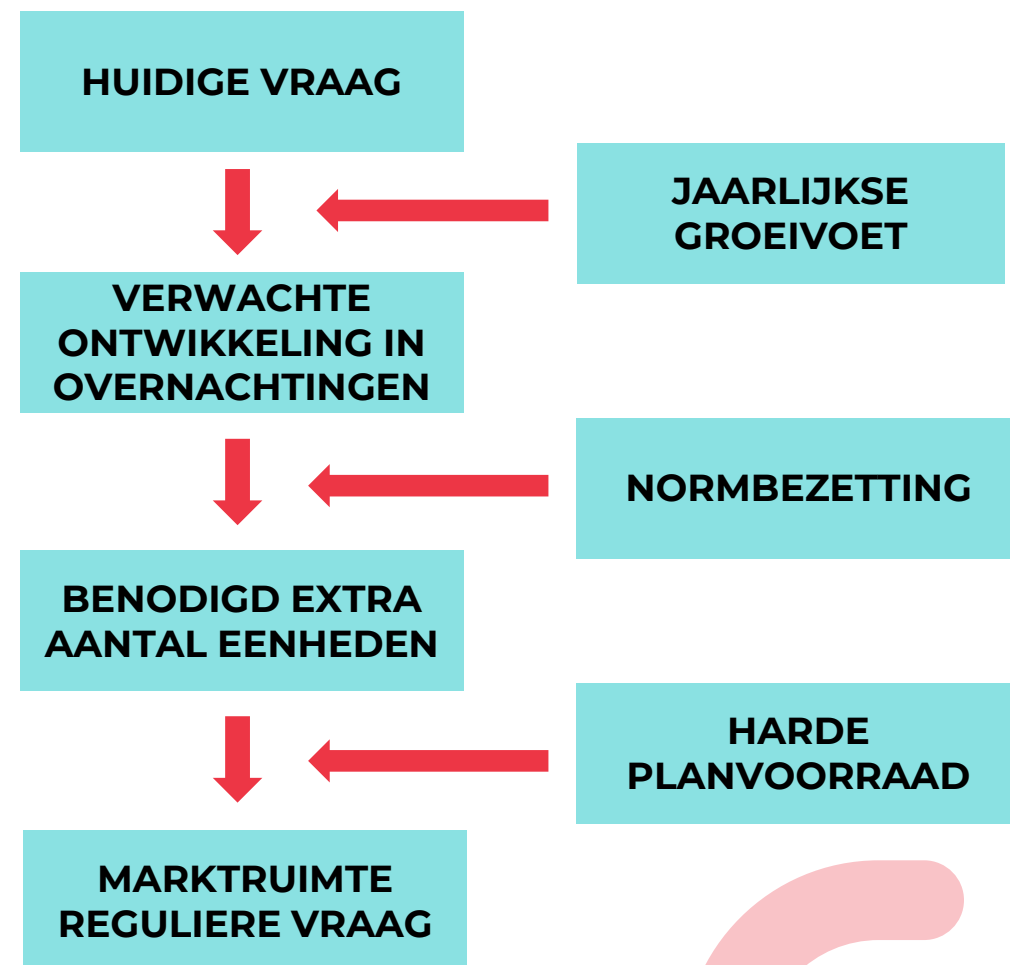
Op de volgende pagina worden de ramingen voor de marktruimte voor huisjes en kampeerplaatsen getoond. Aan de hand van de cijfers die voor de stappen in de raming staan lichten we de stappen vervolgens één voor één toe.

Op basis van de ramingen (Tabellen 4.1. en 4.2, volgende pagina) komen we dus tot de volgende ruimte voor nieuw aanbod in de periode 2022 – 2032 (vanuit reguliere vraaggroei):

- › **Pessimistisch scenario: 78 huisjes en 317 kampeerplaatsen;**
- › **Realistisch scenario: 520 huisjes en 870 kampeerplaatsen;**
- › **Optimistisch scenario: 982 huisjes en 1.474 kampeerplaatsen.**

Dit betekent dat er zelfs in het pessimistische scenario voldoende marktbehoefte is voor de 10 huisjes en 16 kampeerplaatsen. In het realistische scenario is hier, alleen al vanuit de reguliere marktgroei vanzelfsprekend ook voldoende marktbehoefte voor. Ditzelfde geldt, in nog grotere mate, voor het optimistische scenario. Na de ontwikkeling blijft er zelfs nog voldoende marktruimte over.

Afbeelding 4.1. Stappenplan raming marktruimte reguliere vraag.



Tabel 4.1. Raming marktruimte (uit reguliere vraaggroei) voor huisjes.

	Scenario	Pessimistisch	Realistisch	Optimistisch
1	Totaal accommodatienachten 2019	1.780.059	1.780.059	1.780.059
2	Groeipercentage vraag 2019-2022	0%	0%	0%
	Totaal accommodatienachten 2022	1.780.059	1.780.059	1.780.059
3	Groeipercentage vraag 2022-2032	1,6%	2,1%	2,6%
	Aantal accommodatienachten 2032	2.086.274	2.191.249	2.300.954
4	Normbezetting	65%	65%	65%
	Aantal benodigde huisjes 2032 marktgebied	8.794	9.236	9.698
	Huidig aantal huisjes marktgebied	8.605	8.605	8.605
5	Benodigde extra huisjes marktgebied	189	631	1.093
6	Harde planvoorraad	111	111	111
	Marktruimte nieuwe huisjes t/m 2032	78	520	982
	Ontwikkeling	10	10	10
	Overgebleven marktruimte	68	510	972

Tabel 4.2. Raming marktruimte (uit reguliere vraaggroei) voor kampeerplaatsen.

	Scenario	Pessimistisch	Realistisch	Optimistisch
	Totaal plaatsovernachtingen 2019	343.742	343.742	343.742
	Groeipercentage vraag 2019-2022	0%	0%	0%
	Totaal plaatsovernachtingen 2022	343.742	343.742	343.742
	Groeipercentage vraag 2022-2032	1,3%	2,3%	3,3%
	Aantal plaatsovernachtingen 2032	391.135	431.508	475.593
	Normbezetting	20%	20%	20%
	Aantal benodigde kampeerplaatsen 2032 marktgebied	5.358	5.911	6.515
	Huidig aantal kampeerplaatsen marktgebied	4.951	4.951	4.951
	Benodigde extra kampeerplaatsen marktgebied	407	960	1.564
	Harde planvoorraad	90	90	90
	Marktruimte nieuwe kampeerplaatsen t/m 2032	317	870	1.474
	Ontwikkeling	16	16	16
	Overgebleven marktruimte	301	854	1.458

Totale accommodatienachten (huisjes) en plaatsovernachtingen (kampeerplaatsen) 2019

Zoals eerder aangegeven gaan we uit van de cijfers van 2019 in deze raming (2020 en 2021 zijn niet representatief). Ten eerste zijn het aantal accommodatienachten en plaatsovernachtingen in het marktgebied in 2019 daarom geraamd. Dit is gedaan aan de hand van de aanbodgegevens en een bezettingspercentage.

Uit de analyse van het aanbod (hoofdstuk 3) blijkt dat er in het marktgebied de volgende eenheden te vinden zijn:

- › 6.305 recreatiewoningen;
- › 4.833 toeristische kampeerplaatsen;
- › 2.184 seizoenplaatsen;
- › 2.871 jaarplaatsen;
- › 118 camperplaatsen;
- › 2.300 verhuuraccommodaties (waarvan de meeste chalets/stacaravans).

Conform de definitie van het CBS delen we deze eenheden als volgt in

- › 4.951 eenheden op kampeerreinen (het aantal toeristische kampeerplaatsen plus het aantal camperplaatsen);
- › 8.605 eenheden op huisjesterreinen (het aantal recreatiewoningen plus het aantal verhuuraccommodaties).

De seizoen- en jaarplaatsen worden dus niet meegenomen in deze raming. Dit komt omdat dit vaste- in plaats van toeristische kampeerplaatsen zijn. Dit is een heel ander type markt. In de beoogde ontwikkeling worden er geen vaste plaatsen ontwikkeld.

Middels interviews met de regiomanager van HISWA-RECRON voor de provincies Gelderland en Utrecht (Stijn Boode) en interviews met verblijfsaanbieders in de regio (zie Bijlage J voor de belangrijkste punten uit deze interviews) zijn we gekomen tot de volgende gemiddelde jaarronde bezettingsgraden voor toeristische kampeerplaatsen en verhuuraccommodaties in het marktgebied in 2019:

- › Verhuuraccommodaties: 27%;
- › Kampeerplaatsen: 19%

Voor kampeerplaatsen is gerekend met bovenstaand percentage (19%) om het aantal plaatsovernachtingen te ramen. Voor huisjesterreinen is gerekend met een hoger percentage, namelijk 57%. Uit diverse monitors die adviesbureau Ginder heeft uitgevoerd blijkt namelijk dat de jaarronde bezetting van vakantiewoningen ca. 2,5x hoger is dan de gemiddelde bezetting van verhuuraccommodaties. Dit heeft alles te maken met het feit dat de meeste vakantiewoningen jaarrond in de verhuur staan en de meeste verhuuraccommodaties alleen gedurende het seizoen verhuurd worden. Daarom is er gerekend met een bezettingspercentage van 27% voor de verhuuraccommodaties en een bezettingspercentage van 67,5% voor de vakantiewoningen. Uitgaande van de verhoudingen verhuuraccommodaties (27%) en huisjes (73%) binnen het totale aanbod (eenheden op huisjesterreinen) komen we uit op een gemiddelde bezetting van 57% binnen dit segment.

Deze bezettingspercentages zijn gebruikt om tot het aantal accommodatie- en plaatsovernachtingen te komen voor 2019:

- › **Accommodatienachten huisjes: 1.780.059;**
- › **Plaatsovernachtingen kampeerplaatsen: 343.742.**

2

Groeipercentage vraag 2019-2022

Om toch vanuit het huidige jaartal 2022 te rekenen ramen we de vraaggroei over de periode 2019-2022. In januari 2023 heeft het NBTC de resultaten van de 14^e Vakantie Sentiment Monitor gepresenteerd. Dit zijn landelijke cijfers. Op basis van deze cijfers ramen we het verschil in overnachtingen op huisjesterreinen en kampeerterreinen tussen 2019 en 2022. In totaal zien we een kleine afname van het aantal overnachtingen (alle logiestypen) in Nederland van ca. 3%.

Het is echter gebleken dat huisjesterreinen en kampeerterreinen het veel minder zwaar hebben gehad dan gemiddeld in de logiesector. Hotels en groepsaccommodaties kenden immers een veel grotere vraagterugval dan huisjesterreinen en kampeerterreinen. Gegevens van hotels en groepsaccommodaties zijn ook meegenomen in de 3% daling. Uit cijfers van het CBS blijkt dat het aantal overnachtingen op huisjesterreinen in Utrecht in de periode 2019-2021 is gestegen met bijna 49%. Het aantal overnachtingen op kampeerterreinen in Utrecht is in dezelfde periode gestegen met bijna 55%. Voor de gehele regio Bos en Heide Midden-Nederland zijn ook positieve cijfers te tonen. Het aantal overnachtingen op huisjesterreinen is in deze regio gestegen met ruim 11% en het aantal overnachtingen op kampeerterreinen met bijna 13%. Het feit dat veel Nederlanders op vakantie in eigen land gingen gedurende de coronacrisis was de stuwende factor voor deze plotselinge snelle vraagontwikkeling. Het is niet realistisch om voor 2022 vergelijkbare cijfers als voor 2021 te verwachten. En zeker niet om hier voor de komende jaren (vanaf 2023) mee door te rekenen. Het is immers weer mogelijk om naar het buitenland op vakantie te gaan. Nederlandse verblijfsaanbieders kennen een sterke concurrentie van het buitenland.

3

Groeipercentage vraag 2022-2032

De gemiddelde jaarlijkse groei is de basis voor de groeivoet waarmee in deze marktruimte wordt gerekend. In Tabel 4.3 (volgende pagina) is de historische vraagontwikkeling (2012-2019) voor huisjesterreinen en kampeerterreinen in Utrecht en in het toeristisch landsdeel Bos en Heide Midden-Nederland weergegeven (bron: CBS).

Met de cijfers uit Tabel 4.3 kan de gemiddelde jaarlijkse groeivoet worden berekend. Voor huisjesterreinen in Utrecht is dit 0,4%, voor huisjesterreinen in Bos en Heide Midden-Nederland 5,13%, voor kampeerterreinen in Utrecht 3,16% en voor kampeerterreinen in Bos en Heide Midden-Nederland 1,39%. Ten behoeve van deze raming is besloten om een gemiddelde te nemen van de groeipercentages voor de provincie Utrecht en voor de regio Bos en Heide Midden-Nederland. Zo komen we uit op een **historische jaarlijkse groeivoet van 2,6% voor huisjesterreinen en 2,3% voor kampeerterreinen.**

Correctie historische vraagontwikkeling op basis van trends en prognoses
We corrigeren deze groeivoet op basis van trends en prognoses (zie volgende pagina):

- › Het NBTC (Vakantie Sentiment Monitor, januari 2023) verwacht voor het binnenlands verblijfstoerisme een groei van ca. 2% voor 2023 ten opzichte van 2022, voor toeristen uit Duitsland een groei van 8% en voor toeristen uit België een groei van 16%. De Nederlandse markt is verreweg de grootste herkomstmarkt voor verblijfsrecreatie in het marktgebied. Daarna volgt de Duitse markt en daarna de Belgische markt (met een klein maar groeiend aandeel).
- › In 2018 heeft NBTC Holland Marketing een prognose voor de toeristische markt in Nederland geformuleerd. Tot en met 2030 verwachtte het NBTC een gemiddelde jaarlijkse groei van het binnenlandse vakantieverkeer van 1,9% en voor het inkomende vakantieverkeer van 3,7%. Door de (effecten van) de coronacrisis mag

aangenomen worden dat dit jaarlijkse groeipercentage voor het inkomend vakantieverkeer lastig haalbaar is. Echter, mogelijk is het verwachte groeipercentage voor het binnenlandse vakantieverkeer juist weer behoudend te noemen.

- › De jaren 2012-2019 (de jaren waarover de gemiddelde jaarlijkse historische groeivoet berekend is) waren jaren van veel economische groei (hoogconjunctuur). Deze economische groei is de afgelopen jaren afgenomen. De Nederlandse Bank verwacht voor 2023 een economische groei van 0,8% en voor 2024 een economische groei van 1,6%. Over het algemeen gaat hoogconjunctuur gepaard met meer consumentenbestedingen en dus meer vraag naar verblijfsrecreatie dan laagconjunctuur.

Tabel 4.3 Historische vraagontwikkeling (aantal overnachtingen) huisjesterreinen en kampeerterreinen.

Jaartal	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Gemiddelde jaarlijkse groeivoet	Gemiddeld
Huisjesterreinen Utrecht	403.000	414.000	406.000	395.000	369.000	426.000	486.000	404.000	0,04%	2,6%
Huisjesterreinen Bos en Heide Midden-Nederland	3.941.000	4.333.000	4.331.000	4.723.000	4.510.000	5.209.000	5.155.000	5.594.000	5,13%	
Kampeesterreinen Utrecht	382.000	567.000	449.000	432.000	454.000	405.000	484.000	475.000	3,16%	2,3%
Kampeesterreinen Bos en Heide Midden-Nederland	3.348.000	3.334.000	3.391.000	3.280.000	3.182.000	2.964.000	3.332.000	3.688.000	1,39%	

› In 2022 was de inflatie torenhoog (ca. 10%). Voor 2023 wordt er een minder hoge, maar nog steeds forse, inflatie van 4,9% verwacht. Voor 2024 wordt een vergelijkbare inflatie van 5,0% verwacht. Het gemiddelde inkomen is het afgelopen jaar ook gestegen, maar niet zo snel als de inflatie. Dit zorgt voor een lagere koopkracht van consumenten. Enerzijds wordt verwacht dat dit veel impact heeft op de verblijfsrecreatie. Immers, vakantie is een luxe-product. Anderzijds is tijdens de coronacrisis gebleken dat mensen altijd behoefte zullen hebben aan een vakantie. Wellicht kiezen ze juist voor een vakantie dichterbij huis om de kosten te beperken. De marktregio is daarvoor een uitermate geschikte bestemming (zoals te zien was in de cijfers tijdens de coronacrisis).

› In Bijlage K zijn meer trends en ontwikkelingen opgenomen die invloed hebben op de toekomstige vraag naar huisjes en kampeerplaatsen en dus meegenomen zijn in de bepaling van de uiteindelijke groeivoet.

Zoals eerder vermeld rekenen we in dit onderzoek met drie groeivoeten: een groeivoet voor het pessimistische scenario, een groeivoet voor het realistische scenario en een groeivoet voor het optimistische scenario van vraagontwikkeling.

Op basis van de hiervoor genoemde trends en voorspellingen schatten we in dat de historische jaarlijkse groeivoet moet worden bijgesteld. We werken in deze raming met de volgende jaarlijkse groeivoeten:

› **Huisjes: pessimistisch scenario: 1,6%, realistisch scenario: 2,1% en optimistisch scenario: 2,6%.**

4

Normbezetting

Qua normbezetting rekenen we met de volgende percentages:

› **Recreatiewoningen:** 65%. Normaliter rekenen we met een gemiddelde landelijke normbezetting van 60% voor recreatiewoningen. Om twee redenen is besloten deze normbezetting naar boven bij te stellen. Ten eerste zijn de exploitatielasten het afgelopen jaar onder invloed van de inflatie gestegen. Een hogere bezetting is daardoor nodig om onder aan de streep hetzelfde over te houden. Daarbij zijn de benodigde middelen voor investeringen ook gestegen. Ten tweede schatten wij in dat de normbezetting in de marktregio hoger moet liggen dan gemiddeld in Nederland. Om voldoende gasten aan te spreken moeten recreatiebedrijven relatief veel bieden (veel voorzieningen en faciliteiten bieden). Meer dan bijvoorbeeld bedrijven op toeristische A-locaties.

› **Kampeerplaatsen:** voor kampeerplaatsen rekenen we met een normbezetting van 20%. Dit cijfers is ongeveer het landelijke gemiddelde waarbij al rekening is gehouden met de inflatie.

› **Kampeerplaatsen: pessimistisch scenario: 1,3%, realistisch scenario, 2,3% en optimistisch scenario 3,3%.**

Op basis van deze jaarlijkse groeipercentages is het aantal accommodatie- en plaatsovernachtingen in 2032 geraamd. We komen tot de volgende aantallen accommodatienachten en plaatsovernachtingen:

› **Accommodatienachten huisjes: pessimistisch scenario: 2.086.275, realistisch scenario: 2.191.249 en optimistisch scenario: 2.300.954.**

› **Plaatsovernachtingen kampeerplaatsen: pessimistisch scenario: 391.135, realistisch scenario: 431.508 en optimistisch scenario: 475.593.**

5

Benodigd aantal extra huisjes en kampeerplaatsen marktgebied 2032

Om tot het benodigd aantal huisjes en kampeerplaatsen voor 2032 in het marktgebied te komen zijn de volgende stappen gezet:

- › Op basis van de normbezettingen (65% en 20%) en de raming van het aantal accommodatienachten en plaatsovernachtingen is het benodigd aantal huisjes en kampeerplaatsen in 2032 berekend.
- › Het huidige aantal huisjes (8.605) en kampeerplaatsen (4.951) is afgehaald van het benodigd aantal huisjes en kampeerplaatsen in 2032. Zo komen we tot het benodigd aantal extra huisjes en kampeerplaatsen in het marktgebied voor 2032.

6

Harde planvoorraad

Middels contact met diverse gemeenten gelegen in het marktgebied en een aanvulling via deskresearch (publicaties van ontwikkelingen met huisjes en kampeerplaatsen) is de harde planvoorraad in kaart gebracht. Uit deze planvoorraad blijkt dat de **harde planvoorraad klein is met 111 huisjes en 90 kampeerplaatsen.**

Conclusie marktruimte vanuit reguliere vraag

In de raming van de marktruimte vanuit de reguliere vraag is er in het **pessimistische scenario ruimte voor 78 nieuwe huisjes en 317 kampeerplaatsen** in het marktgebied. In het **realistische scenario gaat dit om 520 nieuwe huisjes en 870 kampeerplaatsen** en in het **optimistische scenario om 982 nieuwe huisjes en 1.474 kampeerplaatsen.**

Hierbij moet nog rekening gehouden worden met de volgende punten:

- › De raming van Ginder is enigszins behoudend uitgevoerd. Zo is er voor de coronajaren vanaf 2020 gerekend met een groeipercentage van 0%,

terwijl veel kampeerterreinen en huisjesterreinen (ook in Utrecht) een stijging van de bezetting kenden vanwege de vele vakanties in eigen land.

- › Diverse gemeenten hebben ook hun zachte planvoorraad bij ons aangeleverd. Dit zijn plannen waarvoor de procedure nog niet gestart en/of afgerond is. Deze plannen zitten dus niet in de harde planvoorraad maar ze zijn er wel. Ook is het mogelijk binnen sommige gemeenten dat agrarische bedrijven enkele kampeerplaatsen toevoegen aan hun terrein. Als deze plannen hard worden daalt de marktruimte.
- › Daarnaast hebben enkele gemeenten ook aangegeven dat er sprake is van verborgen planvoorraad. Dit is al bestemde ruimte op verblijfsrecreatieve terreinen die nog niet gevuld is. Indien deze gevuld wordt, krimpt de marktruimte. Deze verborgen planvoorraad is fors. Doordat er echter vaak al jaren niet gebruik gemaakt is van de ruimte (of voor andere doeleinden), is het niet te verwachten dat deze op korte termijn ingevuld wordt.
- › Ook huisjes en kampeerplaatsen op de lijst met harde planvoorraad kunnen zogen voor additionele vraag (zie volgende paragraaf). In dat geval wordt er minder vraag vanuit de reguliere marktgroei 'gebruikt'.
- › Er is geen rekening gehouden met de aanwezigheid van minder/niet-vitale bedrijven in de markt. Indien dit aanbod uit de markt verdwijnt, door bijvoorbeeld transformatie naar een andere functie, ontstaat er meer ruimte. Met name op het gebied van de huisjes is dit een reële mogelijkheid.

BEHOEFTE VANUIT ADDITIONELE VRAAG

Naar verwachting zal de toevoeging van huisjes en kampeerplaatsen bij Hofstede Hooybroeck ook zorgen voor (een beperkte) additionele vraag naar deze typen logies in het marktgebied. In deze paragraaf wordt deze additionele vraag in kaart gebracht.

Redenen voor additionele vraag

Als een concept voldoende onderscheidend is kan het zelfstandig (dus niet uit de reguliere vraaggroei, zoals geanalyseerd in de vorige paragraaf), nieuwe markten aantrekken. De gasten die binnen deze additionele vraag worden aangetrokken zouden zonder de toevoeging van de eenheden niet in het marktgebied in een huisje of op een kampeerplaats overnachten.

Op hoofdlijnen kan additionele vraag op vier manieren worden gecreëerd:

1. Een toeristische ontwikkeling (nieuwe accommodatie/nieuwe faciliteiten) in een marktregio waar op dit moment nog geen of onvoldoende verblijfsfaciliteiten voor de doelgroep aanwezig zijn;
2. Een nieuw logiesbedrijf op een toeristisch aantrekkelijke locatie in de marktregio waar op dit moment nog geen verblijfsaanbod aanwezig is;
3. Een unieke verblijfsaccommodatie die erg bijzonder is en daarom op zichzelf gasten trekt;
4. Het aantrekken van een (vaak grote) marktpartij die met de merknaam nieuwe gasten naar de marktregio trekt.

In deze paragraaf zullen we deze manieren toelichten voor de beoogde ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck. Het is dan allereerst van belang om helder te hebben hoe de doelgroep eruit ziet.

Doelgroep: het échte kampeergevoel in de natuur voor cultuur- en natuurliefhebbers

Hofstede Hooybroeck is een plek waar men terug gaat naar de natuur. Er is rust, eenvoud en groen. Dit is te vinden in de natuurlijke inrichting van het terrein maar ook in de type accommodaties die er zijn. Ook cultuur spreekt de bezoeker aan. Ons inziens trekt dit drie typen leefstijlen. De verbindingszoeker, de inzichtzoeker en de avontuurzoeker.

Ad 1: een toeristische ontwikkeling in een marktregio waar op dit moment nog geen of onvoldoende verblijfsfaciliteiten voor de doelgroep aanwezig zijn.

Op dit punt brengt de beoogde ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck een kleine additionele vraag naar het gebied. Uit het regionale leefstijlenonderzoek blijkt dat de hoofddoelgroep, de verbindingszoeker, al goed bediend wordt in de regio. Echter voor de aanvullende doelgroepen, de inzichtzoeker en de avontuurzoeker, is nog een tekort aan verblijfsfaciliteiten aanwezig.

Ad 2: een nieuw logiesbedrijf op een toeristisch aantrekkelijke locatie in de marktregio waar op dit moment nog geen verblijfsaanbod aanwezig is.

Er is al verblijfsaanbod in de directe regio aanwezig. Vanuit dit punt wordt dus geen additionele vraag gecreëerd.

Ad 3: een unieke verblijfsaccommodatie die erg bijzonder is en zo op zichzelf gasten trekt

De verblijfsaccommodaties van de beoogde ontwikkeling zijn goed en passen bij de beoogde doelgroep. Het concept is dus zeker in orde. Echter de beoogde accommodaties zijn ons inziens niet heel bijzonder of onderscheidend. Wat wel heel bijzonder en onderscheidend is, is de combinatie van huisjes, kampeerplaatsen, groepsaccommodatie en de natuurlijke ontwikkeling van het park. Dit zijn wij niet in het marktgebied tegen gekomen. Vanuit dit punt wordt dus wel enige additionele vraag verwacht.

Ad 4: het aantrekken van en (vaak grote) marktpartij die met de merknaam nieuwe gasten naar de marktregio trekt

Hofstede Hooybroeck zal niet worden geëxploiteerd door een grote marktpartij. Vanuit dit punt zal er dus geen additionele vraag komen.

Beperkte additionele vraag

Al met al verwachten we dat er op twee punten enige additionele vraag wordt gecreëerd. Enerzijds door het bedienen van een doelgroep die in de marktregio op dit moment nog onvoldoende bediend wordt. Anderzijds door een, voor de marktregio, bijzonder concept neer te zetten waarbij groepsaccommodatie, kampeerplaatsen, huisjes en een uitgebreide natuurontwikkeling worden gecombineerd.

De omvang van de beoogde ontwikkeling is beperkt. Hierdoor zal de omvang van de additionele vraag dit ook zijn. We ramen de additionele

vraag op ca. 500 plaatsovernachtingen per jaar: 150 op kampeerplaatsen en 350 in de huisjes. **Zo komen we tot een beperkte additionele vraag van ca. 2 huisjes en 2 kampeerplaatsen.**

TOTALE MARKTBEHOEFTE

Totale marktruimte

De totale marktruimte wordt berekend door de marktruimte vanuit reguliere vraaggroei en de marktruimte vanuit de additionele vraag bij elkaar op te stellen. Dit is gedaan in Tabel 4.4 (huisjes) en Tabel 4.5 (kampeerplaatsen). De totale marktruimte voor **huisjes** bedraagt **522 huisjes** voor de marktregio in het **realistische scenario**. Voor het **pessimistische** en **optimistische scenario** zijn die er respectievelijk **80** en **984**. De totale marktruimte voor **kampeerplaatsen** bedraagt in het **realistische scenario 872** plaatsen. In het **pessimistische scenario** zijn dit er **319** en in het **optimistische scenario** maar liefst **1.476**. De beoogde ontwikkeling op Hofstede Hooybroeck heeft 10 huisjes en 16 kampeerplaatsen en past dus volledig en gemakkelijk binnen de marktruimte.

Tabel 4.4. Totale marktruimte voor huisjes in de marktregio.

Marktruimte	Pessimistisch scenario	Realistisch scenario	Optimistisch scenario
Marktruimte uit reguliere vraaggroei	78	520	982
Marktruimte uit additionele vraag	2	2	2
Totale marktruimte	80	522	984

Tabel 4.5. Totale marktruimte voor kampeerplaatsen in de marktregio.

Marktruimte	Pessimistisch scenario	Realistisch scenario	Optimistisch scenario
Marktruimte uit reguliere vraaggroei	317	870	1.474
Marktruimte uit additionele vraag	2	2	2
Totale marktruimte	319	872	1.476



5 Benchmark

In dit hoofdstuk presenteren we een benchmark met verblijfsrecreatief aanbod in de marktregio. Op deze manier bepalen we of Hofstede Hooybroeck een voldoende hoge prijs-kwaliteitsverhouding zal hebben om in te spelen op de beschikbare marktruimte.

INLEIDING

Samengesteld toeristisch product

Het toerisme is een samengesteld toeristisch product, bestaande uit de elementen organisatie, accommodatie en omgeving (zie Afbeelding 5.1 rechtsonder):

- *Omgeving*: het landschap, de dorpen en steden, cultureel erfgoed en de natuur;
- *Organisatie*: het samenspel van dagtoeristische aanbieders en andere dienstverlening die de gastvrijheid bevordert (bijvoorbeeld routes en informatievoorzieningen);
- *Accommodatie*: de verblijfsaccommodaties en de eigen voorzieningen en services van de verblijfsaanbieders.

Deze drie elementen werken in de vorm van een ecosysteem samen.

De kwaliteit van het gehele samengestelde product t.o.v. de prijs bepaalt of gasten willen boeken bij een verblijfsaanbieder. Anders verwoord: de kwaliteit van het gehele samengestelde product t.o.v. de prijs bepaalt de behoefte. Hoe een gast zijn of haar verblijf ervaart hangt namelijk af van meerdere elementen zoals bijvoorbeeld de kwaliteit van de accommodatie, de toeristische infrastructuur en het landschap van de regio. De meeste gasten blijven tijdens hun vakantie namelijk niet alleen op het park maar ondernemen ook activiteiten in de regio. Een toeristisch onderscheidende regio kan dus zorgen voor veel vraag naar verblijfsrecreatie ondanks dat de verblijfsrecreatie zelf niet heel onderscheidend is. Andersom kan ook. Als de omgeving an sich minder onderscheidend is, kunnen verblijfsaanbieders zelf met een uniek product ook gasten tot een verblijf verleiden.

Afbeelding 5.1. Samengesteld toeristisch product.



BENCHMARK CONCURREREND AANBOD REGIO

Verhouding voorzieningen-marktsegment

Uit het vorige hoofdstuk blijkt dat er voldoende marktruimte aanwezig is voor de deelsegmenten huisjes en kampeerreinen. Echter, om voldoende gasten te trekken moet het aanbod ook voldoende onderscheidend zijn in de regio en een goede prijs/kwaliteitsverhouding hebben. Alleen dan zal de ontwikkeling succesvol zijn en goed inspelen op de beschikbare vraag.

Daarom wordt in dit hoofdstuk gekeken of de ontwikkeling op basis van prijs/kwaliteit kan concurreren met ander, al bestaand, aanbod in de marktregio. Dit doen we op basis van een benchmark met verblijfsaanbieders in de marktregio. Op basis van de volgende criteria hebben we de benchmark samengesteld:

- **Omvang campings (met verhuuraccommodaties):** Alleen campings/parken met max. 50 kampeereenheden/huisjes maken onderdeel uit van de benchmark. Het betreft altijd een kleinschalige camping of een kleinschalig park.
- **Locatie:** Gelegen in marktregio, hieronder vallen de volgende gemeenten: Amersfoort, Leusden, Renswoude, Rhenen, Soest, Utrechtse Heuvelrug, Veenendaal, Woudenberg, Zeist, Barneveld, Ede, Scherpenzeel en Wageningen.
- **In enige mate concurrerend met de beoogde ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck qua concept.**

Allereerst is onderzocht van welke verblijfsaanbieders (die in enige mate

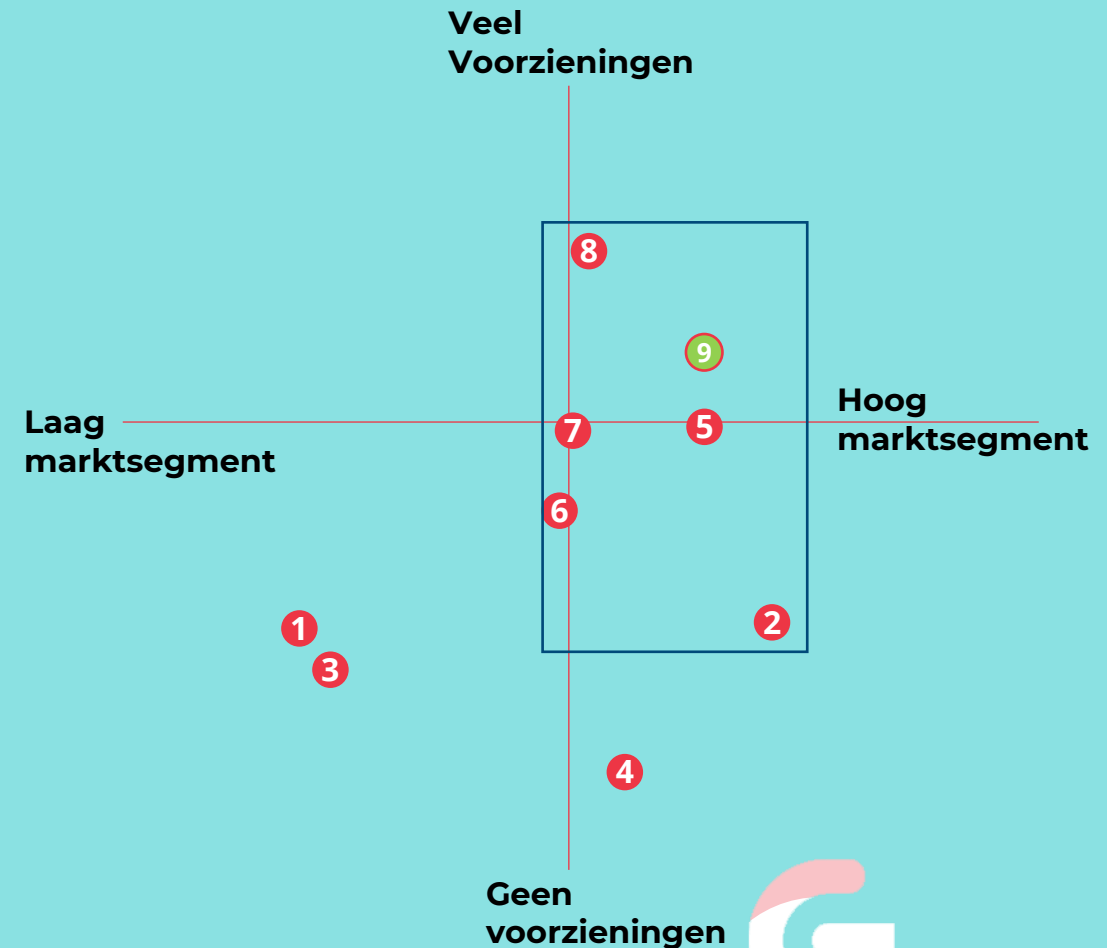
concurrerend zijn met de beoogde ontwikkeling op Hofstede Hooybroeck) het meeste concurrentie wordt verwacht (zie Tabel 5.1. op de volgende pagina voor een overzicht van de verblijfsaanbieders). Dit is gedaan door per verblijfsaanbieder te kijken naar het aantal voorzieningen en het marktsegment. Vervolgens zijn de parken geplot in een matrix met hierin op de x-as het marktsegment en op de y-as het aantal voorzieningen (zie Afbeelding 5.2 volgende pagina).

In de onderstaande tabel staan de campings/vakantieparken die in enige mate concurrerend kunnen zijn met Hofstede Hooybroeck. De **rode** nummers zijn bestaande campings/parken en het **groene** nummer is Hofstede Hooybroeck zelf. Afbeelding 5.2. rechts geeft aan hoe de verblijfsaanbieders zich (globaal) verhouden tot Hofstede Hooybroeck, zowel in termen van voorzieningen als marktsegment.

Tabel 5.1. Verblijfsaanbieders in de benchmark

	NAAM	PLAATS	AANTAL KAMPEER-PLAATSEN	AANTAL HUISJES/SAFARI-TENTEN/B&B	GOOGLE-REVIEWS	MARKT-SEGMENT	VOORZIENINGEN
1	Mini-camping De Kijkvelder	Lunteren	22	-	4,6 (9 reviews)	Laag-midden	Beperkt
2	Glamping Mooirust	Woudenberg	-	3	4,4 (9 reviews)	Midden-hoog	Beperkt
3	Minicamping "De Ton"	Lunteren	11	-	3,9 (28 reviews)	Laag-midden	Beperkt
4	Campeerplaats de Hoge Valk	Lunteren	20 (camper-plaatsen)	-	4,6 (20 reviews)	Midden	Beperkt
5	Camping De Ruif	Leusden	-	2	4,6 (36 reviews)	Midden-hoog	Redelijk
6	Camping De Hucht	Lunteren	21	-	4,6 (22 reviews)	Midden	Redelijk
7	Camping Nieuw Romalo	Voorthuizen	25	-	4,6 (85 reviews)	Midden	Redelijk
8	Boerderij 'de Boterbloem'	Amerongen	30	3	4,2 (366 reviews)	Midden	Veel
9	Hofstede Hooybroeck	Woudenberg	16	8	4,6 (35 reviews)	MIDDEN	REDELIJK

Afbeelding 5.2: Verhouding aanbod campings/vakantieparken.



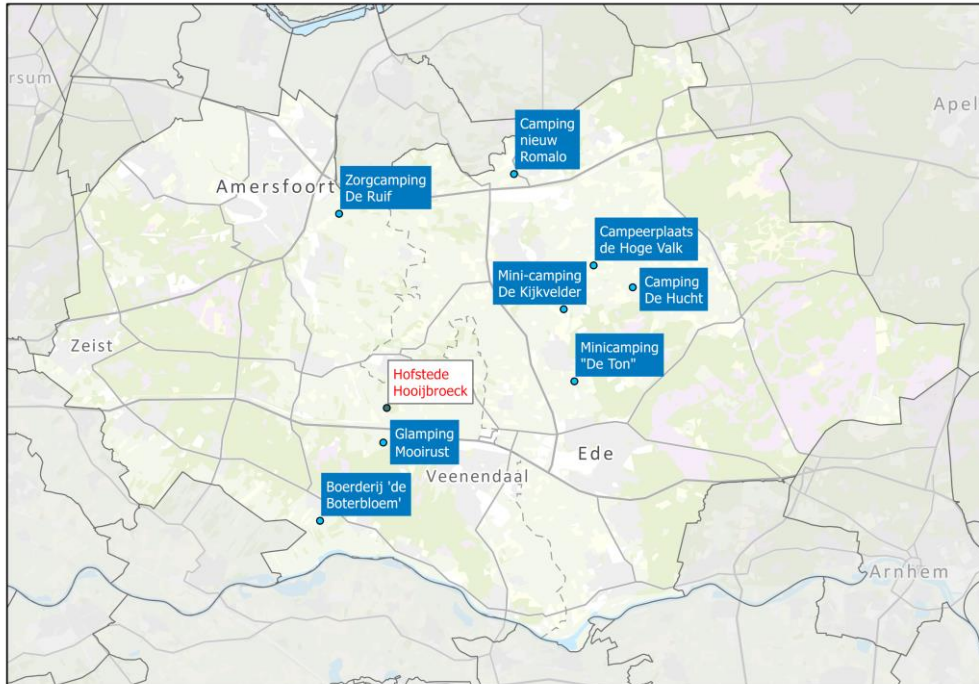
NB: Maximum score op Google Reviews is een 5. De oriëntatie op marktsegment is een inschatting op basis van de ons bekende informatie en deskresearch. De positionering in het assenstelsel is eveneens indicatief.

Benchmark

Aan de hand van de matrix gepresenteerd in Afbeelding 5.2. is bepaald van welke verblijfsaanbieders de beoogde ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck hoogstwaarschijnlijk de meeste concurrentie zal ervaren. Dit zijn de volgende verblijfsaanbidders.

- Glamping Mooirust
- Camping de Ruif
- Camping de Hucht
- Camping Nieuw Romalo
- Boerderij de Boterbloem

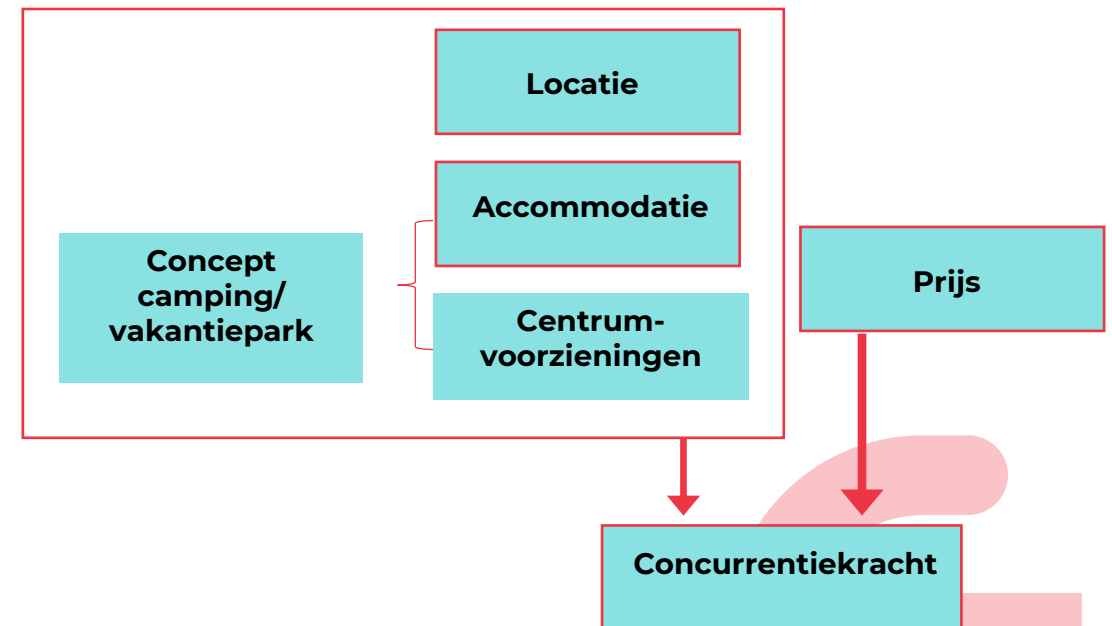
Afbeelding 5.3: Kaart met benchmark campings/vakantieparken



Bepaling concurrentiekracht

Met de benchmark wordt beoordeeld hoe de campings/recreatieparken scoren op het gebied van prijs en kwaliteit. De kwaliteit wordt bepaald door een vergelijking te maken op de gebieden accommodaties, centrumvoorzieningen en locatie. Voor de prijs is gekeken naar de prijszetting van de verblijfseenheden op de verschillende campings/recreatieparken op dezelfde momenten in het jaar, in het hoog- en laagseizoen. Door deze twee 'scores' samen te voegen, komen we tot de concurrentiekracht. Afbeelding 5.4 hieronder geeft dit schematisch weer.

Afbeelding 5.4: Bepaling prijs-kwaliteitverhouding.



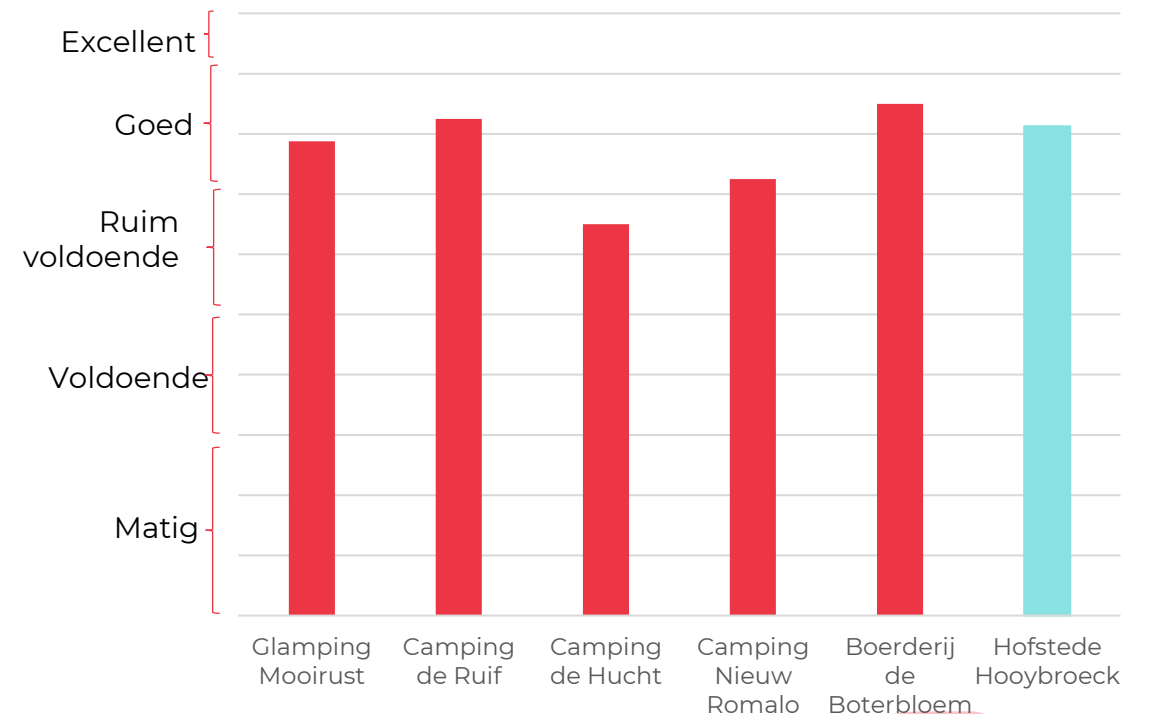
BEOORDELING TOTAAL KWALITEIT

De beoordeling van de kwaliteit is door Ginder gedaan op basis van de accommodaties, centrumvoorzieningen, en de locatie. Dit is gedaan op basis van marktkennis en deskresearch. De campings/vakantieparken zijn dus niet door adviseurs van Ginder bezocht. Tevens is, ten behoeve van deze benchmark, geen contact gezocht met de eigenaren van het aanbod.

De totale beoordeling van de kwaliteit is weergegeven in Afbeelding 5.5 hiernaast, de verschillende deelscores worden op de volgende pagina's verder toegelicht. De verwachte kwaliteit van de beoogde ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck is goed. Met name op de punten accommodaties/kampeervluchten en centrumvoorzieningen scoort Hofstede Hooybroeck hoog ten opzichte van andere parken/campings. Op locatie is de score iets lager. Maar zelfs op dit punt is de score nog goed.

De kwaliteit zegt nog weinig over de concurrentiekracht wanneer we deze niet in perspectief zien met het prijsniveau. Op de volgende pagina's doorlopen we alle elementen waarop de kwaliteit beoordeeld is op een hoger detailniveau (accommodaties, centrumvoorzieningen en locatie). De gemiddelde score op al deze punten is de totaalscore als gepresenteerd in Afbeelding 5.5.

Afbeelding 5.5. Beoordeling kwaliteit.



BEOORDELING HUISJES/KAMPEERPLAATSEN

Methodiek

De huisjes van de parken in de benchmark zijn qua kwaliteit op een zestal punten vergeleken:

- Aantal m² vloeroppervlakte;
- Voorzieningen in het huisje: BBQ, vaatwasser, oven, magnetron, tv, gratis WiFi, bad, wasmachine;
- Aantal slaapkamers;
- Aantal badkamers;
- Services in de accommodatie: ontbijtservice, opgemaakte bedden, gratis shampoo en douchegel, boodschappen bezorgservice, horeca bezorgservice.
- Uitstraling: kwalitatieve uitstraling van de accommodaties.

Beoordeling op een drietal punten vergelijken:

- Aantal m² van de kampeerplek;
- Hoeveelheid ampère (<6A, 6-10A, >10A);
- Privé sanitair (ja/nee).

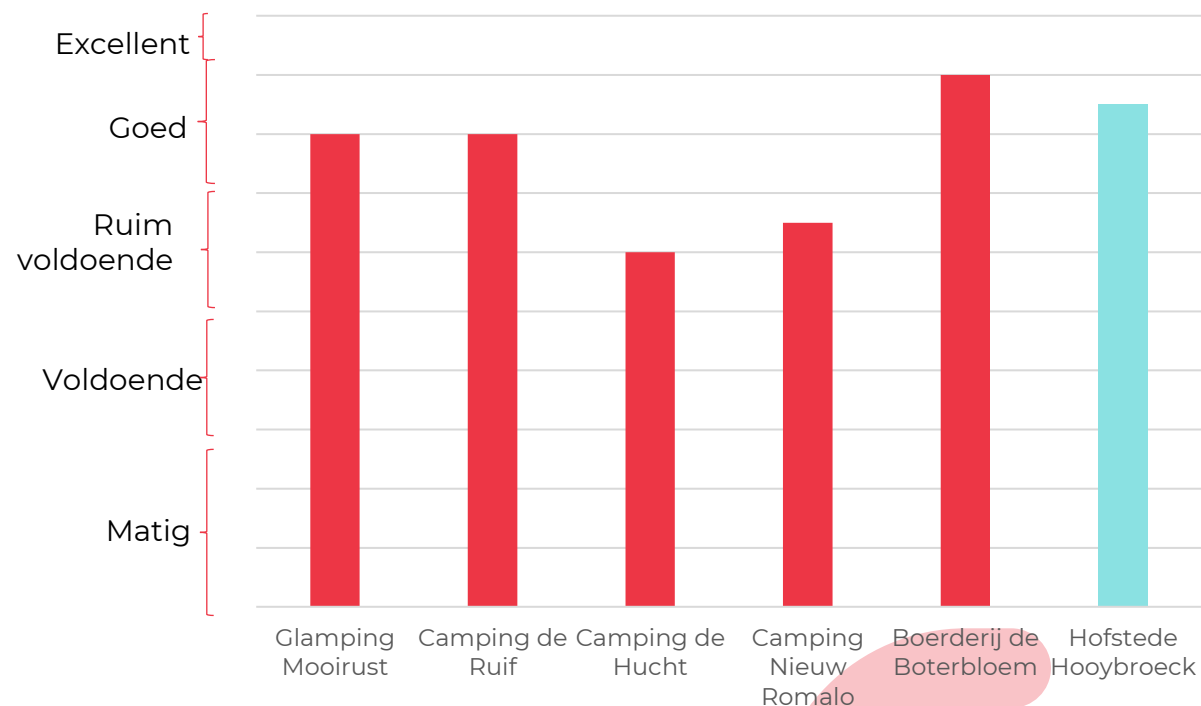
Beoordeling

Afbeelding 5.6 geeft een overzicht van de beoordeling op basis van de kampeerplaatsen/huisjes. Gekozen is voor een accommodatietype voor 6-persoon (safari tent) of één kampeerplaats dat qua luxe gemiddeld-hoog is op een camping/recreatiepark (op basis van de prijs per nacht)*.

De huisjes en kampeerplaatsen van Hofstede Hooybroeck zijn goed beoordeeld. Met een score vlak achter de Boterbloem. In de combinatie van

de eco lodges die zelfvoorzienend zijn met de heel ruime kampeerplaatsen is Hofstede Hooybroeck uniek. De kampeerplaatsen zullen een goede energievoorziening hebben en worden ruim opgezet in de natuur. Dit is niet bij alle kampeerplaatsen zo in de benchmark. Vaak zijn kampeerplaatsen kleiner of zelfs veel kleiner van omvang.

Afbeelding 5.6. Beoordeling accommodatie.



BEOORDELING CENTRUMVOORZIENINGEN

Methodiek

Op het vlak van centrumvoorzieningen worden campings/vakantieparken normaliter vergeleken op de hoeveelheid voorzieningen en de kwaliteit hiervan. In dit onderdeel zal de kwaliteit van de bestaande voorzieningen kwalitatief worden uitgewerkt, waarbij ook gekeken wordt naar bereikbaarheid van voorzieningen buiten het park en het bestand van eventuele arrangementen met externe partijen.

Beoordeling

Glamping Mooirust

- Het betreft glampingtenten in een weiland, hier zijn verder geen voorzieningen behalve de voorzieningen in de luxe tenten.

In de nabije omgeving bestaan mogelijkheden boswandelingen, kastelen en musea bezoeken, dierenparken, fiets en wandelroutes, mountainbiken, zwemmen in Leersum, Veenendaal of Woudenberg (binnen 5km), varen of vissen in de Rijn, uit eten en shoppen in de omliggende dorpen.

Camping de Ruif

- Kampvuur;
- XXL BBQ & picknicktafel;
- Pony kidsclub;
- Boerderij winkel 'De Deel';
- Zorgboederij;
- Speeltoestel.

In de nabije omgeving bestaan mogelijkheden om actief te zijn in natuurgebied de Schammer, Pluktuin en Kasteel Stoutenburg, steden bezoeken, shoppen en uiteten in Leusden en Amersfoort, dierenparken, fiets en wandelroutes en mountainbiken.

Camping de Hucht

- Ruime parkeerplaatsen;
- Overdekte fietsenstalling met oplaadpunt;
- Afgesloten stortbak voor het chemisch toilet;
- Recreatieruimte met een voetbaltafel, boeken, spelletjes en informatiefolders over de omgeving. Ook staat hier een koel/vries combinatie voor gezamenlijk gebruik;
- Speeltuinen en buitenspeelgoed;
- Overdekte afwasplaats.

De campings ligt aan fietsknooppunten en klompenpaden, op 700 meter ligt het Wekeromse Zan – een mooi stukje natuur. Het ligt wat verder af van grotere steden, Barneveld ligt redelijk nabij.

Camping Nieuw Romalo

- Overdekte fietsenstalling met oplaadpunt;
- Dieren op en rond de camping;
- Buitenspeelplaats met trampoline, skelters, fietsjes, zandbak en schommels;
- Overdekte speel- en zitruimte met televisie, tafeltennis en dartbord.

In de nabije omgeving vindt u recreatieplas "Zeumeren" met een aangelegd strand. Eveneens is er viswater in de naaste omgeving. De camping bevindt zich op een plek van waaruit er vele mogelijkheden zijn om te fietsen en wandelen. Er zijn routes op de camping aanwezig. Ook zijn er in nabije omgeving veel bordjes te vinden van de fietsknooppunten. Buiten diverse musea om zijn er voldoende activiteiten zoals Speelpark & maisdoolhof Voorthuizen, recreatiegebied Zeumeren, Schateiland, Oud Veluwe Markt, Beeldentuin en zandsculpturen en nog veel meer.

Boerderij de Boterbloem

- Boerengolf;
- Escaperoom;
- Ruime parkeerplaatsen;
- Privé sanitair;
- Speeltuin en buitenspeelgoed;
- Overdekte afwasplaats.

Zowel de LF 4 route en het trekvogelpad liggen op 200 meter van de camping af. Klompenpad het Cotlandenpad ligt langs ons terrein. Op de Utrechtse Heuvelrug zijn de mooiste mountainbikeroutes van Nederland, een goed onderhouden en aaneengesloten parcours van wel 100 km. Voor de kinderen is er in het Leersumse Veld een leuke route: Het Kabouterpad, deze is vrij toegankelijk. Verder is de kern van Leersum en Amerongen in de buurt, Museum Huis Doorn, Ouwehandsdierenpark, Henschotermeer, De Gravenbol, Tabaksmuseum Amerongen – genoeg activiteiten in de omgeving.

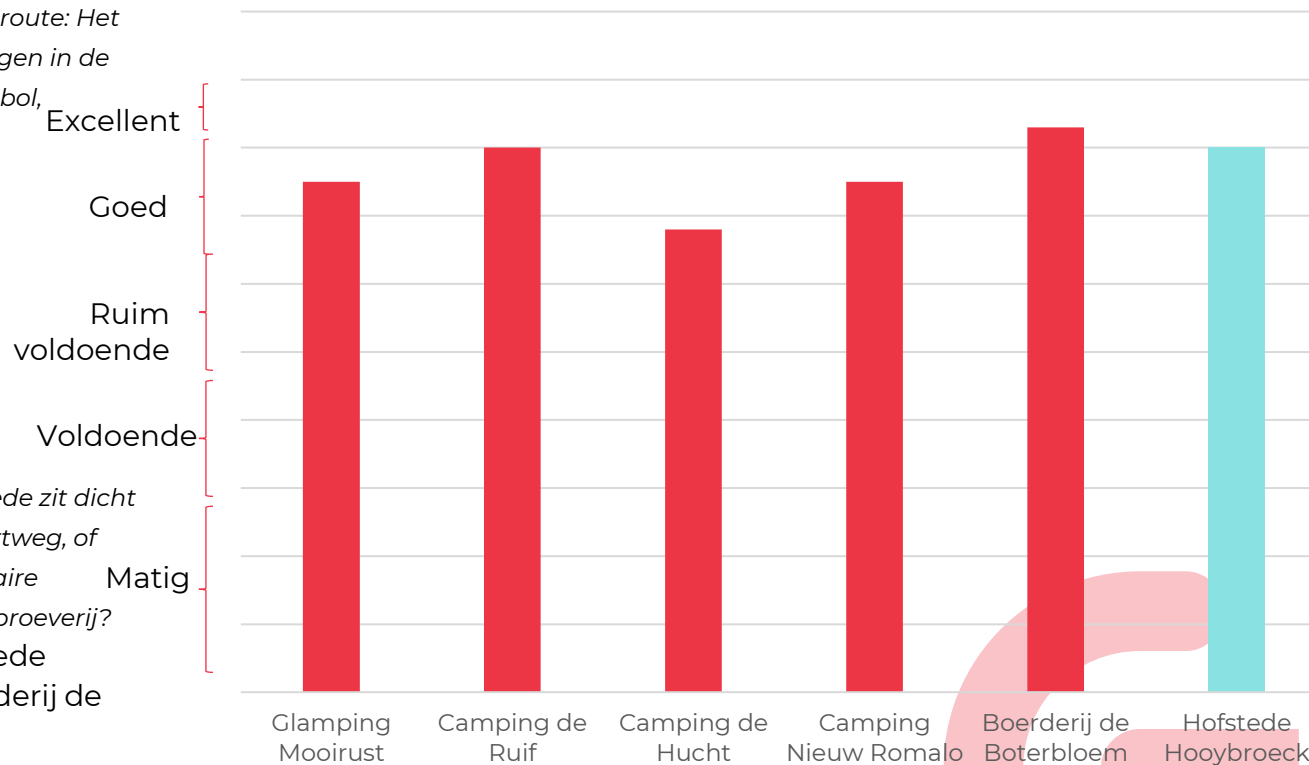
Hofstede Hooybroeck

- Ruime parkeerplaatsen
- Boomgaard;
- Pluktuin;
- Voedselbos;
- Mogelijkheid tot het organiseren van feesten en partijen;
- Gezellige woonkamer/recreatieruimte.

Verken de omgeving per fiets, kano, solex, step of met de benenwagen. De hofstede zit dicht bij de Grebbelinie, vol forten. Breng een bezoek aan het nieuwe Fort aan de Buurtweg, of aan Hoeve de Beek met een expositie Grebbelinie in het vizier. Culturele en culinaire uitstapjes zijn ook mogelijk in de omgeving. Een kookworkshop, een wijn- of bierproeverij? Op basis van de centrumvoorzieningen concluderen we dat Hofstede Hooybroeck iets bovengemiddeld scoort (zie Afbeelding 5.7). Boerderij de

Boterbloem scoort nog net iets hoger, dit komt door de combinatie met boerengolf en een escaperoom op het erf. Voor de beoogde doelgroep van Hofstede Hooybroeck sluiten juist deze activiteiten zoals een escaperoom niet direct aan. De focus voor Hofstede Hooybroeck ligt meer op natuur (boomgaard, pluktuin en voedselbos) en cultuur (in de omgeving). De overige campings en vakantieparken hebben iets minder of minder unieke voorzieningen waardoor ze iets lager scoren in de benchmark.

Afbeelding 5.7. Beoordeling voorzieningen.



BEOORDELING LOCATIE

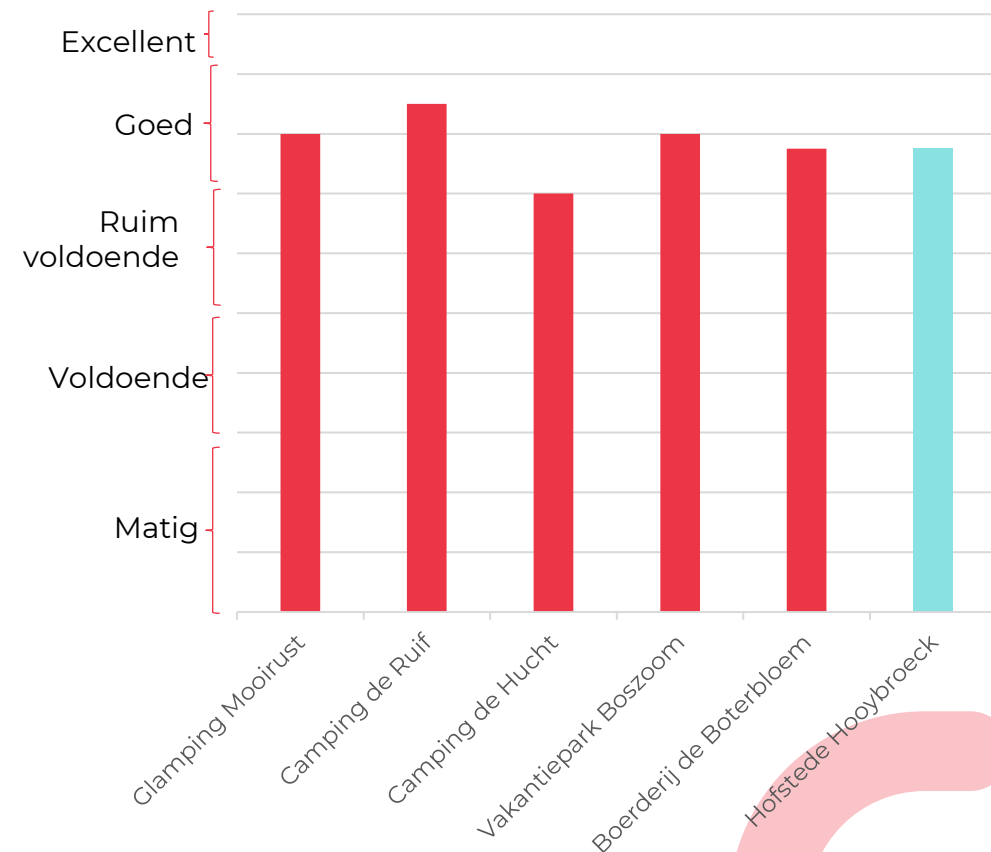
Methodiek

Naast het concept is ook de locatie belangrijk. Verblijfsaanbod op een heel goede locatie heeft minder eigen voorzieningen nodig om toch tot hetzelfde kwaliteitsniveau te realiseren dan verblijfsaanbod op een minder goede locatie. Wanneer de toeristische trekkracht van de omgeving namelijk hoog genoeg is, zullen gasten ook voor de locatie bereid zijn te komen en zelfs meer te betalen. De concurrentiepositie van verblijfsaanbod op een toeristisch A-locatie is daarom vaak beter dan de concurrentiepositie van verblijfsaanbod op een toeristisch mindere locatie. De beoordeelde recreatiepark/camping liggen allemaal in de marktregio, in een natuurlijk en groen gebied. Voor alle recreatieparken/campings is de locatie daarom ruim voldoende, aangezien de doelgroep voor al deze locaties vergelijkbaar is en hiervan houdt. Toch zijn er kleine verschillen te vinden (afstand tot de dichtstbijzijnde natuur, afstand tot het nabijgelegen dorp, toeristische aantrekkelijkheid van het nabijgelegen dorp, activiteiten etc.). Hier is dan ook naar gekeken.

Beoordeling

Hofstede Hooybroeck scoort ruim voldoende op het gebied van de ligging (zie Afbeelding 5.8). De planlocatie is centraal gelegen in Nederland, net als de meeste andere recreatieparken/campings in de benchmark. De verschillen zitten voornamelijk in de toeristische voorzieningen in de directe omgeving van recreatieparken/campings. Dan gaat het met name om de wat grotere steden of toeristische attracties die in de buurt liggen van de parken die net iets hoger scoren. Bijvoorbeeld Camping de Ruif welke dichtbij Amersfoort ligt.

Afbeelding 5.8. Beoordeling locatie.



VERGELIJKING PRIJS

De kwaliteit zegt nog weinig over de concurrentiekracht wanneer we deze niet in perspectief zien met het prijsniveau. Niet alleen de kwaliteit, maar met name de prijs-kwaliteitsverhouding bepaalt namelijk of gasten boeken op een recreatiepark/camping. Het kwaliteitsniveau moet ten minste in overeenstemming zijn met het prijsniveau om voldoende vraag te genereren. Daarom is voor de benchmark-recreatieparken/campings ook naar de prijzen gekeken.

In Tabel 5.2 worden de prijzen van de 4-persoonsaccommodaties/safaritenten of een kampeerplek voor 4 personen van de benchmark-parken/campings weergegeven. Dit zijn de kale huurprijzen excl. toeristenbelasting per week in het laagseizoen 15 t/m 22 september 2023 en in het hoogseizoen 4 t/m 11 augustus 2023. Er is gekozen voor een type 4-persoons accommodaties/safaritenten/kampeerplaatsen van gemiddelde/goed luxe (op basis van het prijsniveau).

In nevenstaande tabel is tussen sommige recreatieparken/campings een flink prijsverschil te zien. Glamping Mooirust heeft de hoogste prijs. Dat is te relateren aan de trend die te zien is dat toeristen steeds vaker de combinatie van luxe in de natuur willen, back-to-basic met luxe voorzieningen. Het blijkt dat hier ook een hoge prijs voor gevraagd kan worden. De vergelijking is niet helemaal eerlijk aangezien er verschil in aanbod zit, van safaritenten, vakantiehuisjes tot kampeerplekken. Hofstede Hooybroeck zit wat betreft de huisjes en kampeerplekken op een gemiddeld prijsniveau in vergelijking met de andere benchmarkparken en -campings.

Tabel 5.2. Prijsvergelijking.

Recreatiepark/ camping	Type accommodatie/ safaritent/ kampeerplaats	Prijs (laagseizoen)	Prijs (hoogseizoen)
Glamping Mooirust	4-persoons safaritent	-	980 euro
Camping de Ruif	4-persoons safaritent	660 euro	769 euro
Camping de Hucht	4-persoons kampeerplek (2 plaatsen, excl. privé sanitair)	389 euro	389 euro
Camping Nieuw Romalo	4-persoons kampeerplek (2 plaatsen, excl. privé sanitair)	230 euro	278 euro
Boerderij de Boterbloem	4-persoons kampeerplek (2 plaatsen, excl. privé sanitair)	Voor beiden geen laag- en/of hoogseizoen prijs.	294 euro
Hofstede Hooybroeck	4-persoons kampeerplek (2 plaatsen, excl. privé sanitair)	Voor beiden geen laag- en/of hoogseizoen prijs.	308 euro
	4-persoons accommodatie		750 euro

CONCLUSIE CONCURRENTIEKRACHT

Prijs-kwaliteitverhouding

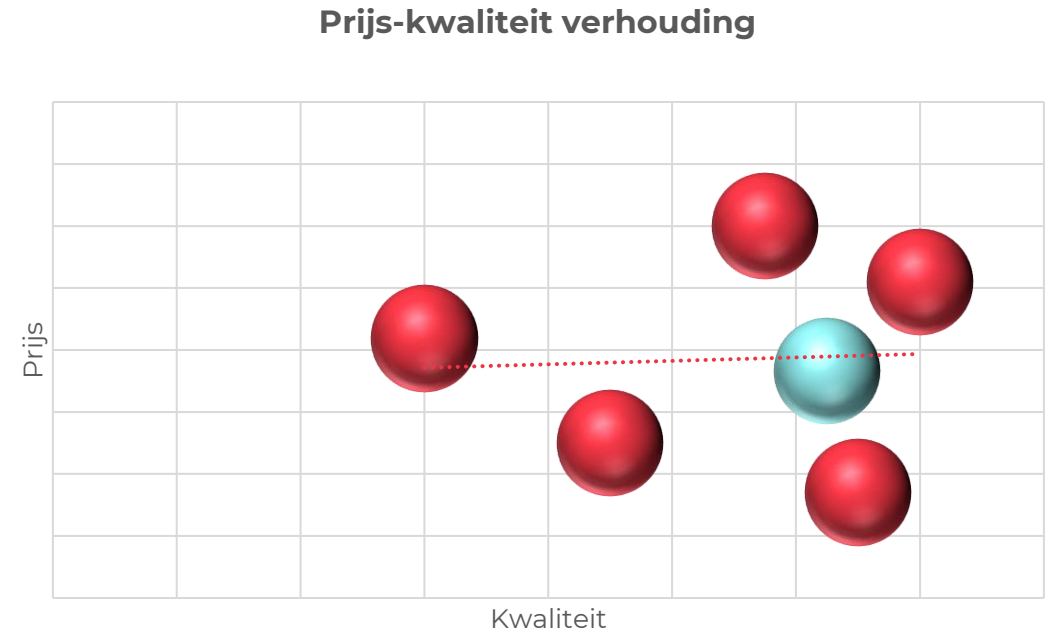
Afbeelding 5.9 toont de prijs-kwaliteitsvergelijking van de parken/campings in de benchmark. De stippellijn is de gemiddelde trendlijn. Recreatieparken/campings die boven de stippellijn liggen hebben, op basis van deze benchmark, een mindere prijs-kwaliteitsverhouding dan parken waarvan de bal in de grafieken onder de stippellijn ligt.

De nieuwe ontwikkelingen voor Hofstede Hooybroeck scoren voor zowel de kampeerplaatsen als huisjes (ecolodges) op de trendlijn, net iets meer aan de onderkant. Dit houdt in dat er een, voor de verwachte kwaliteit, zeer aannemelijke, tot aantrekkelijke, prijs gevraagd zal worden.

Concurrentiekracht

De concurrentiekracht van Hofstede Hooybroeck is, doordat er een goede prijs-kwaliteitsverhouding is, voldoende hoog om een gedeelte van de extra vraag naar zich toe te trekken. Hierdoor wordt dus ingespeeld op de marktruimte die er is en kan de nieuwe ontwikkeling succesvol geëxploiteerd worden omdat er behoefte zal zijn naar de nieuwe huisjes (ecolodges) en kampeerplaatsen.

Afbeelding 5.9. Prijs-kwaliteit verhouding.





6 Locatie van de ontwikkeling

In dit hoofdstuk zoomen we in op de planlocatie en beoordelen we of dit binnen of buiten bestaand stedelijk gebied ligt.

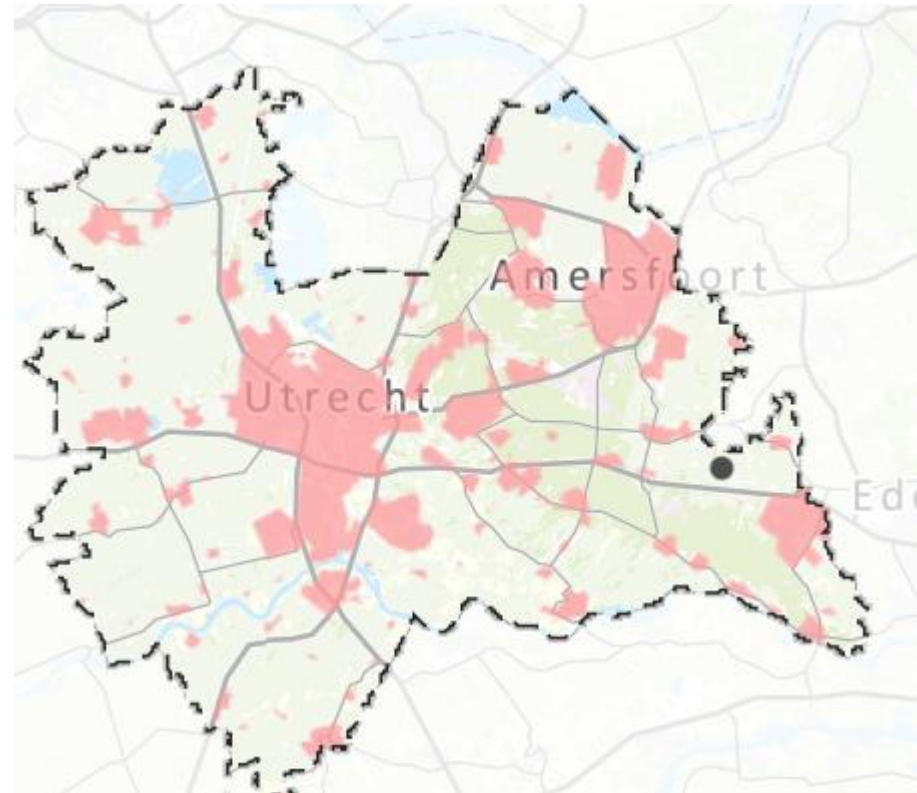
PLAATS VAN DE ONTWIKKELING

Ontwikkeling buiten bestaand stedelijk gebied

Nu blijkt dat er sprake is van voldoende marktbehoefte, is de volgende stap in de Ladder voor duurzame verstedelijking om te kijken of de ontwikkeling binnen of buiten het bestaand stedelijk gebied plaatsvindt. Het bestaand stedelijk gebied wordt gedefinieerd als het bestaande stedenbouwkundige samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur.

Uit Afbeelding 6.1. blijkt dat dat de planlocatie (stip in Afbeelding 6.1) niet binnen het bestaand stedelijk gebied gelegen is. Ons inziens kan niet binnen bestaand stedelijk gebied aan de behoefte worden voldaan. Hiervoor zijn twee duidelijke redenen te benoemen. Ten eerste is er sprake van een uitbreiding van een bestaand terrein met een al gebouwde groepsaccommodatie. Deze groepsaccommodatie is niet te verplaatsen naar een locatie binnen bestaand stedelijk gebied. De groepsaccommodatie is belangrijk binnen het concept van Hofstede Hooybroeck. Zeker omdat er 2 maanden per jaar gefocust wordt op bruiloften waarvoor de groepsaccommodatie een cruciaal element is. Ten tweede sluit het gehele concept niet goed aan bij een locatie binnen bestaand stedelijk gebied. Het concept past goed in het buitengebied. Doelgroepen zijn bijvoorbeeld op zoek naar rust, ruimte en natuur, wat ze vinden op de huidige locatie. Het is daarom niet aannemelijk dat het concept van Hofstede Hooybroeck op een locatie binnen het bestaand stedelijk gebied wordt ontwikkeld.

Afbeelding 6.1. Uitsnede bestaand bebouwd gebied Utrecht met planlocatie.





7 Conclusies

In dit hoofdstuk geven we, op basis van de analyses in voorgaande hoofdstukken, een conclusie voor de behoefte naar Hofstede Hooybroeck en het voldoen aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

CONCLUSIE

Er is voldoende marktbehoefte voor de ontwikkeling

Op basis van de hiervoor benoemde onderzoeksresultaten kan worden vastgesteld dat er ruim voldoende marktbehoefte zal zijn voor de beoogde ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck. Het plan voorziet zowel kwalitatief als kwantitatief in de behoefte. Deze behoefte wordt opgevangen buiten bestaand stedelijk gebied. Echter, er is geconstateerd dat het niet aannemelijk is dat de behoefte op een soortgelijke manier op wordt gevangen binnen bestaand stedelijk gebied.

We zijn als volgt tot deze conclusies gekomen:

- › Uit de aanbod(ontwikkeling) blijkt dat het er in het marktgebied 137 aanbieders actief zijn die gezamenlijk beschikken over ca. 18.600 eenheden. De verhouding recreatiewoning t.o.v. eenheden op campings is in lijn met het landelijke gemiddelde. Wel zijn er op campings relatief veel permanente eenheden. De kwaliteit van de verblijfsaanbieders is over het algemeen goed. Het aanbod op huisjesterreinen is gestegen over de afgelopen tijd. Het aanbod op kampeerterreinen daarentegen is gedaald (terwijl de vraag wel gestegen is).
- › De toevoeging van de huisjes en kampeerplaatsen past in alle scenario's (pessimistisch, realistisch en optimistisch) binnen de marktruimte. Deze marktruimte komt deel vanuit regionale vraaggroei en deels vanuit additionele vraag. Hofstede Hooybroeck zorgt voor additionele vraag op twee manieren. Allereerst bedient het bepaalde doelgroepen

(avontuurzoekers en inzichtzoekers) die op dit moment in de regio nog onvoldoende aangesproken worden door het verblijfsaanbod. Ten tweede is het concept (huisjes, kampeerplaatsen, grote natuurontwikkeling en groepsaccommodatie) ons inziens onderscheidend en bijzonder.

- › Het is aannemelijk dat de beoogde ontwikkeling ook daadwerkelijk zal inspelen op de marktruimte die er is. De prijs-kwaliteitsverhouding is namelijk goed. De algehele kwaliteit van Hofstede Hooybroeck in verhouding tot de andere benchmark parken is goed. De beoogde ontwikkeling scoort bovengemiddeld. Gecombineerd met de prijs kunnen we concluderen dat de concurrentiekracht voldoende hoog is om een gedeelte van de vraag naar zich toe te trekken.
- › De ontwikkeling wordt niet voorzien binnen de grenzen van het bestaand stedelijk gebied als gedefinieerd door de provincie Utrecht. Het is, vanwege de positionering van de al bestaande groepsaccommodatie en het belang van rust, ruimte en natuur voor het gehele concept, niet aannemelijk de ontwikkeling uit te voeren binnen de grenzen van het bestaand stedelijk gebied.



8 Bijlagen

In dit hoofdstuk worden de bijlagen getoond. Indien relevant wordt hier in eerdere hoofdstukken naar verwezen.

BIJLAGE A: PROVINCIAAL BELEID

Coalitieakkoord provincie Utrecht

Relevante zaken uit het coalitieakkoord ten aanzien van de ontwikkelingen zijn:

- › Vakantieparken zijn bedoeld voor recreatie & toerisme en mogen niet permanent bewoond worden;
- › Duurzaamheid en energiebesparing zijn van belang;
- › Er wordt ingezet op een versterking van de biodiversiteit;
- › Er wordt ingezet op behoud van cultureel erfgoed. Zo moet de beleefbaarheid van de Grebbelinie bijvoorbeeld worden versterkt;
- › Er wordt ingezet op spreiding van toeristische druk.

Ontwerp omgevingsverordening provincie Utrecht 2022

Onder het hoofdstuk wonen, werken en recreëren staat het volgende beschreven: “Een omgevingsplan dat betrekking heeft op locaties binnen “Recreatiewoning” bevat regels die het recreatief gebruik van recreatiewoningen en bijbehorende gronden garanderen en omvorming van deze recreatiewoningen en gronden ten behoeve van permanente bewoning uitsluiten”.

Ontwerp omgevingswetprogramma recreatie & toerisme 2022-2025 provincie Utrecht

Leefbaarheid, duurzaamheid en inclusie vormen samen de rode draad door het gehele vrijetijdsbeleid. Er is een beleidsmodel voor ogen, dat zich niet richt op groei, maar op bloei. Hierbij wordt uitgegaan van een vrijetijdseconomie die:

- › Aandacht heeft voor duurzaamheid in de breedte (people-planet-profit);

- › Voorziet in de behoeften van en gelijkwaardige kansen om deel te nemen voor iedereen;
 - › De draagkracht van de provincie niet overschrijdt;
 - › Mogelijk bijdraagt aan herstel van leefbaarheid en biodiversiteit.
- Aangaande verblijfsrecreatie is een meerjarendoel opgenomen met daarin dat de verblijfsrecreatie vitaler zou moeten worden. En er geen sprake is van strijdig gebruik.

Visie op toerisme provincie Utrecht (webpagina)

De verwachting is dat het bezoek aan en binnen de provincie Utrecht de komende jaren toeneemt. Dit vertaalt zich in bestedingen en werkgelegenheid. De provincie Utrecht wil zorgen voor spreiding van voorzieningen met een goede match tussen vraag en aanbod. Duurzame ontwikkelingen in de vrijetijdseconomie worden gestimuleerd. Het gaat daarbij om het verzilveren van de kansen met aandacht voor de balans tussen bezoeker en bewoner en de omgeving en cultuur. Er wordt gericht op bezoekers die passen bij het profiel van de provincie. Ook wordt ingezet op spreiding in ruimte en tijd.

Leefstijlenonderzoek provincie Utrecht

In het leefstijlenonderzoek valt de gemeente Woudenberg onder de regio De Utrechtse Heuvelrug. Het profiel van de verblijfsrecreant in de provincie Utrecht als geheel lijkt in grote lijnen erg op het profiel van de gemiddelde Nederlander. De grootste groepen worden zowel landelijk als provinciaal gevormd door de plezier- en rustzoekers. De groep plezierzoekers is gemiddeld in de provincie iets omvangrijker dan in

Nederland.

Voor de provincie Utrecht zijn de volgende constatering gedaan:

- › Het meeste aanbod is er voor de verbindings- en rustzoeker, gevolgd door de harmoniezoeker;
- › Het minste aanbod is er voor de avontuur- en stijlzoeker. Ook voor de inzichtzoeker is er niet veel aantrekkelijk aanbod te vinden;
- › We zien dat het aanbod van campings/kampeerreinen grotendeels aantrekkelijk is voor de harmonie-, verbindings- en rustzoeker. Voor stijl-, avontuur-, en inzichtzoekers is het aanbod in deze deelsector zeer beperkt.
- › Voor de avontuur-, plezier- en stijlzoeker is er relatief weinig aanbod. Dit geldt in mindere mate ook voor de inzichtzoeker. Nieuwe initiatieven lijken voor deze doelgroepen relatief kansrijk. Ook hierbij moet natuurlijk nagedacht worden over het onderscheidend vermogen.

Voor de Utrechtse Heuvelrug specifiek worden de volgende constatering gedaan:

- › Op de Heuvelrug is er veel aanbod voor de harmonie- en verbindingszoeker en is er bijna geen aanbod voor de avontuur- en stijlzoeker.
- › Avontuur-, plezier-, stijl-, en inzichtzoekers hebben relatief weinig keus op de Heuvelrug. Nieuwe initiatieven voor deze groepen lijken derhalve relatief kansrijk.



BIJLAGE B: REGIONAAL BELEID

Perspectief bestemming Heuvelrug 2030

Recreatie en toerisme zijn bepalend voor het voorzieningenniveau en de leefbaarheid in de regio.

Het DNA van de Heuvelrug bestaat uit:

- › Groen en bosrijk;
- › Kleinschalig en stedelijk tegelijk;
- › Met allure en rijk aan historie: kastelen, landgoederen, buitenplaatsen etc.;
- › Centraal gelegen in Nederland op een kruispunt van snelwegen.

Bezoekers van de Heuvelrug zijn de harmonie-, stijl- en inzichtzoekers. Ook wordt er verder ingezet op de ontwikkeling en inbedding van het zakelijk toerisme in de regio. De Heuvelrug kiest voor kwaliteit in plaats van voor massa. Gericht kiezen en balans tussen de belangen van de bezoekers enerzijds en die van de bewoners en de kwetsbare kwaliteiten van natuur, cultuur en erfgoed van de Heuvelrug anderzijds passen binnen de aanpak.

Agenda bestemming Heuvelrug 2022-2025

Er wordt gekozen voor waardevol duurzaam toerisme: een vitale gastvrijheidseconomie die ook in de toekomst blijft bijdragen aan werkgelegenheid, voorzieningen en sociale cohesie. Een sector die oog heeft voor het koesteren van de kwetsbare kwaliteiten van natuur, cultuur en erfgoed.

Tot nu toe is er veel draagvlak voor toerisme op de Heuvelrug. Voor de

toekomst is het van groot belang dat het draagvlak voor bezoekers blijft en dat de kwaliteiten van de Heuvelrug voorop staan. Belangrijk is het daarom dat bezoekers een positieve bijdrage leveren aan de brede welvaart en welzijn door het gedeelde belang voorop te zetten.

De ambitie voor de Heuvelrug is als volgt: We versterken de Heuvelrug als vitale, toekomstbestendige bestemming, die van waarde is voor bewoners, bezoekers en bedrijven. Onze mooie regio is daarbij het uitgangspunt. We willen dat in 2030 iedere bewoner van de Heuvelrug direct of indirect profiteert van een evenwichtige, robuuste en verantwoorde bezoekerseconomie.

Doelstellingen daarbij zijn:

- › Het vergroten van de economische waarde en werkgelegenheid van bezoek met focus op bestedingen (niet volumes) en passend bij het DNA van de Heuvelrug;
- › Waarde toevoegen aan de leefomgeving, zoals bijdragen aan de instandhouding van voorzieningen;
- › Versterken van de sociale waarde in de regio, zoals saamhorigheid en trots van de bewoners.

Vertrekpunten hierbij zijn:

- › Natuur, cultuur en erfgoed als kapitaal;
- › Sterke economie;
- › Leefbare regio;
- › Duurzame sector;
- › Gastvrije ervaring.

BIJLAGE C: GEMEENTELIJK BELEID

Coalitieakkoord gemeente Woudenberg

Relevant uit het coalitieakkoord ten aanzien van de ontwikkeling zijn:

- › Inzet op energiebesparing, duurzame energie en duurzaamheid in het algemeen;
- › Rekening houden met de gevolgen van klimaatverandering: hittestress, wateroverlast, droogte;
- › Meer hergebruik en recycling. Er wordt gestreefd naar een zo circulair mogelijke gemeente;
- › Er wordt ruimte gegeven om te ondernemen. Mits er wordt gestreefd naar duurzaamheid;
- › We wegen zorgvuldig de balans af tussen behoud van natuurwaarden en economische belangen als het gaat om het nemen van besluiten die raken aan onze prachtige natuurgebieden en recreatieterreinen.

Structuurvisie Woudenberg 2030

Onder het thema recreatie staan de volgende punten beschreven:

- › De gemeente wil het groeipotentieel van recreatie benutten door het accommoderen van meer kwaliteit en diversiteit;
- › De grootste uitdagingen liggen daarbij in: 1) het verbinden en combineren van partijen, 2) het verbeteren van de verblijfskwaliteit, 3) het verlengen van de verblijfsduur (seizoensverlenging);
- › Toevoeging van recreatieve functies mits dit leidt tot een integrale kwaliteitsverbetering van het landschap.

De Grebbelinie en het Valleikanaal worden als recreatief knooppunt benoemd in de structuurvisie. Het is belangrijk dat de Grebbelinie als

cultuurhistorisch element duidelijk(er) herkenbaar wordt, recreatief beter ontsloten wordt en dat recreatieve routes aansluiting op elkaar vinden.

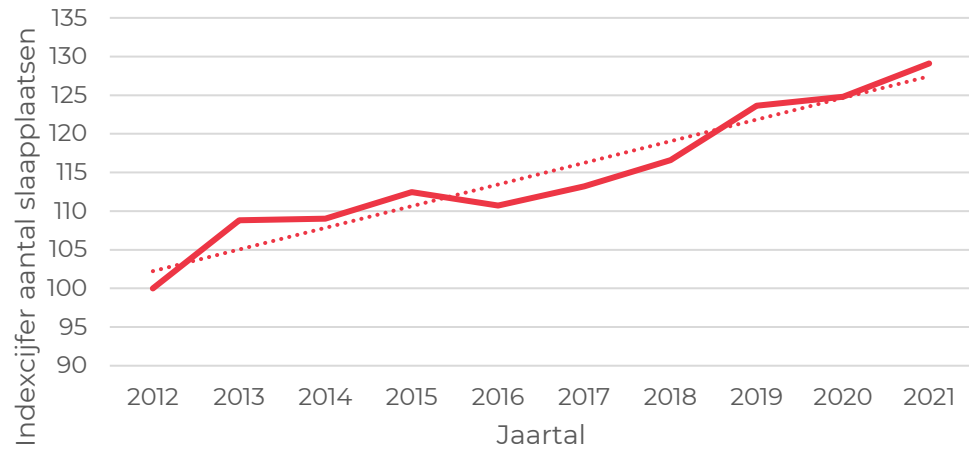
Bestemmingsplan buitengebied Woudenberg

De belangrijkste bouwregels die gelden voor de gronden waarop verblijfsrecreatie toegestaan is zijn:

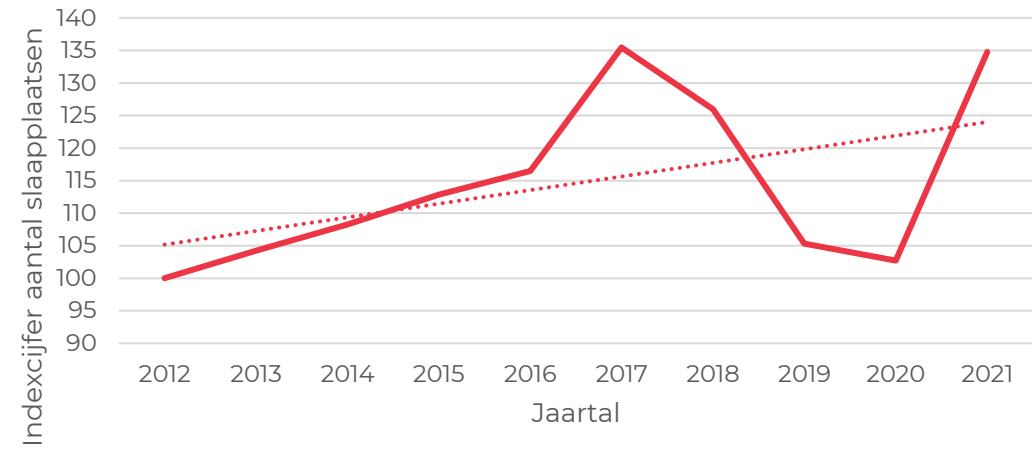
- › Gebouwen en overkappingen mogen alleen binnen het bouwvlak worden gebouwd. Buiten het bouwvlak zijn uitsluitend erf- en terreinafscheidingen en bouwwerken, geen gebouwen of overkappingen zijnde, met een maximale hoogte van 2 meter (erf- en terreinafscheidingen) of 3 meter (bouwwerken, geen gebouwen of overkappingen zijnde).
- › Op een permanente standplaats zijn uitsluitend stacaravans en kampeerhuisjes toegestaan.
- › Op een permanente standplaats en bij een recreatiewoning is in aanvulling ten hoogste één bijgebouw toegestaan (maximale oppervlakte 10 m², hoogte 5 m² en goothoogte 3 m²).
- › Op niet-permanente standplaatsen zijn geen gebouwen toegestaan.
- › De maximale oppervlakte van een stacaravan en een kampeerhuisje bedraagt 70 m², de maximale hoogte is 5 meter en de afstand tussen stacaravans en kampeerhuisjes is ten minste 3 meter.

BIJLAGE D: CBS-ANALYSE AANBOD HUISJESTERREINEN

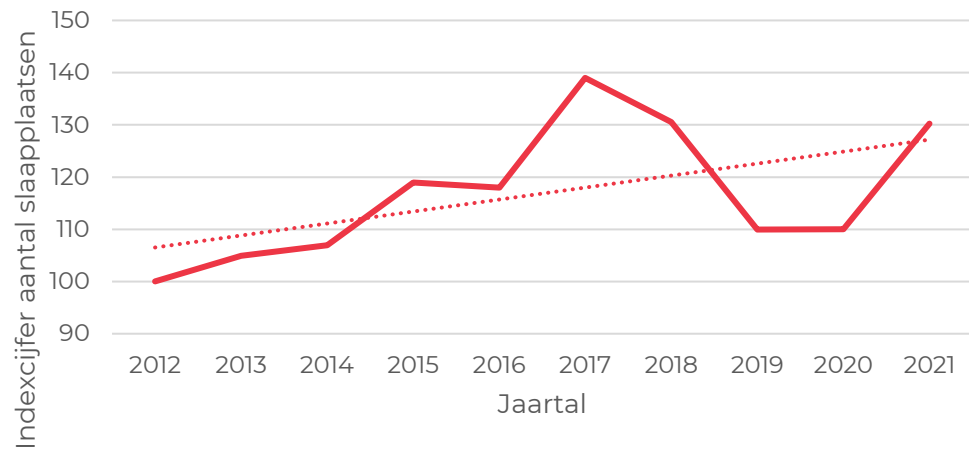
Aanbodontwikkeling huisjesterreinen Nederland



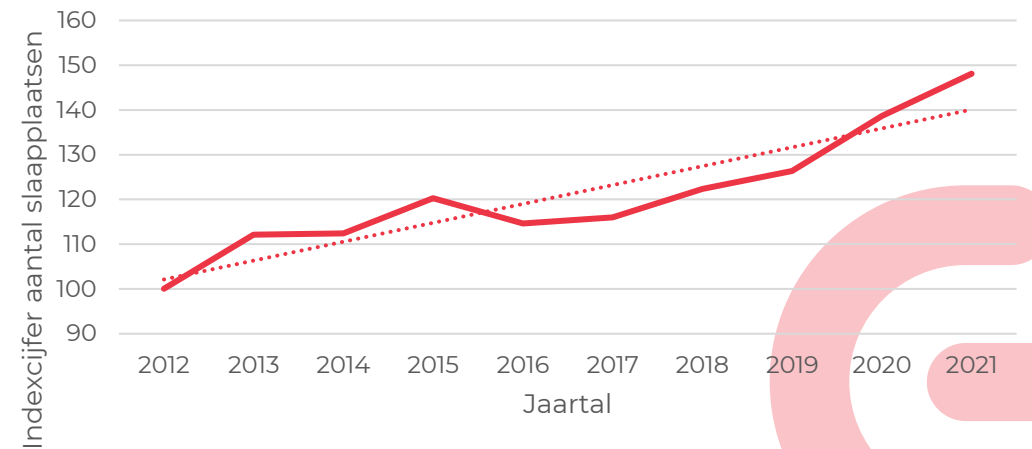
Aanbodontwikkeling huisjesterreinen Utrecht



Aanbodontwikkeling huisjesterreinen Utrechtse Heuvelrug en 't Gooi

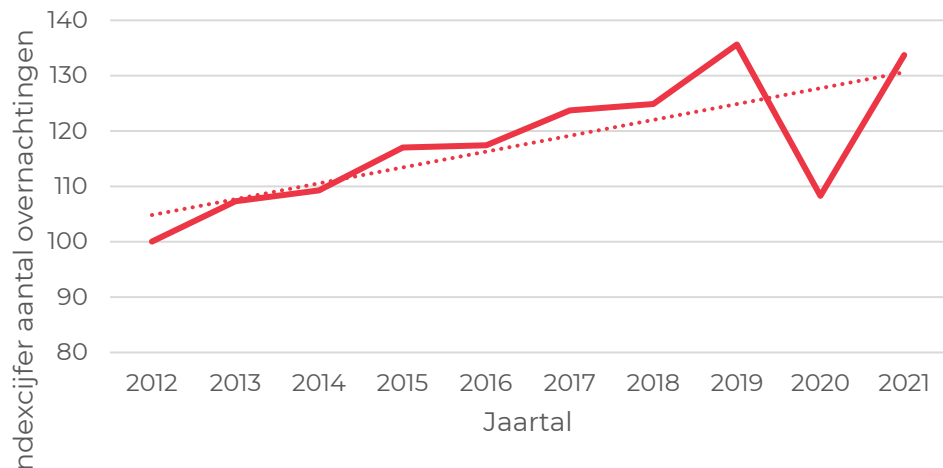


Aanbodontwikkeling huisjesterreinen Bos en Heide Midden-Nederland

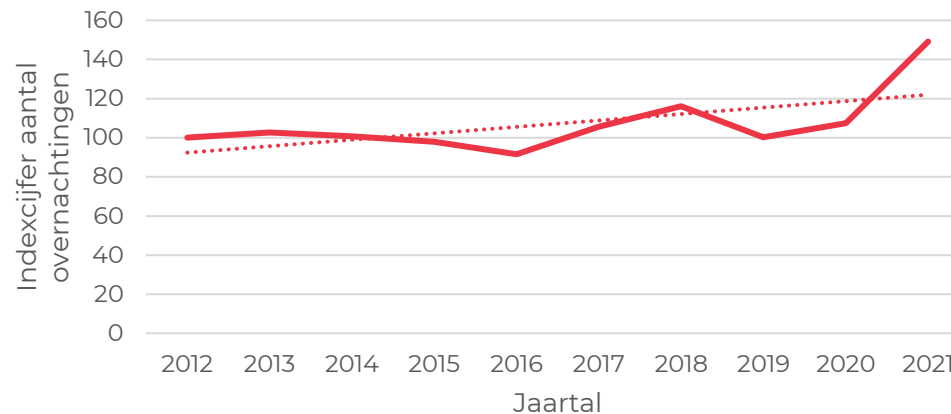


BIJLAGE E: CBS-ANALYSE VRAAG HUISJESTERREINEN

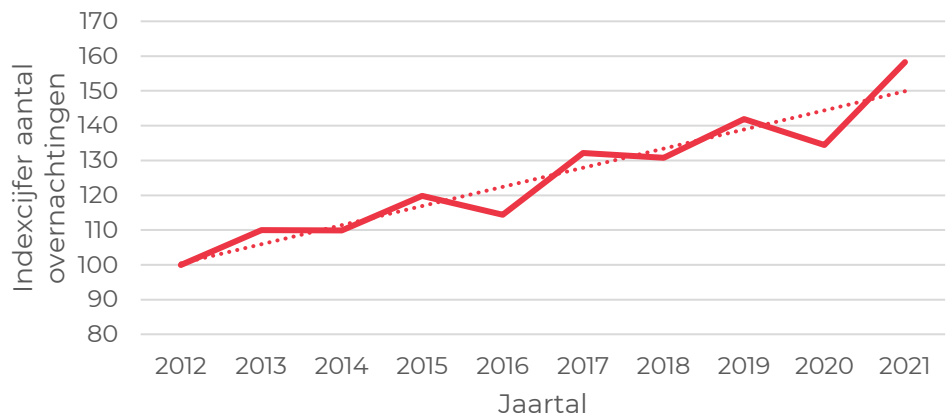
Vraagontwikkeling huisjesterreinen Nederland



Vraagontwikkeling huisjesterreinen Utrecht

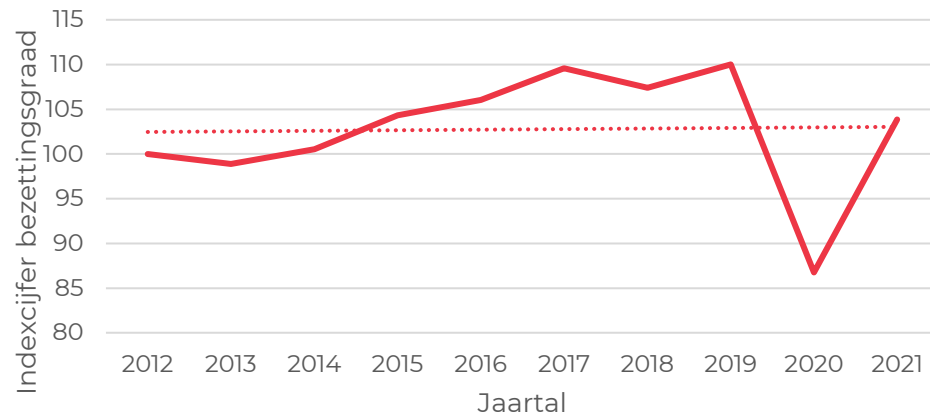


Vraagontwikkeling huisjesterreinen Bos en Heide Midden-Nederland

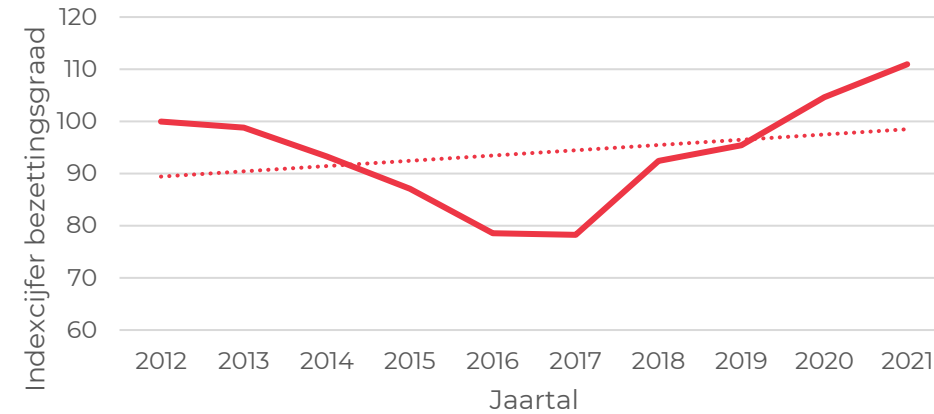


BIJLAGE F: CBS-ANALYSE BEZETTING HUISJESTERREINEN

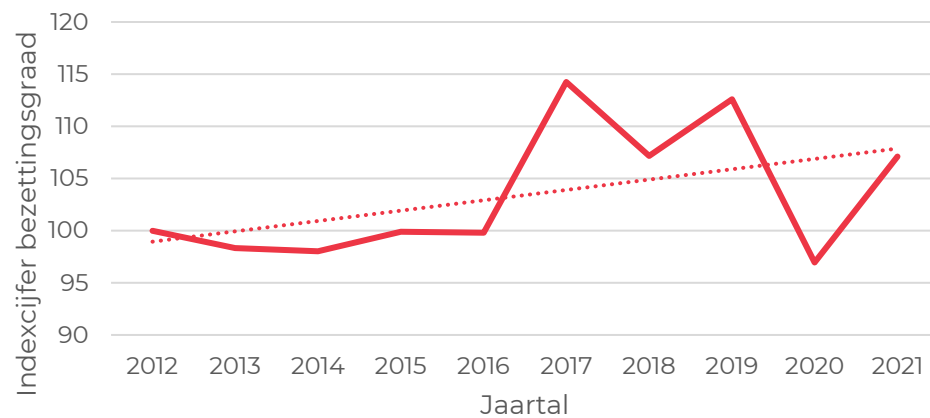
Ontwikkeling bezetting huisjesterreinen
Nederland



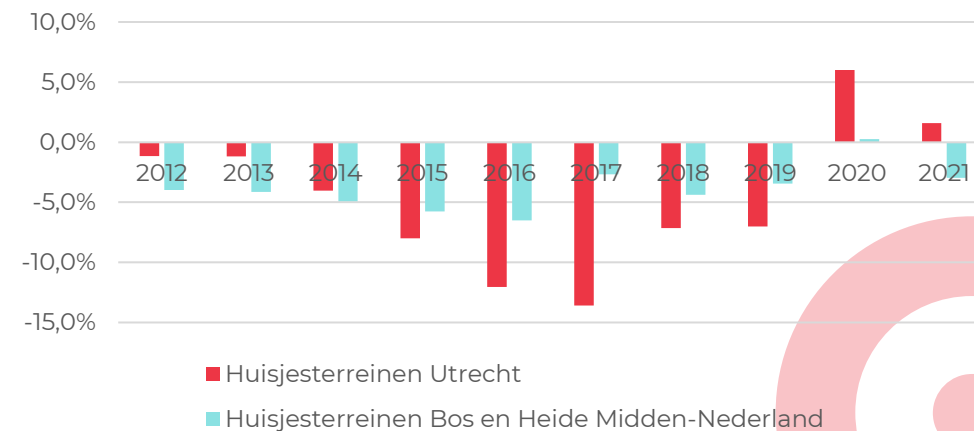
Ontwikkeling bezetting huisjesterreinen
Utrecht



Ontwikkeling bezetting huisjesterreinen
Bos en Heide Midden-Nederland

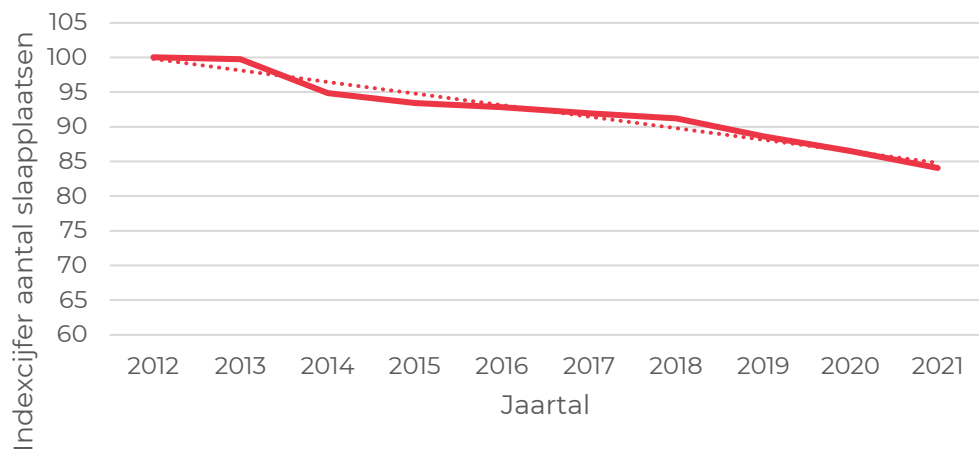


Bezettingsgraad t.o.v. Nederland
huisjesterreinen

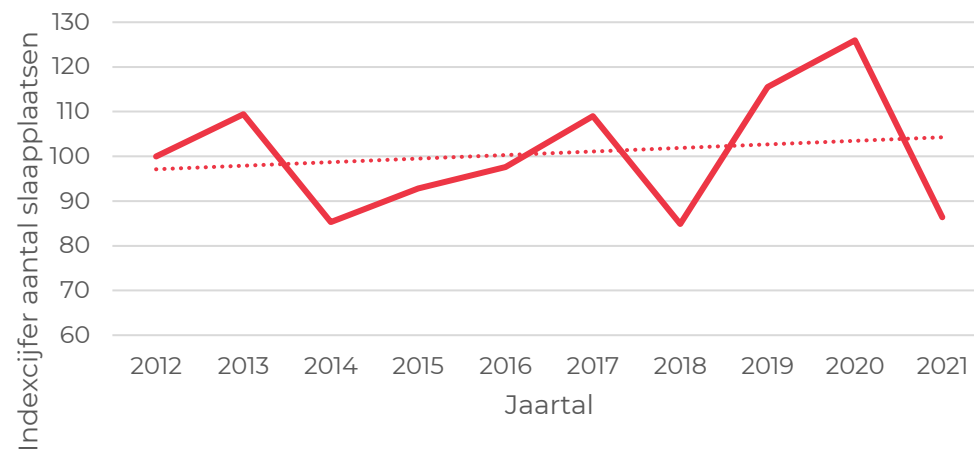


BIJLAGE G: CBS-ANALYSE AANBOD KAMPEERTERREINEN

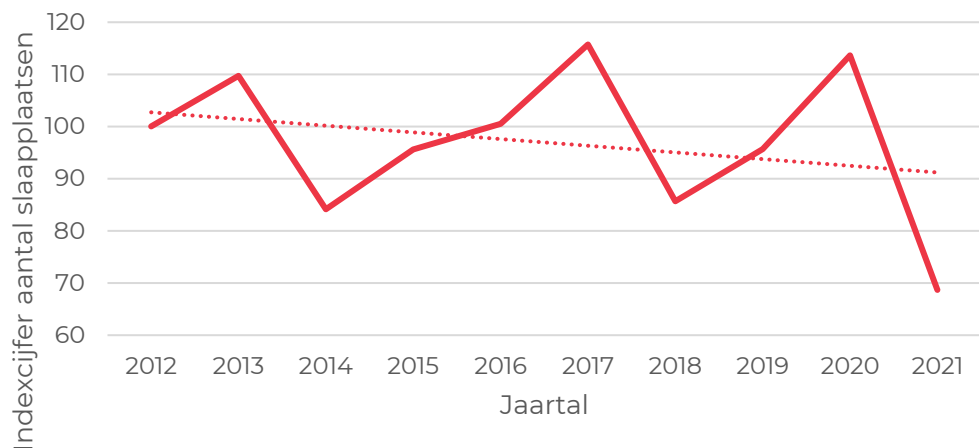
Aanbodontwikkeling kampeerterrainen Nederland



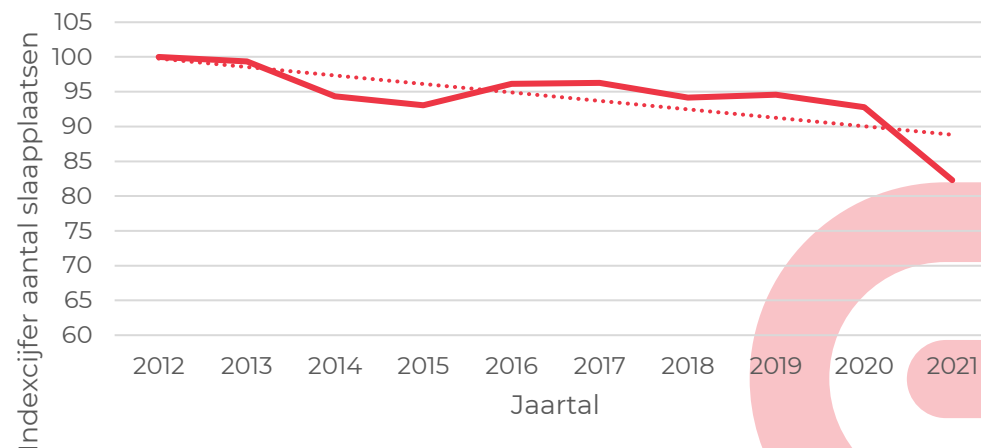
Aanbodontwikkeling kampeerterrainen Utrecht



Aanbodontwikkeling kampeerterrainen Utrechtse Heuvelrug en 't Gooi

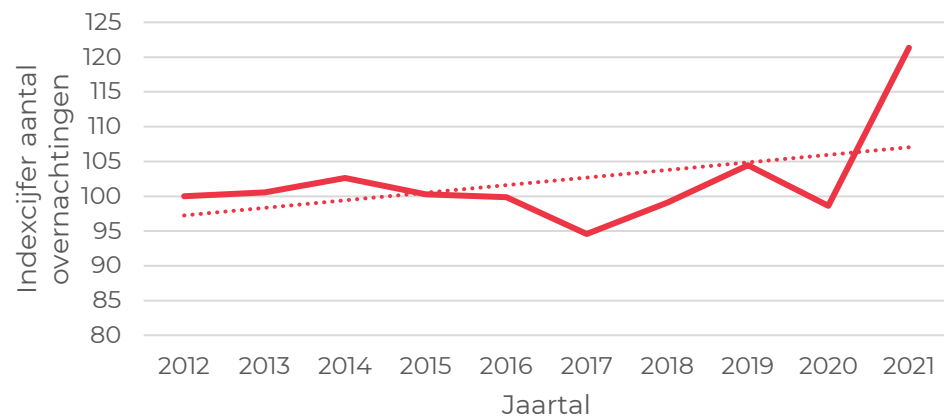


Aanbodontwikkeling kampeerterrainen Bos en Heide Midden-Nederland

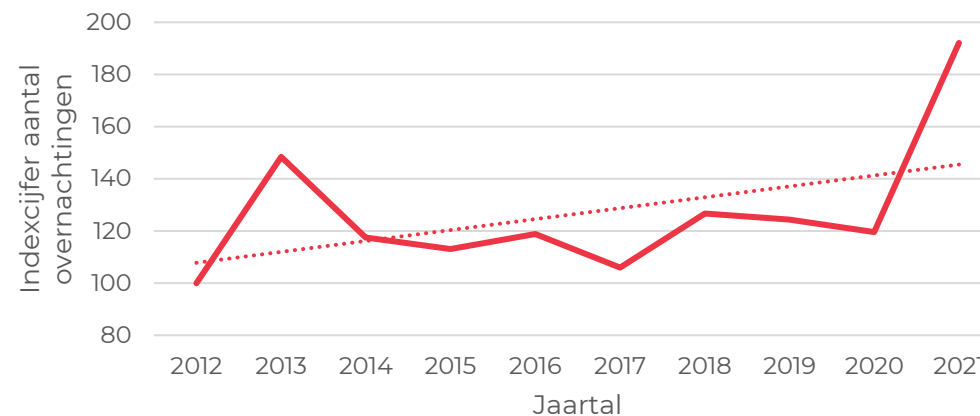


BIJLAGE H: CBS-ANALYSE VRAAG KAMPEERTERREINEN

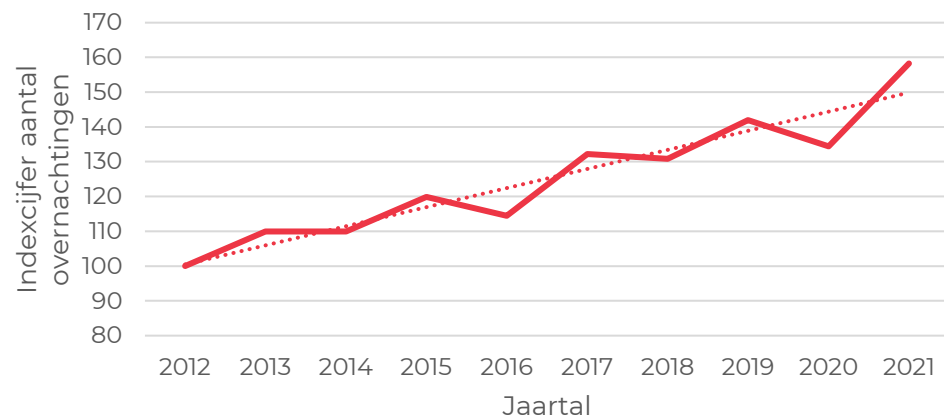
Vraagontwikkeling kampeerterrainen Nederland



Vraagontwikkeling kampeerterrainen Utrecht

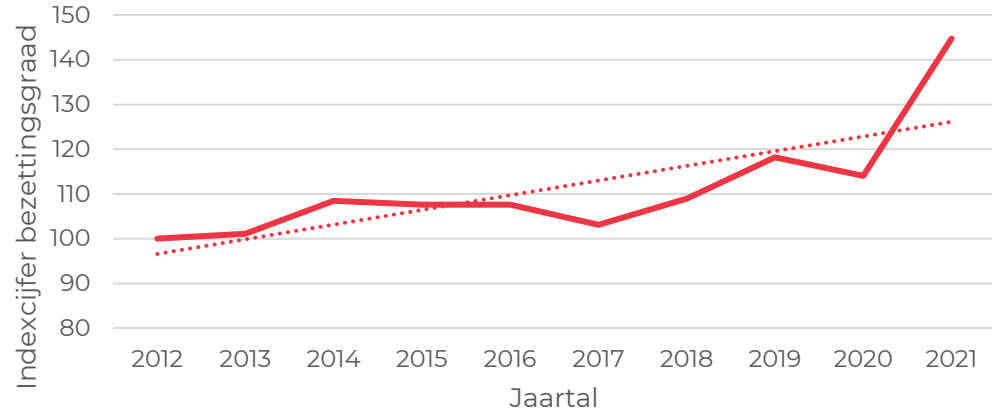


Vraagontwikkeling huisjesterreinen Bos en Heide Midden-Nederland

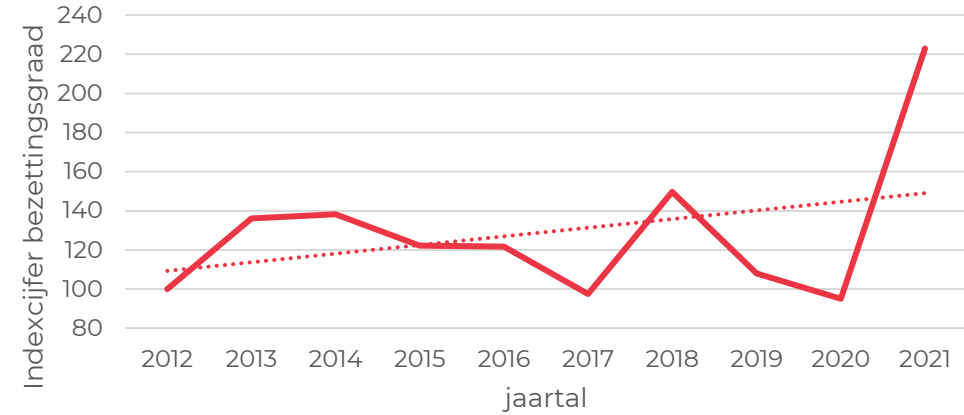


BIJLAGE I: CBS-ANALYSE BEZETTING KAMPEERTERREINEN

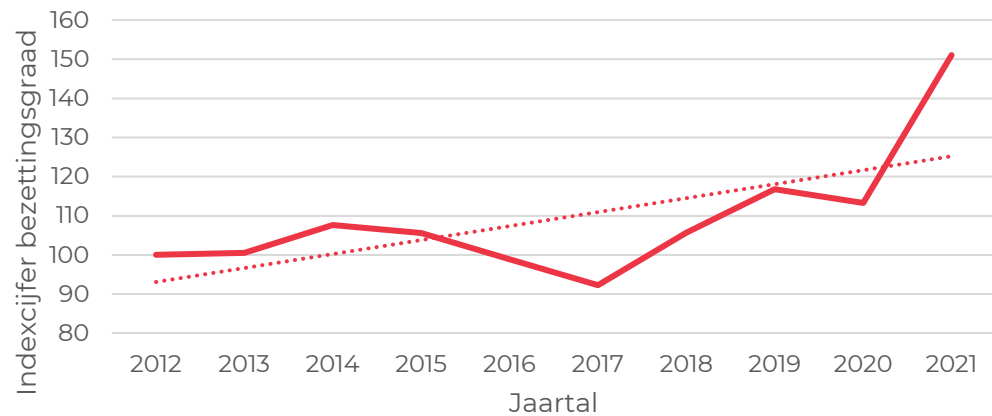
Ontwikkeling bezetting kampeerterreinen
Nederland



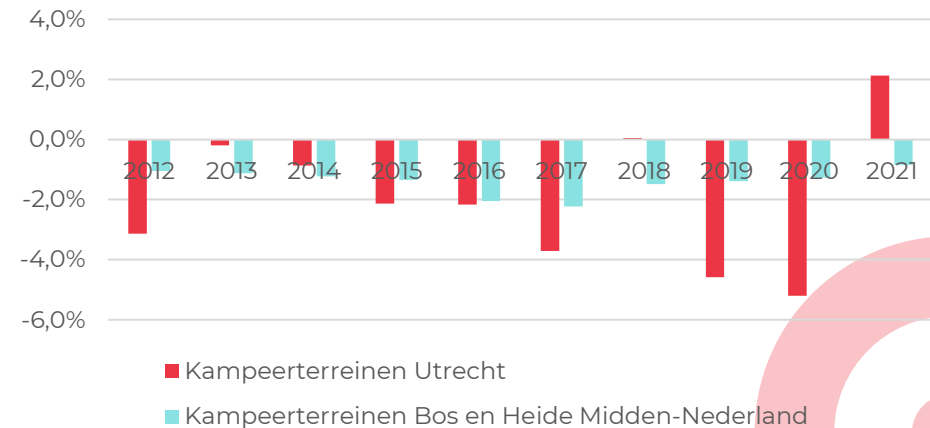
Ontwikkeling bezettingsgraad
kampeerterreinen Utrecht



Ontwikkeling bezetting kampeerterreinen
Bos en Heide Midden-Nederland



Bezettingsgraad t.o.v. Nederland
kampeerterreinen



BIJLAGE J: BEVINDINGEN INTERVIEWS

Interview Stijn Boode (regiomanager Gelderland en Utrecht HISWA-RECRON)

- › De toeristische doelgroep van de regio is heel gemixt. Er komen gezinnen uit het gehele land en ook senioren zijn een belangrijke doelgroep. Het is een gebied waar je goed kunt fietsen en wandelen. Er is veel cultuur en wat grotere dagrecreatieve voorzieningen zijn dichtbij.
- › De Grebbelinie is nog niet heel erg bekend. Qua promotie wordt hier wel op ingezet maar het is nog geen standalone bezoekmotief. De Hollandse Waterlinie is dit meer, maar die ligt weer wat verder naar Utrecht toe.
- › De ligging centraal in Nederland is toeristisch een groot pluspunt voor de regio omdat er een heel groot bevolkingspotentieel is. Met name voor de korte vakanties is dat gunstig.
- › Woudenberg kent met name rondom het Henschotermeer en de Heigraaf concentraties van verblijf. Dit is toeristisch een trekker waarvoor bezoekers komen.
- › Qua doelgroepen lijkt er ruimte te zijn voor een kwalitatieve upgrade en natuurlijk moet er gekeken worden naar het aanboren van andere markten. Ook gericht op groepen.
- › De bezetting in de regio is heel wisselend en per logiesbedrijf verschillend. De regio presteert goed. Niet te vergelijken met de kust maar met name voor de kortere vakanties (lang weekend/midweek) is het een erg goede regio. Dit betekent wel dat er veel wisselingen zijn.
- › Qua faciliteiten zou het beter zijn om de samenwerking te zoeken met anderen. Er is namelijk al veel in de regio. Het wordt afgeraden om te grote investeringen te doen in faciliteiten en activiteiten. Aansluiting bij

het RBT en HISWA-RECRON zou goed zijn om deze samenwerkingen op te zetten en door te ontwikkelen.

Interviews met recreatieondernemers

We hebben een zestal recreatieondernemers uit de benchmark benaderd om te achterhalen wat de gemiddelde bezetting is en welke ontwikkeling hier in de afgelopen jaren in heeft plaats gevonden. Ook is gevraagd naar eventuele plannen die ze hadden voor hun eigen onderneming.

Onderstaande punten kwamen naar voren:

- › De bezetting is vrij stabiel gebleven, ook tijdens corona en afgelopen jaar zelfs een lichte stijging;
- › In het hoogseizoen een bezetting van 80-90%;
- › In het laagseizoen een bezetting van rond de 70%;
- › Gemiddelde bezetting in geopende periode 75%;
- › De meeste campings zijn van maart tot oktober geopend, de jaarronde bezetting ligt dus fors lager dan de gemiddelde bezetting gedurende het seizoen;
- › Veelal geen uitbreidingsplannen voor de toekomst, of wel gewenst maar niet mogelijk binnen het bestemmingsplan.

BIJLAGE K: TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Trends in de samenleving

Vergrijzing

Nederland heeft, net als onze buurlanden België en Duitsland, de drie belangrijkste herkomstmarkten voor verblijfsrecreatie in Utrecht, te maken met een snelle vergrijzing. Daarnaast zijn senioren steeds mobieler en hebben ze veel vrije tijd. De verwachting is daarom dat de komende jaren een steeds groter aandeel van de overnachtingen op recreatiebedrijven gedaan zal worden door senioren. Voor de marktruimte voor de ontwikkeling van Hofstede Hooybroeck lijkt deze trend voordelig. Op kampeerterreinen wordt namelijk een relatief groot deel van de overnachtingen gedaan door senioren. Ook is de regio interessant om te wandelen en fietsen, activiteiten die senioren graag uitvoeren. Daarnaast is de regio centraal in Nederland gelegen wat korte reistijd tot gevolg heeft voor bezoekers. Vooral senioren vinden dit belangrijk. Al met al denken we dat deze trend een licht positief effect heeft op de vraagontwikkeling in het marktgebied.

Digitalisering

Een steeds groter aandeel mensen heeft toegang tot het Internet en weet ook hoe ze hier (goed) gebruik van moeten maken. Dit heeft een enorme invloed op de verblijfsrecreatie. Online marketing en het hebben van een goede website worden steeds belangrijker omdat boekingen en het winnen van informatie steeds vaker online worden gedaan. Vaak zien we dat de grotere ketens meer online marketingkracht hebben, en dat het voor kleinere bedrijven lastiger is om online de concurrentie aan te gaan. Ook wordt digitalisering van het concept, bijvoorbeeld door digitaal inchecken, online bijboeken van faciliteiten, een chat met medewerkers

van de receptie etc. steeds belangrijk. In de marktregio zijn er (ten opzichte van landelijk) relatief weinig ketens aanwezig. Daarom schatten wij in dat deze trend ongunstig is voor de vraaggroei in het marktgebied.

Toenemend belang van MVO

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) wordt steeds belangrijker voor de gast. Hiermee wordt bedoeld dat bedrijven zich niet alleen richten op het maken van winst, maar ook op de impact op de maatschappij en het milieu. Uit onderzoek van Booking.com (2022) blijkt dat de impact van de reis voorop blijft staan, waarbij 71% van de reizigers wereldwijd zegt dat ze duurzamer willen reizen de komende 12 maanden. Dit is een stijging van 10% t.o.v. hetzelfde onderzoek in 2021. Dit toont aan dat de consument steeds bewuster leeft en keuzes maakt. De consument denkt na over de impact van het verblijf. Meer dan een derde (35%) van de reizigers wereldwijd zegt dat de duurzaamheidsinspanningen van accommodatie- en vervoersaanbieders een grote rol spelen bij de keuze voor vakantie en vervoer. Sterker nog, 70% van de wereldreizigers zegt eerder geneigd te zijn een duurzame accommodatie te kiezen. Daarnaast wordt het ook steeds belangrijker gevonden dat de omgeving ook mee profiteert van het toerisme. Reizigers hebben namelijk directe invloed op de omgeving waarin ze verblijven. De marktregio zet goed in op deze waarden. Dit kan een positief effect hebben op de verhuurbaarheid van de huisjes en kampeerplaatsen in het marktgebied. Ons inziens zijn veel regio's in Nederland hier mee bezig en loopt de marktregio niet persé voorop of achteraan in deze ontwikkeling. We verwachten daarom dat deze trend weinig invloed heeft op de vraagontwikkeling in het totale marktgebied.

Trends binnen de verblijfsrecreatiesector

Uitersten in trek: luxe en back-to-basic steeds populairder

Toeristen gaan op zoek naar steeds luxere vakantieverblijven. Hier wordt door de markt op ingespeeld door ook op campings en vakantieparken hotelfaciliteiten te bieden. Aan de andere kant is een trend zichtbaar dat consumenten op zoek gaan naar rust en ruimte, als tegenhanger van het drukke leven dat men leidt. Back-to-basic recreëren op een natuurcamping of mentaal opladen in een retraite zijn hierdoor bij delen van de markt zeer in trek. Deze trend lijkt een negatieve invloed te hebben op ontwikkelingen als die van Hofstede Hooybroeck. De plaatsen zijn namelijk niet basic maar ook niet heel luxe.

Meer spreiding in vakanties over het jaar

De gemiddelde verblijfsduur per vakantie daalt. Echter, mensen kiezen er wel voor om vaker op vakantie te gaan. Niet alleen in de zomervakantie, maar ook in het voor- na- en winterseizoen. Met name het aantal vakanties in de winter is toegenomen. Ook lijken vakanties in combinatie met evenementenbezoek toegenomen. Hierdoor is er meer vakantiespreiding. Dit is gunstig voor de vraagontwikkeling aangezien de bezetting buitenom het hoogseizoen zal stijgen. Met name voor de marktregio van Hofstede Hooybroeck is dit gunstig. Doordat deze centraal gelegen is kan de regio extra profiteren van korte vakanties (de reistijd is immers beperkt voor een grote groep potentiële gasten).

Behoeftte aan kleinere en grotere accommodaties

De gemiddelde gezinsgrootte wordt kleiner. Daardoor is er meer behoefte aan kleinere woningen. Echter, zorgt dit ook voor meer behoefte aan grotere woningen omdat gezinnen in andere combinaties, bijvoorbeeld met vrienden of familie, op vakantie gaan. Met name de driegeratievakanties (grootouders, kinderen en kleinkinderen) worden steeds populairder. Hofstede Hooybroeck richt zich juist op de 4-6 persoons accommodaties. Deze sluiten minder goed aan bij deze trend. Wel zijn er enkele 2-persoons accommodaties die dan weer wel goed aansluiten bij deze trend.

Stijging verkoop campers en caravans

Het aantal nieuw afgeleverde kampeerauto's was nog nooit zo hoog. In 2021 werden er in totaal 3.164 nieuwe campers op naam gesteld (29% meer dan in 2020). Ook op het gebied van verkoop van nieuwe caravans was dit het beste jaar sinds de afgelopen 10 jaren. Er werden 8.562 nieuwe caravans in 2021 in Nederland afgeleverd aan kampeerdere (23% meer dan in 2020). Gemiddeld groeide de markt voor nieuwe kampeermiddelen in Nederland met +24,6%. De verwachting is dat deze trend door gaat zetten in het aantal kampeerboekingen. Deze trend is natuurlijk erg voordelig voor de marktruimte voor nieuwe ontwikkelingen met kampeerplaatsen.



Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

DEMI KARSSEN
d.karsen@wijzijnginder.nl

SASJA VERMEULEN
s.vermeulen@wijzijnginder.nl

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS 's-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wijzijnginder.nl
I: wijzijnginder.nl

 **GINDER**
komt het tot leven