Toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen

Eindrapport
December 2021

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

BUREAUBUITEN
economie & omgeving

Toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen

Eindrapport

December 2021

Auteur(s):
Adriana Stam MBI
Romy Beemsterboer MSc
Daniek Nijland MSc
Dirk van Roij
Justus van den Berg

Projectnummer: 2020-1536/ bron voorblad: Omroep Brabant

BUITEN, Bureau voor Economie & Omgeving
Achter Sint Pieter 160
3512 HT Utrecht
info@bureaubuiten.nl
www.bureaubuiten.nl
+31 (0)30-2318945

Rho adviseurs voor leefruimte
Torenallee 20
5617 BC Eindhoven
info@rho.nl
www.rho.nl
+31 (0)40-3032312

In opdracht van gemeenten Bergeijk, Eersel, Bladel en Reusel-De Mierden

Inhoudsopgave

Voorwoord 4

Samenvatting 5

1 Introductie 6

1.1 *Aanleiding en doel* 6
1.2 *Leeswijzer* 7

2 Uitgangspunten en doelen toetsingskader 8

2.1 *Inleiding* 8
2.2 *Het abstractieniveau* 9
2.3 *Uitgangspunten* 9
2.4 *Doelen op hoofdlijnen* 11

3 Afwegingskader voor nieuwe ontwikkelingen 15

3.1 *Hoe werkt het afwegingskader?* 15
3.2 *Hulpmiddelen voor initiatiefnemer ter motivering van zijn initiatief* 15

Bijlagen 18

I. *Definiëring van begrippen en werkwijze* 19
II. *Doelgroepen en toeristisch-recreatieve leefstijlen* 20
III. *Trends en ontwikkelingen* 23
IV. *Samenvatting Leisure Kansenkaart* 30
V. *De Kempen als toeristisch-recreatieve bestemming: analyse* 31
VI. *SWOT-analyse* 35
VII. *Maatwerk* 37
VIII. *Oplegger* 38
IX. *Intakeformulier toeristische en recreatieve initiatieven* 42
Geraadpleegde bronnen 45

Voorwoord

De gemeenten Bergeijk, Bladel, Eersel en Reusel-De Mierden vormen een toeristische eenheid in De Brabantse Kempen. Het landschap bestaat uit heidevelden, vennen en bossen waarin aantrekkelijke dorpen en kernen zijn gelegen. De toeristisch-recreatieve infrastructuur is uitgebreid. Ook zijn er diverse grote verblijfsaccommodaties (zoals Landal Het Vennenbos, Centerparcs De Kempervennen, camping De Paal, recreatiepark De Achterste Hoef en recreatiepark TerSpegelt). Zowel de bezoeker als de inwoner maakt veelvuldig gebruik van de toeristisch-recreatieve mogelijkheden. De sector is dan ook van groot economisch belang en draagt bij aan de leefbaarheid van de gemeenten.

De gemeenten werken, vanwege de genoemde eenheid, al geruime tijd samen als het gaat om 'vrijetijdseconomie' (VTE). Zo hanteren de vier gemeenten allemaal:

- De Regionale beleidsvisie dag- en verblijfsrecreatie de Kempen (2008) (Ruimtelijke uitwerking van de VTE en voorloper van het onderhavige document)
- De Gezamenlijke Visie Vrijetijdseconomie Brabantse Kempen, Samen op pad in de Brabantse Kempen (2016) (Het economisch belang van de VTE)
- Het Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie (2017 e.v.) (De projecten die voortvloeien uit de Gezamenlijke Visie Vrijetijdseconomie Brabantse Kempen).

Aangezien delen van de regionale beleidsvisie uit 2008 gedateerd zijn, er nieuwe inzichten zijn én het goed is om voor te sorteren op de invoering van de Omgevingswet, is de bestaande Regionale beleidsvisie dag- en verblijfsrecreatie de Kempen in gezamenlijkheid geactualiseerd tot een toetsingskader. Vanuit dit toetsingskader en de Gezamenlijke Visie Vrijetijdseconomie (2016) werken de vier gemeenten samen, waarbij geldt dat er op onderdelen ruimte is voor 'couleur locale' (zie bijlage VIII).

Het geactualiseerde Toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie de Kempen vormt de basis om te werken aan het behoud van het Kempisch landschap met een kwalitatief en divers toeristisch-recreatief product. Daarnaast wordt bij de ontwikkeling van aanbod geredeneerd vanuit de behoefte van zowel bestaande als kansrijke doelgroepen. Daarbij spelen bereikbaarheid, beleving, diversiteit en kwaliteit een belangrijke rol. En uiteraard moeten toeristisch-recreatieve ontwikkelingen passen bij de identiteit van de Kempengemeenten.

Met de actualisatie worden de volgende doelen bereikt:

- De gemeenten bieden duidelijkheid aan ondernemers welke informatie ondernemers moeten aanleveren om een aanvraag in te dienen.
- Voor de gemeenten biedt de actualisatie handvatten om de aanvragen voor (nieuwe) ontwikkelingen goed en op uniforme wijze te beoordelen.

Bij de actualisatie zijn, buiten de ambtenaren en portefeuillehouders VTE en RO van de vier gemeenten, diverse ondernemers uit de Brabantse Kempen betrokken geweest. Mede dankzij hun input en reacties is deze actualisatie tot stand gekomen.

Samenvatting

Aanvragen (ondernemer)

Vereist: gegevens die aangeleverd moeten worden

1. Businessplan:
   - Persoonsgegevens (naam, adres, woonplaats)
   - Idee en doel
   - Nieuwe product/ bedrijfsactiviteiten
   - Locatie van nieuwe ontwikkeling of uitbreiding
   - Doelgroep(en), markt(en) en kanalen - marketingplan
   - Toegevoegde waarde ten opzichte van bestaande recreatieve voorzieningen
   - Organisatie- en rechtsvorm
   - Financiële onderbouwing
   - Toekomstperspectief
2. Situatieschets
3. Landschappelijk inpassingsplan
4. Te verwachten invloed op de omgeving
5. Kwetsbaarheid van het (vestigings)gebied

Kempische opgaven

1. Versterken identiteit Brabantse Kempen
2. Toegevoegde waarde leefomgeving voor bewoners
3. Verhogen kwaliteit en diversiteit van het bestaande aanbod
4. Actieve deelname aan samenwerkingsvormen
5. Bijdrage aan (cultuurhistorische) waarden Brabantse Kempen
6. Bijdrage aan maatschappelijke opgaven

Processtappen

Verkennend gesprek aanvrager met aanspreekpunt bij gemeente aan de hand van format

Principeverzoek of aanvraag indienen

Beoordeling van de aanvraag lokaal/ regionaal

Planologische proces (en eventueel besluit gemeenteraad)

Voor u ligt het geactualiseerde toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen. U vindt hierin uitgangspunten en doelstellingen voor toeristisch-recreatieve ontwikkelingen in De Kempen en een geactualiseerd afwegingskader waarmee richting wordt gegeven aan nieuwe ontwikkelingen en/ of uitbreidingen. We hebben het proces, de uitgangspunten en doelstellingen alvast schematisch voor u op een rijtje gezet.

Beoordelen (overheid)

Lokaal: integrale beoordeling

1. Economie (toerisme en recreatie)
2. Ruimtelijke Ordening

Afhankelijk van het soort aanvraag en de locatie, o.a.:

a. Natuur en milieu
b. Erfgoed
c. Cultuur

Regionaal: afstemming bij grootschalige ontwikkelingen

1. Economie (toerisme en recreatie)
2. Ruimtelijke Ordening

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

1 Introductie

Dit toetsingskader is het vervolg op de regionale beleidsvisie dag- en verblijfsrecreatie De Kempen uit 2008.

Recreatie en toerisme zijn binnen De Brabantse Kempen van grote maatschappelijke en economische betekenis. Met meer dan 500 vestigingen die bijna 3.500 fulltimebanen opleveren is de sector goed voor ruim 9% van het totaal aantal banen in de vier gemeenten (bron: LISA, 2019).

Het Toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen (2021) sluit aan bij de huidige wetgeving en vrijetijdseconomie. De Kempengemeenten Bergeijk, Eersel, Bladel en Reusel-De Mierden werken samen op basis van de vastgestelde gezamenlijke Visie VTE en het Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie. Met dit geactualiseerde ruimtelijke toetsingskader is het voor (potentiële) ondernemers duidelijk welke soort ontwikkelingen – vanuit toeristisch-recreatief perspectief – gewenst zijn. Voor de gemeenten vormt het een afwegingskader voor nieuwe ruimtelijke initiatieven/ uitbreidingen.

1.1 *Aanleiding en doel*

De gemeenten Bergeijk, Eersel, Bladel en Reusel-De Mierden hebben de afgelopen jaren samengewerkt aan hun positie als aantrekkelijke regio om in te verblijven en te recreëren. De Brabantse Kempen[1] is al geruime tijd ontdekt door de toerist. Het landschap met heidevelden, vennen en bossen waarin aantrekkelijke kernen zijn gelegen, worden gewaardeerd. De vele vakantieparken trekken gasten aan op nationaal en internationaal niveau. En de toeristische infrastructuur in het gebied is van hoog kwalitatief niveau. Vanwege de toeristische eenheid streven de gemeenten samen naar één toekomstbeeld voor dag- en verblijfsrecreatie in De Kempen. Dat toekomstbeeld hebben zij in 2008 uitgewerkt in de regionale beleidsvisie dag- en verblijfsrecreatie De Kempen.

Echter, we zijn inmiddels ruim 12 jaar verder. De toeristische sector heeft tal van veranderingen ondergaan, zoals de intrede van nieuwe concepten als AirBnB, glamping en tiny houses. Daarnaast komt de transitie van het buitengebied steeds verder op gang waarbij sommige ondernemers van (voormalige) agrarische bedrijven een mogelijkheid zien om recreatieve functies te starten of verder uit te breiden. De nieuwe Omgevingswet vraagt daarnaast om een andere manier van beoordelen van nieuwe initiatieven. De wet gaat uit van een positieve grondhouding van de gemeenten voor initiatieven die op een goede wijze ingepast kunnen worden in de fysieke leefomgeving.

Met de actualisatie is een tweeledig doel bereikt:

1. De gemeenten kunnen aan de hand van het geactualiseerde toetsingskader, vanuit hun toetsende rol, goede afwegingen maken over (nieuwe) recreatieve ontwikkelingen in De Kempen[2];

[1] Oirschot is onderdeel van de Brabantse Kempen, maar is geen onderdeel van deze actualisering van het toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie. De gemeente heeft eigen beleid op het gebied van dag- en verblijfsrecreatie.

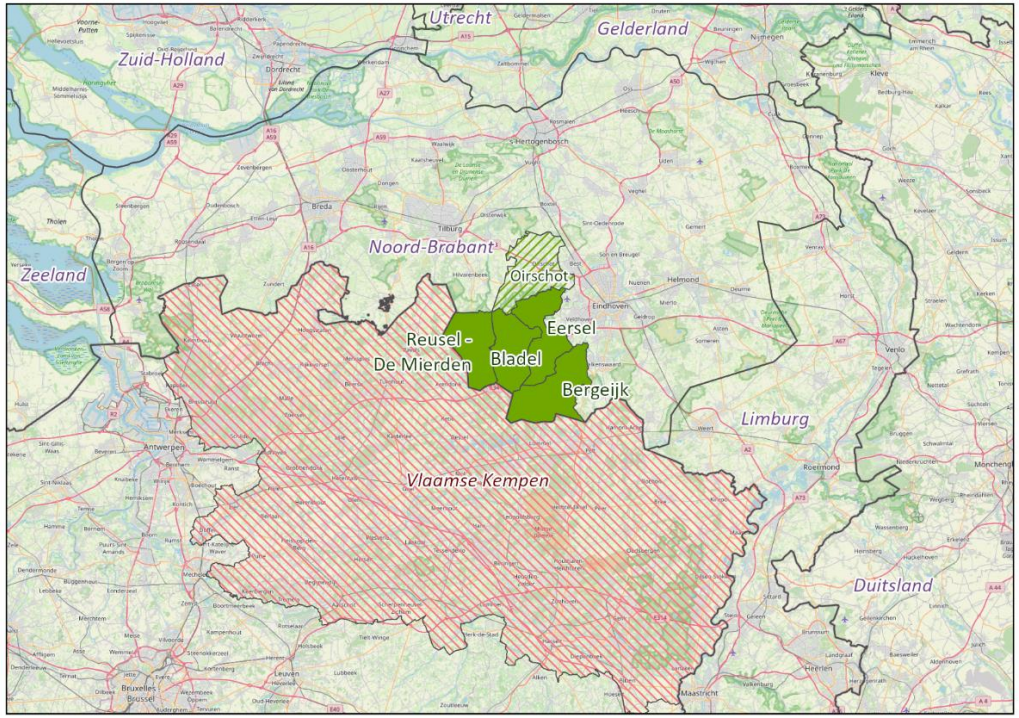
[2] Voor elk initiatief geldt uiteraard dat bekeken moet worden of het ook binnen andere beleidsterreinen ingepast kan worden.

2. Het toetsingskader biedt vanuit toeristisch-recreatief perspectief duidelijkheid aan ondernemers in De Kempen over de manier waarop (nieuwe) ontwikkelingen gefaciliteerd en ondersteund worden en over de wens van de gemeenten om te komen tot een hoogwaardig en goed afgestemd Kempenbreed aanbod van recreatieve voorzieningen.

1.2 *Leeswijzer*

Dit document bestaat uit:

- De uitgangspunten en doelen voor dag- en verblijfsrecreatie in De Kempen (hoofdstuk 2);
- Een geactualiseerd afwegingskader waarmee richting wordt gegeven aan nieuwe voor toeristisch recreatieve ontwikkelingen en/ of uitbreidingen (hoofdstuk 3);
- Achtergrondinformatie die gebruikt is voor de actualisering en die nodig kan zijn voor een aanvraag staat in de bijlagen.



Overzichtskaart van De Kempengemeenten in Nederland en het Belgische deel van streek De Kempen (bron: Bureau BUITEN)

2 Uitgangspunten en doelen toetsingskader

In dit hoofdstuk staan de uitgangspunten en doelstellingen van het geactualiseerde toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen centraal, die sturing geven aan toeristisch-recreatieve ontwikkelingen. Het bevat de uitgangspunten en doelstellingen voor gewenste toeristisch-recreatieve ontwikkelingen in De Kempen.

2.1 *Van twee visies op toerisme en recreatie naar één visie en één toetsingskader*

Binnen de Kempen zijn twee visies van toepassing op de toeristische sector: de regionale beleidsvisie dag- en verblijfsrecreatie De Kempen (2008) en de Gezamenlijke Visie Vrijetijdseconomie Brabantse Kempen (2016) (hierna: gezamenlijke Visie VTE). De doelstellingen van beide visies komen voor een groot deel met elkaar overeen. In beide visies is antwoord gegeven op de vraag: 'Wat willen we met elkaar bereiken in de toekomst op het gebied van dag- en verblijfsrecreatie?' Omdat de antwoorden en daarmee ook de doelen overeenkomen, hanteren we de onderbouwing uit de gezamenlijke Visie VTE als kapstok voor het toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie. Daarmee is dit toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen in feite de ruimtelijke uitwerking van de gezamenlijke Visie VTE.

Zodra dit toetsingskader is vastgesteld, vervalt de voorgaande beleidsvisie dag- en verblijfsrecreatie De Kempen uit 2008. Het geactualiseerde toetsingskader is opgesteld zowel vanuit ruimtelijk als toeristisch perspectief. Dit is gedaan in ambtelijke sessies met beleidsmedewerkers recreatie en ruimtelijke ordening, bestuurders én recreatieondernemers uit de regio.

Het gaat hier om de actualisatie van het toetsingskader. We hebben dus niet te maken met een blanco situatie, maar borduren voort op de uitgangpunten die beschreven zijn in de voorgaande beleidsvisie uit 2008. Een deel van die uitgangspunten is nog actueel en passend. Daarnaast zijn er nieuwe inzichten op het gebied van dag- en verblijfsrecreatie opgenomen in dit toetsingskader.

In de afgelopen jaren is nieuw beleid opgesteld op het gebied van recreatie, zoals de gezamenlijke Visie VTE (2016). Hierin wordt:

- Het gewenste kwaliteitsbeeld van de dag- en verblijfsrecreatieve sector in De Kempen geschetst. Bij dag- en verblijfsrecreatie gaat het namelijk niet alleen om het economische aspect, maar ook om welzijn;
- En, zoals de titel van de visie al verwoordt, het belang van samenwerken onderkend. De doelen en ambities die we op het gebied van toerisme en recreatie in De Kempen nastreven, kunnen de gemeenten niet alleen oppakken. Dit doen we samen met onder meer buurgemeenten, ketenpartners, ondernemers en belangenorganisaties.

Ook is er nieuw beleid voor andere sectoren dat raakvlak heeft met de recreatieve sector (bijvoorbeeld op het gebied van landschap en buitengebied). Vanwege de nieuwe Omgevingswet hebben de gemeenten óf al een omgevingsvisie vastgesteld óf zijn ze bezig met het opstellen ervan. In die omgevingsvisies zijn soms ook beleidsuitspraken gedaan op het gebied van recreatie en toerisme. Bovendien is er regionaal beleid opgesteld waarmee rekening gehouden moet worden, zoals de interim omgevingsverordening van provincie Noord-Brabant. Met dit bestaand beleid is rekening gehouden in deze actualisatie.

2.2 *Het abstractieniveau*

Om meer flexibiliteit en maatwerk aan ondernemers te bieden bij het beoordelen van hun nieuwe initiatieven is, in tegenstelling tot de vorige beleidsvisie uit 2008, voor een hoger abstractieniveau gekozen. Daarmee is geen gedetailleerd eindbeeld vastgelegd, waarin nauwkeurig is geformuleerd wat wel en niet mag. De ervaring leert dat men daarmee snel vastloopt en onvoldoende flexibel is om (nieuwe) ontwikkelingen tegemoet te kunnen treden. Door de doelen op hoofdlijnen te beschrijven, worden initiatieven minder 'zwart-wit' beoordeeld. Nieuwe initiatieven worden beoordeeld op hun bijdrage aan de gestelde doelen uit dit toetsingskader. Zo ontstaat meer bewegingsruimte.

2.3 *Uitgangspunten*

Hieronder worden de uitgangspunten beschreven die gehanteerd zijn voor de actualisatie.

Omgeving is bepalend

In de beleidsvisie uit 2008 was een zonering opgenomen waarbinnen bepaalde recreatieve ontwikkelingen wel of niet waren toegestaan. In de actualisatie kiezen we ervoor om de omgeving leidend te maken, naast beleidsmatige uitgangspunten die per gemeente verschillend kunnen zijn.

De praktijk leert dat gemeenten soms ontwikkelingen moeten afwijzen, omdat de regels voor het betreffende (deel)gebied uit de beleidsvisie uit 2008 deze niet toestaan, ook al is het in principe wel een wenselijke recreatieve ontwikkeling.

Een voorbeeld: in de visie uit 2008 is de vestiging van een kampeerterrein in een bepaald gebied alleen toegestaan als het kleinschalig en extensief is vanwege de landschappelijke waarden van dat gebied. De initiatiefnemer kan echter aantonen dat zijn initiatief juist een bijdrage levert aan de landschappelijke kwaliteit van dat gebied, ook al betreft het een meer intensieve vorm van kamperen. In principe betreft het daarom een gewenst initiatief, maar gezien de zonering in de oude visie uit 2008 was deze ontwikkeling niet toelaatbaar.

Dergelijke situaties zijn niet gewenst en daarom is ervoor gekozen om de omgeving leidend te laten zijn bij de beoordeling van nieuwe initiatieven. Gemeenten hebben hierdoor flexibiliteit en meer mogelijkheid voor maatwerk, waardoor meer bewegingsruimte ontstaat.

De omgeving van een beoogde ontwikkellocatie is mede bepalend. Dit betekent dat:

- Voor recreatieve ontwikkelingen in het buitengebied het landschap de onderlegger is waarop beoordeeld wordt of deze wenselijk is. Dat wil onder andere zeggen dat de beoogde recreatieve ontwikkeling qua gebruik, omvang, uitstraling enzovoorts passend moet zijn binnen de landschapskarakteristieken van de omgeving.
- Gebouwen zorgvuldig ingebed moeten worden in het landschap. Sloop van bebouwing in het kader van kwaliteitsverbeteringen kan daarom aan de orde zijn.
- Een ontwikkeling geen hinder mag veroorzaken voor de omgeving (zoals verkeers- en geluidsoverlast en negatieve gevolgen voor ecologie).
- Ook andere voorwaarden kunnen gelden. Soms hebben we te maken met wettelijke normen (bijvoorbeeld voor geluid, luchtkwaliteit, enzovoorts) en/of ander (gemeentelijk) beleid waaraan initiatieven moeten voldoen.

Gemeenten kunnen afzonderlijk kiezen om meer sturing te geven aan initiatieven middels een eigen zonering door hier aanvullend beleid voor op te stellen. De gemeenten Eersel en Reusel-De Mierden doen dit al in hun Visie Buitengebied (Eersel) en de Omgevingsvisie (Reusel-De Mierden). De gemeente Bergeijk is bezig met het opstellen van een omgevingsvisie en houdt de zonering uit bijgaande oplegger aan.

Aansluiten bij de omgevingsvisies
De vier Kempengemeenten zijn zich aan het voorbereiden op de aanstaande Omgevingswet. Eén van de instrumenten uit de Omgevingswet is de omgevingsvisie. De gemeentelijke omgevingsvisie is een integrale langetermijnvisie van de gemeente voor de hele fysieke leefomgeving en haar grondgebied. Bladel, Eersel en Reusel-De Mierden hebben al een omgevingsvisie vastgesteld. In Bergeijk wordt deze voorbereid.

Eén van de verbeterdoelen van de Omgevingswet is om meer ruimte te bieden voor initiatieven van de overheid, burgers en ondernemers. Met het geactualiseerde toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie willen de gemeenten meer flexibiliteit en maatwerk aan initiatiefnemers bieden voor recreatieve ontwikkelingen. Voor ondernemers in de vrijetijdssector ontstaat zo meer ruimte voor creativiteit.

In de toekomst zal een wisselwerking ontstaan tussen sectorale beleidsvisies en de omgevingsvisie, die juist de integraliteit benadrukt. In deze actualisatie zijn de doelstellingen en ambities uit de omgevingsvisies die invloed hebben op het recreatiebeleid meegenomen.

Duidelijkheid voor ondernemers
Ondernemers in de vrijetijdssector willen duidelijkheid bij de ontwikkeling van nieuwe initiatieven. Zij willen graag aan de voorkant weten hoe de gemeente een initiatief beoordeelt. Nieuwe initiatieven worden daarom beoordeeld aan de hand van een afwegingskader (zie hoofdstuk 3). Met dit afwegingskader krijgen ondernemers inzicht in de haalbaarheid van hun initiatief. Daarnaast biedt dit afwegingskader handvatten voor ondernemers om hun initiatief gedegen te onderbouwen bij een (principe)verzoek aan de gemeente.

Naast meer duidelijkheid voor ondernemers willen de gemeenten de kaders inzichtelijk maken waaraan initiatieven moeten voldoen. Met het afwegingskader kunnen de vier Kempengemeenten nieuwe initiatieven en uitbreidingsplannen effectief beoordelen.

Definiëring van toeristisch-recreatieve producten
Anders dan in de voorgaande beleidsvisie hebben we nu gekozen om alle recreatieve producten onder de definitie dag- of verblijfsrecreatie te plaatsen. De vrijetijdssector is constant aan vernieuwing onderhevig omdat de markt wil / moet aansluiten bij de wensen en behoeften van recreanten. Uitgangspunt is om dit toetsingskader niet continu te moeten aanpassen, wanneer een nieuw product of dienst zich ontwikkelt (een voorbeeld is de intrede van het concept AirBnB in 2008). In deze actualisatie van het toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie worden alleen voorwaarden bepaald voor dag- en verblijfsrecreatieve functies. Wat wij hieronder verstaan is nader beschreven in bijlage I.

Horeca in het buitengebied
De vier gemeenten hanteren voor horeca een gezamenlijke richting, waarbij kleine verschillen bestaan in definiëringen en oppervlakten. In de oplegger per gemeente (bijlage VIII) is terug te vinden hoe er met horeca wordt omgegaan.

Vanzelfsprekend gelden er naast de voorwaarden per gemeente regels om ongewenste effecten voor de omgeving te voorkomen, zoals regels voor parkeerplaatsen, verkeersafwikkeling, geluidhinder, enzovoorts. Tot welke omvang de horeca nog ondersteunend en/of ondergeschikt is wordt bepaald aan de hand van maatwerk.

Nieuwe zelfstandige horeca is in principe alleen toegestaan in dorpscentra.

Flexibiliteit en maatwerk
Gemeenten hebben in hun voorbereiding op de komst van de Omgevingswet nieuwe inzichten verkregen over hoe initiatieven getoetst moeten worden. Er wordt voortaan meer gekeken of er wordt bijgedragen aan de gezamenlijke doelstellingen. De gemeente behandelt initiatieven welwillend volgens het 'ja, mits'-principe. In de 'mits' zitten de voorwaarden gesloten die meegegeven kunnen worden aan initiatieven.

Het geactualiseerde afwegingskader (zie hoofdstuk 3) bevat daarom vooral zogeheten 'open normen'. Door open normen toe te passen wordt de flexibiliteit en de mogelijkheid voor maatwerk vergroot. Aan ondernemers wordt ruimte voor creativiteit gegeven, voor gemeenten biedt het beoordelingsruimte.

Uiteraard blijven wettelijke normen gelden. Dit zijn bijvoorbeeld normen voor geluid, luchtkwaliteit, parkeren, enzovoorts.

Begrenzen recreatieve nevenfunctie
Recreatieve nevenfuncties bij bedrijven zonder recreatieve hoofdfunctie dienen kleinschalig van aard te blijven. Voor dagrecreatieve functies geldt een maximaal te benutten bebouwd oppervlak alsook een beperkte hoeveelheid verkeersbewegingen. Per gemeente zijn er geringe verschillen in het bebouwd oppervlak dat bij ondergeschikte recreatieve nevenactiviteiten is toegestaan. Ook kunnen andere aanvullende voorwaarden gesteld worden per gemeente. Dit blijkt uit de verschillende opleggers of uit andere gemeentelijke regelgeving.

Ook voor verblijfsrecreatie geldt dat het, als ondergeschikte nevenactiviteit bij een andere hoofdactiviteit, kleinschalig van aard moet zijn. Voor kamperen geldt dan een maximum van 25 standplaatsen voor kampeermiddelen. Voor andere vormen van kleinschalige verblijfsrecreatie geldt een maximum aantal slaapplaatsen van 10 personen.

Indien de voorwaarden aan de omvang van een recreatieve nevenfunctie niet toereikend zijn voor een ondernemer, wordt gevraagd om de locatie te transformeren naar een volwaardig recreatiebedrijf. Aan volwaardige recreatiebedrijven wordt namelijk (meer) ruimte geboden voor maatwerk.

2.4 *Doelen op hoofdlijnen*
Hieronder worden de doelen beschreven die we nastreven voor De Kempen op het gebied van toerisme en recreatie. De doelen zijn geformuleerd op hoofdlijnen.

Het gewenste profiel van het Kempische aanbod
Het toekomstbeeld van De Brabantse Kempen bouwt voort op haar (toeristische) identiteit. De fysieke voedingsbodem van De Kempen bestaat uit zandgrond, landbouw, water, bos- en heidegebieden. De huidige situatie van De Kempen als toeristisch-recreatieve bestemming die zich hierop ontwikkeld heeft, wordt belicht in bijlage V. Kansen om De Brabantse Kempen bij de bezoeker onder de aandacht te brengen als een aantrekkelijke toeristisch-recreatieve regio:

- Een '(totaal)beleving' voor de gast die voor een dagje of vakantie een bezoek brengt aan De Kempen en daardoor graag terugkomt;
- De Brabantse Kempen is een aantrekkelijke regio die minimaal een 8 scoort bij de vrijetijdsgenieter;
- Aanbod van hoge kwaliteit dat aansluit bij de identiteit van de gemeente, waarbij verbinding kan worden gelegd met de Brabantse gastvrijheid en/of innovatieve maakindustrie. De design- en kenniseconomie van Brainport Eindhoven is hiervoor een aanknopingspunt.

Inspelen op trends en ontwikkelingen
De behoeften van mensen lopen steeds meer uiteen en trends en ontwikkelingen in toerisme en recreatie zijn cumulatief. Wat we vroeger deden – gewoon wandelen, fietsen, picknicken – doen we nu nog steeds, maar daar komen andere vormen bij (zoals bootcamp en e-biking). De diversiteit aan activiteiten neemt toe en gebieden met een grotere variëteit worden hoger gewaardeerd. Door de verschillende, elkaar snel opvolgende trends en ontwikkelingen, is het een uitdaging om aanbod zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de behoeften van inwoners en bezoekers. Hierna beschrijven we de belangrijkste trends en ontwikkelingen die relevant zijn voor dag- en verblijfsrecreatie in De Kempen. Een volledig overzicht is terug te vinden in bijlage III.

- Beleving en betekenis is al langere tijd de nieuwe vorm;
- Diversiteit van buitenactiviteiten neemt toe, wandelen en fietsen blijven onverminderd populair;
- Horeca en retail moeten voldoen aan hoge verwachtingen;
- Duurzaamheid wordt steeds belangrijker;
- Toenemende invloed van social media en online/ digitale content.

Doelgroepen en kansen
Als onderdeel van het toeristisch-recreatieve profiel van De Brabantse Kempen hebben we in beeld gebracht welk type recreant De Kempen bezoekt. Ook geven we inzicht in de vrijetijdswensen en -behoeften van zowel inwoners als bezoekers. Aan het laatstgenoemde ligt de Leefstijlvinder ten grondslag. Voor een complete analyse: zie bijlage II.

- Het grootste deel van de dagrecreanten zijn inwoners uit de eigen gemeente en de directe omgeving (straal van 50 km);
- Voor een verblijf van meerdere dagen komen gasten uit Nederland, België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk;
- Met name gezinnen met kinderen komen naar De Kempen. Senioren vormen een tweede groep voor wie de regio interessant is. Afhankelijk van de trekpleister kan een gemeente ervoor kiezen zich ook op een andere doelgroep te richten;
- Inwoners van De Brabantse Kempen zijn voornamelijk harmonie- en verbindingszoekers;
- De Kempen trekken vooral plezier-, stijl- en inzichtzoekers.

Versterken van de identiteit van De Kempen (onderscheidend vermogen)
De Brabantse Kempen kenmerkt zich door 'historische elementen' en een 'bescheiden normaal nuchtere' bevolking. Een vriendelijke en gastvrije regio met de echte 'Brabantse gemoedelijkheid'. Ook is er veel natuur en groen, maar die zijn te generiek als identiteitskenmerk. Deze waarden gelden ook voor andere regio's in Nederland. De Brabantse Kempen is een koppeling tussen de veelzijdige natuurlijke, bosrijke omgeving waar ontspanning samengaat met bourgondisch genieten van het historische Brabantse plattelandsleven[3].

De identiteit van De Brabantse Kempen
Groene ruimte, rust, Kempische gastvrijheid, ligging aan de grens en in Brainport Eindhoven zijn de kernwaarden die tezamen de identiteit van de toeristisch-recreatieve regio vormen (bron: gezamenlijke Visie VTE (2016).

In 2019 is een 0-meting gedaan naar het toeristisch-recreatieve aanbod (kansenkaart). Daarin is onderzocht welke kansen er zijn voor De Kempen. Zo worden ontwikkelopties gezien voor het op peil houden van voorzieningen op routes, het toevoegen van beleving en het organiseren

[3] Bron: Kansenkaart

van evenementen. Het stimuleren van herhalingsbezoeken door een goede binding met de gast is gewenst. De lokale Visit-organisaties werken samen met verblijfsaccommodaties door (nieuwe) producten te ontwikkelen en deze te vermarkten.

Het stimuleren en mogelijk maken van nieuwe vormen van dag- en verblijfsrecreatie

Kansen op het gebied van dag- en verblijfsrecreatie voor De Kempen zijn:

- Toenemende interesse in gezonde en duurzame levensstijl benutten: buitenrecreatie faciliteren;
- Toenemende vergrijzing: het ontwikkelen van aanbod voor senioren;
- Inspelen op toenemende behoefte aan groen, recreatie, wandelen en fietsen;
- Inzetten op beleving en thematisering door middel van storytelling;
- Verbreding aanbod van hoogwaardige en diverse dagrecreatie;
- Het ontwikkelen van innovatieve (horeca)concepten;
- Het toevoegen van nieuwe technologieën en innovaties voor gasten;
- Beter verbinden van het aanbod d.m.v. productontwikkeling en positionering rondom (streek)producten, evenementen, natuurbeleving.

Het behouden en verbeteren van de hoge kwaliteit van toerisme en recreatie

Gemeenten en ondernemers zijn ervan overtuigd dat alleen ontwikkelingen die van kwaliteit zijn of waarde toevoegen de voorkeur hebben. Met andere woorden, nieuwe ontwikkelingen moeten van goede kwaliteit zijn. Kwaliteit is echter een subjectief begrip dat correspondeert met eisen van bepaalde doelgroepen.

Hoe een recreant een bezoek aan de regio ervaart, zegt iets over de kwaliteit. Wanneer een bezoek met minimaal een 8 beoordeeld wordt, de positieve ervaring wordt doorverteld in het eigen netwerk en herhaalbezoek een optie is, dan is sprake van kwaliteit. Of een dag- en/ of verblijfsrecreatieve organisatie kwaliteit heeft, hangt niet af van één factor, maar van een geheel aan kenmerken. Bij de beoordeling van een aanvraag wordt niet alleen gekeken naar factoren als ligging en uitstraling, maar ook naar eigenschappen als ‘goed ondernemerschap’.

Goed ondernemerschap

(Geïnspireerd op Arko van Brakel, CEO van opleider De Baak)

‘Goed ondernemerschap’ kenmerkt zich door onderstaande criteria[1]:

- Passie en overtuiging: Bevlogenheid, bezieling en inzet zijn belangrijk om een team mee te krijgen.
- Innovatie: Als ondernemer moet je sturing geven aan innovatie binnen je bedrijf om het relevant te houden. Innovatie kan ook in marketingcommunicatie zitten.
- Persoonlijke integriteit: Je kunt alleen van betekenis zijn voor klanten, als je vanuit je waarden onderneemt. Integriteit is in een door sociale media gedomineerde omgeving essentieel.
- Financiële prestaties: Als ondernemer is het belangrijk dat je financiën op orde zijn en dat je alle details kent. Je kunt je boekhouding zien als een scorebord dat precies aangeeft hoe je onderneming presteert.
- Visie en strategische richting: zonder visie geen richting. Een ondernemer moet een langetermijndoel hebben dat tijdloos en geldloos is geformuleerd. Het is goed om een paar keer per jaar te bekijken of je nog op de goede weg zit.
- Nationale en internationale impact: Het is altijd goed te weten wat de internationale trends zijn. Nederland is een klein land, dus je surft per definitie mee op grote internationale trends. Door trends als duurzaamheid en vergrijzing ben je toch een beetje een speelbal van wat er gebeurt. Tegelijkertijd moet je als ondernemer bewust zijn van de impact die jij kunt hebben.
- Maatschappelijk verantwoord ondernemen: duurzaamheid is een van de belangrijke uitdagingen van deze wereld, de ijskappen smelten, fossiele brandstoffen raken op. Ondernemingen zijn bij uitstek de vehikels om de wereld beter te maken.

Meerwaarde van initiatieven
Kwaliteitsthema's die meerwaarde kunnen aantonen zijn:

- Aansluiting bij of versterking van de toeristische bestemming De Kempen (relatie tot de identiteit van de gemeente, bijdrage aan de diversiteit van het aanbod)
- Toegevoegde waarde voor de leef- en woonomgeving van bewoners van De Kempen en Brainport Eindhoven (voorzieningen, bereikbaarheid, natuur/ groen/ recreatie). Meer informatie vindt u in de rapportage waardevol toerisme van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (Rli).
- Samenwerking met bedrijven en organisaties binnen en buiten de vrijetijdssector (promotie, gezamenlijk aanbod, kennisdelen).
- Bijdrage leveren aan de (cultuur)historische waarden van De Kempen.
- Bijdrage leveren aan het bewustzijn of deels oplossen van maatschappelijke opgaven (behoud van/ nieuwe voorzieningen, bereikbaarheid, biodiversiteit, opwekken schone energie, verminderen stikstof etc.), zie kader over Brede Welvaart.

Overige adviezen
Koester de kernwaarden door:

- De Kempengemeenten te versterken door naar elkaar te verwijzen. Bezoekers zien geen gemeentegrenzen, maar bezoeken een gebied.
- Bijzondere ervaringen te creëren en unieke belevenissen te bieden.
- Samen te werken met de betrokken partijen (ondernemers, natuurbeheerders, lokale Visit-organisaties, cultureel-maatschappelijke organisaties en overheden). Zorg daarbij voor een goed beeld van elkaars sterkten, zwaktes, rollen en taken en versterk de concurrentiekracht door samen op te trekken in een publiek-private samenwerking.

Brede Welvaart

Welvaart omvat meer dan groei van het aantal banen en het bruto regionaal product. Ecologische en sociaal-maatschappelijke aspecten van welvaart spelen voor inwoners en beleidsmakers een steeds belangrijkere rol.

Het Bruto Binnenlands Product (BBP) wordt al lange tijd als maatstaf gebruikt om de welvaart van gemeenten, regio's of landen te bepalen en beleid te ontwikkelen. De afgelopen jaren werd duidelijk dat economische activiteiten ook negatieve effecten hebben op de levenskwaliteit. Denk aan milieu- en klimaatschade, slechte arbeidsomstandigheden en (mentale) gezondheidsklachten. Daarmee komt de discussie op gang dat er meer is dan economische groei en dat beleid niet gericht zou moeten zijn op oneindige groei, maar juist op het vinden van een balans tussen de 'social foundation' – een sociale ondergrens – en de 'environmental ceiling' – het ecologisch plafond.

Het begrip 'Brede Welvaart' staat voor alles wat mensen van waarde vinden in hun leven. Het gaat hierbij om de balans tussen economisch, natuurlijk, sociaal en menselijk kapitaal. Het CBS en de Rabobank ontwikkelden beiden een monitor 'Brede Welvaart', gericht op het landelijk in kaart brengen en regionaal vergelijkbaar maken van de ontwikkeling van Brede Welvaart.

3 Afwegingskader voor nieuwe ontwikkelingen

Hoofdstuk 2 geeft de uitgangspunten en doelen op hoofdlijnen voor toeristisch-recreatieve ontwikkelingen in De Kempen weer. In dit hoofdstuk wordt het geactualiseerde afwegingskader beschreven. Aan de hand van dit afwegingskader kunnen initiatieven beoordeeld worden. Toeristisch-recreatieve ontwikkelingen zijn wenselijk indien voldoende wordt bijgedragen aan de doelen op hoofdlijnen die we voor De Kempen nastreven (zie hoofdstuk 2.4).

3.1 *Hoe werkt het afwegingskader?*

De vier Kempengemeenten willen sturing geven aan nieuwe ontwikkelingen door vooral faciliterend en stimulerend te zijn en kaderstellend als het gaat om behoud en versterking van de kwaliteit. We willen de hoge kwaliteit van toerisme en recreatie immers behouden en versterken. In het afwegingskader stellen we daarom 'kwaliteit' centraal. Wat we met 'kwaliteit' bedoelen hebben we op pagina 13 beschreven.

Het afwegingskader is als volgt opgebouwd:

1. **De basisprincipes:** Dit zijn de criteria die altijd in de aanvraag beschreven moeten worden. Uit de beschrijving moet blijken in welke mate een initiatief aansluit bij deze criteria. Voor een toelichting op deze criteria verwijzen we naar hoofdstuk 2.4, waarin we de doelen op hoofdlijnen beschrijven;
2. **De meerwaarde:** Om de toeristische bestemming De Brabantse Kempen of een deelgebied (nog) verder te versterken worden initiatieven ook beoordeeld op de meerwaarde voor de (leef)omgeving. Deze meerwaarde kan op vele manieren naar voren komen. Op pagina 14 beschrijven we wat we bedoelen met meerwaarde voor de (leef)omgeving en wat de ambities zijn op toeristisch-recreatief gebied voor De Kempen. Het kiezen voor een hoog ambitieniveau zien wij als toegevoegde waarde voor de (leef)omgeving. In het afwegingskader hebben we een aantal criteria gegeven. We hebben er bewust voor gekozen om hiervoor geen lijst met criteria op te nemen. Het is aan de initiatiefnemer om hier op zijn eigen creatieve manier invulling aan te geven.
3. **Voorwaarden voor dag- en verblijfsrecreatie:** Voor dag- en verblijfsrecreatie stellen we een aantal meer concrete standaard voorwaarden, in aanvulling op de basisprincipes.

3.2 *Hulpmiddelen voor initiatiefnemer ter motivering van zijn initiatief*

Wij begrijpen dat het voor initiatiefnemers niet altijd gemakkelijk is om hun initiatief te motiveren aan de hand van de criteria uit het afwegingskader. We hebben daarom in het afwegingskader naar hulpmiddelen verwezen die te gebruiken zijn voor de motivatie. Maar daarbij benadrukken we dat de motivering van het initiatief op passende wijze aan de hand van het format (zie bijlage IX) vormgegeven moet worden. Het is aan de initiatiefnemer om het initiatief te motiveren en aan te tonen dat voldoende wordt bijgedragen aan de doelen uit dit toetsingskader. Bij een grootschalig initiatief wordt een omvangrijkere motivatie verwacht dan bij een meer kleinschalig initiatief.

Afwegingskader voor initiatieven met dag- en verblijfsrecreatie

	Criteria	Hulpmiddelen voor initiatiefnemer ter motivering van het initiatief:
Vereiste criteria ***Basisprincipes voor kwaliteit***	Past bij de karakteristiek(en) en identiteit van de regio	Motivering van het initiatief a.d.h.v. de kernwaarden van De Brabantse Kempen [hulpmiddel: gezamenlijke Visie VTE (2016)]
	Draagt bij aan een gevarieerd en complementair recreatief aanbod in De Kempen	Onderbouwing van de marktruimte [hulpmiddel: gezamenlijke Visie VTE (2016). Samenvatting Kansenkaart: bijlage IV
	Sluit aan bij de gewenste en kansrijke doelgroep(en) van de vier Kempengemeenten	Marketingplan (onderdeel Businessplan) Bijlage II: Doelgroepen en toeristisch-recreatieve leefstijlen
	Toont 'goed ondernemerschap' aan	Zie beschrijving 'goed ondernemerschap' op pag. 14. Ondernemingsplan*, gesprek met de gemeenteambtenaar toerisme en recreatie [hulpmiddel: KvK]
	De omgeving is bepalend of een initiatief wenselijk is. Bij ontwikkelingen in het buitengebied is het landschap leidend. Er mag geen onevenredige hinder ontstaan voor de omgeving (bijvoorbeeld door voldoende parkeergelegenheid op eigen terrein, goede afwikkeling van verkeersstromen, geen overlast van geluid etc.)	Ruimtelijke/- landschappelijke inpassing, inrichtingsschets, verhouding bebouwd – onbebouwd, oppervlaktemaat standplaatsen/eenheden [hulpmiddel: Kadaster, Omgevingsvisies, gemeentelijke landschap (ontwikkelings)plannen, visie buitengebied]
	Er moet voldaan worden aan de overige beleidsdocumenten die mogelijk van toepassing zijn (rijk-, provincie- en gemeentelijk beleid)	Hulpmiddelen: Rijk: Algemene regels ruimtelijke ordening (rarro). Provincie: Interim omgevingsverordening. Gemeente: omgevingsvisie, visie buitengebied, landschapsvisie, strategische visie, enz.
	Er hebben gesprekken plaatsgevonden met omwonenden/ belanghebbenden (omgevingsdialoog)	Gespreksverslagen
Meerwaarde leefomgeving	Een neveneffect (spin-off) voor andere vrijetijdsvoorzieningen. Een initiatief dat ervoor zorgt dat ook andere (vrijetijds) voorzieningen in de omgeving meeprofiteren wordt gewaardeerd. Op deze manier kan de regio zich steeds verder versterken op toeristisch-economisch vlak.	Beschrijving van het recreatieconcept met een focus op meerwaarde voor de (leef)omgeving en het opzoeken van samenwerking met andere ondernemers en organisaties

Toegevoegde waarde voor De Brabantse Kempen	Draagt bij aan de versterking en/ of ontwikkeling van natuur en/ of landschap	Hulpmiddelen: gemeentelijk landschapsontwikkelingsplan omgevingsvisie, zie gemeentelijke websites.
	Draagt bij aan het tegengaan van leegstand van waardevol vastgoed (bijvoorbeeld VAB-locaties en cultuurhistorisch waardevolle bebouwing).	Focus op leegstand van locaties/ bebouwing
	Het benutten van koppelkansen. Door middel van een recreatieve ontwikkeling ook een andere opgave oppakken. Dat hoeft geen recreatieve opgave te zijn, maar kan bijvoorbeeld ook een bijdrage zijn aan de duurzaamheidsdoelstellingen van een gemeente	Samenwerking zoeken met andere ondernemers en organisaties. Rapportage waardevol toerisme van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (Rli)
	Andere toegevoegde waarde. Het is vrij aan initiatiefnemer hier invulling aan te geven.	Motivering van ondernemer
Voorwaarden voor verblijfsrecreatie	Als nevenfunctie is verblijfsrecreatie alleen toegestaan als het kleinschalig is en ondergeschikt is aan de hoofdfunctie. Voor kamperen geldt dan een maximum van 25 standplaatsen voor kampeermiddelen. Voor overige verblijfsrecreatie geldt een maximum aantal slaapplaatsen voor 10 personen.	Planbeschrijving
	Aan volwaardige recreatiebedrijven wordt, onder voorwaarden, ruimte gegeven voor maatwerk. De voorwaarden volgen onder andere uit de basisprincipes.	Pagina 15 en 16
	Voor regels omtrent horeca verwijzen wij naar de oplegger.	Oplegger (bijlage VIII)
Voorwaarden voor dagrecreatie	Als nevenfunctie toegestaan, mits kleinschalig en ondergeschikt aan de hoofdfunctie.	Planbeschrijving
	Aan volwaardige recreatiebedrijven wordt, onder voorwaarden, ruimte gegeven voor maatwerk. De voorwaarden volgen onder andere uit de basisprincipes, maar ook uit andere gemeentelijke regelgeving.	Pagina 15 en 16
	Voor regels omtrent horeca verwijzen wij naar de oplegger.	Oplegger (bijlage VIII)

*In het ondernemingsplan, dat opgesteld wordt door de aanvrager, wordt de ontwikkeling of uitbreiding kwantitatief omschreven zoals aantal m² oppervlakte met functies, werkgelegenheid, financiële exploitatie, beoogde doelgroepen, behoefte van de markt, verwachte groei, concurrentiepositie in toeristische bestemming De Kempen. Als bron kan onder meer de gezamenlijke Visie VTE (2016), Kansenkaart De Kempen (bijlage IV) en hoofdstuk 2 van dit geactualiseerde toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie geraadpleegd worden.

Bijlagen

I. Definiëring van begrippen en werkwijze
II. Doelgroepen en toeristisch-recreatieve leefstijlen
III. Trends en ontwikkelingen
IV. Samenvatting Leisure Kansenkaart
V. De Kempen als toeristisch-recreatieve bestemming: analyse van de huidige situatie
VI. SWOT-analyse
VII. Maatwerk
VIII. Oplegger
IX. Intakeformulier recreatieve en toeristische initiatieven
Geraadpleegde bronnen

I. *Definiëring van begrippen en werkwijze*

Verblijfsrecreatie
Verblijf door (groepen van) personen die hun vaste woon- of verblijfplaats elders hebben, waarbij ten minste één nacht wordt doorgebracht, met uitzondering van overnachtingen bij familie en kennissen.
Dit zijn:

- Campings (inclusief minicampings en camperplaatsen*);
- Verblijfsruimtes met service en/ of maaltijden: zoals hotels, pensions, Bed & Breakfasts;
- Zelfstandige verblijfsruimtes: zoals kamers, appartementen, bungalows, vakantiehuizen;
- Groepsaccommodaties.

*Camperplaatsen vallen onder verblijfsrecreatie en zijn gemaximaliseerd op 25 standplaatsen voor kampeermiddelen. Campers worden gezien als verplaatsbare kampeermiddelen die op een (mini)camping thuishoren.

Dagrecreatie

- Onder dagrecreatie verstaan we een vorm van vrijetijdsbesteding met een verblijf zonder dat er een overnachting mee gepaard gaat. Denk daarbij aan fietsen, wandelen, varen, evenementen, natuur, cultuur, attractiebezoek, winkelen, sporten, horecabezoek;
- Dagrecreatie is het totaal van mogelijkheden en voorzieningen om te recreëren op een bepaalde plaats in de openlucht en/of gebouwen (anders dan een woning) waarbij recreatief dagverblijf centraal staat.[4]

Werkwijze
Door dataverzameling en analyse hebben we een overzicht gecreëerd van bestaande dag- en verblijfsrecreatie, trends en ontwikkelingen, doelgroepen, kansen en risico's. Aan de hand van de startnotitie van de vier gemeenten was de aanleiding voor de actualisatie helder en door het bestuderen van de gemeentelijke, regionale en provinciale beleidsstukken, afspraken en/ of onderzoeken zijn de kaders verkregen. Een belangrijk document is de gezamenlijke Visie VTE (2016), dit is de stip op de horizon. De uitgangspunten die in deze visie zijn benoemd waren de basis voor de actualisatie van dit toetsingskader. Gedurende het onderzoek zijn de onderzoeksresultaten besproken met bestuurders en beleidsmakers van de gemeenten en ondernemers in de toeristische sector. Tijdens die werksessies zijn de keuzes gemaakt die geleid hebben tot dit toetsingskader.

[4] Regionale beleidsvisie Dag- en Verblijfsrecreatie De Kempen (2008)

II. *Doelgroepen en toeristisch-recreatieve leefstijlen*

Als onderdeel van het toeristisch-recreatieve profiel van De Brabantse Kempen, brengen we in beeld welk type recreant De Kempen bezoekt. Ook geven we inzicht in de vrijetijdswensen- en behoeften van zowel inwoners als bezoekers. Aan het laatstgenoemde ligt de Leefstijlvinder ten grondslag.

Huidige doelgroepen

Het grootste gedeelte van de dagrecreanten zijn inwoners uit de eigen dorpen en de directe omgeving. Ook wordt De Brabantse Kempen aangedaan door Belgische gasten uit de grensregio. Zij gaan graag even de natuur in, komen boodschappen doen en bezoeken weekmarkten, horeca en/of een evenement.

Hoewel onderzoek aantoont dat toeristische gasten vaak in Noord-Brabant of Zuid-Holland woonachtig zijn, geven verblijfsaccommodaties zelf aan dat de gasten uit heel Nederland komen. Daarnaast zien ze België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk als groeimarkt.[5]

Door het verblijfsaanbod trekt De Brabantse Kempen veel families met kinderen. Senioren vormen een tweede doelgroep voor wie de regio interessant is. Het aantal zakelijke gasten is laag. De zakelijke bestedingen en overige financiële kengetallen verschillen overigens per gemeente. Helaas zijn geen recente cijfers beschikbaar. Door de veranderende samenstelling van huishoudens (minder gezinnen, meer singles, vergrijzing en ontwikkeling in de regio) ontstaan nieuwe groeimarkten die interessant (kunnen) zijn voor De Brabantse Kempen.[6]

Toeristisch-recreatieve leefstijlen

Vrijetijdsgedrag verklaard in leefstijlen

Toeristen en recreanten bezoeken een bepaald gebied of attractie op basis van hun vrijetijdswensen- en behoeften. De Leefstijlvinder geeft door middel van zeven zogenoemde toeristisch-recreatieve leefstijlen inzicht in waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben en wat de verschillen hierin zijn. De één zoekt rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. Leefstijlvinder onderscheidt de volgende leefstijlen:

- Rustzoeker: recreëren dichtbij huis;
- Inzichtzoeker: rustige activiteiten, dingen leren en ervaren;
- Stijlzoeker: luxe, comfort en exclusiviteit;
- Avontuurzoeker: avontuurlijk en creatief;
- Plezierzoeker: plezier hebben;
- Harmoniezoeker: gezelligheid met familie en vrienden;
- Verbindingszoeker: je inzetten voor een ander.

Hierna geven we door middel van de Leefstijlvinder inzicht in de toeristisch-recreatieve leefstijlen van inwoners en bezoekers van De Brabantse Kempen.

[5] Vraag is of de laatstgenoemde vanwege de Brexit nog als groeimarkt kan worden gezien. Op het moment van schrijven is dit nog niet te overzien.

[6] In de gezamenlijke Visie VTE (2016) is een compleet overzicht opgenomen van de markt en doelgroepen.

Inwoners van De Brabantse Kempen zijn voornamelijk harmonie- en verbindingszoekers
Inwoners van De Brabantse Kempen zijn vooral 'gezellig lime' (gebaseerd op het 'oude' leefstijlmodel). 'Gezellig lime' komt grofweg overeen met de profielen van harmonie- en verbindingszoekers uit het nieuwe leefstijlmodel. Het is een groep die minder avontuurlijk is en recreëert om even weg te zijn van de dagelijkse beslommeringen. Tijdens het wandelen of fietsen gaan zij vaak niet ver van de gebaande paden af en wordt minder vaak horeca aangedaan. Zij houden niet van apps, uitdagende trails en mountainbiken. Over het algemeen leeft deze groep vaak onder modaal.

De Kempen trekken vooral plezier-, stijl- en inzichtzoekers
Terwijl de grootste groep inwoners 'gezellig lime' is, trekt de bestemming vooral 'uitbundig geel' en 'avontuurlijk paars'. 'Uitbundig geel' (in het nieuwe model te vergelijken met plezierzoekers) zijn echte levensgenieters, die graag samen met anderen actief en sportief recreëren. Off-road fietsen en wandelen, wandelen met horecabezoek en (race) fietsen tijdens een sportief evenement trekt deze groep aan. Deze groep heeft vaak meer dan gemiddeld te besteden. 'Avontuurlijk paars' (vergelijkbaar met stijl- en inzichtzoekers) gaan in hun vrije tijd op zoek naar verrassende en inspirerende ervaringen – met name op het gebied van cultuur. Zij houden van meerdaags wandelen, uitdagende trails, sportieve evenementen en prestaties neerzetten. Ook wil deze groep graag alleen zijn en drukte vermijden.[7]

<u>Herkomst bezoekers</u>

- Kortom, De Brabantse Kempen trekt een gevarieerd gezelschap dat voornamelijk uit de eigen regio komt;
- Voor een kort of langer verblijf komt men vaak uit Noord-Brabant of Zuid-Holland. Verblijfsaccommodaties zelf geven aan dat mensen uit heel Nederland komen;
- Daarbij komen steeds meer gasten uit België, Duitsland en Engeland;
- Families met kinderen weten De Kempen te vinden;
- Zakelijke gasten komen uit allerlei windstreken. Het aandeel van zakelijke gasten is echter laag. Zij brengen een bezoek aan De Brabantse Kempen vanwege veel (grote) industrie en komen met name op (bedrijfs)locaties en zijn minder goed te sturen. Hoewel de markt interessant kan zijn, is het hotelaanbod gering om dit goed te faciliteren;
- Inwoners van De Brabantse Kempen zijn voornamelijk harmonie- en verbindingszoekers (gele kwadrant);
- De Kempen trekken vooral plezier- (gele kwadrant), stijl en inzichtzoekers (blauwe kwadrant).
- Inwoners en bezoekers van De Kempen behoren weinig tot de avontuur- (rode kwadrant) en rustzoekers (groene kwadrant).[8]

[7] Gezamenlijke Visie VTE (2016)

[8] Gezamenlijke Visie VTE (2016)

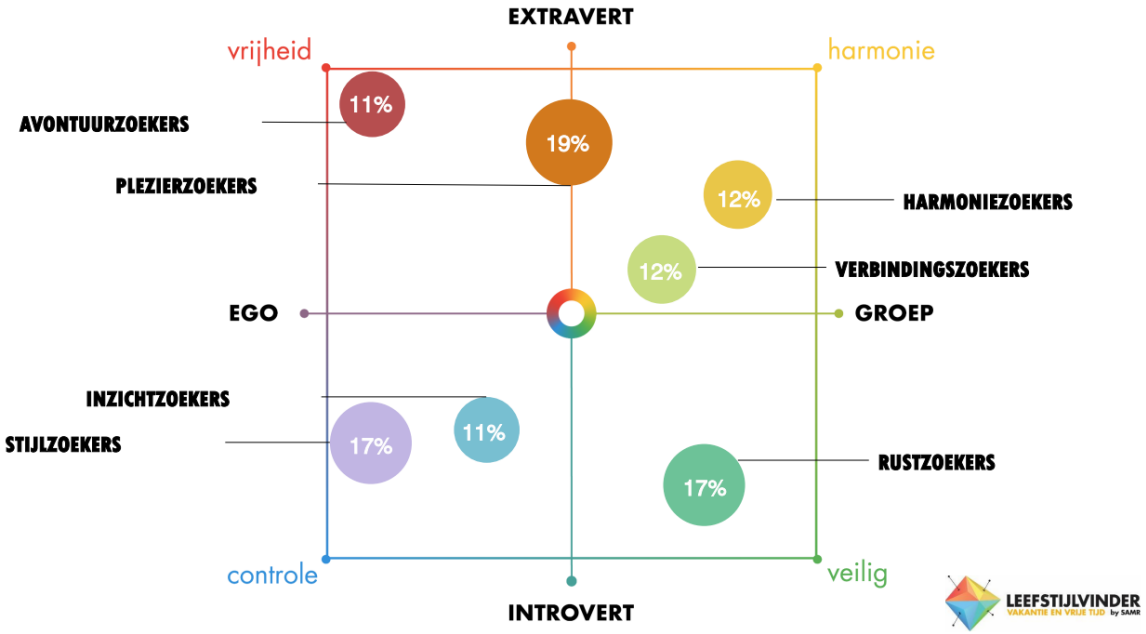
Toelichting leefstijlen

Vrijetijdsgedrag verklaard in leefstijlen
De leefstijlen voor recreatie & toerisme geven inzicht in de vrijetijdswensen- en behoeften van Nederlanders. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. Het ene 55+ koppel is het andere niet. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. Leefstijlen gaan hiermee een stap verder dan de traditionele indeling van doelgroepen zoals oud, jong, gezinnen, koppels, veel te besteden, weinig te besteden enzovoort.

Vier basis leefstijlen geven inzicht in drijfveren
In de basis kent Nederland vier leefstijlen met ieder hun eigen manier van in het leven staan: creatief, harmonieus, controlerend en veilig (zie volgende figuur). De leefstijlen baseren zich op het wetenschappelijke model BSR™ wat staat voor Brand Strategy Research van SAMR. Dit model ontrafelt de drijfveren van mensen en geeft inzicht in wat mensen in beweging brengt. Van oorsprong is het model gericht op marketing (welke boodschap, welke tone of voice en via welk kanaal zijn de groepen te bereiken), maar het wordt steeds vaker ook gebruikt voor productontwikkeling (welk aanbod sluit aan op de leefstijlen).
De basisleefstijlen onderscheiden zich van elkaar aan de hand van twee gedragsverklarende dimensies. De horizontale as is de sociologische as en maakt onderscheid tussen mensen die gericht zijn op de groep of omgeving (familie, vrienden, enzovoort.) of juist op de eigen persoon (ego). De verticale psychologische as maakt onderscheid tussen mensen die gemakkelijk hun emoties tonen en contact maken (extravert) en mensen die emoties eerder onderdrukken en meer op zichzelf zijn (introvert). Door deze dimensies met elkaar te kruisen ontstaan vier kwadranten. Door te kijken naar de mate waarin iemand op de groep of ego is gericht en de mate waarin mensen meer ingetogen of meer uitgelaten zijn, kunnen we groepen selecteren die kenmerkend zijn voor vrijetijdsbesteding.

Onderstaande figuur geeft de zeven onderscheiden doelgroepen weer. Elke groep heeft zijn eigen voorkeuren. Sommige mensen zijn in hun vrijetijd typische rustzoekers, en andere typisch plezier- of avontuurzoekers. Elke groep heeft zijn eigen voorkeuren. De percentages zijn toegekend aan de Nederlandse bevolking, we hebben helaas geen cijfers voor De Kempen uit het nieuwe leefstijlmodel.

Figuur B.2: De zeven doelgroepen en de verdeling van leefstijlen onder de Nederlandse bevolking



III. Trends en ontwikkelingen

In aanvulling op hoofdstuk 2.4 beschrijven we hier een aantal trends en ontwikkelingen die relevant zijn voor dag- en verblijfsrecreatie in De Kempen.

Trends in de vrijetijdseconomie (interne trends)

1. De impact van COVID-19: harde klappen en toename recreatievraag

Het toetsingskader wordt geactualiseerd tijdens de coronacrisis. De gevolgen van COVID-19 op de vrijetijdseconomie zijn in 2021 nog niet volledig te overzien en elke prognose moet mogelijk zo weer aangepast worden door de snel veranderende realiteit. Maar dat corona van grote invloed is op recreatie is een gegeven. Economisch gezien is de vrijetijdssector één van de zwaarst getroffen sectoren van de economie. Tegelijkertijd zien we een grote toename in de vraag naar buitenrecreatie en is het belang van buitenrecreatie overduidelijk.

- Het ondernemende deel van de toeristisch-recreatieve sector heeft het zwaar door noodgedwongen beperking van de capaciteit. De profit-kant van de sector is uit balans en het is hoogst onzeker hoe ondernemingen en (culturele) instellingen uit de crisis komen. Ondernemers maken zich hier zorgen over. Tegelijkertijd zien we in Nederland dat ondernemingen nieuwe ideeën realiseren, samenwerkingen opzoeken en zich weten aan te passen. Dit is positief voor de creativiteit en innovatie binnen de sector en zo maken zij een (beperkt) deel van het omzetverlies goed.
- Door het coronavirus zien we veranderingen in recreatiegedrag. Het bezoek aan natuur, recreatiegebieden, water en strand is sterk toegenomen. Mensen recreëren vaker buiten en dichterbij huis. De Brabantse Kempen kan hierop inspelen door recreatievoorzieningen te bieden die goed aansluiten bij de wensen van inwoners uit de eigen regio.
- Het internationale bezoek aan Nederland is gekrompen en zal ook de komende tijd waarschijnlijk nog beperkt zijn. Tegelijkertijd gaan Nederlanders meer op vakantie in eigen land: er zijn dus (buiten de eigen inwoners) meer potentiële gasten voor De Kempen.
- In de zomer van 2020 en 2021 kwamen delen van de vrijetijdssector weer op gang en het binnenlands toerisme scoorde misschien wel beter dan voorheen. Door de behoefte aan ruimte en buitenzijn wordt veel meer gebruik gemaakt van natuur- en recreatiegebieden in bijvoorbeeld De Kempen.

Betekenis voor De Kempen:

- Investeren in voorkomen en oplossen van knelpunten die zichtbaar zijn geworden tijdens de coronamaatregelen. Nederlanders hebben hun eigen land als vakantieland (her)ontdekt. Door kwaliteit, diversiteit en authenticiteit van het aanbod in De Kempen kan deze doelgroep vastgehouden worden;
- Aandacht voor behoud en (duurzaam) herstel van het commerciële en culturele voorzieningenaanbod. Variatie, onderscheidend vermogen van het aanbod en betaalbaarheid zijn aandachtspunten;
- Nationale, regionale en Europese middelen inzetten voor de sector. Ondersteun de sector bij het formuleren van behoeften.

2. Sector kent een hoge dynamiek

De vrijetijdssector kent een hoge dynamiek en is ook in De Kempen onderhevig aan veranderingen. In de regio passen verscheidene bedrijven hun activiteiten aan of zijn ze aan het innoveren om te voldoen aan veranderende wensen en behoeften van hun gasten. De afgelopen jaren is het dagrecreatieve aanbod steeds groter geworden, waardoor de onderlinge concurrentie is toegenomen. Kijkend naar de toekomst heerst een algemene tendens dat het moeilijker wordt de bezetting op peil te houden, omdat de familiemarkt kleiner wordt.

Betekenis voor De Kempen:

- Met productverbreding binnen bedrijven en het aanboren van nieuwe markten kan het tij mogelijk gekeerd worden.
- Sterke lokale marketingorganisaties die deze taken coördineren en zorgen voor bijvoorbeeld goede product-markt combinaties kunnen hieraan bijdragen.
- De gehele regio zal hierin samen moeten optrekken. Een goede samenwerking is van essentieel belang.

3. De consument is kritischer en veeleisender

Nederlandse huishoudens hebben het vaak druk, waardoor de beschikbare vrije tijd beperkt is. Als gevolg hiervan worden mensen kritischer en veeleisender ten aanzien van hun beschikbare vrije tijd. Mensen willen hun schaarse vrijetijd zo kwalitatief hoogwaardig mogelijk indelen. De verwachtingen ten aanzien van de vrije tijd worden daardoor steeds hoger. Onderscheidend vermogen wordt steeds belangrijker, ook voor dagrecreatie en (bij wijze van spreken) het rondje op zondagmiddag. Recreanten zijn op zoek naar comfort, gemak, luxe en verwenmomenten

Betekenis voor De Kempen:

- Om aantrekkelijk te blijven voor inwoners en (internationale) bezoekers zal het vrijetijdsaanbod in De Brabantse Kempen continu blijven ontwikkelen – zowel kwalitatief (bijv. authenticiteit, blijf dicht bij de kern) als kwantitatief (bijv. jaarrond-exploitatie).

4. Belevenis en betekenis is al langere tijd de nieuwe vorm

Beleving en betekenis van de vrijetijdsbesteding worden steeds belangrijker. De beleveniseconomie ontwikkelt zich: mensen willen genieten en intense ervaringen opdoen. In de huidige maatschappij wil men meer doen en meemaken. Recreanten willen een ervaring die bij hun leefstijl, wensen en verwachtingen past. Deze trend is zichtbaar bij alle leefstijlen al is de stijl-, inzicht en avontuurzoeker daarin wat explicieter dan de andere leefstijlen.

De beleving die mensen zoeken kan een spectaculaire ervaring zijn, een hoge 'pret-factor' hebben, of juist rust, ontspanning of gezelligheid geven. Ook kan eenzelfde gebeurtenis door mensen verschillend worden beleefd – afhankelijk van karakter, kennis, ervaring, leeftijd, humeur etc. Kwaliteit, variatie, recreatie op maat en vernieuwing zullen steeds belangrijker worden.

Enkele opvallende aspecten van deze ontwikkeling:

- Er wordt een toenemend belang gehecht aan betekenis van de vrijetijdsactiviteit voor de persoon en persoonlijke ontwikkeling. De verdieping van de ervaring wordt belangrijker gevonden;
- De interesse voor cultuurhistorie neemt toe, waarbij aandacht is voor authenticiteit (als gevoel) en verbinding met identiteit;
- Om de intensiteit van de beleving te vergroten is een gevoel van collectiviteit van steeds groter belang. Het samenzijn met anderen geeft een extra dimensie aan de beleving.

Betekenis voor De Kempen:

- Om in te spelen op de verschillende behoeften van inwoners en bezoekers, kan de inzet van de Leefstijlvinder ondersteuning bieden. De Leefstijlvinder kan helpen in het maken van keuzes over gewenste doelgroepen en bij het specifiek inrichten of ontwikkelen van een gebied voor een bepaalde doelgroep, bijvoorbeeld om het beter te benutten. Ook kunnen de leefstijlen ingezet worden bij communicatie en marketing, om de verschillende groepen gericht te informeren over het aanbod dat aansluit bij hun wensen en behoeften;
- Zorg zowel voor clustering van bepaalde voorzieningen als voor voldoende variatie. Sommige belevingen laten zich minder makkelijk met elkaar combineren dan andere. Recreatiegebied Kievitsveld is hiervan een mooi voorbeeld. Met mooi weer weten bezoekers het strand en meer goed te vinden. In de omgeving zorgen diverse aanbieders voor vertier op het water, zoals waterskiën of

wakeboarden. Voor ontspanning heeft Kievitsveld ook beauty- en wellnessfaciliteiten, in wellnessresort de Veluwse bron.[9]

5. Consumenten willen verrast worden

In 2018 hebben Nederlanders samen ruim 3,6 miljard vrijetijdsactiviteiten ondernomen.[10] Populair zijn buitenrecreatie, sport, uitgaan, winkelen voor plezier en bezoek aan een attractie. Op landelijk niveau neemt het aanbod van dagattracties toe, waarbij bedrijven vooral concurreren op prijs. Tegelijkertijd is het een uitdaging om de consument continu te verrassen met nieuwe attracties, events en belevingen.[11]

Betekenis voor De Kempen:

De Brabantse Kempen kan hierop inspelen door het ontwikkelen van unieke concepten en nieuwe vormen van beleving die gasten verrassen. De kansenkaart en de leefstijlen kunnen hierbij helpen.

Het creëren van een bijzondere herinnering is een must voor het realiseren van herhaalbezoeken en mond-tot-mond reclame.

6. Nederlanders gaan vaker en korter op vakantie

In plaats van één lange vakantie gaan Nederlanders steeds vaker verspreid over het jaar een paar dagen weg. Ook het aantal korte vakanties gecombineerd met evenementen en het aantal vakanties buiten het hoogseizoen stijgen.[12] Daarnaast is er sprake van een groei van zowel inkomend (pre-corona) als binnenlands toerisme. Verwacht wordt dat het 3 tot 5 jaar zal duren voordat de sector volledig is hersteld van de coronacrisis. Het binnenlands toerisme trekt zich als eerste weer aan.

Betekenis voor De Kempen:

- De Brabantse Kempen kan hiervan profiteren door zich ook op de ‘dichtbij-markten’ te richten. Kleinschalige (buiten-) accommodaties worden steeds populairder. Mensen zoeken naar comfort en rustigere locaties waarbij ze het gevoel hebben ‘echt even weg te zijn’.

7. Diversiteit van buitenactiviteiten neemt toe en wandelen en fietsen blijven onverminderd populair

Ondanks alle nieuwe vormen van activiteiten (zoals suppen, chi walking en fietsen op speed pedelecs) in de buitenlucht, blijven ‘gewoon’ wandelen en fietsen de populairste buitenrecreatie activiteiten. Wandelen en fietsen doet iedereen al jaren en zal men ook in de komende jaren blijven doen. Ongeveer 10,5 miljoen Nederlanders wandelen voor hun plezier en 8,2 miljoen Nederlanders fietsen voor hun plezier.[13] Veel recreanten zien het belang van wandelen en fietsen: niet alleen als rustgevende activiteit, maar ook voor het voorkomen van gezondheidsklachten. Daarnaast heeft 70-80% van de recreatieve activiteiten een routegebonden component.

De laatste jaren is veel gebeurd op het gebied van fietsen. We fietsen meer, er zijn meer verschillende soorten fietsen en de snelheidsverschillen tussen fietsers zijn groter geworden. Op straat zien we, naast gewone en elektrische fietsen, ook bakfietsen, transportfietsen, driewielers, speed pedelecs, velomobielen, ligfietsen, MTB’ers en racefietsen.

Deze toegenomen diversiteit betekent dat de wensen veranderen: een groengebied met veel activiteiten wordt vaak positiever beoordeeld dan een minder levendig groengebied. Tegelijkertijd staan gemeenten voor de

[9] https://www.leisurelands.nl/ontdek-recreatiegebieden-leisurelands/kievitsveld
[10] Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije Tijd (2020)
[11] Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije Tijd (2020)
[12] Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije Tijd (2020)
[13] Fietsplatform en Wandelnetwerk (2018)

uitdaging om een goede balans te vinden tussen economie en ecologie om te zorgen dat de druk op de natuur niet té groot wordt.

Het belang van 'buiten zijn' is ook in tijden van corona nogmaals gebleken: mensen trokken er massaal op uit om te wandelen, te fietsen en te recreëren in een groene omgeving.

Betekenis voor De Kempen:

- Aandacht voor routegebonden recreatie (o.a. door te zorgen voor goede fiets- en wandelpaden en bewegwijzering);
- Zorg voor variatie in activiteiten die in het groengebied te ondernemen zijn (bijvoorbeeld fiets- en wandelpaden, maar ook mogelijkheden tot kanohuur);
- Zorg ervoor dat de diverse vormen van wandelen en fietsen hun plek kunnen vinden in de huidige (toeristisch-recreatieve) infrastructuur;
- Je kunt verschillende doelgroepen bedienen door het toevoegen van beleving aan (thema-)routes. Zo gaan plezierzoekers er graag op uit met z'n allen, met het hele gezin en maak je avontuurzoekers gelukkig met moeilijke/ uitdagende paden. Probeer deze routes te verbinden met doelgroepen die voor De Kempen kansrijk zijn.
- Voeg beleving toe aan routes en zorg voor goed begaanbare en bereikbare fiets- en wandelpaden.

Wandelen

Wandelen staat nog altijd met stip op nummer 1 van meest ondernomen vormen van vrijetijdsbesteding buiten. In wandelen zijn ook verscheidene ontwikkelingen te zien. Naast het ommetje rondom huis (al dan niet met hond) is het bekende lange afstandswandelen populair. Nordic walking (wandelen met stokken) had als eerste een vast plekje veroverd op de wandelpaden en is alweer opgevolgd door XCO Walking en Smovey Walking (ook met attributen waardoor je lijf versterkt wordt, alleen niet zo opvallend). Daarnaast zijn powerwalking, fitwalking en brisk walking (sportief wandelen in een stevig tempo), Chi walking (wandelen gecombineerd met Tai Chi, een Chinese bewegingsleer) en meditatief wandelen in opkomst. Ook worden de wandel-date en de wandelvergadering ('weeting' en 'wandelbila') steeds meer gemeengoed.

Wandelen sluit niet alleen aan bij de behoefte aan beweging, maar ook bij de behoefte aan balans als tegenreactie op het drukke dagelijkse leven. Technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat wandelaars onderweg gebruik kunnen maken van digitale hulpmiddelen. Het in 2013 geïntroduceerde Brabantse wandelnetwerk omvat ongeveer 10.000 kilometer. In 2015 lagen de totale uitgaven aan wandelactiviteiten op €33,7 miljoen euro (11% t.o.v. de totale uitgaven in Nederland). Voor enkel De Brabantse Kempen zijn helaas geen data beschikbaar (bron: Visit Brabant).

8. Horeca en retail moeten voldoen aan hoge verwachtingen
Horeca en retail zijn hard getroffen door de COVID-19 uitbraak. Door de maatregelen hebben zij veel omzet misgelopen. Op het gebied van horeca zijn beleving en onderscheidend vermogen steeds belangrijker. Gasten verwachten steeds meer een persoonlijke benadering en willen een waardevolle herinnering overhouden aan hun horecabezoek. Bovendien is er een toenemende aandacht voor het 'pure spul': eerlijke, duurzame, ambachtelijke en lokale producten. De gast wil bewust en gezond genieten.[14] Streekproducten kunnen hierbij een belangrijke rol spelen.[15]

Winkels alleen zijn niet voldoende. Consumenten oriënteren zich steeds meer op lokale centra (voor hun dagelijkse boodschappen) en grote/ bijzondere centra met veel aanbod en sfeer. Andere functies zijn daarom steeds vaker te vinden in (winkel)centra en voegen veel waarde toe.[16] Populaire winkelgebieden hebben dan ook wel een mix van activiteiten: cultuur, diensten, horeca, winkels en leisure. De (binnen)stad als geheel moet een aantrekkelijk gebied zijn en beleving bieden.[17]

Betekenis voor De Kempen:
- Streekproducten bieden kansen voor De Brabantse Kempen en voor het werken aan een duurzaam herstel van de sector;
- Men bezoekt centra steeds minder primair voor alleen winkels, andere functies zijn van belang om het gebied voor de consument aantrekkelijk te laten zijn. Hierbij kun je denken aan het toevoegen van horeca of speelgelegenheden.

Trends van buitenaf (externe trends)

1. Vergrijzing neemt toe
Vergrijzing is al jaren een vast onderwerp in discussies over de toekomst van bijvoorbeeld de woningmarkt en krimpgebieden. De vergrijzing neemt langzaam toe: nog maar 24% van de Nederlandse bevolking is jonger dan 20 jaar en bijna 17% is 65+. Ruim 5% is zelfs 80 jaar of ouder.[18] Volgens de bevolkingsprognose van het CBS zal de vergrijzing zich in de toekomst verder voortzetten. Het aantal ouderen neemt in de toekomst toe tot zo'n 26% 65-plussers en 11% 80-plussers in 2060.

Betekenis voor De Kempen:
- Senioren – die veel vrije tijd hebben – kunnen een belangrijke (potentiële) toeristische doelgroep vormen. De Kempen kunnen hierop inspelen door aanbod te ontwikkelen dat past bij deze groep om zo buiten het hoogseizoen aantrekkelijk voor hen te zijn.

2. Duurzaamheid wordt steeds belangrijker
De toenemende aandacht voor duurzaamheid zorgt ervoor dat dit begrip niet meer is weg te denken uit de samenleving, net als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). MVO heeft drie aspecten: sociale, economische en ecologische duurzaamheid (people, planet, profit). Dit betekent dat ondernemingen economisch moeten kunnen blijven voortbestaan, maar dat dit niet ten koste mag gaan van de maatschappij of het milieu. Voor consumenten wordt duurzaamheid belangrijker en zij

[14] Trends en ontwikkelingen KNH (2020)
[15] https://www.tipdebrabantsekempen.nl/nl/bourgondisch//
[16] 10 cruciale trends detailhandelsgebied, Stec groep (2019)
[17] Inretail, Shopping 220, de nieuwe winkelstraat
[18] Ontwikkeling van de Nederlandse bevolking 1950-2020, CBS Statline (2020)

zijn in toenemende mate bereid meer te betalen voor een duurzaam product.

In de vrijetijdssector groeit de aandacht voor duurzaamheid ook. Aan de ene kant in de keuzes van de gasten, aan de andere kant vanuit bestemmingen zelf. Het label “Green Key” is voor aanbieders en gasten een belangrijk keurmerk om te kunnen zien hoe duurzaam de onderneming is. De term ‘duurzaam toerisme’ valt ook steeds vaker. Hier gaat het er om dat toeristische activiteiten zo min mogelijk negatieve invloed hebben op het milieu en daar waar mogelijk zelfs een positieve bijdrage aan leveren.

Betekenis voor De Kempen:

- Dag- en verblijfsrecreatie kan hierop inspelen door bijvoorbeeld verduurzaming van recreatievastgoed. Er zijn ook restaurants die zich volledig richten op het slim gebruiken van (bijna weggegooid) voedsel om voedselverspilling tegen te gaan. Zo laten Schouwse strandpaviljoens koffiedrab terugkomen als kroket.[19]

3. Klimaatverandering: schommeling of trend?

Klimaatverandering is niet nieuw. Door de honderden miljoenen jaren heen heeft de verplaatsing van continenten invloed gehad op de temperatuur op aarde. Deze verschuivingen veroorzaakten bijvoorbeeld vulkaanuitbarstingen. Dit had tot gevolg dat er CO^2 vrijkwam en de aarde opwarmde. Ook vandaag de dag drukken natuurlijke invloeden een belangrijke stempel op het klimaat. Zo hebben we elke 3-7 jaar te maken met El Niño, waardoor de zeewatertemperatuur in een gebied ten westen van Peru stijgt. Vervolgens zorgt dit verschijnsel voor wereldwijde afwijkingen in bewolking, neerslag en temperatuur.

Naast natuurlijke invloeden oefent de mens invloed uit op het klimaat. Het grootste deel van de opwarming van de aarde is de afgelopen decennia toe te schrijven aan de waargenomen toename van broeikasgassen (waaronder CO^2). CO^2 komt in grote hoeveelheden vrij bij de verbranding van fossiele brandstoffen, zoals kerosine (de brandstof voor vliegtuigen).[20]

Betekenis voor De Kempen:

- Door de temperatuurstijging wordt het zomerseizoen in Nederland langer;
- Ook is er een grotere kans op aantrekkelijk weer voor vele buitenactiviteiten, zoals wandelen en fietsen;
- Een belangrijke factor voor toeristen bij het kiezen van hun vakantiebestemming is de kwaliteit van het landschap. Klimaatverandering kan deze kwaliteit veranderen. Zo kunnen beuken en berken slecht tegen droogte en kan de beschikbaarheid en kwaliteit van het water beïnvloed worden;
- Om extreme hitte en regenval op te vangen, kunnen faciliteiten worden aangepast zodat kans op overlast of schade afneemt. Een voorbeeld is het creëren van meer schaduw en koele plekken, zodat hittestress wordt tegengegaan.[21]

4. Toenemende invloed van social media en online/ digitale content

In het algemeen neemt de invloed van sociale media en digitale toepassingen in onze samenleving toe. Dit is ook te merken in de toeristisch-recreatieve sector. Voor het kiezen van een vrijetijdsbesteding worden recreanten steeds vaker beïnvloed via internet of sociale media. Bezoekers oriënteren zich in toenemende mate online vóór, tijdens en

[19] https://www.pzc.nl/zeeuws-nieuws/schouwse-strandpaviljoens-gaan-slim-om-met-afval-koffiedrab-komt-terug-als-kroket~aacbfd29/

[20] https://www.wur.nl/nl/artikel/Oorzaken-klimaatverandering-1.htm

[21] https://klimaatadaptatienederland.nl/thema-sector/recreatie-toerisme/

ook na hun verblijf. Ze zoeken op websites als Booking.com of Tripadvisor naar activiteiten en overnachtingsmogelijkheden. Een goede online vindbaarheid en een uitstekende online beleving zijn daardoor van steeds groter belang. De informatie moet volledig, overzichtelijk en voor iedereen toegankelijk zijn. Aanwezigheid op internet en sociale media is een vereiste. De rol van online marketing groeit daarin mee en wordt steeds belangrijker in het aanbieden van producten en diensten.

Naast het online boeken van vakanties en overnachtingen wordt digitalisering ook steeds vaker onderdeel van het concept van dag- en verblijfsrecreatie. Denk aan mogelijkheden om digitaal in te checken, online faciliteiten te boeken, of te chatten met medewerkers van de accommodatie. Daarnaast trekken dagattracties met een gecombineerd gebruik van tekst, geluid en video en interactief karakter meer bezoekers.[22]

Betekenis voor De Kempen:

- Voor De Brabantse Kempen is het van belang om inwoners en bezoekers het gemak van digitale toepassingen te bieden, zonder dat dit afdoet aan de authenticiteit van het product en zonder daarbij het persoonlijk contact uit het oog te verliezen.

[22] Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije Tijd (2019)

IV. Samenvatting Leisure Kansenkaart

In 2019 is de Leisure Kansenkaart[23] opgeleverd voor beleidsmakers, bestuurders en vrijetijdsondernemers in De Brabantse Kempen. Met als doel: 'meer inzicht te geven in het toetsen van plannen aan de behoefte van bewoners en bezoekers.' De Leisure Kansenkaart is niet alleen ontworpen voor vrijetijdsondernemers in De Brabantse Kempen, ook ondernemers daarbuiten zijn welkom om in de regio te gaan ondernemen.

Er is een 0-meting naar de status en omvang van toerisme en recreatie in De Brabantse Kempen uitgevoerd met inzicht in mogelijke kansen op het gebied van ontwikkeling van toeristisch-recreatief aanbod dat kans van slagen heeft. Onderscheid wordt gemaakt in:

- Slow leisure, bewust genieten van de (natuurlijke) omgeving;
- Experience leisure, (toeschouwend) deelnemer in actieve beleving;
- Urban leisure, cultureel en bourgondisch genieten.

Ontwikkelruimte

In het rapport wordt geconcludeerd dat op het gebied van experience leisure de grootste kansen liggen voor ontwikkeling. En dan met name op het gebied van watersport. Bij zowel bewoners als bezoekers komt de behoefte aan een bioscoop en casino in de regio naar voren. Advies is om de identiteit van de bestemming leidend te laten zijn bij ontwikkelingen. Tevens wordt als overweging meegegeven om aanbod dat niet in De Brabantse Kempen aanwezig is, maar wel in de aanliggende regio's, onder de aandacht te brengen bij bepaalde doelgroepen. Ook in het aanbod van slow leisure, waar het aanbod de behoefte overstijgt, worden er toch kansen gezien voor ontwikkelingen die liggen op het gebied van activiteiten op en aan het water. Bij urban leisure is er nog behoefte aan cultureel aanbod en wordt geadviseerd het aanbod beter onder de aandacht brengen.

Identiteitskenmerken

House of Leisure/ Dynamic Concepts Consultancy hebben als onderdeel van hun onderzoek field research uitgevoerd met behulp van live-enquêtering. Als respondenten gevraagd wordt wat De Brabantse Kempen kenmerkt komen 'historische elementen' en een 'bescheiden normaal nuchtere' bevolking naar voren. Een vriendelijke en gastvrije regio met de echte 'Brabantse gemoedelijkheid'. Natuur en groen worden vaak benoemd maar zijn te generiek als identiteitskenmerk, deze waarden gelden ook voor andere regio's in Nederland. In de Kansenkaart wordt het volgende geadviseerd als richting om de identiteit te specificeren: 'een koppeling tussen de veelzijdige natuurlijke, bosrijke omgeving waar ontspanning samengaat met bourgondisch genieten van het historische Brabantse plattelandsleven'.

[23] 0-meting toeristisch-recreatief aanbod, House of Leisure en Dynamic Concepts consultancy (2019)

V. De Kempen als toeristisch-recreatieve bestemming: analyse van de huidige situatie

In dit gedeelte maken we een foto van het huidige dag- en verblijfsrecreatieve profiel van De Brabantse Kempen. Op basis van de verkregen data geven we onder meer inzicht in de geografische spreiding van het aanbod en de vitaliteit van de verblijfsrecreatie. Op verzoek is per gemeente een samenvatting toegevoegd van het onderzoek naar de identiteit uitgaande van de vrijetijdseconomie.

Verblijfsrecreatie

Verblijfsaanbod bestaat vooral uit grote(re) accommodaties
De verblijfsrecreatieve sector in Zuidoost-Brabant telde eind 2019 31.000 slaapplaatsen.[24/25] Het gebied heeft relatief veel grote(re) verblijfsaccommodaties zoals campings en bungalowparken. De bestemming heeft zowel zelfstandige bedrijven als parken die onderdeel zijn van ketens als Centerparcs of Landal. Gasten vermaken zich vaak op het terrein zelf bij ketenbedrijven en grotere campings met veel faciliteiten. De regio heeft daarnaast diverse groepsaccommodaties, bed & breakfasts, minicampings en andere kleinschalige accommodaties. Het aantal hotels is beperkt.

Verblijfsrecreatie in De Brabantse Kempen is bijzonder vitaal
In 2018 is er onderzoek gedaan naar de vitaliteit van verblijfsrecreatieparken met minimaal 40 plaatsen – zijnde campings, bungalowparken en combinatie hiervan – in Noord-Brabant. Hieruit blijkt dat Zuidoost-Brabant – waar De Brabantse Kempen onderdeel van is – er regionaal gezien goed voor staat. De regio onderscheidt zich van de rest van de provincie op het vlak van excellente bedrijven. Maar liefst 17% van de capaciteit is als excellent beoordeeld. Slechts 9% van het verblijfsaanbod in de regio is niet vitaal – zie tabel B.1.[26]

Tabel B.1: Capaciteit vitaliteitssegmenten per regio (bron: ZKA, 2018)

Vitaliteitssegment	West-Brabant	Midden-Brabant	Noordoost-Brabant	Zuidoost-Brabant	Noord-Brabant
Excellent	0%	10%	0%	17%	7%
Gezond en vitaal	34%	35%	34%	36%	35%
Middenmoot	32%	30%	41%	38%	35%
Vergane glorie	24%	23%	9%	1%	14%
Niet-vitaal	10%	2%	16%	8%	9%

Er zijn helaas geen cijfers beschikbaar specifiek over de vitaliteit van verblijfsaccommodaties in De Brabantse Kempen. Wel is uit gesprekken met de werkgroep gebleken dat er in de regio topparken zijn, maar ook een aantal niet-vitale parken. Reusel-De Mierden heeft bijvoorbeeld drie parken in het rode kwadrant, Bergeijk heeft één niet-vitaal park. De

[24] CBS statline (november 2020). De berekening van voorlopige cijfers over capaciteit in 2020 is gedaan met behulp van een enquête, welke onder accommodaties eind 2019 is gehouden. Op dit moment is het effect van corona op het aantal slaapplaatsen nog onduidelijk.
[25] Bij deze cijfers is uitgegaan van de COROP Zuidoost-Brabant: Asten, Best, Cranendonck, Eersel, Geldrop-Mierlo, Heeze-Leende, Laarbeek, Oirschot, Someren, Valkenswaard, Waalre, Bergeijk, Bladel, Deurne, Eindhoven, Gemert-Bakel, Helmond, Nuenen, Gerwen en Nederwetten, Reusel-De Mierden, Son en Breugel en Veldhoven. Recente cijfers specifiek voor De Kempen zijn niet beschikbaar.
[26] Vitaliteit verblijfsrecreatie Noord-Brabant (ZKA, 2018)

laatstgenoemde wordt overigens volledig vernieuwd door Landal. De vitaliteit van verblijfsaccommodaties in De Kempen is uiteraard continu van belang.

Dagrecreatie

Uitgebreide toeristische basisinfrastructuur, maar relatief weinig bezienswaardigheden en attracties
In De Brabantse Kempen is een uitgebreid fiets-, wandel-, MTB- en ruiternetwerk met veel afstappunten en horeca. Verspreid over het buitengebied komen we ook diverse horecavestigingen tegen. Als we kijken naar de horecadichtheid (aantal horecavestigingen per inwoner), dan zijn die het hoogst in de gemeenten Bergeijk en Reusel-De Mierden (4,7 vestigingen per 100.000 inwoners), gevolgd door Eersel (4,4). In deze gemeenten is de horecadichtheid ook hoger dan gemiddeld in Nederland (3,9). In de gemeente Bladel (3,4) is de horecadichtheid relatief laag.[27]

De dichtheid van bezienswaardigheden en attracties is niet hoog. Het Bakkerijmuseum en Kempen Museum de Acht Zaligheden zijn de belangrijkste musea. Daarnaast zijn bezoekboerderijen, wellnesscentra, speel- en zwemgelegenheden, natuurbeleving, kapelletjes en molens aanwezig. Er zijn outdoor-mogelijkheden en in iedere kern is detailhandel vertegenwoordigd. Voor het laatstgenoemde zijn binnen De Kempen een aantal grotere winkelconcentraties: Bladel centrum, Bergeijk centrum, Eersel centrum en Reusel centrum. Bladel heeft het meest complete en uitgebreide aanbod.[28]

[27] https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/15/hoogste-horecadichtheid-in-zeeland-in-januari-2020

Identiteit van de gemeenten

Gemeente Eersel
In Eersel zijn ze content. Content met de prachtige omgeving waar men woont, de fraaie bosrijke omgeving waar heerlijk gewandeld en gefietst kan worden door bewoners en toeristen. Content met hun Bourgondische manier van leven: proosten op het goede leven en vieren wat gevierd kan worden. Er wordt genoten van het rijke verenigingsleven, van het gemeenschapsgevoel en de saamhorigheid die de dorpen bindt. Content zijn ze ook met de ondernemers. Eersel kent veel innovatieve bedrijven die voor de ultieme top gaan. Daar zijn ze trots op, of dat nu (horeca)ondernemers, winkeliers of de boeren zijn. De vele streekproducten zijn het uithangbord, het bewijs van hun trots. Eersel draagt bij aan de Brainport-regio, maar blijft wel het eigen 'boerenverstand' gebruiken. Dat heeft al veel gebracht. Kortom, 'content' is het jasje dat Eersel uitstekend past.

Gemeente Reusel-De Mierden
In Reusel-De Mierden vormen ze een hechte gemeenschap waar volop van de natuur genoten wordt. Het wordt gezien als een heerlijke gemeente voor de buitenmens. Ondernemend in de vrijetijdsector op gebied van natuur, bezienswaardigheden en voorzieningen, maar door de eigen bescheidenheid is de bekendheid ook bescheiden. Ze werken regionaal samen en dat strekt zich uit tot over de grens. Daarmee is de charme van de grensstreek authentiek. In Reusel-De Mierden wil men economische groei, maar staat het behouden van een prettige leef- en woonomgeving voorop, waarin natuur een belangrijke rol speelt. Er zijn vele mogelijkheden op het gebied van extensief recreëren (meanderende beekdalen, bosrijke gebieden/ landgoederen). Ook wordt de innovatieve agrosector in De Kempen als een belangrijke economische pijler gezien.

[28] Regionale visie detailhandel De Kempen (2015)

Gemeente Bergeijk
In Bergeijk hebben ze het goed voor elkaar en dat kan op twee manieren geïnterpreteerd worden: het leven is er goed en de inwoners zijn er voor elkaar (samen). De natuur is volop aanwezig en dat groen zorgt voor rust en ruimte waar men zich in opgenomen en veilig voelt. Bewoners genieten vaak onbewust van deze bijzondere kwaliteit maar dag- en verblijfsgasten stellen het zeer op prijs. Juist door de combinatie met de gastvrije aard en toegankelijkheid van de mensen. Bergeijk is een echte grensgemeente waar soms de grenzen van het toelaatbare worden opgezocht. Kunst kreeg in de jaren vijftig van de vorige eeuw een impuls toen ontwerpers en kunstenaars de gemeente ontdekten en er enige tijd werkten. Bergeijkenaren zijn aanpakkers die met gezond verstand praktische en vaak inventieve oplossingen weten uit te voeren. Zij buigen mee met de wind, zien hun kansen en pakken die.

Gemeente Bladel
In Bladel zijn ze bescheiden en komt de gemeenschapszin naast het ‘dan gaan we even aanpakken’ sterk naar voren maar dan wel op een manier van: ‘doe maar gewoon’. Een grensgemeente met mooie verhalen over bijvoorbeeld smokkelroutes, die zowel bewoners als toeristen kunnen boeien. De sociale controle zorgt met de aanpak mentaliteit dat hulp en ondersteuning ook daadwerkelijk vorm krijgt. Zoals met de buurtbus en de collectieve woningbouw. Het samendoen en de verbondenheid uit zich in een rijk verenigingsleven, maar manifesteert zich ook in de relatie tussen gemeente en dorpsraden en ondernemers onderling.

Dag- en verblijfsrecreatieve voorzieningen in De Brabantse Kempen (bron: Rho Adviseurs)

VI. SWOT-analyse

Bijlagen II en V geven inzicht in de huidige situatie van De Brabantse Kempen als toeristisch-recreatieve bestemming. Ook is een beeld geschetst van de doelgroepen en bijbehorende toeristisch-recreatieve leefstijlen, trends en ontwikkelingen. Deze bijlage bevat een SWOT-analyse, een sterkte-zwakte analyse, gebaseerd op de analyse uit de gezamenlijke Visie VTE (2016). Er is bij het opstellen van de SWOT ook gekeken naar de ontwikkelingen in de afgelopen vier jaar.

Sterkten – de kracht van De Kempen als toeristisch-recreatieve bestemming:	**Zwakten – punten waarop De Kempen zich nog kan ontwikkelen zijn:**	**Kansen die van *buitenaf* op De Brabantse Kempen afkomen zijn:**	**Bedreigingen – negatieve ontwikkelingen van *buitenaf* zijn:**
• Sterke verblijfsaccommodaties met nationale uitstraling	• Het merk 'Kempen' heeft een zwakke naamsbekendheid	• Corona: groei van dichtbij markten (Nederland, Duitsland en België)	• De Kempen heeft een aantal grote vakantieparken. De bungalowsector is uiterst competitief, concurrentie is groot
• De regio is trots op prestaties van een aantal bedrijven die bijvoorbeeld landelijke prijzen hebben gewonnen	• Beperkte samenwerking tussen gemeenten. Samenwerking tussen gemeenten gaat steeds beter, maar verdient constante aandacht.	• Toenemende interesse in gezonde en duurzame levensstijl benutten: buitenrecreatie faciliteren	• Afname in voornaamste doelgroep: families (vergrijzing)
• Centrale ligging/ bereikbaarheid t.o.v. Tilburg, Eindhoven en België	• Gezamenlijke marketingkracht (toeristische informatie is regionaal niet op orde)	• Toenemende vergrijzing > ontwikkelen aanbod voor senioren. Zij hebben tijd en geld	• Steeds meer keuzevrijheid, als je je niet onderscheidt dan word je niet gekozen
• (Onderdeel van) Brainport	• Weinig evenementen buiten het hoogseizoen	• Bevolkingsconcentraties Eindhoven, Tilburg en Turnhout	• Recreanten besteden minder t.o.v. andere regio's
• Hoogwaardig recreatief netwerk van wandel-, MTB, fiets- en ruiterpaden	• Traagheid der regels, waardoor minder innovatie ondernemers	• Inspelen op toenemende behoefte aan groen, recreatie, wandelen en fietsen (o.a. vanwege corona)	• Steeds veranderende vraag en onvoorspelbaarheid consument: de markt is dynamisch
• Grenzend aan Nationaal Park de Hoge Kempen (België) – hoge naamsbekendheid. Op Nederlands grondgebied tref je onder meer de Hapertse Heide en Cartierheide.	• Beperkte samenwerking/ communicatie tussen ondernemers onderling en tussen ondernemers en andere aanbieders	• Inzetten op beleving en thematisering door middel van storytelling	• VISIT Brabant vertegenwoordigt niet altijd De Brabantse Kempen (ziet te weinig mogelijkheden voor bezoekers buiten Brabant)

• Rijke (cultuur)historie: kerken, kapelletjes, monumenten, langgevelboerderijen	• Weinig luxe vormen van vervoer, verblijf en vermaak	• Gunstige ligging t.o.v. Eindhoven Airport	• Langetermijnimpact coronavirus
• Innovatieve maakindustrie in omgeving	• Bewegwijzering/ infoborden niet altijd op orde	• Om voldoende boekingen te genereren, hebben de grotere verblijfsaccommodaties met veel faciliteiten krachtige marketing- en salesafdelingen	
• Goede voorzieningen als Landgoed Duynenwater voor evenementen	• Beperkt hotelaanbod, relatief veel campings en vakantieparken	• Verbreding aanbod van kwalitatieve en diverse dagrecreatie	
• Nabijheid van Beekse Bergen, Efteling, Bobbejaanland	• Slechte bereikbaarheid met openbaar vervoer	• Belangstelling voor innovatieve (horeca)concepten	
• Aanwezigheid van horeca langs routes	• Gebrek aan ‘experience leisure’ (zie hoofdstuk 6)	• Behoefte aan gebruik nieuwe technologie en innovaties bij gasten	
• Bourgondische en gastvrije inwoners	• Onvoldoende focus op zakelijke markt en expats	• Beter verbinden van het aanbod d.m.v. productontwikkeling en positionering rondom streekproducten, evenementen, natuurbeleving	

VII. Maatwerk

Het geactualiseerde toetsingskader vormt het startpunt van een nieuwe koers, waarbij ruimte is voor maatwerk. Dit betekent dat we buiten de kaders durven denken als plannen bijdragen aan het verbeteren van de kwaliteit van de (leef)omgeving. In sommige gevallen is een maatwerk beoordeling noodzakelijk om na te gaan of een initiatief op een bepaalde locatie een passende invulling is. Vanuit een 'ja mits-houding' staan Bergeijk, Bladel, Eersel en Reusel-De Mierden open voor maatwerk.

Maatwerk leidt tot een zoektocht naar de juiste methode. Het beoordelen van de kwaliteit van een plan is geen exacte wetenschap. Het is dan ook niet meetbaar en/of in cijfers uit te drukken. Om die reden is het van belang afspraken te maken hoe plannen ambtelijk op een zorgvuldige manier worden beoordeeld.

Een integrale benadering is de sleutel. Daarbij wordt een initiatief ook vanuit andere beleidsterreinen beoordeeld. Zo onderzoekt Ruimtelijke Ordening de haalbaarheid, terwijl VTE het kwaliteitsaspect bekijkt. Er zijn sowieso twee vereisten waaraan voldaan moet worden bij plannen waarvoor maatwerk nodig is:

1. **Door de omgeving gedragen**
   In alle gevallen is open communicatie een vereiste. Niet alleen tussen initiatiefnemer en gemeente, maar ook tussen initiatiefnemer en belanghebbenden, tussen gemeente en belanghebbenden en/ of tussen gemeenten onderling. Transparant aangeven waarom je voor of tegen een ruimtelijk initiatief bent, komt de kwaliteit van de besluitvorming ten goede. Voor plannen waarvoor maatwerk nodig is moet de initiatiefnemer gedurende het proces in overleg blijven met de omgeving (omgevingsdialoog). Er moet worden aangetoond dat dit is gedaan (bijvoorbeeld door een verslag), wat de reactie van de omgeving was en wat daarmee is gedaan. Dit betekent niet dat het plan door de omgeving gedragen moet zijn (bij voorkeur wel natuurlijk). Het is belangrijk dat de omgeving gehoord wordt.

2. **Toekomstbestendigheid**
   Een belangrijk doel is een duurzame en toekomstbestendige invulling van een locatie. Plannen die ervoor zorgen dat een locatie invulling krijgt waardoor voor een langere periode invulling wordt gegeven aan de locatie kan hierdoor worden gezien als kwaliteit. De kwaliteit toekomstbestendigheid kan op meerdere manieren worden gezien. Zo kan dit te maken hebben met de financiële haalbaarheid van een bedrijfsconcept of met een bestemming waarmee een duurzame invulling is gegeven aan een locatie. Wanneer bedrijvigheid – in de breedste zin van het woord, dus ook voor bijvoorbeeld recreatieve of zorginitiatieven – onderdeel uitmaakt van een planvoornemen dient de initiatiefnemer een toelichting te geven op het toekomstperspectief van het plan wanneer er sprake is van maatwerk.

VIII. Oplegger Bergeijk

In het Toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie de Kempen zijn uitgangspunten en algemene vereisten opgenomen voor de dag- en verblijfsrecreatie in de gemeenten Bergeijk, Bladel, Eersel en Reusel-De Mierden. Omdat er verschillen bestaan in de accenten per gemeente is ervoor gekozen om – als aanvulling op het toetsingskader - een oplegger op te nemen. Hierin worden de uitgangspunten en vereisten op gemeentelijk niveau verder aangescherpt.

Focus	De gemeente Bergeijk legt de focus op dagrecreatieve activiteiten. Initiatieven die het dagrecreatieve aanbod versterken worden aangemoedigd. Ten opzichte van het aanbod verblijfrecreatie blijft het dagrecreatief aanbod namelijk achter. Initiatieven voor kleinschalige verblijfsrecreatie blijven mogelijk. Deze moeten bij voorkeur voorzien in een behoefte van consumenten, van hoogwaardige kwaliteit zijn én een variatie vormen op het bestaande aanbod. Daarnaast dient het kleinschalig initiatief bij te dragen aan landschappelijke kwaliteit van de omgeving of leefbaarheid. In sommige gevallen, zoals bij de herontwikkeling van een agrarisch bedrijf (VAB) en in gevallen van een grote meerwaarde voor de gemeente (bijvoorbeeld op gebied van landschappelijke kwaliteit, leefbaarheid, werkgelegenheid), kan van het bovenstaande worden afgeweken.
Zonering	Bergeijk gaat uit van de zonering, zoals opgenomen is op de kaart in deze oplegger. In sommige gevallen, zoals bij de herontwikkeling van een agrarisch bedrijf (VAB) en in gevallen van een grote meerwaarde voor de gemeente (bijvoorbeeld op gebied van landschappelijke kwaliteit, leefbaarheid, werkgelegenheid), kan er worden afgeweken van de zonering. Afwijkingen kunnen alleen plaatsvinden als de ontsluiting van het gebied en de draagkracht van het landschap dit toelaten en als het initiatief een kwaliteitsimpuls vormt voor het landschap. Als het gaat om VAB's is er altijd sprake van maatwerk.
Horeca	Uitgangspunt voor het toevoegen van horeca in het buitengebied is dat deze ondergeschikt moet zijn aan een andere hoofdactiviteit en dat de maximale oppervlakte 100m² (exclusief terras) bedraagt. Niet ondergeschikte kleinschalige horeca is mogelijk op voorwaarde dat er geen stapeling met andere functies is, dat de bebouwde oppervlakte van de publieksruimte (exclusief sanitair, keuken en bergruimte en andere bijbehorende voorzieningen) maximaal 50m² bedraagt, met maximaal 50m2 terras, zoals bijvoorbeeld een klein fiets-/wandelcafé in de buurt van doorgaande recreatieve routes.
Recreatieve (neven)activiteiten (aanvulling op pag. 11)	Voor nieuwe recreatieve voorzieningen zoals kleinschalige dagrecreatie (denk aan kinderboerderijen en educatieve voorzieningen als musea) en kleinschalige verblijfsrecreatieve voorzieningen (zoals groepsaccommodaties) geldt een maximum van 400 m2 aan bebouwd oppervlak ten dienste van de recreatieve activiteit, eventueel aangevuld met 100m2 ondergeschikte horeca (zie Horeca).

	Voor kleinschalige verblijfsrecreatieve voorzieningen in bestaande bebouwing bij agrarische bedrijven geldt dat de totale oppervlakte aan logeereenheden niet meer mag bedragen dan 50% van de gezamenlijke vloeroppervlakte van de bedrijfswoning en de bijbehorende bijgebouwen. Er wordt slechts meegewerkt aan recreatieve voorzieningen (zowel zelfstandig als ondergeschikt) die uitsluitend voor recreatief gebruik zijn bedoeld en niet benut worden voor zelfstandige bewoning of huisvesting van arbeidsmigranten. Er zal op toe worden gezien dat voorzieningen en inrichting hierop toe worden gesneden.

Zonering van Bergeijk
Bergeijk hanteert een viertal toeristische zones:

- Kernen
- Landelijk intensief recreatief gebied
- Landelijk extensief recreatief gebied
- Overig landelijk gebied

De kernen
De kernen van Bergeijk zijn 'concentratiegebieden' van min of meer stedelijke vormen van recreatie: funshoppen, evenementen, (straat-) theater en terrassen. Mogelijke vormen van verblijfsrecreatie binnen de bebouwde kom zijn B&Bs en hotels, waarbij wel sprake moet zijn van de kwaliteiten zoals onder 'focus' wordt benoemd.

Landelijk intensief recreatief gebied
In het landelijk intensief recreatief gebied is er ruimte voor intensieve ontwikkeling. In een intensief recreatief gebied bevindt zich een cluster van intensieve toeristisch-recreatieve bedrijven en voorzieningen. Het gaat hier om: Centerparcs de Kempervennen, Camping de Paal en Landal Forest Village. Deze parken in de intensief recreatieve gebieden hebben veel seizoensplaatsen en/of een grote vaste klantenkring, veelal bestaand uit (oudere) stellen en gezinnen met jonge kinderen. Deze toeristen zoeken een herkenbaar en vertrouwd product en hechten aan een veilige en verzorgde omgeving met kindvriendelijke voorzieningen.
In principe krijgen bestaande intensieve recreatiebedrijven in deze zone de ruimte voor uitbreiding ten behoeve van kwaliteitsverbetering van het aanbod. Bij de beoordeling telt de versterking van de aanwezige landschappelijke waarden op en rond het eigen bedrijf en bijdragen aan leefbaarheid.

Landelijk extensief recreatief gebied
Deze gebieden zijn kansrijk voor toerisme vanwege hun aantrekkelijkheid vanuit landschappelijk en/of cultuurhistorisch oogpunt en/of de nabijheid van aantrekkelijke natuurgebieden en/of de nabijheid van een dorpskern of water. Het toerisme in kansrijk extensief recreatief gebied krijgt meer ruimte zich te

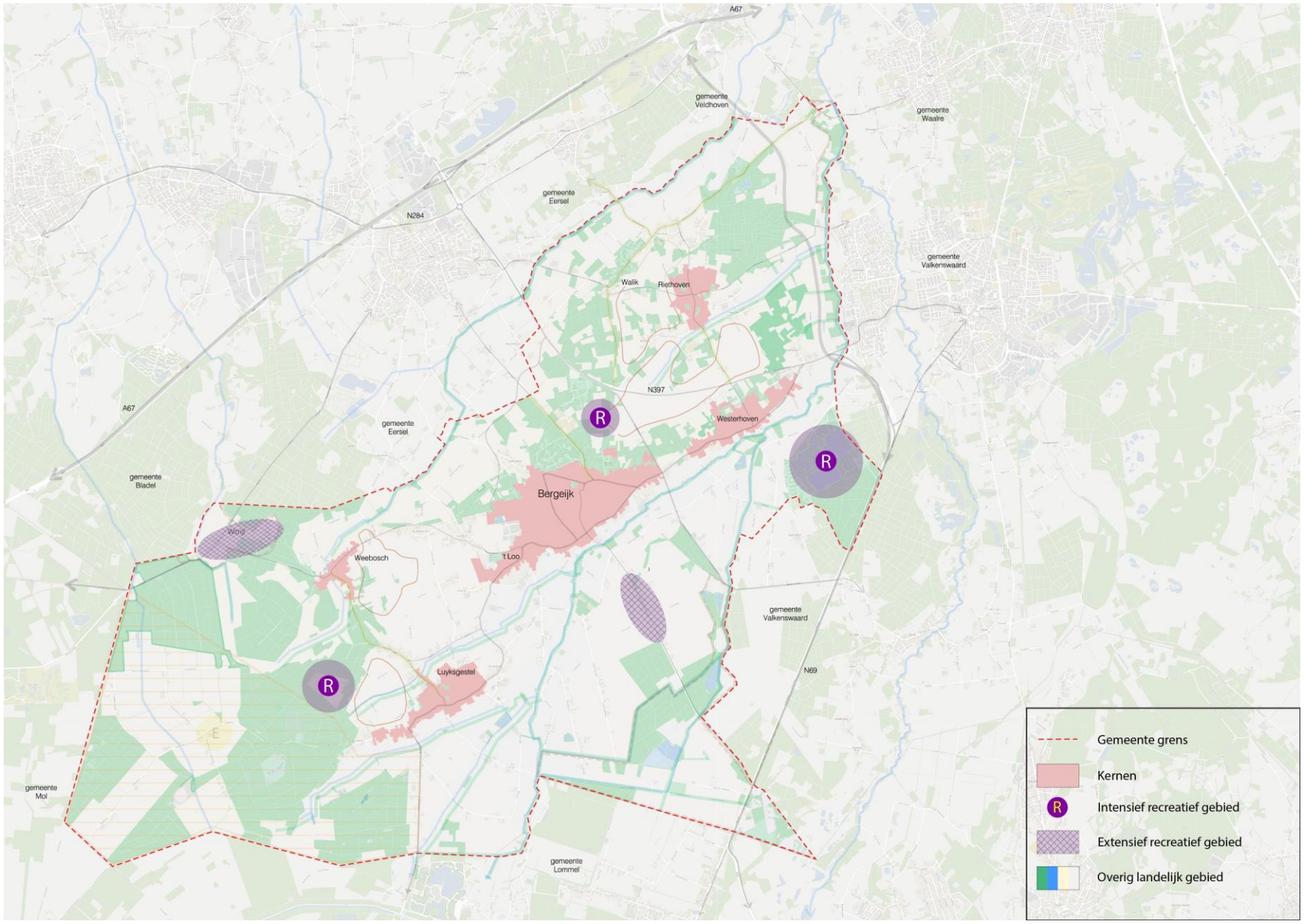
ontwikkelen dan in overige recreatief gebied. Nieuwe kleinschalige dagrecreatieve en verblijfsvoorzieningen en uitbreiding van bestaande voorzieningen zijn in landelijk extensief recreatief gebied mogelijk.
De volgende gebieden zijn in Bergeijk aangewezen als kansrijk extensief:

1. Burgemeester Aartslaan
2. Witrijt

Overig recreatief gebied

Het toerisme in de zone "overig recreatief gebied" is gericht op het beleven van het platteland met natuur en landbouw. Het toerisme in deze zone is voornamelijk een nevengeschikte economische activiteit, een ondersteunende activiteit aan andere economische activiteiten. In overig recreatief gebied wordt vanuit toeristisch-recreatief perspectief juist rust en ruimte bijzonder geacht.
Nieuwe kleinschalige extensieve dag- en verblijfsrecreatieve ontwikkelingen zijn dus mogelijk als nevenactiviteit, en als toevoeging aan bestaande voorzieningen om de kwaliteit daarvan te verbeteren.

Op onderstaande kaart zijn de vier zones aangegeven



Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

IX. *Intakeformulier recreatieve en toeristische initiatieven*

Uw gegevens

Achternaam .....

Voorletters .....

Adres .....

Postcode en woonplaats .....

Telefoonnummer .....

E-mail .....

Gegevens van gemachtigde (indien van toepassing)

Naam organisatie .....

Contactpersoon .....

Vestigingsadres .....

Postcode en plaats .....

Telefoonnummer .....

Email .....

KVK-nummer .....

Gegevens locatie/plaats van uw plan

Adres .....

Plaats .....

Kadastraal (indien bekend) Gemeente .....sectie.....nummer(s).....

Uw plan

Korte omschrijving van uw initiatief:

……

……

……

……

Draagvlak

Heeft u al met de omgeving gesproken over uw verzoek (omgevingsdialoog).

0 Ja, met wie? Wanneer? Wat was de uitkomst?

0 Nee.

Status verzoek (maak 1 keuze):

0 Ambtelijk: u krijgt gratis een advies (op hoofdlijnen) over uw mogelijkheden van uw plan

0 Bestuurlijk: er is sprake van een principeverzoek en u krijgt een principebesluit van het college van burgemeester en wethouders.

Toelichting:

Als een bouwplan of initiatief niet voldoet aan het bestemmingsplan, kan een ontwikkeling alleen doorgang vinden als de gemeente bereid is om van het bestemmingsplan af te wijken. Om na te gaan of een plan haalbaar is en onnodige kosten te voorkomen bestaat de mogelijkheid om een plan eerst ambtelijk te laten beoordelen of het haalbaar is
Wilt u weten of de gemeente bereid is tot medewerking aan de benodigde procedure? Dan neemt het college van burgemeester en wethouders een (principe)besluit op uw verzoek. Om een goede afweging te kunnen maken of uw plan in principe haalbaar is, doet de gemeente inhoudelijk onderzoek vanuit meerdere invalshoeken. Dit kost tijd en geld. Daarom brengen wij voor de behandeling van een (principe)verzoek leges in rekening volgens de Legesverordening[29].

[29] Voor de precieze kosten zie de actuele Legesverordening.

Bij te voegen documenten

- Nadere omschrijving van het initiatief met de aanleiding, de motivatie waarom van het bestemmingsplan zou moeten worden afgeweken. Ga hierbij in op onderstaande vragen:

    - Vindt u dat uw initiatief aansluit bij de karakteristieken(en) en/of identiteit van de regio of de gemeente? Kunt u dit toelichten?
    - Kunt u toelichten in hoeverre uw voorstel bijdraagt om het recreatieve aanbod in de Kempen gevarieerder te maken?
    - Op welke doelgroepen (zie bijlage II) richt u zich met uw initiatief? Kunt u toelichten waarom u voor deze doelgroepen hebt gekozen?
    - Op pagina 13 wordt een aantal kenmerken genoemd m.b.t. goed ondernemerschap, zoals innovatie en MVO. In hoeverre herkent u zich daarin?
    - Wat is uw verwachting over de verkeersbewegingen en geluid? Hoe regelt u parkeren?
    - Op welke onderdelen uit de Gezamenlijke Visie Vrijetijdseconomie Brabantse Kempen en het Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie ziet u kansen om op aan te haken?
    - Heeft uw initiatief een positief effect op andere ondernemers, organisaties of inwoners? Zoekt u aansluiting bij andere vrijetijdsvoorzieningen, bijvoorbeeld op het gebied van samenwerking? Kunt u dit verder toelichten?
    - Draagt uw initiatief bij aan de versterking en/of ontwikkeling van natuur en/of landschap?
    - Maakt u met uw initiatief gebruik van leegstaande bebouwing? Of voorkomt u leegstand?
    - In hoeverre draagt u iets bij aan bijvoorbeeld cultuur, duurzaamheid, gezondheid of natuur? Doet u hier iets extra's voor?

- Situatieschetsen en/of plattegronden van de huidige én nieuwe situatie
- Bouwtekeningen (optioneel)
- Foto’s (optioneel)

Deze opsomming is niet compleet. Afhankelijk van uw plan kunnen we andere of aanvullende gegevens nodig hebben om uw verzoek goed te kunnen beoordelen. Voor meer informatie verwijzen wij u naar het Toetsingskader dag- en verblijfsrecreatie De Kempen.
Tekeningen en plattegronden mogen in schetsvorm zijn, maar dienen op schaal te zijn en te zijn voorzien van duidelijke maten.

Ondertekening

Aanvrager en/of gemachtigde verklaart deze aanvraag volledig en naar waarheid te hebben ingevuld.

Datum: ……

Handtekening:

……

Geraadpleegde bronnen

Beleidsvisie dag- en verblijfsrecreatie De Kempen (2008)
Gezamenlijke Visie Vrijetijdseconomie Brabantse Kempen, Samen op pad in de Brabantse Kempen (2016)
Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie (2017)
0-meting toeristisch-recreatief aanbod en Kansenkaart, House of Leisure en Dynamic Concepts consultancy (2019)
Omgevingsvisie 1.0 Eersel (2020)
Visie Buitengebied Eersel (2020)
Omgevingsvisie Reusel-De Mierden (2018)
Omgevingsvisie 1.1 Bladel
Structuurvisie Bergeijk (2010)
Omgevingsvisie Noord-Brabant (2018)
Interim Omgevingsverordening Noord-Brabant
Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrije Tijd (2020
Leefstijlen en wetenschappelijk model BSR™ (Brand Strategy Research) van SAMR

.

BUREAUBUITEN
economie & omgeving