CONTRAST® FACILITY + HOSPITALITY

Horecavisie en inzichten

2025-2035

Versterken, Verbinden, Verrijken

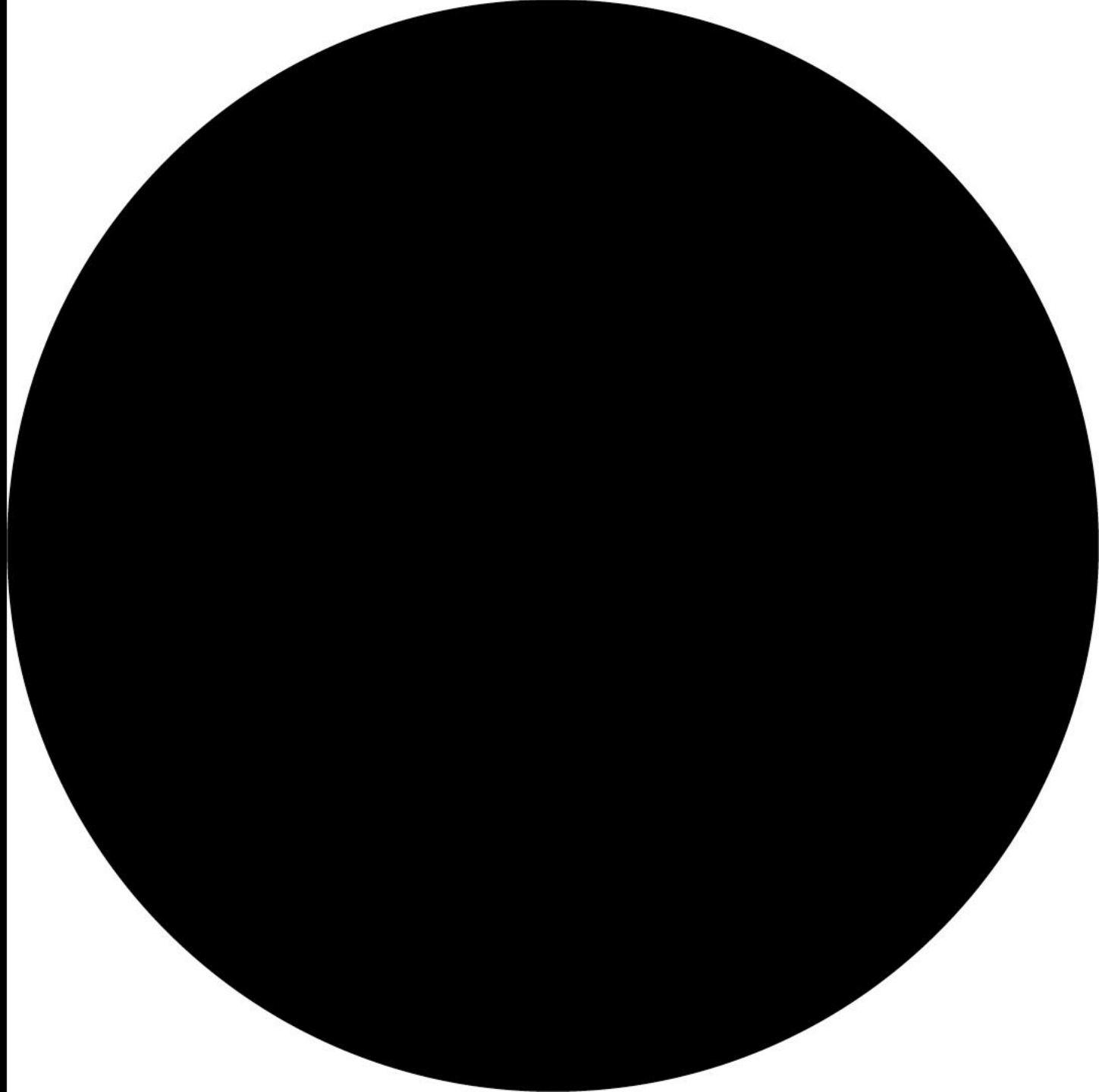


Gemeente Loon op Zand
Oktober 2025

presentatie raad
ref: 2023.1409

INHOUD

01 Voorstellen kernteam
02 Toelichting proces
03 Participatie
04 Trends & ontwikkelingen
05 Confrontatie vraag-aanbod
06 Horecavisie
07 Ontwikkelperspectief
08 Ruimte voor input en vragen



VOORSTELLEN

CONTRAST

Hospitality adviesbureau met 40 jaar kennis.

Kantoor in Almere, actief in heel Nederland.

20 hospitality adviseurs, 36 medewerkers.

Voor grote organisatie en voor de horeca op de hoek van de straat.

Sinds 10 jaar trendwatcher voor de Horecava.



PROCES



Onderzoek

- Kwantitatief onderzoek is de basis: demografie, economie & ontwikkelingen
- Kwalitatief onderzoek: horecaprofielen vraag en aanbod
- Via online werk, maar ook door alle horeca in de gemeente te bezoeken



Uitkomst onderzoek: marktinzichten

- Vraag: huidige én toekomstige inwoners en bezoekers
- Aanbod: huidige horeca ondernemingen 2025
- Ambitiedoelgroepen en verwachte gebiedsontwikkelingen



Resultaat: gebiedsprofielen + richtinggevend ontwikkelperspectief

- Confrontatie vraag-aanbod: in hoeverre sluit het aanbod aan op de vraag?
- Kansenkaart: waar kan de horeca (nog beter) op inspelen?
- Richtinggevend ontwikkelperspectief: welke horeca is waar gewenst?

TOTSTANDKOMING INZICHTEN SAMENGEVAT

GEBIEDSPROFIELEN

Confrontatie vraag-aanbod op basis van de actuele horecasituatie, in relatie tot de gemeentelijke opgave en aandachtspunten per gebied.

GEMEENTELIJKE OPGAVE

KWANTITATIEF ONDERZOEK

Inwoners- en bezoekersaantallen, demografische gegevens, ontwikkelingen en trends

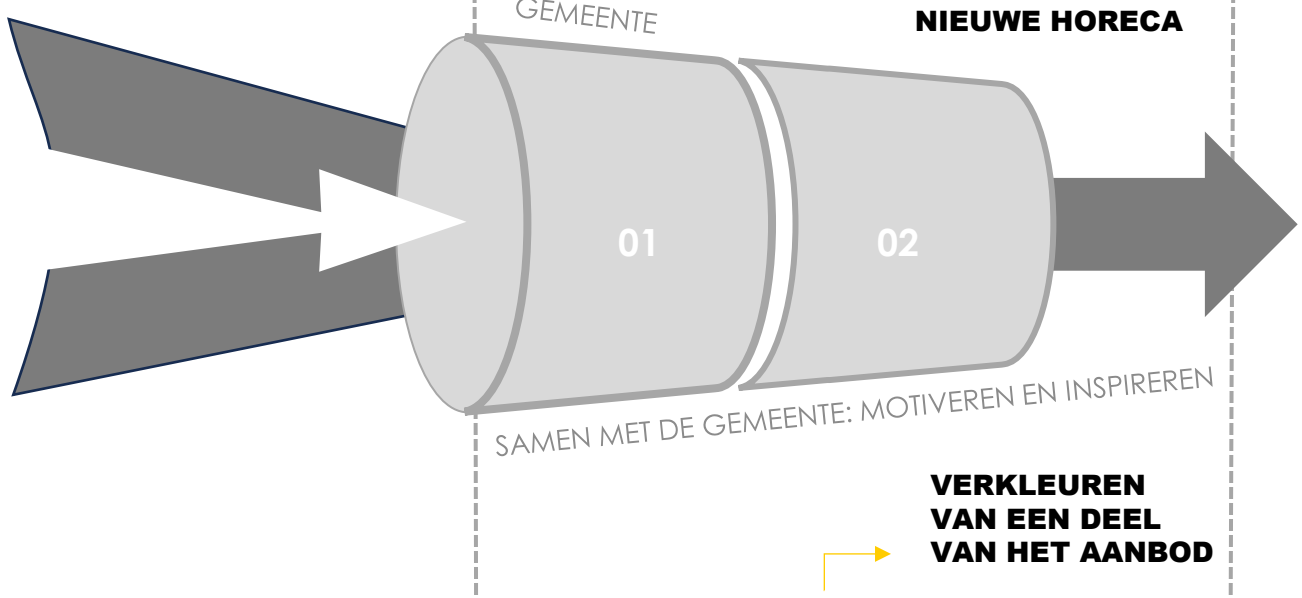
KWALITATIEF ONDERZOEK

Horecaprofielen vraag & aanbod

GAP VRAAG-AANBOD

ONTWIKKELKADER

Een richtinggevend perspectief voor toestaan, tegenhouden of stimuleren van horeca ontwikkeling.



01 KWANTITATIEVE ONTWIKKELRICHTING

Criteria: aantal m², type / categorie, beleid

TOEVOEGEN OF TEGENHOUDEN NIEUWE HORECA

VERKLEUREN VAN EEN DEEL VAN HET AANBOD

01 KWALITATIEVE ONTWIKKELRICHTING

Criteria: horecaprofielen

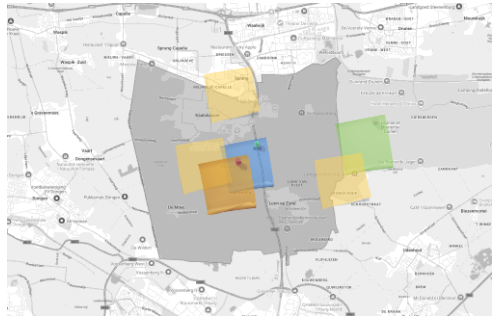
KANSENKAART HORECA

Inzicht in de gewenste horeca(ontwikkeling) en profilering & verbinding van gebieden.

JUISTE HORECA OP JUISTE PLAATS

GEBIEDSGERICHT PROFILEREN: DOELGROEP & IDENTITEIT

ACTIE: STABILISATIE | ONTWIKKELING VERKLEURING | TOEVOEGEN



PRIORITERING: WAT EERST?

VANUIT BESTAANDE INITIATIEVEN

HORECABELEID IN ONTWIKKELING

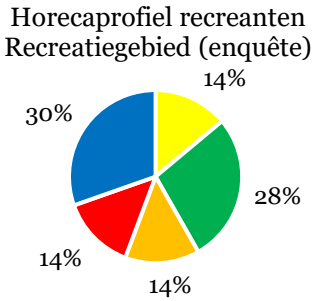
PARTICIPATIE BEPAALT SUCCES

PARTICIPATIE

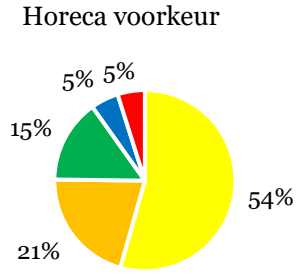
SESSIES EN BETROKKENEN

- Kernteam
  - Wie: vertegenwoordiging centrumcommissie, vergunningen, marketing, toezicht
  - Wat: kick-off, strategiesessies, brainstorms
- Klankbordgroep
  - Wie: vertegenwoordigers inwoners, ondernemers, vastgoedeigenaren en andere belanghebbenden. Stichting Ondernemend Loon op Zand, Duinboeren / Uitspanning ‘t Blauwe Schaap, ZLTO Dongen/ Loon op Zand, Efteling, Regiomanager KHN midden Brabant, KHN, Vereniging Verblijfsaccomocaties Loon op Zand
  - Wat: per fase afstemming (marktonderzoek, visie, gebiedsprofielen)
- Gebiedsessie
  - Wie: met klankbordgroep, daarnaast inwoners en ondernemers uitgenodigd.
  - Wat: een sessie
- Enquête Efteling:
  - Wie: vragen opgenomen in enquête panel Efteling
  - Wat: horecaprofielen en bezoek horeca na bezoek Efteling
- Enquête dagrecreanten/ inwoners Loonse en Drunense duinen
  - Wie: op parkeerplaats bezoekers
  - Wat: horecaprofielen en behoeften
- Horecaprofielen
  - Wie: alle horecazaken bezocht, en in kaart gebracht
  - Wat: horecaprofiel per locatie toekennen

<u>Dagrecreanten Loonse en Drunense Duinen</u>



<u>Dagrecreanten Efteling</u>



TRENDS & ONTWIKKELINGEN

in de toeristisch-recreatieve markt



Toename vakantie in eigen land

Groeiend aantal 65+'ers, kritisch op vliegvakanties, grotere kans op mooi week en positiever imago van NL als vakantiebestemming.

Bron: RECRON-HISWA



Behoefte aan kleinschalig en luxe verblijfsvorm neemt toe

Van luxe uitstapjes tot glamping, van personalisatie tot groter onderscheidend vermogen. Hotelisering van vakantieparken.



Maar óók back to basic

Tegenhanger van de groeiende markt naar meer luxe. Recreëren op natuurkampeer-terreinen en de een horecabezoek middenin de natuur.



Agrarisch bedrijf mét verblijfsrecreatie

Steeds meer agrarische bedrijven krijgen een recreatieve functie, zoals een mini-camping, ook wel VAB-locaties. Anderzijds, druk vanuit de stikstofregeling.

TRENDS & ONTWIKKELINGEN

in het horecalandschap en consumentengedrag



Consumentengedrag verandert
Vaker buitenshuis eten, de horeca gedurende de hele dag bezoeken, waarbij traditionele verdeling in ontbijt, lunch en diner vervaagt. Sterke behoefte aan totaalbeleving. Maar ook, laag consumenten-vertrouwen.



Uitdagend horecalandschap
Veranderend consumentengedrag, torenhoge exploitatiekosten en behoefte aan onderscheidend vermogen en identiteit groeit. Horecaprijzen stijgen dit jaar gemiddeld met +5%. Inzet op slim werken biedt uitkomst.



Ontstaan van mengvormen
Blurring, horeca-activiteiten bij een andere hoofdfunctie, afhaal- en bezorgdiensten, sociaal-maatschappelijk of cultureel horeca aanbod. Services verbreden.

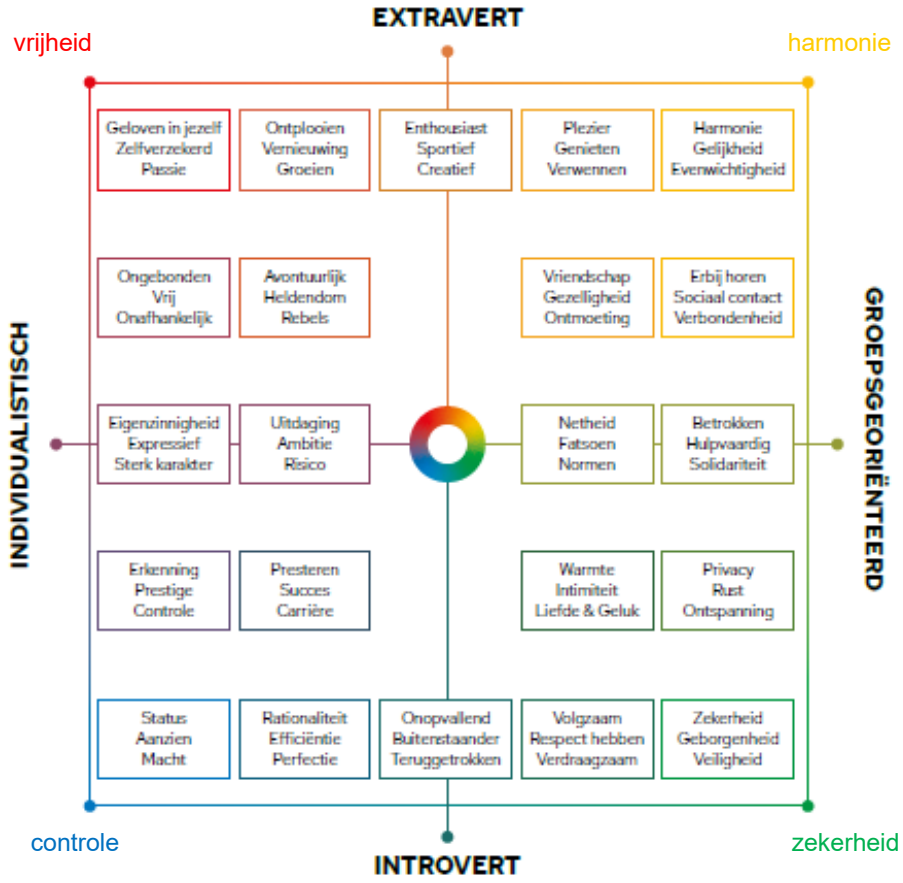


Van binnen naar buiten: terras als succesfactor
78% van de bevolking is graag buiten. Het terras voor bestaansrecht en dan het liefst jaarrond. Dit betekent ook dat de druk op de openbare ruimte verder toeneemt.

HORECAPROFIELEN

- Statistisch onderbouwd onderzoeksmodel op basis van BSR model.

- **5 horecaprofielen** bewoners, bezoekers & ondernemers
- Kwalitatieve gap analyse vraag - aanbod
- Inspireren & stimuleren betrokkenen
- In verbinding met gebiedskwaliteiten, kansen en uitdagingen
- Geen blauwdruk, wel richtinggevend



HORECAPROFIELEN VRAAG

EXTRAVERT

INTROVERT

INDIVIDU

GROEP

AUTHENTIEK & BEWUST
Milieubewust, duurzaam, creatief, innovatief

Unieke ervaring, anders dan de massa, biologisch

Frequentie gemiddeld
Bereid meer te betalen

NL: 14%

MODERN & FREQUENT
Hip, vernieuwend, Instagrammable

Verrassende ervaring, populair, speels. feestelijk

Frequentie hoog
Vaak met vrienden

NL: 15%

SPONTAAN & GEZELLIG
Gezellig, kindvriendelijk, Jan en Alleman

Gezelligheid, veel keuze, vrolijk, voor iedereen

Frequentie gemiddeld
Vaak in gezelschap
Budget gemiddeld

NL: 22%

EXCLUSIEF & KIESKEURIG
Tot in de puntjes verzorgd, statusgericht, formeel

Kwaliteit, luxe, zekerheid, goede recensies

Frequentie laag-gemiddeld
Bereid meer te betalen

NL: 9%

VERTROUWD & MAKKELIJK
Rustig, vertrouwd, doe maar gewoon

Vaste plek, herkenbaar, een keertje verwennen

Frequentie laag
Uitgaven laag

NL: 40%

CONTRAST

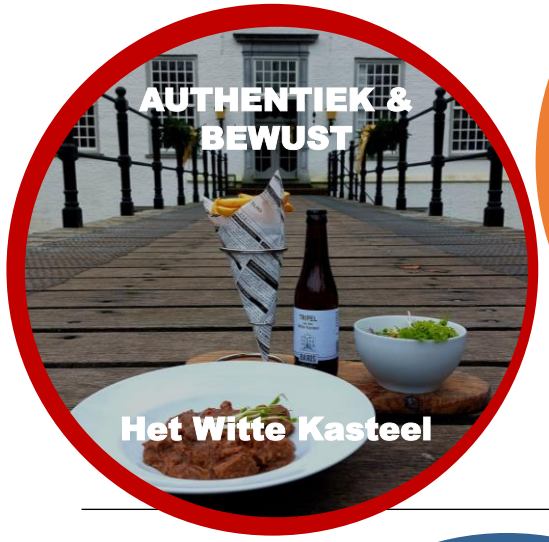
HORECAPROFIELEN AANBOD *INDICATIEVE SELECTIE*

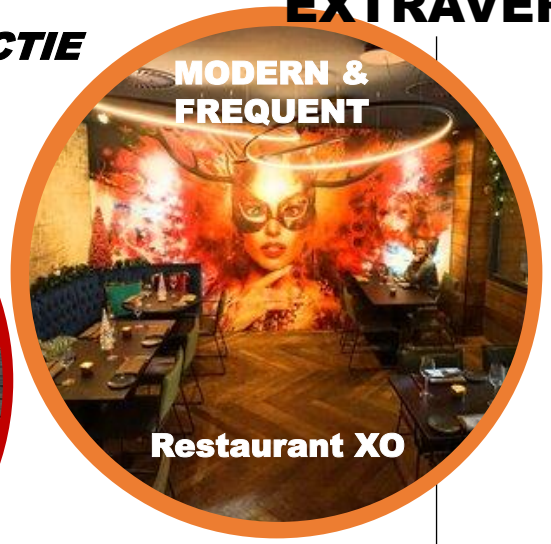
EXTRAVERT

INTROVERT

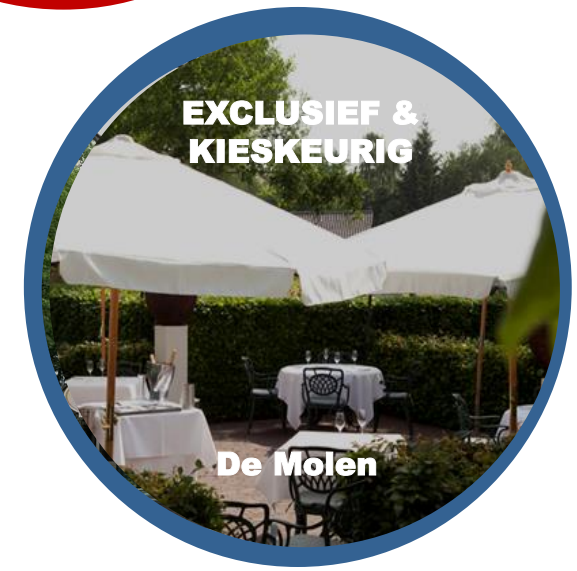
INDIVIDU

GROEP





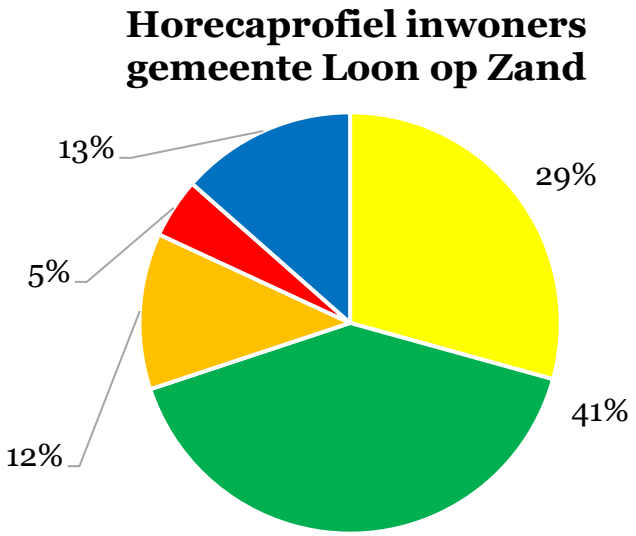


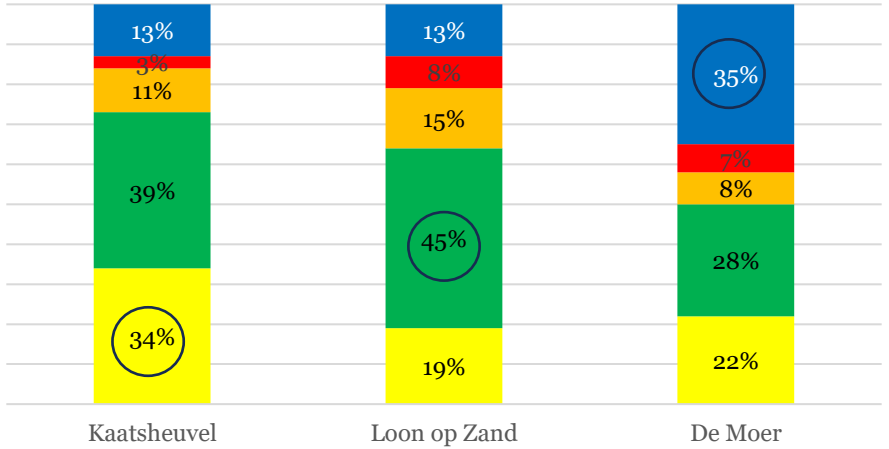


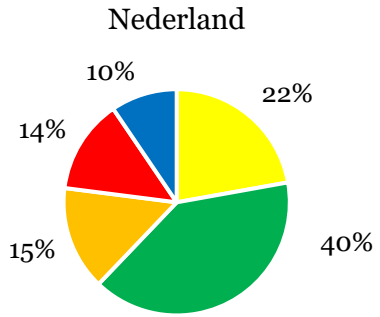


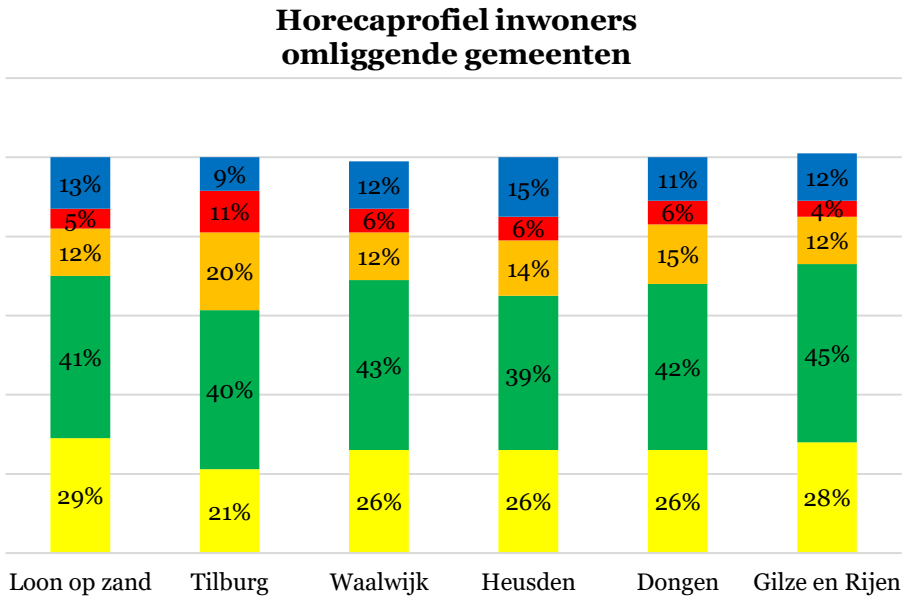
CONTRAST

VRAAG


Horecaprofiel inwoners gemeente Loon op Zand
13%
29%
5%
41%
12%

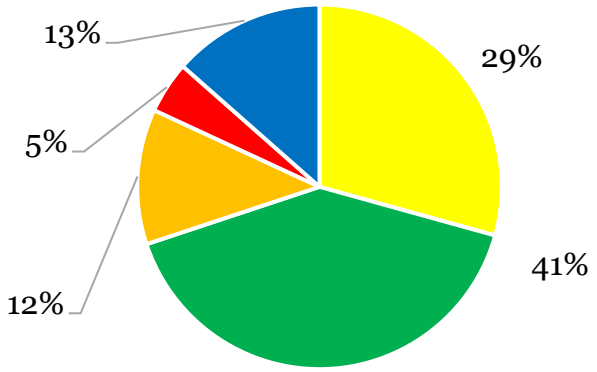

13%
3%
11%
39%
34%
13%
8%
15%
45%
19%
35%
7%
8%
28%
22%
Kaatsheuvel
Loon op Zand
De Moer


Nederland
10%
22%
14%
15%
40%

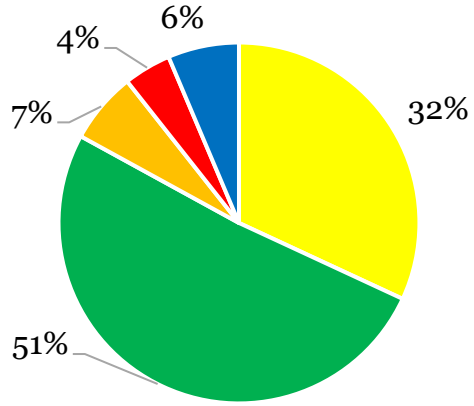

Horecaprofiel inwoners omliggende gemeenten
13%
5%
12%
41%
29%
9%
11%
20%
40%
21%
12%
6%
12%
43%
26%
15%
6%
14%
39%
26%
11%
6%
15%
42%
26%
12%
4%
12%
45%
28%
Loon op zand
Tilburg
Waalwijk
Heusden
Dongen
Gilze en Rijen

VRAAG - AANBOD

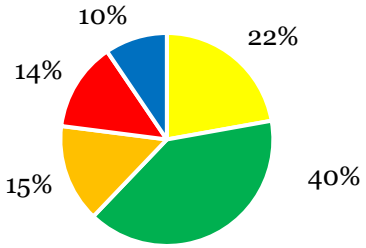
Horecaprofiel inwoners gemeente Loon op Zand

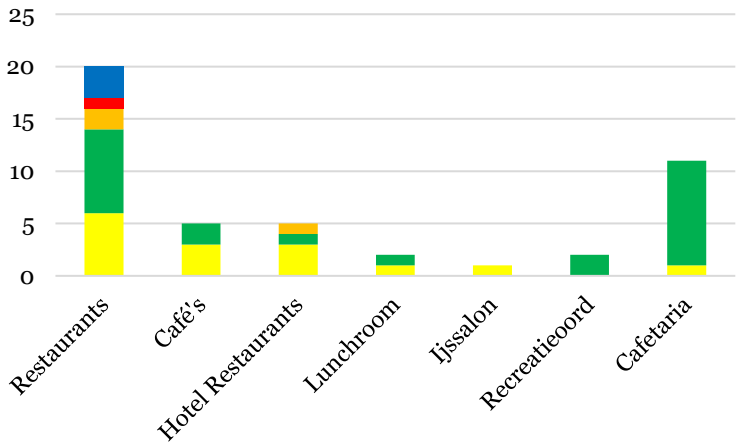


Horecaprofiel aanbod gemeente Loon op Zand



Nederland





ONZE MISSIE

WELKOM IN GEMEENTE LOON OP ZAND

Veelzijdige en levendige horeca: lokaal geworteld, breed gewaardeerd.



Gemeente Loon op Zand

HORECAVISIE 2035

In 2035 is de horeca in gemeente Loon op Zand een herkenbaar en wezenlijk onderdeel van de identiteit van onze gemeente – én van onze positie als Natuurpoort en Tuin van Brabant. Ondernemend, groen en gastvrij. We zetten in op **kwaliteit**, **variatie** en **spreiding maar geen versnippering.** Horeca draagt bij aan een balans tussen rust en reuring – levendig waar het mag, rustig waar het moet. De horeca is de motor voor ontmoeting, recreatie, toerisme en samenwerking – voor inwoners, bezoekers én ondernemers.

4 PIJLERS


TREKPLEISTER
HORECA ALS POORT NAAR NATUUR EN RECREATIE


KWALITEIT DIE IEDEREEN RAAKT
LEVENDIGE, GASTVRIJE CENTRA VOOR INWONERS EN TOERISTEN
ROYAL BLISS
HOERS GENOT


RUIMTE VOOR VERNIEUWERS
PLEK VOOR ONDERSCHEIDEND ONDERNEMERSCHAP


AUTHENTIEK
DUURZAME EN TOEKOMSTBESTENDIGE HORECA
La Trappe

4 PIJLERS

TREKPLEISTER

HORECA ALS POORT NAAR NATUUR EN RECREATIE

Recreatieve knooppunten met professionele horecaconcepten

Combinatie met dag- en verblijfsrecreatie, ‘er is wat te doen’

Stabilisatie van wat er is

Goede mobiliteit is de basis, horeca is uitvoerbaar en rendabel

KWALITEIT DIE IEDEREEN RAAKT

LEVENDIGE, GASTVRIJE CENTRA VOOR INWONERS EN TOERISTEN

Centrum Kaatsheuvel als bruisend dorpshart

Gezinsvriendelijke horeca, gezellige pleinen met activiteit

Voor overdag én ‘s avonds, voor inwoners en meerdaagse bezoekers

Levendigheid én leefbaarheid

RUIMTE VOOR VERNIEUWERS

PLEK VOOR ONDERSCHEIDEND ONDERNEMERSCHAP

Ruimte voor uitgesproken, creatieve horecaconcepten

Horeca verweven met recreatie, cultuur en evenementen

Ondernemerscollectieven en samenwerking

Spreiding van divers aanbod in de hele gemeente, zowel kernen als buitengebied

AUTHENTIEK

DUURZAME EN TOEKOMSTBESTENDIGE HORECA

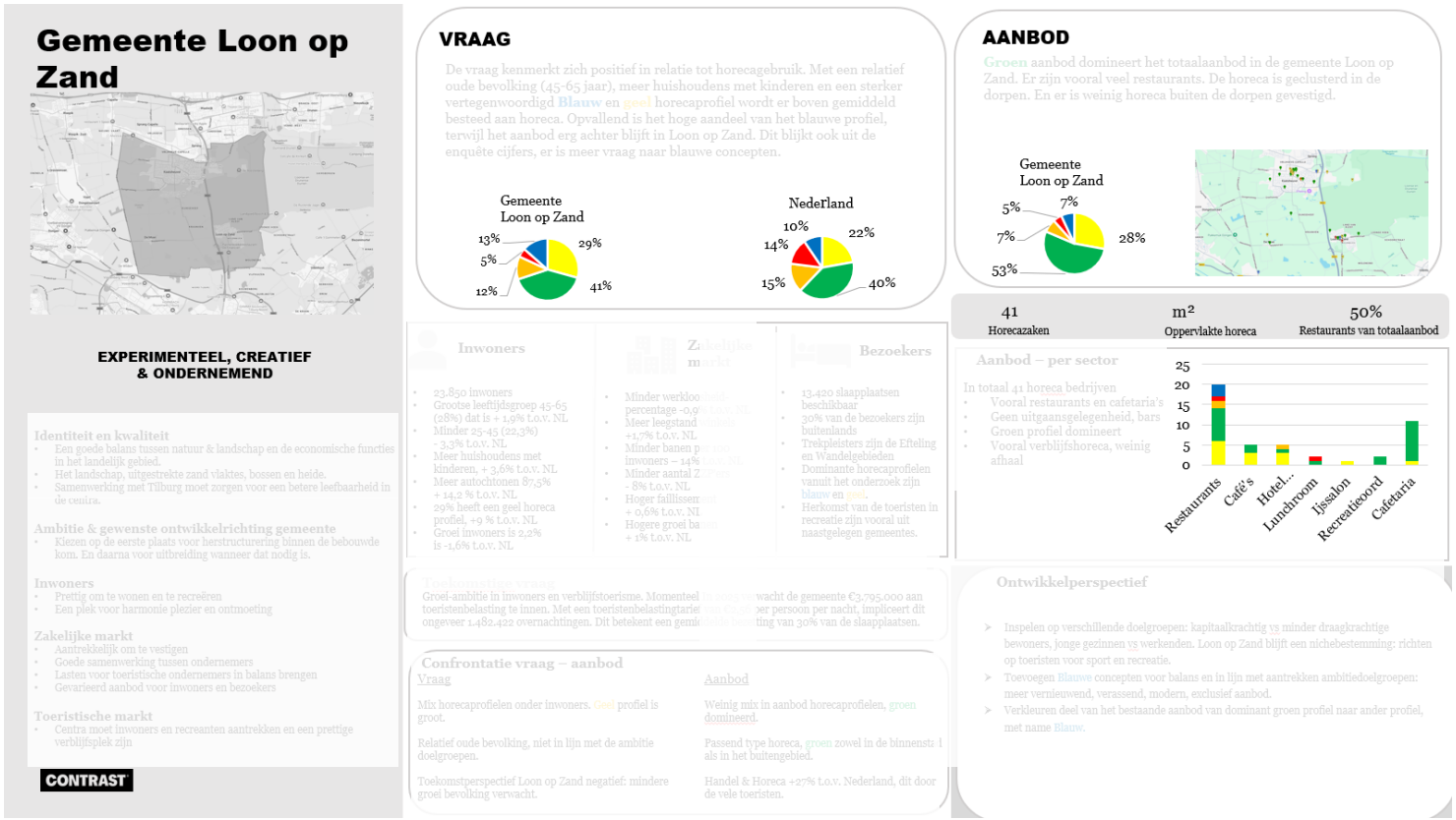
Samen bouwen aan identiteit, met horeca als drager

Kwaliteit en kwantiteit in balans, groei in authentiek aanbod

Complementair aan aanbod van de Efteling: ander profiel

Duurzame keuzes zijn gewenst, ondernemer is aan zet

TOELICHTING GEBIEDSPROFIEL



GEMEENTE LOON OP ZAND



GROENE RECREATIEVE WOONGEMEENTE

Identiteit en kwaliteit
- Natuurrijk en recreatief profiel: de Efteling, divers landschap.
- Balans tussen natuur, landschap en economische functies.

Ambitie & gewenste ontwikkelrichting gemeente
- Groei-ambitie in inwoners en verblijfstoerisme.
- Eerst herstructurering binnen de bebouwde kom, daarna uitbreiding wanneer dat nodig is.
- All-inclusive landschap: functies in buitengebied integreren.
- Een betere leefbaarheid in de centra, o.a. door regionale samenwerking met Tilburg als verzorgende centra.

Inwoners
- Ambitie: in eigen gemeente is het prettig wonen en recreëren.
- De wijken sociaal in balans: bredere mix aan doelgroepen, aandacht voor harmonie, plezier en ontmoeting.
- Laagdrempelige, multifunctionele ontmoetingsplekken.

Zakelijke markt
- Ambitie: gevarieerder aanbod voor inwoners en bezoekers.
- Vergroten aantrekkelijkheid om zakelijk te vestigen.
- Samenwerking tussen ondernemers stimuleren en bevorderen.
- Lasten voor toeristische ondernemers in balans brengen.

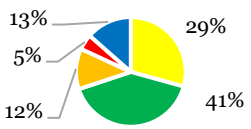
Toeristische markt
- Ambitie: koploper in recreatie voor families.
- Aantrekken van meerdaagse verblijfstoeristen en de regio.
- Centra moeten inwoners en recreanten aantrekken door vergroten functie als prettige verblijfsplek.
- Recreatief profiel verbreden: harmonie- en plezierzoekers.

CONTRAST

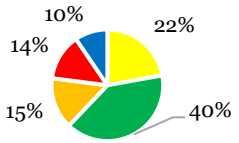
VRAAG

Een relatief kleine en oudere bevolking (45+ jaar), meer huishoudens met kinderen, minder hogeropgeleiden, onder gemiddelde bevolkingsgroei en een dominant **groen** en **geel** horecaprofiel beïnvloeden het horecalandschap met een relatief lager horecagebruik en/of gemiddelde besteding. Echter woont er óók een sterker vertegenwoordigd **blauw** horecaprofiel in de gemeente, met een hoge horecabesteding en vraag naar het luxe segment. De vraag vanuit de zakelijke markt is beperkt. De gemeente trekt veel toeristen vanwege de Efteling en natuurrijke recreatiegebieden, en zet in op **harmonie-** en **plezier**zoekers.

Gemeente Loon op Zand



Nederland



Inwoners
- 23.850 inwoners
- Grootste leeftijdsgroep 45-65 (28%, +2% tov NL) en meer 65+ (24%, +3,6% tov NL)
- Minder 25-45 (22%, -3% tov NL)
- Meer huishoudens met kinderen (+3,6% tov NL), weinig eenpersoons (-10% tov NL)
- Meer autochtonen 87,5% (+14,2% tov NL)
- Minder hogeropgeleiden (-7,5%)
- Groei inwoners is 2,2% (-1,6%)
- Gem inkomen gelijk aan NL

Zakelijke markt
- Meer leegstand winkels (+1,8% tov NL)
- 3165 bedrijfsvestigingen
- Minder banen per 1.000 inwoners (-14% tov NL), echter wel hoger groeipercentage
- Lagere werkloosheid (-1%)
- Minder ZZP'ers (-8% tov NL)
- Hoger faillissement (+0,6%)
- Bovengemiddeld veel banen in de sector Cultuur, Sport en Recreatie (159 tov 18 per 1.000 inwoners), zakelijke diensten is ondervertegenwoordigd

Bezoekers
- 13.420 slaapplaatsen in totaal
- Ca 1.482.400 overnachtingen per jaar
- 30% van de verblijfstoeristen komt van buiten Nederland
- Dagrecreanten vooral uit naastgelegen gemeenten, Efteling trekt heel NL
- Trekpleisters zijn o.a. de Efteling en Wandelgebieden
- Wandelaars uit weide omtrek, dominant horecaprofiel is blauw en geel

Toekomstige vraag

Gemeente Loon op Zand heeft te maken met een relatief lagere bevolkingsgroei en toenemende vergrijzing. Verwacht wordt dat het aantal toeristen blijft toenemen. Het aantrekken van mensen in omliggende dorpen en de regio biedt kansen, wanneer functies als horeca en detailhandel in de regio verdwijnen.

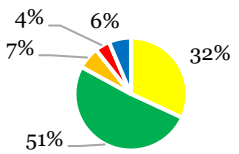
Confrontatie vraag – aanbod

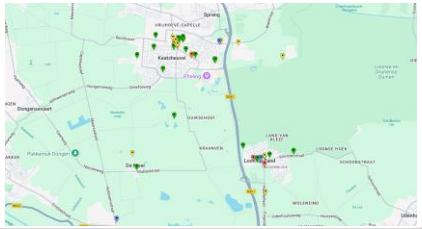
Vraag	Aanbod
Diverse horecaprofielen inwoners: geel en groen profiel is groot, bovengemiddeld blauw profiel.	Lage mix in aanbod: groen domineert, het aanbod oranje en blauw is beperkt.
Gele horecavraag is groot, behoeften: samen, gezelligheid, plezier, knusse vrolijke zaken.	Groen aanbod domineert de dorpskernen, geel vooral in het buitengebied gevestigd.
Toekomstperspectief Loon op Zand uitdagend: onder gemiddelde groei bevolking, vergrijzing.	Reeds 47 horecavestigingen: de variatie is beperkt, met name in de dorpskernen.

AANBOD

Groen aanbod domineert het totaalaanbod in de gemeente Loon op Zand. Er zijn vooral veel restaurants gevestigd. De horeca is geclusterd in de dorpskernen Loon op Zand en Kaatsheuvel. Er zit enkele verblijfshoreca in het buitengebied, sterk geprofileerd met een **geel** aanbod voor ieder wat wils en een grote aantrekkingskracht op zowel toeristen als inwoners. Het aanbod **blauwe** concepten is beperkt.

Gemeente Loon op Zand

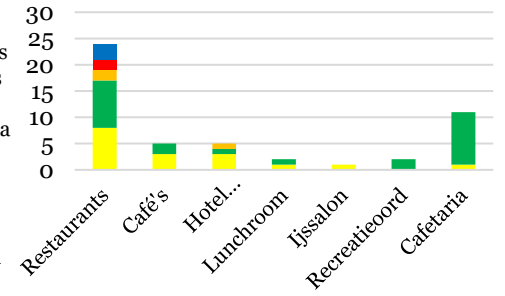




47	15.385m²	46,5%
Horecazaken	Oppervlakte horeca	Restaurants van totaalaanbod

Aanbod – per sector

In totaal 47 horecabedrijven
- Vooral restaurants en cafetaria's
- Geen uitgaansgelegenheid, bars
- Groen profiel domineert in sectoren restaurants en cafetaria
- Vooral restaurants en verblijfshoreca, weinig afhaal, koffiebars e.d.
- Vanaf 2013 een daling in het aantal horecazaken, tov van een stijging in Brabant.



Ontwikkelperspectief

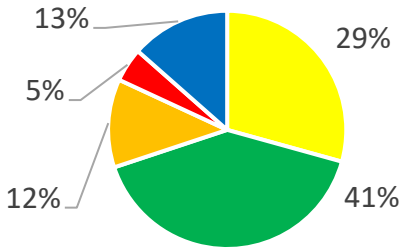
- Groei in kwaliteit, niet in kwantiteit, in een tijdsbestek van 10 jaar: verkleuren van groen naar divers, van restaurant naar all day concept (hele dag reuring en activiteit, koffie, lunch, diner, borrelplek), deel cafetaria naar luxere deli, meer aantrekkelijke levendige terrassen.
- Naast het gele aanbod in het buitengebied, het geel horeca aanbod in de dorpskernen in balans brengen door groen aanbod te verkleuren.
- Loon op Zand blijft een nichebestemming: specifieke doelgroepen aanspreken door toevoegen vernieuwend, modern en/of exclusief aanbod met enkele blauwe of oranje concepten met naamsbekendheid.
- Inspelen op de ouder wordende doelgroep door toegankelijke, sociaal-maatschappelijke horeca dichtbij huis en in de kernen te faciliteren, niet alleen overwegend groen maar ook geel en blauw aanbod.

TOELICHTING GEBIEDSPROFIEL

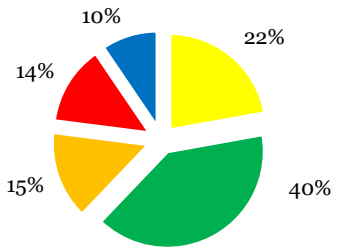
VRAAG

- Een relatief kleine en oudere bevolking (45+ jaar)
- Meer huishoudens met kinderen
- Minder hoger opgeleiden
- Onder gemiddelde bevolkingsgroei
- Dominant **groen** en **geel** horecaprofiel
- Oók een sterke vertegenwoordigd **blauw** horecaprofiel
- Vraag zakelijke markt is beperkt
- Veel toeristen vanwege de Efteling en natuurrijke recreatiegebieden
- **Harmonie-** en **plezier**zoekers.

Gemeente Loon op Zand



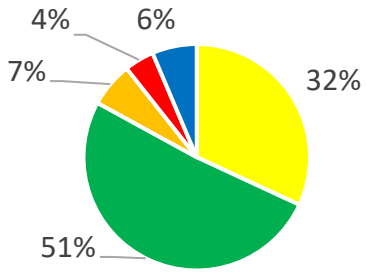
Nederland

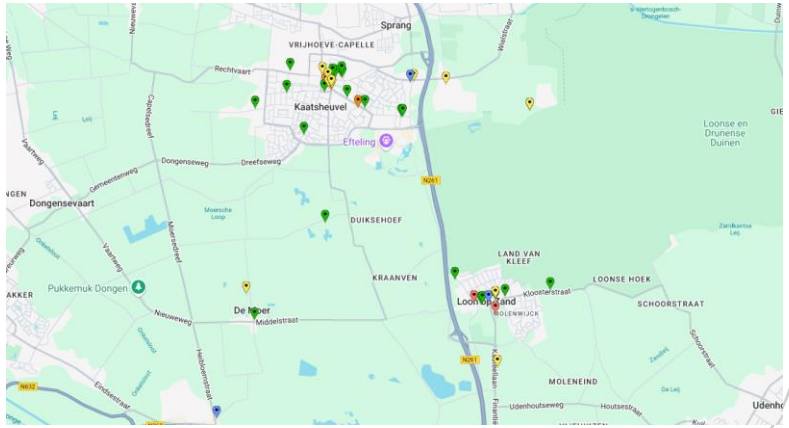


AANBOD

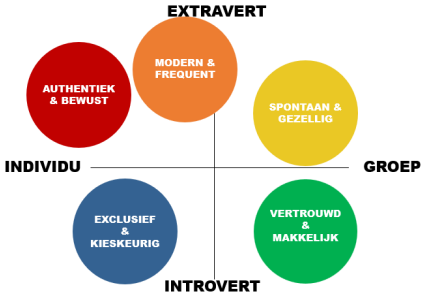
- **Groen** aanbod
- Veel restaurants
- Geclusterd in de dorpskernen Loon op Zand en Kaatsheuvel
- Enkele verblijfshoreca in het buitengebied met een **geel** aanbod
- Aanbod **blauwe** concepten is beperkt

Gemeente Loon op Zand



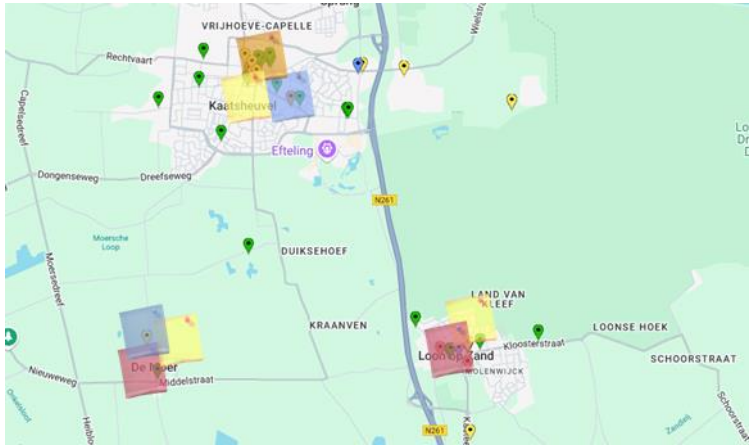


ONTWIKKELPERSPECTIEF



Op basis van het ontwikkelperspectief is een richtinggevend ontwikkelkader opgesteld, dat inzicht geeft in welke horeca bij voorkeur waar.

Behoud van groen aanbod is belangrijk, een groot deel van de huidige inwoners heeft een Vertrouwd & Makkelijk Groen horecaprofiel. Echter, het (blijven) aantrekken van de inwoners uit de omliggende gemeenten en dagrecreanten vraagt meer variatie in aanbod: oranje, rode en blauwe horecaconcepten. En naast het huidige gele aanbod in het buitengebied, ook geel aanbod in de kernen.



KWALITATIEF KADER	Identiteit	Activiteit	Profiel*	Actie	Kansen horeca
Gemeente Loon op Zand	Landschap, recreatie	functiemix		verkleuren	breed aanbod, combi met leisure
Centrum Kaatsheuvel	Toeristisch (Efteling)	recreatie		toevoegen	all day aanbod, terras
Centrum Loon op Zand		lokaal ontmoeten		verkleuren	ontmoeten, borrelen, terras
Buitengebied & De Moer					
De Moer	Agrarisch	lokaal ontmoeten		verkleuren	agrarisch rood-geel horecaconcept
1. Concentratiegebied recreatie	Dynamisch	recreatie		toevoegen	horeca bij leisure knooppunten
2. Extensief landschap	Groen	recreatie		*op termijn*	pluktuin, theetuin
3. Multifunctioneel park	Landschapspark	ruspunt fietser		*op termijn*	pop-up horeca, standplaats / truck
4. Agrarisch platteland	Agrarisch	rustzoekers		*op termijn*	boerderijwinkel, natuurspeeltuin

**Gewenst profiel voor verkleuren en toestaan*

KWANTITATIEF KADER	*betreft consumptieve horeca, geen verblijfshoreca*		
Gebied	Aantal m² in 2025	Aantal zaken in 2025	Aantal m² toevoegen ontwikkelperspectief 2035
Gemeente Loon op Zand	**15.385**	**47**	**1.200-3.600**
Centrum Loon op Zand	950	4	200-600
Centrum Kaatsheuvel	3.160	12	400-1.000
Buitengebied & De Moer	6.400	13	600-2.000

Prioritering horecaontwikkeling gemeente Loon op Zand 2035

Ontwikkelen met prioriteit, korte termijn 1-5 jaar:

- Centrum Kaatsheuvel | Buitengebied & De Moer, concentratiegebied recreatie

Ontwikkelen, middellang termijn 5-10 jaar:

- Centrum Loon op Zand | Buitengebied & De Moer, anders dan concentratiegebied recreatie

ONTWIKKELPERSPECTIEF

MOBILITEIT = DE BASIS

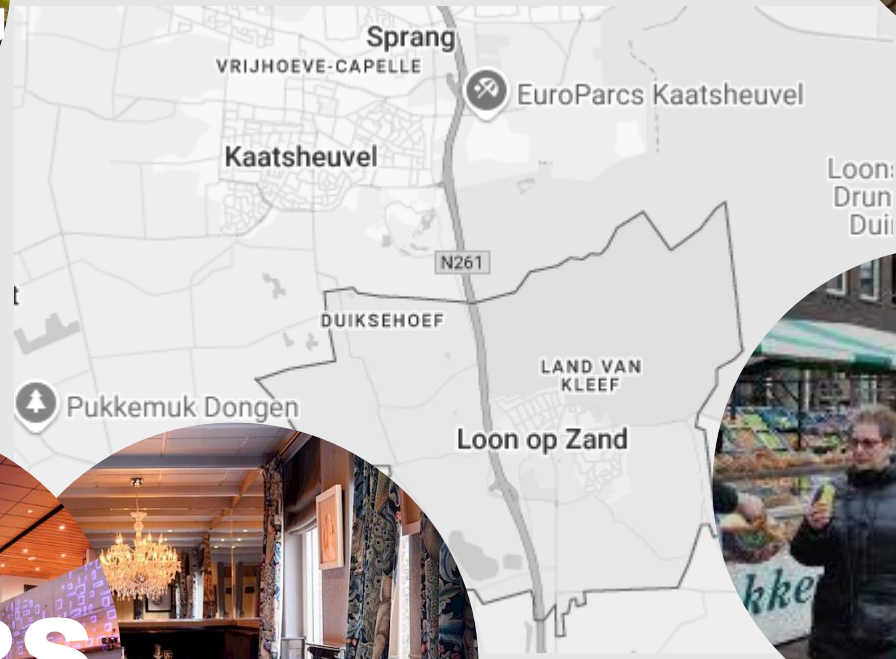
BEREIKBAARHEID, VERBINDING OV, PARKEREN



SAMENWERKING



PROFESSIONEEL & UITGESPROKEN





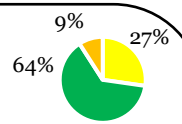
LEVENDIG CENTRUM



DIVERS

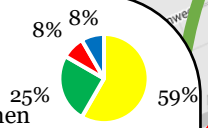
ONTWIKKELPERSPECTIEF

Focusgebied Centrum Kaatsheuvel

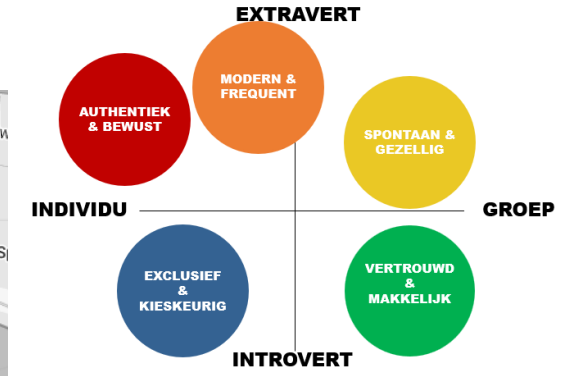


- Identiteit: hoog aandeel dag en verblijfstoeristen (Efteling, verblijfsaccommodaties).
- Focusdoelgroep: inwoners regio (gezinnen) en meerdaagse toeristen.
- Vraag-aanbod: diverse vraag, het aanbod is groen en beperkt.
- Gewenste profilering: oranje, geel, blauw
- Actie: behoud van huidig geel aanbod en stimuleren verkleuren van een deel van het bestaand vertrouwd & makkelijk groen aanbod. Toestaan toevoegen horeca op en rondom het Anton Pieckplein en in de winkelstraat met modern & frequent oranje, exclusiever & keurig blauwe en spontaan & gezellig gele dag- en avond concepten.
- Randvoorwaarden: goede bereikbaarheid (verbinding met OV, parkeren) en diversiteit in horeca aanbod is belangrijk. Met een beperkte passantenstroom is onderscheidende horeca kansrijk, teveel van hetzelfde betekent bedreiging voor bestaande horeca. Een net zo aantrekkelijke mix in aanbod als in het buitengebied.

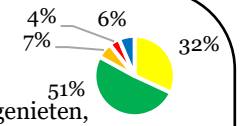
Focusgebied Buitengebied & De Moer



- Identiteit: visitekaartje van gemeente Loon op Zand, landelijk, natuurrijk en agrarisch karakter.
- Focusdoelgroep: de regio, wandelaars, fietsers, gezinnen
- Vraag-aanbod: brede doelgroep met zowel rustzoekers, 50+ als gezinnen, mix in horecaconcepten met voornamelijk spontaan & gezellig geel aanbod. Huidig aanbod heeft regionale aantrekkingskracht.
- Gewenste profilering: geel-rood
- Actie: stabiliseren van wat er is en in zone concentratiegebied recreatie / bij knooppunten toestaan toevoegen grootschalige horeca van 300-500 m² met groot terras (+100 zitplaatsen). Gefaseerd: met behoud van het huidige aanbod. Behoud van minimaal één blauw concept (1 blauw concept gevestigd in 2025, Auberge De Moerse Hoeve). Het huidige aanbod kan verkleuren naar een randje authentieke & bewust rood om in te spelen op kansen.
- Actie: toestaan ontwikkeling kleinschalige horeca bij agrarisch bedrijf, voor fietstoeristen voor een pauze. Profiel bij voorkeur authentiek & bewust rood.

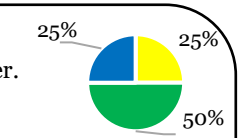


Gemeente Loon op Zand: hele gemeente



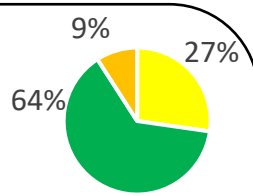
- Identiteit: balans tussen natuur, landschap en economische functies. Efteling en divers landschap.
- Vraag-aanbod: de vraag is divers en gericht op samen genieten, het aanbod is eenzijdig in profiel en sector, vertrouwd & makkelijk groen domineert.
- Gewenste profilering: oranje, rood, geel, blauw
- Actie: verkleuren van het dominant vertrouwd & makkelijk groene aanbod naar meer uitgesproken, modern en vernieuwend aanbod.
- Randvoorwaarden: openstelling in plaats van beperkt open (overdag-'s avonds, meerdere dagen per week), terraszitplaatsen, gasten uit de regio aantrekken (omliggende gemeenten waaronder Tilburg), niet méér vertrouwd & makkelijk groene cafetaria's. Op termijn stimuleren van ontwikkeling van exclusiever & keurig blauw aanbod; eerst richten op de grote massa (oranje-geel)

Focusgebied Centrum Loon op Zand

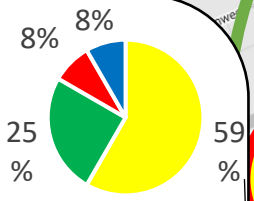


- Identiteit: kleinschalige, rustige, authentieke dorpssfeer.
- Focusdoelgroep: binden dagrecreanten
- Vraag-aanbod: inwoners en dagrecreanten met diverse horecavoorkeuren, echter ontbreekt het aan vernieuwend horeca aanbod (anders dan de massa) en gezellige terrassen.
- Gewenste profilering: rood
- Actie: met behoud van het spontaan & gezellige gele aanbod, een deel van het bestaande vertrouwd & makkelijk groene aanbod verkleuren.
- Randvoorwaarden: goede bereikbaarheid (parkeren, verbinding met OV) en een integrale aanpak en samenwerking van disciplines (openbare ruimte, retail, leisure) voor stevige basis voor horecavestiging, ontwikkelen van een herkenbaar multifunctioneel centrumgebied.

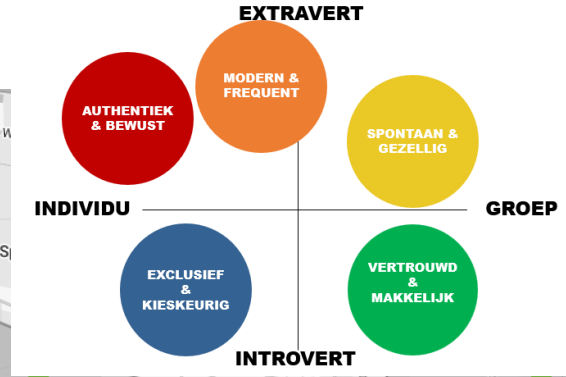
ONTWIKKELPERSPECTIEF

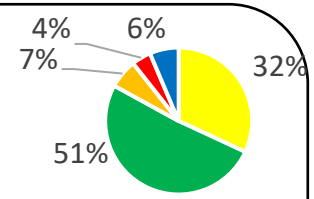


Focusgebied Centrum Kaatsheuvel
- Identiteit: hoog aandeel dag en verblijfstoeristen (Efteling, verblijfsaccommodaties).
- Focusdoelgroep: inwoners regio (gezinnen) en meerdaagse toeristen.
- Actie: behoud van huidig geel aanbod en stimuleren verkleuren van een deel van het bestaand vertrouwd & makkelijk groen aanbod.

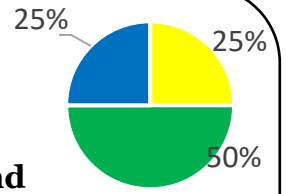


Focusgebied Buitengebied & De Moer
- Identiteit: visitekaartje gemeente Loon op Zand, landelijk, natuurrijk en agrarisch karakter.
- Focusdoelgroep: de regio, wandelaars, fietsers, gezinnen
- Actie: stabiliseren van wat er is en in zone concentratiegebied recreatie / bij knooppunten toestaan toevoegen grootschalige horeca van 300-500 m² met groot terras (+100 zitplaatsen).





Gemeente Loon op Zand: hele gemeente
- Identiteit: balans tussen natuur, landschap en economische functies. Efteling en divers landschap.
- Actie: verkleuren van het dominant vertrouwd & makkelijk groene aanbod naar meer uitgesproken, modern en vernieuwend aanbod.



Focusgebied Centrum Loon op Zand
- Identiteit: kleinschalige, rustige, authentieke dorpssfeer.
- Focusdoelgroep: binden dagrecreanten
- Actie: met behoud van het spontaan & gezellige gele aanbod, een deel van het bestaande vertrouwd & makkelijk groene aanbod verkleuren.

Gemeente Loon op Zand

ZIJN ER VRAGEN?

