Bouwstenenrapport

Behorende bij beleidsvisie recreatie en toerisme 2024



Colofon

©Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd,

Opdrachtgever Gemeente Winterswijk
Contactpersoon: Bert Roeterdink

Auteurs J. (Jan Jaap) Thijs
N. (Natasja) Sonderen
F. (Fleur) Brinkmann

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
OK 72
Oude Kraan 72 – Unit 320
6811 LL Arnhem
Tel: 06 51174193
Mail: thijs@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

Foto Gemeente Winterswijk

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave 3

Het vertrekpunt 4

- Economisch belang van recreatie en toerisme 4
- Beleidsmatige context 6
- Actualiteiten en trends 7
- Input van betrokkenen 8

Toerisme in balans 11

- Draagkracht in Winterswijk 14

Leefstijlvinder: vraag en aanbod 16

- De vraag van de inwoner 18
- De vraag van de toerist 18
- Aanbod 19
- Vraag t.o.v. aanbod 22
- Conclusies 23

Gesproken personen en organisaties 25

Het vertrekpunt

Winterswijk is de meest oostelijke gemeente van de provincie Gelderland en is één van de acht Achterhoekse gemeenten. In onze gemeente wonen een kleine 30.000 inwoners op een oppervlakte van ca. 140km^2 en verdeeld over een gemoedelijke kern en het uitgestrekte buitengebied met negen officiële buurtschappen. De inwoners vormen een sociale, hechte en ondernemende gemeenschap.

Het buitengebied van Winterswijk kenmerkt zich door een natuurlijk en groen coulisselandschap met houtwallen, beekjes, essen, molens, bossen en landerijen. Vanwege haar grote cultuurhistorische waarde is het buitengebied daarom (inclusief delen van Aalten, Berkelland en Oost-Gelre) uitgeroepen tot Nationaal Landschap. Ook zijn er in het buitengebied van Winterswijk maar liefst vier unieke Natura-2000 gebieden. Het Nationaal Landschap is beleefbaar door een uitgebreid netwerk aan wandel-, fiets- en ruiterroutes met verschillende kleinschalige rustpunten onderweg.

In het buitengebied bevindt zich ook de Steengroeve, een unieke locatie met grote archeologische- en natuurwaarden. Deze locatie is in de zomer het decor van het unieke Steengroevetheater, een jaarlijks evenement onder in de groeve. Verder is de Steengroeve op dit moment nog beperkt beleefbaar, maar kent grote recreatieve en educatieve potentie.

Het gezellige centrum van Winterswijk vormt een contrast met de rust en ruimte van het buitengebied. Hieruit blijkt mede de veelzijdigheid van de gemeente op het gebied van recreatie en toerisme. Het centrum kent bruisende winkelstraten waar landelijke ketens afgewisseld worden met lokale winkels en een sfeervolle markt als centraal punt. Hier wordt twee keer per week een warenmarkt georganiseerd met regionale aantrekkingskracht. Daarnaast kent het centrum een veelzijdig horeca aanbod met cafés, terrassen en restaurants. In het centrum vindt men verder verschillende musea waaronder het (inter)nationaal bekende museum Villa Mondriaan.

We grenzen in het noordoosten, oosten en zuiden aan Duitsland. Deze grensligging is van grote invloed op de Winterswijkse identiteit, aangezien Winterswijk sinds jaar en dag een grote naamsbekendheid en aantrekkingskracht heeft op onze oosterburen. Daarnaast wordt er ook andersom door onze inwoners en bezoekers veel gebruik gemaakt van het Duitse achterland dat over vele voorzieningen beschikt.

Tot slot beschikt de gemeente over een divers aanbod aan verblijfsrecreatie, van grootschalige en kwalitatief hoogwaardige campings tot landelijke mini-campings, lokale hotels en karakteristieke B&B's. Het dagrecreatieve aanbod wordt, naast het Nationaal Landschap en het centrum, gekenmerkt door vele kleinschalige, lokale, dagattracties en -activiteiten.

Economisch belang van recreatie en toerisme

De vrijetijdssector is economisch gezien een belangrijke sector in Winterswijk en de gemeente is een belangrijke trekker in de regio. De vrijetijdssector omvat 12% van het totaal aantal banen in Winterswijk. Hiermee ligt Winterswijk ruim boven het gemiddelde van het COROP-

gebied[1] Achterhoek, waarin de R&T sector goed is voor 6,5% van het totaal aantal banen (LISA, 2023). Daarnaast is Winterswijk goed voor 13% van de totale toeristische bestedingen in de Achterhoek. Dit is vrij hoog, alleen Oost Gelre en Lochem hebben een iets groter aandeel (Achterhoek Toerisme, 2022). Het internationaal toerisme naar Nederland is in 2022 hersteld tot 79% van het niveau van 2019 (pré-corona). Steeds meer buitenlandse gasten kiezen voor Nederland als bestemming voor een korte of lange vakantie. De belangrijkste herkomstlanden qua volume zijn Duitsland (Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen), België (Vlaanderen) en het Verenigd Koninkrijk. Het inkomend toerisme in Nederland is een groeimarkt en het NBTC verwacht dat deze groei de komende jaren verder doorzet.

Winterswijk heeft een veelzijdig toeristisch aanbod. Zo zijn er veel en verschillende mogelijkheden voor route gebonden activiteiten in het buitengebied. Ook omvat Winterswijk veel cultuurhistorische trekkers, zoals de Steengroeve en Villa Mondriaan. Daarnaast valt Winterswijk op met het grote en aantrekkelijke winkelaanbod. Vooral het centrum, de tweewekelijkse markt en de kampeerspecialist Obelink zijn kenmerkend voor de gemeente. Wat betreft verblijfsrecreatie heeft Winterswijk een divers aanbod van verschillende accommodatievormen.

Verblijfsrecreatie in Winterswijk

Winterswijk heeft een divers en omvangrijk aanbod aan verblijfsrecreatie. We onderscheiden de volgende categorieën:

- Vakantieparken - Bedrijfsmatig geëxploiteerd
- Vakantieparken - Niet-bedrijfsmatig
- Minicampings
- Hotels
- Groepsaccommodaties
- Bed & Breakfast
- Vakantiewoningen - Solitair

Nadere duiding van dit aanbod:

- Bedrijfsmatige gevoerde vakantieparken richten zich volledig op toeristische verhuur, met een mix van toeristische kampeerplekken, jaarplaatsen en diverse typen verhuuraccommodaties (chalet, safaritent, e.d.). Voorzieningen en accommodaties zijn in eigendom van de parkexploitant. Parkmanagement en verhuur zijn centraal georganiseerd.
- Bij de niet-bedrijfsmatige vakantieparken zijn de vakantiewoningen/chalets in particulier eigendom, deels voor toeristische verhuur en deels voor eigen recreatief gebruik. Er is geen centraal parkmanagement en geen centrale verhuur. In de meeste gevallen is er wel een vereniging van eigenaren.
- Bij enkele vakantieparken is er sprake van een mengvorm. Daarbij is er wel sprake is van centraal parkmanagement en verhuur, maar zijn de recreatieaccommodaties in particulier eigendom.
- Een beperkt deel van het recreatieaanbod is vergund voor permanente bewoning:
    - 76 persoonsgebonden vergunningen
    - 20 objectgebonden vergunningen

Er is geen volledige, eenduidige registratie van het aanbod. Hieronder volgen indicatieve aantallen, op basis van analyse van

[1] COROP-gebied: Nederland is ingedeeld in 40 COROP-gebieden, waarmee cijfers bijgehouden worden op regionaal niveau. De grenzen van 'COROP Achterhoek' zijn vergelijkbaar aan de streek Achterhoek.

bestemmingsplannen, aanslag toeristenbelasting en deelname aan 100% Winterswijk:

Type verblijfsrecreatie	Aantal	Objecten	Toelichting
Vakantieparken – Bedrijfsmatig (waaronder enkele mengvormen)	12	3.744	Recreatiewoningen en (vaste) kampeermiddelen (in bestemmingsplan vergund)
Vakantieparken – Niet-bedrijfsmatig	7	463	Recreatiewoningen (in bestemmingsplan vergund)
Minicampings	19	385	Kampeerplekken
Hotels	8		60.971 overnachtingen (nachtregister)
Groepsaccommodaties	25	502	Bedden
Bed & Breakfast	32	148	Bedden
Vakantiewoningen - Solitair	47	47	Woningen

[2] Beide rapporten zijn als bijlage bij dit bouwstenenrapport te vinden.

Vitaliteit van verblijf- en dagrecreatie

Uit het vitaliteitsonderzoek verblijfsrecreatie (2019) komt naar voren dat het merendeel van de verblijfsrecreatie in Winterswijk vitaal is. Er zijn zelfs relatief veel 'voorlopers' te vinden in Winterswijk: bedrijven die een hoge toeristische kwaliteit kennen en een zeer gunstig toekomstperspectief. Tegelijkertijd was destijds bijna 40% (gerekend naar het totaal aantal slaapplaatsen) in het onderzoek niet vitaal: de kwaliteit en/of het toekomstperspectief was onvoldoende en dat gaf duidelijke reden tot zorg. In 2022 is een vergelijkbaar onderzoek naar dagrecreatie en horeca uitgevoerd. Op een enkele uitzondering na bleken deze sectoren vitaal te zijn[2].

Beleidsmatige context

Het voorgaande toeristisch-recreatief beleid stamt uit 2009 en had een looptijd van 2009 tot 2013. Er is daarom geen recent voorgaand toeristisch beleid. In de Beleidsnota Economie uit 2017 en Omgevingsvisie Buitengebied Winterswijk uit 2019 is wel richting gegeven aan hoe de gemeente kijkt naar toerisme en recreatie. Uit deze (relatief) recente beleidsstukken nemen we de volgende uitgangspunten mee in de nieuwe visie op toerisme en recreatie:

- In samenwerking met de culturele en evenementensector worden kansen voor dagrecreatie verder ontwikkeld met als doel te voorzien in jaarrond aanbod (Beleidsnota Economie Winterswijk, 2017).
- Er wordt ingezet op het beter beleefbaar maken van het Nationaal Landschap om bij te dragen aan de woon- en werkkwaliteit van inwoners (Omgevingsvisie Buitengebied Winterswijk, 2019).

- De positie van Winterswijk als aantrekkelijke verblijfsplaats in de Achterhoek wordt versterkt door kwaliteitsverbetering, productievernieuwing en differentiatie en het waarborgen en verbeteren landschappelijke inpassing van verblijfsrecreatieve bedrijven in Winterswijk (Omgevingsvisie Buitengebied Winterswijk, 2019).

Actualiteiten en trends

In deze paragraaf noemen we enkele recente ontwikkelingen en trends die relevant zijn voor deze visie.

Actualiteiten

Gebiedsontwikkeling 't Hilgelo

In 2015 is een gebiedsvisie voor recreatiegebied het Hilgelo opgesteld en vastgesteld door de gemeente met als doel om de recreatieve en economische betekenis van het Hilgelo verder te versterken. In 2020 is een voorbereidend onderzoek uitgevoerd waarin de visie uit 2015 is uitgewerkt, passend binnen het toenmalige beleid en ambities van de gemeente, ter voorbereiding op een nieuw bestemmingsplan voor het gehele recreatiegebied. Het doel van de gebiedsontwikkeling wordt door Leisurelands als volgt geformuleerd: "*Om het bestaande gebied met een beperkte seizoensgebonden exploitatie op te waarderen tot een recreatiegebied dat jaarrond iets te bieden heeft voor de recreant uit de buurt en de toerist, een aantrekkelijk recreatiegebied met dag- én verblijfsrecreatie en natuur.*" Om dit doel te bereiken wordt ingezet op het uitbreiden en versterken van het bestaande aanbod, en wordt nieuw aanbod toegevoegd ('innovatief, natuurinclusief en in een hoog segment') gericht op de rustzoeker en stijlzoeker. De verwachting is dat in 2025 de plannen in uitvoering gaan.

Gebiedsontwikkeling Steengroeve

In de Vrijetijdsagenda Achterhoek 2020-2030 is één van de speerpunten aanbodontwikkeling; de beleefbaarheid van de Achterhoek vergroten. Als actie 2 wordt hier genoemd het 'stimuleren en ondersteunen van beeldbepalende initiatieven, zoals het beter beleefbaar maken van de Steengroeve in Winterswijk'. Inmiddels lopen er concrete initiatieven om de recreatieve functie van de Steengroeve te vergroten. Zo wordt er een museum/bezoekerscentrum ontwikkeld waarin geologie centraal staat. Rondom het museum wordt het omliggende terrein heringericht met onder andere een wandelpad met uitzichtpunten op de groeve. Voor verkeersveiligheid en uitbreiding van de actieve groeve dient de weg verlegd te worden. Deze plannen zullen de komende jaren gerealiseerd worden.

Relevante trends

- *Duitsers de belangrijkste internationale bezoekersgroep aan Winterswijk.*
  Van de verblijfsgasten in Winterswijk komt 72% uit eigen land en Duitsers zijn de belangrijkste internationale bezoeker met 20%. Het aandeel Duitsers is gegroeid met 2% ten overstaan van 2019 en ligt 7% hoger dan het landelijk gemiddelde (Achterhoek Toerisme, 2022).
- *Meer overnachtingen op verhuuraccommodaties op campings.*
  In de Achterhoek zijn 13% minder kampeerplekken dan tien jaar geleden (AD, 2023). Er wordt ruimte gemaakt voor grotere plekken, meer voorzieningen en verhuuraccommodaties. Het aantal overnachtingen in verhuuraccommodaties in de Achterhoek is zelfs verdubbeld (NRIT Media, 2023).
- *Campers winnen in populariteit.*
  De vraag naar campers en andere mobiele kampeermiddelen blijft hoog en stijgt. Daarnaast wordt de gebruiker steeds jonger.

Camperaars vermaken zich op locatie veelal met activiteiten zoals wandelen en fietsen (NRIT, 2023).

- *Toegenomen vraag naar luxe.*
  Voor verblijfsrecreatieve bedrijven liggen er kansen door een mix van natuur, rust en luxe te bieden. Vakantieparken spelen hierop in met grotere staanplaatsen, maar ook met bijvoorbeeld privé sanitair (Pretwerk, 2023). Daarnaast zien we een toename in saunabezoeken. Ouderen zijn hierbij een lucratieve doelgroep, aangezien zij een stuk vaker dan gemiddeld de sauna bezoeken (ABN AMRO, 2019).
- *Favoriete vakantie activiteit: een natuurgebied bezoeken.*
  'Uit staan', ofwel tijd hebben om tot rust te komen is steeds belangrijker en vindt veelal plaats in de natuur. Het bezoeken van een natuurgebied is dan ook de meest favoriete vakantie-activiteit van Nederlanders, al helemaal voor de wat oudere vakantieganger (NRIT, 2022).
- *Druk op buitenruimte door toegenomen buitenrecreatie.*
  Wat betreft Winterswijk, trekt de gemeente binnen de Achterhoek het hoogste aantal dagbezoekers aan. Voor dagbezoekers is 'route gebonden recreatie' meest populair en hierbij gaat het voornamelijk om wandelen en fietsen (Achterhoek Toerisme, 2022). Deze toegenomen buitenrecreatie in combinatie met nieuwe vormen van buitenrecreatie (denk aan mountainbikers en bijvoorbeeld elektrische fietsen) legt een groter beslag op de buitenruimte.
- *Vergrijzing van de Achterhoek.*
  Inwoners in de Achterhoek worden ouder, met een groei van 11% is het aandeel 50-plussers momenteel 48% (Achterhoek Monitor, 2022). Vergrijzing biedt kansen voor de vrijetijdssector. Senioren gaan vaker op vakantie voor korte periode en relatief vaak in eigen land. Daarnaast zijn zij relatief koopkrachtig (NRIT, 2022) en niet gebonden aan het hoogseizoen, wat mogelijkheden biedt voor verbreding van het seizoen (NBTC, 2019).
- *Plattelands toerisme steeds populairder.*
  Steeds meer boeren combineren hun agrarische activiteiten met nevenactiviteiten, zoals verblijfsrecreatie. Voor boeren draagt het bij aan een diversificatie van hun verdienmodel en voor bezoekers biedt het een authentieke ervaring. Ook draagt deze trend bij aan de beleving en herwaardering van de streek en het platteland (NBTC, 2023).

Input van betrokkenen

In de voorbereiding op deze visie zijn elf verkennende gesprekken gevoerd met betrokkenen. In deze paragraaf geven we de belangrijkste uitkomsten weer. Gesprekspartners zijn opvallend positief over Winterswijk als bestemming. Een aantal zaken worden hierbij benadrukt:

- *De doelgroep wordt vooral gevormd door actieve 50+ers die rust zoeken*. Volgens de stakeholders is de huidige doelgroep momenteel de 50+ers die er graag op uit gaan in de natuur. Ook gezinnen met jonge kinderen vormen een belangrijke doelgroep. Voor jongeren is weinig aanbod, alhoewel ze wel af en toe in de groepsaccommodaties zitten.
- *Winterswijk als trekker van de regio.* Winterswijk zou een regionale functie hebben, door de markt en de vele voorzieningen. Maar ook omdat voorzieningen in kleinere omliggende dorpen onder druk komen te staan.
- *Toeristische bestemming met aandacht voor rust.* Zo omschrijven de gesprekspartners Winterswijk. Een deel van hen geeft aan dat er niet te veel moet veranderen en er niet te veel bezoekers bij moeten komen. Opvallend is de trots op het huidige toeristisch product.

- *Een lang toeristenseizoen.* Het seizoen is vrij lang in Winterswijk, al verschilt dat wel per type accommodatie. Een enkele keer wordt benoemd dat dit seizoen langer mag. Over het algemeen zien stakeholders ook dat er seizoensspreiding plaatsvindt.
- *Belangrijke functie 100% Winterswijk.* Stakeholders vinden de VVV-functie in Winterswijk heel belangrijk. Zij zijn zeer te spreken over zowel het contact met 100% Winterswijk als over hoe de stichting haar taken uitvoert.

Vervolgens is onze gesprekspartners gevraagd wat er nog beter kan. Daaruit kwam het volgende:

- *Zorgen over overnames.* Er zijn veel oudere ondernemers in Winterswijk, waardoor de gesprekspartners verwachten dat veel bedrijven in de nabije toekomst overgenomen zullen worden. Hierbij zijn er zorgen dat overname zal gebeuren door grote organisaties die een andere beleving bieden dan het huidige lokale aanbod en daarmee te veel bezoekers zullen trekken.
- *Contact tussen ondernemers mag meer zijn*. Het merendeel van de gesprekspartners gaf aan behoefte te hebben aan meer contact met anderen in de toeristische sector. Vooral ondernemers in het centrum en het buitengebied hebben niet veel (georganiseerd) contact, evenals de verblijfsrecreatie en dagrecreatie. De gesprekspartners zien een rol weggelegd voor de gemeente of 100% Winterswijk om dit te organiseren.
- *Weinig aanbod gericht op jongeren.* Alle gesprekspartners zijn het ermee eens dat aanbod voor jongeren ontbreekt. Of er aanbod moet zijn voor de jongere doelgroep, daar zijn wisselende ideeën over. Enerzijds maken gesprekspartners zich zorgen over de vergrijzing en aanbod gericht op jongeren kan ook jonge inwoners in Winterswijk behouden. Anderzijds is er de zorg dat de belangen van jongeren botsen met die van de huidige oudere doelgroep.

De gesprekspartners benoemden verschillende trends waar Winterswijk op in kan spelen, namelijk de volgende:

- *Meer Duitse bezoekers.* De Duitsers vormen een steeds belangrijkere markt. Voor hen is bijvoorbeeld de tweewekelijkse markt een grote trekker. Daarnaast is 40% van de bezoekers aan Villa Mondriaan van Duitse komaf, op de Beachclub zou dit zelfs 70% zijn.
- *Toename in campers.* Ook de toename in camperaars valt op, vooral sinds corona, ook door de 'digital nomads' die werken op afstand. Er wordt aangegeven dat er een toegenomen vraag is naar camperplaatsen.
- *Meer vraag naar luxe.* Een aantal gesprekspartners noemen dat het waardevol kan zijn om in te zetten op het hogere segment toeristen. Er is bijvoorbeeld meer vraag naar (grotere) kampeerplekken met privé voorzieningen en luxere accommodaties. Maar ook mist er volgens sommige gesprekspartners een sauna of wellness[3].
- *Agrariërs die stoppen.* Enkele gesprekspartners noemen dat boeren op zoek zijn naar nevenfuncties doordat zij minder vaak hun agrarische werk kunnen voortzetten. Voorbeelden uit de gesprekken zijn de toevoeging van verblijfsaccommodaties in de vorm van mini-campings of andere kleinschalige accommodatievormen.

Verder is gevraagd naar hoe de vrijetijdssector er in de toekomst uit zou moeten zien. Hierbij werden de volgende punten benoemd:

[3] In 2022 is op basis van een marktanalyse geconcludeerd dat de toevoeging van een wellnessvoorziening in de Achterhoek beperkt kansrijk is. De haalbaarheid is echter afhankelijk van meer factoren die de kansrijkheid zouden kunnen vergroten (bron: vitaliteitsonderzoek dagrecreatie Achterhoek 2022).

- *Passende groei gewenst*. Een sterke groei, gelet op overnachtingscijfers, is niet gewenst. De ene gesprekspartner ziet meer mogelijkheden voor groei dan de andere. Maar als je groei faciliteert, moet het gecontroleerd gebeuren. Volgens de gesprekspartners is Winterswijk juist zo aantrekkelijk voor bezoekers vanwege de rust en de natuurwaarden.
- *Laat investeringen samen gaan met bescherming van natuur*. Recent zijn er nieuwe voorzieningen aangelegd, zoals de mountainbikeroute en vakantiepark Hofparken. Ook komen er nieuwe ontwikkelingen aan. Natuurorganisaties benadrukken dat deze ontwikkelingen hand in hand moeten gaan met herstel van landschap, zonering of versterking van natuurgebieden. Andere gesprekspartners benadrukken dat niet alle natuur omkaderd moet worden.

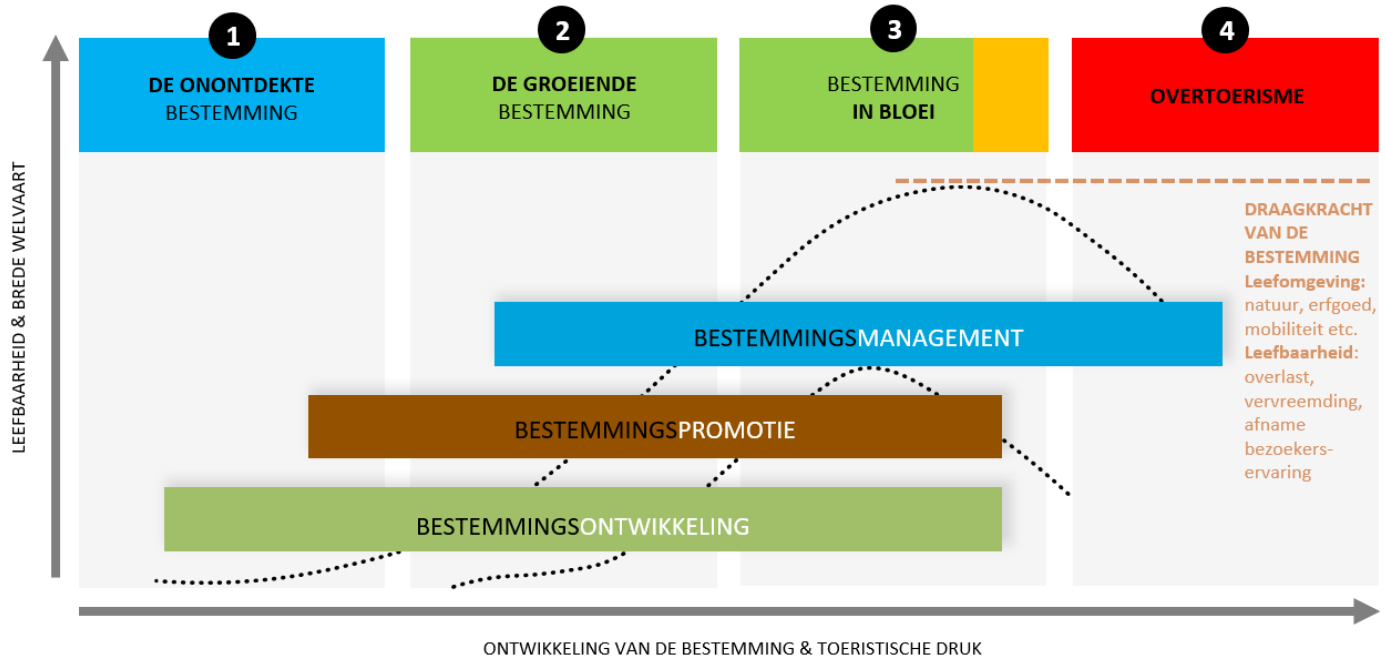
Tot slot is gevraagd naar de verwachtingen van de gemeente in de toekomstige toerisme en recreatie sector van Winterswijk. Hierbij kwamen een aantal algemene verbeterpunten naar voren:

- *Flexibiliteit kan beter*. Er zijn meerdere opmerkingen gemaakt over dat zaken niet snel geregeld worden door de gemeente, vergunningen lang duren, er weerstand zou zijn voor nieuwe ideeën en er starre regels bestaan in situaties die meer maatwerk vragen.
- *Onderhoud van paden kan beter.* Wandel- en fietspaden kunnen beter onderhouden worden. Ook zouden fietspaden te smal zijn en worden op sommige plekken de paden overwoekerd met planten.

Toerisme in balans

Idealiter draagt toeristische ontwikkeling bij aan leefbaarheid en brede welvaart (zie figuur 1). Naarmate een bestemming zoals Winterswijk zich verder toeristisch ontwikkelt, zal over het algemeen de leefbaarheid en brede welvaart toenemen, tot een bepaald optimum bereikt is. De bestemming is in deze optimale situatie in bloei en de draagkracht van het gebied wordt niet overschreden. Winterswijk wil als gemeente graag werken aan deze optimale situatie.

Figuur 1 Toerisme in balans met de draagkracht van de leefomgeving en samenleving (bron: Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd).



Nu is de werkelijkheid niet zo simpel als bovenstaand figuur doet vermoeden. Er is niet een harde grens wanneer een bestemming over gaat van de fase ‘bestemming in bloei’ naar het ongewenste ‘overtoerisme’. Dat vraagt om een meer genuanceerde benadering, waar we op de volgende pagina op ingaan.

Er bestaan geen harde criteria om te bepalen of er sprake is van een balans tussen de hoeveelheid bezoekers en de invloed op de leefomgeving en samenleving. Vaak ontstaan er ongewenste effecten (zoals piekdrukte of structurele druk) op een specifiek 'domein van de leefomgeving'. Zo kan de natuur bijvoorbeeld ongewenste effecten ondervinden (verstoring, vervuilen) als gevolg van te grote bezoekersdruk, maar liggen er misschien wel kansen om meer bezoekers naar erfgoed te trekken en daarmee bij te dragen aan de instandhouding. Kortom: kijken naar draagvlak vraagt om een genuanceerde benadering. De raad voor de leefomgeving heeft dit schematisch weergegeven (zie figuur 2), dat als hulpmiddel kan worden gebruikt om te kijken waar er sprake is van te hoge druk, evenwicht, of misschien wel te lage druk. Dat kan verschillen per domein van de leefomgeving.

Figuur 2 Beoordeling effecten toerisme op leefomgeving en samenleving (RLi, 2019).



Draagkracht in Winterswijk

Een belangrijk onderdeel van deze visie is de balans tussen toerisme en recreatie en de leefomgeving. Hierbij gaat het om de draagkracht van Winterswijk: het vermogen om bezoekers te ontvangen zonder negatieve gevolgen voor de leefomgeving. We kijken naar de effecten op sociale factoren zoals leefbaarheid (sociale draagkracht) en de effecten op fysieke factoren zoals mobiliteit en natuur (fysieke draagkracht).

Sociale draagkracht

Om de sociale draagkracht van toerisme en recreatie te bepalen in Winterswijk is een enquête uitgezet onder inwoners. Deze is ingevuld door 733 inwoners. Wat opvalt aan de resultaten is dat inwoners over het algemeen erg positief zijn over toerisme en recreatie. Ze zijn positief over de recreatiemogelijkheden in Winterswijk maar ook over de invloed van bezoekers op Winterswijk. Het volledige rapport van het inwonersonderzoek[4] is apart beschikbaar, hier volgt een korte opsomming van de belangrijkste resultaten:

- Inwoners beoordelen de mogelijkheden tot genieten van de natuur in Winterswijk het hoogst en uitgaan in Winterswijk het laagst;
- Een meerderheid van de inwoners is tevreden over zowel het aantal dagbezoekers als het aantal toeristen;
- Inwoners zien voornamelijk een positief effect van toerisme op de lokale economie en op het winkelaanbod en horecamogelijkheden;
- Problemen met mobiliteit en schade aan de natuur zijn negatieve effecten van toerisme en recreatie die het vaakst ervaren worden;
- Inwoners onder de 45 beoordelen het toeristische recreatieve aanbod van Winterswijk iets negatiever, maar zijn juist positiever over de invloed van bezoekers op de gemeente;
- Inwoners in het buitengebied zijn iets negatiever over de invloed van bezoekers op de gemeente dan inwoners van Winterswijk zelf.
- Het merendeel van de inwoners vindt dat de voordelen van toerisme en recreatie tegen de nadelen opwegen.

Fysieke draagkracht

Om de fysieke draagkracht van toerisme en recreatie te bepalen is een balanstafel georganiseerd. Tijdens deze balanstafel gingen experts vanuit verschillende domeinen in Winterswijk met elkaar in gesprek om de invloed van toerisme en recreatie op de fysieke leefomgeving te beoordelen. Uit dit gesprek is gebleken dat de huidige omvang van de toeristische sector niet lijdt tot een (te) hoge structurele druk op het merendeel van de fysieke domeinen. De volgende aandachtspunten zijn uit het gesprek naar voren gekomen:

- De bescherming van de kwetsbare natuur in Winterswijk is soms een uitdaging. Loslopende honden zijn bijvoorbeeld een probleem in combinatie met het vele wild en mountainbikers veroorzaken op sommige locaties schade. Hierdoor is er een spanningsveld tussen bescherming van de natuur en toegankelijkheid van de natuur voor bezoekers;
- Elektrische fietsen vormen soms een uitdaging in combinatie met ander verkeer. Op sommige plekken zouden de fietspaden wat te smal zijn voor de verschillende gebruikers;
- Er is behoefte aan een duidelijker kader van ‘landschappelijke inpassing’ van verblijfsaccommodaties. Daarmee kan beoordeeld worden hoe nieuwe verblijfsaccommodaties een geheel vormen met het landschap;

[4] Het inwonersonderzoek is als aparte bijlage opgenomen bij dit bouwstenenrapport.

- Een mogelijke toekomstige bedreiging kan zijn dat de riolering de maximale capaciteit heeft bereikt.

Beoordeling draagkracht Winterswijk

Op basis van het inwonersonderzoek en de balanstafel zien we dat er over het algemeen een zeer positief beeld naar voren komt. Wel zijn er enkele uitdagingen om de draagkracht van de bestemming Winterswijk te waarborgen. Zo zijn er pieken in de domeinen mobiliteit en natuur welke om aandacht vragen. Ook in het domein milieu zijn er aanwijzingen dat er in de toekomst mogelijk uitdagingen ontstaan. Tot slot zien we dat, in de publieke ruimte enkele uitdagingen zijn voor de sociale draagkracht, maar dat over het algemeen de sociale draagkracht in balans is. Dit geven we hierna schematisch weer.

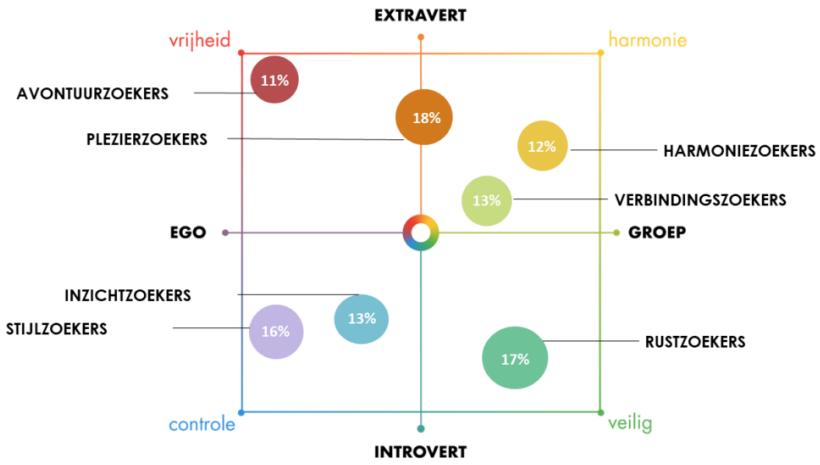
Sociaal domein	Eindoordeel
Invloed in persoonlijke leefruimte	Geen problemen in de persoonlijke leefruimte van inwoners als gevolg van recreatie en toerisme.
Invloed in publieke ruimte	Inwoners maken zich enige zorgen om de negatieve effecten (piekbelasting) op de natuur en ervaren hinder in de vorm van parkeerproblemen door drukte in en rond het centrum.

Fysiek domein	Eindoordeel
Vastgoed	Geen problemen op de woningmarkt als gevolg van recreatie en toerisme.
Openbare ruimte	Geen problemen in de openbare ruimte als gevolg van recreatie en toerisme
Erfgoed	Geen problemen op het gebied van (cultureel) erfgoed als gevolg van recreatie en toerisme.
Milieu	Er zijn enkele ontwikkelingen maar geen grote belemmeringen: 1) De riolering in het buitengebied haalt de maximale capaciteit wat zorgt voor uitdagingen bij nieuwe grootschalige initiatieven. 2) Belang bij waterretentiegebieden wordt steeds hoger nu de zomers droger worden.
Mobiliteit	Tijdens piekmomenten (met name op woensdagochtend, zaterdagen en feestdagen) zijn er belemmeringen in het centrum: parkeerdrukte zorgt voor filevorming. Daarnaast zijn er enkele aandachtspunten: ▪ Op dagen met mooi weer wordt er veel gefietst. Er wordt niet altijd rekening gehouden met landbouwvoertuigen waardoor zij hinder ervaren. ▪ Smalle fietspaden zijn minder geschikt voor de snelle e-bikes.
Natuur	Er is sprake van piekbelasting in de kwetsbare natuurgebieden, er liggen kansen om het Nationaal Landschap beter beleefbaar te maken en daarmee de kwetsbare N2000 gebieden te ontlasten.

Leefstijlvinder: vraag en aanbod

In deze bijlage kijken we naar de vraag van de inwoner en de toerist en zetten we deze af tegen de leefstijlkleuring van het aanbod. Deze analyse gebeurt op basis van de Leefstijlvinder. Deze segmentatie is specifiek gericht op de vrijetijdssector en onderscheidt consumenten door middel van achterliggende waarden en karakterkenmerken. Over de zeven leefstijlgroepen die in deze segmentatie worden gehanteerd, is veel informatie bekend over het gewenste aanbod, de ideale beleving en de ondernomen activiteiten. Hieronder lichten we de segmentatie verder toe.

Figuur Model Leefstijlvinder met leefstijlverdeling Nederland, MarketResponse 2022.



Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met buren en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven als ‘gewoon’ en hartelijk. Voor verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en ‘doe maar gewoon’ belangrijke waarden. Ze vinden

het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met buren en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuineren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust en ‘doe maar gewoon’. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie; ‘meten is weten’!

Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Avontuurzoekers

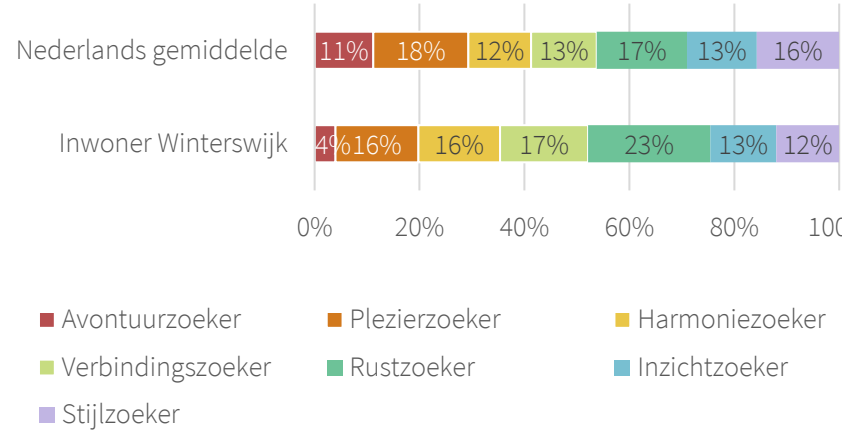
Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

De vraag van de inwoner

Figuur Leefstijlkleuring van de inwoner van Winterswijk t.o.v. het Nederlands gemiddelde.



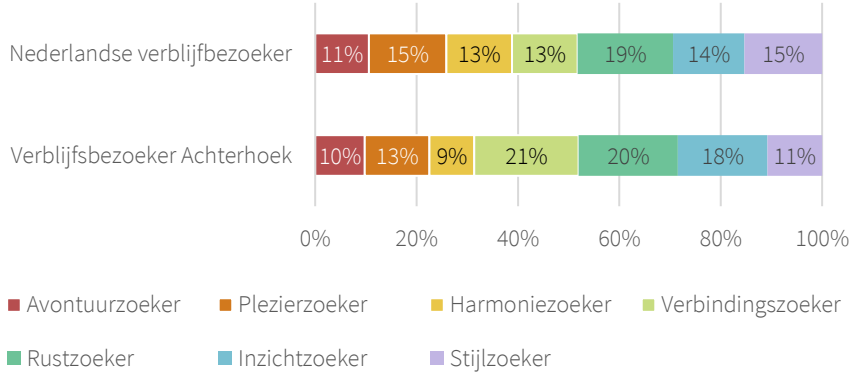
Wat valt op?

- De grootste inwonersgroepen In Winterswijk zijn de rustzoeker, op enige afstand gevolgd door de verbindingszoeker, harmoniezoeker en plezierzoeker.
- De rustzoeker, verbindingszoeker en harmoniezoeker zijn daarbij ook nog eens sterk oververtegenwoordigd t.o.v. het Nederlands gemiddelde.
- De avontuurzoeker vormt verreweg de kleinste groep en is ook sterk ondervertegenwoordigd ten opzichte van het Nederlands gemiddelde.

De vraag van de toerist

De vraag van de toerist is uitsluitend beschikbaar op regioniveau (Achterhoek) en de meest recente data komt uit 2020. Als we het hebben over het leefstijlprofiel van de verblijfsgast bedoelen we hiermee de verblijfsgast aan de Achterhoek (CVO, 2020).

Figuur: leefstijlprofiel van de verblijfsbezoeker aan de Achterhoek t.o.v. het gemiddelde van de binnenlandse verblijfsbezoeker (CVO, 2020).



Wat valt op?

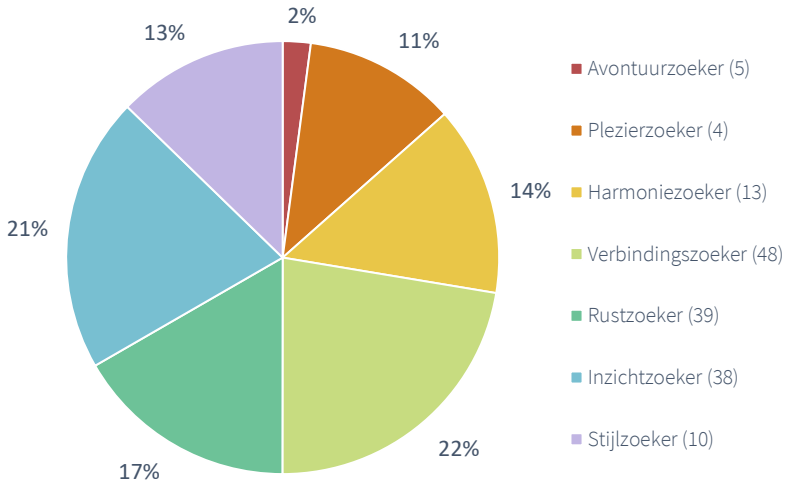
- De grootste groepen verblijfsrecreanten aan de Achterhoek zijn verbindingszoekers, rustzoekers en inzichtzoekers. Deze zijn ook (sterk) oververtegenwoordigd in vergelijking tot de gemiddelde binnenlandse verblijfstoerist.
- De stijl- en avontuurzoeker vormen de kleinste groepen en vooral de stijlzoeker is ondervertegenwoordigd onder de verblijfsgast in de Achterhoek.

Aanbod

In 2019 en 2021 heeft het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd onderzoek gedaan naar het verblijfsrecreatie, dagrecreatie en horeca aanbod in de Achterhoek. In dit onderzoek is ook gekeken naar voor welke doelgroepen het aanbod in de regio, waaronder Winterswijk, vooral aantrekkelijk is. In 2023 is dit onderzoek nader aangevuld en geactualiseerd. In totaal zijn 6 dagrecreatieve bedrijven, 15 horecabedrijven en 75 verblijfsrecreatieve bedrijven in Winterswijk van een leefstijlkleuring voorzien.

Verblijfsrecreatie

Figuur: aantrekkelijkheid van het aanbod per leefstijl in de verblijfsrecreatie in percentage van het totaal aantal bedden



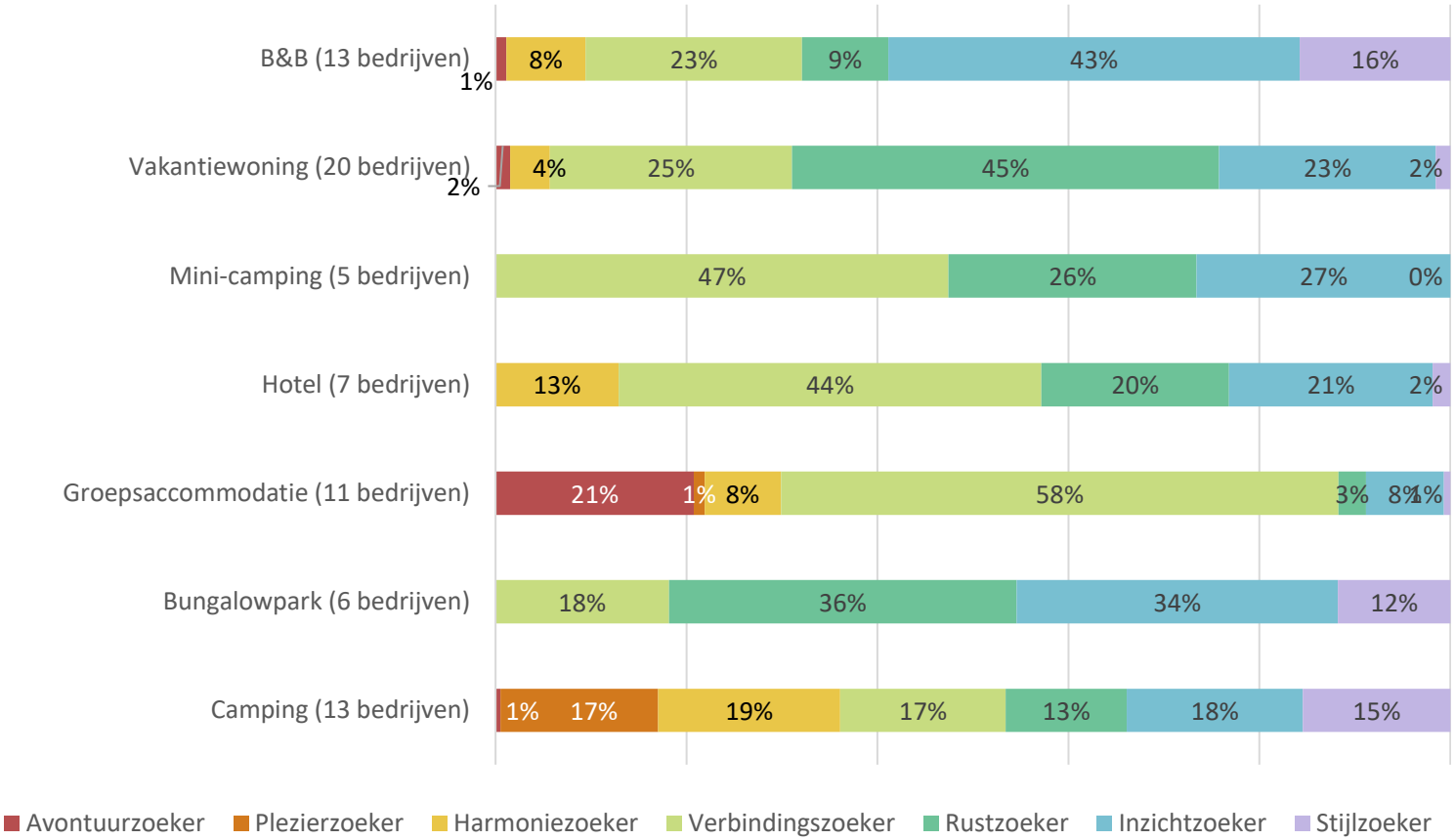
Figuur: leefstijlkleuring per type verblijfsaccommodatie (naar capaciteit)

In bovenstaande grafiek geven we de aantrekkelijkheid van de verblijfsrecreatie aan per leefstijl, naar het aantal bedden. Te lezen als: 14% van de beddencapaciteit in Winterswijk is aantrekkelijk voor de harmoniezoeker. Deze zijn te vinden op 13 bedrijven (het getal tussen de haakjes achter de betreffende leefstijl).

Wat valt op?

- Het aanbod in de verblijfsrecreatie in Winterswijk is relatief divers en bijna alle doelgroepen kunnen aantrekkelijk aanbod vinden. Het aanbod voor de avontuurzoeker is echter zeer beperkt.
- Leefstijlgroepen die het meeste aantrekkelijk aanbod kunnen vinden in Winterswijk zijn de verbindingszoeker en de inzichtzoeker.

In de volgende figuur splitsen we dit uit naar de verschillende deelsectoren. *NB het aantal bedden verschilt sterk per deelsector Zo zijn ongeveer 100 keer meer bedden op campings te vinden dan in B&B's in Winterswijk.*



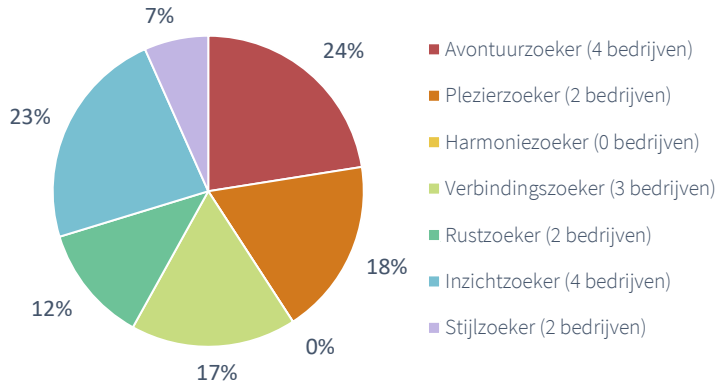
Wat valt op?

- Verbindingszoekers en inzichtzoekers vinden in alle typen verblijfsaccommodaties aantrekkelijk aanbod.
- Het merendeel van het beperkte aantrekkelijke aanbod voor de avontuurzoeker bevindt zich in de groepsaccommodaties.
- De plezierzoeker vindt nagenoeg uitsluitend aantrekkelijk aanbod op de campings in Winterswijk.

Dagrecreatie

Van 6 dagrecreatieve bedrijven is de aantrekkelijkheid voor de leefstijlgroepen ingeschaald. Het gaat om (een beperkt aantal) betaalde recreatieve voorzieningen. Buitenrecreatie en natuurbeleving zijn onderstaande grafiek niet meegenomen en bepaalt natuurlijk wel voor een belangrijk deel de aantrekkingskracht van Winterswijk voor dagbezoekers. Hetzelfde geldt het voor winkelaanbod en de markt.

Figuur: leefstijlkleuring dagrecreatie



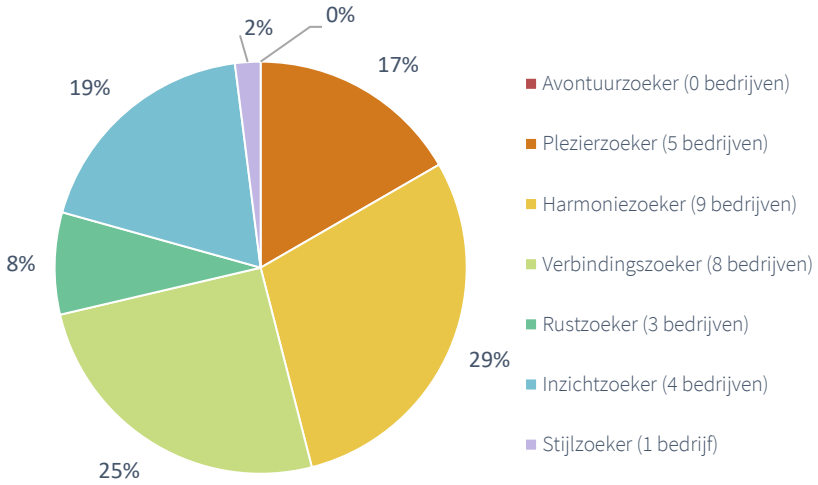
Wat valt op?

- Er is een diverse aanbod aan dagrecreatie, alleen de harmoniezoeker vindt geen aantrekkelijk dagrecreatief aanbod in deze steekproef.

Horeca

Tot slot is ook van de horeca de aantrekkelijkheid voor de verschillende leefstijlgroepen in kaart gebracht. 15 bedrijven namen deel aan dit onderzoek.

Figuur: leefstijlkleuring horeca



Wat valt op?

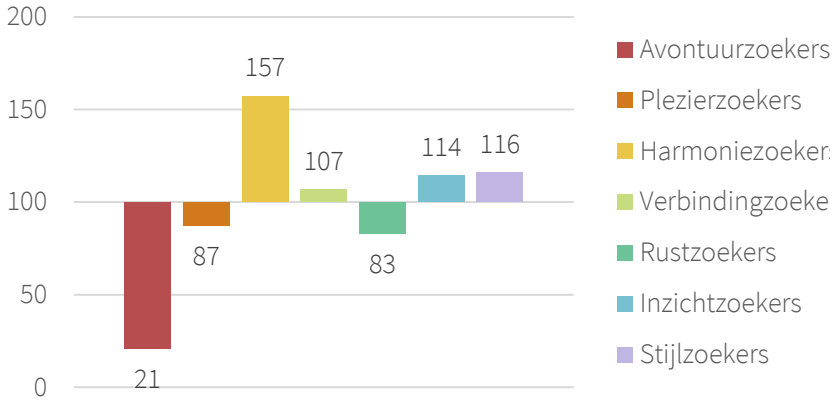
- Meer dan de helft van het onderzochte horecaaanbod is aantrekkelijk voor de harmoniezoekers en verbindingszoekers. Ook plezierzoekers en inzichtzoekers vinden relatief veel aantrekkelijk horeca aanbod.
- Voor de stijlzoeker is slechts beperkt aantrekkelijk horeca aanbod en voor de avontuurzoeker is er geen aantrekkelijk horeca aanbod (in het onderzoek)

Vraag t.o.v. aanbod

In deze paragraaf zetten we vraag en aanbod tegen elkaar af: sluit de aangeboden beleving in het aanbod aan bij het profiel van de potentiële bezoeker (inwoner/verblijfsgast)? Dit doen we voor de deelsectoren horeca en verblijfsrecreatie (omdat het aantal onderzochte dagrecreatieve bedrijven beperkt is).

Verblijf

Figuur: vraag-en aanbodvergelijking van het leefstijlprofiel van de verblijfsbezoeker t.o.v. de kleuring van het verblijfsrecreatieve aanbod op index.



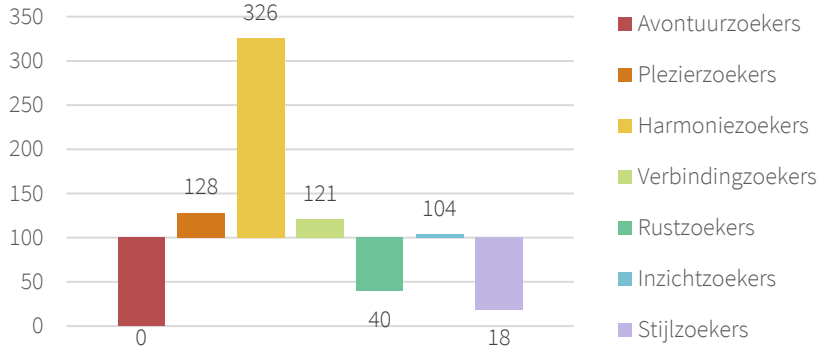
Leeswijzer: bovenstaand figuur laat het aanbod van verblijfsrecreatie in Winterswijk zien, in relatie tot het leefstijlprofiel van de verblijfsrecreant. In de analyse is gebruik gemaakt van een index, waar een getal van 100 laat zien dat de verdeling van het aanbod ongeveer even groot is als de verdeling van de vraag. Scores boven de 100 (staven naar boven) duiden op relatief veel aanbod in relatie tot de vraag, scores onder de 100 juist op relatief weinig aanbod.

Wat valt op?

- Er is relatief veel verblijfsrecreatief aanbod voor de harmoniezoeker ten opzichte van de vraag vanuit de verblijfsrecreant. Dat komt mede doordat deze leefstijl een relatief kleine groep betreft onder de verblijfsrecreanten, maar er wel veel aanbod is in Winterswijk
- Er is relatief weinig aanbod voor de avontuurzoeker in relatie tot de vraag.
- Voor de overige doelgroepen lijken, op enkele nuances na, vraag en aanbod nagenoeg in evenwicht te zijn.

Horeca

Figuur: vraag-en aanbodvergelijking van het leefstijlprofiel van de verblijfsbezoeker t.o.v. de kleuring van het horeca aanbod op index.



Wat valt op?

- Er is relatief veel horeca aanbod voor de harmoniezoeker ten opzichte van de vraag. Dat komt doordat er relatief veel aanbod is,

maar het een kleine groep is onder de verblijfsrecreanten aan de Achterhoek. *Als we deze vergelijking maken met de inwoner van Winterswijk (niet in de figuur weergegeven), dan zien we dat het 'overaanbod' voor de harmoniezoeker lager uitvalt.*

- In mindere mate is er ook voor de plezierzoeker en verbindingszoeker relatief veel aanbod ten opzichte van de vraag. *Ten opzichte van de inwoner van Winterswijk is er geen sprake meer van een 'overaanbod' voor de plezierzoeker; dat aanbod lijkt mooi in evenwicht met de vraag. Voor de verbindingszoeker wordt het 'overaanbod' nog iets sterker zichtbaar.*
- Voor de avontuurzoeker, stijlzoeker en rustzoeker is er relatief weinig aanbod ten opzichte van de vraag.
- Voor de inzichtzoeker lijken vraag en aanbod met elkaar in evenwicht. *Als we kijken naar de inwoners is er relatief veel aanbod voor de inzichtzoeker ten opzichte van de vraag.*

Conclusies

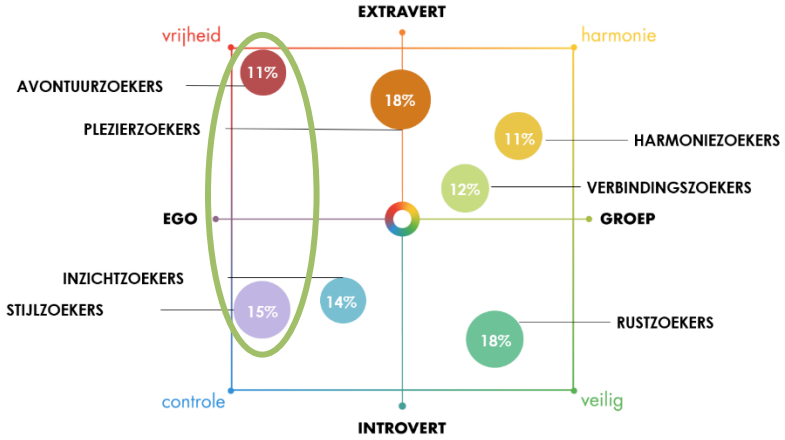
Op basis van de Leefstijlvinder is de vraag en het toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente Winterswijk in beeld gebracht. De meest voorkomende leefstijl onder onze inwoners is de rustzoeker. Deze leefstijl blijft graag dicht bij huis, het hoeft voor deze leefstijl allemaal niet zo gek. Ze gaan er wel eens op uit, maar willen wel alles zoveel mogelijk van tevoren geregeld hebben, geen verrassingen, geen spanning en geen drukte.

Verder zijn ook de verbindingszoeker, harmoniezoeker en plezierzoeker relatief grote groepen. Dit zijn de doelgroepen rechtsboven in het model. Deze leefstijlen zijn graag met elkaar op pad, samen ontspannen, of juist actieve dingen doen, zolang iedereen het naar zijn zin heeft en er voor iedereen iets te doen is. Daarbij zoekt de éne leefstijl een iets meer eigentijdse of vernieuwende beleving en de andere een wat bekendere, laagdrempelige beleving. De grootste groepen verblijfsrecreanten aan de Achterhoek[5] zijn verbindingszoekers, rustzoekers en inzichtzoekers. De inzichtzoeker is wat meer op zichzelf gericht en wil de vrije tijd nuttig besteden, waarbij ze iets kunnen leren of ervaren.

Het aanbod in de gemeente is divers, voor de meeste doelgroepen is aantrekkelijk aanbod te vinden. Dit geldt vooral voor het verblijfsrecreatieve aanbod. Als vraag en aanbod tegen elkaar worden afgezet zien we dat er relatief veel aanbod is voor de harmoniezoeker ten opzichte van de vraag. Dit is aanbod dat gericht is op gezellig samen zijn, met een veelzijdigheid aan veelal laagdrempelige voorzieningen zodat er voor iedereen iets te doen is.

[5] De vraag van de toerist is uitsluitend beschikbaar op regioniveau (Achterhoek) en de meest recente data komt uit het Continu Vakantie Onderzoek 2020.

Figuur: model Leefstijlvinder met leefstijlverdeling Nederland in percentages, Marketresponse (2023). Kansrijke doelgroepen omcirkeld.



Er lijken met name kansen te liggen voor de avontuurzoeker (in de verblijfsrecreatie en horeca[6]) en de stijlzoeker (in de horeca), aangezien voor deze leefstijlen de vraag van zowel de inwoner als de verblijfsgast groter is dan het huidige aanbod. Dat betekent dat het aanbod vernieuwender mag zijn, unieker qua uitstraling en meer streekeigen. De stijlzoeker voelt zich daarnaast aangetrokken tot aanbod dat meer gericht is op luxe en comfort.

[6] Voor de avontuurzoeker geldt wel dat deze inwoners een zeer kleine groep vormt (4%) en daarmee echt een nichemarkt genoemd kan worden. Voor deze groep is echter in het onderzoek geen enkel restaurant aangetroffen dat primair aantrekkelijk is voor deze doelgroep.

Gesproken personen en organisaties

Naam contactpersoon	Organisatie
Yvonne Derksen	Hoeve de West
Jana Roovers en Julia Kippers	Villa Mondriaan
Marcel Höfkes	Italiaanse Meren
Patrick Jansen	Tracks & Trails
Udo Hassefras	Natuurmonumenten
Jeanet Mateman	De Balkende Ezel
Rick en Marijke van Embden	Masterveld
Herma Hoitink	Minicamping De Appelweide
Ronald Sasbrink Harkema	Skopein
Jeroen Schreurs	Ondernemerscentrum
Ingrid Mom	Hofparken