'T HÖFKE

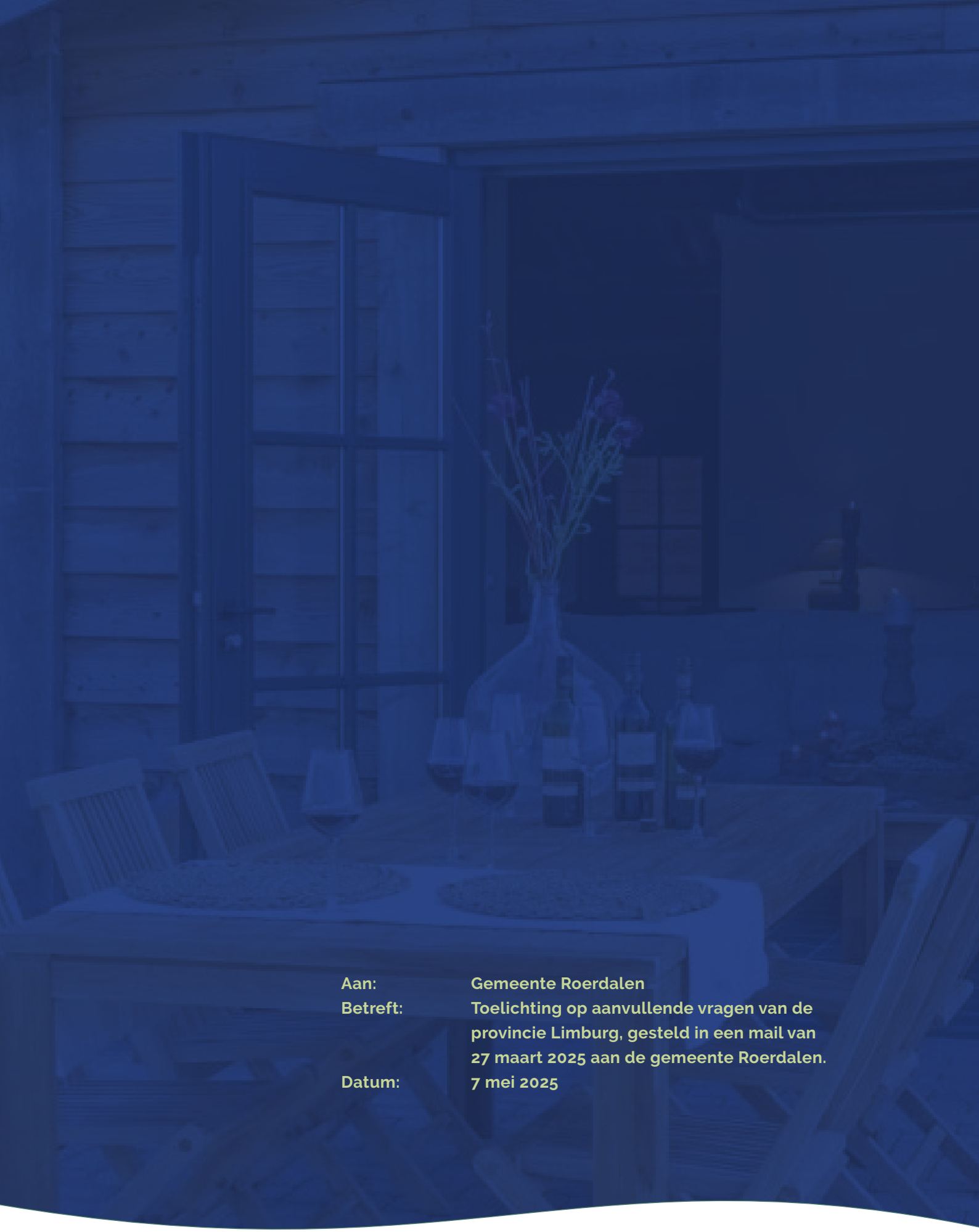
BUITENGOED



't Höfke

aanvullende notitie Leisurebrains
voor de gemeente Roerdalen
n.a.v. vragen provincie Limburg

Leisurebrains | THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY



Aan:	Gemeente Roerdalen
Betreft:	Toelichting op aanvullende vragen van de provincie Limburg, gesteld in een mail van 27 maart 2025 aan de gemeente Roerdalen.
Datum:	7 mei 2025

Leisurebrains | THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY

Al in mei 2022 is een eerste projectplan opgesteld voor de gewenste ontwikkeling op Etsberg 18 te Vlodrop. Dit plan is in afstemming met de gemeente Roerdalen, de provincie Limburg, het Waterschap en omwonenden, onder meer via een omgevingsdialoog, verder aangescherpt. Dit heeft geresulteerd in een herziene versie van het plan (juli 2024), waarin nadrukkelijk rekening is gehouden met beleidsmatige, ruimtelijke en maatschappelijke aandachtspunten. Voor zover bij ons bekend, is deze aangepaste versie besproken binnen de regionale SML-afstemming en akkoord bevonden.

Aanvullend zijn er alsnog vragen gesteld door de provincie Limburg. In deze notitie gaan we daarom nader in op enkele aspecten. Onze voorkeur gaat uit naar een gesprek met de provincie, bij voorkeur op locatie en in a anwezigheid van de ondernemer. Het plan gaat dan waarschijnlijk nog meer leven. Mocht een gesprek niet nodig zijn, dan vertrouwen wij erop dat deze schriftelijke toelichting volstaat.

Het betreft een kleinschalig concept dat uitstekend past bij het Nationaal Park Nieuwe Stijl en dat vanwege de onderscheidenheid nauwelijks concurreert met andere aanbieders. Deels is dat te onderbouwen (wat ook al is gebeurd in 2024), deels vragen we om het vertrouwen van de provincie Limburg in ons als bureau en zeker ook in de ondernemers. Plannen zijn niet altijd te vervatten in woorden en cijfers, maar juist wel in een goede begeleiding. We hebben een ruime ervaring en expertise op dit gebied en we begeleiden de ondernemer bij het zetten van de juiste stappen.

Om de provincie Limburg zoveel mogelijk aanvullende informatie te geven, zoomen we in deze notitie in op:

- Het projectplan versus het bedrijfsontwikkelplan
- Eindplaatje en fasering
- Lokaal ondernemerschap
- Inzicht in de term ecolodges
- Inzicht in de beoogde doelgroepen en leefstijlen
- Visie op vraag en aanbod (in de regio)

HET PROJECTPLAN VERSUS HET BEDRIJFSONTWIKKELPLAN

Wij delen de visie van de provincie Limburg dat een bedrijfsontwikkelplan essentieel is voor het slagen van elke ontwikkeling. Het projectplan biedt inzicht in de locatie, de ondernemer, het product en de doelgroep.

Voor de duidelijkheid hebben we het actuele plan nog even in het bekende Canvas Business Model gegoten. Het plan wordt uitgewerkt gedurende verdere ontwikkeling en fasering.

Hoewel een plan op papier richtinggevend is, realiseren wij ons dat ontwikkeling altijd vraagt om een flexibele en gefaseerde benadering. De ondernemer wordt hierbij professioneel begeleid en schakelt waar nodig aanvullende expertise in.

UITLEG PER ONDERDEEL	
Klantsegmenten	
Om een succesvol bedrijfsmodel te creëren, is het nodig als bedrijf te beslissen aan welke segmenten waarde wordt geboden.	• Groepsreizigers die een stoer en landelijk concept zoeken: families, vriendengroepen, exclusieve retreats. • Natuurliefhebbers: mensen die ontspanning en rust zoeken in de natuur. • Wellness- en mindfulnessgroepen: retraites en meditatiesessies.
Waardepropositie	
Dit is de reden waarom een gast voor een bedrijf kiest en niet voor een ander bedrijf.	• Authentieke en karaktervolle, landelijke accommodaties met hoogwaardige voorzieningen. • Unieke combinatie van landelijk, natuur en ontspanning. • Op maat verzorgde catering (eventueel inhuur) en gastvrijheid. • Mogelijkheid tot volledig afhuren terrein voor privacy en exclusiviteit. • Aangeboden outdoor-activiteiten en mindfulness-programma's. Dit kan prima in samenwerking met andere ondernemers uit de regio.
Kanalen	
Een bedrijf kan zijn waarde leveren aan de klanten door gebruik te maken van meerdere kanalen.	• Eigen website met boekingsmogelijkheden en visuele impressies. • Social media (Instagram, Facebook, LinkedIn) voor doelgroepgerichte promotie. • Samenwerkingen met reisorganisaties. • Geselecteerde online boekingsplatforms en gespecialiseerde accommodatie-websites.
Klantrelaties	
Per klantsegment moet bepaald worden wat voor soort relatie het bedrijf wil aangaan.	• Persoonlijke service en maatwerk voor elke boeking. • Premium hospitality en exclusieve aandacht voor de gasten. • Nazorg en follow-up na verblijf (bijv. gepersonaliseerde aanbiedingen voor herhaalbezoeken). • Community-opbouw door middel van social media en nieuwsbrieven. • Herhaalboekingen en positieve gastbeoordelingen als groeifactor.
Inkomstenstromen	
Dit is de manier waarop een bedrijf inkomsten genereert uit elk segment.	• Verhuur van groepsaccommodaties, lodges en B&B's (zoveel mogelijk als geheel). • Aanvullende inkomsten uit georganiseerde activiteiten en workshops, mogelijk wellness arrangemen-ten en excursies.
Bronnen	
Deze bouwsteen beschrijft wat het bedrijf nodig heeft om het bedrijfsmodel uit te kunnen voeren. Denk aan middelen en mensen.	• Authentieke en karaktervolle, landelijke accommodaties en hoogwaardige faciliteiten. • Professioneel en gastvrij team. • Samenwerkingspartners voor bijvoorbeeld catering en activiteiten. • Sterke online en offline marketingstrategieën.
Kernactiviteiten	
De kernactiviteiten zijn de belangrijkste activiteiten om het bedrijfsmodel te kunnen uitvoeren.	• Exploitatie en onderhoud van accommodaties. • Gastvrijheids- en cateringdiensten. • Organisatie van bijpassende activiteiten. • Marketing en klantrelatiebeheer. • Samenwerken met partners voor aanvullende diensten.
Strategische Partners	
De strategische partners zijn andere bedrijven die helpen om het bedrijfsmodel te laten werken.	• Lokale cateraars en chefs voor hoogwaardige maaltijden. • Outdoor- en wellness experts voor activiteiten. • Reisorganisatoren voor klantenwerving. • Limburg Marketing. • Zoveel mogelijk lokale leveranciers.
Kostenstructuur	
Dit beschrijft alle kosten die het gekozen bedrijfsmodel met zich meebrengt.	• Onderhoud en exploitatie van accommodaties en terrein. • Loonkosten personeel en samenwerkingspartners. • Marketing en promotiekosten. • Kosten voor inkoop van catering en wellness diensten. • Kosten voor vergunningen en verzekeringen. • Kostenbegroting maximaal afgestemd op een energie neutrale bedrijfsvoering.

EINDPLAATJE EN FASERING

Het projectplan uit 2024 geeft duidelijk het bijgesteld beeld weer wat tevens het eindplaatje betreft. Het eindplaatje bestaat uit 2 groepsaccommodaties voor in totaal 40 personen; 20 ecolodges voor in totaal maximaal 120 personen en 4 B&B-kamers voor in totaal 8 personen. In totaal dus 168 slaapplaatsen. Ook de fasering is opgenomen in het plan uit 2024. Voor de duidelijkheid hebben we er nu een tijdschema aangekoppeld.

FASE	BETREFT	WANNEER
Fase 1	Begin bouw 1e groepswoning en aanleg tuin voor 1e groepswoning, aanleg parkeerplaatsen, aanplanting terrein.	Tweede helft 2025
Fase 2	Begin bouw 2e groepswoning en aanleg tuin voor 2e groepswoning.	2026
Fase 3	Ontwikkeling buitenterrein en bouw 10 lodges.	2027
Fase 4	Doorontwikkeling overige 10 lodges.	2028

De start van de tijdsfasering is afhankelijk van het moment van besluitvorming door de gemeente.

LOKAAL ONDERNEMERSCHAP

We hebben veel vertrouwen in de ondernemers. Er is, op basis van onze beoordeling, sprake van een gedreven echtpaar met hart voor de gastvrijheidssector, kennis van doelgroepen en ervaring met organiseren, passend bij de ontwikkeling van een park met groepsaccommodatie. Een belangrijk aspect hierbij is het stimuleren van lokaal ondernemerschap.

Wat bedoelen we daarmee?

Onder de noemer ‘Creating Equitable Destinations’ heeft de Travel Foundation een onderzoek gedaan naar de wijze waarop ‘tourism destinations’ bijdragen aan de lokale economie, de lokale omgeving en de lokale gemeenschap. Het komt erop neer dat de economische voordelen van veel toeristische ontwikkelingen niet altijd terechtkomen in de regio waar de ontwikkeling plaatsvindt, maar ‘weglekken’ naar de hoofdkantoren van ontwikkelaars, hotels, private equity fondsen of andere partijen. Voor aanleg, onderhoud, management en beheer worden bovendien niet altijd partijen benaderd die lokaal/regionaal gevestigd zijn. Als gevolg hiervan lekt soms wel 50 tot 80% van het economische ‘profijt’ van een toeristische ontwikkeling weg uit de regio waar de ontwikkeling plaatsvindt (Bron: rapportage ‘Creating Equitable Destinations’ (the Travel Foundation)). Ook in Limburg kennen we dergelijke ontwikkelingen (vooral bij hotels, bungalowparken en chaletparken). De combinatie van een ongewenste ontwikkeling op een ongewenste locatie en het gebrek aan lokale inbedding maakt dat overheden soms huiverig zijn nieuwe ontwikkelingen toe te staan.
Bij dit project is echter het tegenovergestelde het geval. Er is geen sprake van ‘economic leakage’, maar van een ‘balanced economy’: het betreft een lokaal initiatief dat wordt gebouwd en aangelegd door een lokale ondernemer. Het beheer en onderhoud wordt door de initiatiefnemers zelf ingevuld. De middelen die verdiend worden, blijven in de regio en verdwijnen niet naar een hoofdkantoor elders in Nederland of daarbuiten.

Lokaal ondernemerschap als regionale versterker

Paul en Agata Wolters zijn twee Limburgse ondernemers met diepe wortels in Roerdalen. Wat zij realiseren op Etsberg 18 is geen optelsom van accommodaties. Het is een plek waar visie, vakmanschap en verbondenheid samenkomen. Ze bouwen aan een locatie met karakter en blijvende waarde – sociaal, economisch en ecologisch.

Paul Wolters is een man van het land. Biologisch fruitteler, gespecialiseerd in snoeiwerk en irrigatiesystemen, en altijd gericht op harmonie tussen mens en natuur. Hij is ook een maker van duurzame meubels, keukens en interieurs – stijlvol en functioneel. Zijn woning op Etsberg 18 heeft hij eigenhandig gerenoveerd, met behoud van historische uitstraling en toepassing van moderne technieken. Zijn vakmanschap is tastbaar. Hij is medeoprichter van het merk Belle Bio, dat staat voor biologische kwaliteit en regionale trots. Met dit merk worden eerlijke producten uit eigen bodem op de kaart gezet, versterkt hij de korte keten en draagt hij actief bij aan regionale voedselzekerheid. Paul begeleidt mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, biedt stageplekken aan jongeren en zorgt dat medewerkers zich welkom voelen. Velen keren jaarlijks terug en brengen anderen mee. Werken met Paul betekent samenwerken met aandacht, vertrouwen en plezier.

Agata Wolters versterkt het plan met haar kennis van gastbeleving, communicatie en samenwerking. Met ervaring in marketing en doelgroepgericht werken, zorgt zij voor een beleving die past bij het Nationaal Park Nieuwe Stijl: rust, kwaliteit en verbinding. Ze onderhoudt contact met collega-ondernemers, volgt marktontwikkelingen en vertaalt die naar concrete samenwerking op locatie. Daarnaast zet zij marketingstrategieën op en ontwikkelt zij educatieve programma's en passend aanbod voor diverse doelgroepen.

Samen bouwen Paul en Agata aan een project dat niet alleen economisch, maar ook sociaal en ecologisch waardevol is. Ze werken met lokale partijen, bieden werkgelegenheid en dragen actief bij aan de leefbaarheid van de regio.
Elke euro die hier verdiend wordt, blijft in Limburg. En elke samenwerking zorgt ervoor dat ook andere ondernemers in de regio meeprofiteren. Dit plan leeft. Dit klopt. Dit verbindt.

De ondernemer is zich er van bewust dat het plan alleen slaagt als er sprake is van hoge kwaliteit qua accommodaties (materialen en inrichting) en aankleding van het terrein. Voor middelmatigheid is geen markt meer te vinden. De ondernemer wil dat ook niet. Een bezoek aan de locatie en de woning van de ondernemer laat meteen zien dat hier geen risico's te verwachten zijn. In het plan uit 2024 zijn op het verzoek van de ondernemer sfeerbeelden opgenomen die een duidelijke indruk geven van het onderscheidend vermogen en de kwaliteit.

Aan de totstandkoming van de huidige richting is een zorgvuldig en intensief traject voorafgegaan, met tal van gesprekken met de ondernemer zelf, brainstormsessies met andere ondernemers en adviseurs, evenals gerichte bezoeken aan vakbeurzen en voorbeeldbedrijven, zowel in Nederland als daarbuiten.
De koers is helder en goed onderbouwd; wat volgt is een verdere verfijning en uitwerking binnen een stevig fundament dat al staat. Ook bij de verdere invulling wordt de tijd genomen die nodig is.

Zowel de groepsaccommodaties als de lodges hebben van buiten een stoere, maar ingetogen uitstraling met bijvoorbeeld gevels van hout, Cortenstaal of kunststof met aardse kleuren (bruin- of grijstint). Het interieur ademt comfort en karakter, met veel daglicht, eerlijke materialen en kleine ontdekkingen – zoals een kaart met lokale wandelroutes aan de muur of een koffie nis met duurzame streekproducten.

Referentiebeelden, uitsluitend ter inspiratie:

Voor de groepsaccommodatie:
https://www.groepsaccommodatie.nl/nl/vakantiehuizen/16-personen-6-slaapkamers-Afferden-Bergen/2318



Voor de lodges:
https://www.soofretreats.nl/duurzame-recreatiewoningen



We verwachten dat de groepsaccommodaties en lodges op deze locatie vaak in het geheel zullen worden verhuurd, zeker buiten de schoolvakanties. Daarmee vormen ze juist een waardevolle aanvulling op het bestaande aanbod.

In het plan uit 2024 is volop ingegaan op het onderscheidend vermogen, de hoge kwaliteit en de optimale landschapsbeleving. Dit is inherent aan het plan en zal straks ook terug te zien zijn in de afwerking.

Alle verslagen van participatiemomenten (als onderdeel van de omgevingsdialoog) zijn opgenomen in het plan uit 2024.

INZICHT IN DE TERM ECOLODGES

Een ecolodge is in onze optiek, en die van de ondernemer, een milieuvriendelijke accommodatie die is ontworpen met respect voor de natuur en duurzaamheid als uitgangspunt. In plaats van traditionele vakantiewoningen of chalets, zijn ecolodges veelal gebouwd met natuurlijke of gerecyclede materialen en maken ze vaak gebruik van hernieuwbare energiebronnen, zoals zonnepanelen of warmtepompen. Kenmerken van ecolodges op een recreatieterrein zijn verder bijvoorbeeld:

- Energiezuinigheid: gebruik van zonne-energie, Ledverlichting en goede isolatie.
- Waterbesparing: bijvoorbeeld door regenwateropvang of waterbesparende douches en toiletten.
- Duurzaam bouwen: gemaakt van hout, leem of andere ecologische materialen.
- Natuurlijke inpassing: ze worden zo geplaatst dat ze minimale impact hebben op het landschap en lokale flora en fauna.
- Waterafvoer en -infiltratie: toepassing van een wadi (water afvoerende en -infiltrerende voorziening) voor een natuurlijke verwerking van hemelwater.

Samengevat bieden ecolodges een comfortabele en onderscheidende natuurbeleving, waarbij gasten niet alleen ontspannen, maar ook actief bijdragen aan natuurbehoud en milieubewust verblijven.

De ondernemer houdt zich vanzelfsprekend aan de bouwregels die door de gemeente Roerdalen zijn vastgesteld. Dit biedt naar verwachting voldoende houvast voor de provincie Limburg. Voor de groepsaccommodaties geldt bovendien dat er geen nieuwe gebouwen worden opgericht; deze worden gerealiseerd binnen de bestaande bebouwing.

INZICHT IN DE BEOOGDE DOELGROEPEN EN LEEFSTIJLEN

In onderstaande overzicht geven we de belangrijkste doelgroepen aan waarbij we de relatie leggen met de accommodatie en de reden van bezoek.

DOELGROEP	ACCOMMODATIE	WAT KOMEN ZE DOEN?
Gezinnen en Families (schoolvakanties, weekends, feestdagen) • Sfeergevoelig • Comfort & kwaliteit • Duurzaam • Lokale beleving • Esthetisch bewust • Kindvriendelijk • Natuur & rust	Ecolodges B&B-kamers	Kwaliteitstijd met het gezin doorbrengen in een natuurrijke omgeving. Genieten van rust, buitenactiviteiten, wandelen, fietsen en lokale beleving. Vakantie met comfort en een duurzame insteek (ecolodges). Gezinsuitjes in schoolvakanties, gericht op kleinschalige kindvriendelijke voorzieningen.
Vriendengroepen / Familieweekenden • Actief maar ontspannen • Buiten zijn • Gezelligheid • Samen koken & delen • Groepsmomenten • Afwisseling • Vrijheid met comfort	Groepsaccommodaties	Samenkomen voor een familieweekend, vriendenuitje of jubileum. Gezelligheid, samen koken, buitenactiviteiten en ontspanning. Een plek met voldoende ruimte en privacy, maar ook gezamenlijke leefruimtes.
Koppels of solo-reizigers **(door het jaar heen, vooral doordeweeks)** • Rustzoekers • Reflectie & bezinning • Natuurverbonden • Kleinschalig • Inspiratie • Digitale detox • Romantisch of individueel	B&B-kamers Ecolodges (voor rustzoekers)	Korte vakanties, wandel- of fietstochten, digitale detox. Romantisch weekendje weg of individuele rust en reflectie. Comfort en gastvrijheid in een natuurlijke omgeving.

In de sector wordt veel gewerkt met het leefstijlenmodel. De relatie tussen bovenstaande doelgroepen en de leefstijlen is niet gemakkelijk, maar het geeft wel houvast bij de keuzes die je uiteindelijk maakt als ondernemer bij het verfijnen van het concept.

In het plan uit 2024 hebben we al aangegeven dat er binnen het beoogde concept volop mogelijkheden zijn voor de Stijlzoeker, Inzichtzoeker en de 'light' Avontuurzoeker. Deze doelgroepen sluiten goed aan bij de aard van het aanbod en de beoogde sfeer. In de verdere uitwerking, waaronder PR en marketing, wordt hier actief op gestuurd. Verdere verdieping nemen we graag mee in een later stadium, indien gewenst.

Aanvullend wordt de vraag nu gesteld wat er in deze regio al voor alle leefstijlen aan verblijfsaccommodatie beschikbaar is (of juist niet). Om hier een goed antwoord op te kunnen geven, is eigenlijk een grootschalig onderzoek nodig. In ons plan uit 2024 verwijzen we hiervoor naar de (nog actuele) Visie Recreatie en Toerisme Midden-Limburg, waarin staat weergegeven dat de regio zich kenmerkt door een hoge mate van rustig groen (rechterzijde bestaand leefstijlenmodel). Dit is onveranderd. Wel hebben nieuwe ontwikkelingen zoals Huttopia laten zien dat opschuiven naar de linkerzijde van het leefstijlenmodel mogelijk is. Dit plan en concept voorzien daar in.

VISIE OP VRAAG EN AANBOD (IN DE REGIO)

In het plan uit 2024 is uitgebreid stilgestaan bij vraag en aanbod in de regio, inclusief een vergelijking met campings. Dat was bedoeld om het onderscheidend vermogen van het concept te onderbouwen. Nu ligt de focus scherper op het relevante impactgebied.

Impactgebied: lokaal en verdedigbaar afgebakend

De provincie Limburg verwijst naar de gemeente en direct aangrenzende gemeenten, inclusief het nabijgelegen buitenland. Wij sluiten hierbij aan, met een helder gedefinieerd impactgebied: Roerdalen, Echt-Susteren, Roermond en Beesel. Dit is verdedigbaar gezien de schaal van het initiatief, de doelgroep en de verbinding met het Nationaal Park Nieuwe Stijl.

Beleidskader: volledig Nederlands en lokaal verankerd

Het initiatief bevindt zich volledig op Nederlands grondgebied en past binnen het geldende beleidskader. Hoewel voorzieningen in Duitsland geografisch dichtbij liggen, zijn ze inhoudelijk niet relevant als referentie: Duitse campings richten zich op traditioneel kamperen – grootschalig, met jaarplaatsen, relatief eenvoudige lodges en een drukke setting. Ons concept staat daar haaks op: kleinschalig, duurzaam en gericht op rust, natuurbeleving en persoonlijke ruimte.

Onderscheidend concept: vertragen, verbinden, beleven

Gasten kiezen hier bewust voor een plek waar ze kunnen vertragen, tot rust komen en in verbinding staan met de natuur. Het voedselbos op het terrein versterkt deze ervaring: een plek van verstilling, ontdekken en genieten van natuurlijke rijkdom. Recreatieve voorzieningen in de regio – zoals het dagstrand, de waterskibaan en restaurants – bieden optionele afwisseling zonder afbreuk te doen aan het rustige, onderscheidende karakter van het verblijf.

Enerzijds hebben we het over groepsaccommodaties en anderzijds over lodges.

Wat we straks verwachten is dat de groepsaccommodaties ook vaak verhuurd worden inclusief alle of enkele lodges. De ontwikkeling van de vraag voor dit totaalconcept kan daarbij op twee manieren worden benaderd:

Optie 1: Vraag vanuit groepen (geen relatie met traditioneel vakantiegedrag).

Denk hierbij aan de volgende groepen en/of activiteiten.

- Conferenties en seminars voor bedrijven, verenigingen of netwerken die kennis willen delen in een inspirerende omgeving met als kern overnachtingen op de locatie.
- Verblijfs- en overnachtingsmogelijkheden voor groepen, inclusief faciliteiten voor trainingen en workshops, zoals trajecten voor persoonlijke ontwikkeling op zowel privé- als zakelijk vlak
- Gezondheids- en welzijnsmidweken; denk aan Yoga- en meditatie retreats, groepen die ontspanning, mindfulness en innerlijke balans zoeken in een rustgevende omgeving.
- Wellness weekenden; denk daarbij aan detox-retraites, spa-arrangementen of persoonlijke groeitrajecten.
- Creatieve, artistieke of educatieve midweken.
- Religieuze of spirituele midweken; denk aan kerkgemeenschappen, boeddhistische retraites of andere bezinningsgroepen.
- Reünies en vriendengroepen, voor speciale gelegenheden buiten de drukke vakantieperioden.
- Verjaardagen en jubilea; mensen die in stijl een speciale gebeurtenis willen vieren, maar wederom met overnachting als basis.

Op basis van onze eigen ervaring zijn de accommodaties die hun aanbod hierop richten bijna elk weekend jaarrond verhuurd. We verwachten dat ook de midweken stevig gevuld kunnen worden met boekingen. In de afgelopen maanden hebben we meerdere groepsaccommodaties in Midden-Limburg bezocht.

We zien geen risico's op het gebied van bezetting voor deze accommodaties. Onze conclusies baseren we op:

GEMEENTE	LOCATIE
Gemeente Roerdalen	• Holsterhof • Koningshof de Klaproos
Gemeente Roermond	• Groenslaperij Cornelishof • Eind 6 • La Grange Baxhof • Huisje Merum • Groepsaccommodatie Blankwater
Gemeente Beesel	• Klerkenhof
Gemeente Echt-Susteren	• In de Bandert

Het zijn allemaal separaat gelegen groepsaccommodaties die geen dergelijk onderscheidend en compleet concept aanbieden.

Optie 2: Vraag vanuit groepen (relatie met traditioneel vakantiegedrag).

Behalve de vraag te duiden op basis van marktkansen en trends kan de vraag ook afgeleid worden van de verwachte vakantieontwikkelingen in Nederland. Het is en blijft immers een recreatiebedrijf dat straks uitermate geschikt is voor traditioneel vakantievierende gasten. De vraaganalyse is wezenlijk anders als straks de ecolodges apart in de markt worden gezet. In dat geval dient veel meer gekeken te worden naar de verwachte vakantie-ontwikkelingen in Nederland. Het Nationaal Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) publiceert tweemaal per jaar een prognose voor het verblijfstoerisme. Hieronder is de eerste opgenomen voor 2025. Onderstaande passage komt van de website van het NBTC.

Het Nederlands verblijfstoerisme groeit naar verwachting met 2,5% in 2025, t.w. verblijfsgasten uit binnen- en buitenland. Deze groei is aanzienlijk lager dan het gemiddelde van 5% per jaar voor de periode 2012-2019. In totaal komen er naar verwachting wel 1,3 miljoen gasten bij. De belangrijkste bevindingen op een rij:

Binnenlands verblijfstoerisme
Voor 2025 verwachten we een groei van ongeveer 1%, waarmee het aantal binnenlandse verblijfsgasten uitkomt op ruim 30 miljoen. Vakantie in eigen land blijft populair, vooral bungalowparken blijven in trek.

Inkomend verblijfstoerisme
Het aantal internationale verblijfsgasten stijgt naar verwachting met 4,3% tot 22 miljoen. De groei wordt vooral gedreven door herstel vanuit het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten. Voor andere herkomstlanden zwakt de groei af door concurrentie en hoge prijzen in Nederland.

Ondanks een lichte groei van 1% blijft de toename marginaal. Wij adviseren daarom om in te zetten op een robuust en toekomstbestendig concept, waarbij de gehele locatie, inclusief alle accommodaties, integraal wordt verhuurd als groepsaccommodatie. Dit model biedt de mogelijkheid om zowel doelgroepen zonder directe affiniteit met traditioneel vakantiegedrag, als groepen die hier juist wel op aansluiten, effectief te bedienen.
Op deze manier ontstaat er een duurzaam en schaalbaar verhuurmodel dat inspeelt op bredere maatschappelijke en recreatieve behoeften.

GEMEENTE	LOCATIE
Gemeente Roerdalen	• Posterbos • Landgoed Aerwinkel
Gemeente Roermond	• 't Parcje (in ontwikkeling)
Gemeente Beesel	• Lommerbergen
Gemeente Echt-Susteren	• Europarcs Hommelheide Susteren

Het zijn allemaal andere concepten die nauwelijks concurreren met het beoogde concept op de Etsberg. Binnen de schaal en aard van dit initiatief achten wij een volledige inventarisatie van losse vakantiewoningen in de regio niet proportioneel en in dit stadium beperkt relevant. Tegelijkertijd erkennen wij het belang van een zorgvuldig afwegingskader en stemmen we hierover graag verder af indien gewenst. We hebben meer dan voldoende vertrouwen in de marktruimte voor het concept, al is het alleen maar vanwege de stijging van het aantal inwoners in Nederland, de verwachte stijgende vakantieparticipatie en de verwachte stijgende vakantiefrequentie. Een zorgvuldige fasering en het continu afstemmen op marktontwikkelingen zijn daarbij cruciaal, zeker voor ondernemers die nieuw zijn in deze sector.

MARKTRUIMTE

De provincie Limburg heeft aandacht voor de vraag in hoeverre deze ontwikkeling invloed kan hebben op bestaande verblijfrecreatiebedrijven in de regio.

Deze ontwikkeling vormt naar ons oordeel geen bedreiging voor bestaande verblijfrecreatiebedrijven en zal, mits zorgvuldig gepositioneerd, niet leiden tot leegstand elders. Integendeel, het initiatief biedt een hoogwaardige en onderscheidende aanvulling op het bestaande aanbod in de regio. Een belangrijke voorwaarde daarbij is de afstemming op passende doelgroepen en leefstijlen, waarin de initiatiefnemer zich actief laat begeleiden.
Het is bovendien van belang dat, bij de beoordeling van de balans tussen vraag en aanbod, het volledige toeristische ecosysteem wordt meegenomen. Daarbij spelen onder meer de volgende overwegingen een rol:

- Wat maakt de gemeente Roerdalen aantrekkelijk als toeristische bestemming, los van het type accommodatie?
- Hoe wordt het imago van de regio ervaren, en sluit dit aan bij de gewenste doelgroepen?
- Welke kansen biedt de omliggende natuur als onderscheidende kwaliteit?
- Hoe is het gesteld met het culinaire aanbod en de regionale evenementen in relatie tot de beoogde bezoekers?

Vanuit dit bredere perspectief biedt het initiatief duidelijke meerwaarde. Deze locatie biedt een uitzonderlijk hoge natuurbeleving per vierkante meter, wat binnen de regio een onderscheidend karakter geeft. Het versterkt het toeristisch profiel van de regio door in te spelen op de groeiende behoefte aan rust, ruimte, kwaliteit en authenticiteit — met de natuur als onderscheidende luxe.

Het voorgestelde concept is dus zeker geen concurrentie voor bestaande aanbieders, maar een waardevolle aanvulling op het toeristische ecosysteem. Het richt zich op een andere, meer bewuste doelgroep en draagt bij aan seizoenspreiding, differentiatie en kwaliteitsverhoging. Daarbij wordt actief samengewerkt met lokale ondernemers – op het gebied van streekproducten, catering, activiteiten en beleving – waardoor ook de lokale economie structureel meeprofiteert.

Feitelijk stellen wij dat zowel een onderscheidend concept als een onderscheidende regio nieuwe vraag kan genereren. Die vraag laat zich niet eenvoudig bepalen door het optellen van locaties, bedden en bezettingscijfers en deze één-op-één te koppelen aan de marktvraag. Toerisme en recreatie zijn complexe sectoren, waarin beleving, omgeving en aanbod in samenhang de waarde en aantrekkelijkheid bepalen.

De gastbeleving wordt gevormd door heel veel partijen en elementen. Denk hierbij aan landschapstypen, actieve natuurbeheerders, landgoed, erfgoed, winkeliers, watersportverhuurders, horeca, fietsverhuurders et cetera.
In deze vitale toeristisch-recreatieve regio, vormen de omgeving, accommodaties en dagrecreatie-organisaties een organische eenheid. Ze versterken elkaar en zijn zelfs onderling afhankelijk van elkaar.
Samen vormen zij de waarde voor de toerist.

Marktruimte is geen statisch gegeven, maar een dynamisch fenomeen dat wordt beïnvloed door diverse factoren, zoals economische ontwikkelingen, demografische trends en ruimtelijke veranderingen. De komst van nieuwe voorzieningen, zoals economische bedrijvigheid, een ziekenhuis of een attractiepark, kan de toeristische vraag in een gebied aanzienlijk beïnvloeden. Ook internationale ontwikkelingen, zoals een pandemie of veranderend reisgedrag door veiligheidsoverwegingen, spelen hierin een belangrijke rol.

De toekomstige marktruimte is onlosmakelijk verbonden met het bredere toeristische ecosysteem.
En omgekeerd: het toeristische ecosysteem wordt mede gevormd door het aanbod van verblijfsrecreatie in een gebied.

Dit plan is niet enkel een ondernemersinitiatief, maar sluit nauw aan bij de bredere beleidsdoelen van zowel de gemeente Roerdalen als de provincie Limburg. Het draagt bij aan duurzame gebiedsontwikkeling, spreiding van toerisme, versterking van de lokale economie en behoud van landschappelijke kwaliteit. In die zin beschouwen wij deze ontwikkeling als een gezamenlijke investering in een toekomstbestendige regio.

Het creëren van onderscheidend, toekomstbestendig aanbod, zoals voorgesteld in dit plan, draagt actief bij aan het versterken van dat ecosysteem. Niet door meer van hetzelfde toe te voegen, maar door kwaliteit, diversiteit en aansluiting op nieuwe leefstijlen en behoeften te bieden.

Deze benadering sluit aan bij de koers van de Provincie Limburg: kwaliteit boven kwantiteit, met oog voor duurzame groei en gebiedsversterking.
Wij zien dit initiatief als een waardevolle bijdrage aan de gezamenlijke ambities van provincie en gemeente op het gebied van duurzame gebiedsontwikkeling, spreiding van toerisme en versterking van de regionale economie. Graag blijven wij hierover in gesprek, zodat we samen kunnen zorgen voor een zorgvuldig ingepaste en beleidsmatig gedragen ontwikkeling.

THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY

Boven de Wolfskuil 3
6049 LX ROERMOND

www.leisurebrains.nl

Leisurebrains | THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY