'T HÖFKE
BUITENGOED









# PROJECTBESCHRIJVING BUITENGOED ’T HÖFKE’

*‘Natuurlijk genieten op de Etsberg’*

*Versie juli 2024*

# INHOUDSOPGAVE


**1. INLEIDING ..... 2**

**2. PROJECTBESCHRIJVING ..... 3**

*2.1 De ondernemers ..... 3*

*2.2 De locatie ..... 6*

*2.3 De gewenste ontwikkeling in een notendop ..... 8*

*2.4 Het product ..... 9*

*2.5. De doelgroep ..... 17*

**3. MARKTRUIMTE ..... 19**

*3.1 Inleiding ..... 19*

*3.2 Conclusie ..... 20*

**4. TOETSING AAN BESTAAND BELEID ..... 22**

*4.1 Provinciaal beleid ..... 22*

*4.2 Regionaal beleid ..... 24*

*4.3 Gemeentelijk beleid ..... 25*

**5. PARTICIPATIE ..... 28**

**6. ECONOMISCHE ONDERBOUWING ..... 29**

**7. TIJDSFASERING ..... 30**

**BIJLAGEN ..... 31**

*Achtergronden marktonderbouwing ..... 31*

*Brief omwonenden d.d. 12 december 2020 ..... 49*

*Brief omwonenden d.d. 6 januari 2021 ..... 50*

*Brief omwonenden d.d. 15 september 2021 ..... 51*

*Brief omwonenden d.d. 26 oktober 2023 ..... 52*

*Verslag informatieavond d.d. 30 november 2023 ..... 55*

# 1. INLEIDING

Het toekomstige buitengoed ’t Höfke ligt op de Etsberg (Limburgs: Ètsberg). Etsberg betreft een buurtschap in Nederlands Limburg, gemeente Roerdalen. Het ligt tussen Vlodrop en Rothenbach. Ten oosten van Etsberg staat de Gitstappermolen, een watermolen uit 1377.

Vlodrop ligt in de Roerdalslenk en op het middenterras van de Maas, op een hoogte van ongeveer 30 meter. De kern ligt direct ten westen van de Roer. Ten noordoosten van Vlodrop ligt het Nationaal Park De Meinweg met uitgestrekte bossen en heidevelden. De hoogte van dit gebied loopt op tot boven de 80 meter. In het nabije Duitsland zet zich dit voort in het Effelder Wald. Ten noorden van Vlodrop ligt het gebied Turfkoelen en verder liggen er nog vochtige natuurgebiedjes in het Roerdal. De Rothenbach (of Roode Beek) komt vanuit het oosten, is deels grensrivier en mondt ter hoogte van Etsberg uit in de Roer.

De eigenaren Paul en Agata Wolters runnen momenteel een biologisch fruitbedrijf en zijn actief in de interieurbouw.
Ze denken na over hun toekomst op deze locatie. Het perceel is nu nog ingericht met fruitbomen. Bestemming agrarisch, intensieve veehouderij.

Ze hebben het plan om de locatie de komende jaren te ontwikkelen (via geleidelijke transitie) tot een volwaardig recreatiebedrijf. Het betreft dus niet alleen een wijziging qua bestemming, maar ook qua ondernemerschap.

Het oorspronkelijke plan uit 2020 is enkele keren bijgesteld op basis van de opmerkingen die reeds zijn gemaakt door:

- Gemeente Roerdalen
- Waterschap Limburg
- Provincie Limburg
- Reactie omwonenden

# 2. PROJECTBESCHRIJVING

## 2.1 De ondernemers

Paul en Agata zijn geen doorsnee ondernemers. Ze zijn zich bewust van hun omgeving en hun bijdrage aan de maatschappij. Zo exploiteren ze momenteel een biologisch appelbedrijf onder de naam http://www.woltersekofruit.nl/.

Wolters Eko Fruit is een biologisch fruitbedrijf, op de grens van Nederland en Duitsland, in het bij Vlodrop behorende Etsberg. Wolters Eko Fruit teelt appels en peren met oog voor de mens, milieu en natuur. Wolters Eko Fruit produceert een select assortiment appel- en perenrassen, variërend in smaak van friszuur tot aromatisch en zoet. Voor iedere smaak een bijpassende appel of peer dus. De biologische appels en -peren van Wolters Eko Fruit zijn geteeld door gedreven fruittelers met liefde voor het vak. En dat proef je….



*Paul en Agata en hun gezin*



*De biologische appel De BelleBio*

Zie in dit kader ook de samenwerking binnen het collectief Belle bio: https://www.bellebio.nl/.

Tevens runnen ze een kleinschalig interieurbouwbedrijf. Dit betreft een nevenfunctie met beperkte omvang welke is ontstaan door het uitvoeren van een hobby. Paul Wolters is daarbij gespecialiseerd in het ontwerpen, produceren en inbouwen van maatwerk keukens, inloopkasten, schuifdeuren en badkamermeubels. Paul Is helemaal op zijn plek in zijn timmermanswerkplaats. Hij heeft een scherp timmermansoog en zijn handen kunnen maken wat zijn ogen zien. Hij levert altijd maatwerk en geniet ervan om mooie oplossingen te vinden voor moeilijke projecten.



*Paul Wolters*

Tenslotte biedt de locatie een mogelijkheid om binnen de bestaande voormalige bedrijfsbebouwing spullen op te slaan. Met deze kleinschalige nevenactiviteit kan de gewenste ontwikkeling worden bekostigd.

Op de website is te lezen: “Veilige, droge en voordelige opslagruimtes in alle soorten en maten.
Voorraad of inboedel opslaan? Een oldtimer stallen? Of wil je voor korte termijn meubels of voorraad opslaan?
Bij ’t Höfke kun je rekenen op een veilige, droge en schone opslag. Wij zijn ook nog eens zeer flexibel en voordelig.
’t Höfke opslag is gevestigd in Vlodrop. Wij verhuren afgesloten individuele opslagboxen (al dan niet self storage).
Je krijgt een sleutel en kunt 7 dagen per week bij je spullen of je kunt gebruik maken van onze voordelige gezamenlijke loods. Onze opslagruimtes zijn bij ons aan huis en worden goed bewaakt.”

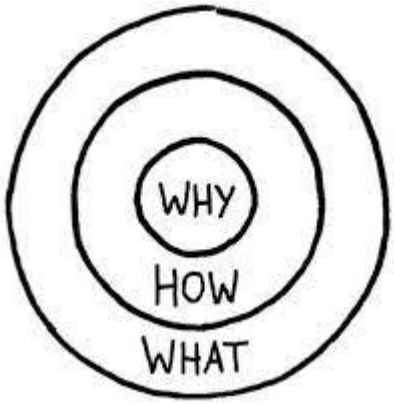


*Stalling van oldtimers, voorraad of inboedel*

Waar Paul vooral gaat voor het vakmanschap is Agata als een vis in het water met betrekking tot klantcontact en externe oriëntatie. Samen vormen ze een team dat staat en gaat voor een nieuwe uitdaging. Ze gaan daarbij niet over een nacht ijs, maar zoeken naar een gedegen aanpak die net als bij het fruitbedrijf over een lange periode zijn vruchten afwerpt.

### Het waarom achter de transitie naar Toerisme en Recreatie

Uniciteit, onderscheidend vermogen, toegevoegde waarde. Allemaal begrippen die volgens ons bij de ondernemer beginnen. Waar staat de ondernemer voor en waar gaat hij voor? Elk bedrijf beschikt ook over een visie. Waar de missie aangeeft waar het bedrijf voor staat, geeft de visie aan waar het bedrijf voor gaat. Welke bijdrage wil men leveren? Wat is de grote droom die men wil verwezenlijken? Een visie zorgt voor onderscheid, scherpte en richting.  Als voorbeeld hieronder de Golden Circle van Sinek. Een model voor de positionering van een merk, product of dienst. Positioneren is daarbij kort gezegd het creëren van onderscheid en relevantie.




Paul en Agata staan voor eerlijk en sociaal ondernemen in relatie tot de omgeving. Samengevat is de WHY van de ondernemer:

“Wij willen gasten kennis laten maken met het leven in Limburg op een wijze die aansluit bij de verwachting van de gast en die harmonieert met de levenswijze van de inwoners van Etsberg.”

“De vakanties die hier doorgebracht worden, hebben een positief effect op de (be)leefbaarheid van de gast, maar zeker ook op de leefbaarheid van de inwoners in de gemeenschap Etsberg. Denk bijvoorbeeld aan werkgelegenheid.”

“We zien het verblijf op buitengoed ’t Höfke als een feest dat we samen met onze gasten willen vieren, vanuit dankbaarheid voor wat de omgeving ons te bieden heeft.”

## 2.2 De locatie

't Höfke betreft een historische aanduiding voor de bestaande boerderij die in 1820 is gebouwd en al honderd jaar in de familie is. De locatie ligt aan de Nederlands Duitse grens, nabij de Effelder Waldsee en de Rode Beek route. Het is een prachtige omgeving. De Roer meandert er naar lieve lust en de tijd lijkt er werkelijk te hebben stilgestaan.



*De Roer*

Zie in dat kader ook: https://www.wa-wa-we.eu/nl/routes/schwalmbruch/index.html

De kracht van de locatie ligt in de verbinding met de omgeving. Om die reden wordt ervoor gezorgd dat het toekomstige buitenhof optimaal landschappelijk wordt ingepast en er open verbindingen ontstaan naar de omgeving. Dus geen Heras hekwerken en slagbomen. Op onderstaande overzichtskaart is de huidige locatie en bestemming te zien. We onderscheiden voor de leesbaarheid de volgende percelen en gebouwen.

| Betreft | Actueel gebruik | Oppervlakte/ afmetingen bij benadering |
|---|---|---|
| Perceel A | Fruitboomgaard | 0,4 HA |
| Perceel B1 | Fruitboomgaard | 2,31 HA |
| Perceel B2 | Fruitboomgaard | 0,67 HA |
| Perceel C | Fruitboomgaard | 0,3 HA |
| Perceel D | Fruitboomgaard | 1,25 HA |
| Perceel E | Fruitboomgaard | 2,64 HA |
| Perceel F | Fruitboomgaard | 2,08 HA |
| Gebouw 1 | Woning | 400 vierkante meter |
| Gebouw 2 | Opslag en werkplaats | 720 vierkante meter |
| Gebouw 3 | Opslag | 700 vierkante meter |
| Gebouw 4 | Opslag | 370 vierkante meter |


A
B1
1
2
3
4
C
B2
D
E
F

## 2.3 De gewenste ontwikkeling in een notendop




De kaart is opgenomen in een separaat landschapsplan.

## 2.4 Het product

Bij de onderdelen beleving en betekenis zoomen we in op het onderscheidend vermogen en de toegevoegde waarde. In het algemeen kan worden gesteld dat dit plan kans van slagen heeft als het zeer hoogwaardig wordt uitgevoerd, met zeer veel belevingselementen, en daardoor ook een nieuwe doelgroep aantrekt.

**Ecolodges**



*De ecolodges*





Exclusiviteit en het onderscheidend vermogen op deze locatie zullen bepalend zijn voor het laten slagen van het plan. We willen dan ook niet gaan voor maximalisatie, maar optimalisatie. Waar elders al snel gerekend wordt met 25 tot 30 verhuureenheden per hectare, stellen wij voor te kiezen voor de plaatsing op dit perceel (3,2 hectare) van maximaal 20 ecolodges.

Elke lodge wordt zo gesitueerd dat iedereen niet alleen volop kan genieten van de ruimte, het uitzicht en de omgeving, maar ook niet het idee heeft in een (druk) vakantiepark te zijn. Door de aanleg van hagen, singels en het planten van (fruit)bomen, ontstaat er een rustieke setting waarin de gebruikers van de lodges geen zicht op elkaar hebben. Sanitair is inpandig. De lodges krijgen verschillende nader te bepalen afmetingen waarbij de 2-persoonslodges (senioren, fietsers, wandelaars) wat meer comfort bieden en de 4 tot 8 persoons lodges wat meer ruimte bieden (voor gezinnen of kleine groepen). Het aantal slaapplaatsen van alle ecolodges samen bedraagt in totaal maximaal 120.

**Bed & Breakfast**



*De B&B ruimtes*

*De B&B-kamers worden gesitueerd in gebouw 1*

Er wordt daarbij uitgegaan van 4 B&B-kamers voor 2 tot 4 personen, van alle gemakken voorzien. Het gaat dus ook weer om de kleinschaligheid, luxe en het comfort te waarborgen.
Elke kamer krijgt eigen sanitair. Er komt een gemeenschappelijke eetruimte en de mogelijkheid om buiten in de tuin bijvoorbeeld gebruik te maken van het terras.

## Groepslodges

*De groepslodges worden gesitueerd in gebouw 2.*



*De groepslodges*





De bestaande loods die hiervoor wordt getransformeerd is 720 vierkante meter groot. Op basis van ervaringen elders zou een recht toe/recht aan accommodatie gemakkelijk 90 mensen kunnen herbergen.

Gezien de exclusiviteit stellen we voor 2 groepslodges te realiseren, geschikt voor ieder maximaal 20 personen, combineerbaar. De groepsaccommodaties zijn bedoeld voor de doelgroepen: avontuurzoekers, inzichtzoekers en/of stijlzoekers. Hier wordt in paragraaf 2.5 nader op ingegaan.

### Parkeerplaatsen

Deze zijn voldoende opgenomen in het landschapsplan. Het betreft de centrale parkeerplaats in relatie tot de verblijfsrecreatie. Daarnaast is, indien noodzakelijk, een overloop parkeerplaats aanwezig.

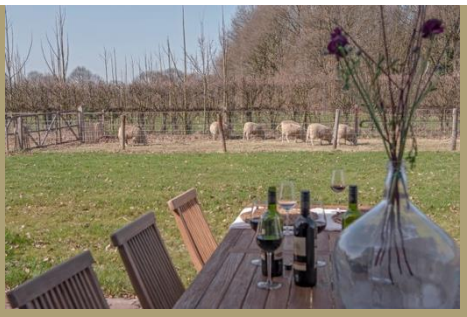


*De parkeerplaatsen*

## Belevingselementen

*Hieronder zijn voorbeelden opgenomen van belevingselementen die we voor ons zien op het terrein. .*



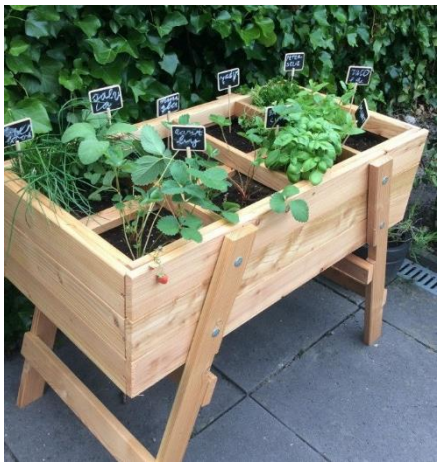














De gehele locatie moet beleving uitademen. Zie bovenstaande foto’s voor enkele impressies.

### Voedselbos

Zie voor de exacte locatie het landschapsplan.



*Het voedselbos*





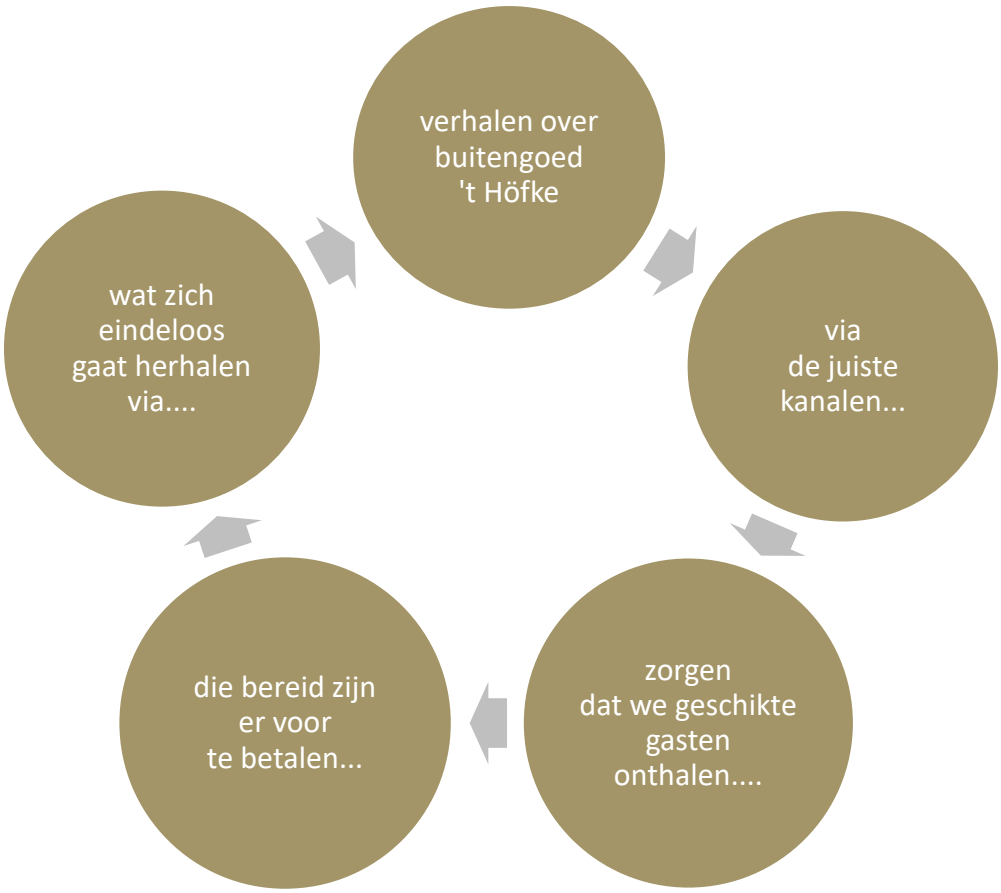
Dit idee sluit ook aan bij het plan van de provincie Limburg om 1 miljoen bomen te planten.

### Betekenis

De kunst om echt onderscheidend te zijn, bestaat eruit om het kernproduct (ecolodges, B&B en groepslodges) uit te bouwen tot een belevingsproduct. Nog belangrijker is het de vervolgstap te zetten en er een betekenis aan te geven. Hieronder volgt daar uitleg over.

In de huidige economie is het voor bedrijven essentieel om beleving en betekenis te koppelen aan hun producten en diensten. Een product of merk staat in de 21e eeuw niet alleen garant voor een bepaalde kwaliteit met functionele en emotionele waarden; het vertelt een verhaal, waardoor de gebruiker zich ermee verbonden voelt.
De belangrijkste vraag voor bedrijven in de betekeniseconomie is: 'Hoe kan ik meer betekenen in het leven van mijn gasten, mijn klanten, mijn collega's en de maatschappij?'

We denken dat het plan de beste kans van slagen krijgt als we het buitengoed weten te verbinden met de omgeving en de geschiedenis van de streek en daarbij de zintuigen optimaal weet te prikkelen. Iemand die op Buitengoed 't Höfke heeft verbleven, moet op sociale media of op een verjaardagsfeestje een kneiter enthousiast verhaal vertellen over die toffe plaats daar in Vlodrop. Dit zal hij niet doen over enkel een overnachting in een B&B. De verbazing? De verrassing? Welk verhaal gaat de gast straks vertellen?

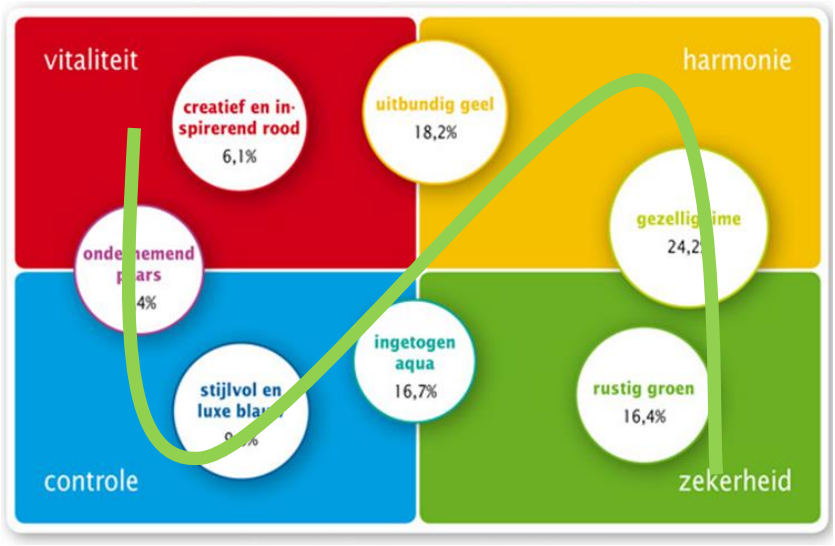


*(Buitengoed ‘t Höfke daar wordt over gesproken)*

Het kernproduct is straks het totaal van alle verhalen die bezoekers over Buitengoed ‘t Höfke vertellen, plus het totaal van alle ervaringen die bezoekers en bewoners hebben op Buitengoed ‘t Höfke. Als die verhalen positief gedeeld worden ontstaat er een belevingsproduct waarnaar verlangd wordt. Men wil het zelf gaan ervaren en beleven.

Kwaliteit is daarbij te definiëren als het verschil tussen verwachting op basis van de verhalen en de beleving.

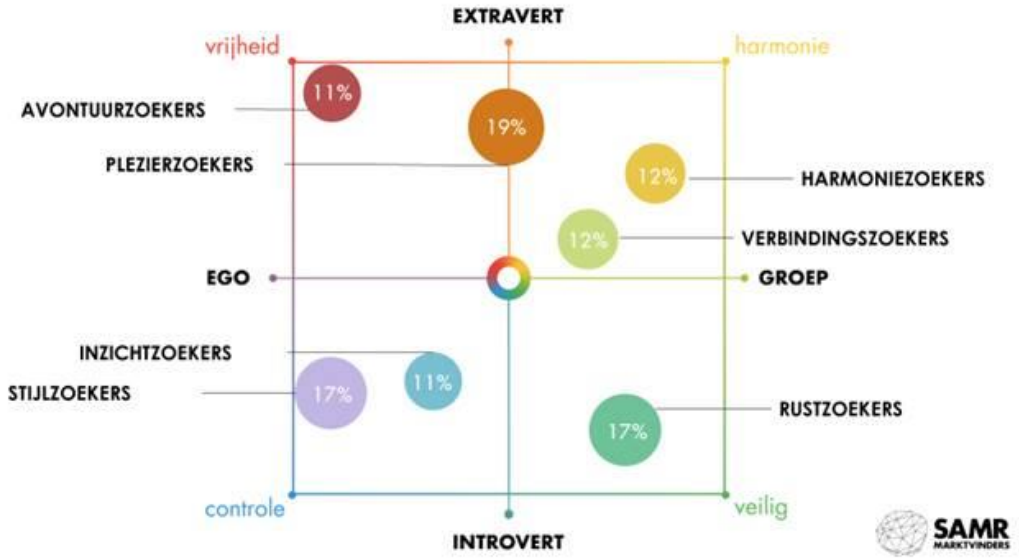
## 2.5. De doelgroep




*In bovenstaand schema is te zien welke leefstijlen te onderscheiden zijn in een productlevenscyclus van een recreatiebedrijf.*

De regio kenmerkt zich door een hoge mate rustig groen, aldus de Visie Recreatie en Toerisme Midden-Limburg. De ondernemer wil daar dan ook niet op in zetten.

Inmiddels spreekt men in de sector minder over leefstijlen, maar steeds meer over de leefstijlenvinder. In samenwerking met acht provincies heeft SAMR Marktvinders zeven leefstijlen gevonden. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben en wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. De effecten op de omgeving kan per doelgroep verschillen. Gelet op de ambitie voor het plan, willen de initiatiefnemers grip hebben op het wel/niet toelaten van bepaalde doelgroepen op de locatie.



In het onderstaande overzicht hebben we de verwachte doelgroepen van buitengoed ‘t Höfke weergegeven.

Zie in dit kader ook https://leefstijlvinder.nl/.

| Betreft | | % in NL | % in Limburg | Kenmerken |
|---|---|---|---|---|
| **Avontuurzoekers**<br><br>Moderne kunst?<br>*Graag.*<br><br>Andere culturen?<br>*Interessant.*<br><br>Slapen op een vulkaan?<br>*Doen.* | Voorheen<br>Creatief<br>rood | 11,2 | 8,8 | Deze avontuurlijke en creatieve recreanten zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling. Ze willen het ‘echte’ leven ervaren, in alle rijkheid. Bijvoorbeeld in een museum, in de natuur of in een cursus waarvan ze nieuwe dingen opsteken. Authentieke ervaringen zien zij als een grote verrijking van hun bestaan. |
| **Inzichtzoekers**<br><br>*‘Kunst, cultuur en wandelingen houden je fit!’* | Voorheen<br>Ingetogen<br>aqua | 12,1 | 14,6 | Dingen leren en ervaren willen ze, in de natuur en met culturele activiteiten. Het liefst alleen of in klein gezelschap.<br>Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen, daar liggen de interesses. Actief de natuur in kan ook, het liefst wandelend of fietsend.<br>Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Ze zijn dan ook best bereid iets meer te betalen. |
| **Stijlzoekers**<br><br>‘*Work hard, play hard’* | Voorheen<br>comfortabel<br>en luxe<br>blauw | 17,3 | 16,4 | Wellnesscenters, een sportwedstrijd bezoeken of slapen in een mooi hotel, dat is de wereld van deze groep.<br><br>Hun actieve en strevende levensstijl komt duidelijk naar voren in hun vrije tijd en vakantie. Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie. |

# 3. MARKTRUIMTE

## 3.1 Inleiding

Het kader om te komen tot een marktonderbouwing is terug te voeren op het regionaal bestuursakkoord van december 2017 tussen de provincie Limburg en 7 gemeenten in Midden-Limburg. Hierin is o.a. het thema vrijetijdseconomie opgenomen. Ook is er in 2019 het Visie en Actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden-Limburg gepresenteerd. Men ziet kansen en recreatie is benoemd als een van de pijlers onder het regionaal economisch profiel. Bij planologische procedures moet worden aangetoond dat de uitbreiding voorziet in een regionale marktbehoefte. Er moet zoveel mogelijk rekening worden gehouden met andere plannen in de regio die inspelen op dezelfde doelgroep.

De schaalgrootte bepaalt het onderzoeksgebied. In dit geval hebben we vooral gekeken naar Midden-Limburg. We vinden de ontwikkeling te klein om ook naar Duitsland te kijken qua marktontwikkeling (aanbodzijde).

De regio Midden-Limburg heeft een ondergrens vastgesteld voor kleinschalige ontwikkelingen en de noodzaak tot regionale afstemming. Op basis van die ondergrens moeten de lodges en de groepslodges worden afgestemd. In dit hoofdstuk gaan we daar vooral op in.

Om te bepalen of er markt is voor dit concept gaan we uit van:

- 20 ecolodges (2, 4, 6 en 8-persoons lodges met een maximum van in totaal 120 slaapplaatsen)
- 2 groepsaccommodaties (maximaal 2 x 20 personen)

De inpandige B&B hebben we buiten beschouwing gelaten vanwege de geringe impact.

Het begrip ‘ecolodges’ is daarbij niet duidelijk in een hokje te plaatsen. Het is geen recreatiewoning, het is echter ook geen kampeermiddel. Het ‘past’ niet goed in de door het CBS gehanteerde definities. Omdat het echter gaat om een *aantal* ecolodges (20 stuks), past het onzes inziens nog het meest bij het begrip ‘bungalowpark’ (of het door het CBS gehanteerde begrip ‘huisjesterrein’).

Omdat het zeer zeker niet de bedoeling is een bungalowpark of een huisjesterrein te realiseren, nemen we in de marktanalyse ook de vraag- en aanbodontwikkeling van kampeerterreinen mee.

Op deze manier kunnen we de ontwikkeling van de ecolodges onzes inziens het beste kaderen in regionale en landelijke aanbod- en vraagontwikkelingen.

## 3.2 Conclusie

Op basis van landelijke data zien we een lichte vraagstijging naar kamperen en een dalend aanbod. We zien een stijgende vraag naar 'bungalowvakanties' maar een nog sterker stijgend aanbod.
Beide conclusies/trends die we waarnemen zijn echter niet een op een te vertalen naar Midden-Limburg. Ze geven hooguit een indicatie weer.

Als we kijken naar meer regionale ontwikkelingen van kampeerbedrijven zien we eigenlijk een vrij statisch aanbod met een weinig onderscheidend product. Huttopia De Meinweg vormt hierop een uitzondering.

Voor zo ver ons bekend komt er vrijwel geen kampeeraanbod in Midden-Limburg bij, onder voorbehoud van de nodige aanvragen voor met name camperplaatsen. Er zijn wel plannen om bij Thorn een kleinschalig park met 45 ecolodges te realiseren. Hier is inhoudelijk echter weinig van bekend. Naar alle waarschijnlijkheid worden deze verkocht aan investeerders.
Voor bungalowparken geldt in de regio een kwalitatief en kwantitatief erg divers aanbod. Een deel (15%) van het aanbod is niet (meer) recreatief in gebruik. Er liggen plannen om nog ruim 400 recreatiewoningen in Midden-Limburg bij te bouwen.

De aanbodanalyse van beide vormen van verblijfrecreatie passen niet een op een bij het concept van de ecolodges. Dit concept sluit wel aan bij de vraag naar onderscheidende concepten. Ook voor de komende jaren wordt een vraaggroei voorspeld (meer senioren en meer binnenlandse vakanties), wat het concept wel kansrijk maakt. Ook de ligging t.o.v. Duitsland is een pre qua vraagzijde.

Dit sluit ook aan bij het Visie en Actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden-Limburg. Hierin wordt namelijk geschreven:

"In het licht van de trends is er vooral behoefte aan bungalows die alles zijn behalve de standaard; van tiny houses en ecolodges midden in de natuur tot en met luxe verblijven al dan niet met aanlegplaats of bungalows in een bosrijke prikkelarme omgeving. Met andere woorden: de vakantiewoningen moeten een beleving bieden toegesneden op de levensstijl van de gasten. Dat betekent ook: niet meer van hetzelfde, aangezien er nu al vrij veel standaardaanbod is."
Voor de markt van de groepslodges hebben we gekeken naar de landelijke markt van groepsaccommodaties. We zien dat deze markt het verlies door de pandemie bijna heeft goedgemaakt. Er zijn echter weinig tot geen recente en betrouwbare landelijke cijfers beschikbaar. CBS-cijfers lijken niet heel nauwkeurig te zijn. We moeten daarom meer naar de regio zelf kijken.

Midden-Limburg kent, in vergelijking met Noord-Limburg en Zuid-Limburg, niet alleen veel minder groepsaccommodaties, maar ook veel minder bedden. Dit heeft er mee te maken dat in Noord-Limburg een aantal grote accommodaties ligt (denk aan de Berckt in Baarlo of de accommodaties van de Paasheuvelgroep). In Zuid-Limburg liggen juist heel veel losse (50) groepsaccommodaties.

Het gemiddeld aantal bedden per locatie in Limburg is ongeveer 52. De groepsaccommodaties in Midden-Limburg zijn over het algemeen gemiddeld zelfs kleiner.

Wat bovendien opvalt, is dat vrijwel alle accommodaties in Midden-Limburg zich richten op een beperkt aantal doelgroepen: families, vriendengroepen, scholen, verenigingen, jeugdgroepen en scoutinggroepen.

Slechts een beperkt aantal differentieert zich richting religie, cultuur, culinair of zakelijke verhuur. De scheiding tussen basis en luxe wordt daarbij (ook bij de groepsaccommodaties in Midden-Limburg) steeds scherper.

Marktruimte voor dit type accommodaties moet ook weer in het onderscheidende karakter gevonden worden. Luxe, comfort en beleving. Geen slaapzalen en stapelbedden, meer richting kamers met eigen sanitair. Dit sluit ook aan bij Visie en Actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden-Limburg. Hierin wordt over groepsaccommodaties namelijk geschreven:

”De groepsaccommodaties vormen een klein maar relatief stabiel segment onder de verblijfsaccommodaties (3% van het totale aantal bedden), met lichte schommelingen in het aanbod en een geleidelijke groei van de vraag. Er lijkt geen sprake van overaanbod in de plannen of de plancapaciteit.”

Overall zien we geen bedreiging voor de bestaande markt bij het doorgaan van deze ontwikkeling. Kwaliteit en onderscheidenheid zijn wel cruciaal.

Het aanbod van verblijfsrecreatie in Midden-Limburg is divers maar grosso modo niet erg onderscheidend van aard. Veel parken richten zich op dezelfde markt en er zijn relatief weinig onderscheidende of luxe concepten.

Hier ligt de marktkans voor Buitengoed ’t Hofke: creëer een onderscheidend product dat zich richt op de ‘linkerkant van het leefstijlenmodel’. Neem de inzichtzoekers en de stijlzoeker als de gewenste doelgroep. Een park wordt echter nooit 100% door één of twee doelgroepen geboekt. Naast de inzichtzoekers en de stijlzoekers trekt het Buitengoed straks waarschijnlijk ook enkele avontuurzoekers aan.

Door Buitengoed ’t hofke qua product richting deze leefstijlen te ontwikkelen en zich met een uitgekiende marketing richting deze doelgroepen te positioneren, kan het project profiteren van het toenemend aantal binnenlandse vakanties en is het niet concurrerend t.o.v. de bestaande markt.

In de bijlage zijn de onderbouwingen opgenomen voor deze conclusies.

# 4. TOETSING AAN BESTAAND BELEID

## 4.1 Provinciaal beleid

### Omgevingsvisie Limburg

In de Omgevingsvisie Limburg wordt de lange termijn visie voor de periode 2021 tot 2030-2050 uitgewerkt en wordt richting gegeven aan toekomstbestendige ontwikkelingen. Hierbij wordt steeds de balans tussen het beschermen én benutten van de fysieke leefomgeving gezocht. In de Limburgse omgevingsvisie wordt het toekomstbeeld voor 2030-2050 geschetst voor de provincie. Volgens de Limburgse Omgevingsvisie dient er bij nieuwe ontwikkelingen de balans worden gezocht tussen het beschermen en benutten van de fysieke leefomgeving.

Recreatie speelt een belangrijke rol in dit toekomstbeeld waarbij de overgangen tussen bebouwde gebieden en het landelijk gebied optimaal zijn ingericht voor stads(kringloop)landbouw, recreatie, natuur- en landschapsbeleving en klimaatadaptieve voorzieningen. Op het gebied van verblijfsrecreatie is een kwaliteitsslag nodig. Het toevoegen van recreatievoorzieningen in vrijkomende agrarische bebouwing is dan ook niet zomaar mogelijk. Het is van belang dat de vraag en het aanbod van verblijfsaccommodaties goed op elkaar is afgestemd, zowel in kwalitatief als kwantitatief opzicht. Iedere nieuwe ontwikkeling dient tegemoet te komen aan de kwalitatieve vraag.

Op het gebied van verblijfsrecreatie is een kwaliteitsslag nodig om in te spelen op de veranderende vraag en om terreinen beter te profileren. De behoefte aan kwantitatieve groei is beperkt. Uitbreiding van het aanbod is alleen mogelijk als het kwalitatief echt goed is en extra vraag genereert. Meer van hetzelfde leidt tot verdringing en leegstand. Initiatieven die niet het gewenste kwaliteitsniveau hebben of die een bedreiging vormen voor landschappelijke- of natuurlijke kwaliteiten worden niet ondersteund. Ook voor vakantieparken en campings wil de provincie invulling geven aan dynamisch voorraadbeheer op regionale schaal.

### Dynamisch voorraadbeheer

Er is geen behoefte aan meer van hetzelfde, er is juist behoefte aan andere kwaliteit. Waar de behoefte aan kwantitatieve groei is weggevallen, is stilstand geen optie. Blijvende vernieuwing en innovatie mag niet in gevaar komen. Dynamiek is nodig om de omslag naar gewenste kwaliteit te maken. Met ruimte voor maatwerk om in te spelen op ontwikkelingen in de markt (zoals trends om functies meer te combineren) en innovatief en maatschappelijk verantwoord ondernemerschap te belonen. De sleutel ligt in dynamisch voorraadbeheer. Daarbij maken gemeenten en provincie op regionaal niveau afspraken over gezamenlijke ambities en opgaven, gezamenlijke principes en werkwijze, voor sommige onderwerpen ook voor gezamenlijke programmering, soms zelfs voor gezamenlijk beheren van de voorraad. De belangrijke marktpartijen en stakeholders worden hierbij betrokken.

### Missie gedreven economisch beleidskader

In tijden van voorspoed, maar zeker ook van tegenspoed, is het zaak om je doelen voor ogen te houden. Bij de start van deze Statenperiode hebben Gedeputeerde Staten van Limburg de ambitie gesteld om de innovatiefste, aantrekkelijkste en gezondste provincie van ons land te worden.

### Toerisme en recreatie als dragers van leefbaarheid

Toerisme en recreatie zijn belangrijk voor de Limburgse economie en het leef- en vestigingsklimaat. De sector toerisme en recreatie kent in Limburg ca. 40.000 banen en is daarmee goed voor 7,8% van de totale Limburgse werkgelegenheid. De sector leidt tot ca. € 4,2 miljard aan bestedingen in de regio. Duitse en Belgische toeristen zorgen samen jaarlijks voor 2,7 miljoen overnachtingen, oftewel 77% van de buitenlandse overnachtingen in Limburg (toeristische trendrapportage 2017, NBTC 2018). We zien een toenemend belang voor inkomend toerisme. In oktober 2019 hebben de twaalf Provincies en het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat de Actieagenda Perspectief 2030 'Bestemmingen Nederland' gepresenteerd. Op regionaal niveau zijn door de gemeenten regiovisies voor Noord-, Midden- en Zuid-Limburg opgesteld. Wij bevinden ons als provincie midden in dit speelveld en leggen de focus op kwalitatief toerisme. De toeristische infrastructuur is ook van belang als recreatieve voorziening voor talent in Limburg. Instandhouding van toeristische en recreatieve infrastructuur vraagt fysieke- en beleidsruimte voor economische initiatieven. Toerisme kan een van de dragers zijn voor leefbaarheid in Limburg.

### De opgave waar wij ook voor aan de lat staan

Goede werknemers en goed vakmanschap in gastvrijheid zijn cruciaal voor de sector. Het is dan ook belangrijk dat werknemers hun hele werkzame leven blijven ontwikkelen. Daarnaast is strategisch ondernemerschap, gericht op vernieuwing en innovatie, nodig om aantrekkelijk te blijven. Dit vraagt nogal wat van ondernemers die gerichte ondersteuning kunnen gebruiken om te komen tot een bruisend ecosysteem en dus tot nieuwe kansen. Een ecosysteem waarin ondernemers, overheden en kennisinstellingen samen streven naar een goede fysieke infrastructuur, het delen van data en kennis, het vormen van sterke netwerken en een gezamenlijke marketingstrategie gericht op de juiste doelgroepen.

### De stip aan de horizon

We willen dat toerisme en recreatie in Limburg een bijdrage leveren aan onze economische missies, de ruimtelijke inpassing en de kwaliteit van het landschap. Onze troeven – landschap, gastvrijheid, cultureel erfgoed en onze euregionale ligging – worden maximaal benut, maar wel vanuit een bovenregionale aanpak. Lokale, provinciale, nationale en Europese initiatieven, plannen en middelen worden dan ook aan elkaar gekoppeld, zijn structuurversterkend en schaalbaar. Dat komt mede doordat partners over verschillende sectoren heen steeds beter samenwerken. Tot slot worden de kansen die de luchthaven MAA biedt voor inkomend (congres-)toerisme naar Limburg, maximaal benut. In de toekomst zal een goede balans tussen drukte en rust, nog meer dan nu, een rol spelen in de verdere ontwikkeling van toerisme en recreatie in Limburg: meerdere mensen/organisaties willen immers hetzelfde gebied gebruiken voor verschillende activiteiten.

## 4.2 Regionaal beleid

**Visie en actieprogramma Recreatie en Toerisme Midden-Limburg.**
**Veel te winnen, veel te verliezen.**

Recreatie en toerisme zijn voor Midden-Limburg van groot belang. Voor de economie - bijna 8.000 mensen verdienen er hun brood - maar ook voor het voorzieningenniveau en voor een goede invulling van ons erfgoed. Een goed aanbod van wandelroutes, fietsroutes, winkels en horeca is ook goed voor onze eigen inwoners. Er wordt landelijk een forse groei in de sector voorspeld, maar een gezonde ontwikkeling van de sector waar we als regio optimaal van profiteren gaat niet vanzelf. Toeristen en recreanten willen steeds meer beleven, waarbij ze op zoek zijn naar authenticiteit, verhalen en bijzondere ervaringen. Ondernemers willen snel kunnen schakelen. Er moet echt wat gebeuren wil Midden-Limburg profiteren van de landelijke groei: er is meer beleving, kwaliteit en samenhang in het aanbod nodig. Midden-Limburg heeft een grote potentie voor verdere ontwikkeling, dankzij zijn landschappen, natuur, water, erfgoed en het grote winkelaanbod in Roermond. Dat biedt grote kansen, ook om nieuwe doelgroepen aan te trekken. Maar er is nog veel middelmaat in het aanbod, of het nu gaat om de beleving van routes, verblijfsaccommodaties of erfgoed. Dat is een bedreiging in een tijd waarin alles draait om topbelevingen en bijzondere ervaringen.

Daarom hebben we als regio de volgende drie ambities voor 2030:

1. We kunnen ons meten met het beste aanbod en de beste belevingen op drie sterke product-verhaallijnen.
2. Onze sector verblijfsrecreatie is en blijft vitaal.
3. We groeien met minimaal 2% in toeristische bestedingen per jaar.

Door te werken volgens product-verhaallijnen brengen we samenhang aan in het grote versnipperde aanbod dat in combinatie veel meer is dan de som der delen. De productverhaallijnen zijn een uitnodiging aan overheden, ondernemers en andere initiatiefnemers om erop in te spelen en samen te werken. De beleving van de consument is het startpunt en ze bieden tevens een basis voor de marketingstrategie.

Er zijn drie product-verhaallijnen:

1. Midden door Limburg. Langs routes, erfgoed en pleisterplaatsen. We brengen onze rijkdom aan erfgoed, landschap en verhalen samen in bijzondere gethematiseerde routes en arrangementen.
2. The big Five: Op safari in de Limburgse natuurparels. We maken onze rijkdom en variatie aan natuurgebieden nog meer beleefbaar met duidelijke entrees, iconische belevingsplekken en bijzonder verblijf.
3. Water, fun en winkelen: Onderdompelen in vermaak en stijl. We zorgen dat de regio alles te bieden heeft op dit gebied, met attracties en evenementen voor alle weertypen. Daarnaast gebruiken we de kwaliteiten van Roermond (waterfront, historische binnenstad en Designer Outlet) als motor voor een langer verblijf in de regio.

Het Actieprogramma bestaat uit vijf actielijnen die de wijze van aanpak en samenwerking van overheden en ondernemers beschrijven:

1. Samenwerken: hand in hand, ieder vanuit zijn eigen rol. Als acht gemeenten werken we nauw samen en zijn we, ook gezamenlijk, aanspreekbaar voor de investerende ondernemer. Er komt een gezamenlijk ‘loket’ en een programmamanager/coördinator. Procedures worden versneld en gemeenten gaan zoveel mogelijk in de ‘helpstand’.

2. Focusprojecten in de product-verhaallijnen. Om de product-verhaallijnen vaart te geven is per lijn een aantal focusprojecten benoemd: projecten waarvoor de partners in de regio zich de komende tijd gaan inspannen.
3. Afwegingskader/Dynamisch voorraadbeheer. Nieuwe initiatieven voor investeringen en uitbreidingen wegen de regiogemeenten in regionaal verband af. Daarbij wordt gekeken naar de regionale behoefte, de beste locatie en de bijdrage van het initiatief aan de ambities van de visie.
4. Vitalisering Verblijfsrecreatie. Regiogemeenten gaan de komende jaren door met het programma Vitalisering Verblijfsrecreatie, waarmee de sector wordt versterkt en gereed gemaakt voor de toekomst.
5. Intensivering marketing met een heldere focus. De partners in de regio intensiveren toeristische marketing door aan te sluiten bij de nieuwe aanpak van de provincie die in 2019 van start ging.

## 4.3 Gemeentelijk beleid

### Omgevingsvisie Roerdalen 2050

De stip op de horizon die de gemeente wil bereiken luidt: 'Roerdalen is een landelijke, groene en duurzame gemeente waar het prettig wonen, werken en recreëren is en waar iedereen gelukkig, gezond en veilig kan verblijven. Kortom: Roerdalen is in balans.'

Recreatie en toerisme zijn een belangrijke pijler van de plaatselijke economie. Roerdalen biedt rust, ruimte, natuur en landschapsschoon. Bezinningstoerisme heeft een duidelijke plaats verworven in het toeristische aanbod. Er is een groot aanbod aan outdooractiviteiten voor iedere leeftijdscategorie. Dagjesmensen willen graag in de gemeente terugkomen, ook voor een meerdaags verblijf. De vele kleinschalige objecten, die voor de toeristen interessant zijn, zijn met elkaar in verbinding gebracht.

Ontwikkeling van de dag- en verblijfsrecreatieve sector gaat hand in hand met het behoud van de aanwezige natuurwaarden. In de natuurlijk en ecologisch waardevolle gebieden zijn recreatief-toeristische ontwikkelingen mogelijk, indien deze geen of beperkte invloed hebben op de natuur- en landschapswaarden. In agrarisch-recreatieve gebieden zijn echter ruimere mogelijkheden voor recreatief-toeristische ontwikkelingen.

Roerdalen zet in op een verdere versterking en ontwikkeling van het toeristisch-recreatief aanbod om hiermee een impuls te kunnen geven aan de plaatselijke economie. In het buitengebied worden vooral kansen gezien in de natuurlijk en ecologisch minder waardevolle gebieden. Zo liggen er in open cultuurlandschap ruimere mogelijkheden voor recreatief-toeristisch gebruiken landbouw met verbrede doelstellingen. De gemeente benadrukt dat het aanbod moet aansluiten bij de vraag van de gasten die de gemeente bezoeken. Kwaliteit van het aanbod staat hierbij centraal en gaat boven kwantiteit.

Roerdalen heeft reeds een redelijk groot toeristisch-recreatief aanbod, waarbij het accent ligt op natuurbeleving en verblijfsparken. Het aantrekkelijke landschap van de gemeente speelt hierin een belangrijke rol. Recreatie en toerisme zijn belangrijk voor Roerdalen. De gemeente wil dan ook graag inzetten op een verdere versterking en ontwikkeling van het toeristisch-recreatief aanbod om hiermee een impuls te kunnen geven aan de plaatselijke economie. Goed passende recreatief-toeristische bedrijven in Roerdalen, zijn belangrijk voor de gemeente, die deze wil behouden. Hier wil de gemeente meewerken aan verdere ontwikkeling. In lijn met de Toekomstvisie wordt veel ruimte geboden aan recreatieve en toeristische ontwikkelingen binnen de gemeente. Daarbij wordt gedacht aan extensieve vormen van

recreatie, waarbij de bestaande landschappelijke en natuurlijke waarden niet, of minimaal, worden aangetast. Maar ook vormen van passende intensieve recreatie zijn niet uitgesloten. Daarom wordt er onderscheid gemaakt tussen de recreatief toeristische mogelijkheden in de verschillende gebieden binnen de gemeente. In de 'natuurlijk en ecologisch waardevolle gebieden' zijn recreatief-toeristische ontwikkelingen mogelijk, als deze geen of beperkte negatieve invloed hebben op de natuur- en landschapswaarden in deze gebieden. In 'agrarisch-recreatieve' gebieden zijn echter ruimere mogelijkheden voor recreatief-toeristische ontwikkelingen omdat hier minder natuur en landschapswaarden zijn. Daarnaast worden er binnen de gemeente mogelijkheden geboden voor educatie en bezinningstoerisme. Bij deze ontwikkelingen moet worden getoetst aan alle relevante ruimtelijke aspecten en is het Limburgs Kwaliteitsmenu van toepassing.

De ontwikkeling kan op het gebied van recreatie een bijdrage leveren om het doel van de gemeente te bereiken. Het prachtige cultuur- en natuurlandschap, met als absoluut icoon grensoverschrijdend Nationaal Park De Meinweg, maakt Roerdalen uniek. Ook bezoekers van buiten Roerdalen genieten volop van rust, ruimte, natuur en landschapsschoon. Men doet dit als daguitstapje, maar zeker ook vanuit een meerdaagsverblijf. De toeristische sector is vanuit economisch oogpunt aantrekkelijk voor Roerdalen. De gemeente ziet dan ook mogelijkheden om Roerdalen nog nadrukkelijker te positioneren vanuit toeristisch perspectief.

### Gebiedsvisie belevingspark Meinweg (gouden driehoek)

Het ministerie van LNV, de provincies, Staatsbosbeheer, IVN, Landschappen NL, ANWB en Stichting Samenwerkingsverband Nationale Parken hebben gezamenlijke ambities geformuleerd voor Nationale Parken nieuwe stijl. De kern daarvan ligt bij grotere parken met een sterke gebiedsidentiteit en een hoge beleefbaarheid. Nationale Parken zijn de pronkstukken van onze natuur. Ook vervullen ze een veelzijdige rol binnen onze samenleving. Zo bieden ze kansen om van de natuur te genieten en tegelijkertijd bij te dragen aan het besef dat natuur kwetsbaar is en beschermd moet worden. De Provincie Limburg heeft de ambitie om de innovatiefste, aantrekkelijkste en gezondste provincie van ons land te worden (Missiegedreven economische beleidskader, 14 april 2020). De ambitie inspireert ons. De gebiedsontwikkeling Belevingspark de Meinweg is een uitgelezen kans om deze ambitie daadwerkelijk om te zetten in concrete resultaten. Onze droom is een transitie van Nationaal Park De Meinweg naar een grensverleggend alsook grensoverschrijdend belevingspark als inspiratiebron voor een nieuwe, actieve en gezonde samenleving. Het park van de toekomst met symbiose tussen natuur, landschap en grensoverschrijdend excellent ondernemerschap: recreëren, economie en vrijetijdsbesteding op een duurzaam en kwalitatief hoogwaardig niveau. Kortom: "Gelukkig, actief en gezond zijn in een fantastische leefomgeving."

Natuur als inspiratiebron voor een nieuwe, actieve en gezonde samenleving.
In grensverleggend Belevingspark De Meinweg gaat de bezoeker weer terug naar de basis van het bestaan. Onthaasten in een tijd waarin de waan van de dag regeert. Het belevingspark biedt rust, contact met de natuur, onthaasten, werken aan een positieve gezondheid, plezier, bewegen en ook een culinaire ervaring. De recente COVID-19 pandemie in 2020 heeft eens te meer duidelijk gemaakt hoe belangrijk ons gezin en onze omgeving is voor ons welbehagen en onze gezondheid. Vakantie en rust vinden we ook in ons eigen land en onze eigen leefomgeving. Belevingspark De Meinweg positioneert zich als avontuurlijk, open, levendig, duurzaam en innovatief. Met sterk verbeterde toeristisch-recreatieve voorzieningen en infrastructuur, aansluitend op de verwachtingen van de bezoekers, met voldoende variatie en geënt op het avontuurlijke karakter van het gebied. Symbiose tussen natuur, landschap en grensverleggend excellent ondernemen. Zonder ondernemers en investeerders kunnen we de natuur en het landschap niet ontwikkelen en

onderhouden. Bovendien geloven we dat er een boeiende wisselwerking tussen recreëren, verblijven én natuurontwikkeling kan bestaan. Duurzaam ondernemerschap met als uitgangspunt oog voor elkaar, oog voor de samenleving, milieu, natuur en landschap. Immers, de economische impact en de maatschappelijke verantwoordelijkheid die de ondernemers dragen c.q. nemen is voor onze gemeente van aanzienlijk belang.

Recreëren en vrijetijdsbesteding op een duurzaam en kwalitatief hoogwaardig niveau.
De 'gouden droom' van de ondernemers in het gebied is om samen te bouwen aan een groene omgeving waarin de klant centraal staat. Er moet een unieke beleving ontstaan met oog voor nieuwe trends en behoeften. Recreatie, shopping, verblijven en dat alles bij diepgewortelde vrije familiebedrijven. We willen samenbouwen aan een eigen en eigenwijze identiteit die aanspreekt tot ver buiten de regio. Hierdoor ontstaat een gezond economisch klimaat, een groeiende welvaart, gezonde en levensvatbare ondernemingen met voldoende inkomsten om structureel te kunnen innoveren en investeren. Ten slotte willen we ook blijven zoeken naar nieuwe en eigentijdse verdienmodellen, geschaard op het gedachtengoed van de betekeniseconomie, waarin het vergroten van geluk en ons welzijn belangrijke succesfactoren zijn. Investeringen moeten bijdragen aan de transitie naar een duurzame samenleving.

Gelukkig, actief en gezond zijn in een fantastische leefomgeving De gemeente Roerdalen en haar ondernemers willen actief bijdragen aan het geluk van alle mensen in Roerdalen en daarbuiten. De Gemeente Roerdalen vertaalt geluk in beleid en nieuwe manieren van werken. Geluk is namelijk een beetje maakbaar. Dat heb je voor een deel zelf in de hand. In Roerdalen wordt, onder de vlag van 'Klein Geluk uit Roerdalen', gewerkt aan het vergroten van geluk. Het begon jaren geleden vooral op het gebied van toerisme en recreatie. Inmiddels ontstaan er uit de 'klein geluk' gedachte steeds meer mooie sociale en maatschappelijke initiatieven en verbindingen. Je realiseren dat je kunt bijdragen aan het geluk van een ander staat centraal. We willen inwoners en bezoekers raken met dit ideaal. Actief zijn, een gezonde levensstijl en de natuurlijke omgeving dragen bij aan het vergroten van geluk.

"Bezoekers verwachten tegenwoordig en in de toekomst méér dan consumptief recreëren en zo goedkoop mogelijk inkopen. Bezoekers willen beleven, actie, een zintuigelijke betovering, leren hoe de natuur in elkaar steekt, leren en beleven hoe alles groeit en bloeit. Kortom: een holistische ervaring. De nieuwe economie is veel meer dan omzet, groei en marges. De nieuwe economie gaat uit van waarde creatie en geloofwaardigheid."

De gemeente Roerdalen wil bestaande bedrijven faciliteren, waarbij het accent ligt op kleinschaligheid en ambachtelijkheid. De planologische randvoorwaarden bieden ondernemers en dienstverleners de ruimte om in te spelen op de wensen van hun klanten. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is in Roerdalen de standaard. Ondernemers zijn hierin actief, ontplooien zelf initiatieven, stimuleren en ondersteunen elkaar. Recreatie en toerisme vormen een belangrijke pijler binnen de plaatselijke economie. De gemeente wil, wat betreft recreatie en toerisme, inzetten op een verdere versterking en ontwikkeling van het toeristisch- recreatief aanbod om daarmee een impuls te kunnen geven aan de plaatselijke economie. Goed passende recreatief-toeristische bedrijven in Roerdalen zijn belangrijk voor de gemeente, die deze wil behouden. In het gebied zijn meerdere enthousiaste, innovatieve en betrokken ondernemers actief. Ondernemers met energie en een gezonde ambitie om samen met de gemeente het gebied naar een hoger niveau te tillen.

# 5. PARTICIPATIE

In de bijlagen zijn de diverse brieven opgenomen die naar omwonenden zijn verstuurd.

Er zijn zorgen geuit door enkele personen, maar er zijn geen principiële bezwaren geuit bij voorbaat. Velen wensen de ondernemers succes en geven aan samen te willen werken.

Ook is er een informatieavond georganiseerd november 2023

In de bijlage is een verslag opgenomen. Er is een separaat pdf-bestand van de getoonde presentatie tijdens deze avond.

# 6. ECONOMISCHE ONDERBOUWING

### Investeringsbegroting

Er is een gedetailleerde investeringsbegroting opgesteld. Gezien de vertrouwelijkheid wordt deze in dit rapport nog niet gedeeld. De begroting is gebaseerd op actuele bedrijfsmatige kennis van de adviseurs en getoetst aan referentieprojecten. Gedurende de ontwikkelfase moet deze nog bijgesteld worden op basis van actuele offertes. De investering wordt beoordeeld als realistisch en haalbaar, mits gefaseerd uitgevoerd.

### Exploitatiebegroting

Er is een gedetailleerde exploitatiebegroting opgesteld. Gezien de vertrouwelijkheid wordt deze niet in zijn geheel gedeeld. De begroting is gebaseerd op actuele bedrijfsmatige kennis van de adviseurs en getoetst aan referentieprojecten. De exploitatie wordt beoordeeld als gezond en duurzaam, mits gefaseerd uitgevoerd. De exploitatiebegroting dient aangepast te worden als actuele offertes met betrekking tot de investeringen afwijkingen laten zien.

### Financieringsbegroting

Er is een eerste aanzet voor een financieringsbegroting opgesteld. Deze dient nog te worden besproken met de accountant en externe bankier. Wederom geldt dat deze kansrijk is, mits gefaseerd aangezet.

# 7. TIJDSFASERING

**Fase 1**

Begin bouw 1e groepswoning en aanleg tuin voor 1e groepswoning, aanleg parkeerplaatsen, aanplanting terrein.

**Fase 2**

Begin bouw 2e groepswoning en aanleg tuin voor 2e groepswoning.

**Fase 3**

Ontwikkeling buitenterrein en bouw 10 lodges.

**Fase 4**

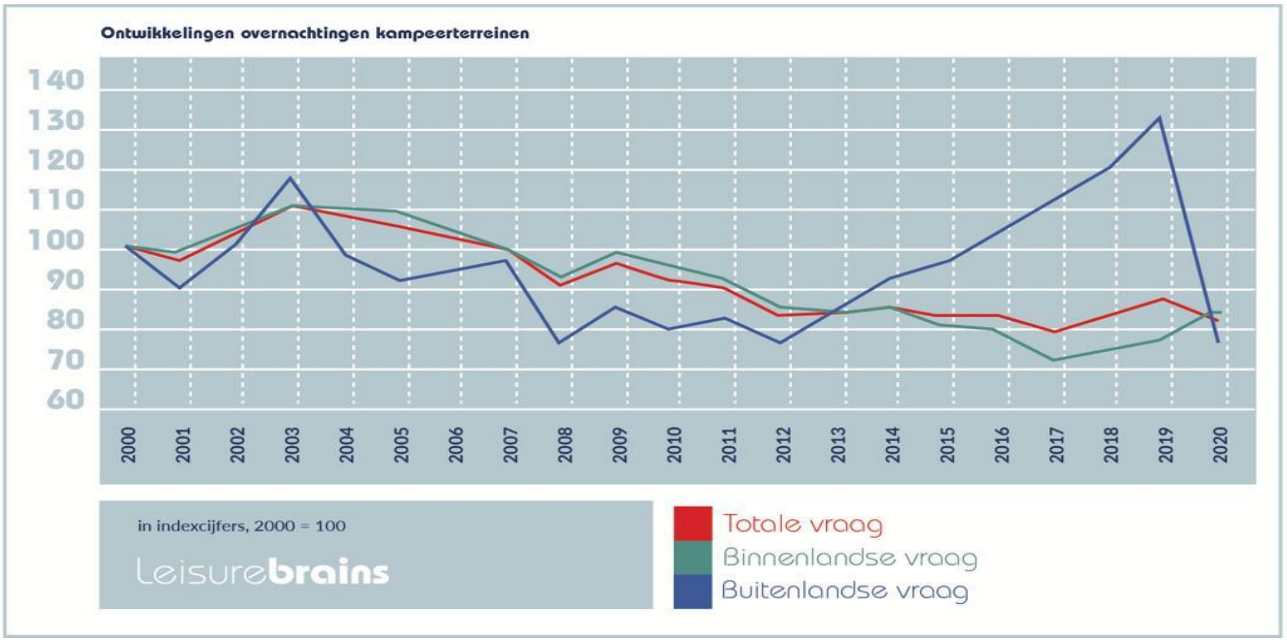
Doorontwikkeling overige 10 lodges.

Tijdsfasering is afhankelijk van het moment van besluitvorming door de gemeente.

## Achtergronden marktonderbouwing

### Kamperen algemeen

We beginnen onze analyse met de ontwikkelingen in de kampeersector.
Stijgende vraag kamperen (landelijk)
De afgelopen jaren is het 'traditioneel kamperen' soms bestempeld als 'niet meer van deze tijd'. Diverse onderzoeken toonden immers ook aan dat het aantal mensen dat gaat kamperen jaar na jaar afneemt. Dit beeld is vrij manifest, maar ondanks het feit dat we landelijk zien dat kamperen inderdaad lang onder druk heeft gestaan, is deze trend aan het veranderen. Onderstaande grafiek geeft de ontwikkeling van het aantal overnachtingen op Nederlandse kampeerbedrijven in de periode 2000 – 2020 weer.




*Ontwikkeling landelijke overnachtingen op kampeerterreinen 2000 – 2020 (Bron: CBS Statline, overgenomen met toestemming van Pretwerk.nl, grafiek bewerkt door Leisurebrains).*

We zien vanaf het jaar 2003 een vrij constante afname in de totale vraag, met een opleving in 2008 (de financiële crisis). Vanaf 2012 zien we echter een sterke toename in de buitenlandse vraag en vanaf 2017 ook een opleving in de binnenlandse vraag. De gevolgen van de Covid-19 pandemie zijn zichtbaar in het jaar 2020.
Als we iets minder ver terugkijken in de tijd en ons beperken tot de afgelopen tien jaar, krijgen we hetzelfde beeld te zien: het aantal overnachtingen op kampeerterreinen is vrij stabiel tot licht stijgend, waarbij met name het inkomend toerisme tot aan de start van de pandemie voor de (totale) lichte groei heeft gezorgd.
Onderstaande tabel geeft het aantal overnachtingen op kampeerterreinen, in de periode 2012-2020, weer.

| Overnachtingen op kampeerterreinen (x 1000) | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | totaal | Nederland | buitenland |
| 2012 | | 20 938 | 17 561 | 3 377 |
| 2013 | | 21 059 | 17 377 | 3 682 |
| 2014 | | 21 487 | 17 389 | 4 098 |
| 2015 | | 20 993 | 16 720 | 4 272 |
| 2016 | | 20 911 | 16 388 | 4 523 |
| 2017 | | 19 798 | 14 901 | 4 897 |
| 2018 | | 20 748 | 15 466 | 5 282 |
| 2019 | | 21 875 | 15 972 | 5 902 |
| 2020 | | 20 648 | 17 266 | 3 383 |

*Overnachtingen op kampeerterreinen periode 2012-2020 (Bron: CBS Statline, overgenomen met toestemming van Pretwerk.nl).*

In het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021 (p.328) lezen we dat, tussen 2016 en 2019, het aantal overnachtingen op kampeerterreinen groeide met 4,6%. Vooral de groei uit het buitenland (inkomend toerisme) was spectaculair, met ruim 30% meer gasten. De gemiddelde verblijfsduur op een Nederlandse camping daalde, tussen 2015 en 2019, van 5,5 nachten naar 5,1 nachten. Er gaan dus meer mensen naar Nederlandse campings, maar ze verblijven er wat korter. Nederlandse gasten verblijven overigens gemiddeld langer (5,4 nachten) dan buitenlandse gasten (4,5 nachten).

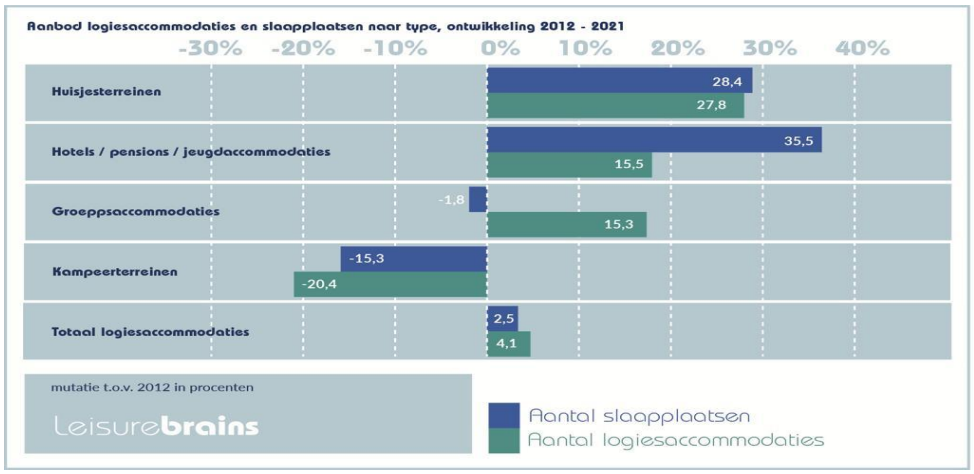
### Covid-19

Als gevolg van de Covid-19 pandemie daalde het totaal aantal overnachtingen op Nederlandse kampeerbedrijven in 2020 (ten opzichte van 2019) met 5,7%. Deze daling komt volledig voor rekening van het dalend aantal overnachtingen uit inkomend toerisme (-43%). Het aantal overnachtingen van Nederlanders op Nederlandse kampeerterreinen, steeg in 2020 (ten opzichte van 2019) met 8,1%. Overigens nam het gemiddeld aantal overnachtingen per vakantie in 2020 weer wat toe (naar 5,8 nachten). De vraag is of en hoe deze schommelingen en ontwikkelingen te verklaren zijn. Toerisme en (verblijfs)recreatie (zeker kamperen) is conjunctuurgevoelig en meer dan andere sectoren sterk afhankelijk van externe factoren. Goede zomers leiden tot meer kampeervakanties, (oorlogs)dreigingen in het buitenland of een pandemie leiden tot meer binnenlandse vakanties en de piek in 2008 was een direct gevolg van de kredietcrisis*. De sterke daling in 2020 was een direct gevolg van de Covid-19 pandemie. We komen hier verderop in het rapport op terug.

** De economische crisis van 2008, ook wel bekend als de kredietcrisis, was een min of meer globale financiële crisis die begon rond 2007 en bijna jaar duurde.*

### Dalend aanbod kamperen (landelijk)

In de vorige paragraaf lezen we dat het aantal overnachtingen op kampeerterreinen sinds 2012 weer stijgt, wat voor een groot deel op het conto komt van gasten uit het buitenland (inkomend toerisme).
Tegelijkertijd zien we in dezelfde periode echter ook een daling van het aantal kampeerterreinen in Nederland. In onderstaande illustratie is de ontwikkeling van het aanbod van logiesaccommodaties in Nederland weergegeven in aantallen accommodaties en aantal slaapplaatsen:




*Aanbodontwikkeling logiesaccommodaties in Nederland 2012-2021 (Bron: Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021, bewerkt door Leisurebrains).*

Uit de tabel blijkt dat het aantal kampeerterreinen in Nederland, in de periode 2012-2021, met 20,4% is afgenomen. Het aantal slaapplaatsen op kampeerterreinen is in deze periode met 15,3% afgenomen. De afname van het aantal kampeerterreinen en het aantal slaapplaatsen op kampeerterreinen, is naar alle waarschijnlijkheid grotendeels het gevolg van de transformatie van kampeerterreinen naar chaletparken of huisjesterreinen.

Onderstaande tabel geeft een vergelijkbaar beeld weer:

| Campings in Nederland | augustus: | 2012 | 2021 | verschil | in % |
|---|---|---|---|---|---|
| **Totaal open accommodaties** | | | | | |
| Accommodaties | aantal | 3.226 | 2.577 | -649 | 80% |
| Slaapplaatsen | aantal | 808.967 | 687.129 | -121.838 | 85% |

*Ontwikkeling aantal accommodaties en slaapplaatsen 2012-2021 (Bron: CBS Statline, overgenomen met toestemming van Pretwerk.nl).*

In totaal zijn er tussen 2012 en 2021 bijna 121.888 kampeerplekken in Nederland verdwenen. Een stabiel of zelfs stijgend aantal overnachtingen op kampeerterreinen, in combinatie met een dalend aanbod aan slaapplaatsen op kampeerbedrijven, leidt tot hogere bezettingsgraden.

Dit beeld herkennen we in Limburg: uit de bedrijfsbezoeken aan kampeerbedrijven, in het kader diverse vitaliseringsprojecten in Limburg, blijkt dat de meeste van de bezochte (kampeer- en bungalow) bedrijven in 2019/2020 aangeven de afgelopen drie jaren een omzetstijging te hebben meegemaakt.

### Bungalowparken/huisjesterreinen algemeen

Sterke aanbodontwikkeling bungalowparken/huisjesterreinen (landelijk).
Bij bungalowparken zien we een andere ontwikkeling dan bij kampeerbedrijven. In de tabel hieronder wordt de ontwikkeling van het aantal huisjesterreinen* en het aantal slaapplaatsen op huisjesterreinen in Nederland weergegeven voor de periode 2016–2020.

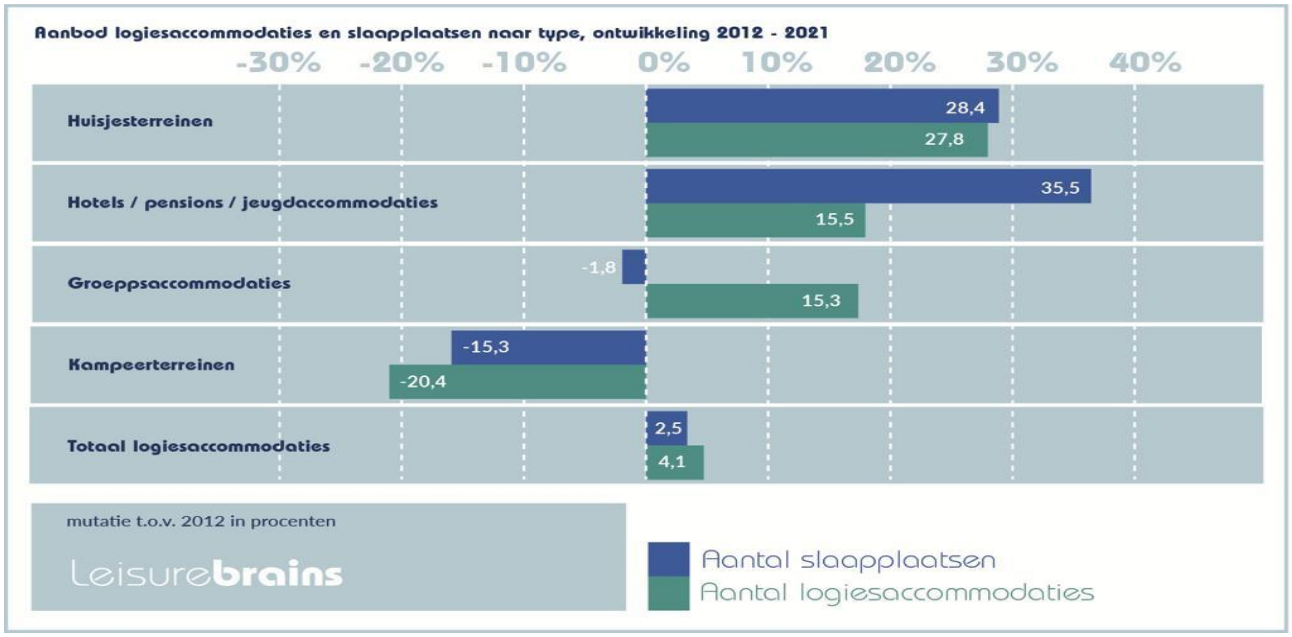
| | 2016 | 2020 | Groei |
|---|---|---|---|
| Aantal huisjesterreinen | 1.505 | 1.587 | 4,5% |
| Aantal slaapplaatsen | 294.399 | 341.319 | 15,9% |

*Ontwikkeling aantal huisjesterreinen en slaapplaatsen 2016-2020 (Bron: Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021, p.320).*

**onder een huisjesterrein verstaan we een terrein met een aantal zomerhuisjes, stacaravans, (vakantie-)bungalows of (vakantie-)appartementen, die hoofdzakelijk voor verhuur door de exploitant of beheerder van het complex beschikbaar zijn.*

We zien niet alleen een sterke toename van het aantal huisjesterreinen in Nederland, maar we zien ook de gemiddelde grootte en het aantal slaapplaatsen toenemen. Hieruit blijkt dat huisjesterreinen of relatief steeds groter worden (meer huisjes) of dat het aantal slaapplaatsen per huisje stijgt. Dit laatste past weer in de trend van grotere recreatiewoningen. Daar waar ‘vroeger’ 4- tot 6-persoonsrecreatiewoningen de norm waren, worden nu vaak al 8-, 10- of 16-persoonsrecreatiewoningen gebouwd.

In onderstaande illustratie is de ontwikkeling van het aanbod van logiesaccommodaties weergegeven in de periode 2012–2021 in aantallen accommodaties en aantal slaapplaatsen:




*Aanbodontwikkeling logiesaccommodaties in Nederland 2012-2021 (Bron: Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021, bewerkt door Leisurebrains.*

Uit de tabel blijkt dat het aantal huisjesterreinen in Nederland in de periode 2012-2021 met 27,8% is gestegen. Het aantal slaapplaatsen is zelfs met 28,4% gestegen.

Deze stijging valt enerzijds te verklaren door de groeiende vraag naar dit type vakanties (vraag leidt tot aanbod) en anderzijds door het feit dat de realisatie/bouw van nieuwe bungalowparken en het omzetten van campings naar chaletparken (of bungalowparken) zeer lucratief is. Deze laatste ontwikkeling is echter vaak meer vastgoed gedreven dan een direct gevolg van de stijgende vraag.

Toenemende vraag bungalowparken/huisjesterreinen (landelijk)

Naast deze sterke groei in het (landelijk) aanbod van huisjesterreinen, zien we ook een sterke groei in de vraag naar dit type vakanties. In onderstaande tabel is de vraagontwikkeling van de afgelopen drie jaren weergegeven:

| | Totaal aantal gasten in huisjesterreinen | Totaal aantal overnachtingen in huisjesterreinen | Bezettingsgraad huisjesterreinen |
|---|---|---|---|
| **2019** | 845.000 | 3.792.000 | 38,7% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **2020** | 822.000 | 3.986.000 (+5,1%) | 40,5% |
| **2021** | 897.000 | 4.259.000 (+6,8%) | 41,6% |

Bezettingsgraden huisjesterreinen 2019-2021 (Bron: Trendrapport Toerisme, recreatie en Vrijetijd 2021. Bewerkt Leisurebrains).

We zien in de periode 2019-2021 (dus inclusief de Covid-19 pandemie) een gemiddelde groeivoet van het aantal overnachtingen van +6% op huisjesterreinen. Deze groeivoet betreft juist de Covid-19 jaren 2020 en 2021.

Als we iets verder terugkijken naar de periode voor de Covid-19 pandemie (2015-2019), dan lezen we in het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021 (p. 326) dat het totaal aantal gasten op huisjesterreinen in deze periode met 19% is gegroeid.

In deze periode groeide het aantal buitenlandse gasten zelfs met 44% (naar 3,2 miljoen). Het aantal binnenlands toeristen groeide in deze periode landelijk met 10% (Bron: Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021).

We zien dus een sterke groeivoet in de periode 2016-2019 (19%) en een lagere groeivoet (6%) in de jaren erna (2019-2021, inclusief de Covid-19 pandemie). We blijven dus een positieve groei zien.

Deze groeivoeten voor de vraagontwikkeling naar slaapplaatsen zijn echter lager dan de groeivoet van het aantal slaapplaatsen (28,4%) in de periode 2012-2020. Hoewel de groeivoeten qua periode niet geheel op elkaar aansluiten, kunnen we wel de conclusie trekken dat hier een gevaar op het gebied van bezettingsgraden kan ontstaan.

### Groepsaccommodaties algemeen

Hoeveel groepsaccommodaties* er in Nederland zijn is niet eenvoudig te beantwoorden. Er is een 'officieel' cijfer van het CBS dat uitkomt op bijna 1.000 bedrijven in 2017. Dit cijfer is een combinatie van bij de Kamer van Koophandel als groepsaccommodatie ingeschreven accommodaties en accommodaties die het CBS op andere wijzen kan achterhalen.

**Het CBS hanteert de volgende definitie van een groepsaccommodatie:**

Accommodatie met logiesverstrekking overwegend aan personen in groepsverband (geen gezinsverband) met slaapgelegenheid in kamers, zalen, huisjes, tenthuisjes, appartementen en/of tenten die gasten mogelijk met vreemden moeten delen.

Onder groepsaccommodaties worden verstaan:

- kampeerboerderijen
- (kinder)vakantiehuizen
- kamphuizen/scoutinghuizen
- natuurvriendenhuizen
- tentenkampen
- logiesaccommodaties behorende tot watersportcentra of maneges.

We schrijven 'officieel' tussen haakjes omdat de CBS-cijfers nogal schommelen. Als we op Statline kijken dan zien we bijvoorbeeld dat het aantal groepsaccommodaties in de periode 2016–2022 niet 'stabiel' is. Het aantal accommodaties schommelt in deze periode van 957 (2016), naar 1047 (2018) en van 865 (2020) naar 1017 (2022).

Onzes inziens hebben deze schommelingen vooral te maken met de wijze en het resultaat van enquêteren en zijn de schommelingen minder manifest dan de cijfers doen vermoeden. Het is onzes inziens daarom niet heel zinvol om landelijke aanbodontwikkelingen als graadmeter voor marktruimte te nemen. We zoomen daarom in de volgende paragraaf nader in op het *regionale* aanbod.

Covid-19

Groepsaccommodaties hebben, meer dan campings en bungalowparken, erg veel last gehad van de Covid-19 pandemie. Accommodaties moesten hun deuren sluiten. Een aantal accommodaties heeft van de nood een deugd gemaakt door accommodaties om te bouwen naar meer individuele groepskamers of te herinrichten. Op dit moment (2022) is het aantal gasten weer bijna op het niveau van voor de Covid-19 pandemie.

In onderstaande tabel wordt het aantal gasten en de bezettingsgraad weergegeven over de periode 2016–2022 (in de maand september).

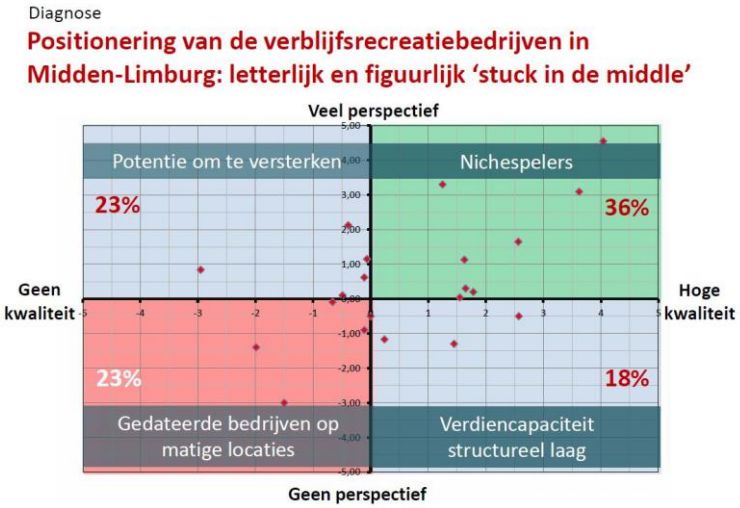
| Jaar | Aantal gasten (x 1000) | Aantal overnachtingen (x1000) | Bezettingsgraad (%) |
|---|---|---|---|
| **2016** | 209 | 494 | 30,0 |
| **2018** | 225 | 520 | 31,2 |
| **2020** | 92 | 229 | 15,2 |
| **2022** | 223 | 534 | 35,0 |

### Midden-Limburg

In de vorige paragraaf hebben we de landelijke vraag- en aanbodontwikkeling voor campings, bungalowparken en groepsaccommodaties in kaart gebracht. Op hoofdlijnen trekken we de volgende conclusies:

- Kamperen zit weer in de lift, maar;
- Het aantal kampeerplaatsen is flink afgenomen (waarschijnlijk doordat er op veel campings kampeerplaatsen zijn getransformeerd naar chalets – uitponding);
- Het aantal 'huisjesterreinen' is de afgelopen jaren flink toegenomen. Hier staat ook wel een sterke vraagstijging tegenover. Het toegenomen aanbod overtreft de stijgende vraag. Er is een kans op marktverdringing;
- Het aantal groepsaccommodaties lijkt landelijk vrij stabiel. Deze accommodatievorm heeft veel last gehad van de Covid-19 pandemie. Een klein deel is in deze periode getransformeerd naar een andere, minder grootschalige, verblijfsvorm. De bezettingsgraden liggen inmiddels weer op het niveau van voor de pandemie.

In deze paragraaf zoomen we in op het aanbod in Midden-Limburg. Uit een onderzoek van ZKA uit 2016 blijkt dat Midden-Limburg relatief weinig bedrijven heeft die met kop en schouders boven de rest uitsteekt. ZKA positioneert ze als 'stuck in de middle':



Omdat we nader onderzoek hebben gedaan naar het aanbod en het gebruik van bungalowparken in Midden-Limburg herkennen we dit beeld deels. In onderstaande tabel is het aanbod van bungalowparken (12) weergegeven, evenals het aantal recreatiewoningen per bedrijf:

| | |
|---|---|
| De Leistert | 316 |
| De Heelderpeel | 70 |
| Boschmolenplas | 239 |
| Porta Isola | 145 |
| Landgoed Aerwinkel | 122 |
| Posterbos | 156 |
| De Weerterbergen | 541 |
| Het Vossenven | 87 |
| Boschbeek Herkenbosch | 50 |
| Europarcs Resort Limburg | 600 |
| Maasresidence Thorn | 336 |
| Marina Oolderhuuske | 174 |
| Totaal | 2836 |

*Aanbod bungalowparken en recreatiewoningen Midden-Limburg (Bron: Leisurebrains)*

Uit ons onderzoek is gebleken dat ongeveer 85% van deze recreatiewoningen recreatief in gebruik zijn, de overige worden gebruikt voor zakelijke langverhuur, huisvesting arbeidsmigranten of worden permanent bewoond. Er liggen plannen om minimaal 400 recreatiewoningen bij te bouwen. De onderzochte bungalowparken zijn enorm wisselend van kwaliteit. Het eerdergenoemde niet-recreatief gebruik concentreert zich op enkele parken.

Midden-Limburg kent ongeveer 41 kampeerbedrijven. Het merendeel van deze bedrijven zijn mini-campings of boerderijcampings met een vrij eenvoudig, vergelijkbaar product. We hebben (nog) geen nader onderzoek gedaan naar de vitaliteit van deze bedrijven (anders dan wat uit het onderzoek van ZKA blijkt). Wel weten we dat er weinig bedrijven zijn met een zeer onderscheidend aanbod. Huttopia de Meinweg is een uitzondering. De afgelopen jaren zijn er, voor zover ons bekend, geen of weinig kampeerbedrijven in Midden-Limburg bijgekomen.

Midden-Limburg kent ongeveer 16 groepsaccommodaties. Deze groepsaccommodaties zijn vaak ontstaan vanuit een agrarisch bedrijf of ze zijn begonnen vanuit een ideologische overweging (bijvoorbeeld de Spar in Haelen).

Hieronder een niet limitatieve lijst van groepsaccommodaties in Midden-Limburg (gemeenten Roerdalen, Roermond, Maasgouw, Nederweert, Weert en Leudal).

| NL | Naam | Capaciteit | Doelgroep | Overige info |
|---|---|---|---|---|
| **Roggel** | De Leisterbes | 12 p. | Families | Redelijk luxe |
| **Swalmen** | La Grange Baxhof | 28 p. | Families, vriendengroepen | Carre boerderij |
| **Thorn** | Huize Brockmeulen | 41 p. | Families | Zeer luxe |
| **Roermond** | Groenslaperij Cornelishof | 24 p. | Vriendengroepen | Op boerderij |
| **Baexem** | Horckerhof | 30 p. | Culturele groepen | Theaterhoeve (muziek, dans etc.) |
| **Beesel** | Klerkenhof | 16 p. | Families, vriendengroepen | Twee geschakelde vakantiewoningen |
| **Baexem** | Kasteel Baexem | 20 p. | Vrienden, families, bedrijven | Luxe |
| **Weert** | Sint-Jozefhoeve | 47 p. | Vriendengroepen, zorggroepen, verenigingen | Vrij eenvoudig |
| **Ospel** | Buienhuis Alta Nera | 36 p. | Vergaderlocatie, families, vriendengroepen | Luxe |
| **Herten** | Huisje Merum | 16 p. | Gezinnen, families | Onderdeel van Beaujean Vacances |
| **Hunsel** | Bekerhof | 60 p. | Scholen, verenigingen, scoutinggroepen | Vrij basic |
| **Haelen** | De Spar | 78 p. | Diverse jeugdgroepen, scoutinggroepen | Opgezet vanuit de Katholieke jeugdbeweging.<br>Vrij basic |
| **Neer** | De Braampeel | 42 p. | Bedrijven, groepen | Luxe, culinair |
| **Posterholt** | Holsterhof | 44 p. | Scholen, verenigingen | Was eerst groter, basic |
| **Ell** | Lemmenhof | 20 p. | Divers. De accommodatie is onderdeel van gemengd bedrijf (ook een camping). | Zijn eigenlijk 10 aparte kamers die gezamenlijk geboekt kunnen worden. |
| **Montfort** | Koningshof de Klaproos | 16 p. | Vriendengroepen en families | Zijn twee te combineren woningen. |

**het woord 'groepsaccommodaties' is hierbij een breed begrip; ruime (geschakelde) vakantiewoningen (meer dan 12 personen) kunnen hier al onder vallen, evenals vakantieboerderijen, (jeugd)herbergen, stayokays, (Vlaamse) vakantiecentra of hostels.*

Het trendrapport van de provincie Limburg geeft aan dat Limburg 94 groepsaccommodaties telt. De 16 accommodaties in Midden-Limburg vormt hiervan dus ongeveer 17%.

De groepsaccommodaties in heel Limburg hebben in totaal 4.918 slaapplaatsen. In Midden-Limburg tellen de 16 accommodaties 530 bedden (ongeveer 11% van het totaal).

Midden-Limburg kent hiermee in vergelijking met Noord- en Midden-Limburg niet alleen veel minder groepsaccommodaties, maar ook veel minder bedden. Dit heeft er mee te maken dat in Noord-Limburg een aantal grote accommodaties ligt (denk aan de Berckt in Baarlo of de accommodaties van de Paasheuvelgroep). In Zuid-Limburg liggen juist heel veel (50) groepsaccommodaties.

Het gemiddeld aantal bedden per locatie in Limburg is ongeveer 52. De groepsaccommodaties in Midden-Limburg zijn over het algemeen gemiddeld zelfs kleiner.

Wat bovendien opvalt is dat vrijwel alle accommodaties in Midden-Limburg zich richten op een beperkt aantal doelgroepen: families, vriendengroepen, scholen, verenigingen, jeugdgroepen en scoutinggroepen.

Maar een beperkt aantal differentieert zich richting religie, cultuur, culinair of zakelijke verhuur. De scheiding tussen basis en luxe wordt daarbij (ook bij de groepsaccommodaties in Midden-Limburg) steeds scherper.

Overigens zijn in de lijst niet de grote woningen op de parken opgenomen. Denk aan De Leistert of De Weerterbergen. Qua concept en doelgroep zijn deze in onze optiek te afwijkend om mee te nemen in een marktonderzoek om twee potentiële groepslodges in Roerdalen te kunnen beoordelen.

### Mogelijke vraagontwikkeling

Voor het bepalen van de marktruimte voor nieuwe initiatieven, gaan we eerst in op enkele algemene verwachtingen ten aanzien van het toerisme.

In het rapport ‘De Toekomstvisie van de Nederlandse Vakantiemarkt 2030’ lezen we dat de algemene verwachting is dat het aantal binnenlandse vakanties de komende jaren in ieder geval verder gaat toenemen. Dit heeft te maken met een aantal factoren:

- De Nederlandse bevolking zal naar verwachting tot 2030 nog met 4% stijgen (tot ruim 18 miljoen inwoners).
- Het aantal 65+’ers zal de komende jaren nog verder toenemen (+ 900.000!).
- De vakantieparticipatie zal verder stijgen (van 83% naar 84%).
- De vakantiefrequentie zal naar verwachting verder gaan toenemen (van 2,83 naar 2,95 vakanties per persoon per jaar)

In dit rapport lezen we verder dat deze groeiverwachtingen vooral marktruimte biedt aan onderscheidende concepten en dat

- deze groei zich vooral zal manifesteren in de markt van korte vakanties;
- de beperkte radius van elektrische auto's meer mensen doet besluiten in eigen land op vakantie te gaan;
- er door de warmer wordende zomers minder noodzaak ontstaat op een zonvakantie naar het buitenland te gaan;
- op vakantie gaan in eigen land een steeds positiever imago krijgt.

De vraag naar vakanties is echter ook onderhevig aan economische factoren zoals consumentenvertrouwen, schommelingen in het weer en ook de recente Covid-19 pandemie (en de mogelijk blijvende gevolgen daarvan) spelen een rol.

In de visie 'Perspectief 2030 Bestemming Nederland' (NBTC, 2018) lezen we dat het NBTC, op basis van scenarioanalyses, voorspelt dat het aantal inkomende verblijfsbezoekers met minimaal 50% groeit van 18 miljoen in 2017 naar 29 miljoen in 2030. Zet de groei van de afgelopen jaren exponentieel door, dan kan dit aantal in 2030 oplopen tot maar liefst 42 miljoen.

Ondanks de sterke procentuele groei in het aantal Aziatische bezoekers blijven de verhoudingen tussen de verschillende herkomstlanden relatief stabiel. De prognose is dat ook in 2030 de meeste bezoekers uit Europa komen (22,7 miljoen), met Duitsland (10,4 miljoen), België (3,3 miljoen) en het Verenigd Koninkrijk (3,2 miljoen) voorop. Men verwacht bijna een verdubbeling van het aantal Duitse gasten tussen 2017 en 2030.

**Top 10 herkomstlanden inkomend toerisme Nederland 2017 en 2030**

| Aantal gasten x 1000 | 2017 | 2030 |
|---|---|---|
| Duitsland | 5.245 | 10.355 |
| Groot-Brittanië | 2.230 | 3.335 |
| België | 2.225 | 3.240 |
| VS | 1.415 | 2.055 |
| Frankrijk | 840 | 1.085 |
| Italië | 560 | 735 |
| Spanje | 465 | 665 |
| China | 365 | 630 |
| Zwitserland | 295 | 510 |
| Ierland | 220 | 315 |

Bron: Prognose NBTC, 2018, cijfers afgerond op vijfduizendtallen

Leisurebrains

*Verwachting ontwikkeling inkomend toerisme 2017-2030 (Bron: visie 'Perspectief 2030 Bestemming Nederland').*

In een ander rapport, het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2020, lezen we een nadere duiding en analyse van de ontwikkeling van het toerisme. Dit rapport baseert zich op het CVO (Continu Vakantie Onderzoek) van het CBS.

Op StatLine (cbs.nl) vinden we onderstaande ontwikkelingen op het gebied van overnachtingsaantallen van Nederlanders, niet-Nederlanders en Duitsers over de periode 2012-2020:

| Jaartal | Aantal overnachtingen van Nederlanders in Nederland (x 1000) | Aantal overnachtingen van Duitsers in Nederland (x 1000) | Aantal overnachtingen van buitenlandse gasten in Nederland (x 1000) | Totaal aantal overnachtingen (x 1000) |
|---|---|---|---|---|
| **2012** | 63.341 | 11.284 | 29.570 | 92.911 |
| **2013** | 64.303 (+1,5%) | 12.579 (+11,4%) | 31.771 (+7,4%) | 96.074 (+3,4%) |
| **2014** | 65.328 (+ 1,6%) | 13.749 (+9,3%) | 34.424 (+8,3%) | 99.752 (+3,8%) |
| **2015** | 66.237 (+1,5%) | 15.116 (+9,9%) | 37.298 (+8,3%) | 103.534 (+3,8%) |
| **2016** | 66.589 (+0,5%) | 16.118 (+6,6%) | 39.624 (+6,2%) | 106.213 (+2,6%) |
| **2017** | 67.529 (1,4%) | 17.974 (+11,5%) | 44.169 (+11,4%) | 111.698 (+5,2%) |
| **2018** | 69.080 (+ 2,3%) | 19.329 (+7,5%) | 47.002 (+6,4%) | 116.082 (+3,9%) |
| **2019** | 71.692 (+3,8%) | 21.580 (+11,6%) | 51.570 (+9,7%) | 123.443 (+6,3%) |
| **2020** | 64.042 (-10.7%) | 12.225 (-43,3%) | 21.372 (-48,5%) | 85.415 (-30,8%) |

*Overnachtingsaantallen en groeivoeten per jaar periode 2012-2020. Bron: CBS Statline, bewerkt door Leisurebrains.*

We zien sinds 2012 een vrij continue stijging van het aantal overnachtingen in Nederland, zowel door Nederlanders en Duitsers als toeristen uit andere landen. In 2020 zet als gevolg van de Covid-19 pandemie echter een sterke daling in.
De Statistiek Logiesaccommodaties laat zien dat in 2020 niet alleen het aantal toeristen fors is afgenomen, maar dat ook de samenstelling van het toerisme is gewijzigd.

In het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021 lezen we bijvoorbeeld dat het aantal Duitse gasten bijna is gehalveerd, maar dat het aantal gasten uit het Verenigd Koninkrijk en Italië zelf met drie kwart is verminderd. Zakelijk toerisme is daarnaast veel harder getroffen dan regulier toerisme. Hotels en groepsaccommodaties hebben bovendien een veel sterkere daling in overnachtingsaantallen gekend dan vakanties op bungalowparken en campings.

Onderzoek van NBTC NIPO toont aan dat in het jaar 2020 wel meer Nederlanders in eigen land op vakantie zijn gegaan *ten opzichte* van het buitenland en dat het aandeel van de auto als vervoersmiddel is gestegen ten opzichte van het vliegen. Nederlanders zijn in 2020 *echter minder vaak* en gemiddeld ook *korter* op vakantie geweest (als gevolg van de Covid-19 pandemie).

Om te kunnen schatten hoe de groei zich de komende jaren waarschijnlijk gaat ontwikkelen, zou een groeivoet gebaseerd kunnen zijn op de volgende twee rekenmethoden:

1. Een gemiddelde groeivoet die is gebaseerd op de periode 2012-2019 (dus zonder rekening te houden met de gevolgen van de Covid-19 pandemie). Deze historische groeivoet is de groeivoet die je ook de komende jaren mag verwachten als er zich geen Covid-19 pandemie had voorgedaan.
2. Een gemiddelde groeivoet over de periode 2012-2020, waarin de sterke daling als gevolg van de Covid-19 pandemie is meegenomen.

In onderstaande tabel is de gemiddelde historische groeivoet op basis van beide rekenmethoden weergegeven:

| Periode | Aantal overnachtingen van Nederlanders in logies-accommodaties in Nederland (x1000) | Aantal overnachtingen van Duitsers in logies-accommodaties in Nederland (x1000) | Aantal overnachtingen van buitenlanders in logiesaccommodaties in Nederland (x1000) | Totaal aantal overnachtingen in logiesaccommodaties in Nederland (x 1000) |
|---|---|---|---|---|
| **2012-2019** *(exclusief de gevolgen van de Covid-19 pandemie)* | + 1,8% | + 9,7% | + 8,2% | + 4,1% |
| **2012-2020** *(inclusief de gevolgen van de Covid-19 pandemie)* | + 0,2% | + 3,01% | + 1,2% | + 0,6% |

*Gemiddelde groeivoeten berekend met en zonder de gevolgen van de Covid-19 pandemie. Bron: CBS Statline, bewerkt door Leisurebrains.*

We zien een gemiddelde groeivoet van 4,1% in de periode voor de Covid-pandemie en een gemiddelde groeivoet van 0,6% gedurende de Covid-19 pandemie.

We zien echter dat, nu de Covid-19 pandemie is afgevlakt (2022), we snel weer overgaan tot de orde van de dag*. We zien dat het toerisme weer groeit naar het niveau van voor de pandemie.

**We zagen dit eerder in 2008 en 2009. Gedurende de financiële crisis in 2008 en 2009 nam het aantal toeristische overnachtingen in Nederland sterk af, maar dit herstelde zich snel weer nadat de crisis was bezworen.*

We zien geen tekenen dat de pandemie een blijvend effect heeft op de economie of de werkeloosheid en daarmee op de ontwikkeling van het toerisme (binnenlands en inkomend uit België en Duitsland – wellicht wel op zakelijk toerisme en inkomend toerisme uit bijvoorbeeld China, de VS of Japan).

Bovenstaande constateringen sluiten aan bij de publicatie van NRIT Actueel in november 2022. Hierin lezen we dat Nederlandse logiesaccommodaties in het derde kwartaal van dit jaar een recordaantal gasten hebben ontvangen. Zij hebben daarmee de mindere jaren als gevolg van de pandemie achter zich gelaten.

Vooral het aantal buitenlandse gasten groeide sterk, maar is nog niet helemaal op niveau. De sector profiteerde vooral van de Nederlandse gasten die het eigen land trouw bleven, ook nu reizen naar het buitenland weer mogelijk is.

Het aantal gasten groeide naar 14,6 miljoen, Dit is 4% meer dan in 2019 en 15% meer dan in 2021. Dat kwam vooral door de groei van het aantal buitenlandse gasten, een verdubbeling ten opzichte van 2021.

Met 5,4 miljoen buitenlandse gasten zitten we nog niet op het niveau van 2019, met in het derde kwartaal 6,1 miljoen gasten. Nu het weer mogelijk was om naar het buitenland op vakantie te gaan, nam het aantal Nederlandse gasten in eigen land af met 8% naar 9,2 miljoen.

Dat zijn er nog 1,2 miljoen meer dan voor de pandemie. Een deel van de 'buitenlandgangers' is Nederland trouw gebleven.

In het derde kwartaal van 2022 zagen we de grootste groei in aantallen gasten bij hotels (+27%), vooral door een verdubbeling van het aantal buitenlandse gasten. Zij trokken 8,6 miljoen gasten waarvan 4,8 miljoen uit het buitenland. Hotels hebben daarmee het niveau van voor de pandemie weer behaald. De hotels in de grote steden wisten veel meer buitenlandse gasten te trekken. Dat varieerde van +25% in Utrecht tot +88% in Amsterdam. De hoofdstad zit met 1,6 miljoen buitenlandse hotelgasten nog niet op het niveau van 2019, toen 2 miljoen gasten in de stad overnachtten. Het aantal Nederlandse gasten in alle Nederlandse hotels daalde licht, maar was nog altijd 18% hoger dan in het derde kwartaal van 2019.

Ook groepsaccommodaties wisten veel meer gasten (+20%) te trekken en hebben daarmee het verlies door de pandemie bijna goedgemaakt.

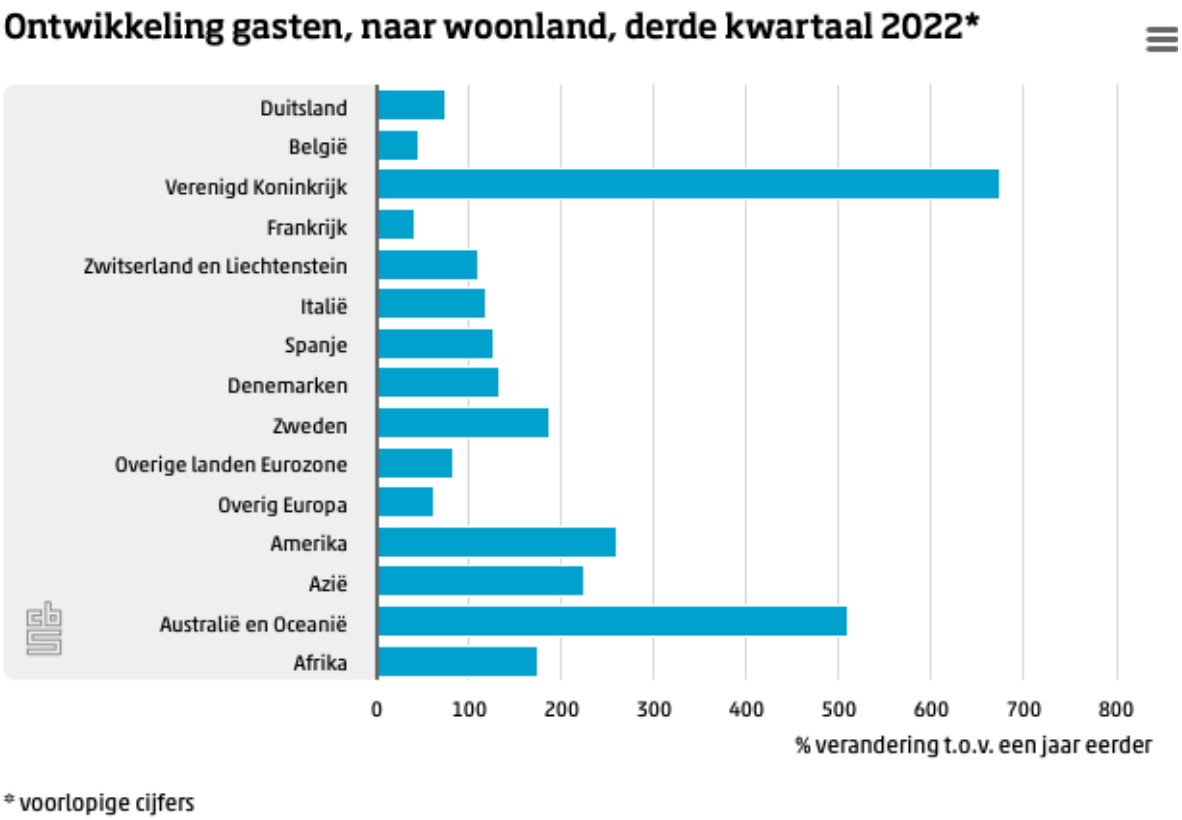
Kampeerterreinen ontvingen in het derde kwartaal 2,6 miljoen gasten, een groei van 3% ten opzichte van hetzelfde kwartaal in 2021. In vergelijking met 2019 een groei van 15%. Het aantal Nederlandse gasten dat in de pandemie sterk groeide, verminderde dit jaar met 11%, maar was nog altijd 18% hoger dan in 2019. De winst voor kampeerterreinen zat deze zomer vooral bij de buitenlandse gasten, die groeiden van 357.000 naar 668.000, tot net boven het niveau van 2019.

Als enige moesten de huisjesterreinen in het derde kwartaal van 2022, ten opzichte van hetzelfde kwartaal in 2021, inleveren. De 3 miljoen gasten betekenden een lichte afname (-1%), maar nog altijd 5% meer dan voor de pandemie. Ook hier zien we een sterke groei van het aantal buitenlandse gasten van 549.000 naar 960.000 en die zaten daarmee op 8% na weer op het niveau van 2019.

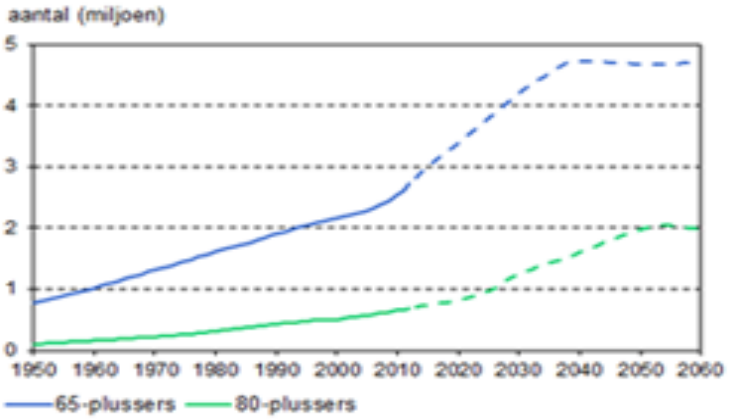
### Sterke groei van Britse gasten

De meeste buitenlandse gasten komen uit Duitsland, bijna 2,2 miljoen. Daarnaast komen veel gasten uit België (714.000). In vergelijking met het derde kwartaal van 2021 is het aantal gasten uit het Verenigd Koninkrijk het meest toegenomen (naar 464.000). Van de intercontinentale gasten komen de meeste uit Amerika (524.000).

*Bron: NRIT Actueel*




Het binnenlands en het inkomend toerisme heeft zich dus snel hersteld. Wij denken dat dit herstel blijvend is en dat het effect van de Covid-19 pandemie zelfs blijvend positief is voor de Nederlandse bungalowmarkt. Het is ons inziens namelijk zeer aannemelijk dat Nederland ook na de Covid-19 pandemie als een ‘veilige’ bestemming (en dicht bij huis) wordt gezien. Zeker door de sterk vergrijzende bevolking in Nederland, Duitsland en België. Deze groep is sterk groeiend. Het aantal ouderen in Nederland zal de komende jaren enorm toenemen. Volgens de CBS Bevolkingsprognose waren er in 2012 nog 2,7 miljoen 65-plussers, in 2041 zullen dat er 4,7 miljoen zijn. Tot 2060 blijft het aantal schommelen rond 4,7 miljoen.




*Figuur 10. Ontwikkeling aantal senioren in Nederland (Bron: www.cbs.nl)*

De komende jaren zal vooral het aandeel 65-79-jarigen op de totale bevolking sterk stijgen. Vanaf 2025 neemt ook de groep 80-plussers sterk toe (de dubbele vergrijzing). In 2040, het hoogtepunt van het aantal 65-plussers, is naar schatting 26% van de bevolking 65-plusser, waarvan een derde ouder is dan 80 jaar (bron: www.cbs.nl). Ook een groot deel van de (ook vergrijzende) Duitse en Vlaamse markt zal Nederland als een veilige en hygiënische bestemming zien en hun vakantie, wellicht nog meer dan voorheen, willen doorbrengen in een recreatiewoning op niet al te grote afstand van het woonadres.

Dat met name Duitsers Nederland als een veilige bestemming zien, lezen we ook terug in het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021; ondanks de Covid-19 pandemie bedraagt het aandeel Duitse gasten als percentage van alle buitenlandse gasten in 2020 ongeveer 45%.

Op basis van bovenstaande berekeningen en analyses verwachten we dus voor de komende jaren dat zowel het binnenlands toerisme als het inkomend toerisme (vooral uit Duitsland) weer gaat groeien.
De vraag is nu welke groei we de komende jaren mogen verwachten.

Voor de Covid-19 pandemie zagen we een gemiddelde jaarlijkse groei van 4,1%. Gedurende de Covid-19 periode zwakte deze af naar 0,6%. We zien inmiddels weer een duidelijk herstel. De vraag is wat de toekomst ons brengt. Toerisme is zoals eerder gesteld conjunctuurgevoelig.

Het IMF voorspelt dat een derde van de wereldeconomie dit of volgend jaar zal krimpen. De mondiale economie verkeert in zwaar weer vanwege de Russische invasie van Oekraïne, de inflatie en de economische vertraging in China, de op een na grootste economie ter wereld.

Voor 2023 rekent het IMF op slechts 0,8% economische groei, tegenover de 1,5% van het CPB. Het ligt daarmee niet in de lijn der verwachting dat de jaarlijkse groei van voor de Covid-19 periode snel terugkomt. De markt zal zich wel herstellen en de groei zal ook wel doorzetten.

Er zullen, behalve een groei, ook vooral vraagverschuivingen plaatsvinden binnen het type vakantie-accommodaties. Er dient ingezet te worden op:

- het sterk groeiend aantal 65+'ers;
- sterk onderscheidende concepten;
- meer en meer korte vakanties;
- meer mensen die in eigen land op vakantie gaan (veiligheid en hygiëne, maar ook door de beperkte radius van elektrische auto's en de warmer wordende zomers).

## Brief omwonenden d.d. 12 december 2020

Paul en Agata Wolters
't Hofke
Etsberg 18
Vlodrop

Vlodrop, 1 december 2020

Beste buurtbewoners,

Met dit schrijven willen we jullie laten weten dat wij nadenken over de toekomst van ons bedrijf.

Zoals jullie weten exploiteren wij momenteel een appelbedrijf/interieurbouw. Wij volgen echter ook andere ontwikkelingen en we zien op termijn mogelijkheden ontstaan op het gebied van toerisme en recreatie, zeker in relatie met het fruitbedrijf en de regio. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de Effelder Waldsee en de Meinweg.

We bevinden ons in een verkennende fase hoe dit allemaal vorm gaat krijgen. Het moet voor ons een meerwaarde opleveren, maar we vinden het ook cruciaal dat het een toegevoegde waarde heeft voor de omgeving. Denk aan bedrijvigheid, werkgelegenheid en leefbaarheid, zonder dat er sprake is van storende overlast. Vandaar dat wij ook vroegtijdig jullie mening willen polsen. Misschien zie je zelf kansen of heb je tips of adviezen waar we nu al rekening mee kunnen houden. Je doet er ons een plezier mee die informatie met ons te delen.

Als de verkennende fase goed aanvoelt, vragen we het college van B&W van de gemeente Roerdalen een principe akkoord af te geven. Als het ons lukt om daarbij vanaf het begin rekening te houden met de wensen uit de buurt is dat alleen maar beter, zowel voor ons, jullie en de gemeente. Tegen die tijd informeren we jullie uiteraard ook weer.

Mocht je willen reageren, dan kan dat bijvoorbeeld via ons mailadres woltersekofruit@home.nl.

Of spreek ons gewoon aan als je ons ziet of loop even binnen. Met de Corona maatregelen is dat nu wat lastiger, maar het gaat ons erom dat we duidelijk willen maken dat jouw mening belangrijk is en dat we daarvoor openstaan bij de ontwikkeling van plannen.

Fijn als we iets mogen vernemen voor 15 december.

Met vriendelijke groet,

Paul en Agata Wolters

## Brief omwonenden d.d. 6 januari 2021

Paul en Agata Wolters
't Hofke
Etsberg 18
Vlodrop

Vlodrop, 6 januari 2021

Beste buurtbewoners,

Met een eerder schrijven hebben we jullie gevraagd mee te denken over de toekomst van ons bedrijf. Hier is massaal op gereageerd. Onze dank daarvoor.

We hebben de oproep vooral gedaan om in de verkennende fase al tips of adviezen mee te laten wegen. Deze hebben we ook uitvoerig gekregen. Daarnaast werden er vragen gesteld en soms ook zorgen geuit. De antwoorden op de vragen zullen uiteraard straks terugkomen in onze aanvraag. We hebben vele goede idee ontvangen en enthousiaste/hartelijke reacties. Een mooie bevestiging voor ons plan. Ook over de zorgen hebben we ons gebogen. Onze eerst ideeën worden op basis daarvan deels bijgesteld.

We begrijpen dat veel mensen pas echt kunnen reageren als de plannen concreter zijn.
Binnenkort zullen we ons concept plan voorleggen aan de gemeente om hen te vragen een principe uitspraak te doen omdat het bestemmingsplan aangepast moet worden. Uiteraard behoudt u alle rechten om vooraf en ook daarna nog opnieuw inhoudelijk te reageren. We verwachten dat de gemeente in het kader van participatie daar ook randvoorwaarden aan stelt. Op basis van de eerste reacties willen we enkele zaken wel al aantippen t.w.:

- We worden bijgestaan door het adviesbureau Leisure Brains (zie www.leisurebrains.nl);
- we richten ons op recreatie en niet op huisvesting arbeidsmigranten;
- we zoeken optimaal de samenwerking met andere bedrijven in de gemeente om elkaar te versterken;
- we proberen zoveel mogelijk een onderscheidend recreatiebedrijf neer te zetten, wat aanvullend is op het bestaande aanbod en geïntegreerd in ons bestand biologisch bedrijf;
- onze intentie is om toename van overlast te beperken door te kiezen voor de adequate doelgroep die juist voor rust en natuur kiest en geschikte voorzieningen;
- bovendien streven we ernaar optimaal bij te dragen in het kader van leefbaarheid en werkgelegenheid in het dorp.

Met vriendelijke groet,

Paul en Agata Wolters

## Brief omwonenden d.d. 15 september 2021

Paul en Agata Wolters
't Hofke
Etsberg 18
Vlodrop

Vlodrop, 14 september 2021

Beste buurtbewoners,

Vorig jaar hebben we jullie al geïnformeerd dat we na denken zijn over de toekomst van ons bedrijf. We bevonden ons toen nog in een verkennende fase.

Op basis van onze eigen verkenning (en zeker ook de input vanuit de omgeving) hebben we bij de gemeente gevraagd of en onder welke voorwaarden men bereid is mee te werken een aan een recreatieve ontwikkeling op ons bedrijf.

De gemeente heeft ons voor de zomer laten weten principemedewerking te willen verlenen voor de ontwikkeling van 20 ecolodges, 2 groepshuizen (voor elk 20 personen) en 2 B&B's ( voor elk 2 personen).

Voor de gemeente is een belangrijke voorwaarde dat we de buurt betrekken in deze ontwikkeling. Voor ons is die voorwaarde vanzelfsprekend, dat was ook de reden dat we jullie al in december betrokken in het proces.

Zoals we al eerder schreven: Het moet voor ons een meerwaarde opleveren, maar we vinden het ook cruciaal dat het een toegevoegde waarde heeft voor de omgeving. Denk aan bedrijvigheid, werkgelegenheid en leefbaarheid, zonder dat er sprake is van storende overlast.

We willen ons in elk geval richten op hoge kwaliteit en recreanten die rust zoeken. We zorgen dat een en ander landschappelijk ingepast wordt en stemmen ook af met de provincie en het waterschap. Er zal straks sprake zijn van een goede ruimtelijke ordening en een aanvaardbaar woon- en leefklimaat. Het bedrijf gaat op in de omgeving. We richten ons niet op huisvesting buitenlandse medewerkers of permanente bewoning.

Jullie behouden uiteraard alle rechten als de aanvraag tot de wijziging van het bestemmingsplan wordt ingediend, maar als jullie nu al kansen zien die ons plan kunnen verbeteren dan horen we het graag. We zoeken ook graag de verbinding met de omgeving. Mogelijk heeft u ideeën om samen te werken.

Mocht je willen reageren, dan kan dat bijvoorbeeld via ons mailadres woltersekofruit@home.nl.

Of spreek ons gewoon aan als je ons ziet of loop even binnen. Met de Corona maatregelen is dat nu nog steeds wat lastiger, maar het gaat ons erom dat we duidelijk willen maken dat jouw mening belangrijk is en dat we daarvoor openstaan bij de ontwikkeling van plannen.

Fijn als we iets mogen vernemen voor 15 oktober 2021.

Met vriendelijke groet,

Paul en Agata Wolters

## Brief omwonenden d.d. 26 oktober 2023

Beste buurtbewoners,

We hopen dat het goed met jullie gaat. Allereerst willen we jullie bedanken voor de positieve reacties die we hebben ontvangen op onze vorige brief over de ideeën en voorgenomen plannen voor ons bedrijf ‘t Hofke. Het is voor ons hartverwarmend om te zien hoe betrokken en ondersteunend onze buurtgemeenschap is.

We willen jullie met dit schrijven dan ook graag weer aanvullend op de hoogte houden van de recente ontwikkelingen in onze plannen om te komen tot recreatieve activiteiten op ons terrein. Sinds onze laatste brief hebben we enkele belangrijke stappen gezet en we zijn verheugd mede te kunnen delen dat alles in de goede richting lijkt te gaan.

Ecolodges

Momenteel denken we concreet aan ecologdes. Waar elders al snel gerekend wordt met 25 tot 30 verhuureenheden per hectare, stellen wij voor om te kiezen voor de plaatsing van maximaal 20 ecolodges op een terrein van 3,2 hectare. Daarnaast willen we inpandig maximaal 4 B&B’s/vakantieappartementen voor 2 tot 4 personen realiseren. Tot slot willen we in de bestaande loods 2 groepslodges voor maximaal 2 x 20 personen realiseren.

We hebben hierover overleg gehad met de provincie Limburg en het waterschap om onze plannen verder te bespreken en af te stemmen. Na wat kleine aanpassingen en constructieve gesprekken, zijn we blij te kunnen melden dat zowel de provincie als het waterschap positief gestemd zijn over ons initiatief. Dit is een geweldige stap voorwaarts en het versterkt ons vertrouwen in de haalbaarheid van onze plannen.

Onderzoeken

Daarnaast willen we jullie informeren over de uitgevoerde onderzoeken die van essentieel belang zijn voor ons project. Een fauna- en floraonderzoek, een bodemonderzoek en een archeologisch onderzoek zijn uitgevoerd om een volledig beeld te krijgen van de mogelijke impact van de voorgenomen plannen. We zijn verheugd te kunnen melden dat al deze onderzoeken positieve resultaten hebben opgeleverd en bevestigen dat onze ontwikkelingsplannen in lijn zijn met de ecologische en historische waarden van het gebied.

Landschappelijke inpassing

We willen benadrukken dat we ons blijven inzetten voor een hoge kwaliteit van de geplande faciliteiten, waarbij rustzoekende recreanten kunnen genieten van de natuurlijke schoonheid van de omgeving. Het landschappelijk inpassen van deze ontwikkeling blijft een prioriteit en we blijven nauw samenwerken met alle betrokken instanties om ervoor te zorgen dat ons project goed wordt geïntegreerd in de omgeving.

Suggesties van onschatbare waarde

Jullie input en suggesties zijn voor ons van onschatbare waarde geweest. Als jullie op basis van deze aanvullende informatie nog meer ideeën hebben die onze plannen kunnen verbeteren, moedigen we jullie aan om deze met ons te delen. We zijn altijd op zoek naar manieren om ons project nog beter te laten aansluiten bij de wensen van onze buurtbewoners. Jullie meningen en suggesties zijn voor ons van groot belang.

Jullie kunnen ons bereiken via ons e-mailadres woltersekofruit@gmail.com. Natuurlijk zijn we ook beschikbaar om persoonlijk met jullie te praten; dus als je ons ziet of wilt langskomen, aarzel dan niet om ons aan te spreken. Samen werken we aan een ontwikkeling die niet alleen voor ons, maar ook voor onze prachtige buurt een positieve impact zal hebben.

We kijken ernaar uit om jullie verdere gedachten te horen en hopen de komende weken te kunnen rekenen op jullie waardevolle inbreng.

Met vriendelijke groeten,

Paul en Agata Wolters

Vlodrop, 26 oktober 2023

Betreft: Uitnodiging informatieavond op 30 november om 19:00 uur

Beste buurtbewoner,

Wij willen je bij deze graag uitnodigen voor onze informatieavond op 30 november om 19:00 uur. Deze bijeenkomst zal plaatsvinden bij ons op het bedrijf, en we stellen het zeer op prijs als je erbij aanwezig bent. We willen die avond met jullie van gedachten wisselen over een ingezette ontwikkeling om ons bestaande bedrijf te transformeren naar een recreatiebedrijf onder de naam: 'Buitengoed 't Höfke - Natuurlijk genieten op de Etsberg'. Al eerder stuurden we hier enkele updates over. Naar aanleiding van recente vragen en geuite zorgen willen we hierover graag langer met jullie praten.

We willen in elk geval nu al van de gelegenheid gebruik maken om oprechte dank uit te spreken aan degenen die positief hebben gereageerd op onze plannen. Jullie steun en enthousiasme zijn voor ons van onschatbare waarde. Sommige buren kwamen dit ons persoonlijk vertellen, wat we ontzettend waarderen. We begrijpen echter ook dat er nog vragen en zorgen zijn bij enkele andere buurtbewoners. Ook is mogelijk nog niet iedereen volledig op de hoogte van onze plannen. Ook hen willen we bedanken voor de gestelde vragen. Op 30 november willen we zo goed mogelijk iedereen bijpraten en betrekken bij dit proces.

Tijdens de informatieavond zullen we het dus over onze plannen hebben en een open dialoog voeren om jullie vragen te beantwoorden. We zullen ook uitleggen hoe ons plan is ontstaan en onze visie voor de toekomst van ons bedrijf. De avond wordt geleid door Thijs Vossen van het bureau Leisurebrains, die ons tot heden heeft begeleid in dit proces.

We willen benadrukken dat er in principe nog ruimte is om de plannen aan te passen. Ons doel is om een toekomst niet alleen voor ons bedrijf, onze kinderen en de volgende generaties, maar ook een duurzame omgeving voor onze gemeenschap te creëren.

Jullie input en alle nieuwe initiatieven zijn dus van harte welkom, en we streven ernaar om zoveel mogelijk van jullie ideeën en suggesties in onze plannen op te nemen. Mocht je niet in staat zijn om persoonlijk aanwezig te zijn, dan nodigen we je uit om een vertegenwoordiger te sturen om jouw stem te laten horen.

We kijken ernaar uit om je te verwelkomen op donderdag 30 november om 19:00 uur. Laat je ons vóór donderdag 9 november weten of je aanwezig bent? We kunnen dan de nodige voorbereidingen treffen. Je kunt je aanmelden via het volgende e-mailadres: info@hofke.nl. We zien je graag op donderdag 30 november om 19:00 uur op ons bedrijf (achterom).

Hartelijke groet,

Paul, Agata, Frederique en Michelle Wolters

Ps: Mocht je liever niet via e-mail willen reageren, dan kun je je aanmelden via het bijgevoegde strookje. Je kunt het ingevulde formulier bij ons in de brievenbus gooien. Je kunt dan ook op deze drie vragen beantwoorden ook via e-mail of via het invullen van het strookje. Alvast hartelijk dank voor de moeite!

Naam: …….

E-mailadres: …….

Omcirkel het juiste antwoord:

Ben je aanwezig tijdens de informatieavond?

Ja, ik zal aanwezig zijn op donderdag 30 november om 19:00 uur bij de informatieavond.

Nee, ik zal niet aanwezig zijn.

1. Op welke vraag/vragen wil je zeker antwoord krijgen tijdens/na deze bijeenkomst?

……

2. Welke zorgen heb je, zo ja waarover precies?

…….

3. Zie je nieuwe kansen (voor jezelf, de omgeving, buurtschap) en wil je die ideeën met ons delen?

……

## Verslag informatieavond d.d. 30 november 2023

### Uitleg vooraf

Vanaf 1 januari 2024 treedt in Nederland de Omgevingswet in werking. De Omgevingswet is een wet die diverse bestaande wetten op het gebied van ruimtelijke ordening, milieu en natuur integreert. Het doel van de wet is om het omgevingsrecht te vereenvoudigen en te moderniseren. In het kader van deze nieuwe wet speelt de omgevingsdialoog, nog meer dan nu het geval is, een belangrijke rol.

De term “omgevingsdialoog” verwijst naar een proces van overleg en communicatie tussen verschillende belanghebbenden (zoals burgers, bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties) met betrekking tot ruimtelijke ordening en omgevingskwaliteit. Het doel van de omgevingsdialoog is om de participatie van belanghebbenden bij besluitvormingsprocessen te versterken, om zo samen tot een beter en breder gedragen plan te komen.

De gemeente Roerdalen heeft dit instrument in 2023 al diverse malen als verplichting opgenomen. De vorm waaronder een initiatiefnemer tot een omgevingsdialoog komt, is in de gemeente Roerdalen vormvrij. Men vraagt wel om een verslag te maken van de acties die worden ingezet.

Paul en Agata hebben de afgelopen jaren de omgeving steeds op de hoogte gehouden met brieven en de uitnodiging om daarop te reageren en erover af te stemmen. Toen bleek dat enkele buurtbewoners dit onvoldoende vonden, organiseerden zij aanvullend deze informatieavond.

Hieronder is een verslag gemaakt van de hoofdlijnen. Het is belangrijk om te vermelden dat dit verslag geen letterlijke weergave is van de avond. Het verslag is bedoeld als een volgend puzzelstuk in het groter geheel.

### Inleiding avond

De avond wordt geopend door Agata Wolters. Zij heet de ongeveer 60 aanwezigen c.q. buurtgenoten van harte welkom en benadrukt blij te zijn met de grote opkomst. Agata wenst iedereen een leuke en vooral inzichtrijke avond.

Vervolgens neemt Paul Wolters het woord. Hij gaat in op de bedrijfshistorie - ’t Hofke is al 110 jaar in de familie - en de motivaties om een andere weg in te slaan. De grote risico’s in de fruitteeltsector vormen hierbij een belangrijke drijfveer. Om die reden willen Paul en Agata deze bedrijfstak gefaseerd afbouwen en ook stoppen met hun pluimveehouderij. Daarvoor komen recreatie, een voedselbos en vooral veel groen in de plaats.

Paul benadrukt dat Agata en hij ook graag sámen willen ondernemen en het belangrijk vinden om een toekomstige bedrijfsovername mogelijk te maken voor hun twee dochters.

### Inhoudelijke uitleg

Daarna licht adviseur Thijs Vossen van Leisurebrains de plannen en ontwikkelingen toe. Hij neemt de aanwezigen mee in het proces en gaat in op de huidige stand van zaken. Daarvoor maakt hij gebruik van een PowerPoint-presentatie. Deze is als pdf toegevoegd aan dit verslag.

### Vragen en discussie

Er worden diverse vragen gesteld vanuit de zaal, zowel over de inhoud als het proces. Deels zijn de vragen gebaseerd op de eerste aanvraag bij de gemeente die al in mei 2021 bijgesteld is.

Er is discussie met enkele aanwezigen over de uitleg van Thijs rondom de leefstijlvinder, de doelgroepen en de specifieke voorzieningen. Waar mogelijk heeft Thijs dit verduidelijkt.

Er zijn vragen rondom de exacte situering van de lodges. Deze zijn opgenomen op de getoonde plattegrond, zie PP-presentatie.

Er is een vraag over het wel of niet toevoegen van een zwembad. Dit zwembad komt er niet.

Er is een vraag over marktonderzoek in relatie tot mogelijk andere doelgroepen waaronder het COA. De zorg is vooral dat het plan niet aanslaat en dat er dan een andere doelgroep wordt aangetrokken. Thijs legt uit dat het bestemmingsplan daar leidend voor is en dat het niet de intentie is om te gaan bouwen voor de opvang van buitenlandse werknemers of statushouders. De gemeente gaat daar ook niet mee akkoord.

Er wordt ook gevraagd of bij het marktonderzoek over de grens is gekeken. Midden-Limburg is leidend geweest, maar qua voorzieningen is ook nadrukkelijk naar bijvoorbeeld de Effelder Waldsee gekeken.

Er ontstaat een discussie over de wijze waarop de omgevingsdialoog is gevoerd. Thijs heeft dat geprobeerd toe te lichten.

Er worden vragen gesteld over geluid en verkeer. Vervolgens is toegelicht dat de gemeente ook om nader onderzoek vraagt. De gemeente hanteert hiervoor bepaalde normen. Daarnaast moeten er nog heel vele andere onderzoeken worden gedaan; hier wordt aan gewerkt. Zie ook de PP-presentatie.

Er wordt een vraag geteld over het uitfaseren van het fruitbedrijf gecombineerd met de recreatie-activiteiten. Feitelijk bestaan er tijdelijk twee ondernemingen met totaal verschillende behoeftes naast elkaar op een kleine oppervlakte: toerisme en fruitbedrijf. De vraag is hoe dat zal dat worden gecombineerd. Het antwoord is dat het recreatiegedeelte volledig wordt gescheiden van het fruitteeltbedrijf. Op het terrein achterom zullen niet of hooguit voor korte tijd auto’s worden geparkeerd.

Er worden vragen gesteld over de betrokkenheid van de provincie en het waterschap. Met deze partijen is overlegd, ook via de gemeente. Eén van de aanwezigen wil graag weten of de provincie al een formele, schriftelijke reactie heeft gegeven op de plannen. Thijs benadrukt dat hij niet weet of de gemeente al een formele reactie heeft ontvangen van de provincie.

Er volgt een discussie over de definitie van kleinschalig of grootschalig. Beelden worden over en weer met elkaar gedeeld. Het blijft een subjectief begrip.

### Delen van dit verslag

Enkele mensen vragen of het verslag gedeeld kan worden met de aanwezigen. Het verslag wordt beschikbaar gesteld voor de aanwezigen die het verslag graag wensen te ontvangen.

### Dialoog stopt niet vanavond

De avond wordt afgesloten met de nadrukkelijke boodschap dat de dialoog met de omgeving niet ophoudt na deze bijeenkomst. Thijs benadrukt dat in gesprek blijven belangrijk is en dat iedereen zich uit moet spreken. “En bij Paul en Agata staat de deur altijd open!”

### Positieve en kritische reacties

Zoals elk plan krijgt ook dit plan zowel positieve als kritische reacties. Al met al hebben de zorgen en kritische kanttekeningen vooral te maken met de doelgroepen en de invloed van het toekomstige verkeer en geluid. In het kader van de ontwikkeling wordt middels onderzoek en het nemen van maatregelen aangetoond dat de ontwikkeling geen onevenredig negatief effect op de omgeving heeft. Ook spreekt een deel van de aanwezigen zich juist zeer positief uit.