

Herontwikkeling Recreatiepark Kasteel Ooijen

Analyse regionale behoefte



Conceptrapportage in opdracht van
Recreatiepark Kasteel Ooijen

Oktober 2015

Projectnummer
15.103



ZKA Consultants
Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Doel- en vraagstelling	1
1.3.	Leeswijzer	1
2.	LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	2
3.	LOCATIE EN CONCEPT	3
3.1.	Inleiding	3
3.2.	Planlocatie	3
3.3.	Concept	4
4.	ACTUELE REGIONALE MARKTBEHOEFTE	7
4.1.	Inleiding	7
4.2.	Regionale marktontwikkelingen	7
4.3.	Aansluiting concept en markt	9
4.4.	Aansluiting concept bij doelgroepen	13
4.5.	Conclusies regionale behoefte	16

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

Recreatiepark Kasteel Ooijen, een omvangrijke camping met een breed voorzieningenpakket, is gelegen in Broekhuizenvorst (Noord-Limburg). De eigenaar van dit park heeft plannen voor herontwikkeling om dit park weer terug te brengen naar het vijfsterrenniveau waarover het park in het verleden beschikte. De herontwikkeling gaat hand in hand met de gebiedsontwikkeling Ooijen en Wanssum. Wat betreft de ontwikkeling van het recreatiepark gaat het met name om een uitbreiding van het recreatiebedrijf aan de Maasoever door kwaliteitsverbetering, uitbreiding van het aantal jaarplaatsen en het aanleggen van een jachthaven met extensieve recreatie.

Deze ontwikkeling vereist wettelijk een onderzoek conform de 'ladder voor duurzame verstedelijking' (Ministerie van Infrastructuur en Milieu). Onderdeel van dit onderzoek is een analyse of er een actuele regionale marktbehoefte is om deze plannen te realiseren en in welke ruimtelijke omgeving dit past. Om hierin te voorzien heeft Recreatiepark Kasteel Ooijen **ZKA Consultants** verzocht dit benodigde onderzoek uit te voeren. Het gaat daarbij om stap 1 van deze 'ladder': aantonen van de actuele regionale marktbehoefte.

1.2. Doel- en vraagstelling

De studie geeft antwoord op de vraag of er een actuele regionale behoefte is voor de beoogde plannen van Recreatiepark Kasteel Ooijen. Met andere woorden, is er ruimte voor deze plannen in de regionale toeristische markt en zijn deze plannen marktverdringend of juist marktontwikkeland?

1.3. Leeswijzer

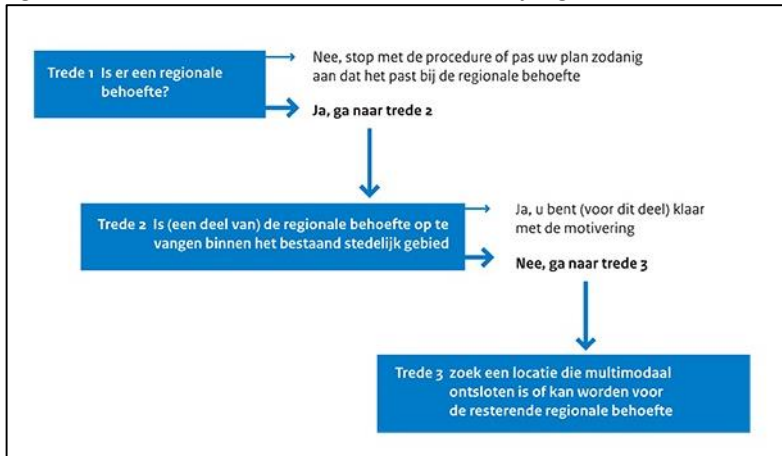
Deze rapportage is als volgt opgebouwd:

- Hoofdstuk 2 gaat in op het wettelijk kader van de 'ladder voor duurzame verstedelijking';
- Hoofdstuk 3 gaat in op de locatie en de ontwikkeling van het concept;
- In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op de markontwikkelingen, de aansluiting van het concept met de markt en de doelgroepen, wat resulteert in conclusies over de actuele regionale marktbehoefte.

2. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

De beoogde ontwikkeling van Recreatiepark Kasteel Ooijen betreft een nieuwe stedelijke ontwikkeling waarvoor een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is. Gelet op artikel 3.1.6. van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) dient de 'ladder voor duurzame verstedelijking' (Ministerie van Infrastructuur en Milieu) te worden doorlopen, zie figuur 2.1. en tabel 2.1.

Figuur 2.1. Ladder voor duurzame verstedelijking



In deze rapportage wordt alleen de eerste stap (trede 1), het aantonen van de actuele regionale marktbehoefte, uiteengezet.

Tabel 2.1. Stappenplan

Wettelijk kader 'ladder voor duurzame verstedelijking'

De ladder voor duurzame verstedelijking is verankerd in het Bro. Om dit mogelijk te maken is het Bro met ingang van 1 oktober 2012 gewijzigd en wel de artikelen 1.1.1. en 3.1.6.

Artikel 1.1.1. definieert relevante begrippen. Daaraan is in het eerste lid een omschrijving toegevoegd van:

- **bestaand stedelijk gebied:** bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur;
- **stedelijke ontwikkeling:** ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.

Artikel 3.1.6 is uitgebreid met twee leden die de werking van de ladder uitleggen. De tekst van de leden 2 en 3 luidt:

- lid 2: De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, voldoet aan de volgende voorwaarden:
 - a. er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een **actuele regionale behoefte**;
 - b. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het **bestaand stedelijk gebied** van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins, en;
 - c. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld;
- lid 3: Het tweede lid is van overeenkomstige toepassing op een provinciale verordening die een locatie voor stedelijke ontwikkeling aanwijst.

Bron: *Handreiking Ladder voor duurzame verstedelijking, Ministerie van Infrastructuur en Milieu.*

3. LOCATIE EN CONCEPT

3.1. Inleiding

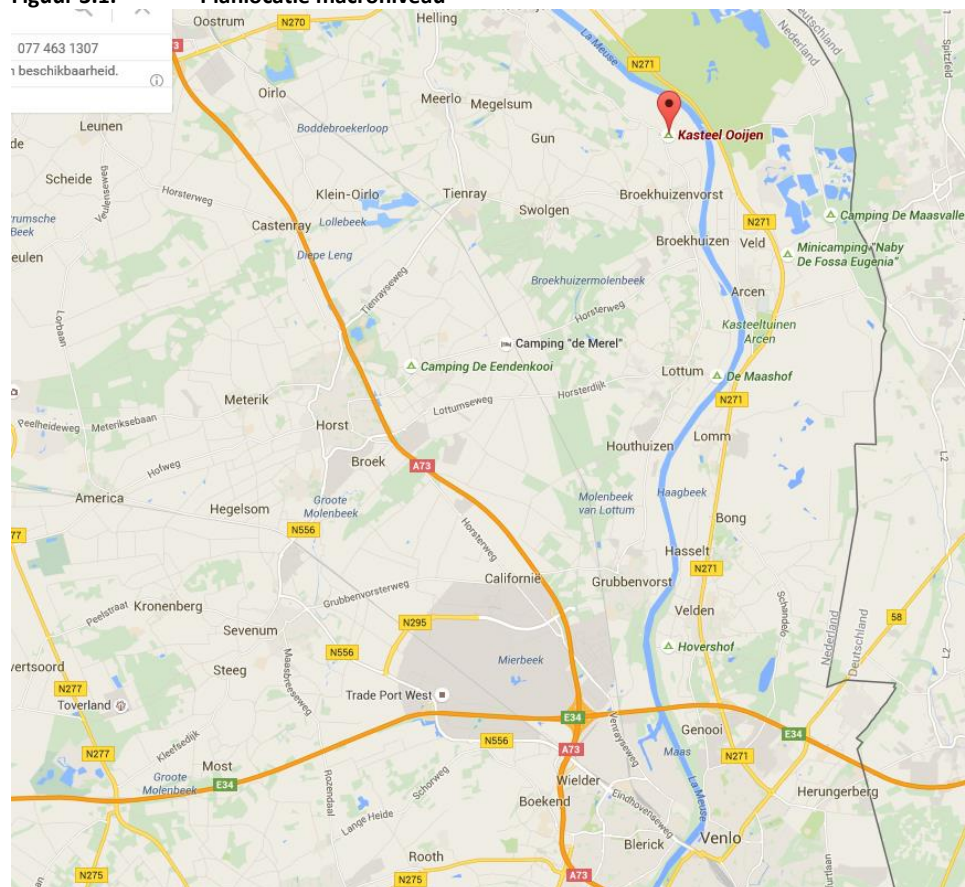
In dit hoofdstuk worden de planlocatie en het concept beschreven. Allereerst komt de locatie aan de orde (3.2.), gevolgd door het huidige en het nieuwe concept (3.3.).

3.2. Planlocatie

De planlocatie is gelegen op en rondom het bestaande Recreatiepark Kasteel Ooijen te Broekhuizenvorst, op circa 27 kilometer reisafstand van het centrum van Venlo en zo'n 16 kilometer van Venray gelegen.

Het huidige park bestaat uit een camping met vaste en toeristische plaatsen en diverse voorzieningen. Het gaat om 225 jaarplaatsen (waarvan 210 bezet met chalets/stacaravans) en 230 toeristische plaatsen.

Figuur 3.1. Planlocatie macroniveau



De locatie bevindt zich in een ontwikkelingsgebied rondom de rivierbedding van de Maas (gebiedsontwikkeling Ooijen-Wanssum). Dit gebied zal worden ontwikkeld door middel van een combinatie van water- en natuurontwikkeling, dijkversterking en economische initiatieven.

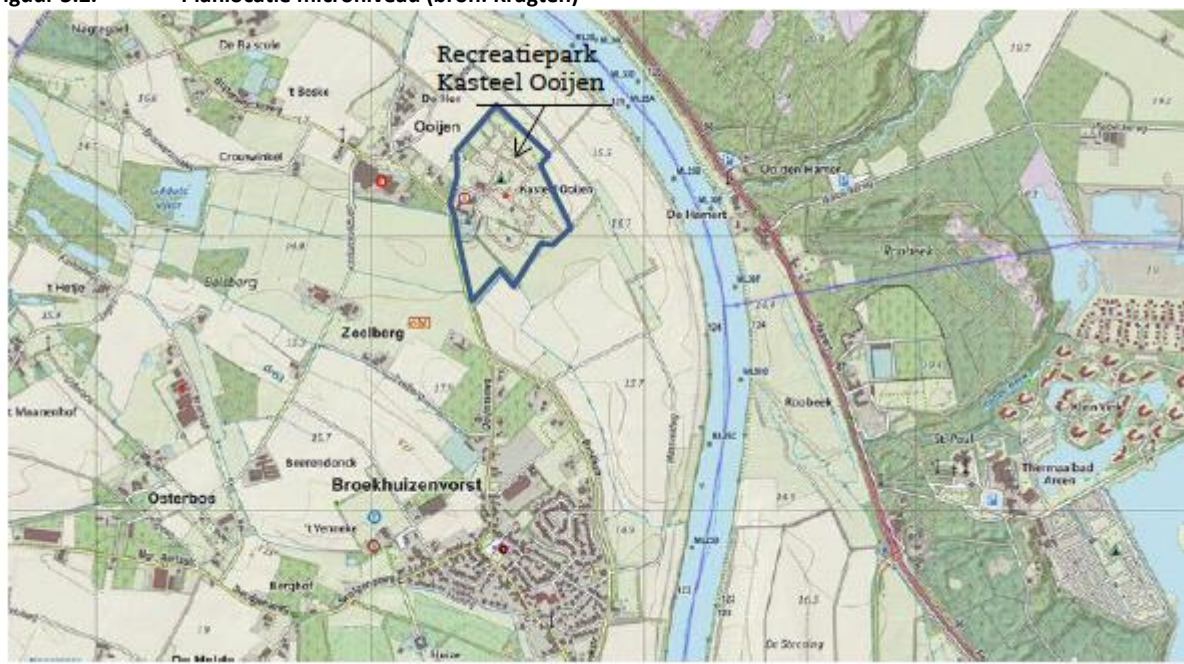
De doelstellingen van gebiedsontwikkeling Ooijen-Wanssum zijn:

- Hoogwaterbescherming tegen waterstanden die eens in de 250 jaar voorkomen;
- Waterstanddaling van 35 cm (bij hoogwater);
- Ontwikkelen van natuur en landschap;
- Vergroten van de leefbaarheid in Wanssum;
- Ruimte voor nieuwe economische ontwikkelingen.

De ontwikkeling van Recreatiepark Kasteel Ooijen is voorlopig de enige economische ontwikkeling die deel uitmaakt van het plan c.q. in het plan past.

Op microniveau bekeken is het park gelegen in de nabijheid van de Maas, maar grenst niet aan de rivierbedding.

Figuur 3.2. Planlocatie microniveau (bron: Kragten)



3.3. Concept

Huidig concept

Het huidige Recreatiepark Kasteel Ooijen bestaat uit ongeveer 465 plaatsen. Van de vaste plaatsen is circa 93% bezet (bron: Recreatiepark Kasteel Ooijen). Op korte afstand is er aan de Maas een trailerhelling aanwezig.

Het park beschikt over voldoende voorzieningen (waaronder een groot restaurant, een zwembad en animatie voor kinderen). De belangrijkste huidige doelgroepen zijn 55+-ers en gezinnen met jonge kinderen.

Er heeft geen recente beoordeling door de ANWB plaatsgevonden van deze camping.

Na de laatste beoordeling (2012) is circa € 4 miljoen geïnvesteerd, mede in voorbereiding op de verdere ontwikkeling tot een nieuw kwaliteitsconcept:

- Eén kilometer wegen met asfalt geheel vernieuwd;
- Hoofdtoiletgebouw geheel gerenoveerd, met nieuw interieur, nieuwe technische installatie etc.;
- Buitenzwembad met glijbaan gerenoveerd, zowel cosmetisch als nieuw tegelwerk, hekwerk, schilderwerk, alsook de complete technische installatie ondergronds;
- Nieuwe elektrakasten geplaatst met verzwaring elektra voor bestaande kampeerplaatsen om gasten meer comfort te bieden;
- Circa 25 vaste jaarplaatsen vernieuwd met nieuwe chalets;
- Nieuwe eigen machines aangeschaft voor onderhoud groen;
- Drie mensen extra ingezet in de afgelopen jaren voor onderhoud, bijwerken, gebruik nieuwe machines;
- Door aanleg verhuurpark minder kampeerplaatsen. Oud, kleiner 2e toiletgebouw afgebroken en vervangen door een modern, groot toiletgebouw, waardoor er meer douches/toiletten per gast zijn;
- Winkelvoorziening teruggebracht die voorheen was gesloten;
- Realiseren geheel nieuwe milieustraat;
- Nieuw, snel en modern wifi-systeem voor gasten.

Ontwikkeling tot een nieuw kwaliteitsconcept

In het kader van de Gebiedsontwikkeling Ooijen – Wanssum wordt het gebied direct rondom het bedrijf heringericht. Zo wordt een hoogwatergeul met landtong gecreëerd, de oude Maasarm wordt weer in werking gesteld, dijken worden verlegd en natuur wordt aangelegd. Dit heeft gevolgen voor de inrichting van Recreatiepark Kasteel Ooijen.

De exploitant wil deze wijziging in natuur en landschap inzetten om het huidige recreatiepark nog een sterke en kwalitatief hoogwaardige recreatieve impuls te geven door de camping uit te breiden en het gebied door te ontwikkelen tot recreatie- en watersportgebied.

Op hoofdlijnen leidt dit tot de volgende ingrepen om het nieuwe kwaliteitsconcept te realiseren (bron: Kragten):

- Aanleg nieuwe jachthaven voor circa 123 schepen;
- Nieuwe steigers voor circa 30 drijvende chalets in de jachthaven;
- Uitbreiding met 90 jaarplaatsen voor hoogwaardige chalets aan de zuidzijde van het park, met uitzicht op het nieuwe Maasgebied;
- Aanleg terrassencamping voor 75 plaatsen op nieuwe dijk ter vervanging van 100 jaarrond te gebruiken kampeerplaatsen nabij nieuwe dijk;
- Toevoegen perceel camping aan noordwestzijde voor circa 25 kampeerplaatsen ter compensatie van het verlies aan 25 jaarrond te gebruiken kampeerplaatsen;
- Aanleg terrein voor extensieve dagrecreatie bij de terrassencamping voor recreatief medegebruik. Denk hierbij aan kano- of waterfietsverhuur;
- Verwijderen bestemming "Recreatieve doeleinden" van perceel dat grenst aan de Ooijenseweg ten zuidwesten van de bestaande camping;
- Verwijderen dagstrand aan de Maas;
- Verwijderen botenhelling (en parkeerterrein) aan de Maas;

In dit onderzoek toetsen we de eenheden die per saldo voor een toevoeging aan de markt zorgen. Dat zijn:

- Aanleg nieuwe jachthaven voor circa 123 schepen;
- Nieuwe steigers voor circa 30 drijvende chalets in de jachthaven;

- Uitbreiding met 90 jaarplaatsen voor hoogwaardige chalets aan de zuidzijde van het park, met uitzicht op het nieuwe Maasgebied.

Eén van de belangrijkste ontwikkelingen is de transformatie tot watersportgebied door het creëren van een nieuwe jachthaven met meer dan 100 ligplaatsen in combinatie met het extensieve dagrecreatieterrein. De jachthaven is gericht op rustiger activiteiten en- publiek, gezien de ligging in/tegen het natuurgebied. De ontwikkeling van Recreatiepark Kasteel Ooijen wordt gekenmerkt door de natuurlijke en waterrijke ligging. Recreatiepark Kasteel Ooijen legt daarom meer nadruk op het recreatieve medegebruik naast natuur. De haven komt namelijk op de grens van een EHS –gebied te liggen.

Er zal een havenkantoor zijn en verder zullen de services geconcentreerd worden bij de bestaande voorzieningen van het recreatiepark: horeca, winkel met (nautische) benodigdheden. Ook komt er een natuurtransferium; dit zijn de passantenplaatsen om vanuit deze plek de natuur te verkennen met grazers via wandel- en fietsroutes. Verder leent het havengebied zich voor rustige en niet-natuur belastende waterrecreatieactiviteiten zoals kanoverhuur en waterfietsverhuur.

Dat leidt tot de volgende eindsituatie (bron: Kragten, 2015):

Figuur 3.3 Eindsituatie planontwikkeling Recreatiepark Kasteel Ooijen



Deze vernieuwing en uitbreiding van het concept is de basis voor de toets die we uitvoeren aan de hand van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Daartoe schetsen we in het volgende hoofdstuk de relevante regionale marktontwikkelingen op het gebied van recreatie en de actuele regionale marktbehoefte.

4. ACTUELE REGIONALE MARKTBEHOEFTE

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk is de eerste trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' doorlopen. In deze trede wordt de regionale markt onderzocht. Aangezien ligplaatsen, vaste jaarplaatsen en drijvende chalets geen voorzieningen zijn voor inwoners van een gebied, maar voor toeristen, is het verzorgingsgebied nauwelijks af te bakenen. De meeste gasten zullen Nederlands zijn, maar ook buitenlandse gasten (uit vooral Duitsland en België) bezoeken deze regio.

Dat leidt ertoe dat de marktbehoefte voor een toeristische voorziening niet is te berekenen op de wijze zoals dat voor detailhandel, horeca e.d. gebeurt. De marktruimte is immers niet te berekenen op grond van het aantal inwoners, de vraag per inwoner, de verwachte groei onder inwoners, etc. Daarom zal in dit hoofdstuk de marktbehoefte met name worden getoetst door te analyseren in welke mate het concept onderscheidend is ten opzichte van concurrerend aanbod, in welke mate het aanbod vernieuwend is en in welke mate het aansluit bij bestaande doelgroepen of nieuwe doelgroepen trekt. Ook zullen de regionale marktontwikkelingen worden meegenomen in de analyse.

Om inzicht te krijgen in de regionale behoefte is eerst de regionale markt voor verblijfsrecreatie (jaarplaatsen en ligplaatsen in jachthavens) geanalyseerd en in het bijzonder de combinatie hiervan (4.2.). In de volgende paragraaf (4.3.) gaan we in op het concept en de aansluiting met de markt. In 4.4. leggen we de relatie tussen het concept en de beoogde doelgroepen. Hoofdstuk 4 sluit af met conclusies over de regionale marktbehoefte aan deze ontwikkelingen (4.5.).

4.2. Regionale marktontwikkelingen

De nieuwe ontwikkelingen van Recreatiepark Kasteel Ooijen hebben betrekking op ligplaatsen in jachthavens en jaarplaatsen op de camping. Daarom gaan we, in het kader van het aantonen van de actuele regionale marktbehoefte, in op de regionale vraag, het aanbod, de bezetting en de prijzen in de deelmarkten campings en jachthavens.

Vervolgens komen ook andere plannen voor toeristische marktontwikkelingen in de regio aan de orde, inclusief de mate waarin deze plannen doorgaan.

Afbakening regio

Om de marktontwikkelingen in de genoemde delen van de toeristische sector te schetsen, bakenen we het marktgebied af tot de regio Noord-Limburg. Deze regio bestaat uit de volgende gemeenten:

- Beesel;
- Bergen (L);
- Gennep;
- Horst aan de Maas;
- Mook en Middelaar;
- Peel en Maas;
- Venlo;
- Venray (de gemeente waarin Recreatiepark Kasteel Ooijen ligt).

Voor deze afbakening is gekozen omdat:

- Deze overeenkomt met de landelijke COROP indeling (regio Noord-Limburg);
- Het gebied een ander toeristisch karakter heeft dan naburige regio's, zoals Midden-Limburg en Oost-Brabant en als zodanig gezien wordt door consumenten. Noord-Limburg is wat vlakker, is in mindere mate een watersportgebied en toeristische overnachtingen vinden met name plaats in bungalowparken. Midden-Limburg is wat lommerrijker, is meer een watersportgebied en trekt gemiddeld wat hogere bestedingen aan;
- Qua identiteit, cultuur en taalgebruik (dialect) er verschillen zijn tussen Noord- en Midden-Limburg.

Cijfers

Om de toeristische ontwikkelingen in de regio te analyseren, maken we gebruik van het onderzoek dat de meeste relevante gegevens bevat en gedurende meerdere jaren is uitgevoerd op consistente wijze. Zo kunnen ontwikkelingen over meerdere jaren worden geschetst. Deze bron is het onderzoek wat wij in opdracht van de regio Venlo uitvoerden in 2009 en 2014/2015 (waarin resultaten van respectievelijk 2008 en 2013 worden gemeten, 'Economische betekenis toerisme en recreatie regio Venlo', 2015). Een alternatieve bron is het ContinuVakantieOnderzoek (CVO), waarover ook de provincie Limburg beschikt. Dit onderzoek meet echter alleen de vakanties van Nederlanders (buitenlandse gasten worden niet ondervraagd) en we beschikken ook niet over de meest actuele gegevens uit dit onderzoek.

Onderstaand analyseren we daarom de marktontwikkelingen (voor kampeerplaatsen en ligplaatsen in jachthavens) aan de hand van het genoemde ZKA onderzoek.

Toeristische kampeerplaatsen

De vraag naar toeristische kampeerplaatsen in de regio Noord-Limburg nam toe tussen 2008 en 2013. Het aanbod van toeristische kampeerplaatsen bleef in deze periode vrijwel stabiel (circa 3.700), waardoor de bezetting (aantal toeristische overnachtingen per kampeerplaats) is gestegen. Het aantal overnachtingen op campings nam tussen 2008 en 2013 met circa 15% toe. De bezetting nam toe van 200 naar 222 overnachtingen per toeristische kampeerplaats per jaar.

De capaciteit bleef stabiel ondanks dat er één camping niet meer actief is op de toeristische markt (deze camping huisvest nu alleen nog maar arbeidsmigranten).

Tabel 4.1 Toeristische kampeerovernachtingen regio Noord-Limburg

Deelregio	2008	2013
Reguliere campings	707.885	820.166
Minicampings	108.803	117.624
Totaal regio Venlo	816.688	937.790

Jaarplaatsen

Het aantal bezette jaarplaatsen in de regio Noord-Limburg nam in de periode 2008-2013 licht af (met circa 5%) tot 4.838 plaatsen. De prijzen van jaarplaatsen stegen in deze periode wel met 8%.

Ligplaatsen in jachthavens

Het aanbod van vaste ligplaatsen en passantenplaatsen in Noord-Limburg is tussen 2008 en 2013 fors toegenomen. In totaal is het aantal ligplaatsen in jachthavens met een kwart toegenomen, zowel het aantal passantenplaatsen (+21%) als vaste plaatsen (+25%) is gestegen. De prijs van een vaste ligplaats steeg in deze periode met 20%.

In vergelijking met 2008 is het aantal passantenovernachtingen per plaats gedaald van 15 overnachtingen naar 10 overnachtingen per plaats. Oorzaken hiervoor zijn het slechte weer in 2013 en de economische crisis. Echter, door de toename van het aanbod is het aantal overnachtingen per saldo gestegen (36%) van 20.928 naar 28.541. De prijs van een overnachting op een passantenplaats steeg met 2%.

Plannen en ontwikkelingen

In het Vitaliteitsonderzoek Verblijfsrecreatie (afgerond in juni 2015) zijn geen andere concrete Limburgse ontwikkelplannen bekend inzake uitbreidingen van campings. Ook met betrekking tot jachthavens zijn geen andere concrete plannen of ontwikkelingen bekend. Wel zijn er concrete plannen voor uitbreidingen van bestaande bungalowparken of plannen van nieuwe parken, namelijk voor:

- Vakantiepark Heuvelland;
- Domein de Waufsberg;
- Resort Maastricht (1^e fase).

Deze drie plannen zijn concreet, want bevinden zich reeds in de verkoopfase.

Verder zijn er plannen voor de volgende parken, die echter nog niet in de verkoop zijn:

- Resort Maastricht (2^e fase);
- Marinapark Leukermeer (bungalows en appartementen);
- Maasresidence Thorn (bungalows);
- Waterpark Dommelsvoort (bungalows).

Deze plannen hebben betrekking op het bungalowsegment en opereren niet in de markt voor chalets. Als zodanig hebben deze plannen geen gevolgen voor de marktkansen van de uitbreiding van het concept van Recreatiepark Kasteel Ooijen.

4.3. Aansluiting concept en markt

Concept en marktbehoefte

De ondernemer wil het gebied verder ontwikkelen tot een nieuw recreatiegebied. De drie meest in het oog springende elementen van het plan zijn:

- De aanleg van de jachthaven met circa 123 ligplaatsen (waarvan 23 passantenplaatsen) en 30 unieke, drijvende chalets. Daarnaast komt een terrein voor extensieve waterrecreatie met kano- en bootverhuur. De jachthaven wordt ontwikkeld met een winkel, horeca, een havenkantoor en een trailerhelling;
- De aanleg van een terrassencamping met 75 plaatsen, ter vervanging van 100 bestaande plaatsen die verdwijnen door de natuur-/gebiedsontwikkeling;
- De uitbreiding met 90 jaarplaatsen die worden bezet met 90 luxere chalets.

De terrassencamping betreft een vervanging en geen uitbreiding van de capaciteit. We gaan daarom alleen in op de mate waarin de aanleg van de jachthaven en de uitbreiding met 90 luxe chalets aansluit bij de huidige regionale markt vraag.

Ligplaatsen (jachthaven)

Na (markt)onderzoek constateren we dat de aanleg van de jachthaven past binnen de regionale marktdynamiek van vraag en aanbod. Daarvoor zien wij de volgende ontwikkelingen en kenmerken:

- **Groeiende markt.** De regionale markt voor ligplaatsen in jachthavens in Noord-Limburg is de afgelopen jaren, tegen de landelijke trend in, gegroeid. Zowel het aanbod (aantal ligplaatsen), het aantal overnachtingen als de prijzen zijn tussen 2008-2013 in Noord-Limburg positief ontwikkeld. Dat geldt zowel voor vaste ligplaatsen als passantenhavens. Dit deel van het concept sluit dus aan bij een groeiende regionale markt;
- **Onderdeel van een nieuw recreatiegebied.** De jachthaven wordt ontwikkeld in een geheel nieuw recreatiegebied met natuurontwikkeling in de nabijheid van de Maasoever, inclusief voorzieningen. Op één na (Leukermeer) zijn de huidige jachthavens in Noord-Limburg solitair gelegen en maken juist geen onderdeel uit van een compleet natuur- en recreatiegebied. Deze ligging is dus een pré;
- **Combinatie met jaarplaatsen stimuleert verkoop.** De ondernemer heeft zich tot doel gesteld de verkoop van ligplaatsen nadrukkelijk te combineren met de verkoop van vaste jaarplaatsen. Zo kunnen gasten een jaarplaats met chalet combineren met een ligplaats voor hun boot. Uiteraard blijft het mogelijk in te schrijven op één van beide type accommodaties. De verkoop van ligplaatsen wordt wel versterkt door tegelijkertijd jaarplaatsen aan te bieden. Dit is geen unieke, maar in de markt niet frequent aangeboden combinatie. De meeste jachthavens in Nederland grenzen namelijk niet aan een camping en/of maken daar geen onderdeel van uit. Ze functioneren vaak solitair, zeker in verenigingsvorm en/of als er geen mogelijkheid tot passantenovernachtingen wordt geboden. De jachthaven van Recreatiepark Kasteel Ooijen wordt daarmee één van de weinige spelers in Zuid-Nederland die deze combinatie aanbiedt;
- **Gelegen aan doorgaande watersportroute.** De locatie is gelegen aan de Maas en maakt onderdeel uit van de voor de pleziervaart bevaarbare Maasroute richting Maastricht;
- **Onderscheidend ten opzichte van andere jachthavens.** De ondernemer richt zich tot een ander segment dan de andere jachthaven in de regio (Leukermeer) die onderdeel uitmaakt van een groter recreatiegebied. De jachthaven wordt ontwikkeld met enkele basisvoorzieningen (havenkantoor, winkel, horeca) zonder veel activiteiten eromheen. Recreatiepark Kasteel Ooijen kiest voor rustiger activiteiten en publiek gezien de ligging in het natuurgebied. De ontwikkeling van Recreatiepark Kasteel Ooijen wordt gekenmerkt door de natuurlijke en waterrijke ligging. Recreatiepark Kasteel Ooijen legt daarom meer nadruk op het recreatieve medegebruik naast natuur. Ook komt er een natuurtransferium; dit zijn de passantenplaatsen om vanuit deze plek de natuur (met o.a. grazers) te verkennen en recreatieve routes te gebruiken. Verder leent het havengebied zich voor rustige en niet-natuur belastende waterrecreatieactiviteiten zoals kanoverhuur en waterfietsverhuur. Het gaat om extensieve recreatie.

Drijvende chalets

Naast de ligplaatsen worden ook 30 drijvende chalets ontwikkeld, met een verkoopprijsniveau van € 125.000-€ 175.000 v.o.n. Doorgaans hebben drijvende chalets een oppervlakte van 45-60 m². We zien dat drijvende chalets ook passen binnen de regionale marktdynamiek van de watersportmarkt:

- **Kwaliteitsverbetering en verfraaiing.** De drijvende chalets zorgen voor een verfraaiing van de aanblik van de jachthaven en geven deze meer klasse en uitstraling dan een reguliere jachthaven met alleen ligplaatsen. Het is een andere vorm van recreatie die wel gebruik maakt van de aantrekkingskracht van het water, maar geen verplichting tot varen heeft (een drijvend chalet kan niet over het water verplaatsen);
- **Verlenging verblijfsduur en hogere bestedingen.** Het drijvende chalet maakt ook een wat langer verblijf (enkele weken) mogelijk, zonder naar permanente bewoning te neigen. Vanwege de beperkte oppervlakte. Dit verlengt de verblijfsduur en bestedingen in en rond de jachthaven, terwijl passanten in een jachthaven doorgaans slechts één tot enkele nachten blijven;

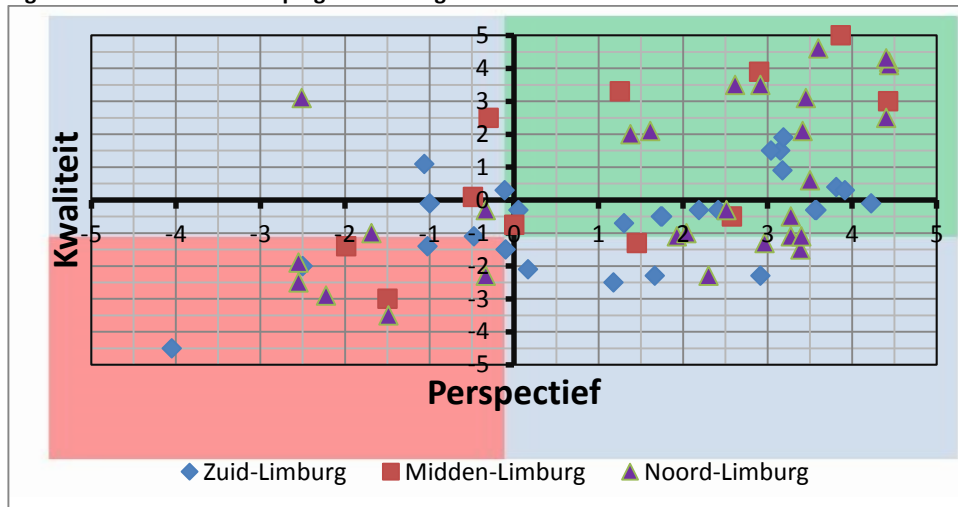
- **Groeiende markt.** De markt voor drijvende chalets is groeiende. Momenteel is er in Nederland slechtst één partij die deze markt ontwikkelt (Best Marine), die deze markt als sterk groeiend typeert. Enkele havens in Flevoland verhuren momenteel de drijvende chalets, wat voor de jachthaven een fors hogere huuropbrengst oplevert dan een vaste ligplaats of een passantenplaats. Door dit succes in Flevoland wordt binnenkort door Best Marine naast de verkoop ook gestart met de verhuur van deze chalets, onder andere in Friesland, één van de sterkste watersportgebieden van Nederland;
- **Uniek product in Limburg, nieuwe doelgroepen.** Het is een uniek, nieuw product wat een aanvulling is op het toeristisch aanbod in Noord-Limburg. Er zijn geen jachthavens in de provincie Limburg die op dit moment vergelijkbare drijvende chalets aanbieden. Op ruim 50 kilometer biedt de jachthaven Marina Oolderhuske in Roermond wel recreatievilla's aan het water aan die ook als drijvende chalets worden getypeerd. Dit betreffen echter objecten van een andere orde en prijsniveau dan de drijvende chalets van Recreatiepark Kasteel Ooijen. Dit zijn recreatievilla's die aan één zijde aan het water zijn gelegen. Met verkoopprijzen van ca. € 300.000 k.k., een woonoppervlakte van 130-150 m² en een perceel van meer dan 300 m² zijn deze woningen veel exclusiever en nodigen ook meer uit tot permanente bewoning. Deze woningen opereren daarmee in een totaal ander marktsegment. De drijvende chalets van Recreatiepark Kasteel Ooijen trekken dus nieuwe doelgroepen aan voor de watersport en –recreatie in Noord-Limburg.

Jaarplaatsen (chalets)

De uitbreiding van het park met 90 jaarplaatsen met chalets past binnen de vraag-en aanboddynamiek van chalets in Noord-Limburg:

- **Hoger segment.** Met verkoopprijzen van € 55.000-€ 90.000 per chalet wordt expliciet in het hogere jaarplaats segment geopereerd, waarmee het recreatiegebied een kwaliteitsverbetering realiseert. De meeste chalets in Noord-Limburg worden voor lagere prijzen verkocht (we ramen deze gemiddeld op € 20.000-€ 30.000), zijn eenvoudiger uitgevoerd en betreffen doorgaans bestaande bouw (er worden weinig chalets in de regio nieuw aangeboden (bron: Funda, oktober 2015)). De kavelgrootte op Recreatiepark Kasteel Ooijen voldoet met 200-300 m² aan het regionale gemiddelde, dat weer relatief groot is ten opzichte van de kavelgrootte die in Nederland gebruikelijk is (circa 100-200 m²).
- **Groene locatie.** De huidige locatie van Recreatiepark Kasteel Ooijen is uitzonderlijk parkachtig groen. De bestaande kampeervelden en jaarplaatsterrein zijn ook bijzonder groen uitgevoerd, wat beschutting en natuurschoon biedt aan de gasten. Daarnaast bieden de ruime plekken (doorgaans meer dan 100 m²) veel privacy aan de gasten. Dit beleid wordt voortgezet bij de uitbreiding met jaarplaatsen voor de chalets;
- **Goede verhuurmix.** Recreatiepark Kasteel Ooijen biedt een combinatie aan van jaarplaatsen (al dan niet met chalets bezet) en verhuur op toeristische plaatsen, zodat er een goede kans is op een combinatie van doelgroepen. De verhuurmarkt zorgt er tevens voor dat de kans op permanente bewoning verkleind wordt (in tegenstelling tot campings met vrijwel alleen jaarplaatsen);
- **Maakt onderdeel uit van een groter recreatiegebied.** Zoals aangegeven wordt het huidige recreatiepark uitgebreid met een jachthaven en een terrein voor extensieve dagrecreatie. In combinatie met de huidige horeca- en animatievoorzieningen komt de gast terecht in een aantrekkelijk recreatiegebied. Andere campings in de regio kennen minder voorzieningen of er wordt niet in geïnvesteerd;
- **Kansrijk door voldoende bedrijfsprospectief.** In het onderzoek dat wij voor de provincie Limburg uitvoerden (Vitaliteit verblijfsrecreatie Limburg, juni 2015) is een analyse gemaakt van de verblijfsrecreatieve sector in Limburg aan de hand van twee dimensies: de kwaliteit (huidig) en het perspectief (toekomstig). De meerderheid van de campings is daarbij aan de hand van bedrijfsbezoeken, enquêtes en interviews met ondernemers beoordeeld op deze twee dimensies (zie figuur 4.1.) Elke stip staat voor een specifieke camping.

Figuur 4.1 Vitaliteit campings in Limburg



De campings zijn in een grafische weergave geplaatst aan de hand van de twee dimensies. Hieruit ontstaan vier vlakken: rood (geen perspectief en geen kwaliteit), groen (wel perspectief en wel kwaliteit) en twee blauwe vlakken (wel kwaliteit en geen perspectief, of andersom). Uit de analyse bleek dat maar liefst 55% van de deelgenomen campings geen toekomstperspectief heeft (onderste twee vlakken). Op basis van onze (ruime) ervaring en bedrijfsschouw ter plaatse, positioneren we Recreatiepark Kasteel Ooijen in het blauwe vlak linksboven: de kwaliteitsslag die is gemaakt de afgelopen jaren moet worden voortgezet en er is veel perspectief voor dit bedrijf om te ontwikkelen en te groeien in de toekomst. De ontwikkeling van nieuwe vormen van recreatie en voortdurende kwaliteitsverbetering van bestaande voorzieningen heeft in de regio aanzienlijk meer kans op (blijvend) succes, als deze plaatsvindt op een recreatiebedrijf met voldoende toekomstperspectief, wat ook wil investeren in de toekomst van de regio. Recreatiepark Kasteel Ooijen behoort tot deze categorie, in tegenstelling tot veel andere campings in de regio.

Onderdeel van totaal concept

De watersportontwikkeling in combinatie met de jaarplaats ontwikkeling door chalets maken beiden onderdeel uit van een groter plan met economische-, water- en natuurontwikkelingen. De marktontwikkeling maakt daarom meer kans dan een solitaire ontwikkeling (zoals bijvoorbeeld meer reguliere jaarplaatsen bij een bestaande camping, wat een meer aanbod gedreven project is).

De combinatie van recreatieaccommodaties, natuur en watersport die Recreatiepark Kasteel Ooijen voor ogen heeft betreft een volwaardige gebiedsontwikkeling die nieuwe markten naar de regio trekt. Uit ervaring in de markt is duidelijk dat een plan dat aansluit bij de markt meer kans heeft als dit onderdeel uitmaakt van een gebiedsontwikkeling. Met name het recreëren aan een zogenaamd 'waterfront' spreekt gasten vaak aan. Recent heeft dat tot een aantal succesvolle projecten (in ontwikkeling) in Nederland geleid:

- **Brouwerseiland:** dit project wordt gepland op de Brouwersdam en is een voor Nederlandse begrippen unieke recreatieve totaalontwikkeling, een leisureconcept op de grens van land en water. Het wordt een groen blauwe archipel met opgespoten eilanden en recreatiewoningen. Alle woningen staan aan het strand en beschikken over een eigen aanlegsteiger. Het nieuwe land en het water worden flexibel geïntegreerd met bijzondere aandacht voor de waterfronten, waarbij natuurlijke oevers worden ontwikkeld. ZKA heeft positief over dit project geadviseerd (2015);

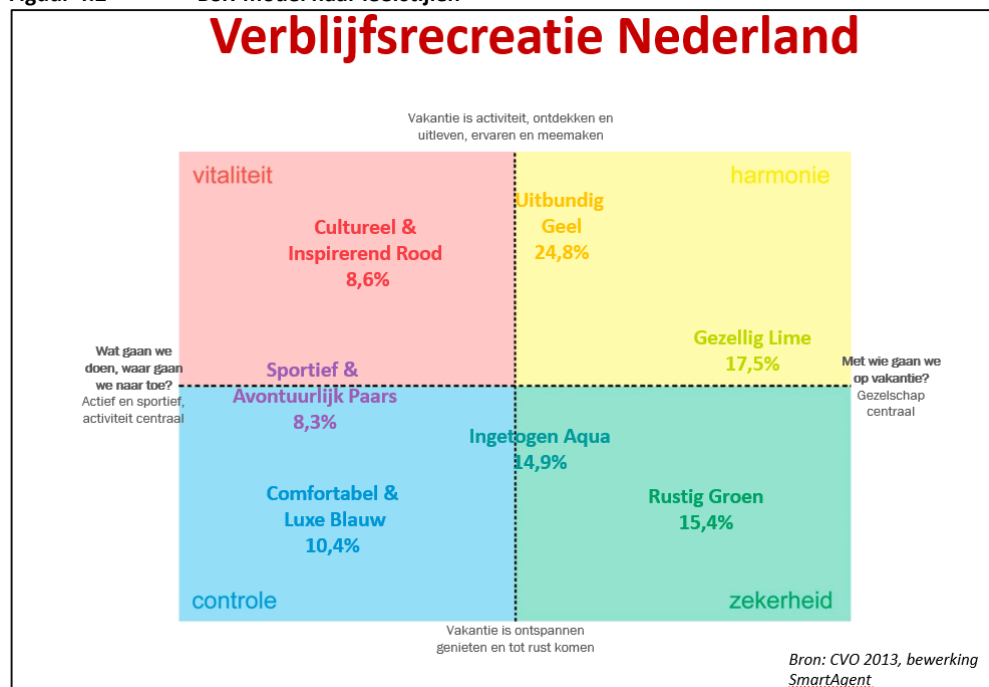
- **Parq Green** (Reeuwijkse plassen). Aan de Reeuwijkse Plassen wordt Parq Green ontwikkeld, een recreatiepark met waterlodges, -woningen en -villa's. De waterwoningen en -villa's zijn allemaal direct aan het water gelegen en beschikken over een eigen aanlegplaats om af te meren bij de woning. Elke woning biedt bovendien de privacy om comfortabel te ontspannen en in luxe te genieten van vrije tijd. Dit project voor recreëren aan het water/ tweede woningen aan een waterfront is succesvol en is reeds in de verkoop. De bouw is reeds gestart. Verkoopprijzen variëren van € 135.000 tot € 800.000;
- **Waterdunen.** Dit is een natuur- en recreatiegebied in aanleg bij Breskens (Zeeuws-Vlaanderen). Hoogwaardige natuur wordt hier gecombineerd met hoogwaardige verblijfsrecreatie aan de kust. Er zijn onder andere enkele honderden recreatiewoningen in het gebied gepland. De recreatiewoningen worden zoveel mogelijk in het landschap geplaatst. Hierbij is natuurbeleving een belangrijke waarde. ZKA heeft ook positief geadviseerd op dit project.

4.4. Aansluiting concept bij doelgroepen

Om de aansluiting van het concept bij de vraag te analyseren, gaan we na of de vraag naar recreatie in Limburg en het geboden concept (aanbod) op elkaar aansluiten. We delen daarvoor de doelgroepen in aan de hand van het Brand Strategy Research (BSR)-Model. Elke toerist is daarbij aan de hand van persoonlijkheid en vakantiegedrag ingedeeld in één van de hoofdkleuren, die een bepaalde leefstijl vertegenwoordigen. Verblijfsrecreatie kent zeven segmenten/kleuren. Elke kleur staat voor een bepaald type toerist en zijn of haar leefstijl. Het model wordt in de recreatiebranche veel gebruikt (het is leidend) en de data worden aangeleverd door onderzoeksbureau SAMR. ZKA is één van de vijf gecertificeerde adviseurs in Nederland die in de branche adviseren over doelgroepen in de recreatiemarkt op basis van dit model.

Het onderstaande beeld toont het model en de globale betekenis van de kleuren:

Figuur 4.2 BSR-model naar leefstijlen



Meer gegevens over dit model en de leefstijlen vindt u in de bijlage 1.

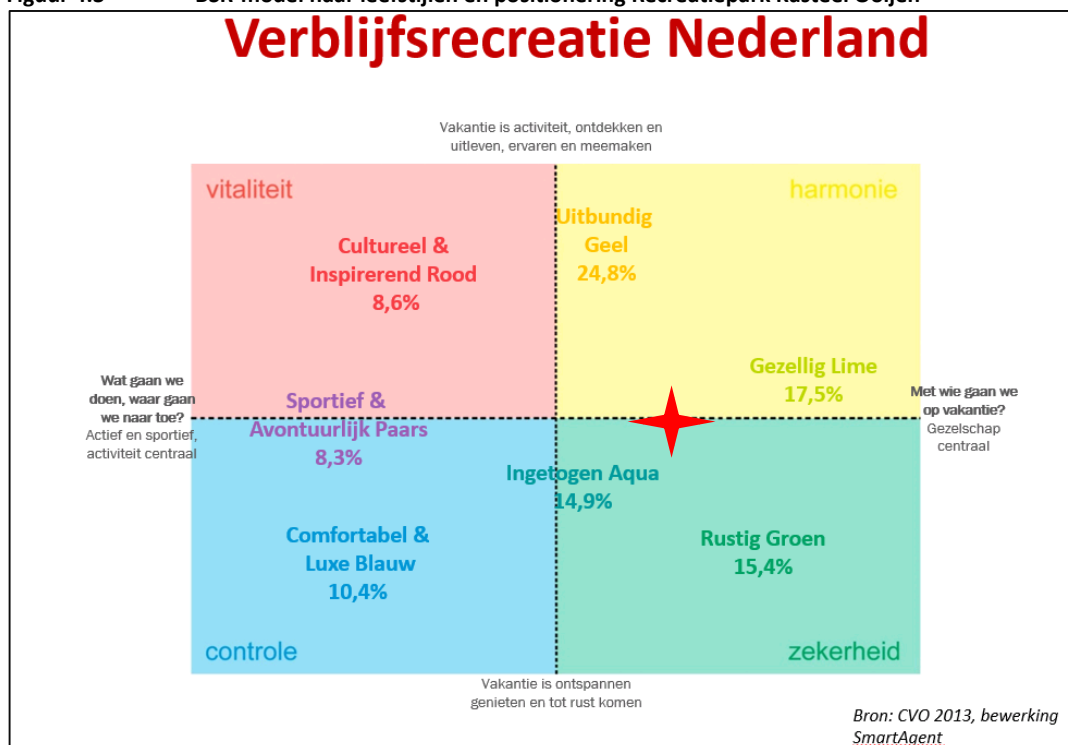
Om te analyseren welke doelgroep past bij de ontwikkelingen van Recreatiepark Kasteel Ooijen, is de onderstaande analyse uitgevoerd waarbij we gebruik hebben gemaakt van de data uit de Recreantenatlas Dagrecreatie en het Gastenboek Leisure Leefstijlen.

Passende doelgroep

De ontwikkeling van Recreatiepark Kasteel Ooijen te midden van een rivier- en natuurlandschap trekt mensen aan die van rust en privacy houden tijdens hun vakantie en vrije tijd en die een gevoel van vrijheid zoeken. Ze hechten aan een vertrouwde omgeving, zijn ruimdenkend, laten zich graag inspireren en besteden meer aan vrije tijd en vakantie dan gemiddeld. Een investering in een chalet op een recreatiepark zien ze als een investering in levenskwaliteit. Ze kiezen voor natuur gerichte vakanties en waarderen natuurgebieden en bezienswaardige gebouwen. Tijdens hun vrije tijd wandelen en fietsen ze graag. In leefstijltermen betreft dit de Ingetogen Aqua leefstijl. Daarnaast trekt de ontwikkeling en het bedrijf mensen aan die graag met familie en vrienden op pad gaan, ze zijn spontaan, genieten van het leven en vinden vriendschap en familiebanden belangrijk. Ze houden van een actieve vakantie en vinden het belangrijk dat er voor iedereen wat te doen is. Ze houden aan de ene kant van relaxen en gezelligheid en aan de andere kant willen ze ook graag actief en sportief bezig zijn. In leefstijltermen betreft dit de Uitbundig Gele leefstijl. Deze leefstijl maakt graag gebruik van vaste standplaatsen op campings en een investering in een chalet op een recreatiepark zien ze als een investering in sociale verbondenheid; ook de kinderen en kleinkinderen kunnen komen en mogen gebruikmaken van de familiestek. De gele leefstijl vaart in de vrije tijd meer dan gemiddeld met motorboot/jacht en de leefstijl houdt ook van waterrecreatieactiviteiten als kanovaren.

Deze bewust gecombineerde positionering van Geel en Aqua komt niet heel veel voor op recreatieparken in Nederland. Hierin kan Recreatiepark Kasteel Ooijen onderscheidend zijn in de regio. Dit veronderstelt een uitgekende profilering van Aqua gerichte waarden zoals vrijheid, rust en relaxen enerzijds en geel gerichte waarden zoals 'voor iedereen wat te doen' en actief zijn anderzijds.

Figuur 4.3 BSR-model naar leefstijlen en positionering Recreatiepark Kasteel Ooijen



Om te analyseren of deze positie past bij de regionale markt, is een regionale vraag- aanbodconfrontatie voor de recreatiemarkt in Noord-Limburg uitgevoerd, voor campings en jachthavens, op basis van de BSR-leefstijlen.

Campings

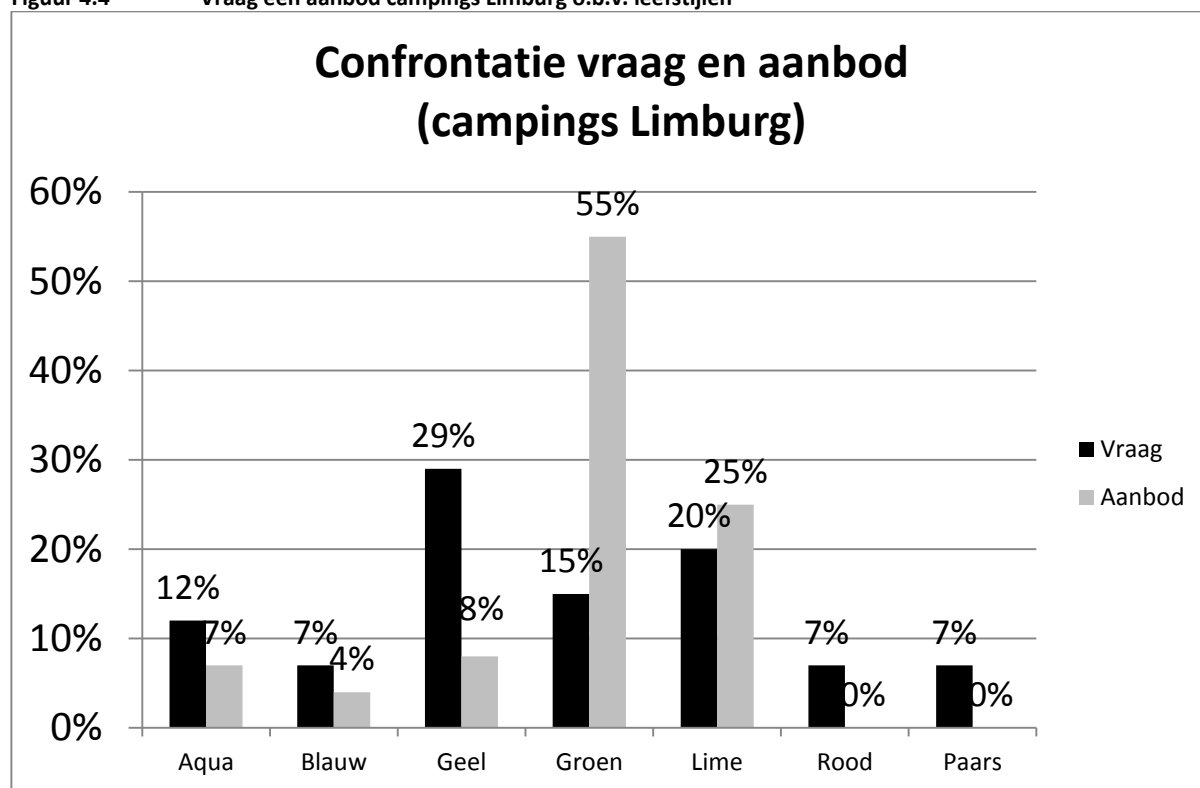
De vraag naar kampeernachtingen in Limburg is als volgt verdeeld over de doelgroepen (bron: ContinuVakantieOnderzoek (NBTC.NIPO Research)/SAMR/Smart Agent, 2013):

Tabel 4.2 Verdeling van de vraag naar kamperen in Limburg naar doelgroep

Doelgroep	% overnachtingen (vraag)
Aqua	12%
Blauw	7%
Geel	29%
Groen	15%
Lime	20%
Rood	7%
Paars	7%

Het aanbod van de campings in de omgeving is op basis van bedrijfsbezoeken en interviews met ondernemers in het Vitaliteitsonderzoek van ZKA in Limburg geanalyseerd. De kenmerken van het aanbod van de campings heeft geleid tot een indeling van de campings in de verschillende kleuren: bij welke doelgroep past deze camping het best? Uit deze confrontatie blijkt een oververtegenwoordiging van Groen en Lime in het aanbod, terwijl in de vraag Geel juist de dominante kleur is. Met name Geel is sterk ondervertegenwoordigd in het kampeeraanbod. Dat wordt ook duidelijk uit figuur 4.4.

Figuur 4.4 Vraag een aanbod campings Limburg o.b.v. leefstijlen



Uit de vergelijking blijkt dat nieuw Geel kampeeraanbod een grote doelgroep aanspreekt, terwijl er nog weinig campings zijn met dit profiel en aansluiten bij de 'gele' leefstijl.

De gekozen positionering van Recreatiepark Kasteel Ooijen past voor de jaarplaatsen met chalets dus prima bij deze omvangrijke doelgroep.

Jachthavens

Van de vraag naar ligplaatsen in jachthavens in Limburg zijn onvoldoende gegevens bekend om de verdeling naar doelgroepen in BSR-leefstijlen te kunnen maken. Het aanbod van jachthavens in Noord—Limburg hebben we wel ingedeeld op aantrekkingskracht naar leefstijlen, zie tabel 4.3.

Tabel 4.3 Verdeling aanbod jachthavens Noord-Limburg naar doelgroep

Jachthaven	Plaats	Primaire kleur	Secundaire kleur
Passantenhaven Venlo	Venlo	Aqua	Blauw
Watersportvereniging De Maas	Venlo	Geel	Lime
Jachthaven Wanssum	Wanssum	Blauw	Geel
Jachthaven W.S.V. De Poseidon	Kessel	Aqua	Groen
Jachthaven De Driesen	Plasmolen	Blauw	Aqua/Groen
Jachthaven Eldorado	Plasmolen	Blauw	Geel
Jachthaven De Paesplas	Gennep	Groen	Lime
Valckx Watersport	Well	Blauw	Paars
Leukermeer	Well	Paars	Geel

Ook hieruit blijkt een oververtegenwoordiging van Blauw en een ondervertegenwoordiging van de kleur Geel in het aanbod. Daardoor geldt ook hier dat de gekozen positionering van de jachthaven met ligplaatsen en drijvende chalets op met name de kleur Geel, op marktruimte duidt en past bij de behoefte van de doelgroep van verblijfsrecreanten in Limburg.

4.5. Conclusies regionale behoefte

Op basis van het voorgaande wordt het volgende geconcludeerd over de actuele regionale marktbehoefte aan de geschetste ontwikkelingen met ligplaatsen, drijvende chalets en jaarplaatsen met chalets:

- De drijvende chalets zijn een uniek product dat in de huidige vorm in Limburg op dit moment nog niet wordt aangeboden. Elders in het land is dit product een succes, omdat het een nieuwe vorm van recreatie is die tot een langer verblijf in de jachthaven uitnodigt. Daarnaast worden de chalets in een geheel nieuwe jachthaven geplaatst, die ook onderdeel is van een gebiedsontwikkeling met ontwikkelingen in de natuur, dit product voorziet daarmee in een actuele regionale marktbehoefte en spreekt nieuwe doelgroepen aan. Er is geenszins sprake van verdringing in de markt;
- De markt voor watersport in Noord-Limburg is een groeiende markt. De Maasplassen in Midden-Limburg is een nabijgelegen watersportgebied wat meer is afgestemd op de doelgroepen Blauw, Rood (groepen met doorgaans een wat hoger inkomen) en Aqua, wat onder andere blijkt uit de duurdere recreatiewoningen die worden aangeboden. Met de positionering van Geel met accenten naar Aqua kiest Recreatiepark Kasteel Ooijen voor een andere positionering dan de Maasplassen of de jachthaven Leukermeer. Kasteel Ooijen richt zich meer op extensieve dagrecreatie (geen verhuur van snelle boten, accent meer op dagrecreatie als kanovaren, etc.). Kasteel Ooijen onderscheidt zich daarmee van andere jachthavens, onder andere door de combinatie met het aanbieden van jaarplaatsen en natuurtransferium. Daarmee is deze ontwikkeling een aanvulling op de markt en leidt niet tot marktverdringing;

- Voor de chalets geldt dat deze opereren in hoger segment dan in de omgeving gebruikelijk is, een impuls voor kwaliteitsverbetering. Daarnaast worden de jaarplaatsen ontwikkeld door een recreatiebedrijf met voldoende perspectief. Meer dan de helft van de Limburgse campings heeft geen toekomstperspectief, wat betekent dat bij status quo een fors aantal campings met jaarplaatsen gesaneerd zal worden. De benodigde kwaliteitsverbetering en goed ondernemerschap is op deze campings tekort geschoten. Er zijn dan ook geen campings met uitbreidingsplannen bekend. De ondernemer van Recreatiepark Kasteel Ooijen wil met deze uitbreiding als onderdeel van de gebiedsontwikkeling het recreatiebedrijf verder ontwikkelen tot vijfsterrenniveau. Ook voor dit segment is er van marktverdringing door deze plannen geen sprake.

Om deze ontwikkeling te realiseren gelden enkele randvoorwaarden:

- De ingezette kwaliteitsverbeteringsinslag moet worden voortgezet door het terrein en de marktwerking verder te moderniseren. Dit is essentieel om de camping verder te ontwikkelen tot vijfsterrenniveau en de concurrentie voor te blijven. Tegelijk sluit dit aan bij de vraag van de Gele en Aqua doelgroep;
- De ondernemer zal moeten inzetten op inspiratie, vernieuwende natuurbeleving en de landschappelijke waarden en historie (bijv. door het thema rivier en kasteel) die weer tot leven komen. Dit is essentieel om een deel van de aqua doelgroep aan te spreken en een betere positionering aan te bieden dan andere campings met een Aqua positionering, waarbij het aanbod voor deze doelgroep vaak suboptimaal is en niet goed is uitgevoerd. Dit vraagt nog wel een omslag in het ondernemerschap en positionering, omdat de huidige camping meer een Lime/Groen profiel heeft en zich in het vitaliteitskwadrant linksboven bevindt. Om te slagen is een radicale verschuiving nodig door de kwaliteitsimpuls van de afgelopen jaren voort te zetten (vitaliteitskwadrant groen: goede kwaliteit en perspectief) en aanbod te creëren dat is afgestemd op de gele en aqua doelgroep.
- Hiervoor is zo snel mogelijk duidelijkheid nodig over de ruimtelijke plannen van de gebiedsontwikkeling en de impact hiervan op het bedrijf omdat de huidige onduidelijkheid de toeristisch recreatieve doorontwikkeling van het bedrijf remt. De transitieperiode om het bedrijf tot het gewenste kwaliteitsniveau door te ontwikkelen en duidelijkheid over de ruimtelijke impact van de gebiedsontwikkeling zullen snel met elkaar in overeenstemming moeten komen.

Bijlage 1 BSR –Model leefstijlen

Achtergrond

Brancheorganisatie RECRON heeft in 2008 onderzoek laten doen naar de motieven en behoeften van Nederlanders die in Nederland kamperen of naar een bungalowpark gaan. Dit onderzoek is uitgevoerd door SmartAgent (nu SAMR) en NBTC.NIPO. In 2013 is er opnieuw onderzoek gedaan naar de verblijfsrecreatie; nu in de hele breedte, dus ook hotels, B&B's en jachthavens zijn in beeld gebracht. In 2010 heeft RECRON onderzoek laten doen naar de leefstijlen in dagrecreatie. De combinatie van leefstijlinzicht in dag- én verblijfsrecreatie maakt dat de volle breedte van toerisme in beeld is gebracht. Inmiddels werken vele provincies, gemeenten en recreatieve ondernemers met de leisure leefstijlen. Het staat ook bekend onder de naam RECRON Innovatie Campagne (RIC).

Het Leisure - leefstijlenmodel

Waarom kiest de ene recreant voor een fietstocht of een rustige wandeling in de natuur, terwijl de andere recreant juist liever de gezellige drukte van de dierentuin opzoekt? Waarom kiest men de ene keer voor een bezoek aan een museum, terwijl men er de andere keer liever voor kiest om te gaan winkelen in een gezellig stadje? De recreatiesector is de laatste decennia fors gegroeid. Het aanbod van activiteiten en mogelijkheden is erg gevarieerd. Tegelijkertijd is de recreant van vandaag een stuk veeleisender en kritischer dan de recreant van tien of twintig jaar geleden. Het is dus belangrijk goed te weten wat de wensen en motieven van recreanten zijn, zodat daar met recreatieve voorzieningen optimaal op ingespeeld kan worden.

Het moeilijke is alleen, dat “de recreant” niet bestaat! Wat de een “een top restaurant” vindt, noemt de ander nog steeds wat magertjes, of juist veel te luxe. De ene recreant wil inderdaad een museum bezoeken om daar uren rond te dwalen en alles te weten te komen over de kunst of cultuur uit de 16^e eeuw, terwijl de andere recreant “het na een uurtje wel gezien heeft” en geen zin heeft om bordjes met uitgebreide teksten te lezen.

Voor beleidsmakers is het van belang een goed inzicht te hebben in de wensen en interesses zodat de juiste beleid- en strategiekeuzes gemaakt kunnen worden voor een, in recreatief opzicht, vitaal en interessant gebied. Voor ondernemers is het van belang een nauwkeurig beeld te hebben van de recreanten die geïnteresseerd zijn in de recreatieve voorzieningen die de ondernemers aanbieden. Wie zijn de recreanten? Wat willen zij graag aan activiteiten doen in een (natuur)gebied? En hoe kunt u het hen zo naar de zin maken, dat zij graag nog eens terug komen of hun vrienden en kennissen adviseren om het gebied of om uw onderneming ook eens te bezoeken?

De zeven belevingswerelden (doelgroepen) voor recreatie zijn bepaald met behulp van het BSR®-model van SmartAgent (nu SAMR). Het BSR®-model bestaat uit twee dimensies, waarmee we het consumentengedrag voor een belangrijk deel kunnen verklaren; de sociologische en de psychologische dimensie:

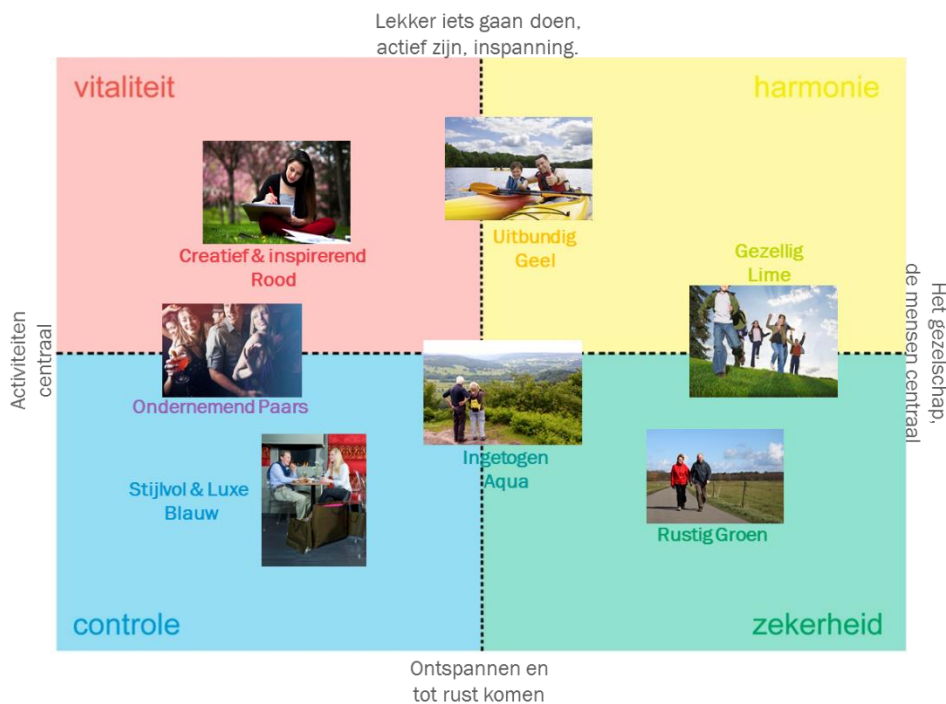
- De sociologische dimensie (horizontale as) geeft aan in welke mate men op zichzelf (individu of ego) of op zijn/haar omgeving (groep) is gericht. Mensen aan de egokant zijn meer individualistisch en stellen hun eigen doelen en ambities centraal. Mensen aan de groepkant passen zich sneller aan bij de mensen in hun sociale omgeving en stellen de doelen die de groep wil bereiken centraal.
- Met de psychologische dimensie (de verticale as) wordt onderscheid gemaakt tussen een meer extraverte of open houding naar de samenleving en een meer introverte of gesloten houding naar de samenleving.

Op deze wijze ontstaan vier kwadranten, die in BSR®-termen de belevingswerelden heten. Aan de vier belevingswerelden zijn vier kleuren gekoppeld:

- rode belevingswereld (vitaliteit)
- gele belevingswereld (harmonie)
- groene belevingswereld (zekerheid)
- blauwe belevingswereld (controle)

Voor de sector recreatie zijn de assen in het model als volgt geformuleerd:

in welke mate geven recreanten de voorkeur aan inspanning of ontspannen (verticale of psychologische as) en in welke mate recreanten de activiteiten centraal stellen of eerder het gezelschap (horizontale of sociologische as).



Recreatie en toerisme is een breed domein, waarin veel verschillende activiteiten zijn opgenomen. Dit betekent dat met de vier belevingswerelden niet de gehele dynamiek van alle activiteiten kan worden weergegeven. Op de grenzen van de vier belevingswerelden treffen we nog groepen consumenten, die niet helemaal bij de ene groep passen, maar ook niet helemaal bij de andere groep. Daarom wordt in het model gewerkt met zeven leefstijlen in de vier belevingswerelden.

Korte toelichting op de zeven leefstijlen

- **Creatief en inspirerend Rood**
Recreanten uit de rode belevingswereld zijn in het algemeen creatief, avontuurlijk, op zoek naar uitdagingen en bijzondere ervaringen.
- **Uitbundig Geel**
De recreanten uit de gele belevingswereld zijn echte levensgenieters die graag samen met anderen actief en sportief recreëren.
- **Gezellig Lime**
Recreanten uit de lime belevingswereld zijn gewone, gezellige mensen die recreëren om zo even weg te zijn van de dagelijkse beslommeringen.

- **Rustig Groen**
Recreanten uit de groene belevingswereld zijn kalm, nuchter en serieus. Recreëren is voor hen niets anders dan uitrusten, ontspannen en tijd hebben voor je hobby's.
- **Ingetogen Aqua**
Recreanten uit de aqua belevingswereld zijn evenwichtig en bedachtzaam, op zoek naar verdieping. Zij zijn geïnteresseerd in natuur en cultuur en op zoek naar betekenisvol deelnemen aan de maatschappij.
- **Stijlvol en luxe Blauw**
Recreanten uit de blauwe belevingswereld zijn zelfverzekerd en vinden dat ze in hun vrije tijd wel wat luxe en stijlvolle ontspanning verdienen.
- **Ondernemend Paars**
Recreanten uit de paarse belevingswereld gaan in hun vrije tijd graag op zoek naar verrassende en inspirerende ervaringen, met name op het gebied van cultuur.