

Ladderonderbouwing Huttopia CityKamp Valkenburg a/d Geul



titel rapport
**Ladderonderbouwing
Huttopia CityKamp Val-
kenburg a/d Geul**

datum
28 maart 2023

projectnummer
P03733

opdrachtgever
Huttopia

BRO
Projectleider
HL
Projectteam
JCJV

bron Kaft
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

BRO
Ruimte | om in te leven



*“Als we anderen de ruimte niet gunnen zullen we zelf steeds
meer opgesloten raken.”*

Prof. Hans Galjaard

Inhoudsopgave

1	Introductie	3
2	Afbakening regio, trends, aanbod en beleid recreatiewoningen	6
2.1	Relevante regio	6
2.2	Trends in logiesaccommodaties landelijk	7
2.3	Relevant aanbod logiesaccommodaties regionaal	9
2.4	Overheidsbeleid	11
2.4.1	Visie Vrijtijdseconomie; Bestemming Zuid-Limburg 2030	11
2.4.2	Onderzoek Vitaliteit verblijfsrecreatie Limburg	11
2.4.3	Provinciale Omgevingsvisie (POVI)	11
2.4.4	Omgevingsverordening Limburg 2014	12
2.4.5	Omgevingsverordening Limburg 2021	12
2.4.6	Intergemeentelijke structuurvisie Gulpen-Wittern, Vaals en Valkenburg aan de Geul	13
2.5	Plannen in de regio	13
3	Behoeftc recreatiewoningen (vraagzijde)	14
3.1	Trends aan de vraagzijde algemeen	14
3.2	Toerisme in Nederland en Zuid-Limburg	15
3.3	Conclusies behoefte en effecten recreatiewoningen	16
4	Toets ladder voor duurzame verstedelijking	17
4.1	Behoeftc	17
4.2	Effecten	18
4.3	Locatie	18
4.4	Conclusie	18

1 Introductie

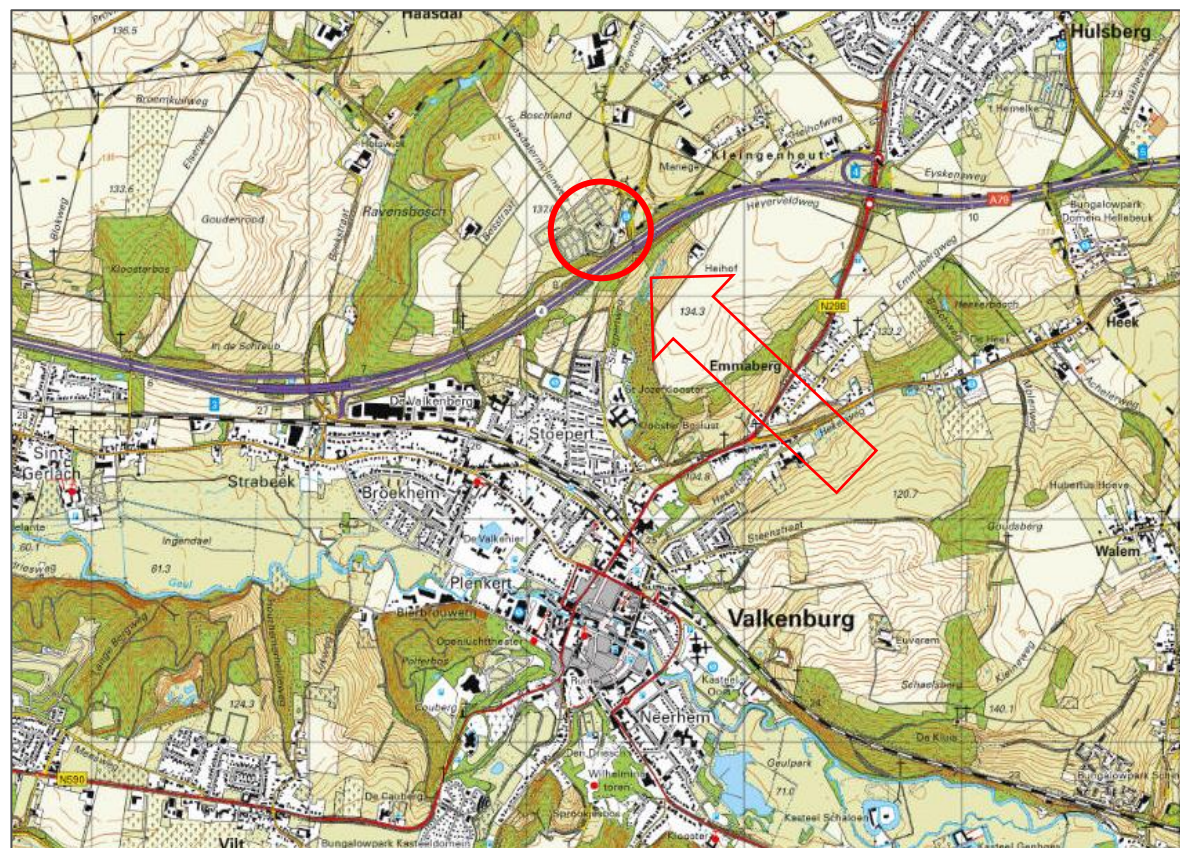
Achtergrond ontwikkeling

Camping de Bron is een kindvriendelijke camping in het zuiden van Limburg aangrenzend aan de stad Valkenburg aan de Geul.

De camping ligt midden in het heuvellandschap aan de rand van het Ravensbosch. In het bos bevinden zich twee vijvers die door twee kleine dammen opgestuwd zijn. Ook zijn er meerdere delen waar Romeinse villa's (Romeinse villa Op den Billich en Romeinse villa Ravensbosch) en andere Romeinse gebouwen gestaan hebben. Hierdoor draait het kamperen hier om de natuurbeleving met alleen de meest noodzakelijke campingvoorzieningen. De bereikbaarheid van Camping de Bron is uitstekend. Met de auto kunnen bezoekers binnen een half uur een bezoek brengen aan Duitsland of België. Tevens zijn Valkenburg en Maastricht goed bereikbaar per fiets.

De camping heeft zijn naam te danken aan een natuurlijke, zuivere zoetwaterbron die zich bevindt op het voormalige campingterrein. Camping de Bron bestaat inmiddels al meer dan 50 jaar en heeft in de tussentijd veel veranderingen meegemaakt. Tot 1972 was 'De Bron' een hellingscamping, gelegen aan de achterzijde van de woning van de uitbaters.

In 1974 is de camping verplaatst. Van die gelegenheid is gebruik gemaakt om de nieuw aan te leggen camping te moderniseren en uit te breiden. Zo zijn er verharde wegen aangelegd en veel bomen en hagen geplant op een terrein van 11 hectare.



Figuur 1: Topografische kaart met globale ligging plangebied (rode cirkel en pijl)

Een aantal voorzieningen is inmiddels sterk verouderd en er bleek ook behoefte aan andere vormen van kamperen.

Vanuit het project 'Vitaliteit verblijfsrecreatie' dat door de provincie Limburg geïnitieerd is, is de camping als niet vitaal beoordeeld en derhalve is gezocht naar mogelijkheden om de camping verder door te ontwikkelen.

In december 2019 heeft Huttopia de voormalige Camping de Bron (nu tijdelijk genaamd 'Camping Valkenburg-Maastricht')

overgenomen. De Franse groep Huttopia is een familiebedrijf met circa 60 campings en vakantieparken in vijf landen.

Na een ingrijpende herstructurering en modernisering van staanplaatsen en voorzieningen zal de camping verder gaan onder de merknaam CityKamp Valkenburg by Huttopia), als tweede vestiging in Nederland. Het vakantiepark krijgt, in tegenstelling tot nu, een jaarrond exploitatie. Het terrein omvat ruim 11 hectare. De beoogde herontwikkeling is uitgewerkt in een Masterplan (24 januari 2022).

Huttopia heeft als bedrijfsfilosofie dat comfort en natuurbeleving goed samen kunnen gaan en biedt ruime kampeerplekken. Deels in de vorm van verhuuraccommodaties en volledig ingerichte, comfortabele tenten voor verhuur, ruimtelijk fraai ingepast. Binnen deze filosofie ambieert Huttopia om zo veel als mogelijk natuurinclusief te werken.

In het kader van de beoogde ontwikkeling vindt, op de al groen ingerichte camping, een verdere extensivering van het aantal bestaande campingplekken plaats. Deze worden grofweg van 487 naar 381 stuks teruggebracht.¹ Er is in de eind-situatie dan sprake van 261 vrije kampeerplaatsen en 120 verhuuraccommodaties (100 % toeristisch), waarvan 78 stuks jaarrond verhuur kunnen worden. De vrijgekomen ruimte wordt deels aangeplant om een ruime en goede integratie met de natuurlijke omgeving te bewerkstelligen.

De kampeerhuisjes en chalets zijn in wezen vaste accommodaties, die qua verschijningsvorm en inrichting sterk bijdragen aan het natuurlijke en comfortabele karakter van een Huttopia park. Het betreft hier accommodaties zonder vaste fundering die wel geplaatst worden om permanent gebruikt te worden. Voor dit verblijfstype is een vergunning en een bestemmingsplanwijziging nodig om ze het hele jaar door te kunnen gebruiken/verhuren.

Om de ontwikkeling mogelijk te maken is een herziening van het bestemmingsplan nodig. Deze rapportage levert een onderbouwing in het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking. De beoogde kampeerhuisjes / chalets worden in deze rapportage overigens veelal omschreven als recreatiewoningen, aansluitend op beschikbare cijfers en beleidskaders.

Exploitatie

De exploitatie (verhuur, beheer, administratie) komt in handen van Huttopia. De verhuuraccommodaties blijven in eigendom van Huttopia. Permanente bewoning wordt nadrukkelijk uitgesloten.

Beschrijving ontwikkeling

Meer in detail is het plan programmatisch als volgt opgezet:

- Meer in het algemeen de realisatie van een divers kampeerprodukt dat past binnen de eisen en wensen van deze tijd.
- Het huidige aantal kampeerplekken (487) wordt teruggebracht naar in totaal 381 kampeerplekken, zoals hierna beschreven.
- Realisatie van totaal max. 78 kampeerhuisjes / chalets (o.a. typen Victoria, Evasion / Nouméa, Rockland en Liberty) ten behoeve van toeristische verhuur in jaarrond exploitatie. Dit is dus minder dan 25% van het totale aantal kampeerplekken. Deels zijn de nieuwe accommodatie ook toegankelijk voor mindervaliden.
- Realisatie van 42 'traditionele' kampeermiddelen (o.a. typen Roulotte, Trappeur, Canadienne en de bestaande trekkershutten) met een vaste standplaats en verhuur tijdens het seizoen (lente / zomer).
- Er blijven dan ca. 261 vrije kampeerplaatsen bestaan.
- Toevoeging van een horecafunctie op de camping (bar en foodtruck) en regularisatie van het bestaande restaurant. Dit betreft met name daghoreca.
- Modernisering recreatieruimte voor de eigen gasten.
- Mutatie van de bedrijfswoning van de voormalige campingeigenaar naar een reguliere woning.

- Eén inpandige bedrijfswoningen boven het restaurant (renovatie en herindeling), met een overgangsregeling voor tijdelijk een tweede bestaande bedrijfswoning.
- Diverse nieuwe sanitairgebouwen op het kampeerterrein.
- Verplaatsing van het zwembad inclusief realisatie overkapping
- Kinderspeeltuin (uitvoering in natuurlijke materialen).
- Zorgvuldige landschappelijke inpassing. Een inpassingsplan is toegevoegd aan het bestemmingsplan.
- Geclusterde parkeerplaatsen.

De belangrijkste doelgroepen van Huttopia zijn:

- Gezinnen uit (vooral) stedelijk gebieden, die houden van natuur, wandelen, fietsen, outdooractiviteiten en ontdekking van nieuwe regio's.
- Grootouders met kleinkinderen, gericht op comfort, natuur, wandelen, zekerheid, rust en cultuur.
- Jonge stellen (25-35 jaar) zonder kinderen, op zoek naar bijzondere plekken, nieuwe ontdekkingen, natuur, cultuur, verrassing, inspiratie en avontuur.
- Hippe en 'trendy' vriendengroepen, gericht op gezamenlijke buitenactiviteiten, natuur en avontuur.

Fasering

De omvorming van reguliere camping naar een camping met verhuuraccommodaties en vrije kampeerplaatsen vindt gefaseerd plaats. Deze fasering is nader omschreven in de toelichting van het bestemmingsplan. In deze ladder is uitgegaan van de eindsituatie vanaf medio 2026.

¹ De 437 campingplekken betreffen bestaande plekken. Ter plaatse van de camping zijn in de huidige situatie ook nog 60 kampeerplekken op het deel 'Ravensbosch' mogelijk. Het aantal mogelijke campingplaatsen betreft dan ook 497 campingplekken. In het thans vigerende bestemmingsplan 'Initieel Omgevingsplan Valkenburg aan de Geul 2020' is overigens geen maximum aantal opgenomen.

Duurzaamheid

CityKamp Valkenburg kent een zeer groene inrichting en er wordt zowel voor het vastgoed als de parkinrichting gebruik gemaakt van hoogwaardige, duurzame materialen. Accommodaties worden zonder fundering gebouwd en zijn dus volledig herbruikbaar. De chalets krijgen een bijzondere, 'natuurlijke' vormgeving en inrichting.

Omdat het aantal kampeerplekken afneemt (van 487 naar 381) neemt ook het aantal verkeersbewegingen sterk af.

Ook de energievoorziening en afvalinzameling zijn milieuvriendelijk. Huttopia werkt graag samen met lokale/regionale leveranciers en bouwbedrijven.

Parkeren wordt in geclusterde vorm georganiseerd, waardoor het park nagenoeg autovrij is, maar bij de traditionele kampeermiddelen blijft het parkeren bij het kampeermiddel wel mogelijk.

Het parkconcept is kortom onderscheidend, vernieuwend en duurzaam. Voor een sfeerimpressie van inrichting en accommodaties van Huttopia verwijzen we naar bijlage 1 van dit rapport. Daarnaast wordt het plan landschappelijk zorgvuldig ingepast.

Introductie Ladder voor duurzame verstedelijking

De beoogde ontwikkeling is niet (geheel) toegestaan binnen het vigerende bestemmingsplan. Dit betreft met name de transformatie van een aantal kampeerplaatsen tot 'vaste' chalets. In het vigerende bestemmingsplan geldt namelijk de functie 'Recreatie – Verblijfsrecreatie' met de functieaanduiding 'specifieke vorm van recreatie – kampeerterrein 2'. Ook een overdekt zwembad, horecagelegenheid en het omzetten van de bestaande vrij van het park gelegen bedrijfswoning tot

een reguliere woning. Om deze ontwikkeling mogelijk te maken moet derhalve het bestemmingsplan worden gewijzigd.

Daarbij is het doorlopen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro) verplicht voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling', als bedoeld in art. 1.1.1. van het Bro. Hoewel zowel de huidige als nieuwe bestemming verblijfsrecreatie betreft, moet vanwege de wijziging van verblijfsrecreatietypologie (zie boven) dit onderdeel beschouwd worden als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Het omzetten van de eerdere bedrijfswoning naar een reguliere woning wordt in deze ladderonderbouwing niet nader beschouwd, omdat de ladderplicht voor woningbouw pas van toepassing indien 12 of meer woningen worden toegevoegd.

De Ladder voor Duurzame Verstedelijking ('ladder') heeft zorgvuldig ruimtegebruik als doel en geeft invulling aan het zorgvuldig en transparant afwegen van besluitvorming bij ruimtelijke ontwikkelingen. Daarom bevat de toelichting bij een bestemmingsplan, op basis van art. 3.1.6. lid twee, een beschrijving van:

- De behoefte aan de betreffende ontwikkeling binnen het verzorgingsgebied;
- Indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Opzet van dit rapport

In hoofdstuk 2 wordt de herontwikkeling van het vakantiepark gezien in het licht van landelijke trends, het relevante aanbod van verblijfsrecreatie in de regio en het overheidsbeleid. Tevens wordt de relevante regio afgebakend. In hoofdstuk 3 spitst de analyse zich toe op de behoefte voor de recreatiewoningen, mede aan de hand van het landelijke en regionale marktperspectief en de trends daarin.

Tot slot worden in hoofdstuk 4 de belangrijkste conclusies geformuleerd t.a.v. de toetsing aan de Ladder van de beide vermelde functies. Dit aan de hand van de beschreven analyses in dit rapport.

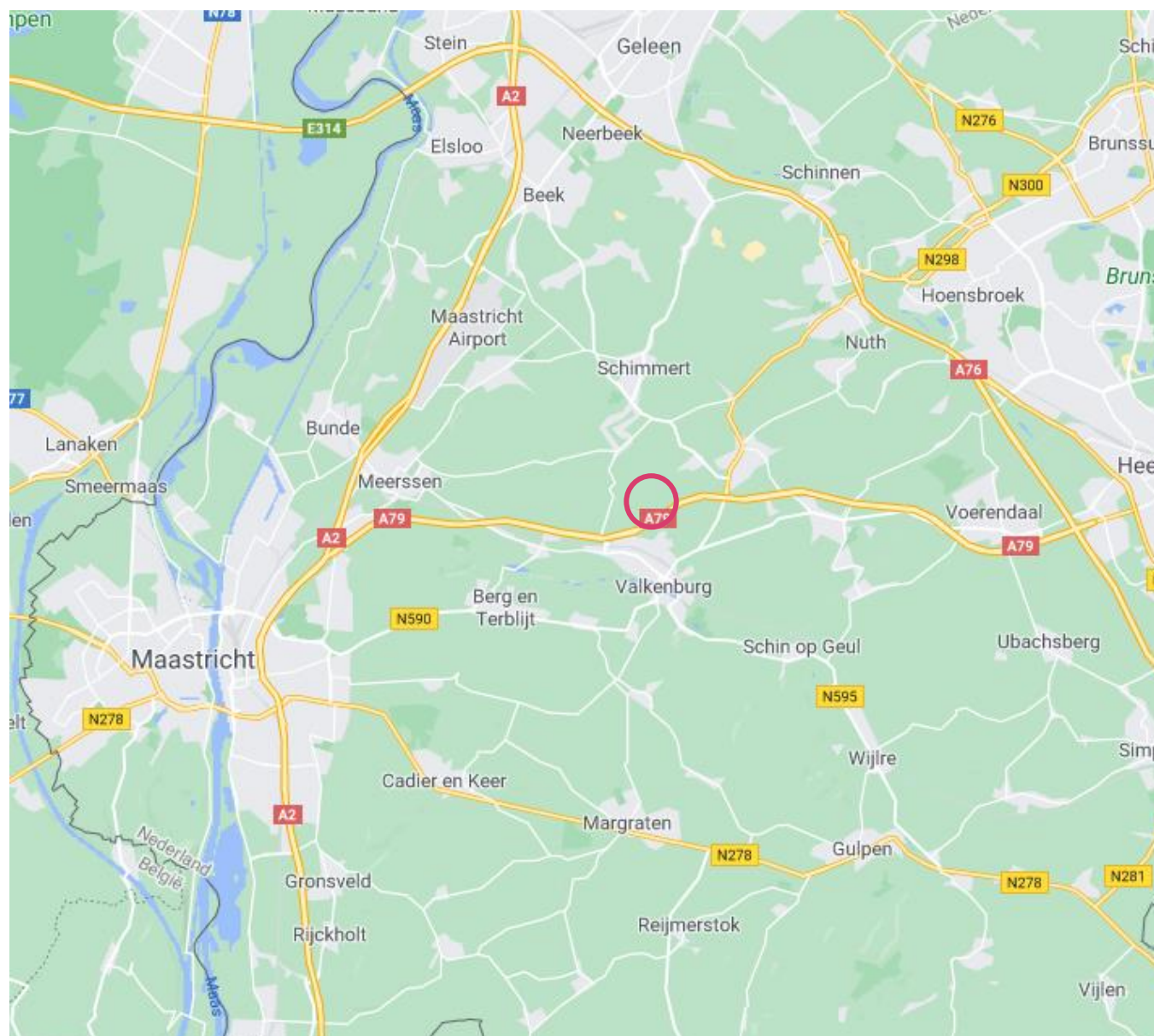
2 Afbakening regio, trends, aanbod en beleid recreatiewoningen

2.1 Relevante regio

Onderhavige ontwikkeling vindt plaats ten noorden van Valkenburg a/d Geul in de gelijknamige gemeente. De gemeente ligt in het hart van het Zuid-Limburgse Heuvelland, ten oosten van de provinciale hoofdstad Maastricht en grenst aan de gemeenten Maastricht, Meerssen, Beekdaelen, Voerendaal, Gulpen-Wittem en Eijsden-Margraten.

Huttopia richt zich primair op recreanten die op zoek zijn naar een natuurbeleving vanuit een luxe en comfortabele voorziening. De handreiking voor de ladder stelt dat de behoefte-toets moet worden uitgevoerd op basis van het ruimtelijk verzorgingsgebied van de ontwikkeling. De aard en omvang van de ontwikkeling is bepalend op welk niveau de afweging moet worden gemaakt.

Voor de recreatiewoningen is het van belang dat de vraag per definitie vooral van grotere afstand komt en juist minder uit het verzorgingsgebied zelf. Wel kan het 'oriëntatie- c.q. zoekgebied' van potentiële gasten worden gehanteerd. Veelal wordt daarbij voor ontwikkelingen als de onderhavige een zoekgebied met een actieradius van maximaal 15-20 minuten per auto (daluren) vanaf de vakantiebestemming gehanteerd. Uit onderzoek blijkt namelijk dat dat 79% van de sociaal-recreatieve trips in Nederland een actieradius van minder dan 20 km heeft. Het ContinuVrijeTijdsOnderzoek CVTO komt tot gemiddeld 8,6 km enkele reis per toeristisch-recreatieve trip. We veronderstellen dat dit in grote lijnen ook



Figuur 2: Planlocatie in de regio

van toepassing is op de keuze van de vakantiebestemming, hoewel de reisafstand soms iets groter kan zijn.

Het 'oriëntatiegebied' voor mensen op zoek naar een verblijfsaccommodatie is hier dan ook afgebakend als het Heuvelland rondom Valkenburg. Een toonaangevende vakantiebestemming in Nederland met een duidelijk eigen profiel en uitstraling, voor een belangrijk deel gericht op natuurbeleving, cultuurhistorie, gastronomie, wandelen en fietsen. Valkenburg kan worden beschouwd als het onmiskenbare toeristische hart van deze regio, met o.a. een prominente horecafunctie.

Voor onderhavige ontwikkeling kan het noordelijk deel van het Heuvelland als (primaire) regio worden beschouwd. Er zijn in deze regio, mede vanwege deze hoge landschappelijke en recreatieve waarden, vele vakantieparken, campings, hotels en andere verblijfsaccommodaties gevestigd (zie par. 2.3). Vanwege de beschikbaarheid van cijfers zullen we in dit kader overigens regelmatig refereren aan de regio Zuid-Limburg.

2.2 Trends in logiesaccommodaties landelijk

Deze paragraaf beschrijft de belangrijkste trends in de Nederlandse logiesmarkt, met bijzondere aandacht voor recreatiewoningen. Bij elke trend benoemen we kernachtig de relevantie voor Huttopia CityKamp Valkenburg.

Schaalvergroting

Nederland telde in november 2020 4.823 verblijfsrecreatieve logiesaccommodaties (excl. hotels)², waarvan 28% huisjesterreinen. Sinds 2012 nam het aantal huisjesterreinen (nu 1.353) toe met +9%, het aantal slaapplekken echter met +23%. Er is dus sprake van een duidelijke schaalvergroting. Het aantal kampeerterreinen neemt al jaren af. De Nederlandse huisjesterreinen beschikken over totaal bijna 327.000 slaapplekken. Deze zijn echter niet alle het gehele jaar door geopend.

De herontwikkeling van de qua inrichting en uitstraling nogal gedateerde camping De Bron tot Huttopia CityKamp (als omschreven) heeft een 'moderne maat' en speelt daarmee in op de schaalvergroting in de sector.



Huidige situatie zwembad, terrein en restaurant

Aanboddifferentiatie en nieuwe spelers

De toegenomen concurrentie in de logiessector dwingt tot innovatie en een meer doelgroepgerichte benadering qua product, locatie en communicatie. Er treedt in de sector tegelijkertijd schaalvergroting en schaalverkleining op. Bestaande vakantieparken groeien om een modern en zo compleet mogelijk product, inclusief dagrecreatie, aan te kunnen bieden. Tegelijkertijd richten kleinschalige en middelgrote accommodaties zich steeds meer op afgebakende doelgroepen en nichemarkten. Om de consument deze 'unieke beleving' te bieden en onderscheidend te zijn, hebben steeds meer vakantieparken en logiesaccommodaties bijvoorbeeld een bepaald thema, ontwerpstyl, specifieke doelgroepen (fietsers/wandelaars, rustzoekers, levensgenieters, meer-generatie vakanties, etc.) of een bijzonder kwaliteitsniveau (luxe, comfort,

² Kampeerterreinen met min. vier standplaatsen (excl. verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met min. tien slaapplekken. Bron: CBS.

‘glamping’). Tegelijkertijd komen er nieuwe spelers op de markt als gastenkamers, B&B's en digitale verhuurplatforms voor kleinere accommodaties (Airbnb, Wimdu).

Het concept Huttobia CityKamp is zonder meer onderscheidend en uniek in Nederland. Thans zijn er buiten de onderhavige vestiging drie parken in Nederland (Vechtdal, Drenthe en nabij Natura 2000 gebied de Meinweg in Herkenbosch). Het concept is gericht op kleinschalige campings gericht op natuurbeleving en met beperkte bijbehorende voorzieningen in de vorm van horeca en een eenvoudig zwembad. Het trekt nieuwe doelgroepen naar het gebied, die het park gebruiken als uitvalsbasis voor activiteiten gericht op natuurbeleving, wandelen, fietsen, buitensport, cultuur, rust en ontdekking van nieuwe regio's (zie hoofdstuk 1). Dit in tegenstelling tot andere recreatieparken, zoals Topparken en Europarcs die ruimer van opzet zijn met luxe vaste verblijfsaccommodaties en uitgebreide eigen voorzieningen. Laatstgenoemde parken bieden bijvoorbeeld ook vakantiewoningen in de verkoop aan (beleggingsobjecten) terwijl Huttobia eigenaar blijft van de verblijfsaccommodaties.

Integratie verblijfsrecreatie en dagrecreatie

Steeds vaker wordt dagrecreatie aan verblijfsrecreatie gekoppeld om jaar-rond een 'compleet' toeristisch totaalproduct en meerdaagse arrangementen aan te bieden. Bestaande attractieparken breiden hun verblijfsaccommodaties uit of openen nieuwe. Omgekeerd investeren vakantieparken in breed toegankelijke dagrecreatie of horeca en maken ze arrangementen met andere bedrijven (horeca, recreatie, cultuur) in de regio.

Huttobia richt zich primair op natuurbeleving en rust en heeft dus relatief weinig eigen dagrecreatieve voorzieningen met uitzondering van een zwembad en eenvoudige horeca, het-

geen ook noodzakelijk is om dichtbij 'huis' verkoeling te zoeken in het kader van de steeds warmer wordende zomers en het ter plaatse te kunnen nuttigen van een versnapering. Hierbij wordt nadrukkelijk niet de concurrentie met het centrum van Valkenburg gezocht.

De camping is hiermee een zeer geschikte uitvalsbasis voor wandel- en fietstochten in het Heuvelland en waar mogelijk nuttig wordt samengewerkt met bedrijven in de regio.

Veroudering, maar ook vernieuwing

In Nederland en meer specifiek ook in Zuid-Limburg bieden veel vakantieparken en campings nog steeds een, naar de maatstaven van de hedendaagse consument, gedateerd aanbod. Dit volgt ook uit het onderzoek van de provincie / Leisurebrains in het project 'Vitaliteit verblijfsrecreatie'. Het gedateerde aanbod kan betrekking hebben op het product (ruimte, comfort, kwaliteit en onderhoud accommodaties, centrale voorzieningen en buitenruimte), uitstraling en/of presentatie online. Deze recreatieparken verliezen geleidelijk de concurrentiestrijd met moderne, innovatieve accommodaties. Veel verouderde campings en vakantieparken worden getransformeerd tot hoogwaardiger recreatieparken, maar ook zien we een toenemend gebruik als woonvorm voor bijvoorbeeld tijdelijke huisvesting van arbeidsmigranten of andere mensen ('spoedzoekers'). Alleen verblijfsaccommodaties met een goed en onderscheidend aanbod (ligging, voorzieningen, concept, etc.) en voldoende kwaliteit (ook qua service, innovatie en service) kunnen zich onderscheiden in deze verdringingsmarkt. Voor een optimale beleving wil de consument zeker extra betalen. Zodoende komen er steeds meer bijzondere, onderscheidende verblijfsmogelijkheden op de markt. Voorbeelden zijn ecolodges, 'glamping'tenten, drijvende woningen, strandhuisjes, boomhutten, etc.

Het onderhavige parkconcept is een goed voorbeeld van transformatie van een zichtbaar gedateerde en wat 'verrommelde' camping tot een modern, groen en jaarrond geopend vakantiepark met bijzondere, natuurgerichte verblijfsaccommodaties en gemoderniseerde bijbehorende voorzieningen (zie bijlage voor referentiebeelden). Duurzaamheid wordt in de volle breedte geïntegreerd (zie hoofdstuk 1).

Online presentie essentieel

Een sterke profilering en aantrekkelijke uitstraling zijn voor logiesaccommodaties tegenwoordig essentieel, ook omdat de kritische consument zich steeds meer via internet oriënteert. Grotere ketens en touroperators brengen deze 'big data' samen en transformeren het naar 'smart data' voor marketing richting consumenten. Het opzetten en beheren van dergelijke, tegenwoordig onmisbare systemen vergt hoge investeringen en dit leidt tot toenemende ketenvorming.

Huttobia benut haar online data gastgericht en professioneel. Uiteraard met respect voor de privacy van de gasten en binnen de wettelijke kaders.

Niet kiezen is verliezen.....

Consumenten op zoek naar een verblijfsaccommodatie, kiezen in eerste instantie veelal tussen:

- Prijsvriendelijk: eenvoudige accommodatie (vaak stacaravans, chalets, etc.), op parken met veelal beperkte voorzieningen. Met name buiten het hoogseizoen relatief scherp geprijsd.
- Veel voorzieningen, animatie: nette recreatiewoning, met verzorgde parkinrichting en bij voorkeur ruime voorzieningen en dagrecreatie. Marktsegment: van prijsvriendelijk tot prijzig, vooral in hoogseizoen. Primair gericht op gezinnen.
- Luxe recreatiewoning, parkinrichting en hoogwaardige horeca, primair in toeristische toplocaties (kust, bossen,

water). Groeiende behoefte, maar kritische doelgroep t.a.v. kwaliteit, omvang en locatie.

Huurders van recreatiewoningen selecteren hun bestemming tegenwoordig kritisch, waarbij in wezen vele doelgroepen ('mentaliteiten') en nichemarkten bestaan. De traditionele boekingsperioden (weekends, midweken, weken) worden steeds meer vervangen door flexibele opties voor aankomst en vertrek. Met name Duitsers verblijven steeds vaker op Nederlandse vakantieparken, maar ook het aantal Belgische, Franse en Engelse vakantiegangers groeit opvallend.

Huttopia CityKamp behoort in essentie tot het luxesegment in de kampeermarkt, dat in de gemeente Valkenburg aan de Geul ontbreekt.

Verblijfsrecreatie: een paradox....

Ogenschoijnlijk bestaat er landelijk (althans cijfermatig) een 'verzadigde markt' in verblijfsrecreatie. De totale capaciteit groeit nog steeds en overstijgt in kwantitatief opzicht de vraag. Kwalitatief is veel aanbod evenwel sterk gedateerd (zie boven) en sluit het onvoldoende aan op de consumentenbehoefte, die vooral is gericht op bijzondere concepten, kwaliteitsaspecten, 'unieke' belevenissen en een goede prijs-kwaliteitsverhouding. De 'achterblijvende' parken zijn door niet-recreatieve bewoning veel minder aantrekkelijk voor toeristische gebruikers.

De levenscyclus van recreatiewoningen is in het algemeen veel korter dan van reguliere woningen. Zonder ingrijpende modernisering zijn ze maximaal 10 tot 15 jaar courant voor de verhuur. Bedrijven met een verouderd aanbod zijn vaak niet in staat om de benodigde investeringen te financieren en ondervinden een afnemende bezetting. Tegelijkertijd komen innovatieve concepten die wél inspelen op de actuele be-

hoefte in praktijk vaak moeizaam tot ontwikkeling, vaak vanwege planologische beperkingen. Recron noemt dit de 'Verblijfsrecreatie-paradox'. Dit dilemma speelt nadrukkelijk ook in Zuid-Limburg.

Huttopia CityKamp is een inspirerend voorbeeld van een toekomstgerichte transformatie van een 'gedateerd' vakantiepark of camping, gericht op groenbeleving, duurzaamheid, kwaliteit en een bijzondere vormgeving.

Het kan worden beschouwd als een innovatieve ontwikkeling vanwege het groene, landschapsgerichte karakter, de ruime opzet en de bijzondere vormgeving, materialisatie en inrichting van de huisjes (zie bijlage). De inpassing en de bouw van de chalets is zodanig dat de gast de aanwezigheid van andere gasten niet ervaart. Ook dit is betrekkelijk uniek voor de regio. De gasten zijn vooral gericht op de omgeving, ook omdat het eigen voorzieningenpakket relatief bescheiden is voor een park van deze omvang. Bijzonder is dat Huttopia zich ook profileert als alternatief voor een hotel, ook op de zakelijke markt.

2.3 Relevant aanbod logiesaccommodaties regionaal

Omvang regionaal aanbod

In totaal beschikt de regio Corop-regio Zuid-Limburg (op lagere schaalniveaus zijn geen cijfers beschikbaar) over 207 accommodaties gericht op verblijfsrecreatie (excl. hotels), met totaal circa 38.600 slaapplekken (zie tabel 1). Dit betreft zowel kampeer- en huisjesterreinen als groepsaccommodaties. De gemiddelde omvang van accommodaties samen is 17% kleiner dan landelijk. De huisjesterreinen in Zuid-Limburg zijn opvallend kleinschalig, maar de campings zijn juist groter dan gemiddeld.

Het aantal slaapplekken in recreatiewoningen in de regio is sinds 2012 toegenomen met circa 33%. Aangezien het aantal accommodaties (parken) in die periode toenam met 'slechts' 14%, was sprake van een schaalvergroting in deze verblijfsvorm: van gemiddeld 115 bedden in 2012 tot 134 bedden in 2020. Sommige accommodaties en met name kampeerterreinen zijn gesloten in het laagseizoen.

Vakantieparken in de regio

De grootste vakantieparken en campings in de regio rond Valkenburg (binnen 20 minuten reisafstand per auto, zie par. 2.1) zijn hieronder vermeld, met de primaire verblijfsvorm als uitgangspunt.

Bungalowparken

- Landal Kasteeldomein De Cauberg
- Landal Reevallis (Vijlen)
- Landal De Waufsberg (Noorbeek)
- Résidence Valkenburg (Schin op Geul)
- Roompot Bungalowpark Schin op Geul
- Roompot Resort Mooi Bemelen
- Roompot Gulpen
- Groenpark Sempelveld
- Diverse kleinere 'vakantieparken' of clusters met recreatiewoningen/chalets.

Tabel 1 Aanbod in verblijfsrecreatie in de Corop-regio Zuid-Limburg (CBS, situatie januari 2023)

	Corop-regio Zuid-Limburg			
	accommodaties	slaapplaatsen	gemiddelde omvang accommodatie	Referentie gemiddelde omvang accommodatie Nederland
kampeertreinen	73	23.920	328	255
huisjesterreinen	97	13.044	134	218
groepsaccommodaties	37	1.651	45	51
totaal	207	38.615	187	225

Campings:

- Valkenburg-Maastricht (planlocatie)
- Den Driesch (Valkenburg)
- De Cauberg
- 't Hemelke (Hulsberg)
- Oriënta (Berg en Terblijt)
- Vinkenhof (Schin op Geul)
- Gulperberg (Gulpen)
- Osebos (Gulpen)
- 't Geuldal (Meerssen)
- Heyenrde (Heijenrath)
- Cotessen (Vijlen)
- Vele kleinere campings, zelfstandig of boerderijcamping.

De bungalowparken in de regio hebben veelal een middel-grote omvang en behoren opvallend vaak tot de Landal-formule. Dit zijn kwalitatief goede accommodaties, veelal zonder overmatig grote centrale voorzieningen (zwembad, in-doorsport, horeca, etc.) en vooral gericht op rustzoekers, wandelaars en fietsers, in alle leeftijdsgroepen. Feitelijk geldt dit ook voor de meeste andere aanbieders, al zijn deze soms wat gedateerd qua uitstraling, inrichting en comfort.

Echt onderscheidende en/of vernieuwende verblijfsvormen (van enige omvang/betekenis) zijn maar beperkt aanwezig. Dit laatste is zeer opvallend, voor een onmiskenbaar toeristische regio als Zuid-Limburg. Wel vindt ook hier een verandering plaats, door een opwaardering van bestaande recreatieparken of volledige nieuwbouw. Hierna volgen enkele voorbeelden.

In september 2021 is in Euverem het Roompot vakantiepark Gulpen geopend (20 minuten per auto vanaf planlocatie, dus juist op de rand van de primaire regio). Deze herontwikkeling van een bestaand vakantiepark omvat 185 moderne en duurzame vakantiehuysjes (veel hout, glas) in een bosrijke setting. Deze huysjes zijn qua uitvoering en setting vergelijkbaar met de chalets in Huttopia Valkenburg, maar het park biedt geen andere verblijfsvormen (zoals vrije kampeerplaatsen) en is vooral georiënteerd op het zuidelijke Heuvelland.

Dormio Resort Maastricht (buiten de hier afgebakende regio) richt zich op luxe woningen en uitgebreide voorzieningen, maar niet op kleinschalig kamperen.

De gemeente Beekdaalen is bezig met de aanleg van een nieuw vakantiepark en recreatiegebied Silt in Groeve Nagel-

beek te Schinnen. Naar verwachting duurt het nog enkele jaren eer dit gereed is. Het vakantiepark richt zich op de verbinding tussen mens, natuur en dier met een beperkt aantal luxe vakantieverblijven, maar eveneens niet op vrije kampeerplaatsen.

Steeds meer campings in de regio bieden naast kampeerplaatsen ook vakantiewoningen of chalets aan, in bescheiden dan wel uitgebreide vorm. Een aansprekend voorbeeld is camping Gulperberg en camping Oriënta, die ook diverse 'glamping' verhuurtenten etc. aanbiedt. Verschillende campings zijn de afgelopen jaren geheel getransformeerd tot huisjesterreinen, zoals de voormalige camping Schoonbron te Schin op Geul (nu Résidence Valkenburg). Er is regionaal kortom sprake van een vrij grote dynamiek in verblijfsrecreatie, aansluitend op de veranderende consumentenbehoefte (kwaliteit, comfort, onderscheid, ruimte), ook gericht op verblijf buiten het hoogseizoen.

Conclusie

Conclusie is dat het bestaande aanbod van vakantieparken in de regio vooral is gericht op het lagere- en middensegment. Hoewel de verblijfsaccommodaties en parkinrichting overwegend verzorgd zijn, is in de regio voor wat betreft campings nauwelijks sprake van integrale productvernieuwing op het niveau van de totale parkstructuur en -inrichting op een duurzame en natuurinclusieve wijze, zoals beoogd door Huttopia CityKamp Valkenburg.

Er is ons geen planologische capaciteit bekend in de afgebakende regio, qua maatvoering en capaciteit geschikt voor het onderhavige initiatief voor recreatiewoningen en in samenhang met een (bestaande) camping. Bovendien heeft de planlocatie nu reeds de bestemming Verblijfsrecreatie en behoort het dus zelf tot de plancapaciteit. Daarnaast is relevant dat de camping is gelegen aan de snelweg en het verblijf in

een meer dichte geluidsbufferende verblijfsaccommodatie verhoogt het verblijfscomfort.

2.4 Overheidsbeleid

2.4.1 Visie Vrijetijdseconomie; Bestemming Zuid-Limburg 2030

De Zuid-Limburgse gemeenten en provincie Limburg hebben in 2019 een gezamenlijke toeristische visie en ontwikkelstrategie opgesteld. Als ambitie voor de toekomst is geformuleerd dat Zuid-Limburg een toekomstbestendige bestemming is, waarin:

- toerisme blijft bijdragen aan duurzame economische structuurversterking van de regio;
- kwalitatieve groei boven kwantitatieve groei gaat;
- landschappelijke en stedelijke kwaliteiten elkaar versterken;
- de vrijetijdseconomie helpt om natuur en landschap te ontwikkelen;
- inwoners en gasten heel Zuid-Limburg kunnen beleven.

De visie legt de focus o.a. op kwaliteit en continue vernieuwing van het toeristisch-recreatieve product en relevante voorzieningen. De verweven landschappelijke en stedelijke kwaliteiten van Zuid-Limburg vormen de basis voor het toeristisch product. Er moeten nieuwe doelgroepen worden aangesproken en vraag en aanbod van verblijfsaccommodaties moet beter in balans komen, kwalitatief en kwantitatief.

Het huidige aanbod aan verblijfsrecreatie in Zuid-Limburg is, aldus de visie, voor het grootste deel gericht op de leefstijlen rust-, verbindings- en harmoniezoekers. Doordat dit vaak senioren betreft, kan het toeristisch bezoek aan de regio door vergrijzing op termijn teruglopen. Het is dus belangrijk dat de regio ook nieuwe doelgroepen aantrekt.

Huttopia richt zich nadrukkelijk ook op actieve, trendsettende en 'avontuurlijke' doelgroepen en verbreedt dus het toeristisch-recreatieve aanbod en structuurbeeld van Zuid-Limburg.

2.4.2 Onderzoek Vitaliteit verblijfsrecreatie Limburg

Het in opdracht van de provincie uitgevoerde onderzoek "Vitaliteit Verblijfsrecreatie Limburg" (ZKA, juni 2015) constateert, dat het kwantitatieve aanbod van bungalowparken en campings in de provincie de vraag overschrijdt en de kwaliteit onvoldoende aansluit bij de snel veranderende eisen en wensen van de consument. Er is geen behoefte aan 'meer van hetzelfde'. Het onderzoek formuleert als belangrijke ontwikkelingsvoorwaarden voor Zuid-Limburg:

- Krachtige verdienmodellen;
- Kies voor excellentie door vernieuwing (voorkom 'versufing' verblijfsrecreatie);
- Leisurering Parkstad als bestemming.

In het onderzoek wordt ook aangegeven hoe de sector kan worden versterkt en wat de rol van de provincie daarbinnen is. Het volgende is daarbij van belang voor de onderhavige ontwikkeling.

- Het provinciaal *economisch* beleid moet gericht zijn op het stimuleren van klimmers, waarbij onder meer het ondernemingsklimaat wordt verbeterd door versterking van ondernemers die hiertoe in staat zijn.
- Het provinciaal *ruimtelijk* beleid moet gericht zijn op het begeleiden van dalers en stimuleren van klimmers. Hierbij is onder meer van belang dat wordt overgegaan op programmering en quoteren van het aanbod, want de kern van de opgave ligt juist in het begeleiden van dalers: het saneren van het niet-marktconforme (vaak gedateerde) aanbod. Tegelijk moeten nieuwe ontwikkelingen zorgvuldig worden afgewogen en optimaal worden gefaciliteerd.

- De provincie moet een hervormingsbeweging op gang brengen, waarbij bedrijven verantwoordelijk zijn voor hun eigen toekomst. Om deze toekomst te bepalen gaat de provincie met de bedrijven in gesprek om afspraken te maken.

Camping De Bron viel op als een niet vitale camping. Door onderhavige ontwikkeling ontstaat een modern, vitaal vakantiepark.

2.4.3 Provinciale Omgevingsvisie (POVI)

De Provinciale omgevingsvisie Limburg is een lange termijnvisie, met als doelstelling invulling geven over hoe de provincie Limburg in de periode 2030-2050 op een integrale en toekomstbestendige manier kan door ontwikkelen. De Provinciale Omgevingsvisie Limburg vervangt het huidige 'Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL2014)'. De omgevingsvisie is dynamisch en flexibel, aangezien dit mogelijkheden biedt om het document te actualiseren met het oog op toekomstige veranderingen.

Hoofdoggaven

In de provinciale omgevingsvisie Limburg worden een aantal hoofdoggaven onderscheiden:

- Het creëren van een aantrekkelijke, sociale, gezonde en veilige omgeving, zowel in het landelijk- als het bebouwde gebied;
- Een toekomstbestendige, innovatieve en duurzame economie (inclusief landbouwtransitie);
- Klimaatadaptatie en energietransitie.

Deze opgaven, die Limburg-breed spelen, moeten met inachtneming van de specifieke eigenschappen van Limburg op een integrale en toekomstbestendige manier worden geïmplementeerd. Participatie tussen overheid, markt en inwoners van Limburg is hierbij een belangrijk uitgangspunt.

De vrijetijdseconomie vormt een belangrijke pijler in Limburg. Voor een florerende vrijetijdseconomie zijn de kwaliteit van landschap en natuur, aantrekkelijke steden en een goede bereikbaarheid van belang. Een stabiele balans is nodig tussen:

- beleving en bescherming van landschap en natuur;
- belangen van toeristen, recreanten en inwoners;
- uiteenlopende wensen van verschillende groepen recreanten;
- de verschillende groepen in het landelijk gebied die gebruik maken van dezelfde infrastructuur.

Vraag en aanbod van verblijfsaccommodaties dienen beter in balans gebracht te worden, zowel kwantitatief als kwalitatief. Meer van hetzelfde leidt tot verdringing en leegstand. Een voortdurende kwaliteitsslag is nodig om nieuw en bestaand aanbod aan te passen aan de veranderende vraag van zowel vaste als nieuwe gasten. Een goede kwalitatieve onderbouw is essentieel.

Wat betreft bungalowparken en kampeerterreinen moet de ingezette kwaliteitsslag worden voortgezet, middels een maatwerkaanpak per individuele onderneming. Daarbij bestaan in praktijk vaak uiteenlopende ontwikkelingsopties.

Het concept CityKamp Valkenburg voorziet in herontwikkeling en opwaardering van een reeds bestaand kampeerterrein tot een geheel nieuw en jaarrond geopend productconcept, deels gericht op nieuwe doelgroepen. Hierbij staat de combinatie comfort, buitenactiviteiten en natuurbeleving voorop. Mede gelet op de regionale en gemeentelijke beleidskaders past het onderhavige initiatief dus goed binnen de ontwerp Provinciale Omgevingsvisie.

2.4.4 Omgevingsverordening Limburg 2014

De provincie Limburg heeft op 12 december 2014 de 'Omgevingsverordening Limburg 2014' vastgesteld. Hierin worden

de regels beschreven die nodig zijn om het omgevingsbeleid van het toenmalige POL(2014) juridische binding te geven. Het POL(2014) is inmiddels vervangen door de POVI, maar de omgevingsverordening is van kracht totdat de nieuwe Omgevingswet in werking treedt.

De provincie Limburg beschouwt vrijetijdseconomie (leisure) als één van de Limburgse topsectoren. Dit dankzij het grote economische belang van de sector zelf én vanwege de bijdrage die voorzieningen en evenementen leveren aan de kwaliteit van het Limburgse woon- en leefklimaat. De sector is evenwel, aldus de provincie, nogal versnipperd en er is onvoldoende synergie tussen individuele ondernemers en overheden. De provinciale opgave ligt in het versterken van de identiteit van de Limburgse vrijetijdseconomie en het verbinden van de kwaliteiten van deelgebieden. Meer regionale slagkracht is nodig om tegemoet te komen aan de veranderende consumentenwensen en Limburg aantrekkelijk te maken c.q. te houden voor (nieuwe) doelgroepen.

Het POL geeft aan dat de groeiende aantrekkingskracht van Noord-Limburg voor toerisme en recreatie vooral is gestoeld op de afwisseling en verscheidenheid van dorpen, landschap, historie, kunst en cultuur. De ambitie is om toerisme en recreatie te laten doorontwikkelen als Limburgse topsector, met respect voor de omgevingswaarden.

2.4.5 Omgevingsverordening Limburg 2021

Met de komst van de Omgevingswet is een nieuwe omgevingsverordening nodig die past binnen de kaders en het instrumentarium van de Omgevingswet.

Op 17 december 2021 hebben Provinciale Staten de ontwerp-omgevingsverordening Limburg 2021 vastgesteld. De inwerkingtreding is voorzien gelijktijdig met de inwerkingtreding van de nieuwe Omgevingswet.

Hoewel het ontwerp van de Omgevingsverordening Limburg (2021) hoofdzakelijk een beleidsneutrale omzetting van de Omgevingsverordening Limburg 2014 is, staan er enkele nieuwe of inhoudelijk aanmerkelijk gewijzigde onderwerpen in. Het gaat hier om instructieregels aan gemeenten op het gebied van wonen, zonne-energie, na-ijlende effecten van de steenkoolwinning en huisvestingsnormen voor internationale werknemers.

Volgens de kaart 'Wonen, werken en recreëren' ligt het besluitgebied deels binnen het 'Buitengebied' en deels binnen de 'Groenblauwe mantel'.

Buitengebied

Het buitengebied betreft de landelijke gebieden op de Zuid-Limburgse plateaus en op de hogere zandgronden in Noord- en Midden-Limburg, samen zo'n 85.000 hectaren groot. Vergeleken met Noord- en Midden-Limburg zijn er in Zuid-Limburg minder mogelijkheden voor intensieve vormen van grondgebruik op de plateaus. Dit komt door de aard van de ondergrond en de aanwezige omgevingskwaliteiten. Op de hogere zandgronden van Noord- en Midden-Limburg is, rekening houdend met de natuurlijke omstandigheden en de ruimteclaims vanuit verschillende transitieopgaven, een breed scala aan grondgebruiksvormen mogelijk.

Groenblauwe mantel

De groenblauwe mantel omvat onder andere het Maasdal en de landschappelijk en cultuurhistorisch waardevolle beekdalen. De gebieden van de groenblauwe mantel hebben vaak een functie als buffer rond en verbindingzones tussen bestaande natuurgebieden. Het betreft gebieden met overwegend (extensieve) landbouwgebieden, monumenten, kleinschalige landschapselementen en waterlopen. In Zuid-Limburg omvat dit gebied ook de steilere hellingen, droogdalen en de belangrijkste landschappelijke verbindingen naar het

Maasdal. In de groenblauwe mantel staat het klimaatadaptief maken van het watersysteem centraal. Er zijn hier kansen voor natuurwaarden en landschapskwaliteit in combinatie met andere functies zoals landbouw en vrijetijdseconomie. De groenblauwe mantel is in het voormalige POL2014 en de daarbij behorende Omgevingsverordening Limburg 2014 aangeduid als zilvergroeene natuurzone en bronsgroene landschapszone. Zoals ook volgt uit paragraaf 3.2.2 is het onderhavige plangebied deels in de bronsgroene landschapszone gelegen.

Vrijetijdseconomie

Uit de POVI volgt dat in het buitengebied en de groenblauwe mantel alleen initiatieven voor vrijetijdseconomie mogelijk zijn die daar functioneel aan gebonden zijn, zoals een kampeerterrein, een dagstrand, agrotourisme of een visvijver voor de sportvisserij. Een uitzondering hierop is het vestigen van een grootschalige (boven)regionale dagrecreatieve trekker in het buitengebied, indien de beoogde locatie bij een integrale afweging de meest optimale locatie blijkt.

De onderhavige ontwikkeling betreft het opwaarderen van een bestaande camping. De camping wordt landschappelijk beter ingepast en krijgt een duidelijke ruimtelijke en functionele meerwaarde voor de regio. De herontwikkeling leidt tot een modern, groen en duurzaam vakantiepark op een geschikte locatie. De effecten op de leegstand en het regionale woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er is voldoende behoefte aanwezig, vanuit kwalitatief en kwantitatief perspectief.

2.4.6 Intergemeentelijke structuurvisie Gulpen-Wittem, Vaals en Valkenburg aan de Geul

Op 29 maart 2012 heeft de gemeenteraad de 'Intergemeentelijke structuurvisie Gulpen-Wittem, Vaals en Valkenburg aan de Geul' vastgesteld. In de structuurvisie is het ruimtelijke

beleid en het sectorale beleid met ruimtelijke consequenties van de drie gemeenten opgenomen, voor een termijn van 15 jaar.

Realisering van nieuwe (extra) vakantiebungalowparken is niet wenselijk. Kwaliteitsverbetering, waarbij sloop en nieuwbouw kunnen worden gecombineerd met vormverandering van het park met behoud van de bestaande oppervlakte wordt wel mogelijk geacht.

Uitbreiding is wel mogelijk, indien de noodzaak van schaalvergroting aantoonbaar is en een kwaliteitsverbetering van de voorziening zelf en de directe omgeving kan worden bereikt. Uitgangspunt is een streekeigen karakter, uitgaande van het behoud en versterking van het basiskapitaal (natuur, landschap en cultuurhistorie) met een koppeling aan het gemeentelijke kwaliteitsmenu (gkm).

Alleen bij het saneren van een bestaande camping is onder voorwaarden als genoemd in de Kampeernota 2009-2013 aanleg van een nieuwe camping mogelijk. Voor een aantal in de EHS gelegen campings is uitbreiding niet mogelijk. Ook meer permanente elementen als stacaravans en trekkershutten vallen onder de kampeernota.

Onderhavige ontwikkeling voorziet in de herontwikkeling en opwaardering van een reeds bestaand kampeerterrein met het nieuwe concept CityKamp. Dit inclusief nieuwe chalets, overdekt zwembad, renovatie van het bestaande restaurant en het opwaarderen van receptie en sanitair. Daarnaast wordt de camping landschappelijk ingepast in de vorm van het toevoegen van meer beplanting. De landschappelijke inpassing sluit aan bij het Gemeentelijk Kwaliteitsmenu en het plan is toegevoegd aan het bestemmingsplan. Het initiatief is daarom passend binnen de intergemeentelijke structuurvisie.

2.5 Plannen in de regio

Er zijn in de regio, buiten de in paragraaf 2.3 genoemde parken, geen plannen bekend met de aard en omvang van onderhavige ontwikkeling.

3 Behoefte recreatiewoningen (vraagzijde)

Een Ladderonderbouwing is in principe gericht op de kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling (in brede zin) en de ruimtelijke effecten. Het omvat dus geen 'traditioneel', uitgebreid marktonderzoek voor de relevante activiteiten, aansluitend aan de middels uitgebreide jurisprudentie. Er bestaat voor de hier beoogde recreatiewoningen in wezen geen 'vanzelfsprekende' behoefte. De vraag wordt vooral bepaald door de aanbodkwaliteiten in brede zin, waarbij de combinatie tussen productconcept ("wat ben je?"), faciliteiten, uitstraling, locatie, doelgroepen, gastvrijheid en marketing centraal staan. De marktomstandigheden zijn voor de beoogde functies bovendien zeer dynamisch, aan zowel de vraag- als aanbodzijde. De kwantitatieve behoefte wordt in dit kader dan ook indicatief bepaald, met als doel de ruimtelijke effecten goed te kunnen inschatten. De beoordeling van de kwalitatieve aspecten is zoveel mogelijk geobjectiveerd.

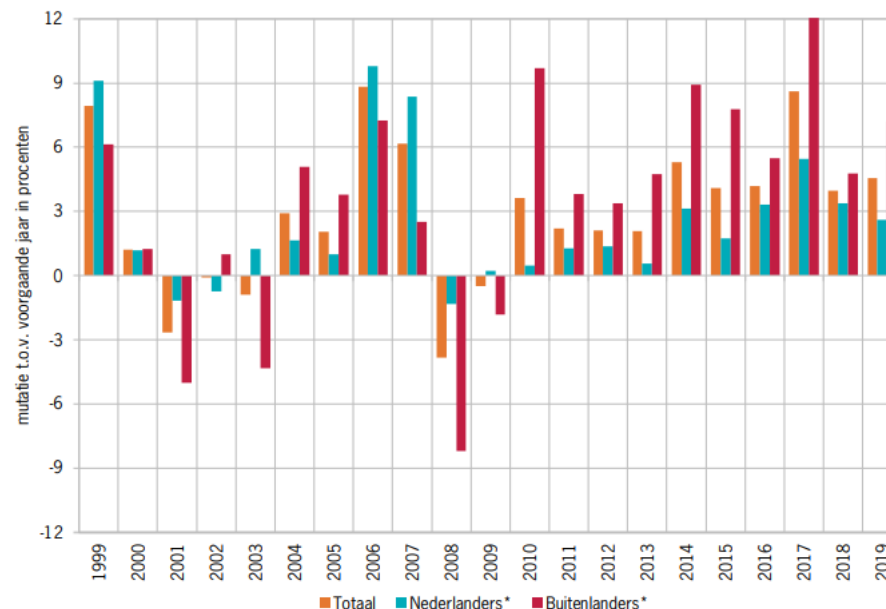
3.1 Trends aan de vraagzijde algemeen

Algemeen

Vrijtijdsbesteding wordt in Nederland steeds belangrijker, waarbij 'beleving' en ontspanning een steeds grotere rol spelen. De toeristische sector is de afgelopen tien jaar veel sneller gegroeid dan de Nederlandse economie als geheel. De vakantieparticipatie van Nederlanders behoort tot de hoogste van Europa en het aantal buitenlandse toeristen steeg de afgelopen jaren met grote cijfers.

Het draait om beleving

De consument wordt steeds kritischer. Men zoekt naar een bijzondere beleving of emotionele lading en kan deze via internet eenvoudig traceren en vergelijken.



Figuur 3: Ontwikkeling aantal gasten in logiesaccommodaties Nederland, 1999-2019 (Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd 2020). Vanwege enorme effecten coronapandemie exclusief de jaren 2020 en 2021.

Tegelijkertijd is er sprake van hybride consumentengedrag. Enerzijds vraagt de consument om een unieke beleving en wil hier ook extra voor betalen. Anderzijds blijft de consument kritisch op zijn uitgaven en laat zich vaak leiden door kortingsacties, scherpe prijzen en arrangementen. Voor gezinnen met jonge kinderen blijven voorzieningen als een zwembad, speeltuin, zwemplas en kinderanimatie belangrijke keuzefactoren voor hun vakantiebestemming.

Aandacht voor duurzaamheid

Er is steeds meer aandacht voor de duurzaamheid van toerisme, mede omdat veel consumenten dit verlangen. Duurzaam toerisme betekent dat de negatieve gevolgen voor de

natuur en het milieu worden beperkt en dat tegelijkertijd de lokale en regionale bevolking en economie ervan profiteren.

Deeleconomie

Een economie waar steeds meer mensen beschikbare middelen met elkaar delen (vaak gefaciliteerd door internet) wordt de deeleconomie genoemd. Voor de toeristische sector wordt deze trend steeds relevanter, bijvoorbeeld doordat huizen en verblijfsaccommodaties rechtstreeks door de eigenaar worden verhuurd, via online platforms. De aankoop en verhuur van recreatiewoningen vormt tegenwoordig een aantrekkelijke belegging, ook voor particulieren.

Groeiende groep welvarende ouderen

Nederland vergrijst. Dit betekent dat het percentage ouderen (65-plussers) groeit in de bevolkingssamenstelling. Volgens het CBS stijgt het aandeel van 19% in 2020 tot 24% in 2030. Zij zijn welvarender dan ooit en hebben veel vrije tijd, willen daar bovendien optimaal van genieten. Hierdoor verandert ook de vraag naar het toeristisch aanbod.

3.2 Toerisme in Nederland en Zuid-Limburg**Toerisme in Nederland**

In 2019 (het laatste representatieve jaar voor de coronapandemie) hebben Nederlanders 17,9 miljoen vakanties in eigen land ondernomen.³ Van de Nederlandse vakanties in eigen land vindt ca. 42% plaats in vakantiewoningen of stacaravans. De provincie Gelderland is de belangrijkste binnenlandse vakantiebestemming, met ca. 3 miljoen binnenlandse vakanties. Daarna volgen Limburg en Noord-Brabant (beide ca. 2,1 mln binnenlandse vakanties).

Daarnaast verbleven in 2019 ruim 20 mln. buitenlandse gasten in Nederlandse verblijfsaccommodaties. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en België zijn de belangrijkste herkomstlanden⁴. Hun belangrijkste bestemmingen zijn Amsterdam, de overige Randstad en de kust. Slechts 28% verblijft elders in Nederland. Van de buitenlandse gasten overnacht totaal 15% op huisjesterreinen en 78% in hotels. Overigens betreft deze laatste categorie vooral bezoekers van grotere afstand die in de grotere steden verblijven; van de Duitsers overnacht 45% op een huisjesterrein. Voor deze accommodatievorm zijn de provincies Limburg, Drenthe en Gelderland favoriet,

met Zeeland en Noord-Brabant op een gedeelde vierde plaats.

Figuur 3 illustreert het groeiende aantal gasten in Nederlandse logiesaccommodaties (excl. hotels) tussen 1999 en 2019.⁵ In de daaraan voorgaande vijf jaar nam het aantal gasten met ruim 3 miljoen toe. Met name de groei van het buitenlandse bezoek is opvallend. Vooral het aantal Duitsers, Belgen en Britten groeide sterk. Van alle Nederlandse overnachtingen vond in 2019 42% plaats in een vakantiewoning, waarmee het voor hen de belangrijkste overnachtingsplek is. Buitenlanders brachten 23% van hun overnachtingen door in deze accommodatievorm.⁶ De cijfers zijn exclusief de 'coronajaren' 2020 en 2021; hier komen we later op terug.

Toerisme in Limburg

De provincie Limburg ontving in 2019⁷ in totaal ca. 2,9 mln. Nederlandse gasten. Daarnaast kwamen er circa 1,3 mln buitenlandse gasten. Totaal ontving de provincie 1,56 mln gasten op een huisjesterrein, met gemiddeld 4,2 nachten. Van deze gasten was een derde buitenlands. De buitenlandse markt groeit in Limburg al enige jaren met hoge cijfers, ook op huisjesterreinen.⁸

De vraag naar recreatiewoningen steeg in de provincie Limburg⁹ tussen 2012 en 2019 met 17% (aantal gasten). De vraag naar kampeerplaatsen groeide in deze periode met slechts 2%. Dit illustreert de groeiende behoefte aan recreatiewoningen in Limburg, met name t.o.v. kampeerplaatsen.

Effecten coronavirus

In 2020 is de toerismesector hard getroffen door corona, met ruim 70% minder buitenlandse toeristen in Nederland. Wel steeg het aantal Nederlanders dat in eigen land op vakantie ging met een kwart ten opzichte van het derde kwartaal in 2019. Ook in 2021 was het toerisme nog niet volledig hersteld, met name uit het buitenland. 2022 was daarentegen weer hoopvol (zie onder).

De effecten van het coronavirus op de behoefte aan Nederlandse recreatiewoningen (huisjesterreinen) zijn 'onder de streep' beperkt en zelfs positief. De bezettingsgraad was in 2020 en 2021 opvallend hoog. Dit kwam vooral doordat veel Nederlanders hun vakanties (lang en kort) toen veelal in eigen land doorbrachten. Ook het aantal Duitse en Belgische overnachtingen was toen relatief hoog.

Voor 2022 zijn nog geen volledige cijfers beschikbaar, maar de eerste drie kwartalen gaven tussen 2019 en 2022 een positief beeld voor het toeristisch verblijf op huisjesterreinen. In geheel Limburg (op lagere niveaus zijn geen actuele cijfers beschikbaar) lag het aantal overnachtingen in deze kwartalen in 2022 alweer 1% hoger dan in 2019. De gemiddelde verblijfsduur per gast steeg iets. Landelijk is de groei zelfs nog wat groter.

Doordat Nederlandse recreatiewoningen slechts beperkt worden benut door bezoekers uit niet-buurlanden en zekelijke gasten (zij verblijven veelal in hotels) had het tijdelijke wegvallen van die markten daarvan nauwelijks effect op de behoefte aan recreatiewoningen. Onafhankelijk van het verloop van de coronacrisis blijft de behoefte naar verwachting dus minimaal op het huidige peil en stijgt zelfs verder.

³ CBS, Vakantie van Nederlanders, kerncijfers (2019).

⁴ Celth, CBS, NBTC, PleisureworldNRIT, Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd 2020.

⁵ Vanwege de enorme effecten van de coronapandemie is deze grafiek exclusief de jaren 2020 en 2021. Cijfers 2022 nog niet beschikbaar.

⁶ CBS, Logiesaccommodaties, gasten, nachten, woonland, logiesvorm, regio, 2020.

⁷ Vanwege de representativiteit en vergelijkbaarheid is ook hier gekozen voor het laatste precorona jaar (2019).

⁸ CBS; Logiesaccommodaties, gasten, nachten, woonland, logiesvorm regionaal 2020.

⁹ Cijfers over Zuid-Limburg zijn niet beschikbaar.

3.3 Conclusies behoefte en effecten recreatiewoningen

Zuid-Limburg is al sinds lang een prominente toeristische bestemming in Nederland, met een zeer bijzonder landschap, cultuurhistorie en hooggewaardeerde gastvrijheid. Recreatiewoningen, verhuurtenten en andere verblijfsvormen nemen daarbij steeds meer de plek in van 'traditioneel' kamperen met eigen tent of caravan. CityKamp Valkenburg kan hieraan een extra impuls geven en daarnaast nieuwe doelgroepen aantrekken, gericht op natuurbeleving, wandelen, fietsen, outdooractiviteiten, cultuur, rust en ontdekking/avontuur. Ten dele betreft het doelgroepen die in Zuid-Limburg nu zijn ondervertegenwoordigd, maar wel kansrijk zijn en de toeristisch-recreatieve structuur verbreden..

Het park stelt hoge eisen aan kwaliteit, vormgeving, natuurbeleving, ruimte en duurzaamheid. Er bestaat een groeiende vraag naar dit verblijfstype, dat in Zuid-Limburg nog is ondervertegenwoordigd maar beleidsmatig wel wordt geambieerd. De ingrijpende herinrichting in algemene zin en de vernieuwingsplannen voor de centrale voorzieningen spelen hier nadrukkelijk op in.

In algemene zin is in de regio in kwantitatief opzicht weliswaar sprake van een redelijk ruim aanbod van recreatiewoningen, maar dit aanbod is voor een relatief groot deel nogal traditioneel van karakter. Kwalitatief sluit het aanbod niet (meer) optimaal aan op de actuele behoefte, zoals diverse beleidsdocumenten onderstrepen. Vakantieparken met een sterk innovatief karakter (zoals Huttopia) zijn maar bescheiden aanwezig in de regio.

De maximale capaciteit van het vakantiepark vermindert van maximaal 487 accommodaties nu toegestaan (kampeerplekken, stacaravans, trekkershutten) tot 381 in de toekomst (alle verblijfstypen bij Huttopia samen). De verblijfsgasten krijgen

hierdoor o.a. meer ruimte tot hun beschikking; een belangrijk kwaliteitsaspect voor verblijfsaccommodaties.

De exploitatie door een hooggekwalificeerd en ervaren bedrijf als Huttopia garandeert een professionele, klantgerichte bedrijfsvoering, kwaliteitsbewaking en adequaat beheer.

4 Toets ladder voor duurzame verstedelijking

Mede op basis van de beschreven analyses beoordelen we de vernieuwingsplannen voor de voormalige camping De Bron tot Huttopia CityKamp Valkenburg en toetsen de ontwikkeling van nieuwe chalets (recreatiewoningen) aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

4.1 Behoeft

De behoefte aan verblijfsrecreatie is de afgelopen jaren sterk gewijzigd, met als belangrijkste trends de groeiende behoefte aan 'winterharde' recreatiewoningen en de steeds kritischer consument, op zoek naar een optimale prijs-kwaliteitverhouding. Elke doelgroep heeft daarbij haar eigen voorkeur. Binnen de markt voor verblijfsaccommodaties moeten vakantieparken zich onderling veel beter positioneren, o.b.v. hun unieke kwaliteiten, vanuit duidelijke keuzes en soms aanzienlijke investeringen in verblijfsaccommodaties, centrale voorzieningen en/of parkinrichting. Deze opgave geldt zeker ook voor Zuid-Limburg. Het onderhavige initiatief richt zich met name op landschapsbeleving, rust, privacy en comfort en draagt bij aan de breed geambieerde (toeristische) seizoenverbreding in de regio. Het vakantiepark krijgt, in tegenstelling tot nu, een jaarronde exploitatie. Dit speelt goed in op de beleidsmatig geambieerde seizoenverbreding in Zuid-Limburg.

Aan de ene kant van het spectrum bestaat er perspectief voor kleine en middelgrote parken met bijzondere ligging, kwaliteiten, vormgeving en/of inrichting en gericht op specifieke doelgroepen of nichemarkten. Aan de andere kant blijft er behoefte bestaan aan grootschaliger parken, al dan niet

met veel eigen voorzieningen (recreatie, horeca, animatie, etc.). Deze parken zijn vooral gericht op families, gezinnen met jonge kinderen, maar steeds meer ook op andere groepen. Met name kleinere en middelgrote, gedateerde verblijfsaccommodaties worden algemeen beschouwd als economisch kwetsbaar. Dit dilemma is zichtbaar in groeiende prijsconcurrentie (wat op termijn leidt tot minder kwaliteitsinvesteringen) en/of een toenemend gebruik van deze accommodaties door niet-recreatieve doelgroepen (arbeidsmigranten, permanente bewoners, etc.). De nieuwe exploitant kiest hier nadrukkelijk niet voor.

In algemene zin is in de regio in kwantitatief opzicht weliswaar sprake van een redelijk ruime capaciteit in recreatiewoningen, maar dit aanbod is in het algemeen nogal traditioneel van karakter. Kwalitatief sluit het aanbod niet (meer) optimaal aan op de actuele behoefte, zoals diverse beleidsdocumenten onderstrepen. Vakantieparken met een sterk innovatief karakter (zoals Huttopia) zijn bijvoorbeeld maar bescheiden aanwezig in Zuid-Limburg.

De maximale capaciteit van het recreatiepark zal bovendien verminderen. De verblijfsgasten krijgen dus gemiddeld meer ruimte tot hun beschikking; een belangrijk kwaliteitsaspect voor verblijfsaccommodaties. De ontwikkeling genereert dus een forse kwaliteitsversterking van het verblijfsrecreatieve aanbod in de regio en seizoenverbreding (openstelling jaar rond). De ontwikkeling is daarmee complementair aan het gevestigde aanbod en trekt deels nieuwe doelgroepen naar de regio.

De effecten van het coronavirus op de behoefte aan recreatiewoningen zijn 'onder de streep' beperkt en zelfs positief. De bezettingsgraad van Nederlandse verblijfsaccommodaties (excl. hotels) was in 2020 en 2021 opvallend hoog. Dit kwam vooral doordat veel Nederlanders die zomer in eigen land

bleven, maar ook het aantal Duitse en Belgische overnachtingen was relatief hoog. Deze ontwikkeling zal waarschijnlijk nog zeker enige jaren aanhouden.

De beschikbare plancapaciteit in de regio is in onderhavige situatie niet relevant, omdat de planlocatie nu reeds de bestemming Verblijfsrecreatie heeft en dus zelf reeds deel uitmaakt van de plancapaciteit. Er zijn in de afgebakende regio overigens geen plannen bekend die in enige mate vergelijkbaar zijn met de onderhavige ontwikkeling.

Conclusie behoefte

Er is voldoende behoefte aangetoond voor de beoogde recreatiewoningen (chalets), vanuit zowel kwalitatief als kwantitatief perspectief. We concluderen dat de beoogde ontwikkeling inspeelt op de behoeften van (potentiele) toeristisch-recreatieve bezoekers aan de regio Zuid-Limburg en in het bijzonder het Heuvelland.

Door de ingrijpende kwaliteitsslag van een gedateerde, door onderzoek aangewezen als niet vitale camping, naar een hoogwaardig, duurzaam en natuurinclusief product zal deze ontwikkeling een nadrukkelijk kwalitatieve bijdrage leveren aan het toeristische product van Valkenburg aan de Geul en het Zuid-Limburgse product als geheel. De ontwikkeling speelt nauw in op de veranderende vraag van verblijfsgasten. Ook andere bedrijven in de regio (horeca, recreatie, retail, etc.) profiteren derhalve van deze nieuwe doelgroepen, met veelal een bovengemiddelde koopkracht.

Huttopia CityKamp Valkenburg trekt nieuwe doelgroepen naar het gebied, waarmee het inspeelt op een belangrijke beleidsambitie van provincie en gemeente. Deze nieuwe doelgroepen zijn vooral gericht op natuurbeleving, wandelen, fietsen, outdooractiviteiten, cultuur, rust en ontdekking (zie hoofdstuk 1). Ten dele betreft het dus andere doelgroepen

dan veel huidige bezoekers aan de regio, die zich voor een belangrijk deel kenmerken door activiteiten (in familie- en vriendenverband) direct in of rond de accommodatie en bezoek aan grotere recreatievoorzieningen en populaire uitgaansbestemmingen als Valkenburg.

Door het innovatieve karakter van de ontwikkeling leidt het niet tot verdringing en leegstand.

Huttopia CityKamp Valkenburg kan een voorbeeld zijn voor product vernieuwing en upgrading van andere vakantieparken in en buiten de regio. Ook sluit het initiatief (verblijf, dagrecreatie en horeca) goed aan op de dagrecreatieve mogelijkheden in het gebied, waaronder fiets- en wandelroutes.

De ontwikkeling ondersteunt tevens de beleidsmatig gewenste duurzame economische en toeristische structuurversterking van Zuid-Limburg en het Heuvelland. Het leidt tot product vernieuwing, kwaliteitsversterking, seizoenverbreding, marktverruiming (nieuwe doelgroepen) en hogere bestedingen lokaal en regionaal. De ontwikkeling speelt ook middels de inrichting in op de landschappelijke waarden in de omgeving.

4.2 Effecten

Mede omdat voldoende behoefte is aangetoond, verwachten we geen substantiële (negatieve) effecten op het aanbod van verblijfsrecreatie in de regio, dan wel een toename van de leegstand. Toerisme is in Nederland en Limburg een groeiende markt. Dit geldt voor de binnenlandse markt, maar ook het bezoek uit buurlanden Duitsland en België groeit. Het Coronavirus heeft hier zelfs een forse impuls aan gegeven.

Er worden bovendien steeds meer korte vakanties geboekt in vakantieparken, ook buiten het hoogseizoen. CityKamp Valkenburg ontwikkelt zich middels de plannen tot een uniek,

goed geoutilleerd (moderne horeca), groen en kwalitatief hoogwaardig vakantiepark, aansluitend op de behoefte aan de consumentenzijde.

De onderhavige ontwikkeling versterkt de regionale ruimtelijk-economische structuur in algemene zin en de toeristisch-recreatieve structuur in het bijzonder. De regionale economie wordt door het initiatief versterkt (zie paragraaf behoefte). De nieuwe doelgroepen (deels koopkrachtiger dan de bestaande) zullen immers extra omzet en werkgelegenheid opleveren voor de lokale en regionale detailhandel, horeca en vrijetijdsvoorzieningen.

De ontwikkeling heeft kortom geen negatieve effecten op de leegstand en het woon-, leef- en ondernemersklimaat en in de regio en genereert, integendeel, in dat opzicht zelfs vooral positieve effecten.

4.3 Locatie

De beoogde ontwikkeling vindt plaats binnen de bestaande grenzen van de voormalige camping De Bron (bestemming Verblijfsrecreatie). De ontwikkeling leidt dus niet tot additionele ruimtelijke aanspraken t.o.v. de vigerende bestemming of onttrekking van delen van het buitengebied. Er wordt een zeer zorgvuldige landschappelijke inrichting en inpassing gerealiseerd. Ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied is in dit geval dan ook geen optie.

CityKamp Valkenburg is goed bereikbaar en ontsloten voor auto's, fietsers en wandelaars. Station Valkenburg ligt op circa 2 km afstand. In de omgeving bestaat bovendien een uitgestrekt en zeer populair netwerk van fiets- en wandelknooppunten.

4.4 Conclusie

De herontwikkeling van de voormalige camping De Bron tot City Kamp Valkenburg als omschreven in hoofdstuk 1 (inclusief Chalets) wordt vanuit de doelstellingen en kaders van de Ladder voor duurzame verstedelijking positief beoordeeld.

De herontwikkeling leidt tot een modern, groen, natuurinclusief en duurzaam vakantiepark op een geschikte locatie. De ontwikkeling heeft een duidelijke ruimtelijke en functionele meerwaarde voor de regio en trekt nieuwe doelgroepen naar Zuid-Limburg. De effecten op de leegstand en het regionale woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er is voldoende behoefte aanwezig, vanuit kwalitatief en kwantitatief perspectief.

Bijlage 1

Impressie accommodaties en inrichting Huttopia



www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01