
THINKING AHEAD

IN LEISURE AND
HOSPITALITY

ACTUALISEREN
MARKTANALYSE
VERBLIJFSRECREATIE
SIMPELVELD

Eindrapportage 14 april 2022



Leisure**brains**

1. Inleiding en leeswijzer

De gemeente Simpelveld heeft in 2013 een beknopte analyse laten maken van de kampeersector in de regio. Deze analyse is inmiddels gedateerd. Ondertussen melden zich met enige regelmaat initiatiefnemers met betrekking tot verblijfsrecreatie. De gemeente heeft, om deze initiatieven te toetsen, geen actueel beleidskader beschikbaar. Regionaal worden projecten afgestemd, maar de gemeente wil graag aan de voorkant beter weten welke kansen en mogelijkheden de verblijfsrecreatie voor haar inwoners en ondernemers kan bieden. Het in stand houden van de leefbaarheid van de kernen en het buitengebied speelt hierbij een belangrijke rol.

De gemeente Simpelveld heeft daarom contact opgenomen met Bureau Leisure Brains, met de vraag om de marktanalyse voor campings, uit 2013, te actualiseren. In deze offerte geven we aan op welke wijze we hier invulling aan kunnen geven. We beperken ons niet alleen tot kampeerbedrijven (zoals de analyse uit 2013), maar nemen nadrukkelijk ook bungalowbedrijven en camperplaatsen in de analyse mee. Hotels, Bed & Breakfastbedrijven, pensions, vakantiewoningen en groepsaccommodaties nemen we nadrukkelijk niet mee in onze analyse.



Leisure**brains**

Het rapport is als volgt opgebouwd. In de hoofdstukken 2 en 3 zoomen we in op de ontwikkelingen van de afgelopen jaren in de kampeer- en bungalowmarkt. Hiervoor maken we vooral gebruik van cijfers en data van het CBS en het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd (2020 en 2021).

In de twee daarop volgende hoofdstukken onderzoeken we ontwikkelingen in Zuid-Limburg. In hoofdstuk 6 analyseren we een aantal relevante beleidsstukken.

In hoofdstuk 7 zoomen we in op de marktkansen voor de sector in Simpelveld. We sluiten ons rapport af met onze conclusies en een samenvatting.

Bij de gemeentelijke herindeling van 1982 werden de tot dan toe zelfstandige gemeenten Simpelveld en Bocholtz samengevoegd. De naam van de fusiegemeente werd Simpelveld. Naast de dorpen Simpelveld en Bocholtz, maken onder andere ook de gehuchten Bocholtzerheide, Baneheide, Huls, Molsberg en het zeer kleine Bosschenhuizen onderdeel uit van de gemeente.

Simpelveld ligt aan de zogenaamde Miljoenenlijn; de eerste grensoverschrijdende spoorlijn die tussen 1925 en 1934 is aangelegd voor het transport van steenkool uit de mijnen en die tegenwoordig nog vooral een toeristische functie heeft (uitgevoerd door de ZLSM). Ook de toeristische Mergellandroute loopt door Simpelveld. Rondom Simpelveld zijn diverse attracties en musea te bezoeken (Gaia Zoo, het Discovery Museum, Mondo Verde, Snowworld, het Drielandenpunt etc.). Steden als Maastricht, Aken en Heerlen liggen op een steenworp afstand.

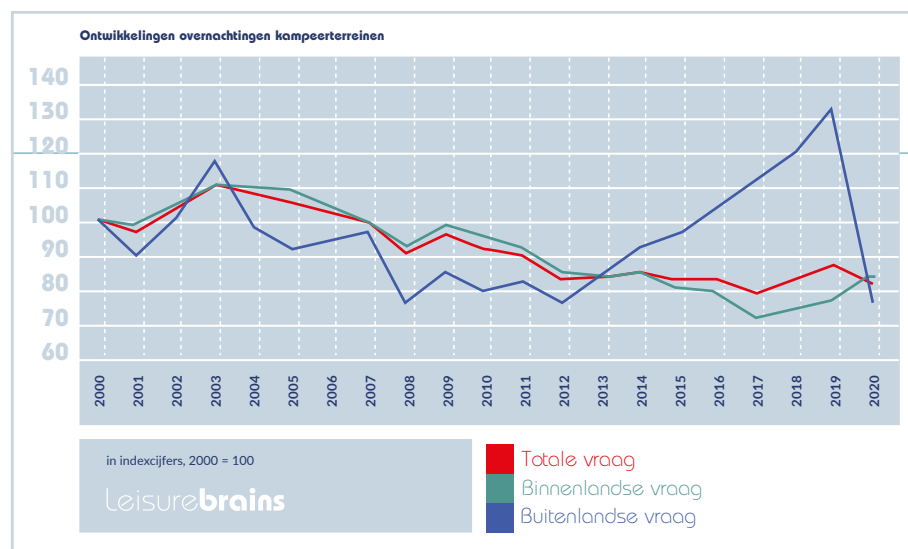


2. Ontwikkelingen kampeersector

2.1 Wisselende vraagontwikkeling (landelijk)

De afgelopen jaren is het 'traditioneel kamperen' soms bestempeld als 'niet meer van deze tijd'. Diverse onderzoeken toonden immers ook aan dat het aantal mensen dat gaat kamperen jaar na jaar afneemt. Dit beeld is vrij manifest, maar ondanks het feit dat we landelijk zien dat kamperen inderdaad lang onder druk heeft gestaan, lijkt deze trend te veranderen.

De hieronder afgebeelde grafiek geeft de ontwikkeling van het aantal overnachtingen op Nederlandse kampeerbedrijven in de periode 2000 – 2020 weer.



Figuur 1. Ontwikkeling landelijke overnachtingen op kampeerterreinen 2000 – 2020
(Bron: CBS Statline, overgenomen met toestemming van Pretwerk.nl, grafiek bewerkt door Leisure Brains)

We zien vanaf het jaar 2003 een vrij constante afname in de totale vraag, met een opleving in 2008 (de financiële crisis). Vanaf 2012 zien we echter een sterke toename in de buitenlandse vraag en vanaf 2017 ook een opleving in de binnenlandse vraag. De gevolgen van de Covid-19 pandemie zijn zichtbaar in het jaar 2020.

Als we iets minder ver terugkijken in de tijd en ons beperken tot de afgelopen tien jaar, krijgen we hetzelfde beeld te zien: het aantal overnachtingen op kampeerterreinen is vrij stabiel tot licht stijgend, waarbij met name het inkomend toerisme tot aan de start van de pandemie voor de (totale) lichte groei heeft gezorgd.

Onderstaande tabel geeft het aantal overnachtingen op kampeerterreinen, in de periode 2012-2020, weer.

OVERNACHTINGEN OP KAMPEERTERREINEN (x1000)			
JAAR	TOTAAL	NEDERLAND	BUITENLAND
2012	20983	17561	3377
2013	21059	17377	3682
2014	21487	17389	4098
2015	20993	16720	4272
2016	20911	16388	4523
2017	19798	14901	4897
2018	20748	15466	5282
2019	21875	15972	5902
2020	20648	17266	3383

Figuur 2: overnachtingen op kampeerterreinen periode 2012-2020
(Bron: CBS Statline, overgenomen met toestemming van Pretwerk.nl)

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

Covid-19

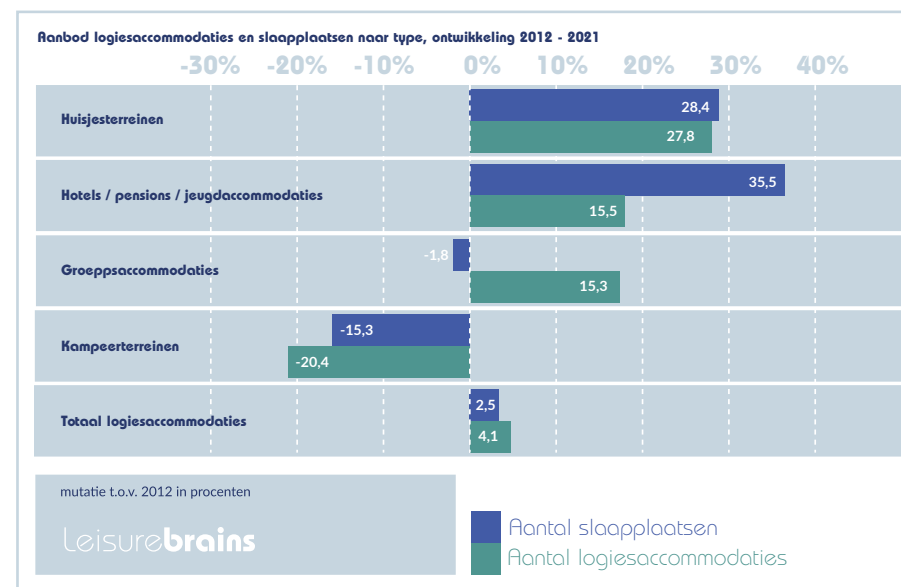
Als gevolg van de Covid-19 pandemie daalde het totaal aantal overnachtingen op Nederlandse kampeerbedrijven in 2020 (ten opzichte van 2019) met 5,7%. Deze daling komt volledig voor rekening van het dalend aantal overnachtingen uit inkomend toerisme (-43%). Het aantal overnachtingen van Nederlanders op Nederlandse kampeerterreinen, steeg in 2020 (ten opzichte van 2019) met 8,1%. Overigens nam het gemiddeld aantal overnachtingen per vakantie in 2020 weer wat toe (naar 5,8 nachten).

De vraag is of en hoe deze schommelingen en ontwikkelingen te verklaren zijn. Toerisme en (verblijfs)recreatie (zeker kamperen) is conjunctuurgevoelig en meer dan andere sectoren sterk afhankelijk van externe factoren. Goede zomers leiden tot meer kampeervakanties, (oorlogs)dreigingen in het buitenland of een pandemie leiden tot meer binnenlandse vakanties en de piek in 2008 was een direct gevolg van de kredietcrisis*. De sterke daling in 2020 was een direct gevolg van de Covid-19 pandemie. We komen hier verderop in het rapport op terug.

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

2.2 Dalend aanbod (landelijk)

In de vorige paragraaf lezen we dat het aantal overnachtingen op kampeerterreinen sinds 2012 weer stijgt, wat voor een groot deel op het conto komt van gasten uit het buitenland (inkomend toerisme). Tegelijkertijd zien we in dezelfde periode echter ook een daling van het aantal kampeerterreinen in Nederland. In figuur 3 is de ontwikkeling van het aanbod van logiesaccommodaties in Nederland weergegeven in aantallen accommodaties en aantal slaapplekken.



Figuur 3: aanbodontwikkeling logiesaccommodaties in Nederland 2012-2021
(Bron: Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021, bewerkt door Leisure Brains)

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

Onderstaande tabel geeft een vergelijkbaar beeld weer:

Campings in Nederland	2012	2021	verschil	in %
Totaal open in augustus:				
• aantal accommodaties	3.226	2.577	-649	80%
• aantal slaapplekken	808.967	687.129	-121.838	85%

Figuur 4: Ontwikkeling aantal accommodaties en slaapplekken 2012-2021.
(Bron: CBS Statline, overgenomen met toestemming van Pretwerk.nl)

In totaal zijn er tussen 2012 en 2021 bijna 121.888 kampeerplekken in Nederland verdwenen. Een stabiel of zelfs stijgend aantal overnachtingen op kampeerterreinen, in combinatie met een dalend aanbod aan slaapplekken op kampeerbedrijven, leidt tot hogere bezettingsgraden. Dit beeld herkennen we in Limburg: uit de bedrijfsbezoeken aan kampeerbedrijven, in het kader van het project Vitalisering Vakantieparken Zuid-Limburg, blijkt dat de meeste van de bezochte (kampeer- en bungalow) bedrijven in 2019 / 2020 aangeven de afgelopen drie jaren een omzetstijging te hebben meegemaakt (Bron: project Vitalisering Verblijfsrecreatie Zuid-Limburg). We komen hier verder in het rapport op terug.

3. Ontwikkelingen bungalowparken

3.1 Sterke aanbodontwikkeling (landelijk)

Bij bungalowparken zien we een andere ontwikkeling dan bij kampeerbedrijven. In de tabel hieronder wordt de ontwikkeling van het aantal huisjesterreinen* en het aantal slaapplekken op huisjesterreinen in Nederland weergegeven voor de periode 2016 – 2020.

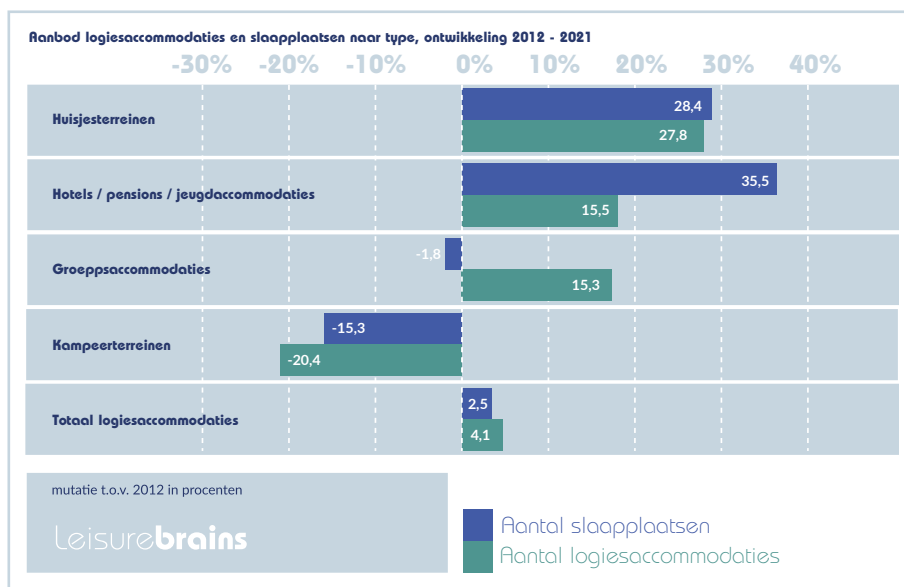
	2016	2020	Groei in %
Aantal huisjesterreinen	1.505	1.587	4,5%
Aantal slaapplekken	294.399	341.319	15,9%

Figuur 5: Ontwikkeling aantal huisjesterreinen en slaapplekken 2016-2020.
(Bron: Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021, p.320)

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

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

In figuur 6 is de ontwikkeling van het aanbod van logiesaccommodaties weergegeven in de periode 2012 – 2021 in aantallen accommodaties en aantal slaapplekken.



Figuur 6: aanbodontwikkeling logiesaccommodaties in Nederland 2012-2021
(Bron: Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021, bewerkt door Leisure Brains)

Uit de tabel blijkt dat het aantal huisjesterreinen in Nederland in de periode 2012-2021 met 27,8% is gestegen. Het aantal slaapplekken is zelfs met 28,4% gestegen. Deze stijging valt enerzijds te verklaren door de groeiende vraag naar dit type vakanties (vraag leidt tot aanbod) en anderzijds door het feit dat de realisatie / bouw van nieuwe bungalowparken en het omzetten van campings naar chaletparken (of bungalowparken) zeer lucratief is. Deze laatste ontwikkeling is echter vaak meer vastgoed gedreven dan een direct gevolg van de stijgende vraag.

Toenemende vraag (landelijk)

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

	Totaal aantal gasten in huisjesterreinen	Totaal aantal overnachtingen in huisjesterreinen	Bezettingsgraad huisjesterreinen
2019	845.000	3.792.000	38,7%
2020	822.000	3.986.000 (+5,1%)	40,5%
2021	897.000	4.259.000 (+6,8%)	41,6%

Figuur 7 Bezettingsgraden huisjesterreinen 2019-2021.
(Bron: Trendrapport Toerisme, recreatie en Vrijetijd 2021. Bewerkt Leisure Brains)

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

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

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

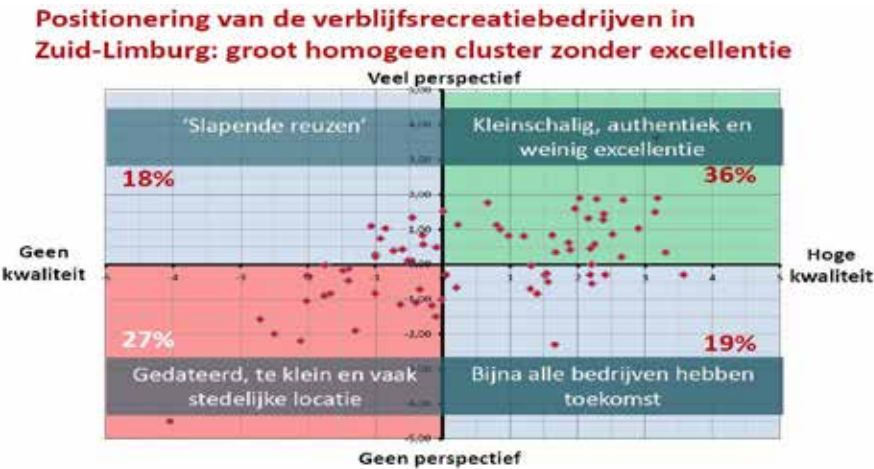
We zien dus een sterke groeivoet in de periode 2016-2019 (19%) en een lagere groeivoet (6%) in de jaren erna (2019-2021, inclusief de Covid-19 pandemie). We blijven dus een positieve groei zien.

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



4. Ontwikkelingen in het regionale aanbod

In Zuid-Limburg liggen 84 kampeerbedrijven (inclusief mini-campings / kampeerboerderijen) en 12 bungalowparken (zie de bijlage, Bron: vitaliteitsonderzoek Leisure Brains, 2019). In 2016 heeft Bureau ZKA een onderzoek uitgevoerd naar de vitaliteit van deze bedrijven. Hiernaast is de conclusie van ZKA gevisualiseerd:



Figuur 8: Schematische weergave vitaliteit vakantieparken Zuid-Limburg (Bron: onderzoek ZKA 2016)

Leisure Brains heeft op verzoek van De Economische Samenwerking Zuid-Limburg (ESZL) en de Provincie Limburg, in 2019-2020, als vervolg op het onderzoek van ZKA, nader onderzoek gedaan naar de vitaliteit van de sector in Zuid-Limburg. Hieronder is het aantal kampeer- en bungalowbedrijven per gemeente weergegeven:

Gemeente	Aantal kampeer- en bungalow-bedrijven
Beekdalen	8
Brunssum	1
Eijsden-Margraten	19
Gulpen-Wittem	29
Heerlen	1
Landgraaf	3
Maastricht	1
Meerssen	4
Simpelveld	1
Vaals	10
Valkenburg	13
Voerendaal	6
Totaal aantal	96

Figuur 9: : aantal kampeer- en bungalowbedrijven Zuid-Limburg per gemeente (Bron: onderzoek vitalisering vakantieparken Zuid-Limburg uitgevoerd door Leisure Brains).

Er zijn voor zo ver bekend geen kampeer- en bungalowbedrijven in de gemeenten Beek, Kerkrade, Sittard en Stein.

In bijlage 1 wordt een overzicht van alle bedrijven in Zuid-Limburg gegeven. Naar schatting bevinden zich op de kampeerbedrijven ruim 5.537 kampeerplekken en minimaal 1.273 verhuureenheden (zie de bijlage). Appartementen, die vaak bij mini-campings aanvullend worden aangeboden, zijn hier niet in meegeteld.

Het aantal kampeerplekken in het Heuvelland is de afgelopen jaren sterk teruggegaan. Dit is, zoals we ook in het vorige hoofdstuk al zagen, een landelijke trend. Steeds vaker worden campings omgezet naar chalet- of bungalowparken. Ook in Zuid-Limburg zijn er de afgelopen jaren op die manier diverse campings verdwenen. Het betreft de volgende bedrijven:

Naam oorspronkelijk kampeerbedrijf	Aantal kampeerplaatsen* oude situatie	Nieuwe naam	Aantal kampeerplaatsen nieuwe situatie	Aantal verhuureenheden
Camping Schoonbron (Schin op Geul)	700	Toppark Residence Valkenburg	0	500
Camping de Wolfberg (Noorbeek)	228	Landal de Waufsberg Europarcs Poort van	0	62
Camping Oriëntal (Berg en Terblijt)	290	Maastricht Green Resort Mooi	60	60
Camping Mooi Bemelen (Margraten)	688	Bemelen Huttopia Camping	0	145
Camping de Bron (Valkenburg)	450	Valkenburg-Maastricht	230	120
Camping Gulperberg	600	Europarcs Gulperberg	200	300

Figuur 10: : Ontwikkeling aantal kampeerplekken en verhuureenheden Zuid-Limburg (Bron: eigen onderzoek)

*onder kampeerplaatsen verstaan we toeristische plaatsen, seizoenplaatsen en jaarplaatsen

Wij schatten dat er de afgelopen jaren ongeveer 2.466 kampeerplaatsen zijn verdwenen en er ongeveer 1.187 verhuureenheden in Zuid-Limburg zijn bijgekomen. Het ligt in de lijn der verwachting dat het aantal kampeerplaatsen dat verdwijnt de komende jaren verder toeneemt. Stadscamping Den Driesch is verkocht aan de Oostappengroep. Het is nog niet bekend of hier (alle) kampeerplaatsen worden ingeruild voor verhuureenheden. Camping Cottesserhoeve (gemeente Vaals) staat te koop. Mogelijkerwijs worden hier ook verhuureenheden geplaatst (waardoor er nog eens 265 kampeerplaatsen verdwijnen).

Naast het feit dat er diverse kampeerbedrijven zijn omgezet naar chalet- of bungalowparken en het aantal kampeerplaatsen daardoor fors is afgenomen, zijn er nauwelijks nieuwe kampeerbedrijven bij gekomen. Het betreft ons inziens alleen landschapscamping Alleleyn in Terziet (Gulpen-Wittem), met ongeveer 80 extra kampeerplaatsen en mini-camping de Zonnehoeve in Valkenburg, met 10 extra plaatsen. Er zijn voor zo ver bekend de afgelopen jaren verder geen mini-campings* bijgekomen, noch hebben er uitbreidingen van mini-campings plaatsgevonden. Er liggen wel nog uitbreidingsplannen (120 plaatsen) bij camping de Watertoren in Landgraaf.

** Het aanbod aan mini-campings is na het wegvallen van de WOR (Wet op de Openlucht Recreatie in 2008) fors gestegen. Gemeenten hebben beleidsvrijheid gekregen om zelf te bepalen hoeveel (en onder welke voorwaarden) mini-campings er worden toegestaan (en welke aantallen kampeermiddelen worden toegestaan). Sommige gemeenten (zoals Valkenburg aan de Geul) hebben een vrij restrictief beleid, waardoor er in die gemeente maar enkele mini-campings zijn. Andere gemeenten hebben meer ruimte geboden voor deze ontwikkeling (zoals de gemeente Gulpen-Wittem). Mini-campings kenmerken zich door een relatief eenvoudig product tegen een beperkte (lage) prijs. Er zijn de afgelopen jaren nog maar weinig (mini-) campings in het Heuvelland bijgekomen. Camping Alleleyn in Gulpen-Wittem is een van de laatste bedrijven.*

*** voorlopige conclusies Leisure Brains op basis van project Vitalisering Vakantieparken Zuid-Limburg - eind 2022 is het eindrapport gereed*

In onderstaande tabel geven we de geschatte ontwikkeling in Zuid-Limburg getalsmatig weer. Het betreft hier schattingen.

Huidig aantal kampeerplaatsen (inclusief het aantal plaatsen dat er de afgelopen jaren is bijgekomen)	5.537
Aantal kampeerplaatsen dat naar schatting de afgelopen jaren is verdwenen	2.466
Procentuele afname op totaal van 8.037 (bij benadering)	30,6 %

Figuur 11. Procentuele afname aantal kampeerplaatsen Zuid-Limburg (Bron: eigen onderzoek)

We zien dus een afname van het aantal kampeerplekken, maar een toename van het aantal verhuureenheden op kampeerbedrijven in Zuid-Limburg. De vraag is of deze ontwikkeling een effect heeft op de vitaliteit van de kampeersector.

Het beeld dat ZKA schetst in haar onderzoek uit 2016, wordt deels bevestigd door het project 'vitalisering vakantieparken Zuid-Limburg', uitgevoerd door Leisure Brains (2019-2022). Van de 96 kampeer- en bungalowbedrijven in Zuid-Limburg, werden er 72 bezocht. Hieronder staat welk deel van de sector als vitaal** kan worden gezien:

Beoordeling	72 bedrijven = 100%
Zeer vitaal (25)	35%
Gemiddeld (27)	38%
Beperkt vitaal (11)	15%
Niet vitaal (9)	12%

Figuur 12: vitaliteit bestaande kampeer- en bungalowbedrijven Zuid-Limburg

Het (figuur 12) getalsmatige overzicht is echter maar 'een deel van het plaatje'. Veel bedrijven zijn qua omzetontwikkeling en toenemende overnachtingsaantallen vitaal te noemen, maar als we een laag dieper kijken en de cijfers even achter ons laten, zien we een dieper liggend probleem in Zuid-Limburg:

Een groot deel van de kampeer- en bungalowbedrijven investeert niet of nauwelijks, heeft geen zelfstandig onderscheidend concept (met uitzondering van het fraaie landschap), heeft zeer beperkt inzicht in haar doelgroep en de marketing is in veel gevallen niet goed op orde.

Slechts een klein gedeelte van de ondernemers is alert en gedreven en kijkt naar eigen aanvullende mogelijkheden en kansen. Deze (kleine) groep ondernemers is gericht op uitzonderlijke kwaliteit. Dit staat overigens los van de grootte van een bedrijf.

Het onderzoek van ZKA dateert uit 2015 / 2016. Uit het onderzoek van Leisure Brains uit 2019 / 2020 is echter gebleken dat het merendeel van de (bezochte) bedrijven in de periode 2017-2019 meer overnachtingen en meer omzet heeft gerealiseerd.

Wij denken dat deze positieve ontwikkeling het gevolg is van een stijgende vraag naar (zie hoofdstuk 2) en een dalend aanbod van kampeerplaatsen in Zuid-Limburg, in combinatie met een stijgend aantal verhuureenheden (met een hogere omzet per eenheid dan de omzet per kampeerplaats die eerder werd aangeboden).

Het lijkt er dus op dat ondanks de soms lage kwaliteit van het product, de omzetten de afgelopen jaren op veel bedrijven zijn gestegen. Typerend is de uitspraak van een ondernemer die zelf zegt al 25 jaar niet meer te hebben geïnvesteerd (wat ook zichtbaar is), maar tevens aangeeft de afgelopen 3 jaar wel te hebben geplust in zijn omzet:

"Het geld komt hier toch wel van de berg gerold"

In deze typerende en herkenbare uitspraak schuilen echter twee gevaren. Enerzijds leunt men te zeer op **de afhankelijkheid van het landschap**. Zodra het landschap, om welke reden en op welke wijze dan ook, minder interessant wordt voor de toerist, is de kans groot dat de toeristisch-recreatieve sector heel snel bergafwaarts gaat. Dit kan ook ontstaan doordat andere regio's in Nederland investeren in de kwaliteit van het landschap, wat overigens al het geval is. Dit dient in Zuid-Limburg ook te gebeuren. Verrommeling van het landschap, erosie en overlast van dagrecreanten kunnen het toeristisch ecosysteem van een regio dermate aantasten dat de vitaliteit van bedrijven uiteindelijk stagneert of daalt.

Het tweede aandachtspunt is gelegen in het feit dat door het achterwege blijven van investeringen, er **een 'gat' ontstaat tussen bedrijven in Zuid-Limburg en de rest van Limburg (en grote andere delen van Nederland). Het verschil in kwaliteit kan dermate groot** worden, dat toeristen uiteindelijk toch liever een andere regio uitzoeken om hun vakantie te vieren. We hebben helaas in het Heuvelland ook enkele bedrijven gezien die qua kwaliteit echt achterblijven op hun collega's in de rest van het land: verouderd sanitair, te kleine standplaatsen, een (te) krap zwembad, verouderde speelvoorzieningen of beperkt gastheerschap.

Als we kijken naar de bungalowparken in Zuid-Limburg, dan zien we dat er ook bij deze vorm van logiesaccommodaties de afgelopen jaren aanbod is bijgekomen. Zuid-Limburg kent relatief weinig (12) bungalowparken. Zie de bijlage. Hieronder staan de bedrijven waar de afgelopen jaren recreatiewoningen bij zijn gekomen.

Naam bedrijf	Gemeente	Aantal recreatiewoningen
Resort Maastricht (Dormio)	Maastricht	153 (en 183 appartementen)
De Waufsberg (Landal)	Eijsden-Margraten	62 recreatiewoningen

Figuur 13: Ontwikkeling aanbod aan bungalows in Zuid-Limburg.
Bron: eigen onderzoek

De ontwikkeling bij Bungalowpark Euverem (Quirios / Roompot) van 185 eenheden, zijn grotendeels vervangingen van verouderde, bestaande woningen. Deze tellen we daarom niet mee bij de aanbodontwikkeling.

We schatten in dat het aantal recreatiewoningen en appartementen in Zuid-Limburg de afgelopen jaren met ongeveer 398 is toegenomen naar 1.621 recreatiewoningen en -appartementen. Op het oorspronkelijke aanbod is dat een stijging van ongeveer 32%.

Huidig aantal recreatiewoningen	1.621
Aantal recreatiewoningen dat er is bijgekomen	398
Procentuele toename op totaal van 1.223 (het oorspronkelijk aantal recreatiewoningen)	32,5 %

Figuur 14. Procentuele toename aantal recreatiewoningen Zuid-Limburg
(Bron: eigen onderzoek)



Deze stijging is verklaarbaar omdat de markt voor de verkoop van recreatiewoningen zondermeer goed te noemen is.

Uit het jaarrapport van de Nederlandse Vereniging van Makelaars (NVM) uit 2020 blijkt, dat door het hoge aantal verkochte vakantiewoningen in 2019, het beschikbare aanbod met meer dan een kwart is gedaald. Door de enorme vraag dreigt krapte op de vastgoedmarkt voor recreatiewoningen (bron: www.nvm.nl).

De NVM ziet de markt voor recreatiewoningen als een vastgoedmarkt. Wij beschouwen in het kader van dit rapport recreatiewoningen als onderdeel van de toeristische sector. Uit het project Vitalisering Vakantieparken Zuid-Limburg blijkt dat, net als bij kampeerbedrijven, voor enkele bungalowparken in het Heuvelland geldt dat zij niet uitblinken in kwaliteit of productaanbod, maar leunen op het landschap.

Een verder stijgend aanbod van nieuwe recreatiewoningen in het Heuvelland, zal echter een effect hebben op de bezettingsgraad van de kwalitatief mindere bedrijven.

Dat dit nog niet heeft plaats gevonden (de in het kader van het project bezochte bungalowbedrijven zijn vrijwel allemaal vitaal te noemen), zal met name te maken hebben met het feit dat het bijgekomen aanbod niet gezorgd heeft voor een verdringing. Het park in Maastricht trekt een eigen doelgroep aan die gericht is op Maastricht. Park De Waufsberg is relatief kleinschalig van aard en zit in een hoog marktsegment. Voor het vernieuwde park in Euverem is het nog te vroeg om uitspraken te kunnen doen (gezien de opening in 2021). Er liggen plannen om in Schinnen een onderscheidend verblijfsrecreatief product te ontwikkelen, maar het is te vroeg om deze ontwikkeling nu al mee te nemen in dit rapport.

5. Relevant beleid

Een aantal beleidsstukken is relevant om de vragen van de gemeente Simpelveld te beantwoorden. Hieronder gaan we in op de volgende rapporten, visies, onderzoek en studies.

5.1 De Visie Vrijtijdseconomie Zuid-Limburg

We lezen dat Zuid-Limburg relatief veel slaappleaatsen in hotels, pensions en jeugdaccommodaties heeft. In september 2018 registreerde het CBS in Zuid-Limburg 502 logiesaccommodaties met in totaal 57.705 slaappleaatsen. In vergelijking met Limburg en Nederland als geheel, heeft de regio relatief weinig slaappleaatsen op kampeerterreinen.

Het aantal slaappleaatsen op huisjesparken, zo stelt men, is de afgelopen jaren flink toegenomen, maar er zijn grote verschillen per accommodatietype. Het aantal slaappleaatsen op huisjesparken nam het afgelopen jaar (2018) bijvoorbeeld met 20% toe en het is aannemelijk dat het aantal slaappleaatsen – in ieder geval in hotels en op huisjesparken – de komende jaren nog verder zal toenemen.

Ook worden er honderden accommodaties aangeboden via AirBnB. In december 2018 werden er in Zuid-Limburg in totaal 884 accommodaties via AirBnB aangeboden. De meeste daarvan zijn te vinden in Maastricht (333), Gulpen-Wittern (132), Eijsden-Margraten (129), Valkenburg aan de Geul (84) en Vaals (44).

Als toeristisch-recreatieve kernkwaliteiten van de bestemming Zuid-Limburg noemt men in de visie:

- Het unieke en hooggewaardeerde landschap
- De rijke historie en eigen cultuur
- Sportief en vitaal
- De Bourgondische levenshouding van de Zuid-Limburger
- Internationaal
- Veelzijdig

Om het toerisme verder te ontwikkelen definieert men de volgende 8 opgaven:

- Het managen en ontwikkelen van Zuid-Limburg als één bestemming
- De vrijetijdseconomie beter verbinden aan de kwaliteit van het Zuid-Limburgse landschap en vanuit de vrijetijdseconomie bijdragen aan het bewaken en verhogen van de kwaliteit van het landschap
- Het beter beleefbaar maken van de Zuid-Limburgse verhalen en toeristisch-recreatieve kernkwaliteiten.
- Het aanspreken van nieuwe doelgroepen
- Het beter in balans brengen van de vraag naar en het aanbod van verblijfsaccommodaties, zowel kwalitatief als kwantitatief
- Het behouden en waar mogelijk herbestemmen van monumentale gebouwen voor de vrijetijdseconomie, waarbij een goede balans tussen vraag en aanbod uitgangspunt is
- Het optimaliseren van de positieve effecten van toerisme
- Intergemeentelijk samenwerken, gezamenlijk beleid uitvoeren en versterken van de samenwerking binnen en buiten de sector, ook in de grensregio

De visie Vrijtijdseconomie Zuid-Limburg roept ondernemers op meer aan storytelling te doen, nieuwe doelgroepen aan te trekken en vraag en aanbod van verblijfsrecreatie meer met elkaar in balans te brengen. Hierbij verwijst men naar het onderzoek van ZKA uit 2015. Ook stelt men dat er een onbalans is in vraag en aanbod, bekeken vanuit de recreatieve leefstijlen. Er is teveel aanbod voor de leefstijlen groen, aqua, lime (ingetogen groepen) en te weinig voor blauw, geel, rood en paars (die op zoek zijn naar een meer uitgesproken aanbod). Dit zijn gasten die luxe, een bijzondere eigenzinnige overnachting of juist mogelijkheden voor plezier voor iedereen zoeken.

Op het gebied van draagvlak voor toerisme stelt men, dat bewoners een positieve balans moeten ervaren, waarbij ze zoveel mogelijk profiteren van de positieve effecten van recreatie en toerisme en negatieve gevolgen zoveel mogelijk beperkt worden. Groei van de vrijetijdseconomie in Zuid-Limburg is daarom geen doel op zich. Een toename van het aantal overnachtingen in het laagseizoen en de schouderseizoenen, draagt volgens de visie bij aan de winstgevendheid van bedrijven. De overlast door drukte op topdagen mag niet verder toenemen. De draagkracht van natuur, landschap én van de inwoners mag niet overschreden worden.

Er is ruimte voor kwantitatieve groei op de rustigere dagen waarmee de bezettingsgraad van bestaande verblijfsaccommodaties kan worden verhoogd. Daarnaast moeten de gebieden die nu nog weinig toeristen trekken, beter meeprofitieren van de aantrekkingskracht van de bestemming Zuid-Limburg. Men zet daarom in op 365-dagen per jaar, wat niet direct hoeft te betekenen dat er in totaal méér bezoekers naar Zuid-Limburg komen. De ambitie is wel dat ze het verblijf verlengen, ze vaker terugkomen en ze méér van de regio ervaren.

5.2 Het Ontwikkelprogramma Vrijtijdseconomie Parkstad Limburg

Hierin lezen we, dat de ingeslagen weg van de toeristische ontwikkeling van Parkstad (dit zijn de gemeenten Beekdaelen, Brunssum, Heerlen, Kerkrade, Landgraaf, Simpelveld en Voerendaal), de regio veel succes heeft gebracht. In 20 jaar tijd heeft Parkstad zich vanuit het niets ontwikkeld tot een belangrijk deel van de bestemming Zuid-Limburg, waarbij de profilering en het toeristisch product van Parkstad complementair is aan het toeristisch product dat het Heuvelland en Maas-tricht bieden. Daarmee versterkt Parkstad de kracht van de vrijetijdseconomie van Zuid-Limburg.

Men stelt dat, met de aanwezigheid van de grote en kwalitatief sterke dagattracties, het grote culturele aanbod en de interessante landschappelijke kwaliteiten van gebieden als het Land van Kalk, de Brunssummerheide, het Geleenbeekdal en de Schinveldse bossen, een complementair aanbod aan andere delen van Zuid-Limburg wordt geboden, wat maakt dat de regio zich sterk onderscheidt ten opzichte van andere regio's in Nederland en de Euregio.

Ook is er een grote potentiële doelgroep recreanten en toeristen (meer dan 30 miljoen mensen) op een reistijd van minder dan 2 uur. Dat maakt dat de regio in trek is bij initiatiefnemers op het gebied van dagrecreatie.

Aan de andere kant is Parkstad nog altijd onderontwikkeld als verblijfsdestinatie en kan de samenwerking tussen de verschillende partijen, die actief zijn op het gebied van toerisme en recreatie, worden verbeterd. In het stedelijke gebied zijn ontwikkelmogelijkheden voor kwalitatief goede verblijfsaccommodaties bij de grote dagattracties. In het landelijke gebied is ruimte voor kleinschalige verblijfsvoorzieningen.

5.3 Het Strategisch Actieplan en het uitvoeringsprogramma Middengebied

In dit programma lezen we, dat het Middengebied (de gemeenten Beekdaelen, Eijsden-Margraten, Gulpen-Wittem, Meerssen, Simpelveld, Stein, Vaals, Valkenburg en Voerendaal) zich kenmerkt door kwaliteit, kleinschaligheid en innovatie. Hierlangs wil het Middengebied zich ontwikkelen en ruimte bieden aan inwoners, ondernemers en maatschappelijke partners.

- Kwaliteit: minder is meer, keuze voor slow waar dat mogelijk is, omgevingsinclusief, met wederkerig respect en oog voor de lange termijn.
- Kleinschaligheid: fijnschalig, met de mogelijkheid om vele bloemen te laten bloeien, inzetten op verscheidenheid aan mogelijkheden.
- Innovatie: ruimte om te experimenteren, nieuwe mogelijkheden te ontdekken, te proeven en te proberen.

Dit wil men onder andere bereiken door het Middengebied als de eerste emissieloze regio van Nederland (op het gebied van toeristisch recreatief vervoer) te ontwikkelen. Hiervoor wil men een Masterplan toeristische mobiliteit met innovatieve en duurzame (OV-)concepten ontwikkelen, waarbij ook de (verborgen) toeristische hotspots goed ontsloten worden en mogelijkheden worden onderzocht voor slimme en duurzame mobiliteitsoplossingen (OV, e-bikes, wandelen).

Verder wil men het gemotoriseerde verkeer in het buitengebied ontmoedigen (bijvoorbeeld door het afsluiten van wegen in kwetsbare gebieden) en wandelen, fietsen en ruiters stimuleren (door euregionaal ontsloten geharmoniseerde route-structuren (knopenlopen)).

Men wil gasten verleiden om ook minder bekende locaties op te zoeken in de regio en de drie verhaallijnen van het Middengebied sterk te vermarkten, alsmede in het achterland van de Euregio.

Tot slot wil men onderzoeken hoe het Middengebied zich kan ontwikkelen volgens de richtlijnen van GreenDestination en Citta Slow. Hieronder verstaat men ook het aantrekken van doelgroepen die de kernwaarden en normen van het Middengebied respecteren, zoals bezinningstoerisme.

5.4 Omgevingsvisie Limburg

De Omgevingsvisie Limburg stelt dat de vrijetijdseconomie een belangrijke economische pijler in Limburg vormt. 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;
- tussen belangen van toeristen, recreanten en inwoners;
- tussen uiteenlopende wensen van verschillende groepen recreanten;
- tussen 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. Bij de herbestemming van vrijkomende agrarische bebouwing wordt verblijfsrecreatie vaak, zonder nadere kwantitatieve en kwalitatieve onderbouwing, als mogelijke nieuwe functie gezien. Dit is geen realistische oplossing wanneer er sprake is van enkel een kwantitatieve toevoeging. Oneigenlijk gebruik van verblijfsaccommodaties, zoals permanent of tijdelijk wonen, leidt bovendien tot vertroebeling van de recreatieve identiteit en is ongewenst.

Men zet in op een samenhangende benadering voor functies als kringlooplandbouw, natuur, water, energieopwekking, veiligheid en gezondheid, recreatie en toerisme.

Voor Zuid-Limburg zet men in op een kwalitatieve groei van de vrijetijdseconomie. De vrijetijdseconomie moet beter worden verbonden aan het bewaken en verhogen van de kwaliteit van het Zuid-Limburgse landschap. Duurzaamheid is hierbij belangrijk, daarom wordt toerisme en recreatie met respect voor mens en omgeving ontwikkeld. Men wil een 'landschappelijk raamwerk', inclusief het groene stedelijke uitloopgebied van de stad-landzones creëren, om zo het aanbod aan extensieve recreatiemogelijkheden in de randen van het middengebied sterk te laten groeien.

De recreatieve overdruk in kwetsbare gebieden, evenals de (gemotoriseerde) mobiliteit in deze gebieden, moet worden aangepakt. Men zoekt de uitstraling van de regio in 'het goede leven' en de kleinschaligheid; Zuid-Limburg als kwaliteitsvol toeristisch product voor de bewoners en bezoekers. Beleving van de Zuid-Limburgse Grote Verhalen, die veelal gekoppeld zijn aan het Zuid-Limburgse materieel en immaterieel erfgoed, moeten fysiek en digitaal zichtbaar en beleefbaar worden gemaakt.

De recreatie- en toerismedruk in Zuid-Limburg moet zo veel mogelijk worden gespreid.



5.5 Het Land van Kalk

Als kernkwaliteiten onderscheidt men:

- Het hoogwaardige landschap
- De mogelijkheid tot fietsen en wandelen
- De Bourgondische levenshouding
- De internationale ligging
- De rijke historie en eigen cultuur

Het Land van Kalk is geen doel 'an sich', maar een middel om te komen tot een aantrekkelijk woon- en leefklimaat, waarbij recreatie, toerisme, natuur en landschap goed met elkaar in evenwicht zijn.

De focus moet komen te liggen op de ontwikkeling van kwalitatief goed en onderscheidend aanbod en een betere spreiding van toerisme. Parkstad dient te worden gepositioneerd als interessant wandel- en fietsgebied. Men zet in op toeristen die van natuur, rust en ruimte willen genieten en op zoek zijn naar authentieke ervaringen.

gen. Hierbij horen streekproducten en bijzondere verhalen (storytelling) van ondernemers en inwoners. Overnachtingen dienen het liefst bijzonder van aard te zijn.

Het aantal overnachtingen in het Land van Kalk dient tussen 2020 en 2030 te stijgen van 77.000 naar 150.000. De economische bestedingen dienen toe te nemen van 20 miljoen in 2018 naar 40 miljoen in 2030.

Om deze doelstellingen te bereiken wordt sterk ingezet op

- Het versterken van de organisatie
- Het stimuleren van ondernemerschap
- Het versterken van de infrastructuur
- Gebiedsontwikkeling
- Promotie en
- Het versterken van de leefbaarheid en het draagvlak onder inwoners



6. Kansen voor Simpelveld?

Op het gebied van verblijfsrecreatie heeft Simpelveld, zeker in vergelijking met andere gemeenten in en rond het Heuvelland, een zeer beperkt aanbod.

Als we kijken naar de kampeer- en bungalowsector, heeft de gemeente Simpelveld alleen het bungalowpark Simpelveld binnen haar gemeentegrenzen liggen. Dit bungalowpark is in de jaren 70 gebouwd door Shell. Het wat verouderde park omvat 164 bungalows en er zijn geen centrumvoorzieningen. Het eigendom van de bungalows, is verdeeld over individuele eigenaren. Alle bungalows zijn in particulier bezit. Het park oogt gedateerd.

Daarnaast kent Simpelveld nog een aantal Bed & Breakfast bedrijven en vakantie-appartementen. De gemeente kent geen campings en slechts één hotel. De vraag is of er binnen de gemeente Simpelveld nog marktruimte is voor nieuwe initiatieven. Hieronder beantwoorden we deze vraag.

6.1 Groei verwacht

De verwachting is dat ook de komende jaren de toeristische sector nog gaat groeien. In het rapport 'De Toekomstvisie van de Nederlandse Vakantiemarkt 2030' lezen we bijvoorbeeld dat de algemene verwachting is dat het aantal binnenlandse vakanties de komende jaren verder gaat toenemen. Dit heeft te maken met een aantal factoren:

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



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

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

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

De verwachte groei sluit aan bij de historische ontwikkeling van het toerisme in Nederland. Vanaf 2012 zien we een continue stijging van het aantal overnachtingen in Nederland, zowel door Nederlanders en Duitsers als door toeristen uit andere landen. In 2020 zet, als gevolg van de Covid-19 pandemie, echter een sterke daling in.

De Statistiek Logiesaccommodaties van het CBS laat zien dat in 2020 niet alleen het aantal toeristen fors is afgenomen, maar dat ook de samenstelling van het toerisme is gewijzigd. In het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021 lezen we bijvoorbeeld dat het aantal Duitse gasten bijna is gehalveerd, maar dat het aantal gasten uit het Verenigd Koninkrijk en Italië zelfs met driekwart is verminderd. Zakelijk toerisme is daarnaast veel harder getroffen dan regulier toerisme. Hotels en groepsaccommodaties hebben bovendien een veel sterkere daling in overnachtingsaantallen gekend dan vakanties op bungalowparken en campings.

Onderzoek van NBTC NIPO toont aan dat in het jaar 2020 wel meer Nederlanders in eigen land op vakantie zijn gegaan ten opzichte van het buitenland en dat het aandeel van de auto als vervoersmiddel is gestegen ten opzichte van het vliegen. Nederlanders zijn in 2020 echter minder vaak en ook korter op vakantie geweest als gevolg van de Covid-19 pandemie. Met andere woorden: we zien al geruime tijd (sinds 2012) een algemene stijging van het aantal overnachtingen in Nederlandse logiesaccommodaties (zowel van Nederlandse als van buitenlandse gasten), maar een sterke daling en verschuiving als gevolg van de Covid-19 pandemie.



6.2 Covid-19: Nederland veilig en dichtbij

De vraag is of de recente sterke daling in het aantal overnachtingen op Nederlandse logies accommodaties tijdelijk of blijvend van aard is. Wij zijn van mening de daling tijdelijk is. Hiervoor hebben we de volgende argumenten:

- De Covid-19 pandemie zal op enig moment afvlakken. Er komt, naar alle waarschijnlijkheid, een moment dat Covid-19 onderdeel van ons dagelijks leven gaat worden en we weer overgaan tot 'business as usual'. Het valt te verwachten dat het toerisme dan weer een 'normaal' groeipatroon laat zien, dat in de lijn ligt van eerder jaren. We zagen dit eerder in 2008 en 2009. Gedurende de financiële crisis in 2008 en 2009 nam het aantal toeristische overnachtingen in Nederland sterk af, maar dit herstelde zich snel weer nadat de crisis was bezworen;
- Er zijn op dit moment geen tekenen dat de pandemie een blijvend effect heeft op de economie of de werkloosheid en daarmee op de ontwikkeling van het toerisme (binnenlands en inkomend uit België en Duitsland – wellicht wel op zakelijk toerisme en inkomend toerisme uit bijvoorbeeld China, de VS of Japan). Het is op dit moment (begin 2022) nog te vroeg om effecten te zien van de stijgende inflatie en de daarmee gepaard gaande daling van de koopkracht.

Onze inschatting is, dat het toerisme na het afvlakken van de pandemie weer snel haar oude trendmatige groeipatroon oppakt, waarbij we wel de kanttekening maken dat de sector erg gevoelig is voor economische factoren en ontwikkelingen op het wereldtoneel.

Een mogelijke groei in de vraag naar Nederlandse logiesaccommodaties, wil niet zeggen dat er ook marktruimte is om het aanbod aan logies zo maar toe te laten nemen. Het is belangrijk de groei af te stemmen op maatschappelijke en sectorale trends en ontwikkelingen en rekening te houden met het bestaande regionale aanbod en de ontwikkelingen daarin.

6.3 Trends en ontwikkelingen

We sommen een aantal belangrijke trends en ontwikkelingen op, die ons inziens van invloed zijn op het maken van keuzes:

Steeds meer vitale ouderen

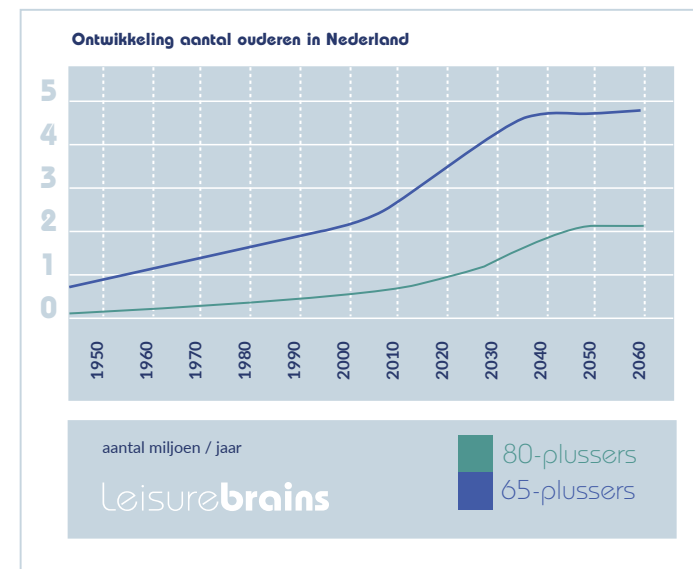
Het aantal ouderen in Nederland zal de komende jaren enorm toenemen. Volgens de CBS Bevolkingsprognose waren er in 2012 nog 2,7 miljoen 65-plussers, in 2041 zullen dat er 4,7 miljoen zijn. Tot 2060 blijft het aantal schommelen rond 4,7 miljoen.

De komende jaren zal vooral het aandeel 65-79 jarigen op de totale bevolking sterk stijgen. Vanaf 2025 neemt ook de groep 80-plussers sterk toe (de dubbele vergrijzing). In 2040, het hoogtepunt van het aantal 65-plussers, is naar schatting 26 procent van de bevolking 65-plusser, waarvan een derde ouder is dan 80 jaar (bron: www.cbs.nl).

Duitsland en Vlaanderen als groeimarkt

(Nederland is veilig en dichtbij)

Ook een groot deel van de (ook vergrijzende) Duitse en Vlaamse markt zal Nederland als een veilige en hygiënische bestemming zien en hun vakantie, wellicht nog meer dan voorheen, willen doorbrengen in een bungalowpark of op een camping. Beide landen laten in de periode tot aan de Covid-19 pandemie sterke groeivoeten zien als het gaat om vakanties in Nederland. Dat met name Duitsers Nederland als een veilige bestemming zien, lezen we ook terug in het Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd 2021; ondanks de Covid-19 pandemie bedraagt het aandeel Duitse gasten, als percentage van alle buitenlandse gasten in 2020, ongeveer 45%. Verder lezen we dat ongeveer 40% van de Duitse gasten aan de Nederlandse kustgebieden verblijft, maar dat huisjes op bungalowparken steeds populairder worden onder Duitse gasten. In 2019 vond 47% van alle overnachtingen van Duitse gasten plaats op een huisjesterrein.



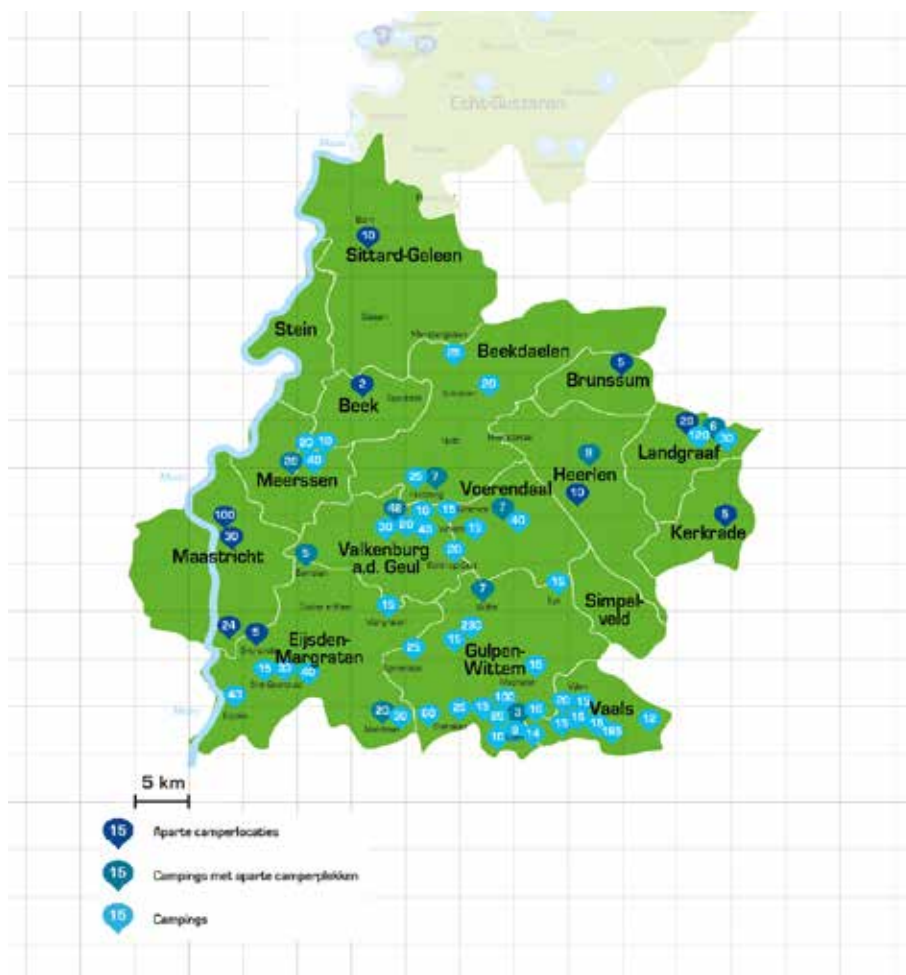
Figuur 14. Ontwikkeling aantal ouderen in Nederland.
Bron: www.cbs.nl

Niet alleen Duitsers tonen steeds meer interesse in vakanties op huisjesterreinen in Nederland. Het aantal buitenlandse gasten op deze terreinen steeg in 2019 met maar liefst 15%.

Meer campers

Deels als gevolg van de vergrijzende bevolking in Nederland zien we de afgelopen jaren een sterke stijging van het aantal campervakanties. Uit onderzoek van Bureau Leisure Brains (2021) blijkt dat het aantal campers en campervakanties in Nederland de afgelopen jaren fors is gestegen. Naar verwachting zet deze groei zich de komende jaren verder door. Op basis van een gemiddelde groeivoet van de camperverkoop en cijfers van het CVO, verwachten wij dat het aantal camperovernachtingen in Nederland, na een te verwachten piek in 2021, vanaf 2022 jaarlijks met ongeveer 5% blijft groeien.

Zuid-Limburg kent 10 locaties waar campers op 219 specifieke camperplaatsen terecht kunnen. Ongeveer 10 campings hebben in totaal 140 camperplaatsen ingericht en op de site van de NKC staan nog eens 43 campings die, op campercontact, 1.625 reguliere plekken als camperplaatsen aanbieden. In totaal kunnen campers in Zuid-Limburg op ruim 64 locaties op ruim 1.984 plaatsen terecht. In het overzicht hieronder staan deze locaties weergegeven:



In augustus 2020 werden, volgens de BOVAG, 238 nieuwe campers afgeleverd, wat een stijging van 75% betekent in vergelijking met augustus 2019. Het jaartotaal koerst intussen op een record af, met 2.051 registraties tot en met augustus 2020. Er werden in 2020 al meer campers geregistreerd dan in elk van de kalenderjaren tot en met 2018 en het jaartotaal van 2.074 stuks van vorig jaar ligt binnen handbereik. Dat was, tegen de verwachting in toen in maart en april de camperverkoop werd getorpedeerd door de coronamaatregelen, getuige de dalingen van respectievelijk bijna 50 en 30 procent ten opzichte van dezelfde maanden in 2019. In juni en juli werden vervolgens 85 tot 90 procent méér registraties geteld, terwijl ook in het eerste kwartaal van dit jaar al een stijging van bijna een kwart werd gerealiseerd. De camperbedrijven konden tevens 1.319 verkochte occasions noteren in augustus, een toename van bijna 27 procent ten opzichte van dezelfde maand een jaar geleden. Tot nu toe werden dit jaar 9.961 tweedehands campers afgeleverd en dat is 13 procent meer dan in 2019.

De BOVAG stelt vervolgens: Duidelijk is dat kamperen met een eigen caravan of kampeerauto (of vouwwagen) een volwaardig coronaproof vakantiealternatief is. Of de stijgende lijn van de afgelopen maanden ook in de rest van het jaar door zal zetten, is vrijwel geheel afhankelijk van de ontwikkelingen rondom het coronavirus, zowel in binnen- als buitenland. Lockdowns en negatieve reisadviezen kunnen roet in het eten gooien voor wat betreft vakantieplannen en uitstapjes, zoals dat ook het afgelopen voorjaar gebeurde.

Het totaal aantal kampeerauto's in Nederland nam sinds begin 2015 met bijna 49 procent toe, van ruim 93.000 stuks tot bijna 138.500 stuks. In Utrecht steeg het aantal campers tussen 1 januari 2015 en 1 september 2020 het hardst: met 55,5 procent tot meer dan 9.000 exemplaren. Ook Friesland (plus 54 procent tot ruim 9.000), Overijssel (plus 52 procent tot bijna 12.000) en Zuid Holland (plus 51 procent tot ruim 18.000) noteerden in absolute aantallen een toename van meer dan 50 procent qua kampeerauto's. Ondanks de grote stijging bezit in Zuid-Holland minder dan 1 op de 50 meerpersoonshuishoudens een camper, terwijl dat in Friesland en Drenthe bijna 1 op de 20 is.

Bron: BOVAG

De vraag is of dit aanbod voldoende is om ook de verwachte groei op te vangen of dat het aanbod moet worden vergroot (en zo ja met hoeveel). Uit het onderzoek van Bureau Leisure Brains (2021) blijkt dat campings over het algemeen nog voldoende capaciteit hebben om de verwachte toenemende groei in het aantal campervakanties naar Limburg op te vangen.

Er is alleen aanbodkrapte tijdens

- Pasen, Hemelvaart en Pinksteren;
- Weekenden gedurende de periode in hoogseizoen (begin mei tot en met eind augustus), deels afhankelijk van het weer;
- Specifieke evenementen.

Wij verwachten op reguliere bedrijven door het jaar heen over het algemeen geen tekorten. Anders is het voor aparte camperplaatsen. Hier ligt nog wel marktruimte, maar deze is echter niet onbeperkt. Ons advies is deze ontwikkeling ruimtelijk goed te sturen. Nieuwe locaties in het buitengebied, zonder onderscheidend vermogen, voegen weinig toe aan het bestaande aanbod.

Marktruimte zien wij vooral bij

- bestaande (goed lopende) camperlocaties;
- reguliere campings (voor- of achter de slagboom) of
- bijzondere plekken (zoals aan het water, bij een jachthaven, nabij een grote stad of bij een grootschalig natuurgebied).

Regionale spreiding is in Zuid-Limburg een must. Het is verstandig om het aanbod in het Heuvelland te stabiliseren en nieuwe camperlocaties buiten de drukke gebieden te laten landen. Hierbij denken wij vooral aan de regio's Parkstad en Westelijke Mijnstreek. Ook valt het aan te bevelen de combinatie te zoeken met het revitaliseren of transformeren van bestaande campings.

Kansen voor kamperen

Zoals eerder is beschreven, constateren we dat het aantal kampeerplaatsen in Zuid-Limburg de afgelopen jaren flink is gedaald. Het aantal verhuureenheden op kampeerterreinen in deze regio is daarentegen sterk gestegen. Tegelijkertijd zien we dat kamperen de afgelopen jaren weer duidelijk aan populariteit wint. Een stijgende vraag en een dalend aanbod leidt tot marktkansen, maar niet altijd en overal.

ZKA stelt in haar rapportage aan de gemeente Simpelveld in 2013 dat men vooral nog marktkansen ziet voor onderscheidende producten en geeft aan dat de marktperspectieven voor de kampeersector weinig ruimte bieden voor nieuw aanbod.

Anno 2022 is die situatie echter deels anders. We zien, ondanks een wisselend beeld per bedrijf, in Zuid-Limburg veel vitale kampeer- en bungalowbedrijven. Veel kampeerbedrijven hebben de afgelopen jaren weer een stijgende omzet laten zien. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de capaciteit in de sector is afgenomen doordat kampeerplaatsen zijn ingeruild voor verhuureenheden (op basis van uitpolding). Het feit dat deze ontwikkeling echter vooral is ingegeven door het rendement op projectontwikkeling en niet altijd is gestoeld op toeristische exploitatie voor de langere termijn, kan voor dit marktsegment op de lange termijn problemen opleveren.

Deze problemen zien wij niet op kampeerbedrijven die hun product tegen een redelijke prijs in een mooi landschap aanbieden. Hier liggen marktkansen, mits het product zoals ZKA stelt, inderdaad onderscheidend is. Het aanbieden van een goede kwaliteit is echter minstens zo belangrijk.

We trekken deze conclusie uit het feit, dat uit het project vitalisering vakantieparken Zuid-Limburg blijkt, dat ondernemers die hun product op orde hebben of onderscheidend zijn, vrijwel zonder uitzondering een vitaal bedrijf hebben. Niet-vitale bedrijven in Zuid-Limburg kenmerken zich vrijwel allemaal door een zeer gebrekkig, vaak verouderd product (bijvoorbeeld slecht sanitair) en / of matig ondernemerschap in combinatie met een slechte ligging (bijvoorbeeld met overlast van geluid).

Een deel van deze niet- of beperkt vitale bedrijven, bevindt zich in de categorie mini-campings of kampeerboerderijen. Dat het lukt een nieuw kampeerbedrijf in de markt te brengen, wordt bewezen door de ondernemers van camping Alleleyn. Een goed product op een goede locatie, gedreven ondernemerschap en de focus op de juiste doelgroepen tegen een goede prijs, levert ook voor startende bedrijven voldoende perspectief op een duurzaam vitaal kampeerbedrijf.

Minder kansen voor nieuwe bungalowbedrijven

Voor bungalowbedrijven zien wij, vanuit de toeristische sector redenerend (en niet vanuit de vastgoedmarkt), minder marktkansen dan voor campings. Dit komt niet alleen door het feit dat het aanbod zowel landelijk (+36%) als regionaal (+56%) flink is toegenomen, maar vooral ook door het feit dat kampeerbedrijven de afgelopen jaren fors ingezet hebben op het aanbieden van verhuuraccommodaties zoals chalets.

Zeker de wat grotere en luxere chalets, concurreren meer met recreatiewoningen dan met kampeerplaatsen. Een toename van het aantal recreatiewoningen in Zuid-Limburg zal ons inziens ook niet helpend zijn in de vitaliseringsopgave (kwaliteitsslag) dat een aantal verouderde parken in Zuid-Limburg nog voor zich heeft. Bungalowpark Simpelveld is één van deze parken. Meer recreatiewoningen of meer bungalowparken in Zuid-Limburg zal de vitaliteit van dit park niet bevorderen. Het is verstandiger na te gaan of en hoe Bungalowpark Simpelveld haar vitaliteit weet te verbeteren.

Bij bungalowpark Simpelveld nemen we echter een bijzondere trend waar: steeds meer eigenaren op dit park gebruiken hun object momenteel als tweede woning, dus voor eigen gebruik (en dus niet voor het rendement uit de verhuur). Woningen die nu verkocht worden, worden dan ook vaak uit de toeristische verhuur genomen. Zo lang eigenaren lid blijven van de Vereniging van Eigenaren, het park netjes wordt bijgehouden en er geen of weinig zakelijke langverhuur en permanente bewoning plaats vindt, is er weinig aan de hand. Ook een dergelijk bedrijf, zonder volledige toeristisch-recreatieve exploitatie, kan vitaal zijn (mits er goed wordt toegezien op permanente bewoning en zakelijke langverhuur).

De reeds geplande uitbreiding van bungalowpraktijk Simpelveld, met naar schatting 125 extra recreatiewoningen en –appartementen, zou gepaard dienen te gaan met een opwaardering van het bestaande park. Dit kan gedaan worden door

- een gezamenlijke profilering (één park en niet twee parken, ook al is de kans reëel dat er een tweede VvE wordt opgericht);
- gezamenlijke marketing en promotie;
- een gezamenlijk parkmanagement;
- hetzelfde parkreglement;
- de realisatie van aanvullende voorzieningen zoals een centrale receptie, horeca en winkel en een zwembad of wellnessvoorziening
- openstelling van deze faciliteiten voor eigenaren en huurders van het bestaande park

De naar schatting 125 extra recreatiewoningen bij bungalowpark Simpelveld, leiden tot een procentuele toename van ongeveer 7,5% (125 op het bestaande aantal van 1.621 – zie de bijlage).



7. Samenvatting en conclusie

Op het gebied van kamperen is er naar onze mening marktruimte voor nieuwe onderscheidende en vooral kwalitatief sterke initiatieven. We volgen hiermee het advies van ZKA uit 2013, maar zien betere vooruitzichten dan destijds. Voorwaarden zijn een mooie ligging, een kwalitatief goed en onderscheidend product dat is afgestemd op de juiste doelgroep en gedreven ondernemerschap. Landschappelijke inpassing is een vanzelfsprekendheid. Kansen liggen er in het stijgend aantal actieve senioren, de toenemende vraag vanuit het buitenland (vooral Duitsland en Vlaanderen) en het sterk stijgend aantal campervakanties.

Voor bungalowparken zien wij deze marktruimte minder. In deze sector hebben we, in tegenstelling tot in de kampeersector, een flinke groei in het aanbod van recreatiewoningen gezien. Daarnaast zien we een sterke ontwikkeling in het aanbod van bed & breakfast bedrijven en airbnb's. Dit aanbod concurreert rechtstreeks met recreatiewoningen op huisjesterreinen.

Het effect van de beoogde uitbreiding van bungalowpark Simpelveld op het totale aanbod in de regio is met 7,5% behoorlijk, maar niet marktverstorend (we zien namelijk ook een groei in de vraagontwikkeling). De beoogde uitbreiding van Bungalowpark Simpelveld dient echter idealiter een positief effect te hebben op het bestaande park.

Het invullen van marktruimte op het gebied van kamperen dient regionaal afgestemd te worden. Wij constateren namelijk wel dat er marktruimte is, maar dat wil niet zeggen dat deze marktruimte ook ingevuld dient te worden.

Dit heeft vooral te maken met het toenemend aantal toeristen in Zuid-Limburg. Er lijkt in Zuid-Limburg steeds minder draagvlak voor toerisme te zijn. In het bewonersonderzoek toerisme uit 2018 lezen we dat 6 op 10 inwoners uit Zuid-Limburg zegt toerisme in hun gemeente te steunen. 1 op 10 inwoners steunt toerisme expliciet niet, 3 op 10 blijft neutraal. Ruim 7 op 10 inwoners vindt wel dat hun gemeente een toeristische bestemming moet blijven en 2 op 3 zegt dat de gemeente de promotie moet blijven ondersteunen. Er is vooral overlast van fietstoerisme.

Het rapport stelt dat Zuid-Limburg trotse bewoners heeft die het toerisme steunen, maar de negatieve effecten van toerisme hebben inmiddels wel voor een aantal mensen een impact op de leefbaarheid, waardoor sommigen hun steun opgeven (Bron: Bewonersonderzoek Toerisme Zuid-Limburg 2018). Het gedrag van toeristen en vooral ook recreanten (zoals wandelaars, fietsers, motorrijders en mountainbikers), speelt hierbij natuurlijk ook een rol (niet alleen het aantal toeristen dat in de regio overnacht). Dit is een zorgpunt. Extra kampeerplaatsen zorgen immers voor meer toeristen.

Waar vroeger de drukte als een goed teken werd gezien, is de term overtoerisme een steeds meer terugkerend thema in gesprekken met burgers die de rust juist toejuichen. Men is op zoek naar een balans tussen wonen, werken, recreëren en het landschap. Bewoners kunnen toerisme in toenemende mate als last en aantasting van de leefbaarheid gaan ervaren door overtoerisme, tegelijk kan overtoerisme ook de beleving aantasten.

Een tweede aspect om rekening mee te houden, is het feit dat een toenemend aanbod aan kampeerplaatsen, op de langere termijn weer tot een lagere gemiddelde bezettingsgraad op kampeerterreinen in Zuid-Limburg kan leiden. De vraag of dit gaat gebeuren is afhankelijk van de toekomstige vraag- en aanbodontwikkeling. Hier hebben we geen uitgebreid onderzoek naar gedaan, maar de verwachting is dat de vraag naar toeristische overnachtingen (ook op kampeerterreinen) na de Covid-19 pandemie weer gaat groeien. Echter, deze groei is onderhevig aan moeilijk te voorspellen, externe factoren. Een groeivoet aan de aanbodkant, die lager ligt dan de groeivoet aan de vraagkant, is daarom wenselijk. Om hier 'aantallen aan te kunnen koppelen' zou nader onderzoek gedaan dienen te worden.

Een derde aspect is de regionale spreiding. Zowel vraag als aanbod concentreren zich sterk in de kern van het Heuvelland. Ongeveer 70 van alle kampeer- en bungalowbedrijven liggen in 4 (van de 16) Zuid-Limburgse gemeenten (te weten Gulpen-Wittem, Vaals, Valkenburg aan de Geul en Eijsden-Margraten). Nieuwe ontwikkelingen zouden eerder in de regio's Parkstad en de Westelijke Mijnstreek gerealiseerd dienen te worden, dan in de kern van het Heuvelland.

Als laatste adviseren wij de discussie rondom marktruimte, van nieuwe kampeer- en bungalowbedrijven in het Heuvelland, ook te zien in relatie tot de aanwezigheid van enkele bedrijven die geen of nauwelijks nog een toeristische meerwaarde voor de regio bieden. Door deze bedrijven te saneren of te transformeren naar een andere bestemming, ontstaat er marktruimte voor andere bedrijven om door te groeien zonder dat het totaal aantal kampeerplaatsen stijgt.

Samengevat kan een en ander als volgt worden weergegeven:

	Bungalowparken	Kampeerterreinen
Marktruimte	Zeer beperkt	Ja, maar niet overal en altijd
Voorwaarden	Bijdragend aan vitaliteit bestaande bedrijven	Onderscheidend concept Kwaliteit is voorwaarde Goed ondernemerschap Goede ligging Locatie bij voorkeur in de regio's Parkstad en de Westelijke Mijnstreek Pas op voor overtoerisme!

Figuur 15: Adviesering omtrent marktkansen en voorwaarden.





8. Bronnen

- Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd, NRIT, 2020
- Trendrapport Toerisme, Recreatie en Vrijetijd, NRIT, 2021
- Bewonersonderzoek Toerisme, 2018 (Toerisme Vlaanderen, in opdracht van de provincie Limburg)
- Bestemming 2030, Visie Vrijetijdseconomie, 2019 (Bureau Buiten iov de regio gemeenten)
- De impact van luchtvaartgeluid op verblijfsrecreatie en toerisme, 2020 (Breda University of Applied Sciences)
- Ontwikkelprogramma Vrijetijdseconomie Parkstad Limburg 2020- 2024
- Het Strategisch Actieplan en het Uitvoeringsprogramma Middengebied, Luc Soete, 2020
- Samenvatting Toekomstvisie Nederlandse Vakantiemarkt 2030
- Jaarcijfers CVO Provincie Limburg 2020
- Toeristische Trendrapportage 2015 – 2016 Provincie Limburg
- Vitaliteit verblijfsrecreatie Limburg (ZKA in opdracht van de provincie Limburg 2015)
- Omgevingsvisie Limburg 2021
- Bestemming Nederland, Perspectief 2030, NBTC 2019
- Meerjarenplan Land van Kalk 2020-2030
- Logiesaccommodaties; capaciteit, accommodaties, bedden, regio (cbs.nl)
- Kampeertrends 2021: opkomst van millennials, themacampings en zelfvoorzienend kamperen - Pretwerk
- StatLine - Logiesaccommodaties; capaciteit, accommodaties, bedden, regio (cbs.nl)
- De campingsector krimpt; Wordt dat een probleem? - Pretwerk
- Nederlandse vakantieparken en campings komen vrij goed door de crisis - Rabobank

9 Bijlagen

9.1 Overzicht kampeerbedrijven Zuid-Limburg per gemeente

Geschat aantal kampeerplaatsen (toeristische plaatsen, seizoensplaatsen en jaarplaatsen) en verhuureenheden Zuid-Limburg

	Aantal kampeerplaatsen	Aantal verhuureenheden		Aantal kampeerplaatsen	Aantal verhuureenheden		Aantal kampeerplaatsen	Aantal verhuureenheden
Gemeente Beekdal (8)			Alleleijn	79		Gemeente Vaals (8)		
Hoeve Kregelberg	85		Mini-camping De Vinkenhof	15		Camping de Gastmolen	94	
t Hemelke	400		Recreatieboerderij Tergracht	15		Cottesserhoeve	292	
De Brenkberg		60	Heuvelland 'Oaze'	25		Het Belleter Bakhuis of het Hoevehuis	15	
High Chaparral	58		De Puthof	25		Mullenders 'Gene Zijde'	20	
Mareveld	40	72	Kampeerboerderij Welkom	25		Camping de Rozenhof	97	
De Schinveldse Bossen	47	29	Hoeve Helberg	15		Vandenbooren	20	
Camping Hommerter Allee		40	Boerderijcamping Groenendaal	15		Voncken	15	
Camping de Botkoel	25		Hoeve Klein Kullen	15		Camping Lingberg	15	
			Hotel Kreutzer en Camping Heyenrade	200				
Gemeente Brunssum (1)			De Gele Anemoon (Nivon)	58		Gemeente Valkenburg (11)		
Brunnheim		203	De Gronselenput	57	4	Camping Oriental		
			Schaapskooi Mergelland	25		Camping Vinkenhof	154	
Gemeente Eijsden-Margraten (17)			Verloren Kost		25	Hubertus Hoeve	15	
Landgoed Moerslag	40		De Geulhof	15		Waalheimerfarm	15	
Camping de Bosrand	150	7	Gulikers 'de Chevre'	15		Camping de Cauberg	61	
Camping Grensheuvel	130		Trintelen	15		Residence Valkenburg		500
De Oosterdriessen	224		Aurora		12	Kroonen	15	
Hof van Libeek	15		t Zinkvioletje	130		Huttopia de Bron	230	120
De Kersengaard	15		Berghemmerhof	15		Zonnehoeve	10	
Bruisterbosch	15		t Bakhuis	10	5	Camping de Linde	180	
Beckers V.O.F.	15		Minicamping de Kregelberg	14		Stadscamping Den Driesch	125	
De Appelboerderij	15							
PaNOORama (appartementen)	10		Gemeente Heerlen (1)			Gemeente Voerendaal (5)		
NTKC camping de Heerkuil			Hitjesvijver	145	39	Colmont	165	
De Mescherhei	40					Ransdalerveld	15	
Camping Kloostermuur	25		Gemeente Landgraaf (3)			La Dolce Vita	15	
Camping Rozenhof	15		De Watertoren	165	10	Op g'n Beukelskoel	40	
Riva Rekreatie	33		De Limburgerhof	30		Op d'r Lubosch	20	
Resort Mooi Bemelen		145	't Geet Good	15				
Mini-camping Gasthoes Bemelen	20					Totaal:	5537	1273
			Gemeente Meerssen (4)					
Gemeente Gulpen-Wittem (26)			Camping D'n Uul	120				
Bovenste Bos	26		Camping Meerssen	30	2			
Camping Oosterberg	280		Camping aan Geul en Bos	100				
Camping Osebos	220		Camping 't Geuldal	233				
Camping Gulperberg	345							

9.2 Overzicht bungalowbedrijven Zuid-Limburg per gemeente

Bungalowbedrijf		Aantal recreatie- woningen
Landal Hoog Vaals	Vaals	355
Landal Reevallis	Vaals	69
Bungalowpark Schin op Geul	Valkenburg	145
Landal De Waufsberg	Eijsden-Margraten	62
Bungalowpark Euverem	Gulpen-Wittem	185
Buitenplaats de Mechelerhof	Gulpen-Wittem	80
Resort Maastricht	Maastricht	236
Bungalowpark Landsrade	Gulpen-Wittem	30
Bungalowpark Simpelveld	Simpelveld	164
Landal de Cauberg	Valkenburg	211
BP "het Busschelke"	Eijsden-Margraten	22
Domein Hellebeuk	Voerendaal	62
Totaal:		1621





THINKING AHEAD

IN LEISURE AND
HOSPITALITY

Frank Verkoijen
verkoijen@leisurebrains.nl
06-36069296

Boven de Wolfskuil 3
6049 LX ROERMOND
www.leisurebrains.nl

Leisure**brains**