

## **Bijlage 1. Overhedenbeleid**

Steeds meer wordt de vrijetijdssector door de (rijks)overheid gezien als een volwaardige economische sector. Een sector die bestedingen uitlokt in de lokale economie en werkgelegenheid oplevert. En ook wordt de sector gezien als nieuwe economische drager van het landelijk gebied. Er zijn dan ook diverse beleidsplannen die direct en indirect iets zeggen over het vrijetijdsbeleid.

### **Rijk**

De afgelopen tijd is het rijksbeleid voor de vrijetijdseconomie gedecentraliseerd. Op rijksniveau worden vooral de randvoorwaarden voor dit beleid geregeld. Denk daarbij aan de wet- en regelgeving voor de individuele recreatieondernemers, het natuurbeleid en de kaders vanuit de ruimtelijke ordening. Medio 2011 is een beleidsbrief verschenen op het gebied van de "gastvrijheidseconomie". Het te voeren beleid wordt daarin als volgt gekenschetst:

- Meer ruimte voor ondernemers;
- Een gerichte Holland Promotie met minder rijksfinanciering;
- Meer ruimte op decentraal niveau voor toeristisch-recreatieve gebiedsontwikkeling.

### **Provincie**

Provinciale Staten van Noord-Brabant hebben ingestemd met het Beleidskader en Uitvoeringsagenda vrijetijdseconomie 2013-2020 "Noord-Brabant, de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland". Uitgangspunt is een groei van vooral dagtoerisme met relatief lage bestedingen naar een langere verblijfsduur met hogere bestedingen.

De provincie wil haar doelen bereiken door:

- Groei van het aantal banen van 9% in 2011 naar 12% in 2020 van de werkgelegenheid in Brabant.
- Reële groei van de bestedingen van 10% in 2020.
- Bijdragen aan de realisatie van de doelen van de beleidsvelden: cultuur, erfgoed, natuur, landschap, leefbaarheid, zorg economie, sport en economische topsectoren zoals de creatieve industrie en agrofood.

Deze hoofdoelen worden vertaald in de volgende subdoelen, waarmee de provincie wil bereiken dat:

- Er meer bezoekers uit een groter herkomstgebied naar Brabant komen om te recreëren, waarbij naast de huidige gezinsmarkt ook wordt ingezet op verbreding naar nieuwe doelgroepen zoals senioren en eenoudergezinnen.
- Bezoekers per dag meer gaan besteden. Dit kan door nieuwe product markt combinaties te ontwikkelen, waarbij er meer ruimte ontstaat voor kunst en cultuur, (sport)evenementen, stedelijke leisure concepten en de shortbreakmarkt (markt van korte vakanties die gemiddeld 1 tot 3 dagen duren en met een gemiddeld hogere besteding per dag dan andere vrijetijdsvormen).

De provincie gaat het uitvoeringsprogramma nog in 2013 uitwerken.

### **Regio Eindhoven**

Het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE) heeft geen specifiek beleid meer voor vrijetijdseconomie of toerisme. De deelnemende samenwerkingsgemeenten zijn bezig het SRE te transformeren naar een nieuwe organisatie. Hiervoor is een Regionale Agenda opgesteld. Taken op het gebied

van onder andere recreatie en toerisme, worden op het subregionaal of lokaal niveau gelegd. De gemeenten bepalen zelf op welk schaalniveau en in welke samenwerking, ook met bedrijfsleven, dat gebeurt.

### **De Kempen**

Door een groot aantal partijen, waaronder diverse gemeenten zoals Eersel, is de **Agenda van de Kempen** opgesteld. De Brabantse Kempen richt zich daarbij op een mooie leefomgeving, een duurzaam bloeiende economie en een prettig maatschappelijk klimaat door uitvoering van de Agenda van de Kempen: “Samen bewust ondernemen in de Brabantse Kempen”. In het kader van die uitvoering is het Huis van de Brabantse Kempen opgericht en zijn een zestal thema’s benoemd, waaronder Kempen Karakteristiek (recreatie en toerisme) en Kempen in Business (economie, arbeidsmarkt en bereikbaarheid). Door het huis wordt geen beleid gemaakt, hooguit vindt afstemming plaats. De taken van het huis zijn hoofdzakelijk gericht op de uitvoering van thema’s die in de agenda zijn opgenomen. Een in dit verband belangrijk onderwerp is **Branding de Kempen**. Hierbij zijn drie ambities geformuleerd:

- De regio positioneren.
- Vertaalslag naar een duidelijk, herkenbaar en zelfstandig merk.
- De profit van de regio vergroten.

Feitelijke basis voor dit alles is de waardecreatie in de regio die bepalend is voor de eigenheid en het onderscheidend vermogen van de regio. Het gaat hierbij om drie dimensies:

- Naamsbekendheid.
- Imago.
- Loyaliteit en tevredenheid.

De uitvoering van Branding de Kempen geschiedt in een gezamenlijke aanpak door het Huis van de Brabantse Kempen, waarvan ook Eersel deel uit maakt.

### **Gemeente Eersel**

De gemeente kent een aantal separate beleidsdocumenten op het gebied van de vrijetijdseconomie (zie bijlage 1). Een specifieke visie op het gebied van de vrijetijdseconomie ontbreekt. Wel worden in de toekomstvisie in zijn algemeenheid integrale verbanden gelegd en bestuurlijke, richtinggevende uitspraken gedaan. De toekomstvisie vormt dan ook het primaire uitgangspunt voor dit masterplan.

In de Eerselse Toekomstvisie 2030 “Kempisch wonen in een wereldregio” van juni 2013 wordt gekozen voor de versterking van de vrijetijdseconomie in de regio. In de 21<sup>e</sup>-eeuwse samenleving is ontspanning een belangrijk onderdeel van het dagelijks leven. Dit betekent ten eerste dat ontspanningsmogelijkheden een pijler zijn voor het woongenot van inwoners en een keuzecriterium zijn voor woningzoekenden. Ten tweede is het aanbieden van ontspanning een belangrijke markt.

Een aantal richtinggevende uitspraken voor de toekomst van Eersel:

- De gemeente wil in 2030 aantrekkelijk zijn voor liefhebbers uit het stedelijk gebied van landelijke recreatie.
- De gemeente wil in 2030 meer recreatiemogelijkheden hebben in het buitengebied.
- De gemeente wil in 2030 in het buitengebied meer routes realiseren voor fietsers en wandelaars.
- De winkels dragen bij aan het recreatief karakter van het dorp.
- De gemeente wil aantrekkelijk zijn voor nieuwsoortig, kwalitatief hoge en diverse recreatievarianten die op specifieke voorkeur en beleving gericht zijn.

- De gemeente wil voor continuering van de toeristische verblijfsrecreatie mee denken over seizoensverlenging en het bereiken van nieuwe doelgroepen in een hoger segment.
- De gemeente wil (kortverblijvende) toeristen trekken uit een hoger segment en houdt haar ogen open voor de kansen die zakelijk toerisme biedt.

## Bijlage 2. Economische betekenis vrijetijdseconomie voor Eersel

Terwijl de vrijetijdseconomie mondiaal gezien een sterk groeiende sector is, blijkt dat het Brabantse vrijetijdsproduct achterblijft. Oorzaak is dat het vrijetijdsproduct sterk is ontwikkeld voor de thuis- en gezinsmarkt en de laatste jaren onvoldoende weet te profiteren van de mondiale groei. De sector is erg versnipperd.

De vrijetijdseconomie levert desondanks toch een wezenlijke bijdrage aan de werkgelegenheid (9%) en de bestedingen (€ 5,3 miljard) in onze provincie. Denk aan bedrijven die zich richten op de vrijetijdsbesteding, maar ook aan vervoerders, hotels of toeleveranciers van deze bedrijven. De sector heeft de potentie om sterk te groeien als de betrokken partners zelf er in slagen om versnippering tegen te gaan en samen te werken aan innovatie van het aanbod.

Het is de uitdaging om een klassieke infrastructuur van vrije tijd en toerisme te verbinden met de verblijfskwaliteit van het historisch buitengebied. De gemeente Eersel en de Brabantse Kempen vormen een aantrekkelijke groene verblijfsruimte voor zichzelf en Brainport, die uitnodigt tot meerdaags verblijf. Het nabij gelegen Eindhoven profileert zich als dynamisch, verjongend en internationaal toonaangevend vrijetijdsaanbod.

Zo dienen stad en land elkaar aan te vullen in een geregionaliseerd vrijetijdsaanbod dat zich enerzijds aan zijn stedelijke kant op een dynamische manier onderscheidt, terwijl het aan de landelijke kant uitnodigt tot rust, ontspannen en genieten van de goede dingen van het leven.

### 4.1 Nulmeting

In 2010 heeft ZKA Consultans & Partners, in opdracht van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, een nulmeting uitgevoerd naar de economische betekenis van de vrijetijdssector in Zuidoost-Brabant.

#### 4.1.1 Verblijfsrecreatie

Eersel kent een groot aantal campingovernachtingen (30% van het totaal in de regio vindt in Eersel plaats). Eersel kent daarentegen slechts een beperkt aantal hotelovernachtingen (1,7% binnen de regio). Het gewone kamperen is sterk seizoensgebonden. Het kampeerseizoen loopt namelijk van april tot en met oktober. Gezien de afhankelijkheid in Eersel van één sector binnen de verblijfsrecreatie (het kamperen), is risicospreiding zeer wenselijk. Hierbij kan gedacht worden aan het meer aanbieden van vakantiewoningen, appartementen, Bed&Breakfast's en hotels. Met deze logiesvoorzieningen kan worden bijgedragen aan een jaar-rond-exploitatie. De groei van Brainport en Eindhoven Airport impliceert, dat er in Eersel kansen liggen voor bevordering van het zakelijke toerisme, mits voldoende hotelcapaciteit.

#### 4.1.2 Dagrecreatie

In 2010 vonden ruim 52 miljoen dagrecreatieve bezoeken plaats in Zuidoost-Brabant.

- 71% (circa 37 miljoen) was afkomstig uit de eigen regio. Profilering van de gemeente Eersel en de Kempen zal dus met name gericht moeten worden op de inwoners van de eigen (SRE) regio.
  - 26% (circa 14 miljoen) kwam uit de rest van Nederland. Met name uit Zuid- en Noord-Holland en relatief veel gezinnen met kinderen ouder dan 13 jaar.
  - 2% (circa 1 miljoen) komt uit het buitenland. Voor Eersel zijn deze met name afkomstig uit België.
- De belangrijkste activiteiten voor dagrecreatief bezoek aan de regio Zuidoost-Brabant zijn:
- 32% buitenrecreatie (met name recreëren aan het water/zwemmen en wandelen in bos/park).

- 24% horeca / uitgaan (exclusief hotels).
- 14% recreatief winkelen.
- 10% evenementenbezoek

#### 4.1.3 Vervolg ZKA-meting

De door ZKA uitgevoerde nulmeting is uitgevoerd in opdracht van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven. Het onderdeel "toerisme" gaat met ingang van 1 januari 2014 uit het takenpakket van het samenwerkingsverband verdwijnen. Dat betekent, dat als gemeenten behoefte hebben aan nieuwe metingen, zij dat zelf moeten (laten) doen. Om de kosten te drukken en daarnaast een inzicht in de ontwikkelingen in de Brabantse Kempen te krijgen, ligt hier een belangrijke taak weggelegd voor het Huis van de Brabantse Kempen. Eersel zal daarop aandringen.

## 4.2 Werkgelegenheid

De vrijetijdseconomie (detailhandel, logies-, maaltijd- en drankverstreking en cultuur, sport en recreatie) genereert in 2012 ongeveer 21% (volledig en deeltijdbanen) van de totale Eerselse werkgelegenheid. In bijlage 6 zijn de werkgelegenheidscijfers over de branches detailhandel, logies-, maaltijd- en drankverstreking en cultuur, sport en recreatie weergegeven.

Het is geen gering aandeel dat de vrijetijdseconomie heeft binnen de totale werkgelegenheid en dat moet gekoesterd worden. Zeker vanwege het behalen van de doelstelling uit het Economisch Actieplan om de werkgelegenheid in relatie met de beroepsbevolking minimaal te behouden op 85%. De vrijetijdseconomie schept met name (parttime) banen voor mensen met onderwijs als HAVO, VWO en MBO, veelal voor mensen jonger dan 35 jaar. Opvallend is het aandeel van 42% van de deeltijdbanen in de vrijetijdseconomie. Een groot deel daarvan wordt evenwel ingevuld door de supermarkten.

## 4.3 Onderzoek vraagzijde

Begin 2013 hebben de ANWB en het Samenwerkingsverband Eindhoven door Bureau Buiten onderzoek laten doen naar de vraag in hoeverre het huidige recreatieve aanbod voldoet aan de vraag en welke verbeteringen mogelijk zijn. Daarbij is Zuidoost-Brabant in vier gebieden gedeeld: stedelijk gebied, de Kempen, de Peel en de Grootte Heide. Verwezen wordt naar bijlage 7.

De conclusies die voor de Kempen getrokken worden, zijn:

- De inwoners zijn over het algemeen (zeer) tevreden over het vrijetijdsaanbod en het buitengebied in hun regio en woonomgeving.
- De meest voorkomende vrijetijdsbestedingen zijn wandelen, fietsen, sporten en paardrijden.
- Gemiddeld voor alle vrijetijdsactiviteiten geeft 83% van de inwoners aan tevreden te zijn; slechts 5% is ontevreden.
- 90% van de inwoners geeft aan geen voorzieningen te missen.
- Aanbod voor jongeren wordt het vaakst gemist, evenals een voldoende aanbod aan laagdrempelige, overdekte speelmogelijkheden voor kleine kinderen en het aanbod voor minder validen.
- Kranten, huis-aan-huis bladen en de gemeentegids zijn de meest gebruikte informatievoorziening over het vrijetijdsaanbod, gevolgd door het internet.
- Deelname aan activiteiten ligt het hoogst in de Kempen.
- De Kempenaren maken veel gebruik van voorzieningen dicht bij huis.
- Jongere inwoners zijn minder tevreden over het aanbod aan wandel-, fiets-, sport-, en paardrijmogelijkheden, buitenattracties, cafés en horeca/pleisterplaatsen in het buitengebied.

- Hoger opgeleiden zijn vaker minder tevreden over het aanbod dan lager opgeleiden.
- Kenniswerkers binnen Brainport zijn over vrijwel al het aanbod minder tevreden dan niet-kenniswerkers, voornamelijk over het aanbod van cafés en musea. Kenniswerkers maken veel gebruik van horeca en pleisterplaatsen in het buitengebied.

De vraag is echter of de conclusies voor de Brabantse Kempen wel representatief zijn. Tijdens de sessiebijeenkomst waren immers maar 10 personen vanuit de Brabantse Kempen aanwezig.

#### **4.4 Onderzoek aanbodzijde**

Onder begeleiding van het NHTV te Breda is in opdracht van de gemeente Eersel door stagiaire Els Liebrechts in het voorjaar van 2013 het rapport “Samen sterk” uitgebracht (zie bijlage 11). Het betreft een onderzoek onder de aanbieders van vrijetijdseconomie in de gemeente, hierna te noemen “stakeholders”.

Uit het onderzoek wordt geconcludeerd, dat er volop mogelijkheden liggen voor de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de gemeente Eersel. De interne en externe analyses laten zien dat de uitbreiding van vormen van logies in het verblijfstoerisme zeer wenselijk is. Het huidige verblijfstoerisme in de gemeente is sterk afhankelijk van de campingsector en gezien de hoge mate van seizoensgebonden- en weersafhankelijkheid van deze sector is risicospreiding gewenst. Tevens ontstaan door die spreiding nieuwe markten zoals Brainport Eindhoven en het groeiend aantal vitale kapitaalkrachtige senioren.

Ook wordt geconcludeerd, dat een duidelijke profilering en positionering kansen biedt voor de gemeente Eersel om de vrijetijdseconomie te stimuleren.

Het onderzoek onder de stakeholders heeft uitgewezen dat het proces ten aanzien van de ontwikkeling van recreatie en toerisme zich nog sterk in een beginstadium bevindt. Onder de stakeholders is zeker sprake van draagvlak voor de ontwikkeling en de komst van beleid, echter is het aanwezige gedachtegoed over de versterking van de sector laag. Met name de gedachten over de realisatie van mogelijkheden ontbreekt. Er wordt geconcludeerd, dat er momenteel slechts sprake is van een minimale bijdrage van de stakeholders aan de ontwikkeling van recreatie en toerisme.

Om een succesvol, gedragen beleidsplan voor de vrijetijdseconomie te realiseren, wordt daarom aan de gemeente geadviseerd nader te investeren in het verhogen van de betrokkenheid van de stakeholders, om op deze manier voldoende gedachtegoed en participatie te creëren.

#### **4.5 Inbreng bij startnotitie**

Door de gemeente is, voorafgaand aan dit masterplan, een startnotitie opgesteld. De stakeholders is daarbij de mogelijkheid geboden te reageren op die startnotitie. De ingekomen reacties zijn samengebracht in de tabel in bijlage 8. De ingekomen reacties zijn positief met daarbij vaak onderwerpen die men graag in dit masterplan behandeld wil zien. Daaraan is voldaan.

#### **4.6 Bestedingen onder gebruikers**

Bestedingen van recreanten en toeristen hebben een aanzienlijke spinn off op de lokale economie (verwezen wordt naar bijlage 13).

In onderstaande tabel zijn, op basis van gegevens van ZKA Consultant & Planners, de bestedingen per categorie in de regio aangegeven. Het betreffen bestedingen per persoon per dag met uitzondering van de categorie “campings vaste standplaatsen”, waar de bestedingen betrekking hebben op de bestedingen op jaarbasis.

Categorie	Totale bestedingen (in €)	
<b>Verblijfstoerisme</b>		
B&B's en pensions	93,20	pp per overnachting
Hotels standaard	83,60	pp per overnachting
Hotels middenklasse en luxe	152,40	pp per overnachting
Bungalows	44,30	pp per overnachting
Vakantiewoningen/appartementen	33,75	pp per overnachting
Campings vaste standplaatsen	2.921,60	per plaats per jaar
Campings toeristische standplaatsen	18,70	pp per overnachting
Minicampings	19,50	pp per overnachting
Groepsaccommodaties	26,25	pp per overnachting
<b>Dagrecreatie</b>		
Attracties	21,65	pp per bezoek
Musea	8,95	pp per bezoek
Bezienswaardigheden	6,40	pp per bezoek
Evenementen	14,45	pp per bezoek
Buitenrecreatie	5,20	pp per bezoek
Paardrijden buiten	30,05	pp per bezoek
Recreatief winkelen	54,00	pp per bezoek
Horeca/uitgaan	25,35	pp per bezoek
Wellness	28,60	pp per bezoek
Cultuur	16,60	pp per bezoek
Waterrecreatie en –sport	11,50	pp per bezoek
Sportwedstrijden bezoeken	20,10	pp per bezoek
(Semi-)zakelijke bijeenkomsten	50,15	pp per bezoek

B&B's en hotels geven de grootste spinn-off.

#### 4.7 Toeristenbelasting

De gemeente Eersel hanteert voor de toeristenbelasting het systeem van de Kurtax, waarbij een percentage wordt geheven over de omzet. De toeristenbelasting levert elk jaar een aanzienlijke opbrengst op voor de gemeente Eersel.

In het volgende overzicht zijn het totaal aantal overnachtingen en het aanslagbedrag toeristenbelasting in beeld gebracht.

Jaar	Aantal overnachtingen	aanslagbedrag
2006	303.868	€ 226.433,--
2007	327.324	€ 249.001,--
2008	324.119	€ 255.661,--
2009	312.860	€ 263.572,--
2010	324.790	€ 270.128,--
2011	389.444	€ 285.949,--
2012	338.719	€ 295.623,--

In 2012 vond het overgrote deel van de overnachtingen plaats op Recreatiecentrum Ter Spegelt, te weten 253.666 overnachtingen, zijnde 75% van het totaal aantal overnachtingen. De opbrengsten uit de toeristenbelasting komen niet rechtstreeks ten goede aan de toeristenbranche, maar vloeien rechtstreeks in de algemene middelen van de gemeente. Dat neemt niet weg dat de gemeente geen uitgaven doet die gerelateerd zijn aan de vrijetijdseconomie. Te noemen zijn onder andere de aanleg en onderhoud van wandel- en fietspaden, subsidies voor promotie en productontwikkeling, vernieuwing van het winkelgebied van Eersel, onderhoud van bossen en natuurgebieden, toeristische bewegwijzering etc. Een veelgehoorde klacht vanuit het toeristisch bedrijfsleven is wel dat het tarief in Eersel vrij hoog is en dat branches die meeprofiteren van de aanwezigheid van (overnachtende) toeristen niet hoeven mee te betalen.



### Bijlage 3. Trends en ontwikkelingen

De algemene trends en ontwikkelingen vormen belangrijke informatie bij het vormgeven van de kaders voor / de richting van het Masterplan Vrijtijdseconomie. Hieronder worden kort de belangrijkste trends aangegeven. Wat betekenen deze trends en ontwikkelingen voor de vrijetijdseconomie van Eersel?

#### Demografie

Nederland vergrijsd in snel tempo. Het aandeel ouderen loopt fors op.

In de volgende tabel is de ontwikkeling van de Eerselse bevolking weergegeven.

Jaar	Totaal	% 0-14	% 15-29	% 30-54	% 55-64	% 64-74	% 75+
2012	18.210	15,9	16,4	34,4	14,2	10,4	8,6
2013	18.240	15,3	16,6	33,8	14,4	10,6	9,2
2014	18.265	14,9	16,6	33,2	14,6	11,0	9,6
2015	18.280	14,7	16,4	32,4	15,0	11,1	10,3
2016	18.285	14,4	16,4	31,7	15,3	11,5	10,6
2017	18.285	14,2	16,3	31,1	15,7	11,7	11,0
2018	18.285	14,0	16,1	30,4	16,1	11,9	11,5
2019	18.280	13,9	16,0	29,7	16,3	12,2	11,9
2020	18.275	13,9	15,9	29,1	16,6	12,4	12,1
2021	18.270	13,9	15,5	28,8	16,7	12,7	12,5
2022	18.260	13,9	15,2	28,5	16,7	12,8	12,9
2023	18.250	13,9	14,7	28,4	16,7	13,2	13,3
2024	18.240	14,1	14,3	28,2	16,4	13,4	13,7
2025	18.225	14,2	14,1	28,0	16,0	13,7	13,9
2026	18.205	14,3	14,0	27,9	15,5	14,1	14,3
2027	18.185	14,4	13,7	27,9	15,0	14,2	14,7
2028	18.160	14,5	13,6	27,9	14,3	14,6	15,1
2029	18.135	14,7	13,3	27,9	14,0	14,6	15,5
2030	18.100	14,9	13,0	28,0	13,4	14,9	15,7

Cijfers van de bevolkingsontwikkelingen in de gemeente Eersel naar leeftijdscategorie (Gemeente Eersel, 2012) tonen aan dat momenteel de grootste leeftijdsbevolkingsgroep zich in de categorie 30-54 jaar bevindt, gevolgd door de categorie 15-29 jaar. De gepresenteerde prognoses laten zien dat het inwonersaantal van de gemeente Eersel de komende jaren redelijk stabiel zal blijven en er slechts sprake is van een zeer geringe bevolkingskrimp.

De ontwikkelingen per leeftijdscategorie laten tevens zien dat de groep 15-29 jaar daalt tot 2030 met 3,6 procent. Ook voor de groep 30-54 jaar is er sprake van een daling van bijna zes procent. De groep 65-74 jaar en de groep 75+ stijgen daarentegen in dezelfde periode met achtereenvolgens 4,3 en 6,5 procent.

Voor de groepen 0-14 jaar en 55-65 jaar geldt dat deze geringe schommelingen vertonen, maar nagenoeg even groot blijven.

Naar verwachting blijft de groep 35-54 jarige de grootste leeftijdsbevolkingsgroep voor de gemeente Eersel, nauw gevolgd door de groep 65-plussers en kan daarom als doelgroep aangemerkt worden.

Actieve senioren gaan er op uit en willen dingen zien en ervaren. Meer dan 80% van de 50-plussers kiest voor een vakantie binnen Europa. Een deel van de oudere Nederlanders heeft ook tijdens zijn vrijetijdsbesteding extra zorg en begeleiding (bewegen, zien, horen) nodig.

### Individualisering

De bezoeker wil zelf baas zijn over het eigen pakket vrijetijdsvoorzieningen. Hij wil kunnen kiezen uit gevarieerde mogelijkheden. De consument is daarbij op zoek naar uitdagingen en ook tegenstellingen: het optimale spanningsniveau tegenover complete rust. Hij wil veel doen in weinig tijd. Traditionele doelgroepindelingen in leeftijd, regio of inkomen voldoen steeds minder en worden vervangen door “tribes” of groepen met eigen gebruiken, gewoonten en voorkeuren.

De consument wil kopen waar en wanneer hij wil. Van de nog steeds toenemende behoefte van de consument aan one-stop-shopping heeft vooral de supermarkt de afgelopen jaren weten te profiteren. De versspeciaalzaken hebben marktaandeel ingeleverd, ten gunste van de supermarkten. In de non-food detailhandel is sprake van een toename van (internationale) concurrentie door toetreding van buitenlandse winkelbedrijven.

### Wellness en gezondheid

Er is een groeiende belangstelling voor gezond en comfortabel leven, met als sleutelwoorden vitaliteit en levensstijl. Naast lichamelijke gezondheid, gaat het daarbij ook om geestelijke gezondheid, wat zich onder andere uit in onthaasting. In de toeristische sector ziet men een stijgende vraag naar wellness en naar vakantiegedrag waarbij zelfontplooiing centraal staat. Daarnaast is er toenemende aandacht voor maatschappelijk thema's als obesitas, alcoholgebruik en duurzaamheid.

### Beleving

Mensen willen vooral dingen beleven. In nieuwe concepten spelen interactie, participatie en activiteit een steeds belangrijkere rol. In de huidige maatschappij moet je iets meegemaakt hebben. Zo moet een gebouw een “verhaal vertellen” en zijn belevingsroutes populair. Consumenten zoeken vooral producten en diensten die bij hun stijl van leven passen, die voor hen een belevingswaarde hebben en iets toevoegen aan hun identiteit en (gewenste) imago. Het is de kunst om vanuit innovatie en revitalisatie hierop aan te sluiten. Er is in de non-food detailhandel een toenemende branchevervaging. De locatiekeuze wordt echter steeds belangrijker: waar wil de consument welk product kopen.

### Nieuwe functie buitengebied

Het buitengebied van de Brabantse Kempen wordt gezien als “de achtertuin” van Brainport. Het gebied waar de kenniswerkers binnen Brainport kunnen ontspannen en recreëren. Het buitengebied is daardoor een nieuwe economische drager binnen de regio.

### Economische recessie

Onder invloed van recessie is de tendens tot dichterbij, korter en last minute de laatste twee jaren positief van invloed geweest op de binnenlandse markt voor dag- en meerdaagse uitstapjes. De economische situatie heeft effect op binnenlands toerisme. Groei is vooral mogelijk door inzet van creativiteit en verdere optimalisering van de marktwerking.

Daarnaast wil de consument alles goedkoper: meer voor minder. Hierdoor stijgt het aantal lowbudget-aanbieders. Door schaalvergroting en sanering is de afgelopen jaren het aantal ondernemingen en vestigingen in de detailhandel afgenomen.

#### Ontsnapping en onthaasting

Door de toenemende drukte en stress waarmee mensen te maken krijgen, blijft de vraag naar recreatie in een rustgevende en natuurlijke omgeving in het landelijk gebied stijgen. Er is een groeiende belangstelling voor onthaasten en aandacht voor gezin en gezondheid.

#### Gastvrijheid en authenticiteit

Er is een hoge waardering voor oprechte gastvrijheid. De belangstelling voor authenticiteit en het streekeigene houdt aan en verdiept zich. Terug naar het pure leven. Als gevolg van globalisering worden mensen zich steeds meer bewust van de specifieke kenmerken van de eigen omgeving. Beleving en emotie staan hierbij centraal. De toenemende belangstelling voor agrotourisme is hier een voorbeeld van; het verblijven bij de boer maar ook het meebelevan van het boerenbedrijf en het boerenleven.

#### Duurzaamheid

Consumenten hebben een groter milieubewustzijn. Duurzaamheid komt meer in de mode. Zo stijgt de belangstelling voor (biologische) streekproducten en hergebruik. Op dit moment kun je je door duurzaamheid positief onderscheiden, maar in de toekomst zal duurzaamheid steeds meer een basiskwaliteit zijn. Er is een groeiende belangstelling voor gezondheid, duurzaamheid (productiewijze, dierenwelzijn) en milieu. De consument eist veilige, gecertificeerde producten.

#### Social media en internet

Internet en ICT-toepassingen zijn voor de consument vooral producten en diensten die bij hun stijl van leven passen en die voor hen een belevingswaarde hebben. Daarom neemt het gebruik van social media en internet toe bij het zoeken en boeken van vrijetijdsactiviteiten, zoals logies, eet- en uitgaansgelegenheden. Social media maakt de markt transparanter en biedt de consument gelegenheid op "het vastleggen" zo lang mogelijk uit te stellen. Immers, via internet is snel het aanbod te traceren en te vergelijken. Online reviews zijn al belangrijker dan de traditionele mond tot mond reclame. Er ontstaan steeds meer toepassingen voor mobiel internet. GPS wordt steeds meer toegepast om fiets- en wandelroutes te ontwikkelen en te combineren.

Een steeds groter wordend fenomeen is het online shoppen: het kopen via internet.

#### Kwaliteit

De consument wordt steeds kritischer en wil waar voor zijn geld. Kortom, hij eist kwaliteit, gastvrijheid en beleving. De recreant wordt, door eerder en/of elders opgedane ervaringen, steeds bewuster en veeleisender. Hoge eisen worden gesteld aan kwaliteit en variatie van voorzieningen. Het standaardaanbod alleen voldoet niet langer. Consumenten willen een bijzondere ervaring opdoen. Hierbij is het voor de gemeente cq. de Brabantse Kempen dus zeer belangrijk om zich te onderscheiden van andere gemeenten cq. streken.

#### Samenwerking

Samenwerking tussen de verschillende vormen van de vrijetijdseconomie is steeds meer noodzakelijk voor een gezonde bedrijfsvoering binnen deze bedrijfstak. Gedacht kan worden aan

samenwerking tussen dagrecreatie en verblijfsrecreatie, maar ook bijvoorbeeld samenwerkingsverbanden met culturele instellingen, winkels en horeca. Kortom, schaalvergroting en ketenvorming wordt steeds belangrijker. Ook kan hierbij gedacht worden aan de integratie van verblijf- en dagrecreatie.

In het volgende schema wordt aangegeven op welke sectoren de voormelde trends en ontwikkelingen in belangrijke mate betrekking hebben.

Trends en ontwikkelingen	Verblijfs-recreatie	Horeca	Winkels	Dagrecreatie	Kunst en Cultuur	Landschap
Demografie	xxx	xxx	x	xxx		
Individualisering	xx	xx		xx		
Gezondheid		xx	xx	xxx		
Beleving	xxxx	xxxx	xxx	xxxx	xxx	xxx
Onthaasting	xx	xx		xxx	xx	xxx
Authenticiteit		xxx		xxx	xxx	xxxx
Duurzaamheid	xx		xx	xx		
Social media	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxx
Kwaliteit	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
Samenwerking	xxx	xxxx	xxxx	xxx	xxx	

x enig belang xx redelijk belang xxx belangrijk xxxx zeer belangrijk

De thema's als beleving, onthaasting, social media, kwaliteit en samenwerking scoren hoog op vrijwel alle sectoren, met name de dagrecreatie, gevolgd door horeca, cultuur en landschap. Dat neemt niet weg dat andere thema's daarmee onbelangrijk zijn geworden. Alle trends zijn direct danwel indirect van belang op alle sectoren

## Bijlage 4. SWOT-analyse

Een SWOT-analyse brengt alle sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de vrijetijdseconomie van de gemeente Eersel in beeld. Aansluitend worden de belangrijkste elementen tegenover elkaar gezet in een confrontatiematrix, van waaruit de visie wordt opgezet.

**Sterktes:** de gemeente Eersel heeft ...

- Een centrale ligging nabij de A67, waardoor het beschikt over goede bereikbaarheid. Daarnaast is de gemeente gunstig gepositioneerd tussen Eindhoven en België, waardoor het kan profiteren van stedelijke voorzieningen.
- Een sterke campingsector met een hoog aantal toeristische kampeerovernachtingen.
- Een gedifferentieerd aanbod van verblijfsmogelijkheden (campings, bed&breakfasts, groepsaccommodaties, kamperen bij de boer etc). Voor een overzicht wordt verwezen naar bijlage 6.
- Een hoge mate van ruimtelijke kwaliteit door onder meer de natuurlijke omgeving, aanwezige cultuurhistorie en de verschillende identiteiten van de zes kernen.
- Diverse samenwerkingsverbanden op toeristisch-recreatief gebied.
- Een gevarieerd aanbod van evenementen, met diverse jaarlijks terugkerende evenementen met een goede reputatie.
- Een historische markt in de kern van Eersel met een karakteristieke uitstraling en grote bekendheid in de regio.
- Enkele sterke toeristisch-recreatieve spelers met een groot bovenregionaal bereik, zoals Ter Spiegel, Eurocamping en E3-strand.
- Veel natuur(gebieden) in het buitengebied van de kernen, met rust, stilte en ruimte.
- Gevarieerde cultuurhistorie.
- Goede routegebonden recreatie. In de gehele gemeente zijn routestructuren voor wandelen, fietsen, mountainbiken en paardrijden aanwezig.
- Veel kunst in de openbare ruimte.

**Zwaktes:** de gemeente Eersel mist ...

- Een jaarrond exploitatie om de afhankelijkheid van het weer te beperken.
- Een segment winkels om recreatief winkelen te bevorderen.
- Duidelijke profilering en positionering.
- Voldoende dagrecreatieve voorzieningen, hotelverblijven en wellness.

**Kansen:** de gemeente Eersel kan inspelen op ....

- Een duidelijke positionering en profilering op het gebied van de vrijetijdseconomie.
- De groei van Brainport Eindhoven en van vliegveld Eindhoven Airport, waardoor een toename van zakelijk toerisme ontstaat.
- De toename van gebruik van nieuwe media, zoals social media en mobiele websites en applicaties.
- Het groeiend aantal vitale kapitaalkrachtige senioren, welke een belangrijke doelgroep voor de vrijetijdseconomie vormen.
- De groeiende vraag naar beleving/betekenis, authenticiteit, streekproducten en streekbeleving.

- De bereidheid van de consument om te betalen voor kwalitatief hoogwaardige en luxe producten en diensten. Wel moet de prijs acceptabel blijven in relatie tot de kwaliteit.
- Het overtuigen van de ondernemer om zich te onderscheiden. Inspelen op trends door ondernemers vereist middelen en kennis.
- Samenwerking tussen recreatie, horeca, retail en kunst/cultuur.
- Een totaalconcept van het vrijetijdsaanbod. Dit bepaalt in sterke mate het succes van de individuele onderneming. Een uniek aanbod met een goede profilering levert ondernemingen in de vrijetijdsindustrie extra bezoekers en meer omzet op.

**Bedreigingen:** de gemeente Eersel moet alert zijn op ...

- De sterke profilering en positionering van de direct omliggende gemeenten op het gebied van de vrijetijdseconomie, waarbij gedacht wordt vanuit de eigen gemeente en niet vanuit de Kempen.
- Onderscheidend vermogen ten opzichte van vergelijkbare gemeenten, zowel binnen als buiten de Kempen.
- Het voortbestaan van diverse voorzieningen in de verschillende kernen. Door demografische ontwikkelingen (bevolkingskrimp en vergrijzing) kan dit in gevaar worden gebracht.
- De afname van traditioneel kamperen. Dat heeft gevolgen voor de campingsector. De gemeente is sterk afhankelijk van deze sector en haar sterke marktpartijen.
- De hoogte van de toeristenbelasting. Indien deze te hoog is, dreigt de gemeente zich in hun concurrentiepositie uit de markt te prijzen.
- De mogelijke gevolgen van de afname van de koopkracht en diverse noodzakelijke bezuinigingen op de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie.
- Het dalende consumentenvertrouwen daalt, waardoor de groeimogelijkheden van de detailhandel worden beperkt.
- De prijsconcurrentie in de detailhandel en de concurrentie van het onlineshoppen.
- Branchevervlechting door de opkomst van nieuwe horeca-aanbieders, zoals paracommercialisten, zoals scoutings en sportverenigingen die hun lokaliteit oneigenlijk (laten) gebruiken voor feesten en partijen.
- Het werven en vervolgens ook behouden van personeel (met name in de horeca).
- De dienstverlening.
- Bezuinigingen ten gevolge van de economische crisis.

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aanbod van horeca in Eersel</li> <li>• Aanbod in verblijfsrecreatie</li> <li>• centrale ligging</li> <li>• gevarieerde cultuurhistorie</li> <li>• bekendheid historische markt Eersel</li> <li>• evenementenaanbod</li> <li>• natuurgebieden</li> <li>• toeristische routestructuren</li> <li>• veel kunst in openbare ruimte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• seizoensafhankelijkheid</li> <li>• onduidelijke positionering/profilering</li> <li>• beperkte winkelvoorzieningen</li> <li>• beperkte dagrecreatieve voorzieningen</li> <li>• onvoldoende dagrecreatieve voorzieningen, hotelverblijven en wellness</li> <li>• aantrekkelijke pleisterplaatsen in het buitengebied</li> </ul>
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• groeiend aantal vitale kapitaalkrachtige senioren</li> <li>• toename gebruik nieuwe media</li> <li>• groeiende aandacht voor authenticiteit, streekbeleving en streekproducten</li> <li>• Brainport Eindhoven en Eindhoven Airport</li> <li>• Waar voor je geld</li> <li>• Onderscheidende ondernemer</li> <li>• Samenwerking</li> <li>• Uniek aanbod met goede profilering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niet Kempenbreed durven te denken.</li> <li>• voortbestaan voorzieningen vanwege bevolkingskrimp</li> <li>• sterke marktpartijen verblijfsrecreatie elders</li> <li>• wegblijven verblijfsrecreanten ten gevolge van hoge toeristenbelasting</li> <li>• crisis</li> <li>• dalend consumentenvertrouwen</li> <li>• prijsconcurrentie en onlineshoppen</li> <li>• branchevervlochten in de horeca</li> <li>• werving en behoud horecapersoneel</li> <li>• dienstverlening</li> <li>• internetshoppen</li> <li>• bezuinigingen</li> </ul>

De volgende vragen staan vervolgens centraal bij de beoordeling van verbanden.

Sterktes – kansen

Maakt de sterkte van de gemeente Eersel het mogelijk de kansen te benutten?

Sterktes – bedreigingen

Maakt de sterkte van de gemeente Eersel het mogelijk de bedreigingen tegen te gaan?

Zwaktes – kansen

Verhindert de zwakte van de gemeente Eersel het om de kans te benutten?

Zwakte – bedreigingen

Verhindert de zwakte van de gemeente Eersel het om bedreigingen tegen te gaan.

De punten waar sterktes, kansen, zwaktes en bedreigingen elkaar beïnvloeden, worden in de volgende confrontatiematrix gekleurd weergegeven. Tevens wordt daarbij de mate van relevantie van de verbanden aangegeven.

confrontatiematrix		kansen							bedreigingen					
		vitale senioren	nieuwe media	authenticiteit	Brainport	creativiteit	samenwerking	uniek aanbod	Concurrentie markt	Toeristenbelasting	Vertrouwen/crisis	Paracommercia	Internetshoppen	Bezuinigingen
sterktes	aanbod horeca Eersel	x	xx	x	xx	xxx	xxx		x	x	xxx	xxxx		xxx
	aanbod verblijfsrecreatie		xxx			xxx	xx		xxx	xxxx	xxx			xxx
	centrale ligging	x			xxx				xxx					
	historische markt	x	xxx	xxxx		x	xx	xxx	xx					
	evenementen aanbod		x		x	x	xxx				x			xxx
	natuurgebieden	xxx			xx			x						
	rijke cultuur-historie	xx	xxx	xxxx	xx		xx	xxx						
	route-structuren	xx	xxx		x									xxx
	veel kunst in openbare ruimte			xx		xxx		xxx						
zwaktes	pleisterplaatsen in buitengebied	x			xx			xxx	xxx		xx			xxx
	seizoensafhankelijkheid	xxx			xxx				xxxx		xxx			xxx
	positionering/profilering	xx	xxx	xx	xxx				xxxx					
	beperkte winkelvoorz.	xx	x		x	xxxx	xxxx	xx	xxx		xxxx		xxxx	xxx
	beperkte dagrecreatie	xx			xxx	xx	x		xxxx		xx			xxx
	aanbod hotels zakelijk/toer.	xxx			xxx				xxx	xx	xxx			xxx

x enig belang xx redelijk belang xxx belangrijk xxxx zeer belangrijk



Uitgaande van de zichtbare verbanden uit de confrontatiematrix is het mogelijk strategische opties in een aantal ontwikkelingsrichtingen te formuleren.

### **Groeistrategie**

- De gemeente Eersel moet haar centrale ligging nabij de A67, Eindhoven en België optimaal benutten. Het biedt perspectieven voor de groei van zowel de verblijfs- als dagrecreatie. Brainport Eindhoven is momenteel groeiende en trekt veel zakelijk toerisme op zowel nationaal als internationaal niveau. Wat ontbreekt is een jaarrond exploitatie in de vorm van hotelaccommodaties en overdekte evenemententerreinen.
- Inzet op aanwezige kunst en cultuurhistorie (grafheuvels, kerken, historische Eerselse markt, molens) om in te spelen op de groeiende aandacht voor authenticiteit, streekproducten en streekbeleving.
- Social media, promotie/profilering, samenwerking en creatief ondernemerschap bieden hiervoor kansen.
- Pleisterplaatsen op strategische plekken in het buitengebied kunnen de dagrecreatie versterken en het recreatieve gebruik van het buitengebied versterken.

### **Verbeterstrategie**

- Een uitbreiding van het aantal verblijfsmogelijkheden in de hotelbranche is noodzakelijk om als gemeente in te kunnen spelen op het groeiend aantal vitale, kapitaalkrachtige senioren en de zakelijke markt van Brainport, Kempisch Bedrijvenpark en lokale bedrijventerreinen met de Vencocampus in het bijzonder. Het gaat hierbij om hotels in de luxecategorie 4 en hoger. Beide markten zijn op zoek naar een bepaald niveau van luxe en comfort tijdens hun verblijf. Daarnaast draagt deze logies bij aan een jaarrond exploitatie, waardoor risicospreiding ontstaat en de gemeente minder afhankelijk is van de weersafhankelijke campeersector.
- Samenwerking binnen de vrijetijdsindustrie is een must. Samen kan men elkaar versterken en aantrekkelijke producten en diensten aanbieden. Hierdoor ontstaat een win-win-situatie.
- Er moet aandacht worden besteed aan de variatie van winkels in het centrum van Eersel. Ook de zorg voor voldoende winkelaanbod in de overige kernen, zal bijdragen aan de aantrekkelijkheid van die dorpen en de voorkoming van leegloop.

### **Probleemstrategie**

- Voorkomen moet worden dat de toeristenbelasting in Eersel te hoog wordt, waardoor Eersel zich uit de markt gaat prijzen. Bekeken moet worden in hoeverre andere mogelijkheden en andere wijzen van inning mogelijk en wenselijk zijn.
- De toeristenbelasting in Eersel is voor campings erg hoog. Om te voorkomen dat verblijfsrecreanten vanwege de prijsstelling weg blijven, zou deze belasting verminderd moeten worden en genivelleerd moeten worden met de toeristenbelasting voor hotels. Ook zou gekeken moeten worden naar een faire oplossing voor het meeprofiteren van het genereren van het groot aantal toeristen door de verblijfsrecreatiebedrijven.
- Omliggende gemeenten zijn zich sterk actief aan het profileren op het gebied van de vrijetijdseconomie. Zonder een gemeentelijke investering in een concrete profilering en positionering van de gemeente, neemt de gemeente onnodig een terughoudende rol in op het gebied van de vrijetijdseconomie in de regio. Daarbij kiezen toeristen mogelijk voor een andere gemeente tijdens hun verblijf in de regio. Afstemming en Kempensbreed denken kan niet alleen de gemeente maar het gehele gebied sterker maken.

- Doordat de gemeente sterk afhankelijk is van enkele sterke marktpartijen in het verblijfstoerisme, is inspelen op een spreiding van logies van belang. Op deze manier wordt de afhankelijkheid van deze spelers en eventuele beslissingen van hun management, verkleind.
- Voor het behoud van de lokale horeca en om alcoholgebruik te voorkomen, zullen regels gesteld moeten worden om paracommercialisme tegen te gaan.
- De winkels ondervinden steeds meer concurrentie van het zogenaamde internetshoppen. Alhoewel de gemeente geen partij mag en kan spelen in de concurrentie tussen bedrijven onderling, zouden de winkeliers zelf weerstand kunnen bieden door de beleving van het in de winkel kopen van producten te vergroten en zelf mee te doen aan internetverkopen. In Kempen- en regioverband zal bekeken worden waar vestigingsmogelijkheden voor internetwinkels mogelijk zijn.

Voor de twee eerste strategieën geldt dat creativiteit en inzet van ondernemers in alle branches, evenals een goede promotie, onontbeerlijk is. Daarnaast spelen de invloeden vanwege de economische crisis, waardoor investeringen uit blijven en de gemeente genoodzaakt is te bezuinigen.

## **Bijlage 5. Gemeentelijk beleid vrijetijdseconomie.**

### **Economisch actieplan (EAP) 2010-2014**

In dit EAP zijn door de raad (Kadernota Economie en Werkgelegenheid) de volgende hoofddoelstellingen opgenomen.

- Behoud van de werkgelegenheidsfunctie op het niveau van minimaal 85%.
- Het verhogen van de diversiteit en kwaliteit van het toeristisch-recreatieve aanbod.
- Het op peil houden van de werkgelegenheid in de landbouw en de daaraan gerelateerde en verbrede vormen van bedrijvigheid.

Tevens zijn daarbij kaders gesteld. De in het verband van de vrijetijdseconomie van belang zijnde kaders zijn:

- Het positieve imago van Eersel als toeristisch en recreatief trekpleister wordt versterkt.
- De (economische) samenwerking in de Kempen wordt opgezocht om de economische ontwikkeling en werkgelegenheid direct of indirect te stimuleren.

Ter uitvoering van dit plan zijn economische en toeristisch-recreatieve actiepunten opgenomen.

### **Nota Evenementenbeleid**

In Eersel worden jaarlijks gemiddeld 124 evenementen georganiseerd, waarvan de meeste jaarlijks terugkerend zijn. Dit aantal is gebaseerd op de evenementen van 2010 en 2011. Het gemeentebestuur staat positief tegenover het organiseren van evenementen. Evenementen kunnen echter ook risico's met zich meebrengen die zich voordoen op het gebied van openbare orde, veiligheid en overlast voor de omgeving.

De beleidsvisie voor evenementen van 1 mei 2012 is ingestoken vanuit vergunningverlening en handhaving

### **Verordening toeristenbelasting**

Toeristenbelasting wordt geheven over het verblijf met overnachting in een toeristisch object. De belasting wordt geheven over de omzet. Het tarief bedraagt 2,5% voor hotels en motels en 6,5% voor overige accommodaties.

### **Winkeltijdenverordening**

In deze verordening is geregeld wanneer winkels geopend mogen zijn. Voor de kern van Eersel is een aanvullend toeristisch regiem opgesteld, wat betekent dat de winkels in dat gebied ook op zondag geopend mogen zijn. De Winkeltijdenwet is onlangs aangepast, zodat de gemeenten voortaan zelf mogen bepalen of hun winkels op zondag geopend mogen zijn.

### **Verordening precariobelasting**

Middels deze verordening wordt belasting (precario) geheven voor het hebben van voorwerpen op of boven de openbare grond. Hierbij moet vooral gedacht worden aan terrassen en reclamevoorwerpen.

### **Horecabeleid**

In mei 2003 is het Integraal Horecabeleid gemeente Eersel vastgesteld. Dit integrale beleid beoogt een bijdrage te leveren aan een woon- en leefklimaat, waarin een evenwicht wordt bereikt tussen de belangen van de horeca-exploitanten, de bewoners, de gemeente en de politie. Het omvat het

integrale horecabeleid voor de gemeente Eersel, waarin zaken als terrassenbeleid, kansspelbeleid, veiligheid, parkeerbeleid en milieubeleid in onderlinge samenhang aandacht krijgen. Het voorkomt tegenstrijdige voorschriften en ad hoc beleid.

### **Structuurvisie Eersel 2011**

Op 29 maart 2012 is deze, niet rechtstreeks bindende visie vastgesteld. Daarin is de Structuurvisie-Plus van 17 december 2002 onverkort opgenomen. De uitgangspunten voor recreatie en toerisme (oranje koers) zijn als volgt geformuleerd;

- Kwaliteit van het aanbod heeft voorkeur boven uitbreiding.
- Grootschalige, intensieve ontwikkelingen worden ongewenst geacht.
- Grootschalige uitbreiding van verblijfsrecreatie in de vorm van campings en bungalowparken is ongewenst. Bestaande verblijfsrecreatieve voorzieningen kunnen in kwalitatief opzicht nog wel worden verbeterd.
- Het fiets- en wandelnetwerk verdient een kwalitatieve verbetering.
- Verbreding van de dagrecreatie in en rondom het E3-strand is mogelijk.
- Uitbreiding van golfbaan Gendersteyn is mogelijk. Eventuele mogelijkheden voor ontwikkeling van hotel- en conferentieaccommodaties, opleidingsinstituten en hoogwaardige sportfaciliteiten in een landgoedsfeer zijn te overwegen.
- Vestiging van familiehotels op de Markt in Eersel is mogelijk. Ook is het streven om horeca en overnachtingsmogelijkheden in de centrumgebieden van de kernen te concentreren.
- De Markt in Eersel moet autoluw worden en ruimtelijk worden gekoppeld aan Hint en Nieuwstraat.
- Ter Spiegelt kan nog in oostelijke richting uitbreiden. De Eurocamping in Vessem heeft geen uitbreidingsmogelijkheden.
- Voor kwaliteitsverbetering krijgen de kleine campings kleine uitbreidingsmogelijkheden.
- Indien sprake is van kwaliteitsverbetering kunnen de campings hotelaccommodatie toevoegen tot een maximale capaciteit van 30 tweepersoonskamers.
- Er zijn mogelijkheden voor kleinschalige ontwikkelingen bij de boer in verwevingsgebieden.
- Bestaande groepsaccommodaties kunnen uitbreiden indien noodzakelijk voor kwaliteitsverbetering of verbreding van het draagvlak.
- Een nieuw initiatief op recreatief gebied kan plaatsvinden op de Donksbergen.

Hoewel deze ruimtelijke visie formeel nog van kracht is, geldt als primair uitgangspunt de richtinggevende uitspraken in de recent vastgestelde toekomstvisie. De daarin opgenomen visie ten aanzien van de vrijetijdseconomie worden gezien als leidend; de ruimtelijke ordening als volgend.

### **Regionale beleidsvisie Dag- en Verblijfsrecreatie De Kempen (BRET-rapport; maart 2008)**

Deze in maart 2008 visie is opgesteld door Bureau BRET in opdracht van de Kempengemeenten Bergeijk, Bladel, Eersel en Reusel-De Mierden.

Het geeft de ruimtelijke kaders aan voor dag- en verblijfsrecreatie. Doel van de visie is:

- De ontwikkelingskaders te bieden voor de op te stellen bestemmingsplannen in elk van de afzonderlijke Kempengemeenten met betrekking tot recreatieve doeleinden.
- Een kader te bieden ter voorbereiding op het wegvallen van de Wet op de openluchtrecreatie.
- Uitgangspunten te bieden ter voorbereiding op de doorwerking naar bestemmingsplannen.

De beleidsdoelen voor de Kempen, zoals gesteld in deze visie, kunnen als volgt worden samengevat:

- Het behouden en zo mogelijk nog verbeteren van de hoge kwaliteit van het toerisme en recreatie.

- Het stimuleren en mogelijk maken van nieuwe vormen van dag- en verblijfsrecreatie, zowel bij bestaande als nieuwe aanbieders.
- Het verruimen van het toeristisch aanbod met en op het gebied van kunst en cultuur, sport en wellness.
- Een uitbreiding van de diversiteit van (met name het dagrecreatief) het toeristisch recreatief product.
- Het aanboren van nieuwe doelgroepen.
- Krachtenbundeling door het verbeteren van de samenwerking binnen de toeristisch recreatieve sector in de Kempen.

Kortom, de nota is een bouwsteen voor de bestemmingsplannen. Ten aanzien van objecten van dag- en verblijfsrecreatie is in de nota aangegeven onder welke voorwaarden en in welke gebieden die objecten toegestaan zijn. In de gemeente Eersel is deze Kempische visie vertaald in de diverse, daarop volgende bestemmingsplannen.

## Bijlage 6. Werkgelegenheid vrijetijdseconomie

Branche	Vestigingen	Voltijd > 12 uur	Deeltijd < 12 uur	Totaal werkgelegenheid
Totale werkgelegenheid in gemeente		7775	1490	9265
Detailhandel	304	885 (11%)	365 (25%)	1250 (13%)
Logies-, maaltijd- en drankversterking	69	295 (4%)	230 (15%)	525 (6%)
Cultuur, sport en recreatie	44	120 (2%)	35 (2%)	155 (2%)
Totaal vrijetijdseconomie	417	1300 (17%)	630 (42%)	1930 (21%)

## **Bijlage 7. Conclusies Vrijetijdsonderzoek Zuidoost-Brabant (ANWB en SRE)**

(bron: Vrijetijdsonderzoek Zuidoost-Brabant door Bureau Buiten, aangeboden op 8 maart 2013 aan SRE & ANWB)

### **4. CONCLUSIES**

#### **4.1 Waardering vrijetijdsaanbod buitengebied: zeer tevreden**

Inwoners van Zuidoost Brabant zijn over het algemeen (zeer) tevreden over het vrijetijdsaanbod en het buitengebied in hun regio en woonomgeving. Gemiddeld geven de Inwoners van Zuidoost Brabant het buitengebied een 7,8 als rapportcijfer.

De verschillen tussen de subregio's en tussen verschillende bewonersgroepen zijn klein. De inwoners van De Kempen geven het hoogste cijfer (7,9), inwoners van het Stedelijk Gebied het laagste (7,7). Van de gemeenten krijgen Waalre, Bergeijk en Heeze-Leende de hoogste waardering van hun inwoners (8,3), Eindhoven de laagste (7,4).

Inwoners onder de 25 jaar geven gemiddeld het de laagste cijfer (7,5), de hoogste beoordeling wordt gegeven door inwoners tussen de 46 en 55 jaar (7,9). Er zijn geen verschillen in rapportcijfer dat wordt toegekend door mannen en vrouwen en ook opleidingsniveau speelt geen rol. Als wordt ingezoomd op specifieke activiteiten en voorzieningen zijn die verschillen er overigens wel (zie verderop).

#### **4.2 Gebruik en waardering specifieke voorzieningen**

##### **Wat doen inwoners en waar doen ze dat**

De meest genoemde categorie van voorkomende vrijetijdsbestedingen is wandelen/fietsen/sporten/paardrijden. Aan watersport en waterrecreatie en wellness-centra besteedt een grote meerderheid (bijna) nooit tijd. Wandelen, fietsen, sporten en paardrijden worden vooral dichtbij huis ondernomen. Ook worden daar veel restaurants, cafés en evenementen bezocht. Niet verrassend is Eindhoven de populairste bestemming om te winkelen en naar de bioscoop, het theater of een muziekzaal te gaan. Een bezoek aan musea en galerieën, buitenattracties en (in mindere mate) watersportactiviteiten en bezoeken aan wellness-centra vinden relatief vaak plaats buiten Zuidoost-Brabant.

Wanneer wordt ingezoomd op de deelname aan activiteiten in het groene buitengebied, blijken vooral wandelen en recreatief fietsen populair te zijn: een meerderheid van inwoners doet dit ten minste één keer per maand. Andere activiteiten zijn seizoensafhankelijk (zonnen, zwemmen) of worden slechts door een minderheid regelmatig of vaak ondernomen. De meeste activiteiten worden dichtbij huis ondernomen. Van alle activiteiten in het groene buitengebied geeft gemiddeld 90% van de respondenten aan

die meestal in Zuidoost Brabant te ondernemen.

### **Waardering vrijetijdsaanbod**

Gemiddeld voor alle activiteiten geeft 83% van de inwoners aan tevreden te zijn, slechts 5% is ontevreden. Het meest tevreden zijn inwoners over het aanbod voor de categorie wandelen, fietsen, sporten en paardrijden, en de categorieën restaurants en bioscopen en filmhuizen. Een groter percentage inwoners is niet of matig tevreden over het aanbod van musea en watersport/waterrecreatiemogelijkheden in de open lucht, hoewel ook hier nog steeds een meerderheid tevreden is.

Inzoomend op voorzieningen in het groene buitengebied is gemiddeld genomen over alle antwoordcategorieën 78% van de inwoners tevreden.

Daarbij zijn voor het buitengebied wandelen, fietsen en paardrijden beschouwd als aparte categorie, zodat onderscheid gemaakt kan worden tussen deze activiteiten. Vooral mogelijkheden om te wandelen en recreatief te fietsen worden erg gewaardeerd. Ook fiets- en wandelknooppunten kunnen rekenen op veel tevredenheid. Van de relatief kleine groep respondenten die aangeeft een elektrische fiets te hebben, paard te rijden, te skaten of te varen/watersporten is een relatief groot deel ontevreden of matig tevreden over de voorzieningen. In de open antwoorden geven inwoners verder aan voorzieningen te missen voor naturalisten, wijzen ze op het ontbreken van bankjes en het slechte onderhoud van fietspaden en paardrijmogelijkheden. Ook worden suggesties gedaan voor verbetering van het wandel- en fietsknooppuntennetwerk: de bewegwijzering is niet altijd up-to-date en het is soms lastig oriënteren omdat op de kaarten niet altijd goed weergegeven wordt waar je je bevindt.

### **Waarom zijn mensen tevreden of ontevreden**

De inwoners die tevreden zijn over de voorzieningen is de vraag voorgelegd waarom ze tevreden zijn. De meest ingevulde antwoordcategorieën bij deze vraag zijn dat er voldoende mogelijkheden en voorzieningen zijn, en dat de kwaliteit van de voorzieningen goed is. Gezelligheid, een goede sfeer en een mooie, groene (wandel)omgeving worden ook vaak genoemd. Ontevreden inwoners geven aan dat het aanbod aan watersport en waterrecreatiemogelijkheden beperkt is en dat er weinig binnen- en buitenattracties en musea zijn. Verder geven de minder tevreden inwoners aan dat er weinig variatie is in het aanbod van musea, winkels, evenementen en buitenattracties. Het onderhoud en de beperkte breedte van fietspaden zijn aspecten die in de open antwoorden meerdere malen worden genoemd.

### **Beschikbaarheid**

90% van de inwoners geeft aan geen voorzieningen te missen. Inwoners die wel voorzieningen missen noemen het vaakst watergerelateerde voorzieningen. Daarnaast wordt ook het beperkte aanbod aan musea vaak genoemd. In de antwoorden op de open vraag geven meerdere inwoners aan het jammer te vinden dat er geen techniekmuseum is in de regio. Ook



in de panelbijeenkomsten is dit een aantal keren naar voren gebracht.

### **Ontbreken van voorzieningen voor specifieke doelgroepen**

Als respondenten specifiek wordt gevraagd voor welke doelgroepen het aanbod verbeterd zou moeten worden dan worden jongeren het vaakst genoemd. Ook in de panelbijeenkomsten werd het ontbreken van voorzieningen voor jongeren (ruwweg tussen de 12 en de 16 / 18 jaar) genoemd, met name in De Kempen en de Groote Heide. Daarnaast werd in de panelbijeenkomsten ook het beperkte aanbod aan laagdrempelige, overdekte speelmogelijkheden voor kleinere kinderen genoemd, en het beperkte recreatieaanbod voor mensen met een beperking (verharde of half verharde paden in natuurgebieden, korte rondjes, etc.).

### **Informatiebronnen**

Kranten, huis-aan-huis bladen en de gemeente gids zijn de meest gebruikte informatievoorziening over het vrijetijdsaanbod, gevolgd door het internet. Verreweg de meeste informatie via het internet wordt verkregen door het gebruik van zoekmachines.

### **Veiligheid**

Eén derde van de inwoners ervaart wel eens onveilige of gevaarlijke situaties. Vooral het drukke verkeer, te hard rijdende auto's en motoren en onveilige situaties bij oversteekplaatsen worden genoemd. Daarnaast leveren ook het gebrekkig onderhoud van fietspaden en andere weggebruikers op fietspaden onveilige situaties op. Sociale onveiligheid wordt door vrijwel niemand genoemd.

### **Favoriete bestemming**

Als wordt gevraagd naar de favoriete bestemming in het groene buitengebied (inclusief water), dan noemen de meeste mensen bos- of heidegebieden in de nabije woonomgeving .

## **4.3 Verschillen tussen doelgroepen**

### **Subregio's**

De verschillen in gebruik en waardering tussen de vier subregio's zijn over het algemeen klein en veelal ook voor de hand liggend. Zo brengen inwoners van het Stedelijk Gebied vaker een bezoek aan bijvoorbeeld restaurants, musea en binnenattracties dan inwoners uit de andere subregio's. Inwoners uit het Stedelijke Gebied zijn ook iets vaker ontevreden over vrijetijdsvoorzieningen. Het Stedelijk Gebied kent een iets lagere deelname aan wandel- en fietsactiviteiten. Deelname aan deze activiteiten ligt het hoogst in De Kempen, dat samen met De Peel ook het gebied vormt waar het meest wordt gemountainbiked. Inwoners van De Peel en de Groote Heide maken iets vaker gebruik van horecavoorzieningen in het buitengebied. In De Kempen en de Groote Heide maken inwoners iets

meer gebruik van voorzieningen dichtbij huis. In het Stedelijk Gebied gaat men vaker wandelen en fietsen buiten de eigen subregio. Inwoners van het Stedelijk Gebied maken minder gebruik van het VVV-kantoor/ANWBwinkel en meer van het internet. In De Kempen maakt men meer gebruik van bewegwijzering.

### **Geslacht**

Mannen nemen aan veel activiteiten vaker deel dan vrouwen. Dat geldt zowel voor de meer stedelijke activiteiten als voor de vrijetijdsactiviteiten in het buitengebied (o.a. restaurantbezoek, café en bioscoop bezoek, fietsen, hardlopen, vissen). Vrouwen gaan wel vaker winkelen en wandelen meer.

Over het algemeen zijn vrouwen over vrijwel alle activiteiten iets vaker tevreden dan mannen. Hoewel de verschillen klein zijn, geven iets meer vrouwen aan activiteiten meestal dichtbij huis te doen.

Er is vrijwel geen verschil in de mate waarin mannen en vrouwen onveilige of gevaarlijke situaties ervaren.

### **Leeftijd**

Jongere inwoners (<36 jaar) gaan vaker winkelen, naar een restaurant, café, bioscoop, evenement, binnen-en buitenattracties en wellness-centra en doen meer aan watersport en waterrecreatie. Inwoners van middelbare leeftijd en jonge inwoners gaan vaker hardlopen. Oudere inwoners (>55 jaar) gaan vaker naar het theater en museum en hebben een hoger aandeel in wandelen, fietsen, sporten en paardrijden. Jongere inwoners zijn sterker gericht op activiteiten in Eindhoven, oudere inwoners nemen vaker deel aan activiteiten dichtbij huis. Uitzondering daarop is wandelen en fietsen, wat ouderen juist weer vaker buiten de eigen subregio doen. Jongere inwoners zijn minder tevreden over het aanbod aan wandel-, fiets-, sport-, en paardrijdmogelijkheden, buitenattracties, cafés, horeca / pleisterplaatsen in het buitengebied, het wandelknooppuntennetwerk en de mogelijkheden om te zwemmen. Ook over het aanbod aan musea zijn zij minder te spreken, en een grotere groep onder jonge Inwoners geeft aan hier niet bekend mee te zijn. Jongere inwoners geven vaker aan voorzieningen te missen (13%) dan oudere (7%).

Internet en 'van horen zeggen' vormen veel belangrijkere bronnen van informatievoorziening over het vrijetijdsaanbod voor jongere Inwoners dan

voor oudere Inwoners. Oudere inwoners maken daarentegen meer gebruik van kranten, huis-aan-huis en gemeentebladen als informatiebron.

Inwoners van middelbare leeftijd (36-55 jaar) ervaren het vaakst onveilige en gevaarlijke situaties.

### **Opleidingsniveau**

Hoger opgeleiden nemen aan vrijwel alle activiteiten vaker deel dan lagere opgeleiden (met uitzondering van winkelen). Zij zijn daarbij meer georiënteerd op Eindhoven en gaan ook vaker naar elders in de regio en buiten

Zuidoost Brabant.

Over het algemeen zijn hoger opgeleiden iets minder tevreden over het aanbod aan activiteiten dan lager opgeleiden. Ook missen zij (15%) vaker voorzieningen dan lager opgeleiden (5%).

Hogere opgeleiden maken meer gebruik van verschillende bronnen van informatievoorziening over het vrijetijdsaanbod, en met name van het internet, folders, flyers, posters en bewegwijzering.

Het aantal lager opgeleiden dat aangeeft (bijna) nooit te wandelen of fietsen ligt duidelijk hoger dan bij hoger opgeleiden. Lager opgeleiden zijn echter wel meer tevreden over de wandelmogelijkheden. Daarnaast nemen hoger opgeleiden meer deel aan verschillende activiteiten in het buitengebied (o.a. wielrennen, hardlopen en gebruik van horeca voorzieningen).

### **ANWB - leden**

ANWB-leden zijn over het algemeen vaker van middelbare leeftijd en kennen gemiddeld een iets hoger opleidingsniveau. Wanneer ANWB-leden vergeleken worden met niet-ANWB-leden, zijn weinig verschillen waar te nemen. Wel geven ANWB-leden minder vaak aan dat ze (bijna) nooit gebruikmaken van voorzieningen. Dit betekent dat voor veel voorzieningen het percentage ANWB-leden dat ten minste één keer per jaar gebruik maakt van veel voorzieningen en activiteiten, iets hoger ligt dan voor niet-ANWB-leden. Verder maken ANWB-leden vaker gebruik van meerdere informatiebronnen, zoals de krant, VVV/ANWB-kantoor, brochures en het internet. Ook maken zij meer gebruik van de ANWB-website [www.landvananwb.nl](http://www.landvananwb.nl). Tevens valt op dat hoewel het percentage ANWB-leden het hoogst ligt in het Stedelijk Gebied, zij het minste gebruik maken van het VVV-ANWB kantoren als informatiebron.

### **4.4 Kenniswerkers**

Kenniswerkers nemen aan veel activiteiten vaker deel dan nietkenniswerkers.

Uitzonderingen daarop zijn wandelen, fietsen, sporten en paardrijden – activiteiten die juist weer minder door kenniswerkers worden ondernomen. Ook maken kenniswerkers meer gebruik van horeca en pleisterplaatsen in het buitengebied.

Kenniswerkers zijn over vrijwel al het aanbod minder tevreden dan nietkenniswerkers, voornamelijk over het aanbod aan cafés en musea. Daarnaast vormen zij de groep die het vaakst aangeeft voorzieningen te missen (24%), voornamelijk voor volwassenen (vanaf 25 jaar). Ter vergelijking, gemiddeld geeft 10% van de Inwoners van Zuidoost Brabant aan voorzieningen te missen. Ook opvallend is dat 77% van de kenniswerkers positief is over de wandelmogelijkheden in het buitengebied, terwijl dit gemiddeld voor Zuidoost Brabant op 91% ligt.

Kenniswerkers zijn meer georiënteerd op Eindhoven. Informatievoorziening over het vrijetijdsaanbod krijgen kenniswerkers vooral via het internet

en uit de eigen ervaring en kennis van anderen. Kranten, huis-aan-huis bladen en de gemeentegids worden minder gebruikt.

## Bijlage 8. Reacties op startnotitie Masterplan Vrijtijdseconomie

### Reacties op Startnotitie Masterplan Vrijtijdseconomie

Nr.	Datum ingekomen	Organisatie	Naam	Reactie
1	21.05.13	Dorpsraad Vessem	Marjo van Dam	Verzoek om toezending digitale versie.
2	21.05.13	Huis van de Brabantse Kempen	Karin Bakker (Kerngroep toerisme)	<ul style="list-style-type: none"><li>• De rol van het Huis van de Brabantse Kempen aanpassen van “projecten initiëren en uitvoeren” naar “projecten stimuleren en ondersteunen”.</li><li>• Het masterplan zal zo nodig aanzetten tot aanpassing van het bestaande beleid. Is dit dan ook de rol van de gemeente voor wat betreft de uitvoering of is er nog ruimte voor discussie over die rol van de gemeente of is de markt aan zet?</li><li>• Branding moet een belangrijk uitgangspunt zijn en in het masterplan onder de aandacht worden gebracht.</li></ul>
3	23.05.13	Museum De Achtzaligheden	Henk vd Klundert	<ul style="list-style-type: none"><li>• Het gehalte van “denktank, koptrekkers, SWOT en SMART” is nogal groot. Dit levert praktisch gezien niet zoveel meetbare resultaten op.</li><li>• Partijen moeten zich presenteren en mensen naar Eersel en de regio trekken.</li><li>• Wat we te bieden hebben weten we, maar hier blijft het hangen. We moeten ons nu buiten de Kempen gaan promoten op TV, radio of beurzen.</li><li>• Gezinnen met kleine kinderen en senioren zijn de doelgroepen.</li><li>• Geld dat nu gebruikt wordt om te praten, vertalen naar een bijdrage voor presentatie.</li><li>• Met andere woorden: gewoon aan de slag gaan.</li></ul>
4	24.05.13	Recreatiepark Ter Spegelt	John Keijzer	<ul style="list-style-type: none"><li>• Startnotitie wordt in grote lijnen ondersteund.</li></ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gasten in tenten en caravans krijgen veel geluid mee. Daaraan moet gedacht besteed worden bij evenementen, hondenpensions en vliegtuiglawaai.</li> <li>• Maakt zich zorgen over hoogte toeristenbelasting. Voorstander van om die belasting af te schaffen.</li> <li>• Alleen de toeristische ondernemers worden belast met toeristenbelasting terwijl ook andere ondernemers meeprofiteren.</li> <li>• De toeristenbelasting vloeit in de algemene middelen en wordt dus niet gelabeld voor toerisme.</li> </ul>
5	25.05.13	Stichting Paperclip	Pieter Lepelaars	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geen opmerkingen.</li> <li>• Wil betrokken blijven bij proces.</li> </ul>
6	01.06.13	Stichting Activiteiten Eersel	Pedro van den Eijnde	Vooralsnog geen opmerkingen.
7	02.06.13	Stichting Leefbaar Wintelre	Wim Wilting	Verzoek om reactie op Startnotitie tot 4 juni 2013 uit te stellen.
8	03.06.13	ZLTO, afd. Veldhoven-Eersel	Wil Maas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het ontbreekt aan voldoende locaties in het buitengebied waar een kopje koffie gedronken kan worden.</li> <li>• Het afwisselend buitengebied kan een mooie rol vervullen voor geschikte locaties om in de vrije tijd te kunnen ontspannen.</li> <li>• Ondernemers zullen dus de ruimte moeten krijgen om te kunnen ondernemen, zonder dat daarbij bestaande ondernemers worden belemmerd.</li> <li>• Daarbij een passende oplossing bieden om elkaar te versterken.</li> </ul>
9	09.06.13	Stichting Leefbaar Wintelre	Piet Coppelmans	<p>Willen graag aandacht voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• VVV-locatie voor Wintelre</li> <li>• Ondersteuning van mogelijkheid om in Wintelre te kunnen overnachten.</li> <li>• Meer aandacht voor de horeca in Wintelre.</li> <li>• De startnotitie wekt de indruk dat het alleen maar gaat om Eersel en dat de rest van de kerkdorpen vergeten wordt.</li> <li>• Er wordt een uitgebreide uiteenzetting gegeven van wat er in Wintelre op toeristisch gebied te beleven valt.</li> <li>• Uit de nabijheid van het vliegveld zou het voordeel behaald kunnen door in Wintelre initiatieven te laten ontwikkelen voor het parkeren van voertuigen.</li> </ul>

10	05.06.13	Ondernemersvereniging Content Eersel (opvolger van Winkeliersvereniging De Aktieve Ondernemer)	14 namen van ondernemers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het is een ambitieus plan en hopen op succesvolle uitwerking.</li> <li>• Willen een brede samenwerking tussen detailhandel, horeca en recreatie.</li> <li>• Er wordt input geleverd voor SWOT-analyse.</li> <li>• Willen middels reclameheffing breder draagvlak creëren.</li> <li>• Willen duidelijk communicatie. Hiervoor zullen alle partijen die gebaat zijn bij een gunstig ondernemersklimaat duidelijke afspraken met elkaar moeten maken.</li> <li>• Graag delen zij hun slogan met de gemeente: "Eersel, ongewoon gastvrij".</li> </ul>
11	11.06.13	Kunstzaal De Hoge Hees	Mevr. Van den Brink	Kunnen niet meedenken met nieuwe ontwikkelingen omdat zij en haar man het, gezien hun leeftijd, wat rustiger aan gaan doen.

## **Bijlage 9. Notitie Toeristische Denktank: “Toekomst recreatie en toerisme in de gemeente Eersel: Beleven en verweven”**

### **Toekomst Recreatie en Toerisme in de gemeente Eersel** “Beleven en verweven”

#### **Inleiding:**

De gemeenteraad van Eersel wil deze periode een toekomstvisie ontwikkelen. Recreatie en toerisme zal binnen die visie een belangrijk onderwerp zijn. Ondernemers in de recreatieve en toeristische sector hebben behoefte aan een eenduidig en sterk beleid op dit gebied. Met deze notitie willen zij een eerste bijdrage (bouwsteen) leveren aan de toekomstvisie van Eersel. Deze bijdrage moet gezien worden als een eerste stap; meerdere vervolgstappen zijn nog nodig. Belangrijk is dat die leiden tot een integraal en gedragen beleid. Belanghebbende partijen moeten daarom nadrukkelijk bij het vervolg betrokken worden.

In deze notitie wordt de stap van ambitie naar doelstellingen gezet. Tevens worden er voorstellen gedaan en voorwaarden genoemd voor de vervolgstappen. Tot slot wordt duidelijk hoe deze notitie tot stand gekomen is. Er is voor gekozen om de notitie kort en bondig te houden.

#### **Ambitie:**

Het versterken van recreatie en toerisme waardoor deze sector een sterke pijler onder het economisch beleid van de gemeente kan worden en waardoor tevens Eersel een aantrekkelijke gemeente kan zijn om in te wonen, te verblijven of om te bezoeken.

Deze ambitie is vertaald in een zestal doelstellingen. De volgorde waarin ze hieronder beschreven worden is willekeurig. Belangrijk is de onderlinge samenhang. De doelstellingen staan niet op zichzelf maar vormen één geheel.

#### **Doelstellingen:**

##### **1. Recreatief verblijf**

Verblijf is er nu vooral op campings. De kwaliteit die daar geboden wordt, gericht op specifieke doelgroepen, is een belangrijke aantrekkingskracht. Kwaliteitsbehoud moet daarom voortdurend aandacht krijgen. Daarbij is het belangrijk een aantal trends te onderkennen:

- het onderscheid tussen verblijfrecreatie en dagrecreatie zal steeds meer vervagen;
- de consument wil in korte tijd een ultieme beleving;
- doelgroepen veranderen van leeftijdsgroepen in belevingsgroepen.

Uitbreiding van recreatief verblijf is mogelijk en wenselijk. Naast natuurlijke groei van de bestaande vormen zal de nadruk daarbij moeten liggen op vormen van logies. De uitdaging is om meer spreiding over het jaar te krijgen, dus meer recreatief verblijf in winter, voor- en najaar. Logiesvoorzieningen kunnen daar aan bijdragen (jaar-rond-exploitatie). Mogelijkheden zijn er in de vorm van een bungalowpark, hotels en bed&breakfast (B&B). In de omgeving van Eersel zijn al een aantal grote bungalowparken. Zonder dergelijke parken uit te sluiten zou de prioriteit zou daarom gelegd moeten worden bij B&B en hotels (of hostel). Logiesvoorzieningen in de vorm van hotels bedienen zowel een zakelijke als een recreatieve markt. Ook die zakelijke markt is met ontwikkelingen binnen de gemeente en in de regio (ASML, Brainport) aanwezig.

Een belangrijke doelgroep voor recreatief verblijf in vorm van logies bestaat uit mensen die aangetrokken worden door natuur en cultuur. Andere doelgroepen zijn echter niet uit



beeld. Grote verblijfsvoorzieningen als campings hebben vaak al andere doelgroepen. Het aantal overnachtingen is nu ca. 380.000 per jaar. De doelstelling is om in 2020 op ca. 500.000 overnachtingen per jaar uit te komen. Deze groei wordt gerealiseerd door (natuurlijke) groei van bestaande voorzieningen en nieuwe initiatieven op het gebied van logies.

## 2. **Dorp en leefomgeving**

In dorpen en buurten die aantrekkelijk zijn voor de eigen inwoners, hebben de toeristen het ook naar hun zin. De behoeften van de eigen inwoners om in hun eigen omgeving te recreëren kan uitgangspunt zijn voor de inrichting van de dorpen en omgeving voor toeristen. Een bezoek aan de gemeente Eersel is een verleiding om er te willen wonen; een win-win-situatie. Naast dat er verbeteringen nodig zijn, worden de kwaliteiten van onze leefomgeving door de eigen inwoners vaak onvoldoende onderkend. Daarom kunnen de ogen van een buitenstaander ook zeer zinvolle informatie geven. Inwoners die de kwaliteiten van het dorp kennen, zijn de beste gastheren en gastvrouwen. Vanuit de dorpen moet op een aantrekkelijke manier het buitengebied ingewandeld kunnen worden. Snel naar en langs de mooiste plekjes. Beperk de aantrekkelijkheid van een dorp niet tot het centrum. Bewaar zaken die authentiek zijn en het verhaal van het dorp of de streek kunnen vertellen.

Concreet: versterken van de omgevingskwaliteiten; wandelpaden die verbinden (en aansluiten op bestaande netwerken); authentieke plekken en mooie, karakteristieke objecten koesteren en creëren; eigen inwoners en ondernemers bewust maken van de omgevingskwaliteiten.

## 3. **Horeca**

In Brabant en dus ook in Eersel hebben we een naam hoog te houden op het gebied van gastvrijheid en bourgondisch verblijf. De horeca is hierbij de vooruit geschoven post, het visitekaartje van het dorp. De gemeente is over het algemeen goed van horeca voorzien, zowel kwantitatief als kwalitatief. Een team van jonge ondernemers, met veelal gedegen opleidingen, staat in de startblokken. De huidige ondernemers willen ondernemen, veranderen. Innovatie in concept en uitstraling. Zaak is het huidige niveau qua kwantiteit te handhaven en daar waar mogelijk kwalitatief te verbeteren en te innoveren en diversiteit na te streven.

Daarbij moet ingespeeld worden op de vraag van de klant, zowel de inwonende als de bezoekende. De horeca moet zich ook gaan verbinden met andere aantrekkelijke zaken (evenementen, dagrecreatie, omgeving) voor de recreant en de toerist en daarbij authenticiteit na streven.

Concreet: versterken onderlinge samenwerking en samenwerking met anderen gericht op het binden van klanten en het verhogen van de kwaliteit. Centrummanagement kan die samenwerking gestalte geven en onderhouden. De belangrijkste inspanning zal echter van

de individuele horecaondernemer gevraagd worden.

#### 4. **Landschap**

Wij zijn er aan gewend, maar van bezoekers horen we de complimenten over ons landschap. Maar dat is geen reden om achterover te gaan leunen. Het spanningsveld tussen agrarische en recreatieve belangen dient onderkent en gezien te worden als een uitdaging om tot een mooi en leefbaar buitengebied te komen. Meer dan ooit zal ons landschap een omgeving moeten worden waar wat te beleven valt. Waar natuur en cultuur elkaar ontmoeten, waar variatie en biodiversiteit is, waar natuur beleefd en beschermd wordt, waar met plezier gewoond en gewerkt wordt en waar je je op allerlei manieren door kunt bewegen (te voet, per fiets, te paard). En er zijn plaatsen waar het verhaal van ons landschap verteld wordt, ook aan de eigen inwoners. Ook een landschap waar je de stilte kunt vinden en weg kunt dromen, naast plekken waar je kunt sporten en spelen en soms verrassende, eigentijdse maar passende ontwikkelingen kunt zien (ons buitengebied is geen historisch openluchtmuseum).

Concreet: o.a. karakteristieke landschapselementen aanbrengen, natuurparels maken/laten ontstaan; verhalen verzamelen en uitdragen, wandel- en struinroutes aanleggen. Om initiatieven te kunnen sturen, stimuleren en initiëren is een masterplan Landschapsontwikkeling nodig.

#### 5. **Winkels**

Winkels en marktkramen brengen levendigheid in de dorpen. Om te kunnen bestaan moeten er ook klanten uit de regio getrokken worden. Het moet meer worden dan alleen boodschappen doen. Recreatief winkelen is voor veel mensen een aantrekkelijke besteding van de vrijetijd. Het winkelaanbod in Eersel kan kwalitatief en kwantitatief verbeterd worden. Het “winkelen” moet aantrekkelijker worden, zowel binnen als buiten de winkel. Het zoeken en bezoeken van winkels moet gecombineerd worden met het beleven van het dorp. Een authentiek aanbod laat zich combineren met het universele. Gezamenlijke promotie moet een verbetering en groei in gang zetten. Winkels spelen net als de horeca in op wat er in het dorp of de streek te doen is.

Concreet: bevorderen onderlinge en externe samenwerking; plan van aanpak “winkelen” in gemeente Eersel; centrummanagement kan de samenwerking gestalte geven en onderhouden en de promotie van “winkelen in Eersel” inhoud geven; een toeristische status geeft de gemeente meer mogelijkheden voor openingstijden. Maar ook hier zal een belangrijke inspanning door de individuele winkelier geleverd moeten worden.

#### 6. **Evenementen en dagrecreatie**

De laatste jaren groeit het aantal en de verscheidenheid van evenementen in de gemeente Eersel. Een aantal evenementen zijn al sterke tradities geworden. Al deze evenementen,

georganiseerd door eigen inwoners moeten gekoesterd worden en waar nodig ondersteund. Een vorm van gezamenlijk promotie behoort tot de mogelijkheden. De vele muziekactiviteiten gecombineerd met de voorzieningen en verenigingen op dit gebied kunnen Eersel het profiel van “muziekgemeente” geven (branding).

Binnen de gemeente is ook een grote variatie aan dagrecreatieve voorzieningen. Een aanbod wat niet speciaal uitgebreid moet worden terwijl daar nog wel de ruimte voor is. Met name bij grote voorzieningen voor verblijfsrecreatie (campings) zal het aanbod van dagrecreatie groeien.

De verbinding tussen de dagrecreatie en evenementen enerzijds en voorzieningen als verblijf, horeca en winkels moet inhoud krijgen.

Concreet: Eersel gaat zich op basis van de bestaande activiteiten profileren als “muziekgemeente”; initiatieven op het gebied van dagrecreatie die een verrijking van het aanbod zijn, worden gefaciliteerd; de samenwerking tussen dagrecreatieve voorzieningen en andere voorzieningen (verblijf, horeca, winkels) wordt verbeterd.

### **Het vervolg**

Ambitie en doelstellingen zijn belangrijk maar onvoldoende om echt iets tot stand te brengen. Daarvoor zijn vervolgstappen nodig. Maar allereerst moet er bij het gemeentebestuur en bij de samenwerking draagvlak zijn voor deze doelstellingen. Het is belangrijk dat:

- gemeentebestuur
  - dorpsraden en leefbaarheidsgroepen
  - branche-organisatie (recreatie, vvv, horeca, winkels, zlto)
- zich uitspreken over en verbinden aan hier beschreven ambitie en doelstellingen.

Dat verbinden mag geen vrijblijvende zaak zijn. Het realiseren van deze doelstellingen zal investeringen vragen. Investeren in de zin van anders denken en handelen maar ook in de zin van geld. Maar de doelstellingen leveren ook geld op. Dat geldt voor elke particuliere ondernemer maar zeker ook van de gemeente. De groei van het aantal overnachtingen betekent voor de gemeente een substantieel hoger inkomen op toeristenbelasting. Dat biedt dus ruimte voor investeringen waarbij echter wel veelal de kosten voor de baat uitgaan.

De grootste investering zal echter het anders denken en doen zijn. Voor beleven en verweven zijn samenwerking en communicatie erg belangrijk. Niemand kan dit alleen; het moet samen. Geen beleving zonder verhaal. Verhalen die verteld en tot buiten de gemeentegrenzen gehoord moeten worden.

Als er voldoende draagvlak aanwezig is, kunnen de afzonderlijke doelstellingen worden uitgewerkt naar concrete acties. Per doelstelling kan een werkgroep aan de slag. Daarnaast moet er een heldere structuur komen in een organisatievorm die de samenhang bewaakt en de samenwerking bevordert. Leden van de denkgroep waaruit deze notitie is voortgekomen zijn bereid daarin het voortouw te nemen.

### **Voorwaarden voor het realiseren van de 6 doelstellingen zijn:**

- er is voldoende maatschappelijk draagvlak voor de ambitie en de doelstellingen;
- er ontstaat en blijft een goede samenwerking tussen ondernemers, organisaties en gemeente (ook onderling);
- de gemeente stelt zich op als een betrouwbare en coöperatieve partner;
- ondernemers stellen zich op als betrouwbare en coöperatieve partners;
- per doelstelling wordt een plan gemaakt voor het realiseren van die doelstelling; belanghebbenden worden daarbij betrokken;
- geen enkele doelstelling mag echter los van de andere beschouwd worden; de integrale kwaliteit moet bewaakt worden;

- de eigen inwoners zijn altijd belanghebbenden;
- het verhaal van Eersel moet gezamenlijk verteld worden (branding, promotie).

### **Totstandkoming**

Deze notitie is het resultaat van 4 gesprekken die in het voorjaar van 2011 door een denkgroep zijn gevoerd. Deze denkgroep bestond uit een aantal personen uit of betrokken bij de gemeente Eersel:

Dion van Bavel	Evenementenorganisator, o.a Eersel-Postel rally
Kees Goossens	Bestuurslid Kon. Horeca Nederland afd. Eersel en De Aktieve Ondernemer. Tevens bezig met de voorbereiding van Centrummanagement Eersel.
Dennis Hoffland	Gemeenteraadslid
Angelique Joosten	Marketing manager van Recreatiepark TerSpegelt en tevens o.a. bestuurslid VVV Eersel.
Ivo Kaanen	Herberg Brouwerij De Gouden Leeuw
Andre Kempen	VVV Eersel
Paul Kersten	Adviseur economie bij Gemeente Eersel (secretaris)
Harry Keijzer	Eigenaar Recreatiepark TerSpegelt
Pieter Lepelaars	Organisator muziekevenementen
Natasja Simon	Adviseur recreatie en toerisme bij Gemeente Eersel
Ad van de Ven	Gemeenteraadslid, architect werkzaam voor toeristische ondernemers en organisator muziekevenementen (voorzitter)
Franca Versmissen	Agrarisch bedrijf, verkoop biologische streekproducten en eigenaar van Galery Versmissen
Gerrit van de Weijst	Directeur Woningstichting de Zaligheden

## Bijlage 10. Overzicht aanbieders vrijetijdseconomie in Eersel

(peildatum september 2013)

<b>Verblijfstoerisme</b>		
<b>Hotels, pensions, B&amp;B</b>		
Hotel de Hint	Hint 10	Eersel
Hotel eetcafé De Bengel	Markt 13	Eersel
Congres & partycentrum Motel Steensel	Eindhovenseweg 43a	Steensel
B&B Huize van der Vegt	Helsbeemd 4	Eersel
B&B Het Dijkhuis	Dijk 33	Eersel
B&B Van de Ven	Maaskant 2	Vessem
B&B Van Otten	Haver 13	Eersel
B&B De Gouden Leeuw	Jan Smuldersstraat 24	Vessem
B&B Achter de Markt	De Velden 1	Eersel
B&B Mc Sweeneys	Ellenbroek 9	Vessem
Bed & Boterham Hoeve Boord Ven	Boksheide 30	Eersel
B&B d'n Dijk	Dijk 35a	Eersel
B&B (PCK) De Kempen	Molenveld 5	Eersel
<b>Bungalows</b>		
Bungalowpark Ter Spiegelt	Postelseweg 88	Eersel
<b>Vakantiewoningen en appartementen</b>		
Vakantiewoning Myron	Groenstraat 34	Wintelre
Carpe Diem	Postelseweg 185	Eersel
<b>Campings</b>		
Recreatiecentrum Ter Spiegelt	Postelseweg 88	Eersel
Eurocamping Vessem	Vondereind 8	Vessem
Minicamping De Torenavalk	Heikesestraat 5	Vessem
Minicamping De Leemskuilen	Buikheide 10a	Vessem
Minicamping Kerces	Meerven 10	Vessem
Chaletpark Rustika	Lantie 7	Vessem
SVR camping Driehuis	Eerselseweg 39	Knegsel
SVR camping Weidezicht	Schadewijk 21	Eersel
Chaletpark Dennenoord	Oirschotsedijk 9	Wintelre
Minicamping W'tjewel	Stokkelen 43	Eersel
Minicamping 't Caves	Veneind 5	Wintelre
Minicamping 't Dekske	't Dekske 1	Wintelre
Minicamping Boksheide	Zandhoefseweg 10	Eersel

Groepsaccommodaties		
Kampeerboerderij 't Caves	Veneind 5	Wintelre
Groepsaccommodatie W'tjewel	Stokkelen 43	Eersel
Kampeerboerderij Molenvelden	Molenveld 10-12	Eersel
Kampeerboerderij D'n Hazelaar	Postelseweg 173	Eersel
Kamphuis D'n Hop	Kreiel 3	Wintelre
Kampeerboerderij De Kreitse Hoeve	Kreiel 11	Wintelre
Groepsaccommodatie De Lansert	Lantie 9a	Vessem
Dagrecreatie		
Attracties		
Stenenstrand Ter Spegelt	Postelseweg 88	Eersel
De Tinteltuin	Hoogstraat 5	Eersel
't Rondeel	Oirschotsedijk 3b	Wintelre
Kijkboerderij Huijbers	Merenweg 1	Wintelre
Beeld & Tuin Duizel	St. Janstraat 65	Duizel
Musea		
Streekmuseum De Acht Zaligheden	Kapelweg 2	Eersel
Kijk-speelboerderij & varkensmuseum 't Rundal	Schadewijk 23	Eersel
Kijkboerderij Huijbers	Merenweg 1	Wintelre
Galerie Versmissen	Roten 3	Eersel
Galerie Dorethé Vrijdag	Wilhelminalaan 30	Vessem
Kunstzaal Hoge Hees	Hees 12	Eersel
Galerie Mooi Meegenomen	Servatiusstraat 12	Vessem
Galerie Van Aerts	Kuilenhurk 12	Vessem
Bezienswaardigheden		
Bergkorenmolen Jacobus	Wilhelminalaan	Vessem
Grafheuvels		divers
Historisch centrum Eersel	Markt en Hint	Eersel
Beschermde natuurmomument Groot- en Klein Meer	Merenweg	Wintelre
Jacobushoeve	Jan Smuldersstraat 4	Vessem
Evenementen		
Robfest	p.a. Schapendries 33	Eersel
Karnaval / Kempenfestival	Samenwerkende Carnavals- groepen Eersel p.a. Kerkevelden 63	Eersel
Krankjorum	Stichting Aktiviteiten Eersel p.a. Dreef 55	Eersel

Welons (Wentersel Live on Stage)	p.a. Nieuwe Erven 37	Turnhout
Music on Payday	p.a. Kievitsbocht 9	Eersel
Open Ary festival	p.a. Postakkers 70	Eersel
Dorpsfeesten Wintelre	p.a. Kloosterstraat 2	Wintelre
Paperclip	p.a. Nieuwstraat 56	Eersel
Dickensfestijn	p.a. De Nie 2	Wintelre
Eersel-Postel rally	p.a. Van den Boomstraat 39	Eersel
Toeristendagen	Markt	Eersel
Dominator	E3-strand Buivensedreef	Eersel
Reggae Sundance	E3-strand Buivensedreef	Eersel
<b>Buitenrecreatie</b>		
BurgGolf Gendersteyn	Locht 140	Knegsel
E3-strand	Buivensedreef	Eersel
Recreatiecentrum Ter Spegelt	Postelseweg 88	Eersel
Golfbaan 't Caves	Veneind 5	Wintelre
Kinderboerderij Donksbergen	Berken	Duizel
<b>Paardrijden buiten</b>		
Paardensportcentrum Eersel	Molenveld 5	Eersel
Manage Het Heideros	Oirschotsedijk 50	Wintelre
<b>Recreatief winkelen</b>		
Centrumgebied Eersel	Nieuwstraat, Hint, Markt en Dijk	Eersel
<b>Horeca / uitgaan</b>		
Dineecafé De Kempen	Het Groen 14	Knegsel
Café-zaal Bolle Jan	Eikenburg 1	Eersel
Restaurant Smaeckvol	Driehuizen 3	Vessem
Restaurtant Prikkelz	Hint 7b	Eersel
De Pannenkoekenbakker	Hint 23	Eersel
Eeterij En Of	Nieuwstraat 2	Eersel
Restaurant Promessa	Markt 3	Eersel
Diner café Veertien	Markt 14-16	Eersel
Restaurant NU	Markt 21	Eersel
Restaurant Eerst Eten	Duizelseweg 1a	Eersel
Brasserie eetcafé Family's	F. van Nuenenstraat 1	Steensel
D'n Hut	Oirschotsedijk 52	Wintelre
Herberg Brouwerij De Gouden Leeuw	Jan Smuldersstraat 24	Vessem
Restaurant D'Ouwe Tramhalte	Wolverstraat 28	Duizel
Lunch & More	Markt 26	Eersel
Theeschenkerij Tea at Hamtingh's	De Nie 2	Wintelre
Café Klein Antwerpen	Het Groen 32	Knegsel
Café D'n Babbel	Willibrordusstraat	Wintelre

Café Petit restaurant De Brouwketel	Jan Smuldersstraat 40	Vessem
Café Moeke van de Ven	Wilhelminalaan 1	Vessem
Café Sindsdien	Kerkstraat 42c	Eersel
Café 's Mam	Nieuwstraat 72	Eersel
Restaurant De Bengel	Markt 13	Eersel
Restaurant 't Menneke	Markt 6	Eersel
Cafe De Mert	Markt 12	Eersel
Feestboerderij De Donk	Donk 4	Duizel
Café Oud Brabant	Markt 10	Eersel
Grieks Wijnrestaurant Athene	Willibrorduslaan 59	Eersel
Mediterraans Eethuis Amon	Hint 1	Eersel
Restaurant Istanbul	Nieuwstraat 29	Eersel
Restaurant Ter Spegelt	Postelseweg 88	Eersel
Chinees Indisch restaurant Azië	Dijk 29	Eersel
Pizzeria Steakhous La Porta	Kerkstraat 42 <sup>e</sup>	Eersel
Chinees Indisch restaurant Lotus	Nieuwstraat 31	Eersel
<b>Wellness</b>		
<b>Cultuur</b>		
SCC De Muzenval	Dijk 7	Eersel
Streekmuseum De Acht Zaligheden	Kapelweg 2	Eersel
Kunst in Uitvoering	Markt	Eersel
Jacobushoeve	Jan Smuldersstraat 4	Vessem
<b>Waterrecreatie en -sport</b>		
E3-strand	Buivensedreef	Eersel
Recreatiecentrum Ter Spegelt	Postelseweg 88	Eersel
Zwembad De Albatros	Postakkers 8	Eersel



## Bijlage 11. Onderzoekresultaten recreatie-aanbieders (verricht door Els Liebrechts van het NHTV te Breda d.d. mei 2013)

### Samenvatting

Dit onderzoek is geschreven naar aanleiding van het op te stellen beleidsplan recreatie en toerisme in de gemeente Eersel, ter ondersteuning van de ontwikkeling van de sector. Concrete input is gewenst om een integraal en gedragen beleidsplan te kunnen formuleren. Kennis van kansen en knelpunten voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme is daarom van belang. Alsmede inzicht in de visie en mogelijke rol van toeristisch-recreatieve organisaties in de gemeente Eersel.

Door gebrek aan inzicht op de genoemde punten staat dit rapport in het teken van de volgende probleemstelling: *Op welke manier kunnen markt en stakeholders bijdragen aan de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de gemeente Eersel?*

De bijbehorende doelstelling luidt als volgt: *Inzicht verkrijgen in de mogelijkheden van de markt en de wensen en behoeften van stakeholders in de lokale toeristisch-recreatieve sector ten einde een passend advies te kunnen geven ten behoeve van de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de gemeente Eersel.*

Voor de beantwoording van de geformuleerde doelstelling zijn 5 deelvragen geformuleerd, waarmee de interne en externe analyse en de stakeholders zijn geanalyseerd.

- **Onderzoeksvraag 1:** Hoe ziet het huidige toeristisch-recreatief niveau er binnen de gemeente Eersel uit?
- **Onderzoeksvraag 2:** Hoe is de toeristisch-recreatieve situatie in vergelijkbare, aangrenzende Kempen-gemeenten?
- **Onderzoeksvraag 3:** Wat zijn relevante trends en ontwikkelingen voor de toeristisch-recreatieve sector?
- **Onderzoeksvraag 4:** Hoe staan de stakeholders ten opzichte van de toekomst recreatie en toerisme in de gemeente Eersel?
- **Onderzoeksvraag 5:** Wat zijn geschikte strategische opties met betrekking tot de toeristisch-recreatieve ontwikkeling in de gemeente Eersel?

Om de geformuleerde onderzoeksvragen te beantwoorden is gebruik gemaakt van deskresearch in combinatie met kwalitatief onderzoek. De voornaamste reden hiervoor is dat kwalitatief onderzoek het mogelijk maakt dieper in te gaan op de gegeven antwoorden van respondenten, waardoor een breder beeld kan worden gevormd.

Geconcludeerd kan worden uit het onderzoek dat er volop mogelijkheden liggen voor de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de gemeente Eersel. De interne en externe analyse laten zien dat de uitbreiding van vormen van logies in het verblijfstoerisme zeer wenselijk is. Het huidige verblijfstoerisme in de gemeente is sterk afhankelijk van de campingsector en gezien de hoge mate van seizoensgebonden- en weersafhankelijkheid van deze sector is risicospreiding gewenst. Tevens ontstaan er hierdoor mogelijkheden voor nieuwe markten zoals Brainport Eindhoven en het groeiend aantal vitale kapitaalkrachtige senioren.

Ook kan geconcludeerd worden dat een duidelijke profilering en positionering kansen biedt voor de gemeente Eersel om recreatie en toerisme te versterken.

Het onderzoek naar de stakeholders heeft uitgewezen dat het proces ten aanzien van de ontwikkeling van recreatie en toerisme zich nog sterk in een beginstadium bevindt. Onder de stakeholders is zeker sprake van draagvlak voor de ontwikkeling en de komst van beleid, echter is het aanwezige gedachtegoed over de versterking van de sector laag. Met name de gedachten over de realisatie van mogelijkheden ontbreekt. Er kan daarom geconcludeerd worden dat er momenteel slechts sprake is van een minimale bijdrage van de stakeholders aan de ontwikkeling van recreatie en toerisme.

Om een succesvol, gedragen beleidsplan recreatie en toerisme te realiseren wordt daarom aan de gemeente Eersel geadviseerd nader te investeren in het verhogen van de betrokkenheid van de stakeholders, om op deze manier voldoende gedachtegoed en participatie te creëren.

## Hoofdstuk 10 Conclusie

Om te komen tot een integraal en gedragen beleid recreatie en toerisme is input vanuit de sector van belang. Het beleid dient ter ondersteuning van de ontwikkeling van recreatie en toerisme. De centrale vraagstelling van dit onderzoek is gericht op het achterhalen van de visie en mogelijke rol van toeristisch-recreatieve organisaties in de gemeente Eersel. Tevens is er gekeken naar mogelijke kansen en knelpunten ten aanzien van de ontwikkeling van de sector.

Uit het onderzoek kan geconcludeerd worden dat er volop mogelijkheden liggen voor de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de gemeente Eersel. De interne en externe analyse laten zien dat er voldoende kansen aanwezig zijn om de toeristisch-recreatieve sector te laten groeien, wat perspectieven biedt voor de werkgelegenheid, economie, aantrekkelijkheid van de gemeente en het leefklimaat van de inwoners.

Het onderzoek laat zien dat de focus voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme met name op de volgende kansen moet komen te liggen:

- Spreiding van het verblijfstoerisme.

In de gemeente Eersel is een ruime keuze aan verblijfsmogelijkheden aanwezig, waaronder diverse groepsaccommodaties, bed and breakfasts en drie kleine hotels. Deze kleinschalige voorzieningen maken echter een jaarrond exploitatie niet mogelijk. Het huidige verblijfstoerisme is momenteel sterk afhankelijk van de campingsector en deze sector is zeer seizoensgebonden en weersafhankelijk. Tevens blijkt het verblijfstoerisme afhankelijk te zijn van enkele sterke marktpartijen. Risicospreiding in de vorm van vakantiewoningen, appartementen en hotels is daarom zeer wenselijk. Hierdoor ontstaan tevens perspectieven voor nieuwe doelgroepen en markten zoals het groeiend aantal vitale kapitaalkrachtige senioren en de groei van Brainport Eindhoven. In combinatie met haar centrale ligging zou de gemeente dan in kunnen spelen op het zakelijk toerisme.

- Duidelijke profilering/positionering

Vooralsnog ontbreekt een sterke profilering en positionering van de gemeente Eersel. Enkele aangrenzende, Kempengemeenten hebben zich daarentegen wel sterk geprofileerd, wat van invloed is op de concurrentiepositie van de gemeente Eersel. Vanwege het hoge aantal dagrecreatieve bezoeken aan de gemeente afkomstig uit de regio is het van belang de profilering in zekere mate ook op deze doelgroep te richten.

Uit de trends en ontwikkelingen is gebleken dat er sprake is van een groeiende aandacht voor authenticiteit, streekbeleving en streekproducten. Dit biedt zeker mogelijkheden voor de gemeente Eersel doordat deze aspecten rijkelijk aanwezig zijn. Kenmerkend is de historische markt in het kerndorp Eersel, maar ook de natuurlijke omgeving speelt hierin een belangrijke rol.

Het onderzoek naar de stakeholders, welke zijn gedefinieerd als organisaties met een toeristisch-recreatieve functie in de gemeente, heeft plaatsgevonden op drie niveaus. Er is gericht gekeken naar de macht en belangen, het netwerk en het niveau van draagvlak. Uit deze analyses kan geconcludeerd worden dat het belang van de ontwikkeling van recreatie en toerisme door alle stakeholders wordt onderkend en er zeker sprake is van draagvlak. Daarentegen is slechts in geringe mate sprake van een duidelijke visie en gedachtegoed over de versterking van de sector. Met name ontbreken gedachten over de realisatie van mogelijkheden en de positie van stakeholders daarin. In het bijzonder geldt dit voor midden- en kleinbedrijf en de diverse stichtingen. Er kan worden geconcludeerd dat er momenteel slechts sprake is van een minimale bijdrage van de stakeholders aan de ontwikkeling van recreatie en toerisme.

Enkele sterke overeenkomstige belangen ten aanzien van de toekomst recreatie en toerisme zijn uit het onderzoek naar voren gekomen. Gezien de mate van overeenkomst vormen deze belangrijke inhoudelijke richtingen voor het beleidsplan.

- De gemeente Eersel is een geheel van zes kerndorpen, het meer betrekken van de kernen Duizel, Knegsel, Steensel, Vessem en Wintelre is gewenst.
- De gemeente Eersel heeft een mooi toeristisch-recreatief aanbod, maar op promotioneel vlak liggen er nog verbeterpunten. Het vergroten van de bekendheid is van belang.
- De rijke natuur wordt aangeduid als belangrijk element voor de gemeente. Een investering in de infrastructuur, met name wandel- en fietspaden is gewenst.
- Er zijn kansen voor de verbetering van de samenwerking tussen gemeente en ondernemers, met name op het gebied van werkwijze en tijdsduur van processen.

Het onderzoek naar de stakeholders heeft uitgewezen dat het proces ten aanzien van de ontwikkeling van recreatie en toerisme zich nog sterk in een beginstadium bevindt. Om een succesvol, gedragen beleidsplan recreatie en toerisme te realiseren en de ontwikkeling te stimuleren zullen er nog diverse vervolgstappen moeten worden ondernomen. De gemeente Eersel kan in de ontwikkeling van recreatie en toerisme in grote mate een faciliterende en stimulerende rol vervullen, het is evenwel van belang te onderstrepen dat een belangrijke taak voor het bereiken van een succesvolle ontwikkeling voor de sector zelf is weggelegd door middel van het ondernemen van actie.

Kortom er zijn voldoende kansen aanwezig om de toeristisch-recreatieve branche in de gemeente Eersel verder te ontwikkelen. In dit verband is het van belang eerst de betrokkenheid van de stakeholders te verhogen alsmede het gedachtegoed over mogelijke oplossingen en samenwerking, om op deze manier in voldoende mate participatie in het proces te creëren. **10.1 Advies**

Om een succesvol, gedragen beleidsplan recreatie en toerisme te realiseren wordt aan de gemeente Eersel geadviseerd nader te investeren in het verhogen van de betrokkenheid van de stakeholders. Voldoende draagvlak en bijdrage is immers cruciaal om de betekenis en kwaliteit van het beleidsplan te kunnen waarborgen.

Uit de conclusie van het onderzoek is gebleken dat goede communicatie ten aanzien van de stakeholders een vooropgesteld vereiste is. Ook de versterking van de samenwerking tussen de gemeente en alle organisaties in het toeristisch-recreatief werkveld is noodzakelijk om het draagvlak en met name het gedachtegoed en de belangen bij de stakeholders te verhogen. Het versterken van de samenwerking heeft een verhoging van participatie aan de ontwikkeling van recreatie en toerisme tot gevolg, waardoor stakeholders in de gewenste posities ten aanzien van de ontwikkeling kunnen worden gebracht. Het creëren van de gelegenheid om inbreng te leveren bij het formuleren van beleidsbeslissingen op het vlak recreatie en toerisme staat daarbij centraal.

Ondanks dat er momenteel amper sprake is van verdieping en gedachtegoed ten aanzien van de ontwikkeling, is door de betrokken stakeholders uit dit onderzoek te kennen gegeven dat er zeker bereidheid voor deelname in het toekomstige proces aanwezig is. Dit dient als belangrijk uitgangspunt voor de geformuleerde aanbeveling.

Om aan de genoemde randvoorwaarden voor een succesvolle ontwikkeling van recreatie en toerisme te voldoen wordt daarom geadviseerd om te starten met een breed samengesteld lokaal Toeristisch Platform. Dit platform kan, gevraagd en ongevraagd, het college van Burgemeester en Wethouders en gemeenteraad adviseren ten aanzien van de toeristisch-recreatieve ontwikkeling in de gemeente Eersel.

Het Toeristisch Platform Eersel is een toegevoegde waarde aan de ontwikkeling van recreatie en toerisme omdat het vooralsnog ontbreekt aan een samenwerkingsverband in de gemeente Eersel waarbij alle partijen uit de sector recreatie en toerisme de gelegenheid wordt geboden om inbreng te leveren aan de ontwikkeling van de sector. Dit is tevens de kracht van het platform. Er moet dan ook duidelijk ingespeeld worden op wat de mogelijkheden voor de stakeholders zijn ten aanzien van het leveren van concrete inbreng.

Doordat het stimuleren van samenwerking en het creëren van een meerwaarde voor de stakeholders centraal staat is het van belang alle belanghebbende vanaf de beginfase te informeren en actief te betrekken. Het inzichtelijk maken van de meerwaarde en voordelen die het Toeristisch Platform Eersel met zich meebrengt zijn van belang om de realisatie van het platform goed van de grond te krijgen. Daarnaast dient er gedurende het gehele proces duidelijkheid en transparantie voor alle betrokken partijen te worden gecreëerd. Het formuleren van concrete stappen en doelen vormen tevens een voorwaarde om het platform te laten slagen en in voldoende mate participatie te creëren.

Voor de gemeente Eersel ligt in het opstarten van het Toeristisch Platform Eersel en het mobiliseren van de stakeholders een primaire taak. Wanneer het Toeristisch Platform Eersel is gerealiseerd kan de trekkersrol van de gemeente geleidelijk afnemen. De positie van de gemeente Eersel dient dan een faciliterende rol te vervullen ten aanzien van het platform en is voornamelijk gericht op het voeren van het secretariaat. Hierbij is het wel van belang te onderstrepen dat de huidige bezetting van het aandachtsgebied recreatie en toerisme (1,5 fte) een mogelijke belemmering vormt voor de faciliterende ondersteuning van het proces.

## Bijlage 12

# Verslag Klankbordgroep ter bespreking van concept-Masterplan Vrijtijdseconomie

Gehouden op dinsdag 22 oktober 2013 om 19.30 uur in de Muzenval te Eersel

Aanwezig: genodigden: Rudo van Rooij (Toeristisch Bedrijfsleven Eersel), John en Corrie Driesen (Eurocamping Vessem), Dion van Bavel (Stichting Promotie Eersel), Pieter van Gisbergen (camperaar), Henk vd Klundert (Streekmuseum De Acht Zaligheden) en Peter de Haas (Leefbaarheidsgroep Eersel).  
Gemeente: Natasja Simon en Hans van Asten.

Uitgangspunt	Reactie / conclusie Klankbordgroep
0. Algemeen	Het plan is helder geschreven en duidelijk te lezen. Het laat goed zien welke richting de gemeente met de vrijetijdseconomie op wil.
1. Werkgelegenheid <i>De gemeente zet zich samen met de actoren uit de vrijetijdsbranche in op het bevorderen van de werkgelegenheid binnen de sector vrijetijdseconomie.</i>	Geen opmerkingen.
2. Samenwerking <i>De overleggen met het collectief en de individuele bedrijven worden geïntensiverd, waarbij inzet is om de samenwerking en betrokkenheid tussen de branches te stimuleren.</i>	Geen opmerkingen.
3. Beleving <i>Nieuwe concepten die inspelen op interactie, participatie en activiteit worden gestimuleerd en gefaciliteerd.</i>	Rust is ook een beleving. Verder geen opmerkingen.
4. Authenticiteit en landschap <i>Voor het versterken van de omgevingskwaliteit van de kernen worden karakteristieke landschapselementen behouden.</i>	Geen opmerkingen.
5. Authenticiteit en landschap <i>Aanwezige monumenten en kunstobjecten worden gekoesterd.</i>	Geen opmerkingen.

<p>6. Kwaliteit <b><i>Er wordt kaders opgesteld die voor de vrijetijdsbranches kunnen dienen als kwaliteitsnormen.</i></b></p>	<p>Kwaliteit wordt door iedereen anders ervaren. Daarom rekening houden met een variatie/diversiteit aan kwaliteiten.</p>
<p>7. Kwaliteit <b><i>De gemeente zet zich optimaal in om geluidsoverlast van vliegtuigen voor inwoners en bezoekers zoveel mogelijk te beperken.</i></b></p>	<p>Voorzichtig zijn met aanpak overlast vliegverkeer omdat er meerdere belangen zitten aan de aanwezigheid van een vliegveld in de directe omgeving (economische motieven). Met name het militair vliegverkeer geeft overlast. Daarom in tekst toevoegen dat afspraken over aanvliegroutes, geluidsnormen en vliegtijden nagekomen moeten worden.</p>
<p>8. Kwaliteit <b><i>De gemeente werkt samen met de ondernemers aan een duurzame vrijetijdseconomie en energiebesparing.</i></b></p>	<p>Geen opmerkingen.</p>
<p>9. Promotie en productontwikkeling <b><i>Er wordt geïnvesteerd in de promotie van en productontwikkeling voor de vrijetijdseconomie, waarbij gebruik wordt gemaakt van nieuwe media, radio, televisie en beurzen.</i></b></p>	<p>We moeten niet aan onszelf kenbaar maken hoe mooi het hier is, maar aan mensen van buiten de gemeente cq. regio. € 15.000,-- extra investeren wordt vooralsnog als voldoende gezien. Verder akkoord.</p>
<p>10. Profiel <b><i>Er wordt een analyseonderzoek uitgevoerd naar het beste profiel voor de gemeente Eersel.</i></b></p>	<p>Promotie gaat gemakkelijker als er een goed profiel is. Daarom logisch om eerst uitgangspunt 10 te vermelden en daarna uitgangspunt 9. Inhoudelijk geen opmerkingen.</p>
<p>11. Recreatief en zakelijk verblijf <b><i>Middels een proactieve houding worden nieuwe initiatieven voor de vestiging van hotels in de midden- en hogere klasse en hoogwaardige Bed &amp; Breakfast gestimuleerd en gefaciliteerd.</i></b></p>	<p>In tekst toevoegen dat verblijfsaccommodaties voor mensen met een beperking welkom zijn. Verder akkoord.</p>
<p>12. Recreatief en zakelijk verblijf <b><i>Ingezet wordt op risicospreiding van overnachtingsmogelijkheden.</i></b></p>	<p>Diversiteit van overnachtingsmogelijkheden is belangrijk. Ook een overdekt zwembad kan onderdeel uit maken van risicospreiding. Verder akkoord.</p>
<p>13. Recreatief en zakelijk verblijf <b><i>De gemeente laat de aanleg van openbare camperplaatsen over aan het particuliere initiatief en zal dit waar mogelijk ondersteunen.</i></b></p>	<p>De tekst hieromtrent is te passief geformuleerd. Daarom sterker aanzetten met een pro-actieve, stimulerende rol voor de gemeente om nieuwe camperplaatsen te zoeken en te stimuleren op particuliere gronden. Extra camperplaatsen levert immers ook seizoensverlenging op. Opgemerkt wordt, dat er steeds minder caravans gekocht worden, maar steeds meer campers.</p>
<p>14. Recreatief en zakelijk verblijf</p>	<p>Geen opmerkingen.</p>

<b><i>Gestreefd wordt naar 500.000 overnachtingen in 2030.</i></b>	
15. Horeca <b><i>De realisering van een centrummanagement voor het centrum van de kern Eersel wordt ondersteund, waarbij later zo mogelijk de schaalgrootte wordt verruimd tot de gehele gemeente.</i></b>	De naam "centrummanagement" niet meer gebruiken en vervangen door "centrumpromotie". Melding doen van Stichting Promotie Eersel, dat zich in eerste instantie richt op de centrumgebied van Eersel.
16. Horeca <b><i>Uitbreiding van het aantal horecabedrijven in alle kernen is wenselijk, waarbij de voorkeur ligt op variatie en kwaliteit.</i></b>	In tekst aangeven dat onder variatie en kwaliteit bedoeld wordt de op elkaar aansluitende gradaties. Verder akkoord.
17. Horeca <b><i>Op strategische plekken in het buitengebied wordt volwaardige horeca als pleisterplaats toegestaan.</i></b>	Geen opmerkingen.
18. Horeca <b><i>Er wordt een halt toegeroepen aan paracommercialisme in de horeca.</i></b>	Dit uitgangspunt suggereert dat er nog niets geregeld is. In de afgegeven horecaverGUNningen zijn bepalingen opgenomen over openingstijden e.d. Daarom dit niet als uitgangspunt opnemen maar in de tekst aandacht vragen voor concurrentievervalsing.
19. Horeca <b><i>Er wordt intern onderzoek verricht naar parkeermogelijkheden, in het bijzonder die van touringscars.</i></b>	Suggestie: wellicht busparkeren aan de Dalemse dijk of bij de oude molen te Eersel. Verder akkoord.
20. Recreatief winkelen <b><i>Er wordt een detailhandelsanalyse opgesteld.</i></b>	Geen opmerkingen.
21. Agro-toerisme <b><i>Ondersteunende horeca tot blijft in het buitengebied toegestaan.</i></b>	Accoord (inclusief schenken van alcohol), mits uitsluitend ter ondersteuning van de agrarische nevenactiviteit en voldaan wordt aan de eisen van de Drank- en horecawet, net zoals elk andere reguliere horeca-inrichting ook moet.
22. Kunst en cultuur <b><i>Nieuwe product-marktcombinaties op het gebied van kunst en cultuur worden gestimuleerd.</i></b>	In tekst expliciet opnemen dat dergelijke combinaties ook in de andere kernen uitgevoerd moeten worden. Denk bijvoorbeeld aan Kunst in Uitvoering. Verder akkoord.
23. Evenementen en dagrecreatie <b><i>Nieuwe (seizoensverlengende) dagrecreatie wordt gestimuleerd en gefaciliteerd, waarbij de nadruk vooral ligt op jeugd, jongeren,</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniek-museum niet expliciet vermelden, maar een museum waar we iets laten zien waar we goed in zijn, bijvoorbeeld de</li> </ul>

<p><b>mensen met een beperking, waterrecreatie, recreatief winkelen, wellness, agrotourisme, kunst en cultuur, zakelijk bezoek, golf-sport en paardrijden.</b></p>	<p>metaalindustrie of de agri-tech. Middels dagrecreatie mensen interesseren voor een technisch vak.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De vraag onder 55+-ers naar bedrijfsbezoeken neemt toe. Daarvan melding maken.</li> </ul>
<p>24. Evenementen en dagrecreatie <b>Ter bevordering van activiteiten op het Mortelveld wordt het veld toegankelijk gehouden en is de gemeente daarop met name alert tijdens evenementen.</b></p>	<p>Uitgangspunt moet omgedraaid worden. Als je wilt dat daar evenementen gehouden worden, zorg dan dat de toegang en het terrein in orde is. Op orde brengen betekent: toegang verharderen, multifunctioneel inzetbaar (zoals verharde weg rondom het veld, ook te gebruiken voor skeelers en trimmers) en drainage vanwege leemlaag onder grasveld. Wel moet bekeken worden in hoeverre dit allemaal rendabel is.</p>
<p>25. Toeristenbelasting <b>Een te formeren werkgroep maakt een analyse-onderzoek naar wenselijk- en mogelijkheden van alternatieven voor het huidige systeem van toeristenbelasting en de inning daarvan en waarbij tevens de labeling van die belasting worden bekeken.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belastingen kunnen niet worden gelabeld.</li> <li>• De toerist moet niet gestraft worden als hij hier komt overnachten.</li> <li>• De werkgroep zou ook moeten kijken naar het uitgangspunt om meer vernachtingen te krijgen, waardoor inkomsten stijgen en dus per overnachting minder toeristenbelasting gevraagd kan worden.</li> <li>• Toetsen aan de omgeving.</li> </ul>
<p>26. Evaluatie <b>In de periode van telkens 5 jaren wordt een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd om te kunnen beoordelen of bijstelling van dit masterplan wenselijk of noodzakelijk is.</b></p>	<p>Geen opmerkingen.</p>
<p>27. Financiën <b>De gemeente gaat, gelet op de voorgaande uitgangspunten, in financiële zin investeren in:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Een verbeterde, moderne promotiecampagne, daarbij gebruik makend van de nieuwe media, radio en tv (9). (€ 15.000,-)</b></li> <li>• <b>Het opstellen van een detailhandelsanalyse (20) (€ 5.000,-)</b></li> <li>• <b>Het doen van onderzoeken cq. analyses:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>kwaliteitsnormen (6); (€ 5.000,-)</b></li> <li>– <b>het beste profiel voor de gemeente Eersel (10); (€ 5.000,-)</b></li> <li>– <b>de mate van tevredenheid onder bezoekers en aanbieders, te gebruiken als evaluatie en eventuele bijstelling van dit Masterplan (26). (€ 5.000,- per 5 jaren)</b></li> </ul> </li> </ul>	<p>Investering Mortelveld toevoegen (uitgangspunt 24). Verder akkoord.</p>



--	--

**Schriftelijk ingekomen reacties:**

22 oktober 2013 per mail

Peter van den Berk (Dorpsraad Steensel)

Dorpsraad Steensel heeft met interesse kennis genomen van het concept Masterplan Vrijtijdseconomie gemeente Eersel. Wij zien helaas, deels door de beperkte bezetting van de dorpsraad, geen mogelijkheid om een actieve rol te spelen in de klankbordgroep. Dorpsraad Steensel kan helaas op 22 oktober niet aanwezig zijn.

Medio november gaan we beginnen met het opstellen van een nieuw dorps ontwikkelings plan (beter dorps activiteiten plan). Wij zullen dit , voor zover aan de orde, zo veel mogelijk opstellen in lijn opstellen met bovengenoemd masterplan. Wij houden u op de hoogte.

## Bijlage 13. Economische betekenis per gemeente (Bron SRE/ZKA)

Bijlage 6 Economische betekenis per gemeente (bestedingen x € 1 miljoen)

Gemeente	Categorie																	Totaal				
	Asten	Berg-eijk	Best	Bladel	Cra-nen-donck	Deur-ne	Eersel	Eind-hoven	Gel-drop-Mierlo	Ge-mer-Bakel	Heeze-Leen-de	Hel-mond	Laar-beek	Nue-nen	Oir-schot	Reu-sel-De-Mieren	So-meren		Son-en-Breu-gel	Val-kens-waard	Veld-hoven	Waak-re
B&B's en pensions	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,4	0,1	0,4	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,5	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	2,1
Hotels standaard	-	0,3	0,0	0,4	-	0,5	0,9	1,9	0,2	0,5	0,1	0,4	-	-	-	0,2	-	0,3	0,1	-	-	5,7
Hotels middenkl./ luxe	5,5	2,0	2,9	0,7	0,1	2,5	0,7	73,1	13,3	1,1	6,1	1,0	0,4	1,1	1,3	1,4	-	1,5	1,1	15,7	-	131,7
Bungalows	0,8	38,8	-	27,2	-	2,2	-	-	3,4	-	-	-	-	-	0,3	2,2	-	-	-	-	-	74,9
Vakantiewoningen	0,1	0,4	-	0,0	0,1	0,1	-	-	-	0,2	0,3	-	0,1	0,0	0,1	0,0	-	-	0,0	-	0,0	1,5
Campings vaste plaatsen	1,9	1,3	0,0	1,1	1,0	0,0	3,4	-	0,7	0,5	2,9	-	-	-	1,8	0,5	0,2	-	0,4	1,0	-	16,8
Campings toer. plaatsen	2,3	3,3	-	0,6	0,8	-	5,8	-	0,0	0,7	0,8	-	-	-	0,8	0,8	0,9	-	0,5	0,6	-	18,0
Minicampings	0,1	0,5	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	-	0,0	0,1	0,2	-	0,1	-	0,2	0,2	0,1	-	0,1	0,1	-	2,1
Groepsaccommodaties	0,4	1,5	0,2	1,8	0,0	0,4	0,9	-	0,3	1,1	0,8	-	0,1	-	1,2	0,6	1,3	-	1,0	0,8	-	12,3
Jachth. vaste plaatsen	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
Jachth. passantenpl.	-	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-	-	0,0	-	0,0	-	-	-	-	-	-	0,0
<i>Subtotaal verblijfsvoerisme</i>	<i>11,1</i>	<i>48,1</i>	<i>3,2</i>	<i>32,0</i>	<i>2,0</i>	<i>6,1</i>	<i>12,0</i>	<i>75,5</i>	<i>18,0</i>	<i>4,5</i>	<i>11,3</i>	<i>1,5</i>	<i>0,8</i>	<i>1,2</i>	<i>6,2</i>	<i>5,8</i>	<i>2,7</i>	<i>1,5</i>	<i>3,3</i>	<i>18,4</i>	<i>0,1</i>	<i>265,2</i>
Attracties	-	11,0	7,5	0,2	-	-	0,1	0,7	3,7	0,4	-	-	0,1	1,1	-	-	-	-	6,1	1,2	0,7	33,0
Musea	0,3	0,1	-	0,1	-	0,1	0,2	2,4	0,1	0,5	-	0,4	-	0,1	0,1	-	-	-	0,0	0,2	-	4,5
Bezienswaardigheden	0,0	0,0	-	-	-	0,0	-	2,2	-	-	0,0	0,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4
Evenementen	-	0,6	1,1	1,0	0,4	0,9	0,7	50,9	0,4	0,7	0,6	10,4	1,0	1,3	0,9	0,1	0,4	0,4	0,5	0,6	0,1	72,8
Buitenrecreatie	3,7	6,7	1,8	5,1	6,3	6,4	4,9	2,2	1,6	7,0	12,2	2,2	1,3	1,3	7,5	5,4	3,9	1,2	4,4	1,1	2,0	88,3
Paardrijden buiten	0,1	0,0	-	-	0,0	-	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	-	0,0	0,0	-	0,0	0,1	0,7
Recreatief winkelen	2,9	2,4	5,1	4,6	3,5	8,7	2,6	278,8	5,8	3,5	3,1	42,1	1,5	3,4	2,6	2,4	4,0	14,2	8,2	8,7	1,0	409,2
Horeca / uitgaan	9,3	6,3	7,2	6,9	10,4	11,3	8,3	120,8	10,7	17,2	6,1	21,6	10,2	5,6	11,9	7,2	5,2	4,8	17,5	13,9	4,7	317,1
Wellness	-	-	-	-	-	0,4	-	1,6	2,3	-	-	-	-	-	-	-	-	5,1	-	-	-	9,4
Cultuur	-	1,8	-	0,5	-	-	-	26,0	-	-	-	6,2	0,1	-	-	1,2	-	1,0	-	-	-	36,7
Waterrecreatie en -sport	1,3	5,0	2,0	0,4	0,1	-	3,3	16,8	1,5	0,7	0,3	2,1	0,0	3,3	0,1	0,2	0,4	0,7	0,4	1,7	0,7	40,9
Sportwedstrijd bezoeken.	-	-	-	-	-	-	-	17,7	-	-	-	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18,1
<i>Subtotaal dagrecreatie</i>	<i>17,7</i>	<i>34,0</i>	<i>24,6</i>	<i>18,9</i>	<i>20,8</i>	<i>27,8</i>	<i>20,0</i>	<i>520,5</i>	<i>26,0</i>	<i>30,1</i>	<i>22,5</i>	<i>85,3</i>	<i>14,4</i>	<i>16,1</i>	<i>23,0</i>	<i>16,4</i>	<i>13,9</i>	<i>27,4</i>	<i>37,2</i>	<i>27,4</i>	<i>9,3</i>	<i>1.033,1</i>
Zakelijk dagbezoek	0,5	0,3	0,5	0,5	3,6	2,4	0,0	15,6	2,1	0,4	1,4	0,8	0,6	1,0	2,0	0,7	0,3	0,3	0,2	12,5	1,7	47,2
Totaal regio	29,2	82,4	28,3	51,4	26,4	36,3	32,1	611,6	46,2	34,9	35,1	87,6	15,7	18,3	31,2	22,8	16,9	29,2	40,8	58,3	11,0	1.345,4