

BOUWSTENEN BELEID RECREATIE EN TOERISME OISTERWIJK

18 JULI 2022



BOUWSTENEN BELEID RECREATIE EN TOERISME OISTERWIJK

Status:
Eindrapport

Datum:
18 juli 2022

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
BSP-Amsterdam@sweco.nl

Team Vrije tijd
Arno Ruis
Peter Bergmans
Elena Peeters

Voor meer informatie: Toine Hooft, toine.hooft@sweco.nl

Review:
Toine Hooft

In opdracht van:
Gemeente Oisterwijk

Beelden voorzijde:
Bezoek Oisterwijk en VisitBrabant



De in dit document verstrekke informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 52100333
Referentie: 52100333 Oisterwijk bouwstenen beleid r&t_250222

SAMENVATTING	6
INLEIDING	10
1 EVALUATIE BELEIDSVISIE 2014-2020	11
1.1 DOELEN EN AMBITIES	
1.2 DOELBEREIK	
1.3 DOELTREFFEND- EN DOELMATIGHEID	
1.4 CONCLUSIES	
2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN RECREATIE EN TOERISME .	18
3 ANALYSE TOERISTISCH-RECREATIEF AANBOD	21
3.1 TOERISTISCHE-RECREATIEVE DNA	
3.2 ECONOMISCHE BETEKENIS	
3.3 AANBOD GEMEENTE OISTERWIJK	
3.4 INFORMATIEVOORZIENING en MARKETING	
3.5 REFERENTIE BRABANTSE GEMEENTEN	
3.6 CONCLUSIES	
4 ANALYSE TOERISTISCH-RECREATIEVE VRAAG	32
4.1 OVERNACHTINGEN IN OISTERWIJK	
4.2 BEZOEKEN AAN VRIJETIJDVOORZIENINGEN	
4.3 LEEFSTIJLEN BEWONERS	
4.4 PROGNOSE VRAAG BEWONERS	
4.5 CONCLUSIES	
5 ISSUES EN AANBEVELINGEN	37
5.1 VERTREKPUNTEN	
5.2 INHOUDELIJKE PRINCIPES	
5.3 INHOUDELIJKE ISSUES	
5.4 HOE NU VERDER NAAR BELEID?	
6 KANSENKAART EN ZONERING	46
BIJLAGE 1 INTERVIEWLIJST	
BIJLAGE 2 ACHTERGRONDINFORMATIE LEEFSTIJLEN	

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING

Behalve een beleidsevaluatie wil de gemeente Oisterwijk graag een actuele analyse van feiten en cijfers rondom aanbod, vraag en relevante ontwikkelingen in de toeristisch-recreatieve branche. Deze rapportage geeft beide bouwstenen weer, namelijk een evaluatie en een marktanalyse. In afgenomen interviews, met de uitkomsten van een goed bezochte thema-avond met belanghebbenden, ondernemers en bewoners én na verwerking van input uit een verdiepende werksessie met belanghebbenden is vervolgens inzichtelijk gemaakt wat mogelijke strategische keuzes zijn en welke relevante issues er spelen in Oisterwijk. Op basis van deze bouwstenen kan de gemeente vervolgens een beleidsvisie gaan uitwerken. Als eerste stap hiertoe zullen in een ontmoeting van de raad mogelijke keuzes en accenten worden gemaakt. Hierna zal een beleidsvisie voor recreatie en toerisme worden ontwikkeld.

CONCLUSIES BELEIDSEVALUATIE >>

De volgende conclusies blijken uit de uitgevoerde beleidsevaluatie:

- In de vorige 'Beleidsvisie Oisterwijk, Parel in 't groen' is een groot en divers aantal doelen en ambities opgesteld. Zoals onderbouwd zijn enkele ambities geheel gerealiseerd, enkele gedeeltelijk en enkele niet.
- De louter kwantitatieve aard van de hoofdoelen maakt ze in de praktijk lastig beïnvloedbaar. De invloed van de gemeente op de ontwikkeling van banen en overnachtingen is er wel, maar zeker niet direct als een-op-een-relatie te beschouwen.
- Het tussentijds evalueren van het beleid en de bijbehorende acties is van belang om het beleid relevant te houden. Dit is de afgelopen jaren niet als zodanig georganiseerd.
- Het monitoren van toeristisch-recreatieve zaken is belangrijk om te weten hoe de sector zich in Oisterwijk ontwikkelt en vormt de basis van bovengenoemde tussentijdse evaluaties. Dit is de afgelopen jaren niet als zodanig uitgevoerd.
- Om de organisatiegraad van de recreatie- en toerismesector te versterken is het van belang dat de rol en verantwoordelijkheden van de gemeente voor externe partijen duidelijk zijn. Het nieuwe beleid dient hier rekening mee te houden, waarbij het continu uitdragen en handelen volgens dit beleid meer aandacht verdient.

CONCLUSIES AANBODANALYSE >>

Analyse van het toeristisch-recreatief aanbod (en de marketing hiervan) geeft de volgende conclusies:

- Het toeristisch-recreatieve profiel van Oisterwijk wordt gekenmerkt door het levendige centrum en de karakteristieke bossen en vennen in het buitengebied.
- De leus Parel in 't Groen, die refereert aan het centrum en het buitengebied, zal uiteindelijk losgelaten worden en vervangen door 'O Oisterwijk'.
- Het toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente kenmerkt zich door winkelen, horeca, cultuur en natuur. Uit het Koopstromenonderzoek 2021 blijkt ook dat met name het grote aanbod horeca en de sfeer en uitstraling van het centrum Oisterwijk goed gewaardeerd wordt door bezoekers.
- Opvallend is dat er een relatief grote toevloeiing van Tilburg naar Oisterwijk plaatsvindt. Dit geeft een indicatie dat er aantrekkelijke recreatieve voorzieningen in Oisterwijk te vinden zijn, zoals speciaalzaken.
- Verblijfsaccommodaties in Oisterwijk worden goed beoordeeld, maar scoren gemiddeld lager dan de Brabantse referentiesteden Eersel, Oosterhout, Valkenswaard en Heusden.
- Het zakelijke aanbod is groter dan in de Brabantse referentiegemeenten, maar mist met het sluiten van Inside Oisterwijk een voorziening die compleet afgehuurd kan worden.

CONCLUSIES VRAAGANALYSE >>

De belangrijkste conclusies uit de vraaganalyse zijn:

- Het aantal toeristische overnachtingen in gemeente Oisterwijk fluctueert de afgelopen jaren (ook voor de coronapandemie). In 2020 is Haaren bij de gemeente gevoegd, waardoor het aantal overnachtingen sterk toenam.
- Bezoekersaantallen zijn niet van veel voorzieningen bekend en er mist een centrale plek om deze te verzamelen. Wel is duidelijk dat de natuurgebieden Kampina en de Oisterwijkse bossen en vennen jaarlijks naar schatting 500.000-800.000 bezoekers trekken. De Oisterwijkse Bossen en Vennen staat zelfs op vijfde plaats van de meest bezochte natuurgebieden in Noord-Brabant.
- De dominante leefstijl in gemeente Oisterwijk is de Stijlzoeker. Deze groep heeft over het algemeen relatief veel te besteden en houdt van cultuur en horeca. Dit sluit goed aan bij het toeristisch-recreatieve aanbod van de gemeente. In drie wijken in Oisterwijk is de Rustzoeker dominant. Deze groep is traditioneler en besteed graag tijd rondom huis en in natuur.
- Het inwonersaantal van gemeente Oisterwijk zal tot 2030 toenemen tussen 2,3% en 8,4%. Hierdoor zal de vraag naar vrijetijdsvoorzieningen toenemen en kan ook de druk op het buitengebied groeien.

INZETTEN OP BREDE WAARDE VAN RECREATIE EN TOERISME >>

Recreatie en toerisme vormen niet alleen economisch beleid om bij te dragen aan meer werkgelegenheid en bestedingen ('meer, meer-benadering'), maar evengoed een breder domein om een bijdrage te leveren aan bredere maatschappelijke opgaven ('duurzame benadering en toerisme als middel'). De People, Planet en Profit zijn alle drie evenveel waard en essentieel om de toegevoegde waarde van toerisme en recreatie te optimaliseren.

AANDACHT VOOR HET VERLICHTEN VAN OVERLAST VAN BEZOEK >>

Om de verwachte toename van bezoekers, inclusief het toenemende inwonersvolume, in goede banen te leiden en te voorkomen dat toerisme ons overkomt, pleit de Rli voor toekomstgericht sturen op toerisme door overheden in alle gebieden van Nederland. In de interviews en tijdens de thema-avond is gepeild in hoeverre er in Oisterwijk sprake is van overlast van recreatie en toerisme. Er valt te constateren dat er op piekmomenten drukte is van bezoek in en nabij de natuurgebieden. De negatieve effecten zijn in Oisterwijk te typeren als mobiliteits- en verkeersprobleem in en nabij de natuurgebieden. Er is zijn geen noemenswaardige negatieve effecten van recreatie en toerisme geconstateerd op het vlak van milieu, woningmarkt, erfgoed of andere domeinen. In Oisterwijk speelt de druk van autoverkeer op Mooiweer dagen, die zijn geconcentreerd in de periode mei tot en met september. De inzet van het nieuwe beleid dient te zijn om een situatie van overtoerisme te voorkomen en de ervaren druk van de piekbelasting van autoverkeer in en nabij de natuurgebieden te verlichten.

PASSENDE PRINCIPES OM INHOUDELIJK TE STUREN >>

Om de kwaliteiten van natuur, cultuur en erfgoed te koesteren en actief te sturen op een toeristisch-recreatieve ontwikkeling die balans weet te houden tussen bezoek en draagkracht en bovendien goed aansluit bij het DNA van Oisterwijk is het van belang voor de gemeente om algemene principes vast te leggen. Deze principes gelden als strategische keuzes en zijn inhoudelijk sturend. Voor Oisterwijk zijn de volgende principes als relevant gebleken:

- Principe 1: onderlinge samenhang tussen kernen Oisterwijk, Haaren, Moergestel, Heukelom en buitengebied versterken.
- Principe 2: betere spreiding van bezoek over de gehele gemeente, zowel in ruimte als in tijd.
- Principe 3: projecten dienen behalve economische waarde maatschappelijke waarde toe te voegen.
- Principe 4: bij nieuwe functies de juiste vrijetijdsvoorziening op de juiste locatie met versterking van omgevingskwaliteit.
- Principe 5: de bestaande basis in faciliteiten, voorzieningen en routes dient op orde te zijn.

ACTUELE ISSUES IN RECREATIE EN TOERISME >>

Voor de gemeente Oisterwijk blijken uit de analyses, interviewronde, thema-avond en werksessie de volgende issues manifest:

- Oplossen knelpunten recreatiemobiliteit buitengebied
- Bebording en fysieke doorverwijzingen optimaliseren
- Thematische routeontwikkeling
- Ruimte voor aantrekkelijke concepten
- Passende arrangementontwikkeling
- Subsidie en aanjagen passende evenementen
- Samenwerking en organisatiekracht verbeteren

INLEIDING

AANLEIDING >>

Het college van B&W van de gemeente Oisterwijk heeft 21 december 2021 een startnotitie opgesteld om in 2022 op weg te gaan naar een nieuwe Beleidsvisie Toerisme en Recreatie. Hierin wordt behalve Moergestel, Heukelom en Oisterwijk voor het eerst ook Haaren meegenomen, dat sinds 1 januari 2021 deel uitmaakt van de gemeente Oisterwijk. Om van start te kunnen met het nieuwe visietraject is de wens om de huidige Beleidsvisie Toerisme en Recreatie 2014-2020, die inmiddels is verstreken, inhoudelijk te laten evalueren door een onafhankelijk, extern bureau. Behalve een beleidsevaluatie wil de gemeente Oisterwijk ook graag een foto laten maken (analyse) van feiten en cijfers rondom aanbod, vraag en relevante ontwikkelingen in de toeristisch-recreatieve branche. Deze rapportage geeft beide bouwstenen weer: evaluatie en analyses. Op basis van deze bouwstenen kan de gemeente vervolgens een beleidsvisie uitwerken.

LEESWIJZER >>

De voorliggende rapportage start in hoofdstuk 1 met een terugblik op de 'Beleidsvisie Oisterwijk, Parel in 't groen 2014-2020'. Het hoofddoel en de ingezette instrumenten en middelen zijn hierbij getoetst op doelbereik, doeltreffendheid en doelmatigheid. De evaluatie is uitgevoerd op basis van interviews, aangevuld met eigen expertise. In hoofdstuk 2 zijn beknopt de algemene trends en ontwikkelingen voor toerisme en recreatie weergegeven. Hoofdstuk 3 analyseert het huidige profiel en aanbod van Oisterwijk als toeristisch-recreatieve bestemming. Hier worden diverse indicatoren en data gezien, zoals een schets van het profiel van de verschillende kernen, de ontwikkeling van het aantal banen en vestigingen, de beoordeling van de centra van Oisterwijk, Moergestel en Haaren en tot slot een vergelijking met andere Brabantse gemeenten. Hoofdstuk 4 zoomt in op de vraag aan de hand van beschikbare data, zoals de ontwikkeling van het aantal bij de gemeente geregistreerde overnachtingen en Airbnb-overnachtingen, bezoek aan voorzieningen (voor zover bekend) en een prognose van de bewonersontwikkeling. Met de Leefstijlvinder zijn de kenmerkende segmenten en hun ruimtelijke verschijning in kaart gebracht. Het laatste hoofdstuk 5 geeft de relevante issues weer voor de nieuw op te stellen beleidsvisie, die de gemeente zelf zal opstellen.

1 EVALUATIE BELEIDSVISIE 2014-2020

De gemeente Oisterwijk heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd de Beleidsvisie toerisme en recreatie 2014-2020 te evalueren. Dit is opgepakt in lijn met de Handreiking 'Beleidsbeoordelingen' van het Ministerie van Financiën. Het hoofddoel en de ingezette instrumenten en middelen van de gemeentelijke Beleidsvisie Toerisme en Recreatie 2014-2020 zijn in dit hoofdstuk vanuit de handreiking getoetst aan de hand van de volgende vragen:

- (In hoeverre) is er sprake van **doelbereiking**?
- Zijn de ingezette instrumenten **doeltreffend** geweest?
- Zijn de instrumenten **doelmatig** ingezet?

Het hoofdstuk eindigt met de belangrijkste conclusies uit de beleidsbeoordeling.

1.1 DOELEN EN AMBITIES

Met de Beleidsvisie toerisme en recreatie 2014-2020 werd beoogd **300 extra (in)directe banen en 75.000 extra toeristische overnachtingen** te realiseren. Dit zijn de hoofddoelen van de beleidsvisie. Er wordt uitgegaan van tien ambities in dit beleid die ondersteunend zijn aan het deze hoofddoelen.

- Invulling geven aan een onderscheidende profilering Parel in 't Groen
- Verbetering samenhangend toeristisch product (centrum en buitengebied)
- Realiseren van een hoog niveau van gastvrijheid en innovatie
- Ontwikkeling van Toeristische Overstap Punten/Natuurpoorten
- Versterken van de organisatiegraad van de sector
- Een verbeterde bezettingsgraad van de verblijfsaccommodaties (mogelijk gepaard met kwaliteitsverbetering en uitbreiding)
- Een toeristisch-recreatieve ontwikkeling bij het projectlocatiegebied
- Een leisure-ontwikkeling onderdeel van de herinrichting van het KVLterrein
- Een attractie gebaseerd op de natuurkwaliteiten in de gemeente (gekoppeld aan de Vennen)
- Jaarlijks terugkerende en aansprekende evenementen

Het doelbereik van de hoofddoelen kan geoperationaliseerd worden door de werkgelegenheid en het aantal overnachtingen van 2014 tot 2020 in kaart te brengen. De beoordeling van het doelbereik van de hoofddoelen en ambities is gebaseerd op interviews met beleidsmedewerkers en partijen uit de recreatie- en toerismesector. Het bepalen van de doeltreffendheid is eveneens deels gedaan op basis van deze interviews in combinatie met eigen expertise. De doelmatigheid is gebaseerd op eigen expertise.

1.2 DOELBEREIK

HOOFDDOELEN GEDEELTELIJK BEREIKT >>

168 nieuwe banen gerealiseerd (56% van hoofddoel)

Op basis van de LISA cijfers kan worden gesteld dat het eerste hoofddoel van 300 extra (in)directe banen tussen 2014 en 2020 gedeeltelijk is behaald. In 2014 waren er in Oisterwijk 1.351 banen in de recreatie- en toerismesector en in 2020 waren dit 1.519 banen. Hiermee is een groei van 168 banen gerealiseerd, ofwel een groei van 56% van de beoogde 300 banen.

58.500 extra overnachtingen bereikt (78% van hoofddoel)

Het tweede hoofddoel, namelijk 75.000 extra overnachtingen krijgen, is gedeeltelijk behaald in de periode 2014 tot 2020. Bij aanvang van de periode telde Oisterwijk ca. 150.000 overnachtingen per jaar. In 2019, het jaar voordat de gemeente samenging met gemeente Haaren en voor de coronacrisis, waren er ca. 208.500 overnachtingen. Dit is een toename van zo'n 58.500 overnachtingen en maakt daarmee de beoogde groei van 75.000 overnachtingen voor 78% waar.

We merken bij de groei van overnachtingen op dat er geen een-op-een relatie is tussen beleidsinspanningen van de gemeente en de ontwikkelingen van de markt. Tussen 2016 en 2019, het jaar voordat Haaren zich bij gemeente Oisterwijk voegde, was het aantal overnachtingen in Oisterwijk toegenomen met 0,8%. Gedurende dezelfde periode ontwikkelde het aantal overnachtingen in Brabant zich met +5,1%. Uiteraard spelen diverse externe factoren hierin een rol, denk aan investeringen van bestaande aanbieders, de toetreding van nieuwe spelers en de autonome bevolkingsgroei.

AMBITIES DEELS BEREIKT >>

Invulling geven aan onderscheidende profilering 'Parel in 't groen'

De ambitie om invulling te geven aan de profilering van Oisterwijk als 'Parel in 't groen' is gedeeltelijk behaald. Dit is ook meegegeven aan de in 2017 opgerichte stichting Bezoek Oisterwijk. Hier zijn sinds die tijd tientallen projecten in geladen en geactiveerd. De slogan is bekend en wordt gebruikt bij de promotie van Oisterwijk. Tegelijkertijd geven diverse partners aan dat een lading in projecten niet altijd merkbaar is geweest. Inmiddels is een transitieperiode ingezet door Bezoek Oisterwijk en de gemeente om de komende tijd van de 'Parel in 't groen'propositie over te stappen op 'O Oisterwijk' als marketing- en promotieprofiel.

Verbetering samenhangend toeristisch product (centrum en buitengebied)

Deze ambitie is werkelijkheid geworden in de afgelopen jaren.

Centrummanagement en buitengebiedmanagement werken intensief samen waardoor er steeds meer samenhang ontstaat in het toeristisch product. Behalve de inzet van deze stichtingen zijn er vele ondernemers en organisaties die arrangementen en samenwerkingen hebben opgezet om onderling te verwijzen naar centrum en buitengebied.

Realisatie hoog niveau van gastvrijheid en innovatie

De ambitie om een hoog niveau gastvrijheid en innovatie te realiseren is beperkt waargemaakt. Er zijn enkele innovaties geweest tussen 2014 en 2020, maar niet op grote schaal. Denk hierbij aan de komst van nieuwe eigentijdse concepten in horeca en verblijf. Een grote uitdaging op het vlak van gastvrijheid is om genoeg personeel te vinden. Door de coronapandemie zijn veel horecamedewerkers omgeschoold en met het aantrekken van de sector is er een schreeuwend tekort aan personeel. Wat gastvrijheid betreft zijn er diverse verbeterpunten, zoals bewegwijzering, informatievoorziening en thematische fiets- en wandelroutes, die de gastvrijheid naar een hoger niveau kunnen tillen.

Ontwikkeling van Toeristische Overstappunten/Natuurpoorten

De ambitie om nieuwe Toeristische Overstappunten te ontwikkelen is waargemaakt in de vorm van Natuurpoorten. In Oisterwijk zijn door de jaren heen vier Natuurpoorten ontwikkeld, te weten Bezoekerscentrum Oisterwijk, Natuurpoort de Reuselhoeve, Natuurpoort Nemerlaer en Natuurpoort Klein Oisterwijk. Hiermee heeft Oisterwijk in het Brabantse netwerk van poorten en routes een sterke positie weten te ontwikkelen. Tegelijkertijd blijft parkeren in het buitengebied een punt van aandacht, net als de hier en daar achterblijvende kwaliteit van de wegen en wandel- en fietsinfrastructuur.

Versterken van de organisatiegraad van de sector

De organisatiegraad van de toerisme- en recreatiesector in Oisterwijk is niet sterker geworden tussen 2014 en 2020. Het Toeristisch Platform is weggefallen en het beleid van de gemeente op het gebied van recreatie en toerisme is niet altijd duidelijk geweest onder de partners. Tegelijkertijd zijn centrummanagement, buitengebiedmanagement en toeristische marketing ontwikkeld en de inspanningen van deze stichtingen hebben de samenwerking tussen partners in de gemeente versterkt een aangejaagd.

Verbeterde bezettingsgraad van verblijfsaccommodaties (mogelijk gepaard met een kwaliteitsverbetering en uitbreiding)

Er is de afgelopen jaren beleidsmatig de nodige aandacht geweest voor vitale vakantieparken. De coronacrisis heeft gezorgd voor een opleving van verblijfstoerisme in Nederland (door de Nederlanders zelf). De meeste vakantieparken en campings in Oisterwijk hebben hiervan weten te profiteren en hierdoor is de bezettingsgraad op peil gebleven. De beoordeling is hiermee dat de bezettingsgraad niet benoemenswaardig is verbeterd en dit betekent dat deze ambitie gedeeltelijk bewaarheid is geworden. Voor verblijfsrecreatie in Oisterwijk zijn de nodige aandachtspunten, zoals verder inzetten op kwaliteitsverbetering en nieuwe concepten.

Toeristisch-recreatieve ontwikkeling bij het projectlocatiegebied (zone tussen Moergestel en de zuidwestrand van bossen en vennen uitlopend richting het zuiden)

Deze ambitie is beperkt waargemaakt. Een vakantiepark is voornemens zich hier te vestigen en het ontwikkeltraject is vertraagd. Andere toeristisch-recreatieve ontwikkelingen hebben niet plaatsgevonden in het projectlocatiegebied (de zone tussen Moergestel en de zuidwestrand van de bossen en de vennen uiteenlopend richting het zuiden).

Leisure-ontwikkeling onderdeel van herinrichting KVL-terrein

Het realiseren van een vrijetijdscomponent op het KVL-terrein is gelukt. Bezoekers kunnen het terrein bezoeken met het daar gevestigde EKWC, het Machinegebouw (rijksmonument), verschillende horecagelegenheden en vanaf april 2022 ook het NEO KVL Hotel.

Attractie gebaseerd op natuurkwaliteiten (koppeling Vennen)

In de afgelopen jaren is met de OERRRR-speeltuin van Natuurmonumenten bij Bezoekerscentrum Oisterwijk een nieuw natuurlijk attractiepunt opgezet dat is gebaseerd op de Oisterwijkse bossen en vennen of andere natuurkwaliteiten in de gemeente. Deze ambitie is hiermee zodoende gerealiseerd.

Jaarlijks terugkerende en aansprekende evenementen

Het realiseren van jaarlijkse terugkerende en aansprekende evenementen in Oisterwijk is gedeeltelijk gelukt. Er zijn enkele evenementen in het centrum die jaarlijks terugkeren. Diverse partners hebben wel aangegeven dat de evenementen niet altijd aansprekend zijn. Hier zijn diverse aandachtspunten, zoals een meer stimulerende rol van de gemeente (aanjaagbudget) en het gericht vanuit de propositie aanjagen van evenementen.

OVERZICHT DOELBEREIK >>

Scores

- + = het doel of de ambitie is volledig waargemaakt
- -/+ = het doel of de ambitie is gedeeltelijk waargemaakt
- - = het doel of de ambitie is niet waargemaakt

DOELEN EN AMBITIES	DOELBEREIK
Hoofddoelen	
300 extra (in)direct banen	-/+
75.000 extra overnachtingen	-/+
Ambities	
Invulling geven aan profilering Parel in 't Groen	-/+
Verbetering samenhangend toeristisch product	+
Hoog niveau gastvrijheid en innovatie	-
Ontwikkeling Toeristische Overstappunten / Natuurpoorten	+
Versterking organisatiegraad	-/+

Hogere bezettingsgraad verblijfsaccommodaties	-/+
Toeristisch-recreatieve ontwikkeling projectlocatiegebied	-/+
Leisure-ontwikkeling KVL terrein	+
Attractie gebaseerd op natuurkwaliteiten	+
Jaarlijks terugkerende en aansprekende evenementen	-/+

1.3 DOELTREFFEND- EN DOELMATIGHEID

Om de gestelde doelen en ambities te verwezenlijken zijn instrumenten gebruikt. Deze zijn gelijktijdig aan het beleid opgesteld in de bijbehorende uitvoeringsagenda. De doeltreffendheid en doelmatigheid van het gebruik van deze instrumenten wordt in de volgende paragrafen in kaart gebracht.

BEPERKTE DOELTREFFENDHEID >>

Wat de doeltreffendheid betreft hebben de ingezette instrumenten naar verwachting een bijdrage geleverd aan de realisatie van enkele van de hoofddoelen en ambities. Echter zijn de instrumenten niet doeltreffend voor de meest ambities en doelen. Bovendien verschilt de mate van doeltreffendheid van de instrumenten:

- Het aanstellen van een buitengebiedmanager is met name **doeltreffend** geweest voor het verbeteren van de samenhang van het toeristisch product (verbinding centrum en buitengebied).
- Investeren in de Toeristische Overstappunten Moergestel, Staalbergven en het station is **zeer doeltreffend** voor het opzetten of verder ontwikkelen van de Toeristische Overstappunten. Doeltreffendheid op de hoofddoelen lijkt echter beperkt.
- De instrumenten voor marketing en promotie zijn **enigszins doeltreffend** geweest voor de invulling van Parel in 't Groen en verbetering van het samenhangend toeristisch product.
- Ook het opstellen van een plan voor gastheerschap en innovatie is **enigszins doeltreffend** geweest voor een hoger niveau van gastvrijheid.

Duidelijk wordt dat de **gebruikte instrumenten doeltreffend zijn voor een aantal specifieke doelen en ambities uit het beleid, terwijl dit voor andere doelen en ambities niet geldt**. Bovendien blijkt uit de interviews dat de instrumenten vaak niet optimaal benut of gebruikt zijn om de doelen en ambities te behalen.

DOELMATIGHEID >>

De meeste instrumenten die zijn ingezet om de doelen en ambities te bereiken hebben enige inspanning gekost in de vorm van mankracht, geld of tijd. **De instrumenten die een hoog effect hebben kosten enige inspanning. Echter is er eveneens inspanning geweest om instrumenten te gebruiken die niet zeer doeltreffend zijn gebleken.** Ten aanzien van deze instrumenten moet de afweging gemaakt worden of het resultaat de inspanning waard is.

OVERZICHT DOELTREFFENDHEID EN DOELMATIGHEID >>

Scores

- Doeltreffendheid: + = hoge effect, -/+ = neutraal effect, - = beperkt of geen effect
- Doelmatigheid: + = lage inspanning, -/+ = neutrale inspanning, - = hoge inspanning
- Instrumenten die niet gebruikt zijn worden aangeduid met N.v.t.

INSTRUMENTEN	DOELTREFFENDHEID	DOELMATIGHEID
Organisatorisch		
• Aanstellen buitengebied manager	+	-/+
• Continuering van Het Toeristisch Platform	N.v.t.	N.v.t.
Ruimtelijke Ordening		
• Projectlocatiegebied beschikbaar stellen voor recreatie en toerisme ondernemers	N.v.t.	N.v.t.
• TOP's Moergestel, Staalbergven, treinstation	-/+	-/+
Promotie		
• Opstellen toekomstplannen marketing & promotie	+	-/+
• Uitwerken profilering Parel in 't Groen	-/+	+
• Opstellen plan voor gastheerschap en innovatie (incl. informatievoorziening)	-	-/+

• Duidelijk profiel voor evenementen	N.v.t.	N.v.t.
--------------------------------------	--------	--------

1.4 CONCLUSIES

De volgende conclusies blijken uit de uitgevoerde evaluatie:

- In de vorige 'Beleidsvisie Oisterwijk, Parel in 't groen' is een groot en divers aantal doelen en ambities opgesteld. Zoals onderbouwd zijn enkele ambities geheel gerealiseerd, enkele gedeeltelijk en enkele niet.
- De louter kwantitatieve aard van de hoofdoelen maakt ze in de praktijk lastig beïnvloedbaar. De invloed van de gemeente op de ontwikkeling van banen en overnachtingen is er wel, maar zeker niet direct als een-op-een relatie te beschouwen.
- Het tussentijds evalueren van het beleid en de bijbehorende acties is van belang om het beleid relevant te houden. Dit is de afgelopen jaren niet als zodanig georganiseerd.
- Het monitoren van toeristisch-recreatieve zaken is belangrijk om te weten hoe de sector zich in Oisterwijk ontwikkelt en vormt de basis van bovengenoemde tussentijdse evaluaties. Dit is de afgelopen jaren niet als zodanig uitgevoerd.
- Om de organisatiegraad van de recreatie- en toerismesector te versterken is het van belang dat de rol en verantwoordelijkheden van de gemeente voor externe partijen duidelijk zijn. Het nieuwe beleid dient hier rekening mee te houden. Waarbij het continu uitdragen en handelen volgens dit beleid meer aandacht verdient.

2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN RECREATIE EN TOERISME

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN TOERISME	
	VAN BESTEMMING NAAR BELEVING De bezoeker en vakantieganger van vandaag de dag ontleent zijn/haar status niet meer aan een bestemming, maar aan beleving en een betekenisvolle ervaring. Deze ervaring is het liefst zo authentiek mogelijk en staat zo dicht mogelijk bij het leven van andere lokale (culturele) groepen. Vaak gaat de beleving gepaard met iets terugdoen voor de maatschappij (social return). Dit betekent dat betekenisvolle thema's als natuurbeleving, cultuur en erfgoed steeds meer voor grotere groepen belangrijk zijn geworden.
	DIGITALISERING INFORMATIEVOORZIENING Niet lang geleden waren we voor onze toeristische informatie met name op het plaatselijke VVV kantoor aangewezen. De consument oriënteert zich tegenwoordig vooral online op zijn/haar bestemming. Apps en socialmedia-kanalen vervangen steeds vaker papieren flyers, plattegronden en routekaarten. Toch kan het fysieke VVV-kantoor nog een belangrijke functie vervullen, denk namelijk aan het persoonlijk adviseren van bezoekers over dingen die ze tijdens hun bezoek kunnen doen¹.
	BELANG VAN RECENSIEMANAGEMENT In toenemende mate is het belang van een goede recensies bepalend voor de keuze van mensen om een dagje uit te gaan. Denk aan platforms als Tripadvisor, waar de rating wordt bepaald door ervaringen en beoordelingen van bezoekers. Ook sociale media spelen een grote rol in het beïnvloeden van mensen om naar een bepaalde attractie of natuurgebied te komen.
	DYNAMIC PRICING EN ONLINE VEILINGSITES Dynamic pricing houdt in dat websites tickets, voor bijvoorbeeld een museum, tegen een lager tarief kunnen aanbieden op dagen of tijdstippen wanneer er minder grote drukte wordt verwacht. Zo weten de voorzieningen meer mensen te trekken, wordt de drukte beter verdeeld over de dagen en kan de winst worden geoptimaliseerd. Ook online veilingssites spelen met aanbiedingen in op deze minder populaire dagen of tijdstippen, maar dit zet de prijzen van aanbieders wel onder druk.
	TWEEDELING INFORMATIEMAATSCHAPPIJ De keerzijde van digitalisering is dat sommige bevolkingsgroepen hier niet goed in kunnen meekomen. Zo groeit door de babyboomgeneratie de groep 65+'ers al jaren. Niet iedereen uit deze groep kan online even gemakkelijk meekomen, terwijl de wereld wel steeds verder digitaliseert. Ouderen lopen vaak achter op het gebruik van smartphone en digitale media, terwijl dit wel steeds vaker de kanalen zijn waar informatie wordt verspreid. Hierdoor ontstaat er een steeds groter wordende kloof. Echter groeit het aantal ouderen dat sociale media gebruikt behoorlijk. Voor 65 tot 75-jarigen gaat het om 76% (40% in 2014) en voor 75+'ers 40% (9% in 2014). Whatsapp is het meest gebruikte platform. 70% van de 65 tot 75-jarigen gebruikt het (25% in 2014) en onder de 75-plussers is 34% actief op het medium en dat was nog 7% in 2014. (bron: NRIT Trendrapportage, 2020).

¹ <https://www.nritmedia.nl/kennisbank/41240/vvvs-in-transitie/?topicsid=>

	BEWUSTZIJN VOOR MILIEU EN KLIMAAT Terwijl het toerisme en het aantal vliegbewegingen al jaren aan het toenemen is, groeit er ook steeds meer bewustzijn over de impact hiervan op het klimaat. In het toerisme is een beweging aan het ontstaan waarbij het reizen een duurzamere vorm aanneemt. Zo worden treinreizen populairder en kunnen mensen met vliegschaamte de CO2 uitstoot van hun vlucht afkopen (compenseren). Daarnaast is de consument steeds vaker op zoek naar een duurzaam of klimaatneutraal verblijf, bijvoorbeeld in een tiny house of duurzaam vakantiepark. Ecobewustzijn is niet alleen sober gedrag: duurzaamheid kan nog steeds gepaard gaan comfort en gemak, maar dan wel gestoeld op circulariteit.
	DEELECONOMIE Digitalisering jaagt de deeleconomie aan. Bij millennials zijn ervaringen belangrijker dan bezittingen, waar toeristische aanbieders actief op inspelen. Deelfietsen, Uber en Airbnb veranderen het toeristische landschap. Dit leidt in de toekomst naar verwachting tot nieuwe mogelijkheden die ook invloed hebben op de toeristisch-recreatieve sector. Zo bieden vakantieparken hun huisjes ook aan op kanalen voor toeristische verhuur van woningen (zoals Airbnb) zodat er branchevervaging optreedt. De OV-fiets is als deelconcept erg populair geworden en op veel stations gemakkelijk te huren.
	VERGRIJZING² De oudere generaties zullen de komende jaren bijdragen aan de groei van de bestedingen in de vrijetijdssector. Dit alleen al vanwege het feit dat het aandeel ouderen in de bevolking toeneemt door vergrijzing. Tot 2030 neemt het aantal 55-plussers toe met bijna 1 miljoen, terwijl de groep 15 tot 55-jarigen min of meer stabiel blijft. 55-plussers zijn interessant voor de vrijetijdssector, vanwege hun hoge inkomen/vermogen waardoor ze meer te besteden hebben. Bovendien zijn de huidige senioren gezonder en actiever dan de vooroorlogse generatie. Ook zorgen ouderen voor betere spreiding van toerisme over het jaar, buiten de toeristische seizoenen. Tot slot maakt vergrijzing de toeristische sector iets minder gevoelig voor de economische conjunctuur, omdat ze niet afhankelijk zijn van inkomen uit werk en tijdens een recessie niet hoeven te vrezen voor verlies van hun baan.

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN RECREATIE

	DUURZAME VERVOERSMIDDELEN De e-bike maakt een enorme opmars door. Sinds 2018 zijn in Nederland voor het eerst meer e-bikes dan reguliere fietsen verkocht. De coronacrisis in 2020 heeft de verkoop van e-bikes nog eens flink gestimuleerd. Ook werkgevers stimuleren het gebruik van de elektrische fiets en provincies en gemeenten investeren in snelfietsroutes. Onderzoek laat zien dat recreatieve e-bikers nauwelijks afwijken in gebruik en interesses van reguliere recreatieve fietsers. Ook de fietsinfrastructuur wordt de laatste jaren flink verbeterd en uitgebreid met bijvoorbeeld snelfietsroutes.
	BEHOEFTE AAN NATUUR, ERFGOED EN CULTUUR Nederlanders ervaren steeds meer druk door de overload van informatie en prikkels die aandacht vragen van de consument. Hierdoor groeit de behoefte aan rust, stilte en de accu opladen. Vrijtijdsactiviteiten als natuurbeleving, wandelen, fietsen en bezoek aan cultuur en erfgoed worden hierdoor belangrijker. Het (prikkelarme) buitengebied wint hiermee de komende jaren verder aan belang als contramale van de prikkelrijke stad.

² Sectorprognose Leisure 2020 en 2021, ABN AMRO (2020)

	RECREATIE EN GEZONDE LEEFSTIJL Het uitoefenen van een gezonde levensstijl is al jaren populair, onder andere door nuttigen van goede voeding en het in beweging blijven. De rol van recreatie in een gezonde levensstijl neemt toe, de coronacrisis heeft de ontwikkeling nog eens versneld. Zo zijn de klassieke recreatievormen wandelen en fietsen populairder dan ooit, onder zowel de jongere als oudere doelgroepen. Een nieuwe ontwikkeling is dat er verschillende lifestylegroepen zijn ontstaan vanuit de gezondheidsoptiek. Denk bijvoorbeeld aan fitness en bootcamps, yoga in het park, gravelbiking (zoveel mogelijk onverhard fietsen) en hiking (sportief wandelen als dagactiviteit).
	BLIJVEND LOKAAL EN REGIONAAL DRAAGVLAK In het algemeen vindt 40% van de vrijetijdsactiviteiten van inwoners plaats binnen de eigen gemeente. Daarbij gaat het met name om hobby- en sportactiviteiten. De overige 60% vindt met name plaats in de regio.³ Doordat veel mensen een groot deel van de vrijetijdsactiviteiten binnen de eigen gemeente uitoefenen, is het aan de gemeenten de taak om het aanbod zo goed mogelijk op de vraag af te stemmen.
	TRACKING APPS STIMULEREN BEWEGEN IN DE BUITENLUCHT Tegenwoordig gebruiken recreanten steeds vaker buitenrecreatie-activiteiten apps en sporthorloges om de bewegingen te tracken en te delen. Denk bijvoorbeeld aan de app Strava, het platform waarop je je eigen activiteiten kunt bijhouden en de activiteiten van je vrienden kunt bekijken. Sporten en bewegen in de buitenlucht wordt hierdoor bijna iets competitiefs. Of de app Ommetje, die stimuleert om dagelijks ten minste 20 minuten te wandelen, waarbij degene met de meeste ommetjes bovenaan in de ranking komt te staan.

3

<https://www.nritmedia.nl/kennisbank/43360/Trend: 40procent vrijetijdsactiviteiten in de eigen gemeente/?zoekhash=eb7356abbf9af0051a1817210ad2b17b>

3 ANALYSE TOERISTISCH-RECREATIEF AANBOD

Dit hoofdstuk gaat in op het toeristisch-recreatief profiel van Oisterwijk. Na duiding van de economische betekenis van de vrijetijdseconomie volgt een typering van de kenmerken van het aanbod voor dagrecreatie, verblijfsrecreatie en zakelijke recreatie. Het hoofdstuk eindigt met de belangrijkste conclusies.

3.1 TOERISTISCHE-RECREATIEVE DNA

Oisterwijk heeft toeristen, recreanten en inwoners het nodige te bieden. Kenmerkend zijn de horeca en terrassen aan De Lind (door sommigen betiteld als het grootste terras van Brabant), het ruime winkelaanbod, het aantrekkelijke buitengebied met Moergestel, het Land van de Hilver en het bijzondere bos- en vennengebied met een grote naamsbekendheid. Deze elementen maken Oisterwijk tot een gevarieerde toeristisch-recreatieve bestemming met een aantrekkelijke identiteit als 'Parel in het groen'.

Indien we inzoomen op de huidige structuur dan vallen twee zaken op: **het levendige centrum van Oisterwijk (sfeerbeeld reuring) en de karakteristieke bossen- en vennenlandschappen in het buitengebied (sfeerbeeld doorgaans rust met op bepaalde plekken en momenten reuring)**. Beide vullen elkaar in functie goed aan.

PROFIEL CENTRUM OISTERWIJK >>

Zoals de vorige Beleidsvisie Toerisme en Recreatie 2014-2020 reeds benoemt, **biedt Oisterwijk een attractieve combinatie van een ruim winkelaanbod met veel horecazen in een aantrekkelijke historische kern**. In het centrum zijn diverse overnachtingsmogelijkheden, van hotels tot B&B's en Airbnb's. In de kern zijn diverse evenementen te beleven, zoals Art in Oisterwijk, Oisterwijk in Concert en Winterglow. Het centrum van Oisterwijk functioneert hiermee als zichtbare bestemming voor bezoekers.

PROFIEL BUITENGEBIED, MOERGESTEL, HEUKELOM EN HAAREN >>

In het buitengebied van Oisterwijk vormt **vooral het bos- en vennengebied van het Baksven ten westen tot de Kampina in het oosten een belangrijke bestemming** voor toeristen en recreanten. Er is een uitgebreid en intensief gebruikt netwerk aan paden en routes voor fietsers, wandelaars en ruiters. Rondom de Gemullenhoekenweg en bij de Scheibaan zijn veel horeca en

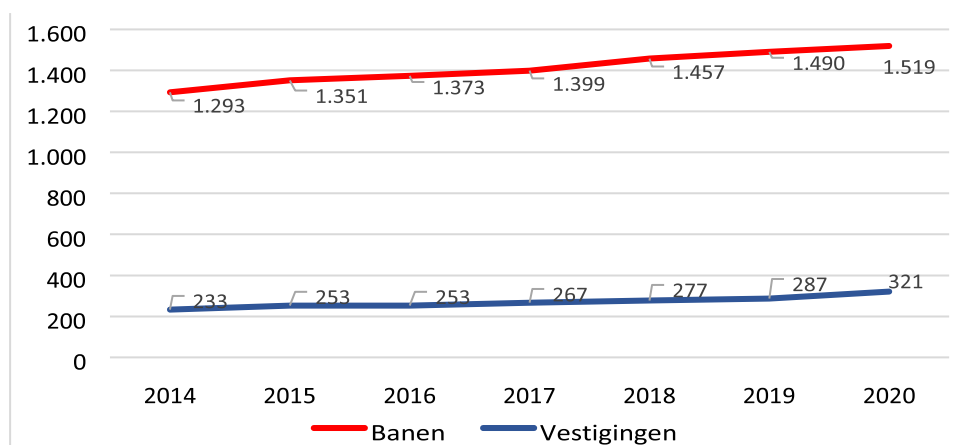
verblijfsaccommodaties te vinden, zowel vakantieparken, kampeerbedrijven als hotels. Aan de Gemullenweg bevindt zich Het Natuurtheater met boscafé de Rode Lelie, waar in de zomer voorstellingen worden gegeven. In Groot Speijk is een aantrekkelijk bezoekerscentrum van Natuurmonumenten geopend en deze plek functioneert als Natuurpoort binnen het netwerk van fiets- en wandelroutes. Er zijn behalve horeca ook diverse buitenactiviteiten mogelijk. Het Staalbergven is een openluchtbad met een bijzonder fraaie ligging midden in de bossen.

Het gebied ten zuiden van de bossen en vennen is voornamelijk agrarisch en veelal open landschap. In het zuidwesten van de gemeente ligt Moergestel, een Brabants dorp met een plattelandskarakter, rustige sfeer en hechte gemeenschap. Diverse voorzieningen zoals een sociaal-cultureel centrum, diverse cafés en B&B's zijn aanwezig. Buiten de kern liggen verschillende recreatiebedrijven zoals campings, restaurants en dan de voorzieningen rondom de Gemullenhoekenweg en de Scheibaan. Moergestel ligt in de Kempen en het Land van de Hilver. Hier zijn diverse initiatieven op het gebied van agrotourisme te beleven. Heukelom is een rustige woonkern met enkele kleinschalige vrijetijdsvoorzieningen.

Sinds 2021 is Haaren toegetreden tot de gemeente Oisterwijk. Kasteel Nemerlaer en Haarendaal (voormalig klooster) zijn hier beeldbepalende plekken. Hoewel Haaren voor een groot deel omringd wordt door land- en tuinbouwgebied zijn er ook natuurgebieden, waarvan Landgoed Nemelaer het belangrijkste is. Dit sluit naar het zuiden toe aan op de Oisterwijkse Bossen en Vennen en op de Kampina. In westelijke richting vindt men het natuurgebied Leemkuilen.

3.2 ECONOMISCHE BETEKENIS

De LISA-cijfers geven aan de hand van het aantal en aandeel banen en vestigingen in recreatie en toerisme een indicatie van hoe de sector zich door de tijd ontwikkelt.



FIGUUR 1 ONTWIKKELING AANTAL BANEN EN VESTIGINGEN IN RECREATIE EN TOERISME OISTERWIJK Bron: Waarstaatjegemeente.nl

Het aantal banen in de gemeente Oisterwijk gerelateerd aan de recreatie- en toerismesector is sinds 2014 jaarlijks toegenomen. **Deze recreatie en toerisme gerelateerde banen zijn gedurende deze periode in Oisterwijk goed voor ca. 10,2% van het totaal aantal banen in de gemeente. Het aandeel is daarmee zeer hoog te noemen**, aangezien het aandeel banen in de recreatie- en toerismesector in Noord-Brabant op ca. 5,9% en landelijk op 6,8% was. Ook het aantal vestigingen dat tot de recreatie- en toerismesector behoort, is in de gemeente Oisterwijk gestegen sinds 2014. Dit aandeel is met ca. 2% eveneens hoger dan in Noord-Brabant (ca. 1,4%) en landelijk (ca. 1,5%). De recreatie- en toerismesector in Oisterwijk is dus van groot economisch belang voor de gemeente.

3.3 AANBOD GEMEENTE OISTERWIJK

DIVERSE (BOVEN)REGIONALE VOORZIENINGEN >>

Binnen de gemeente Oisterwijk zijn meerdere vrijetijdsvoorzieningen die op (boven-) regionaal niveau bezoekers trekken. Dit zijn Tiliander, EKWC, Robèrt, BallonAIRpoort, de Oisterwijkse bossen en vennen en Landgoed Nemerlaer. **Het (boven-) regionale aanbod kenmerkt zich voornamelijk door voorzieningen gerelateerd aan cultuur en natuur.** Daarnaast heeft het centrum van Oisterwijk een belangrijke (boven-)regionale functie als winkel- en horecabestemming. In het centrum **zijn relatief veel modezaken te vinden en het horeca-aanbod voor cafés en restaurant is aantrekkelijk te noemen.** Bovendien is de horeca ook zichtbaar en geclusterd aanwezig, inclusief relatief veel terrassen. Een ander kenmerk in het buitengebied is dat er verspreid over de gemeente diverse eet- en drinkgelegenheden zijn.

AANBOD DAGRECREATIE >>

Het aanbod voorzieningen waar bewoners en bezoekers hun vrije tijd kunnen besteden in Oisterwijk is divers:

- Culturele voorzieningen zijn in Oisterwijk onder andere aanwezig in de vorm van monumenten, galerieën, Landgoed Nemerlaer, het KVL- terrein en bioscoop en cultureel centrum Tiliander.
- Natuur in de gemeente biedt recreatiemogelijkheden. Aanbod bestaat voornamelijk uit de Oisterwijkse bossen en vennen, natuurpoorten en het bezoekerscentrum van Natuurmonumenten.
- Groepsgerichte vermaaksvoorzieningen zijn uitgebreid aanwezig in de gemeente. Er werken verschillende bedrijven samen onder de naam Oisterwijk Adventures om een tal van georganiseerde outdoor-, sport en spelactiviteiten aan te bieden, zoals lasergamen, paintball en handboogschieten. Er zijn ook losse voorzieningen zoals ballonvaarten, bowlen en sloepverhuur.

- Het sportaanbod in de gemeente omvat de standaard sportvoorzieningen zoals een aantal sportscholen, zwembaden, sportverenigingen en specifieke sportfaciliteiten zoals tennis en squash.
- Wellness is in Oisterwijk met name te vinden in de vorm van spa's en zonnestudio's, met Landgoed Rosep als grootschalig concept met wellness, restaurant en hotel.
- Opvallend is het grote aanbod aan horecagelegenheden dat Oisterwijk al jaren heeft. Met 125 vestigingen ligt het aantal horecavestigingen per 1.000 inwoners hier op 4,7, waar dat in Brabant 3,57 en landelijk 3,87 is. Dit is een hoge horecadichtheid te noemen.

Het vrijetijdsaanbod in Oisterwijk wordt dus getypeerd door recreatief winkelen, horeca (zowel in het centrum van Oisterwijk als in het buitengebied), natuur en cultuur. De vermaakvoorzieningen in het buitengebied duiden op het bedienen van een omvangrijke groepsmarkt.

WAARDERING VERBLIJFSRECREATIE >>

Het aanbod verblijfsrecreatie in gemeente Oisterwijk bestaat uit verschillende soorten accommodatietypen. De waardering van aangeboden verblijfsaccommodaties op Zoover geeft een indicatie van de kwaliteit van dit aanbod.

ACCOMMODATIETYPE	AANBOD IN OISTERWIJK	AANBOD OP ZOOVER.NL	AANBOD MET RAPPORTCIJFER 8 OF HOGER
Hotel	8	8	3
B&B	15	4	3
Campings	15	9	7
Vakantieparken	7	6	3
Overig	4	3	3
Totaal	49	34	19

TABEL 1 VERBLIJFSRECREATIE OISTERWIJK

Bron: Zoover.nl 2022 en inventarisatie Bureau Stedelijk Planning

In totaal zijn er **49 verblijfsaccommodaties in Oisterwijk** voor bezoekers om te overnachten. Voor een gemeente met een inwonersomvang van ca. 32.000 inwoners is dit een omvangrijk aanbod te noemen. Hiervan bestaat iets meer dan 60% uit campings en B&B's. Op Zoover worden 34 accommodaties in Oisterwijk aangeboden, waarvan meer dan **55% een rapportcijfer van 8.0 of hoger krijgt**. Een aanzienlijk aandeel van de verblijfsaccommodaties wordt dus goed tot zeer goed gewaardeerd.

ZAKELIJK TOERISME >>

Er zijn meerdere locaties in Oisterwijk waar zakelijke toeristen terecht kunnen voor evenementen, congressen of vergaderingen. De locatie voor grotere evenementen was van oudsher Inside Oisterwijk, maar deze locatie is binnenkort gesloten. Hiermee wordt de mogelijkheid in Oisterwijk om een gehele locatie af te huren voor zakelijke bijeenkomsten zeer beperkt. Verder zijn de drie andere markante vergader- en congreslocaties, namelijk Buitenplaats Tessloo, Landgoed Rosep en Fletcher Hotel-restaurant Boschoord. Deze locaties, plus nog vijf andere kleinere locaties, bieden eveneens vergaderzalen aan. Op het KVL-terrein is recent het NEO KVL Hotel geopend, waarin ruimte is voor zakelijke evenementen.

BEOORDELING CENTRA >>

Gemeente Oisterwijk heeft drie centra, Oisterwijk, Moergestel en Haaren. Het Koopstromenonderzoek 2021 zet de waardering van deze drie centra uiteen.

	OISTERWIJK	MOERGESTEL	HAAREN
Winkelaanbod	8,1	6	6,7
Sfeer en uitstraling	8,3	7,1	7
Veiligheid	8,1	7,5	8,2
Netheid	8	8	8
Aanwezigheid groen	7,6	6,2	6,5
Faciliteiten*	6	5,7	5,3
Parkeren auto	7	8,1	8,1
Stalling fiets	7,5	8	8,1
Bereikbaar auto	7,7	8,2	8,7
Bereikbaarheid fiets	8,5	8,5	8,9
Bereikbaar ov	7,5	5,1	7,7
Horeca	8,7	7,8	6
Totaal	8,2	7,4	7,5

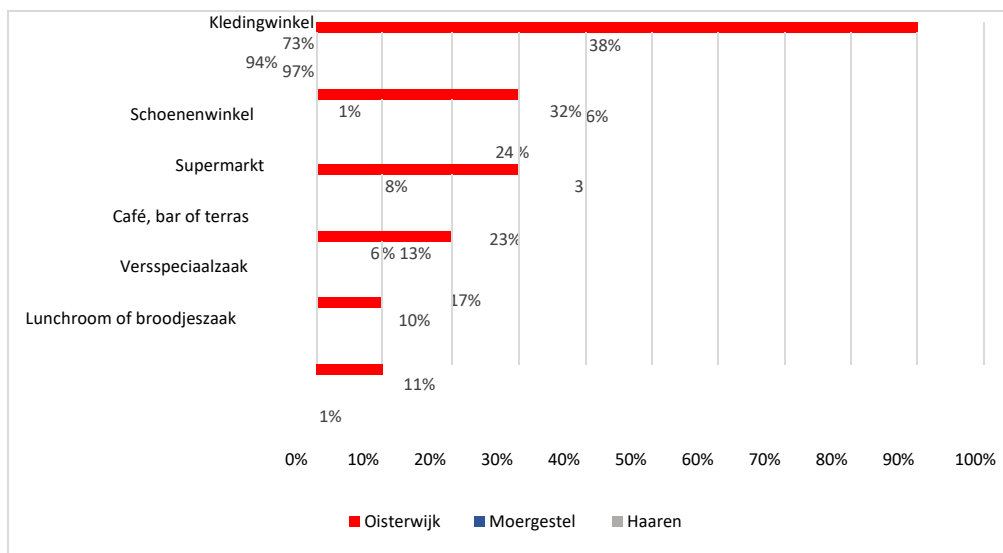
TABEL 2 WAARDERING KOOPCENTRA OISTERWIJK, MOERGESTEL IN HAAREN

Bron: Koopstromenonderzoek 2021

* Faciliteiten zijn uitgevraagd als 'bijv. wc's, wifi, afhaalpunten en bankjes'

De door bezoekers aangegeven 8,2 als gemiddelde cijfer voor het centrum van Oisterwijk is hoog te noemen. Het centrum van Oisterwijk krijgt een duidelijke hogere waardering ten opzichte van de centra Moergestel en Haaren. **De relatief hoge cijfers voor met name de sfeer-uitstraling en de horeca vallen in positieve zin op.**

Daarentegen zijn de faciliteiten (cijfer 6) en parkeermogelijkheden voor de auto (cijfer 7) voor Oisterwijk relatief lager beoordeeld. Verder is combinatiebezoek in het Koopstromenonderzoek 2021 opgenomen, waarbij wordt gekeken naar welke andere voorzieningen (waaronder horeca) worden bezocht in combinatie met modewinkels. Dit laat het volgende beeld zien:

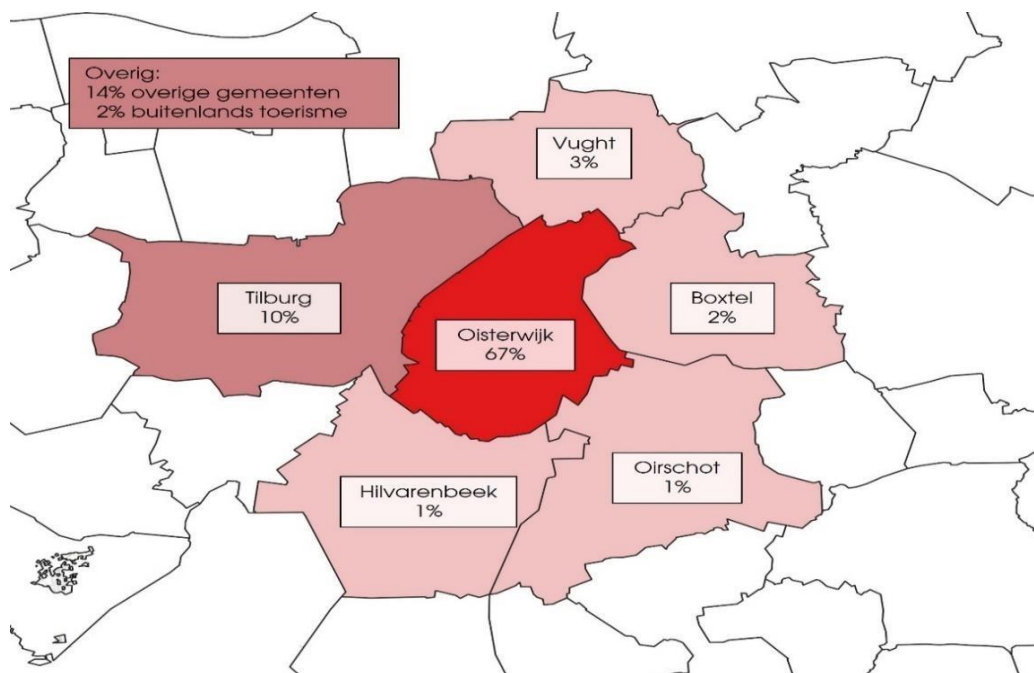


FIGUUR 2 COMBINATIEBEZOEK MET WINKELN

Bron: Koopstromenonderzoek 2021

Liefst 94% van de bezoekers aan modewinkels in Oisterwijk en 97% in Haaren maken een combinatiebezoek met andere modewinkels (kleding en schoenen). Opvallend is dat het centrum Oisterwijk met 23% relatief hoog scoort op een combinatiebezoek met café, bar of terras.

De omzet in gemeente Oisterwijk van aankopen van recreatieve artikelen komt grotendeels uit Oisterwijk zelf. **De gemeenten daaromheen zorgen voor de voornaamste toevloeiing, waarbij Tilburg met 10% de grootste is.** Het is opvallend te noemen dat de Tilburgers zo'n relatief sterke oriëntatie kennen op Oisterwijk: in het algemeen geldt dat kleinere gemeenten direct grenzend aan steden in Nederland een beduidend lagere toevloeiing kennen. Immers een stad heeft op zijn beurt vaak meer te bieden. Naast de sterke binding van Tilburg voor het winkelen, valt op dat 16% van de recreatieve omzet van de gemeente Oisterwijk afkomstig is van gemeenten buiten de regio en buitenlandse bezoekers. Ook dit is een indicatie van een gunstige aantrekkingskracht van Oisterwijk als toeristisch-recreatieve bestemming.



FIGUUR 3 TOEVLOEIING RECREATIEVE OMZET OISTERWIJK

Bron: Koopstromenonderzoek 2021

3.4 INFORMATIEVOORZIENING EN MARKETING

De taken voor toeristische informatievoorziening en marketing zijn sinds 2017 belegd bij Stichting Bezoek Oisterwijk. Deze stichting zet zich met haar partners in voor een sterke positionering, gastvrijheidstaken (toeristisch informatiepunt) en promotie. Inhoudelijke doelen zijn het vergroten van de bekendheid van Oisterwijk, het verlengen van de verblijfsduur en het stimuleren van herhalingsbezoek. Hiertoe voert ze onder ander een promotieparaplu, waarin de afgelopen jaren de propositie 'Parel in 't groen' is uitgedragen. De stichting voert zelf projecten uit op (online, content, campagnes, socials) en is een aanjager voor samenwerking, productontwikkeling en arrangementsontwikkeling van lokale ondernemers en organisaties (activatie). Deze activitatietak zal naar verwachting verder in belang winnen.

Er is met partners ervoor gekozen om deze propositie geleidelijk te laten overgaan in 'O Oisterwijk'. In campagnes en socials is deze nieuwe keuze inmiddels al doorvertaald en de verwachting is dat de komende tijd verder wordt afgestapt van de 'Parel in 't groen'-propositie.

3.5 REFERENTIE BRABANTSE GEMEENTEN

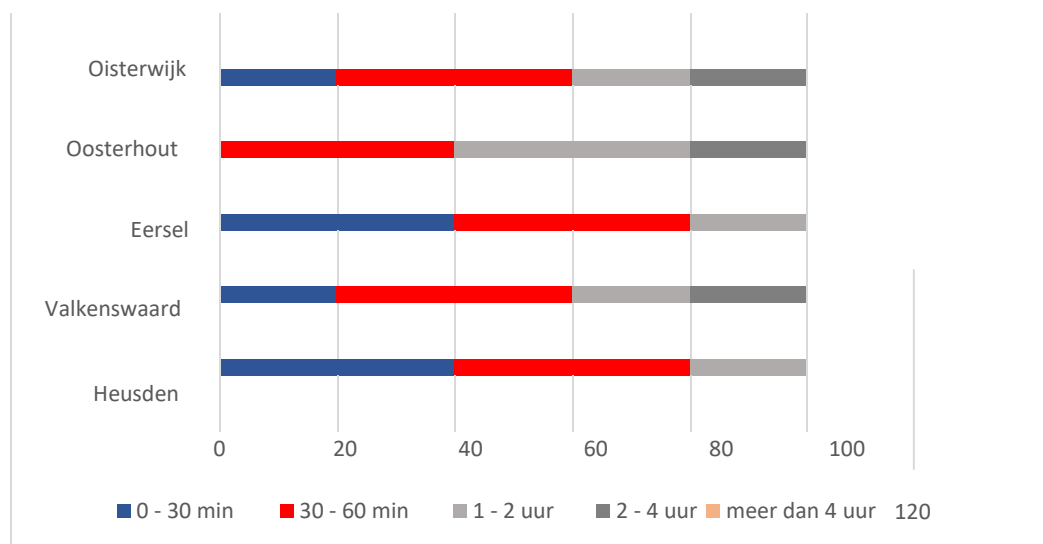
Om te weten hoe toerisme en recreatie er in gemeente Oisterwijk voor staat, is voor bepaalde indicatoren een vergelijking gemaakt met de gemeenten Eersel, Oosterhout, Valkenswaard en Heusden. Deze andere Brabantse gemeenten zijn gekozen vanwege hun vergelijkbare inwonersaantal en de aanwezigheid van zowel stedelijke voorzieningen als natuurgebieden.

DAGRECREATIE >>

Onder andere de waardering en verblijfsduur bezoekers van de voornaamste centra en in de gemeenten geeft een kwaliteitsindicatie.

	OISTERWIJK	OOSTERHOUT	EERSEL	VALKENS- WAARD	HEUSDEN
Winkelaanbod	8,1	7,4	6,7	7,2	7,4
Sfeer en uitstraling	8,3	7,5	6,8	7,3	7,5
Veiligheid	8,1	7,7	7,6	7,7	7,7
Netheid	8	7,8	7,4	7,7	7,8
Aanwezigheid groen	7,6	7,1	6,7	6,6	7,1
Faciliteiten	6	5,9	5,6	5	5,9
Parkeren auto	7	7,7	6,6	7,8	7,7
Stalling fiets	7,5	7,6	7,1	7,7	7,6
Bereikbaar auto	7,7	7,8	6,8	7,9	7,8
Bereikbaarheid fiets	8,5	8,5	8,2	8,6	8,5
Bereikbaar ov	7,5	5,4	7,2	5,7	5,4
Horeca	8,7	8,2	8	7,8	8,2
Totaal	8,2	7,4	7,7	7,2	7,7

TABEL 3 WAARDERING CENTRA OISTERWIJK, OOSTERHOUT, EERSEL, VALKENSWAARD EN HEUSDEN Bron: Koopstromenonderzoek 2021

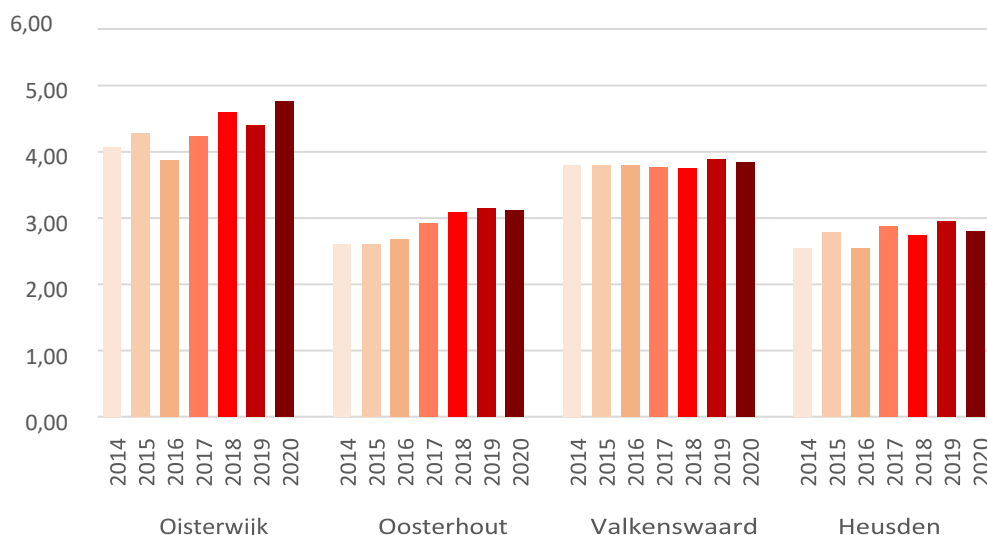


FIGUUR 4 VERBLIJFSDUUR IN HET CENTRUM VAN VERSCHILLENDE GEMEENTEN

Bron: Koopstromenonderzoek 2021

Het centrum van **Oisterwijk** krijgt met het cijfer 8,2 veruit de beste beoordeling van de vijf gemeenten. Relatief positieve aspecten zijn de sfeer en uitstraling van Oisterwijk en de gevestigde horeca. De verblijfsduur geeft een indicatie van hoeveel er voor bezoekers te doen is in de centra. Het centrum van Oosterhout weet bezoekers het langst aan zich te binden, gevolgd door Oisterwijk. Deze twee gemeenten hebben de meeste bezoeken van langer dan een uur.

De horeca in Oisterwijk bleek een positief aspect van het centrum. De hoge horecadichtheid (aantal horecavestigingen per inwoner) is een indicator voor de ruim vertegenwoordigde reuring en gezelligheid in Oisterwijk.



FIGUUR 5 HORECADICHTHEID OISTERWIJK, OOSTERHOUT, VALKENSWAARD EN HEUSDEN

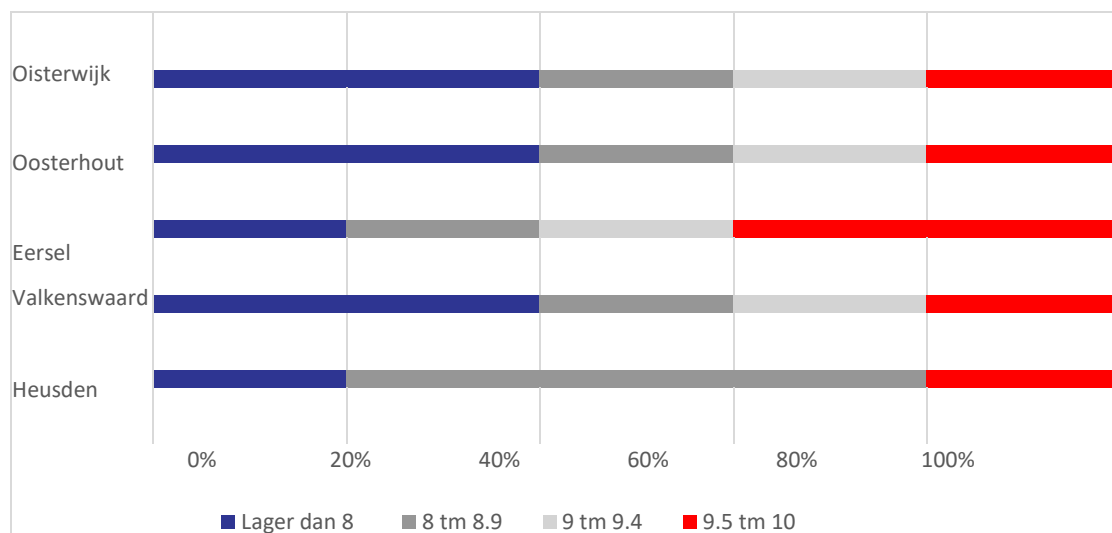
Bron: NBTC Arbeidsmarktmonitor 2022

*Eersel niet beschikbaar

Duidelijk dat in **Oisterwijk** al sinds 2014 meer horecagelegenheden per inwoner zijn dan in de andere gemeenten. Horeca is dus van belang voor de gemeente en het toerisme en recreatie dragen bij aan het voortbestaan van de horecagelegenheden.

VERBLIJFSRECREATIE >>

De beoordeling van verblijfsaccommodaties van Oisterwijk (34) via Zoover is vergeleken met de verblijfsaccommodaties van Oosterhout (15), Eersel (24), Valkenswaard (15) en Heusden (16).



FIGUUR 6 BEOORDELING VERBLIJFSRECREATIE ZOOVER OISTERWIJK, OOSTERHOUT, EERSEL, VALKENSWAARD EN HEUSDEN

Bron: Zoover 2022

De Zoover beoordeling van verblijfsaccommodaties laat zien dat in **Oisterwijk een relatief groot deel lager dan een 8.0 scoort**. Daarentegen is het **aandeel verblijfsaccommodaties dat hoger dan een 9.5 scoort wel relatief hoog**.

De kwaliteit van de beoordeelde verblijfsaccommodaties is over het algemeen enigszins lager dan in Oosterhout, Eersel en Valkenswaard.

ZAKELIJK TOERISME >>

Locaties met zakelijke voorzieningen zijn te vinden in de verschillende gemeenten.

GEMEENTE	EVENEMENTEN-LOCATIE	CONGRES-LOCATIE	VERGADER-CENTRUM/ZAAL
Oisterwijk	1	3	8
Oosterhout	-	1	4
Eersel	-	1	3
Valkenswaard	1	1	2
Heusden	3	2	6

TABEL 4 ZAKELIJKE LOCATIES PER GEMEENTE

Bron: inventarisatie Bureau Stedelijke Planning

Het **aanbod zakelijke voorzieningen in Oisterwijk is relatief ruim** ten opzichte van Oosterhout, Eersel en Valkenswaard. Waar Oisterwijk met name veel vergadercentra/zalen heeft is het zakelijke aanbod in Heusden is enigszins meer divers. Met de beoogde ontwikkeling van het KVL-terrein en de plannen van eigenaar Polimeks is de verwachting dat het zakelijke aanbod zowel kwantitatief als kwalitatief een impuls krijgt. Er komen allerlei nieuwe vergader- en ontmoetingsruimten en een hotel (68 kamers). Gezien het hoge ambitieniveau van deze ontwikkeling en de grote ontwikkelkracht van de exploitant is de verwachting dat de vergadermarkt zich hiermee sterk ontwikkelt.

3.6 CONCLUSIES

- Het toeristisch-recreatieve profiel van Oisterwijk wordt gekenmerkt door het levendige centrum en de karakteristieke bossen en vennen in het buitengebied.
- De leus Parel in 't Groen, die refereert aan het centrum en het buitengebied, zal meer en meer losgelaten worden en uiteindelijk vervangen door 'O Oisterwijk'.
- Het toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente kenmerkt zich door winkelen, horeca, cultuur en natuur. Uit het Koopstromenonderzoek 2021 blijkt ook dat met name het grote aanbod horeca en de sfeer en uitstraling van het centrum Oisterwijk goed gewaardeerd wordt door bezoekers.
- Opvallend is dat er een relatieve grote toevloeiing van Tilburg naar Oisterwijk plaatsvindt. Dit geeft een indicatie dat er aantrekkelijke recreatieve voorzieningen in Oisterwijk te vinden zijn, zoals speciaalzaken.
- Verblijfsaccommodaties in Oisterwijk worden goed beoordeeld, maar scoren gemiddeld lager dan de Brabantse referentiesteden Eersel, Oosterhout, Valkenswaard en Heusden.
- Het zakelijke aanbod is groter dan in de Brabantse referentiegemeenten, maar mist met het sluiten van Inside Oisterwijk een voorziening die compleet afgehuurd kan worden.

4 ANALYSE TOERISTISCH-RECREATIEVE VRAAG

In dit hoofdstuk is het functioneren van de vraag uiteengezet op basis van de beschikbare data. Zowel de huidige als toekomstige vraag naar dag- en verblijfsrecreatie komt aan bod net als een beknopte leefstijlenanalyse van inwoners van Oisterwijk. Het hoofdstuk eindigt met de belangrijkste conclusies.

4.1 OVERNACHTINGEN IN OISTERWIJK

OVERNACHTINGEN REGULIER >>

Het aantal overnachting in Oisterwijk wordt niet specifiek bijgehouden maar op basis van toeristenbelasting kan er wel een schatting gemaakt worden. Dit geeft een inzicht in hoe het toerisme in Oisterwijk is ontwikkeld over de afgelopen jaren.

	INDICATIE AANTAL OVERNACHTINGEN	ONTWIKKELING OISTERWIJK	ONTWIKKELING NOORDBRABANT	ONTWIKKELING NEDERLAND
2016	206.789	-	6,2%	7,1%
2017	205.735	-0,5%	9,4%	9,6%
2018	291.875	+41,9%	6,6%	5,6%
2019	208.487	-28,6%	1,3%	5,4%
2020	232.574*	+11,6%	-37,8%	-47,2%

TABEL 5 ONTWIKKELING TOERISTISCHE OVERNACHTINGEN TEN OPZICHTE VAN JAAR ERVOOR

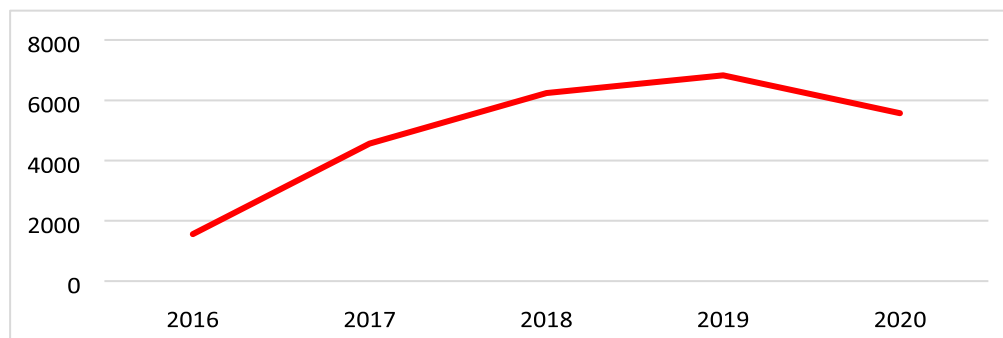
Bron: toevoegen

* Inclusief gemeente Haaren

De tabel omvat de ontwikkelingen van toeristische overnachtingen ten opzichte van het jaar ervoor. **Waar in Nederland en Noord-Brabant het aantal toeristische overnachtingen van 2015 tot met 2019 (dus voor de coronapandemie) toenamen, fluctueerde dit in Oisterwijk meer.** De jaren met toenames (2016, 2018, 2019) laten een grotere toename zien dan op provinciaal en landelijk niveau. Echter zijn er ook jaren met een aanzienlijke afname voor Oisterwijk (2017). In 2020 is een aanzienlijke stijging te zien, te verklaren door de toevoeging van Haaren aan de gemeente. Regionaal en landelijk waren er in coronajaar 2020 juist grote dalingen en deze dans heeft Oisterwijk dus duidelijk weten te ontspringen.

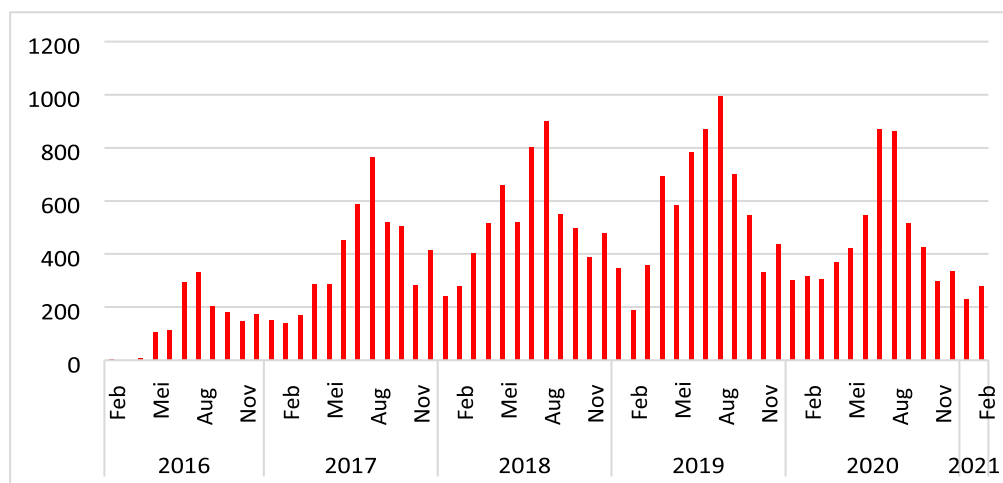
OVERNACHTINGEN AIRBNB >>

Via Airbnb (en VRBO) worden sinds februari 2016 accommodaties verhuurd in de gemeente Oisterwijk. Het aantal actieve Airbnb's in de gemeente Oisterwijk bedroeg in 2020 ca. 80 actieve aanbieders. Hoewel dit sinds 2016 een opmars is, betekent dit qua volume een beperkt aantal voor een gemeente van ca 32.000 inwoners. Als we inzoomen op de ontwikkeling van het aantal gereserveerde overnachtingen door de tijd heen, dan valt op dat de vraag het aanbod volgt. Er is een gestage groei sinds 2016 zichtbaar, maar met een volume van 6.800 overnachtingen in 2019 en 5.600 in 2020 is **de markt van particuliere toeristische verhuur in Oisterwijk zeer bescheiden van omvang te noemen.**



FIGUUR 7 AANTAL JAARLIJKS GERESERVEERDE OVERNACHTINGEN VIA AIRBNB IN GEMEENTE OISTERWIJK

Bron: Universiteit Utrecht



FIGUUR 8 AANTALGERESERVEERDE OVERNACHTINGEN VIA AIRBNB IN DE GEMEENTE OISTERWIJK

Bron: Universiteit Utrecht

In de spreiding van de Airbnb-overnachtingen over het kalenderjaar is een duidelijke piek te zien in de zomermaanden juli en augustus. Dit is een patroon dat doorgaans gangbaar is in Nederland en duidt op een overwegend toeristisch gebruik van de accommodaties (niet voor zakelijke doeleinden).

4.2 BEZOEKEN AAN VRIJETIJDSVOORZIENINGEN

Een eenduidige bron voor het dagbezoek ontbreekt. In Oisterwijk is geen centrale plek waar data over bezoekersaantallen worden geregistreerd. Wel kunnen er een aantal cijfers worden

toegekend aan verschillende trekpleisters in Oisterwijk en haar grotere omgeving. **Zo trekken de natuurgebieden Kampina en Oisterwijkse Bossen en Vennen naar schatting jaarlijks tussen de 500.000-800.000 bezoekers.** Hiervan trekt het natuurgebied de Oisterwijkse Bossen en Vennen jaarlijks 416.000 bezoekers, waarmee het op de vijfde plaats van de meest bezochte natuurgebieden in Noord-Brabant komt te staan. Over de andere natuurgebieden zijn geen duidelijke cijfers te vinden.

VOORZIENING	2019	2020	2021
BallonAIRpoort*	120	90	135
Oisterwijkse bossen en vennen	-	-	416.000
Kasteel Nemerlaer	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar
Reuselhoeve	28.000	15.000	25.000
De Stoommachine	3.000	-	-
Natuurtheater	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar
Toeristentrein de PAREL express	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar	Niet beschikbaar

TABEL 6 BEZOEKERSAANTALLEN VRIJETIJDSVOORZIENINGEN OISTERWIJK Bron: Eigen inventarisatie.

* Aantal passagiers op uitgevoerde ballonvluchten, dus exclusief bezoekers aan verblijfsaccommodaties

4.3 LEEFSTIJLEN BEWONERS

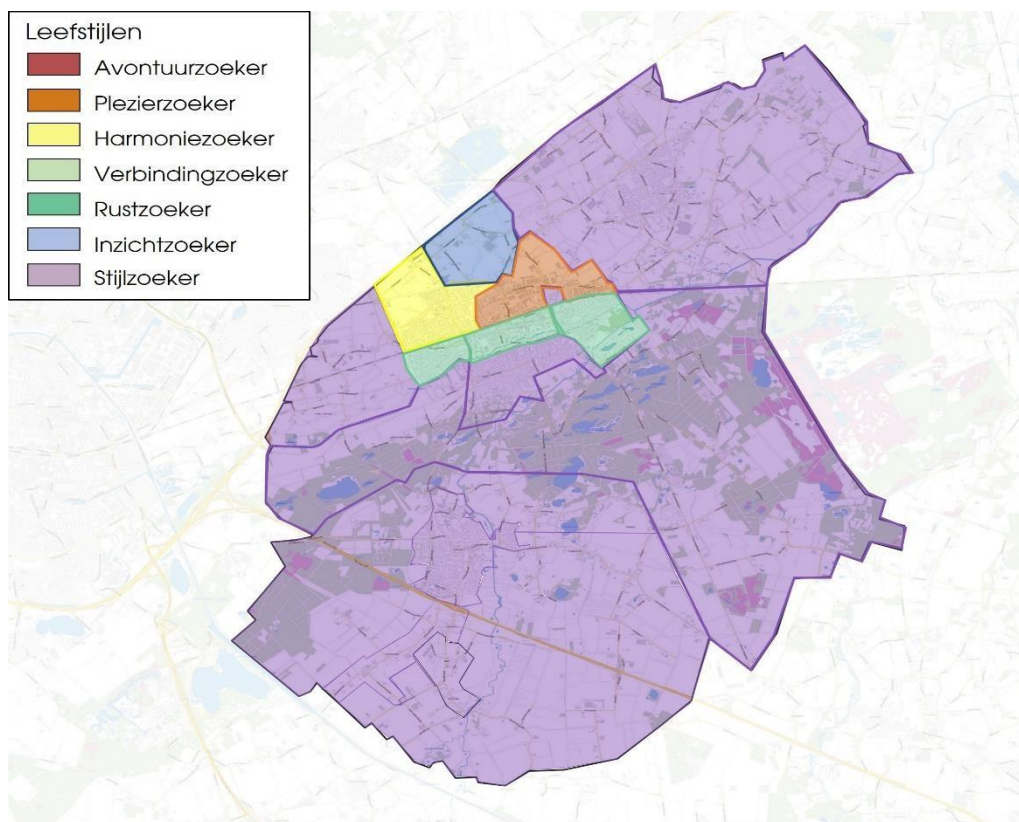
De Leefstijlvinder geeft een inzicht in de kwalitatieve kenmerken van de vraag naar vrijetijdsvoorzieningen van de bewoners van Oisterwijk. De leefstijlen van de bewoners zijn te onderscheiden voor vrijetijdsgedrag en hebben eigen kenmerken.

	OISTERWIJK %	NOORD-BRABANT %	NEDER-LAND %
Avontuurzoekers	7,4	7,7	11,0
Plezierzoekers	12,4	16,4	18,0
Harmoniezoekers	11,3	12,7	11,2
Verbindingzoekers	14,1	14,3	12,7
Rustzoekers	18,0	18,7	18,0
Inzichtzoekers	16,7	14,2	14,0
Stijlzoekers	20,1	16,0	15,0

TABEL 7 VERDELING LEEFSTIJLEN ONDER BEWONERS

Bron: Leefstijlvinder

Het algehele beeld van Oisterwijk is dat het enigszins verschilt met de leefstijlverdeling van Nederland en Noord-Brabant. Zo is de groep Stijlzoekers in Oisterwijk relatief groot en de groep Plezierzoekers relatief klein. Per wijk in Oisterwijk verschillen de dominante leefstijlen.



FIGUUR 9 DOMINANTE LEEFSTIJLEN PER WIJK

Bron: Leefstijlvinder

In het merendeel van de wijken is Stijlzoekers de dominante leefstijl, die vrije tijd graag besteedt aan comfortabele activiteiten. De Stijlzoekers houden in het algemeen van culturele voorzieningen en horeca en hebben bovengemiddeld veel te besteden. Binnen de Stijlzoekers komen ook relatief veel gezinnen voor.

In drie wijken, waaronder Oisterwijk centrum, zijn de Rustzoekers dominant. Deze groep kenmerkt zich door het besteden van vrije tijd dicht bij huis, heeft en wat traditioneler gedragspatroon en bovendien ook wat minder te besteden. Het is een groep die het best gedijt met rust en natuur. In de meeste wijken zijn de Avontuurzoekers of Verbindingszoekers verreweg de kleinste groep.

4.4 PROGNOSE VRAAG BEWONERS

De recreatie- en toerismesector in Oisterwijk is deels afhankelijk van inwoners uit de eigen regio. De ontwikkeling van inwonersaantal van Oisterwijk de komende jaren zal van invloed zijn op het aantal ondernomen recreatieve activiteiten in de gemeente. Op basis van de gemiddelde huishoudensgrootte en woningbouwplannen in het onderzoeksgebied wordt de verwachte inwonersontwikkeling bepaald.

HUIDIGE KENMERKEN			HARDE PLANCAPACITEIT		ZACHTE PLANCAPACITEIT	
	INW. 2021	GEM. HH. GROOTTE	INW. 2030	GROEI 2021-2030	INW. 2030	GROEI 2021-2030
Oisterwijk	32.373	2,2	33.110	2,3%	35.090	8,4%

TABEL 8 VERWACHTTE INWONERSGROEI OBV PLANCAPACITEIT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

De komende jaren tot 2030 zal het inwonersaantal van Oisterwijk naar verwachting toenemen tussen de 2,3% en 8,4%. De reeds vastgestelde woningbouwplannen zorgen voor een groei van 2,3%. In de komende jaren zullen er naar verwachting nog meer woningbouwplannen bijkomen, waardoor de toename van inwoners kan oplopen tot 8,4%. Uitgaande van deze groei, kan een inwonersvolume van ca. 35.000 worden verwacht in 2030. Dit betekent dat het aantal ondernomen recreatieve activiteiten in de gemeente verder zal toenemen.

Eerzijds zal er hierdoor meer draagvlak komen voor vrijetijdsvoorzieningen. Anderzijds kan de druk op het buitengebied voor wandelen, fietsen en paardrijden ook verder toe.

4.5 CONCLUSIES

- Het aantal toeristische overnachtingen in gemeente Oisterwijk fluctueert de afgelopen jaren (ook voor de coronapandemie). In 2020 is Haaren bij de gemeente gevoegd, waardoor het aantal overnachtingen sterk toenam.
- Bezoekersaantallen zijn niet van veel voorzieningen bekend en er mist een centrale plek om deze te verzamelen. Wel is duidelijk dat de natuurgebieden Kampina en de Oisterwijkse Bossen en Vennen jaarlijks naar schatting 500.000-800.000 bezoekers trekken. De Oisterwijkse Bossen en Vennen staat zelfs op vijfde plaats van de meest bezochte natuurgebieden in Noord-Brabant.
- De dominante leefstijl in gemeente Oisterwijk is de Stijlzoeker. Deze groep heeft over het algemeen relatief veel te besteden en houdt van cultuur en horeca. Dit sluit goed aan bij het toeristisch-recreatieve aanbod van de gemeente. In drie wijken in Oisterwijk is de Rustzoeker dominant. Deze groep is traditioneler en besteed graag tijd rondom huis en in natuur.
- Het inwonersaantal van gemeente Oisterwijk zal tot 2030 toenemen tussen 2,3% en 8,4%. Hierdoor zal de vraag naar vrijetijdsvoorzieningen toenemen en kan ook de druk op het buitengebied groeien.

5 ISSUES EN AANBEVELINGEN

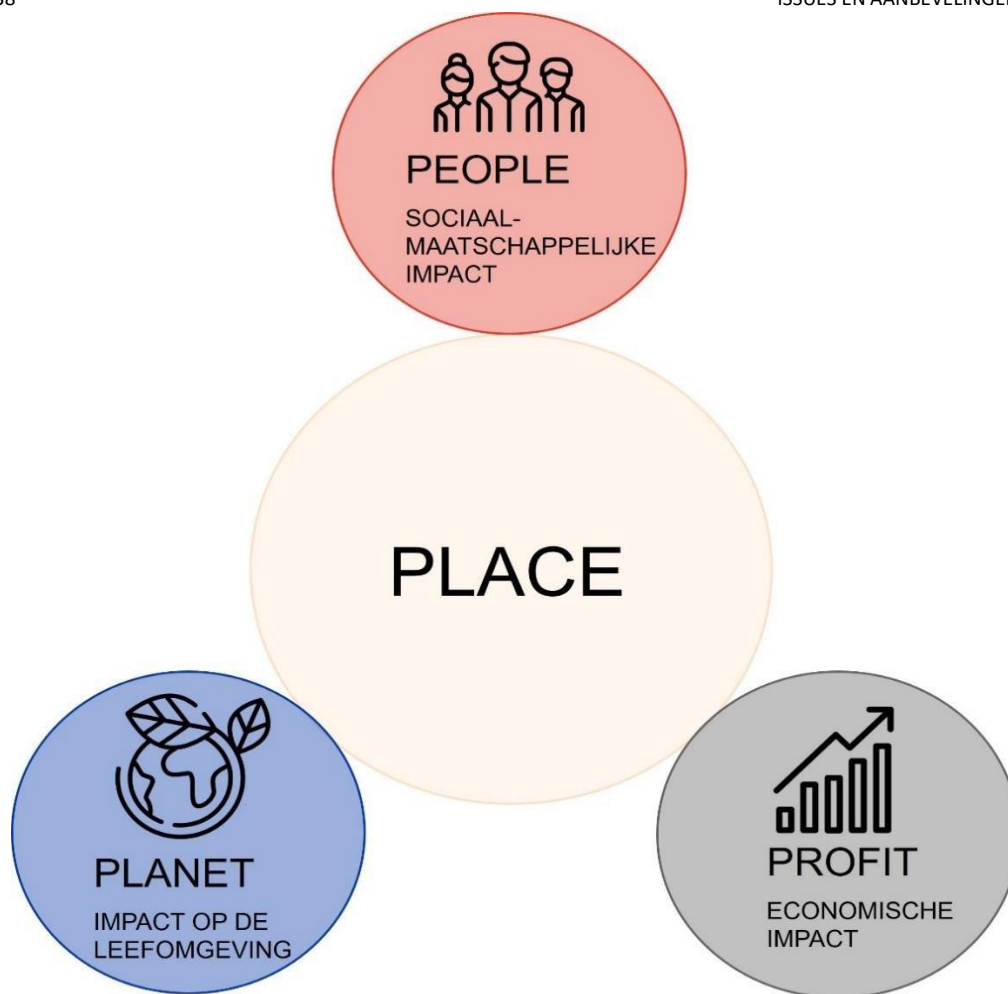
Uit de analyses zijn inhoudelijke vertrekpunten te formuleren, die de basis vormen voor verdere beleidsontwikkeling (paragraaf 5.1). Op een thema-avond met organisaties, ondernemers en bewoners is de huidige stand van zaken over functioneren van aanbod en vraag gepresenteerd. Stellingen zijn voorgelegd aan de zaal en er is discussie gevoerd. Dit heeft input opgeleverd die, samen met een interviewronde met lokale en regionale sleutelpersonen strategische keuzes (paragraaf 5.2) en issues (paragraaf 5.3) heeft opgeleverd en is verwerkt in dit hoofdstuk. Paragraaf 5.4 eindigt met aanbevelingen hoe de gemeente Oisterwijk nu verder de stap kan maken naar een toeristisch-recreatieve beleidsvisie en uitvoeringsplan.

5.1 VERTREKPUNTEN

Sinds enkele jaren vindt in Nederland een transitie plaats rondom beleidsontwikkeling in recreatie en toerisme. Perspectief 2030 van NBTC, waaraan Brabantse partners als de provincie Noord-Brabant en VisitBrabant zich hebben gecommitteerd, en het advies Waardevol Toerisme van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (RLi) zijn hierin leidend. Ze geven een inhoudelijk kader dat op gemeentelijk niveau de volgende vertrekpunten markeert.

Inzetten op brede waarde van recreatie en toerisme

Recreatie en toerisme vormen niet alleen economisch beleid om bij te dragen aan meer werkgelegenheid en bestedingen ('meer, meer-benadering'), maar evengoed een breder domein om een **bijdrage te leveren aan bredere maatschappelijke opgaven** ('duurzame benadering en toerisme als middel'). De People, Planet en Profit zijn alle drie evenveel waard en essentieel om de toegevoegde waarde van toerisme en recreatie te optimaliseren. Het landelijke perspectief van NBTC heeft inmiddels tientallen overheden en destinatiemarketingorganisaties (DMO's) aangezet tot het ontwikkelen van nieuwe, duurzame plannen. Een belangrijk onderdeel hierbij is dat behalve ondernemers ook bewoners vroegtijdig dienen te worden gehoord, dat er goed dient worden ingespeeld op het DNA van het gebied en dat de koppelkansen met andere, specifieke opgaven worden doorvertaald naar inspanningen van het toeristisch-recreatieve werkveld. Het uitgangspunt is om dit landelijke perspectief als richtinggevend kader aan te houden voor de specifieke opgaven van de gemeente Oisterwijk. Visueel gaat het dan om het volgende model, waarbij Place staat voor de gemeente Oisterwijk:



FIGUUR 10 PEOPLE, PLANET EN PROFIT: DE WAARDEN VAN TOERISME

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Aandacht voor het verlichten van overlast van bezoek

Om de verwachte toename van bezoekers in goede banen te leiden en te voorkomen dat toerisme ons overkomt, pleit de Rli voor toekomstgericht sturen op toerisme door overheden in alle gebieden van Nederland. In de interviews en tijdens de thema-avond is gepeild in hoeverre er in Oisterwijk sprake is van overlast van recreatie en toerisme. **Er valt te constateren dat er op piekmomenten drukte is van bezoek in en nabij de natuurgebieden.** De negatieve effecten zijn in Oisterwijk te typeren als mobiliteits- en verkeersprobleem in en nabij de natuurgebieden. Er is zijn geen noemenswaardige negatieve effecten van recreatie en toerisme geconstateerd op het vlak van milieu, woningmarkt, erfgoed of andere domeinen. In Oisterwijk speelt de druk van autoverkeer op Mooiweer dagen, die zijn geconcentreerd in de periode mei tot en met september. De inzet van het nieuwe beleid dient te zijn om een situatie van overtoerisme te voorkomen en de ervaren druk van de piekbelasting van autoverkeer in en nabij de natuurgebieden te verlichten.

Ruimtelijke noties in Visie Buitengebied zijn leidend

De gemeente Oisterwijk heeft recent de uitgangspunten voor de Visie Buitengebied opgesteld die ruimtelijke noties geeft voor onder meer recreatie en toerisme. De belangrijkste noties zijn:

- **Behoud gevarieerd toeristisch aanbod.** Nieuwe initiatieven moeten van toegevoegde waarde zijn op het huidige toeristische aanbod.
- **Behoud en versterking huidig toeristisch aanbod.** Dit onder meer door bestaande recreatiebedrijven de mogelijkheid te bieden om te ontwikkelen en te vernieuwen; Focus ligt op Kwaliteitsverbetering en/of ontwikkeling van bestaande exploitaties.
- Er wordt **terughoudend omgegaan met nieuwvestiging en alleen op passende locaties.** Een passende locatie is onder meer gelegen binnen een gebied met hoge dynamiek conform de zonering. Nieuwvestiging binnen een gebied met lage dynamiek is in beginsel niet toegestaan.
- De **huidige zonering blijft een goed uitgangspunt.** Een nadere uitwerking van de huidige zonering komt aan bod in de nieuwe toeristische visie en uitwerking wordt genoemd bij H6 Kansenkaart.
- Het **versterken van het toeristische potentie en toegankelijkheid/bereikbaarheid in het buitengebied** door het behoud en verbetering van de fiets- en wandelnetwerken.
- Behoud **evenementen in het buitengebied**, omdat deze van belang zijn voor de toeristische recreatieve sector binnen onze gemeente.
- Door **aan te sluiten bij het Van Gogh Nationaal Park** zien we kansen om de economie, toerisme en recreatie een impuls te geven.

5.2 INHOUDELIJKE PRINCIPES

Om de kwaliteiten van natuur, cultuur en erfgoed te koesteren en actief te sturen op een toeristisch-recreatieve ontwikkeling die balans weet te houden tussen bezoek en draagkracht en bovendien goed aansluit bij het DNA van Oisterwijk is het van belang voor de gemeente om algemene principes vast te leggen. Deze principes gelden als strategische keuzes en zijn inhoudelijk sturend. Uit de analyses, interviewronde en thema-avond zijn de volgende principes van belang.

PRINCIPE 1: ONDERLINGE SAMENHANG TUSSEN KERNEN OISTERWIJK, HAAREN, MOERGESTEL, HEUKELOM EN BUITENGEBIED VERSTERKEN >>

Door aandacht te schenken projecten die de onderlinge doorverwijzing voorop stellen en de samenhang tussen de kernen en het buitengebied versterken, kunnen recreatie en toerisme een directe bijdrage leveren aan versterking van het functioneren van Oisterwijk als geheel. Voor Haaren is dit interessant als nieuw toegetreden kern. Dit kan nadere uitwerking krijgen in product- en arrangementontwikkeling, routevorming en marketinginzet/toeristisch-recreatieve informatievoorziening. De reeds geformuleerde ambities in de Visie Buitengebied zijn leidend. Een andere dimensie van het versterken van onderlinge samenhang is een inzet om de organisatie en samenwerking tussen ondernemers, organisaties, erfgoed- en natuurpartners te verbeteren. Een verbeterde orgware zal leiden tot meer gezamenlijke projecten en versterkt de effectiviteit van de

uitvoering. Hierbij kan ook nader worden gezien hoe de regionale samenwerking verder kan worden versterkt, zowel voor de samenwerking in beleidsuitvoering en deelname in regionale programma's (Midpoint Brabant, Routebureau, Nationaal Park Van Gogh) als de samenwerking in regionale marketing (zoals met Visit Brabant en NBTC). Ten slotte zou meer onderlinge samenhang van sociaal-maatschappelijke waarde zijn door inwoners van de verschillende kernen met elkaar te verbinden.

PRINCIPE 2: BETERE SPREIDING VAN BEZOEK OVER GEHELE GEMEENTE ZOWEL IN RUIMTE ALS IN TIJD >>

Om de piekbelasting op de Oisterwijkse natuur beter te managen, is het van **belang om in te zetten op een proactieve sturing van de bezoekers (binnen de mogelijkheden die er zijn)**. Dit betekent een verdere uitwerking van instrumenten voor spreiding in ruimte en tijd. Spreiding in ruimte is mogelijk door meer aandacht te geven (bijvoorbeeld in informatievoorziening en marketing) in onbekendere, kleinere plekken die wel capaciteit hebben om te groeien, de Natuurpoorten mogelijk uit te breiden met een extra locatie en deze plekken ook te bestempelen als regionaal opvanggebied met een bijbehorende set aan maatregelen (zoals verbeteren parkeermogelijkheden, bebording en verbeteren infra), aandacht te hebben voor productontwikkeling en thematische routeontwikkeling in het buitengebied. Spreiding in tijd is mogelijk met de inzet van evenementenbeleid zoals een regeling voor passende evenementen, een evenementenloket of verbeteren van de samenwerking tussen evenementenorganisaties.

PRINCIPE 3: PROJECTEN DIENEN BEHALVE ECONOMISCHE WAARDE MAATSCHAPPELIJKE WAARDE TOE TE VOEGEN >>

Het gaat niet alleen om meer bezoek en meer bestedingen, maar in het nieuwe beleidsplan kan als principe gelden dat alle toeristisch-recreatieve voorzieningen en projecten **behalve een economische waarde ook altijd maatschappelijke waarde dienen toe te voegen**. Dit kan dan gaan om sociaal-maatschappelijke waarde zoals:

- bijdrage aan trots van de lokale gemeenschap (bijv. de ZAPpers)
- fysieke en mentale gezondheid door middel van beweging in de natuur
- ruimte voor social return

Ook kan dit gaan om groene waarde zoals:

- bijdrage aan onderhoud van de natuur
- natuureducatie
- verduurzaming

Uit de thema-avond is duidelijk gebleken dat in Oisterwijk de sociaal-maatschappelijke kracht groot is en ook als belangrijk wordt bevonden. Het voordeel van deze brede welvaarts-benadering is dat het beleving van de lokale gemeenschap altijd aan de voorkant wordt meegenomen in afwegingen voor al dan niet meewerken aan nieuwe toeristisch-recreatieve voorzieningen of activiteiten. Hiervoor is het van belang om met alle betrokken partijen in gesprek te blijven.

PRINCIPE 4: BIJ NIEUWE FUNCTIES DE JUISTE VRIJETIJDSVOORZIENING OP DE JUISTE LOCATIE MET VERSTERKING VAN OMGEVINGSKWALITEIT >>

In lijn met het vorige principe voor meer aandacht voor maatschappelijke waarde, is het van belang **om ruimtelijk gezien te kiezen voor het principe om bij nieuwe ontwikkelingen de juiste vrijetijdsvoorziening op de juiste locatie te willen zien vestigen en hierbij als voorwaarde te stellen dat de ontwikkeling ook kwaliteiten toevoegt in landschap of aantrekkelijkheid van de omgeving.** Dit betekent dat nieuwe vrijetijdsvoorzieningen altijd oog moeten hebben voor versterking van de omgevingskwaliteit. Denk bij de vestiging van een campercamping aan een groene, landschappelijke inbedding in de omgeving of bij een nieuwe kampeervoorziening bij de boer aan het nemen van natuurbeheermaatregelen. Het gaat hier dan om een directe bijdrage aan een positieve bijdrage aan de leefomgeving (planet). Om toekomstbestendig te zijn, is het voor Oisterwijk van belang om oog te houden voor de natuur- en erfgoedkwaliteiten. Voor het buitengebied geeft de nieuwe Visie Buitengebied geeft duidelijkheid over de juiste vrijetijdsvoorziening op de juiste locatie.

PRINCIPE 5: DE BESTAANDE BASIS IN FACILITEITEN, VOORZIENINGEN EN ROUTES DIENT OP ORDE TE ZIJN >>

Oisterwijk kan bogen op een aantrekkelijk aanbod van recreatieve **basisinfrastructuur, zoals de routenetwerken, natuurpoorten en recreatieve bewegwijzering.** Het is van belang om deze basis op orde te houden en hier blijvend aandacht aan te schenken. Op basis hiervan kunnen organisaties en ondernemers arrangementen ontwikkelen, hun diensten aanbieden en zorgen voor een aantrekkelijk toeristisch-recreatief verblijfsklimaat. De basis schoon, aantrekkelijk en gastvrij houden is een publieke taak.

5.3 INHOUDELIJKE ISSUES

Voor de gemeente Oisterwijk blijken uit de analyses, interviewronde en thema-avond de volgende issues manifest:

ISSUE	TOELICHTING	GEEFT INVULLING AAN WELKE PRINCIPE?
Oplossen knelpunten recreatiemobiliteit buitengebied	Om de ervaren drukte op piekmomenten op en bij recreatie- en natuurgebieden aan te pakken is een nadere analyse nodig van de concrete knelpunten. Het gaat het oplossen van parkeren in de bermen, verhogen van de veiligheid van fietsers en wandelaars, toevoegen van parkeerplaatsen. Het functioneren van de toeristische overstappunten/ natuurpoorten wordt hierbij betrokken, net als de belangrijkste recreatieve routestructuren. Inzet is om de drukbezochte plekken beter te managen en tegelijkertijd te spreiden naar minder bezochte plekken.	Principe 1: versterken samenhang Principe 2: betere spreiding van bezoek Principe 5: basis op orde
Bebording en fysieke doorverwijzingen optimaliseren	Het basisnetwerk van de fietsknopen en wandelroutes is op orde. Tegelijkertijd zijn de hotspots en TOP's/natuurpoorten drukker dan ooit. Om deze te verlichten en een betere spreiding te krijgen, is een actualisatie van de bebording en doorverwijzingen noodzakelijk.	Principe 1: versterken samenhang Principe 2: betere spreiding van bezoek Principe 5: basis op orde
Thematische routeontwikkeling	Er is nauwelijks aanbod op het vlak van natuur- en erfgoedroutes die Oisterwijkse verhalen vertellen. Samen met andere partners als Routebureau Brabant inzet op routes met een verhaal. Hierbij kan de nieuwe Canon van Oisterwijk inspiratie bieden.	Principe 1: versterken samenhang Principe 2: betere spreiding van bezoek Principe 5: basis op orde

Ruimte voor aantrekkelijke concepten	Om meer variatie te krijgen in het huidige aanbod is het wenselijk om aantrekkelijke concepten van ondernemers te stimuleren. Dit kan gaan om zowel concepten voor verblijfsconcepten (zoals bijzondere overnachtingsmogelijkheden) als om dag concepten (zoals aanvullende horecaconcepten). Om toekomstbestendig te zijn, is het voor Oisterwijk van belang om oog te houden voor vernieuwende toeristisch-recreatieve concepten, zowel voor dag-, verblijfs- als zakelijk aanbod. Het verblijfsrecreatief aanbod is wat het segment vakantieparken betreft relatief eenzijdig en in het algemeen traditioneel. Initiatiefnemers voor nieuwe concepten wordt verzocht om aan te geven hoe de concepten bijdragen aan verhogen van de maatschappelijke waarde. Hiermee kunnen de verblijfsbezoekers meer als aanvullende motor dienen dan nu het geval is. Het verblijf bij de boer kan hierbij verder worden gestimuleerd, maar tegelijkertijd dient duidelijk te zijn wat de regels zijn en in welke zones mogelijkheden zijn en waar niet. De Visie Buitengebied geeft hier duidelijkheid over.	Principe 3: economische en maatschappelijke waarde Principe 4: versterking omgevingskwaliteit bij nieuwe functies
Passende arrangementontwikkeling	Marktpartijen en andere partners kunnen aan het merk Oisterwijk actief invulling geven met het aanbieden en opzetten van nieuwe producten en arrangementen. De gemeente kan verkenningen en eenmalige bijdragen aan kansrijke nieuwe projecten stimuleren, passend bij het DNA van Oisterwijk. Initiatiefnemers wordt verzocht om aan te geven hoe de concepten bijdragen aan verhogen van de maatschappelijke waarde.	Principe 1: versterken samenhang Principe 2: betere spreiding van bezoek Principe 3: economische en maatschappelijke waarde
Subsidie en aanjagen passende evenementen	Om te stimuleren dat er nieuwe evenementen komen en dat deze bovendien passen in het merk Oisterwijk zou een subsidie voor evenementen in het leven kunnen worden geroepen. Hiermee kan worden gestuurd op thema's die aansluiten bij het DNA en gewenste	Principe 1: versterken samenhang Principe 2: betere spreiding van bezoek

	profiel van Oisterwijk. Initiatiefnemers wordt verzocht om aan te geven hoe de concepten bijdragen aan verhogen van de maatschappelijke waarde.	Principe 3: economische en maatschappelijke waarde
Samenwerking en organisatiekracht verbeteren	Er is breed draagvlak om het Platform Toerisme en Recreatie Oisterwijk te herijken. Voorheen had dit platform vooral een informerende functie met een accent op marketing, product- en arrangementsontwikkeling. Uit de werksessie is gebleken dat men graag een hands-on platform wil, waarin op basis van de issues uit het beleid wederzijds tussen gemeente, ondernemers en organisaties afspraken worden gemaakt over de uitvoering van concrete projecten. De vertegenwoordiging dient hierbij evenwichtig te zijn, inclusief aandacht voor een brede geografische dekking. De gemeente dient ambtelijk deel te nemen en kan zo een vast gezicht gaan vormen voor de ondernemers en organisaties. Bewaakt dient te worden dat er op inhoud daadwerkelijk en concreet wordt samengewerkt. Een wederzijdse winwin is hierbij een belangrijk uitgangspunt. De uitdaging is dat dit platform geactiveerd kan worden in de issues die spelen en hierin worden erkend en gekend.	Principe 1: versterken samenhang Principe 2: betere spreiding van bezoek Principe 3: economische en maatschappelijke waarde

TABEL 9 ISSUES VOOR DE GEMEENTE OISTERWIJK

Bron: Bureau Stedelijke Planning

5.4 HOE NU VERDER NAAR BELEID?

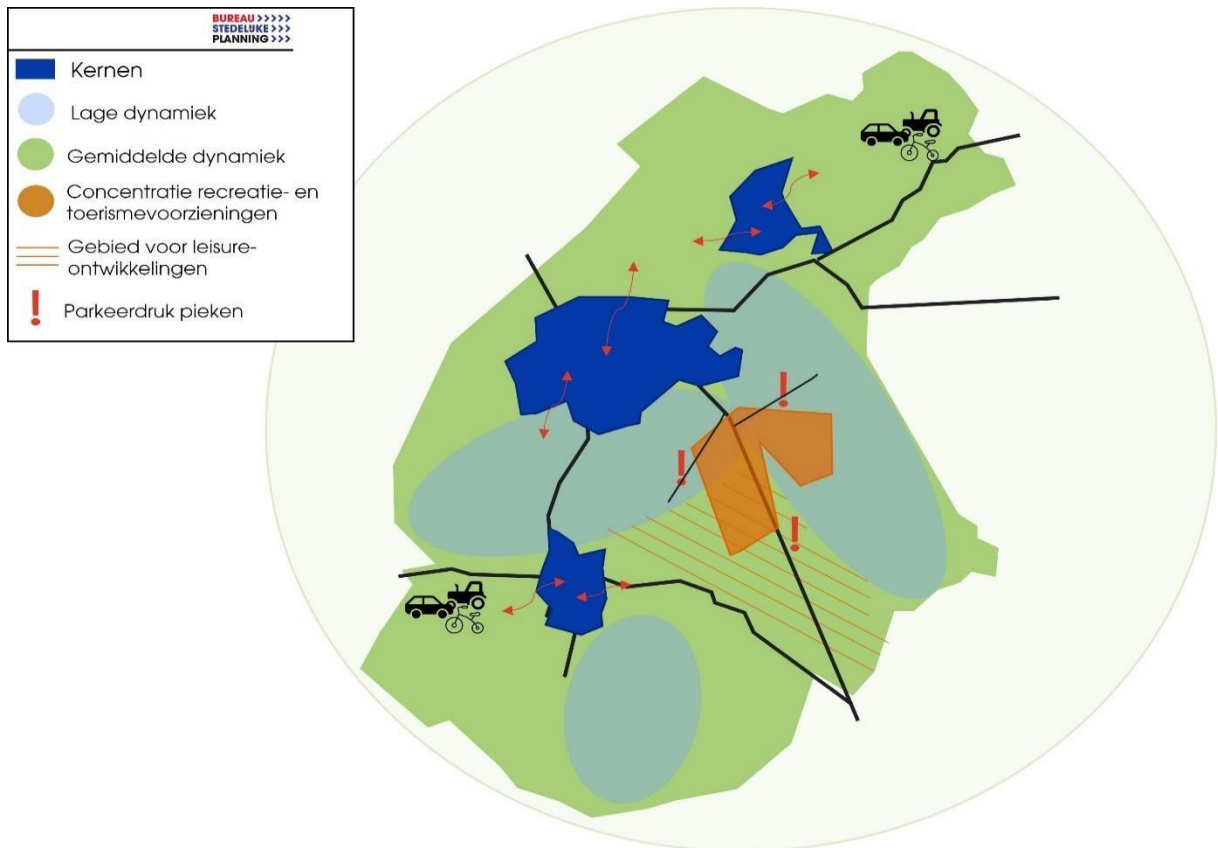
De voorliggende rapportage biedt bouwstenen voor nieuw beleid. De volgende stappen zijn belangrijk en nodig om daadwerkelijk gedragen toeristisch-recreatief beleid te komen:

- De gemeenteraad dient vroegtijdig te worden betrokken bij de weging van de issues. Een raadsontmoeting geeft inzicht in welke issues politiek op draagvlak kunnen rekenen.
- Het is vervolgens van belang een gezamenlijke ambitie te bepalen, die herkenbaar is voor en de gemeente en partners en bewoners. Deze kan dienen als stip op de horizon en als algemene doelstelling.
- Vervolgens is het functioneel om indicatoren te benoemen die recht doen aan de beoogde brede welvaartsbenadering waarbij aandacht is voor profit, people en planet. Het voorstel is om hier per dimensie een meetbare indicator te kiezen. Naast een meetbare kwantitatieve indicator is het raadzaam om enkele kwalitatieve indicatoren uit te werken.
- In de keuze van de beleidsindicatoren is het belangrijk om parallel een meetlat vast te stellen met duidelijkheid over hoe de indicatoren, wanneer en door wie kunnen worden gemonitord. Hier kan goed worden gekeken naar de afspraken die landelijk worden verkend in de Landelijke Data Alliantie, zodat Oisterwijk direct aanhaakt op de gangbare en eenduidige definities.
- De gemeente kan het ingezette proces van afstemming met de sector benutten om samenwerking te formaliseren, bijvoorbeeld met de herijking van het Toeristisch Platform. Hierbij kan gekozen worden voor de vorm van een samenwerkingsagenda met concrete projecten die een nadere uitwerking zijn van de inhoudelijke issues die spelen in Oisterwijk.
- Indien voorstaande stappen zijn doorlopen kan ter besluitvorming een Beleidsplan Waardevol Toerisme Oisterwijk worden voorgelegd in het college en de raad.

6 KANSENKAART EN ZONERING

Op onderstaande kansenkaart geven we de ruimtelijke implicaties aan voor recreatie en toerisme. Hiervoor gelden de actuele noties die zijn bepaald in het parallel lopende proces om te komen tot een nieuwe Visie Buitengebied. Deze toeristisch-recreatieve zonering omvat verschillende zones gebaseerd op dynamiek:

- Hogere dynamiek: onder voorwaarden ruimte voor ontwikkeling en nieuwvestiging.
 - Intensief: nieuwvestiging van verblijfsrecreatie onder voorwaarden toegestaan.
 - Extensief: focus ligt meer op dagrecreatie en minder op verblijfsrecreatie
- Gemiddelde dynamiek: overig buitengebied m.u.v. Oisterwijkse bossen en vennen: ruimte voor kleinschaligere toeristisch-recreatieve ontwikkelingen. Focus ligt op bestaande exploitaties. Uitsluitend nieuwvestiging kleinschalige bedrijven toegestaan.
- Lagere dynamiek: Oisterwijkse bossen en vennen: nieuwvestiging in principe niet toegestaan. Focus ligt op bestaande exploitaties.



FIGUUR 11 KANSENKAART GEMEENTE OISTERWIJK
Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 1 INTERVIEWLIJST

NAAM	ORGANISATIE
VisitBrabant/Routebureau	Fabio Tat
HISWA-ORECRON/De Reebok	Jos de Punder
Natuurmonumenten	Irma de Potter
ZLTO	Rud van Herk
Koninklijk Horeca NL	Gijs Verkuil
Buitengebied Management	Ellen van Iersel
Centrummanagement	Frits Knibbeler
Bezoek Oisterwijk	Wendy Jilesen
EKWC	Ranti Tjan
NEO KVL Hotel	Berk Arkara/Serkan Aslan
Gemeente Oisterwijk	Liesbeth van Kempen
Gemeente Oisterwijk	Kyra van der Maden
Gemeente Oisterwijk	Roel van Berkel
Gemeente Oisterwijk	Mirjam Mathijsen

TABEL 10 INTERVIEWLIJST

Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 2 ACHTERGRONDINFORMATIE LEEFSTIJLEN

STIJLZOEKERS			
	PROFIEL	HORECA	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Het zijn zelfverzekerde en doelgerichte recreanten. Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie. En daarbij: het sociale gebeuren moet kloppen. Dus liever zoveel mogelijk 'Ons Soort Mensen' om zich heen.	Luxe en comfort is zeer belangrijk voor deze groep. Ze vinden het ook niet erg om iets meer te betalen, als het dan écht goed is. - Luxe hotel - Kleinschalige boetiek formules - Airbnb	- Vaak mannen (74%), tussen de 18 en 34 jaar oud (35%). Relatief vaak huishoudens met kinderen (35%), en relatief weinig alleenstaanden. - Vaak hoogopgeleid (50%) en verdienen relatief vaak modaal of hoger (23%).
RUSTZOEKERS			
	PROFIEL	HORECA	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Houdt recreatie graag letterlijk en figuurlijk graag dichtbij huis. Lekker in Nederland blijven ze, het hoeft allemaal niet zo gek. Als ze erop uit gaan vinden ze het fijn om van tevoren zoveel mogelijk te regelen. Geen verrassingen, geen drukte.	Privacy en rust zijn belangrijk. In de vrije tijd maken ze vooral dagtrips. Ze slapen het liefst graag thuis. Wanneer wel een overnachting wordt geboekt gaat de voorkeur uit naar: - Landelijke camping, bungalow - Bekende hotelketens	- Zowel mannen (54%) als vrouwen (46%), meestal 50 jaar of ouder (57%) en relatief vaak alleenstaanden (28%). - Meestal laag- of middelbaar opgeleid (48% en 30%), en verdienen iets vaker lager dan modaal (56%).
AVONTUURZOEKERS			
	PROFIEL	HORECA	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Avontuurlijke en creatieve recreanten. Ze zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling. Ruimdenkendheid is de karaktertrek van de Avontuurzoeker.	Ze zoeken naar bijzondere, gekke of verrassende locaties om te overnachten. Vaak ongepland en last-minute. - Airbnb & couchsurfing - Basic camping of hostels - Kleinschalige (boetiek) formules	- Iets vaker vrouwen (57%), en relatief vaak 50+ers (57%) en alleenstaanden (31%). - Ze verdienen vaak tot modaal (60%), hoewel ze relatief hoog opgeleid zijn (46%).

PLEZIERZOEKERS			
	PROFIEL	HORECA	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	De Plezierzoeker gaat graag op pad met familie en vrienden. Bijvoorbeeld op een zon- en strandvakantie, op een feestvakantie of op een avontuurlijke vakantie. Een dag niet gelachen is een dag niet geleefd.	Het belangrijkste is dat het gezellig is. Dat kan op een camping, maar ook met een leuke aanbieding voor een luxe hotel. - Airbnb, hostels, budget hotel - Bekende hotelketens - Boetiek formules	54% is vrouw en 46% is man. Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (56%), minder vaak 50+'ers (18%). Ook veel gezinnen met kinderen (42%). - Middelbaar opgeleid (49%), qua inkomen gelijk aan landelijk gemiddelde.
HARMONIEZOEKERS			
	PROFIEL	HORECA	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Vrije tijd is tijd die Harmoniezoekers graag met hun gezin, familie of vrienden doorbrengen. En ze zijn pas echt blij, als iedereen in het gezelschap tevreden is. Recreanten in deze groep zijn hartelijke mensen, met veel interesse in anderen	Het belangrijkste is dat er voor iedereen wat te doen is zoals activiteiten voor kinderen. - Familiecampings of vakantieparken met veel voorzieningen - Hotels met familiekamers	- Veel vrouwen (74%), in de leeftijd 35-49 jaar (35%), in huishoudens met kinderen tot 12 jaar (28%), of tweepers. huishoudens van 50-64 jaar (27%). - Vaak middelbaar opgeleid (57%) en verdienen vaak (iets meer dan) modaal (43%).
VERBINDINGSZOEKER			
	PROFIEL	HORECA	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	In hun vrije tijd zetten zij zich graag in voor anderen zoals met vrijwilligerswerk. In de tijd die overblijft genieten ze graag van de natuur, een bezoek aan museum of theater.	Rondtrekken vinden ze leuk. Zolang het maar gemoedelijk, knus, kleinschalig en rustig is, met gastvrij personeel. - Camping met goede faciliteiten - Bekende hotelketen	- Veelal empty nesters: 50 jaar of ouder (79%) en tweepersoons huishoudens (49%). - Relatief vaak laagopgeleid (30%) en verdienen tot modaal (60%). Ze zijn ook vaak gepensioneerd (29%).

INZICHTZOEKERS			
	PROFIEL	HORECA	DEMOGRAFISCHE KENMERKEN
	Inspirerende en rustige activiteiten zijn het domein van deze groep. Dingen leren en ervaren willen ze. In de natuur en met culturele activiteiten. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen: daar liggen de interesses. Het liefst alleen, of in klein gezelschap.	Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Ze zijn kritisch en het moet goed geregeld zijn. Daarvoor zijn dan ook best bereid iets meer voor te betalen. • Bekende hotelketens • Bed & Breakfast met goede recensies	• Relatief vaak mannen (76%) en vaak 50 jaar of ouder (67%). Ze wonen vaak in éénpersoons- of tweepersoonshuishoudens (29% en 47%). • Relatief vaak hoogopgeleid (50%), en verdienen meestal modaal of iets meer (44%)