

# Kempen-Broek onbekend maar kansrijk..

KrugerparkNL: kan natuurontwikkeling worden  
ondersteund door inkomsten uit verblijfstoerisme?

# Inhoud

1. Vraagstelling en aanpak
2. Kwaliteiten en potenties Kempen-Broek
  - Landschap
  - Toerisme
  - Conclusies
3. Alternatieve strategieën
  - Doelstelling en succesfactoren
  - Variant 1
  - Variant 2
4. Effecten 2025
5. Conclusies en aanbevelingen

# 1. Vraagstelling en aanpak

# 1.1 Vraagstelling

- Innovatienetwerk onderzoekt of natuurbeheer kan worden gefinancierd uit opbrengsten van verblijfstoerisme. Daartoe heeft het een concept ontwikkeld: KrugerparkNL.
- KrugerparkNL veronderstelt dat '24-uurs' *wildlife*-beleving zodanig hoogwaardig is dat toeristische bedrijven hiermee geld kunnen genereren voor de natuur.
- Onderzoek naar deze veronderstelling richt zich op grote natuurgebieden met bijzondere natuurbeleving.
- 1<sup>e</sup> pilot is Oostvaardersplassen (OVP), een bekend en gunstig gelegen wildernisgebied. Hier lijkt de filosofie van KrugerparkNL haalbaar.
- Deze 2<sup>e</sup> pilot onderzoekt Kempen-Broek, dat bijna de contramal is van OVP (onbekend, perifeer en in ontwikkeling).

# 1.1 Vraagstelling

- Wat zijn in Kempen-Broek de potenties voor verblijfstoerisme, gericht op *wildlife*-beleving?
- Wat zou de toeristische sector moeten of kunnen opbrengen voor natuurbeheer? Hoe is dan het verdienmodel?
- Wat moet er gebeuren om de potenties te benutten?
- Is voor Kempen-Broek, KrugerparkNL het beste concept om toerisme en natuur te ontwikkelen? Of zijn er betere?

## 1.2 Aanpak

- Interviews met relevante, toeristische marketeers, ondernemers en natuurontwikkelaar.
- Bureauanalyse van positie Kempen-Broek in natuurbeleving, toerisme, vastgoed e.a.
- Bezoek(en) aan het gebied en interview met beheerder namens ARK.
- Analyse kwaliteiten en kansen en samenstelling concepten.
- Uitwerking, visualisatie en conclusies.



## 2. Kwaliteiten en potenties Kempen-Broek

1. landschap
2. toerisme
3. conclusies

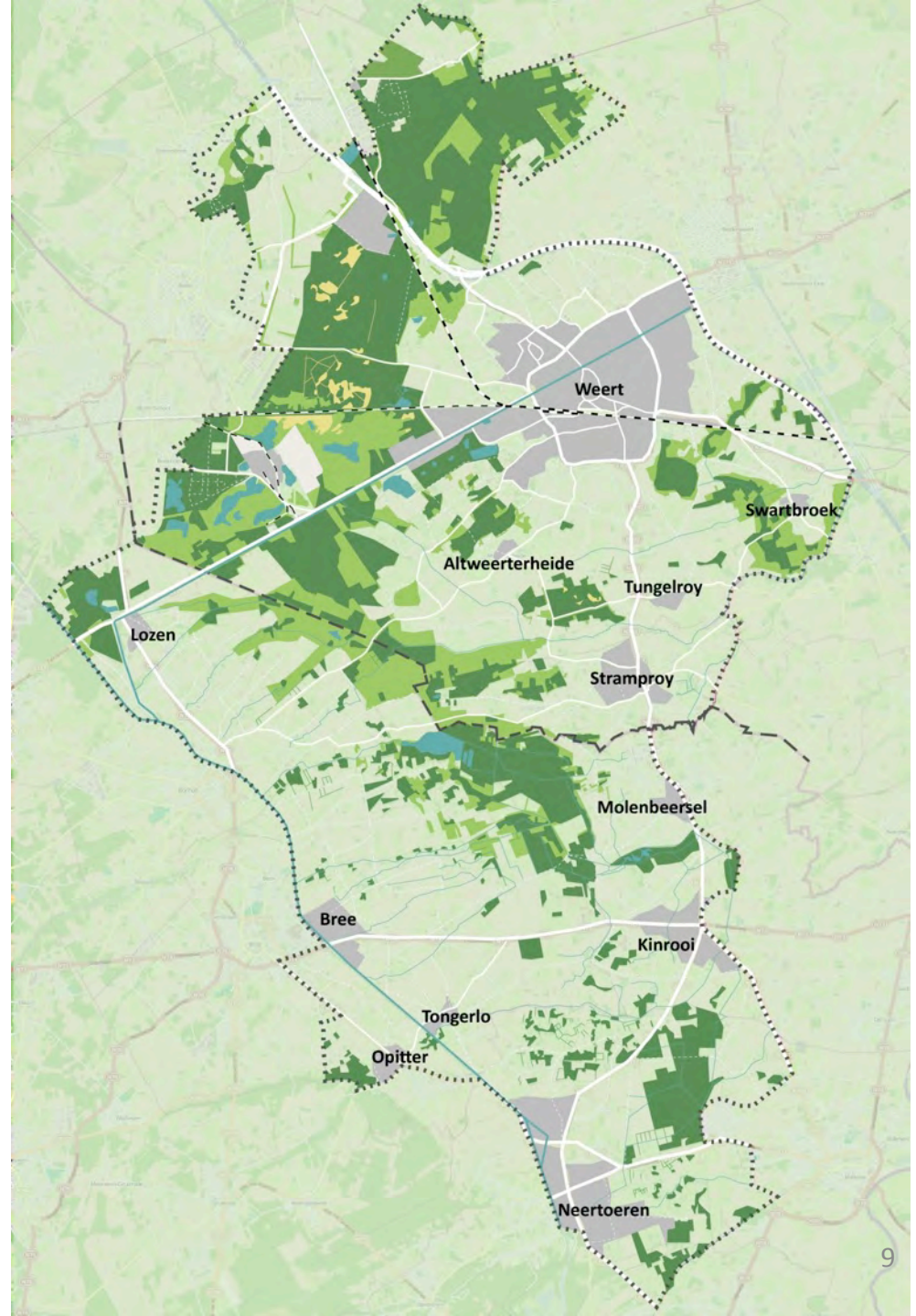
## 2. Kwaliteiten en potenties

### 2.1 Landschap

- Kenmerken Kempen-Broek
- Natuur en natuurontwikkeling
- Cultuur en identiteit
  - Kwaliteiten

# Kempen-Broek

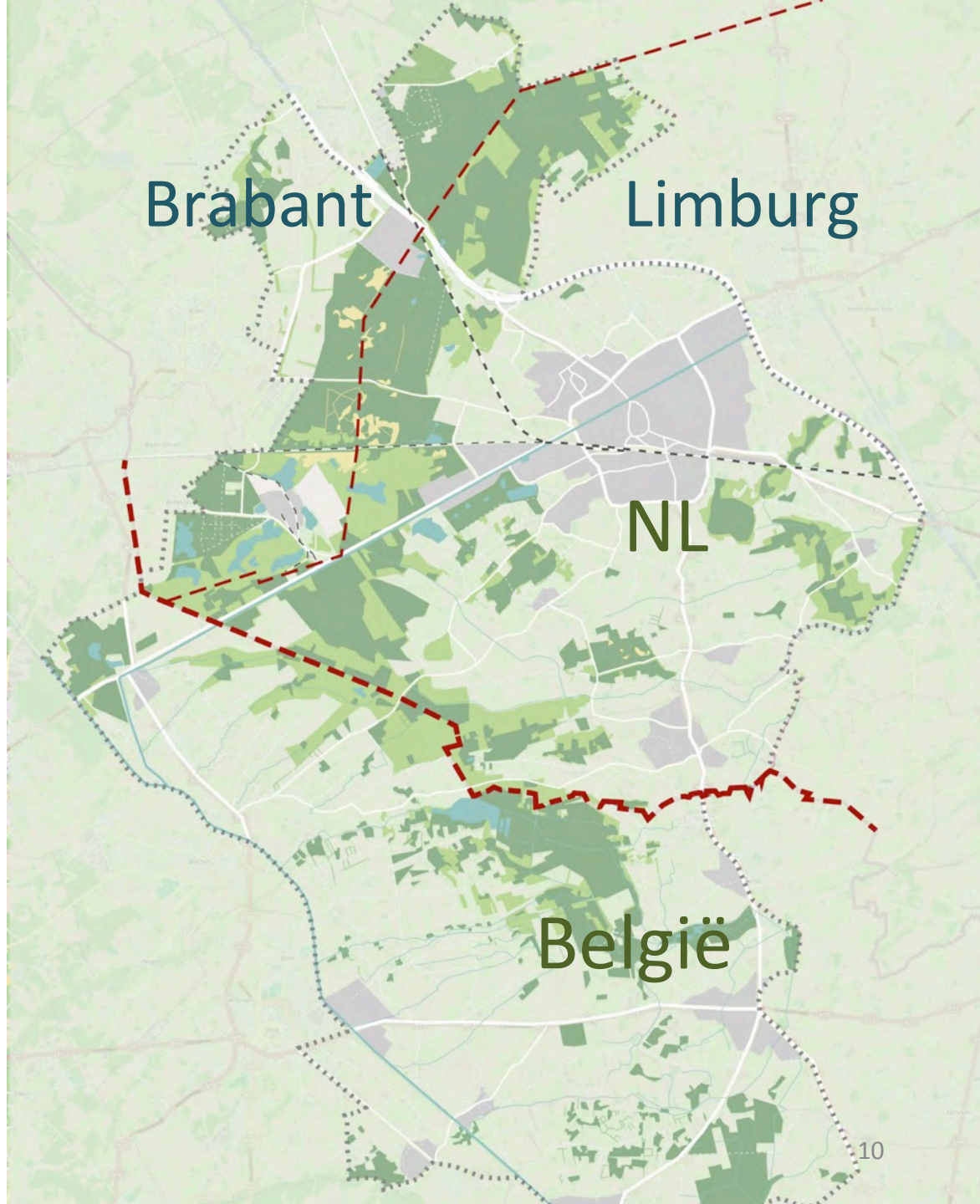
Grensoverschrijdend  
natuurgebied.



# Grenspark

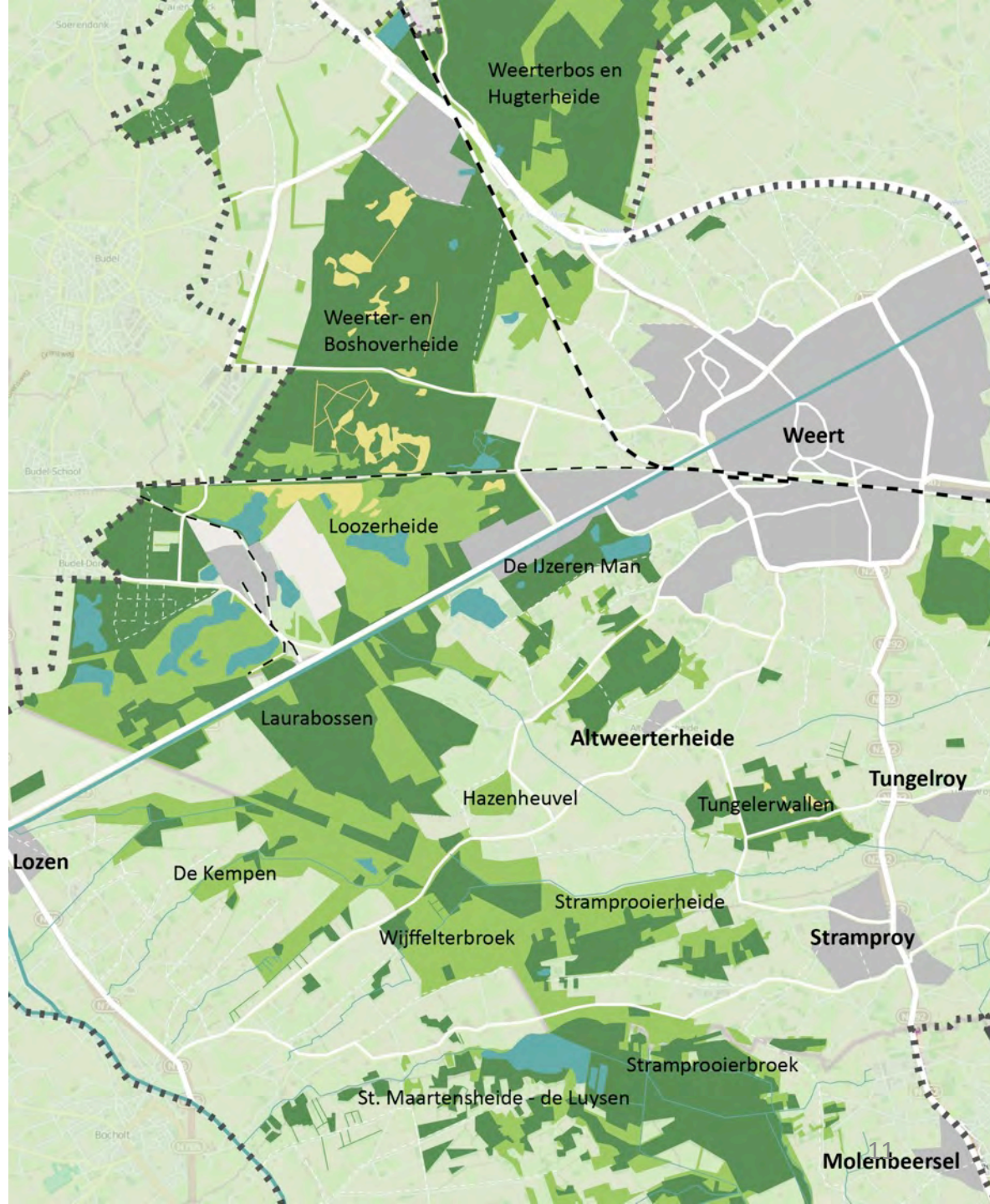
Het ligt op de grens van:

- Nederland & België
- Limburg & Brabant



# Gebieden

Omvangrijk gebied dat bestaat uit meerdere gebieden met eigen uitstraling.



# 1850

Het gebied bestaat uit voormalig moeras, op de grens van het land, en van provincies.

Dit moeras wordt deels teruggebracht via natuurontwikkeling.



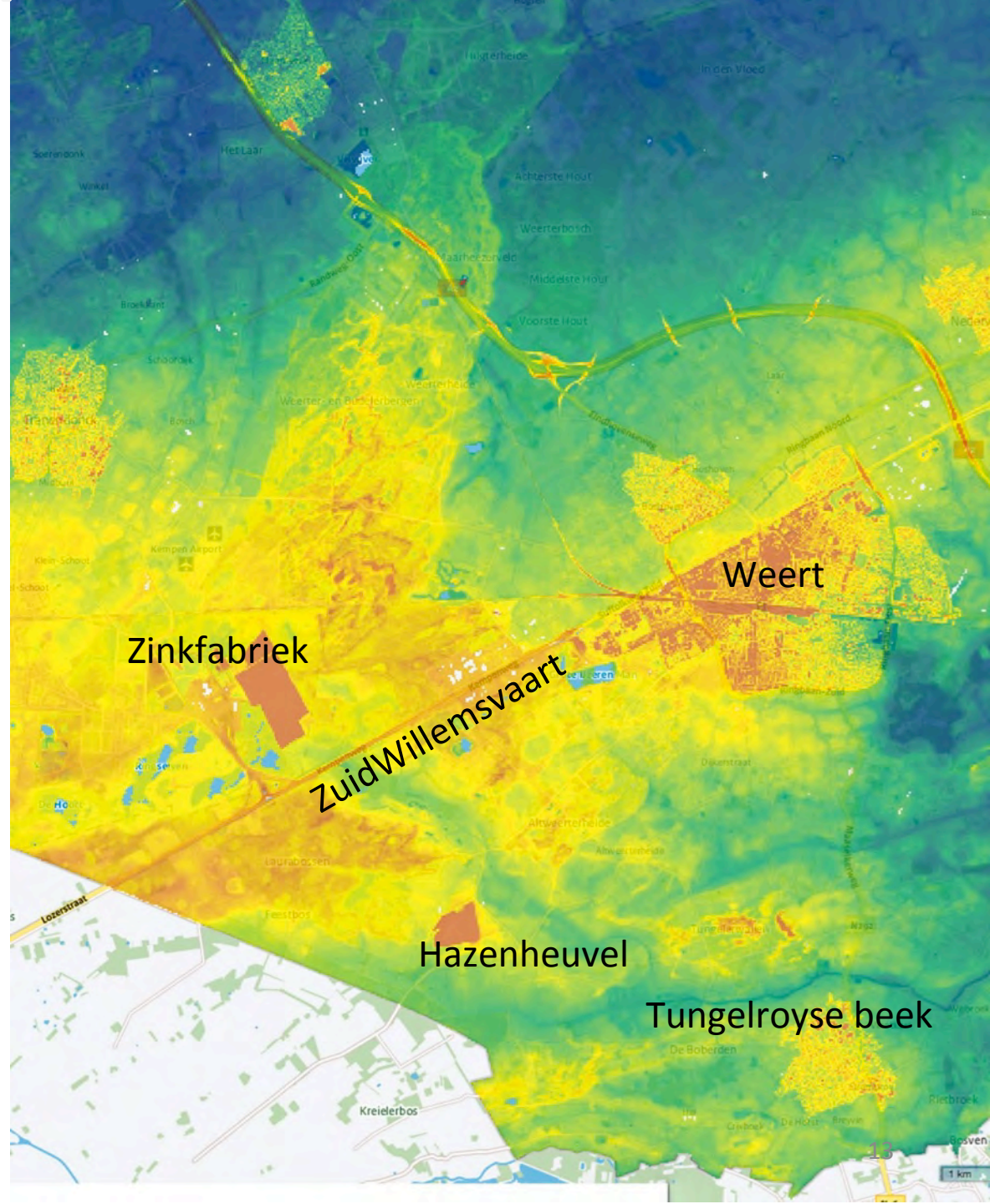
# Reliëf

Kleinschalig reliëf.

Binnen het gebied ligt de oorsprong van beken.

Opvallend:

- hoge ligging van het kanaal
- zinkfabriek met hoge bekkens
- voormalige vuilstort Hazenheuvel.



# Barrières

Bedrijven domineren plaatselijk 't landschap.

Het kanaal en de N564 vormen een scheiding binnen Kempen-Broek.





## 2. Kwaliteiten en potenties

### 2.1 Landschap

- Kenmerken Kempen-Broek
- Natuur en natuurontwikkeling
- Cultuur en identiteit
  - Kwaliteiten

# Natuur

Het gebied kent een grote diversiteit aan biotopen



# Groot wild

Graasgebieden voor  
exmoor-pony en  
runderen.

Herontwikkeling van de  
Tauros via internationaal  
programma.

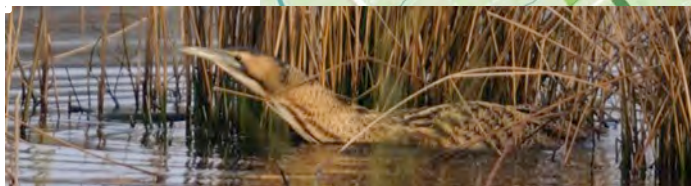
Edelhert in beperkt  
gebied ten oosten van de  
A2.



# Klein wild

Bever, otter, diverse  
vogels en insecten.

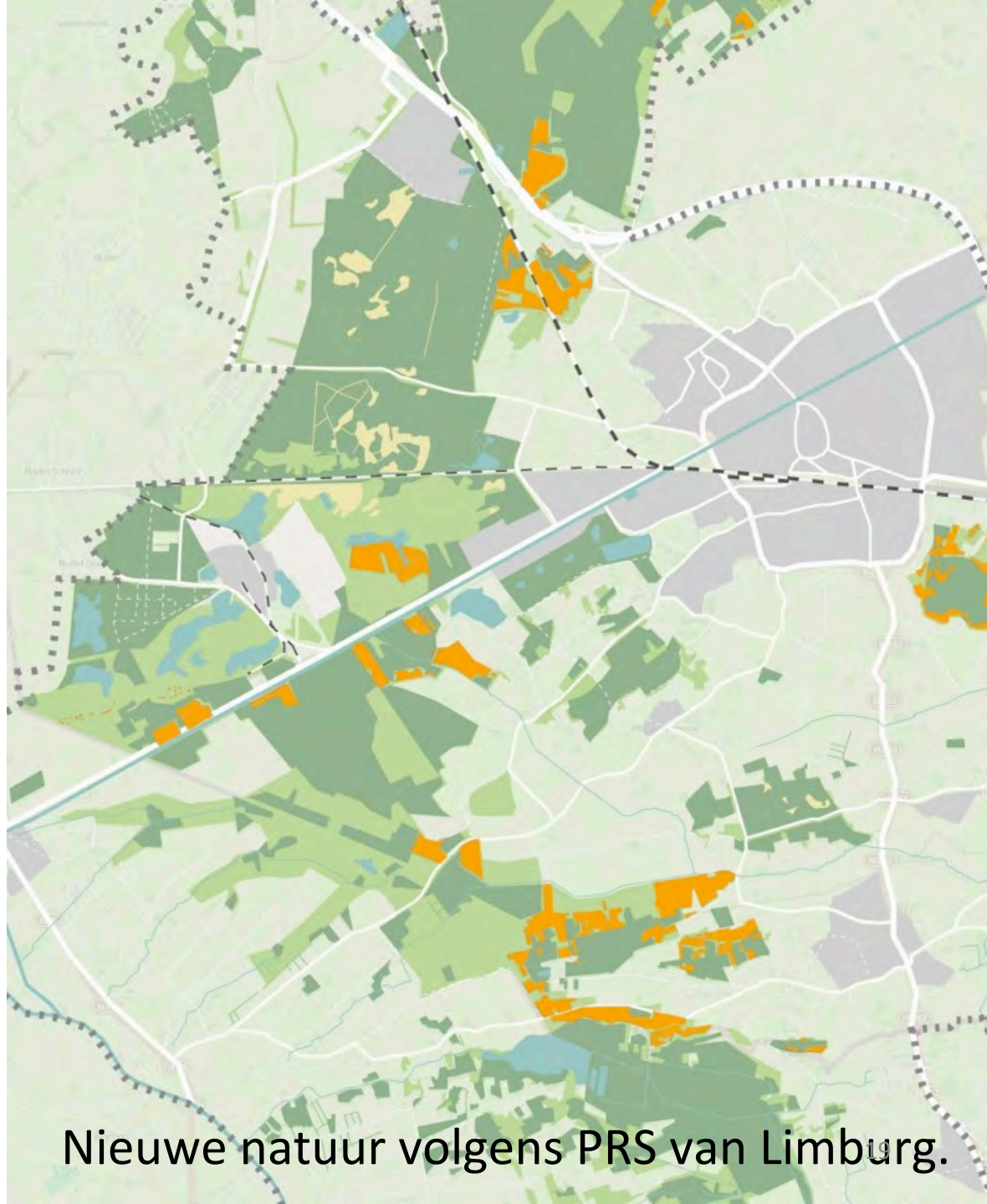
Er is een bijzondere  
rijkdom aan vlinders.



# Nieuwe natuur

In Kempen-Broek ontstaat in korte tijd veel natuur. 'Je ziet het groeien.'

Natuurmonumenten en vooral Stichting Ark voortvarend.



Nieuwe natuur volgens PRS van Limburg.

# Nieuwe Natuur



Kettingdijk

In hoog tempo ontstaat  
indrukwekkende natuur



# Natuur verborgen

Zonering: deel van de Vlaamse moerasnatuur is moeilijk bereikbaar en wordt afgeschermd voor toerisme.

# Natuur knabbelt aan cultuurland

Nieuwe natuur ontstaat  
binnen de structuren  
van het jonge  
ontginnings-landschap





## 2. Kwaliteiten en potenties

### 2.1 Landschap

- Kenmerken Kempen-Broek
- Natuur en natuurontwikkeling
- Cultuur en identiteit
  - Kwaliteiten

# Cultuur en verhalen

Grootste veld van urnen en grafheuvels in N-W Europa

Op de grens van natuur en cultuur liggen interessante verhalen.

Grens, smokkel, strijd

# Identiteit is cultuurlandschap met steeds meer natuur.

“Kempen-broek ligt op de  
grens van natuur, mens en  
landschap” *Titel van recent boek*  
over Kempen-broek



# Spectaculaire locatie is aanwezig

Voormalige afvalberg  
Hazenheuvel (of Delbroek) ligt  
dicht bij natuur en biedt een  
bijzondere zicht op het  
landschap.



## 2.2 Kwaliteiten en potenties Toerisme





## 2. Kwaliteiten en potenties

### 2.2 Toerisme

- bekendheid
- capaciteit en opbouw verblijfsaccommodatie
- gebruik/ bezetting
- plannen en beleid

# Grenspark

Geen focus vanuit toeristische organisatie op Kempen-Broek.

Perifeer deel van Midden Limburg en Belgisch Limburg.

Geen Brabantse organisatie.

Geen VVV in Weert.



Kempen-Broek versus:

- Brabantse Kempen
- De Peel
- Midden Limburg

# Promotie van prille naam



- Veel folders van deelgebieden. Fraaie infoborden.
- Centraal in promo staat de jonge naam en het logo.
- De naam Kempen-Broek wordt (nog) nauwelijks gebruikt op promo-websites (zie bijv. Weerterbergen en Limburgs landschap).



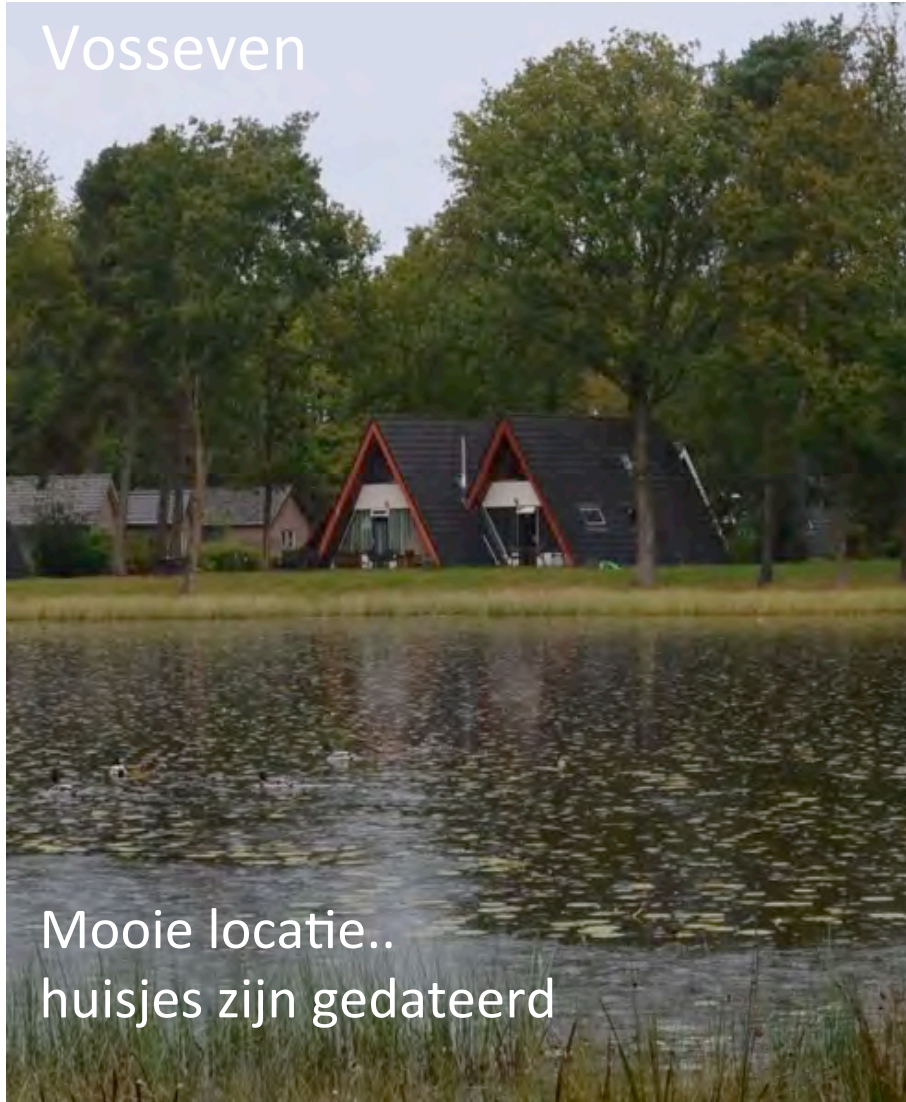
## 2. Kwaliteiten en potenties

### 2.2 Toerisme

- bekendheid
- capaciteit en opbouw verblijfsaccommodatie
  - gebruik/ bezetting
  - plannen en beleid

# Verblijfsaccommodatie

Vosseven



Mooie locatie..  
huisjes zijn gedateerd

Weenterbergen



Goed bezocht..  
maar groot deel huisjes is  
gedateerd

# Aanbod: veel bungalowparken (nl)

## Nederland; verblijfsaccommodaties

| Type accommodatie   | Aantal accommodaties | Aantal eenheden | Type eenheden | Aantal slaappleatsen |
|---------------------|----------------------|-----------------|---------------|----------------------|
| Hotels              | 4                    | 97              | Kamers        | 215                  |
| B & B's             | 7                    | 21              | Kamers        | 42                   |
| Campings            | 6                    | 247             | Plaatsen      | 1.235                |
| Vakantiewoningen    | 4                    | 585             | Woningen      | 3.210                |
| Groepsaccommodaties | 2 -                  | -               | -             | 79                   |
| <i>Totaal</i>       | <i>23</i>            | <i>950</i>      |               | <i>4.781</i>         |

Grootste capaciteit in bungalowparken, m.n. Roompot Holidays Weerterbergen.  
Campings vormen een kwart van de capaciteit (in aantal slaappleatsen).

## België; verblijfsaccommodaties

104 accommodaties. Totaal 1.490 eenheden (kamers, woningen, kampeerplaatsen), met capaciteiten van 6700 bedden.

De campings en de logies voor doelgroepen vormen 87% van de capaciteit.

# Fraaie accommodaties, lage waarden

Keyartmolen, Bree



**Lage waarden**



5 kamers, 4.500m<sup>2</sup>  
€ 289.000 k.k.



6 persoons, vrijstaand  
€ 49.500 k.k.



## 2. Kwaliteiten en potenties

### 2.2 Toerisme

- bekendheid
- capaciteit en opbouw verblijfsaccommodatie
- gebruik/ bezetting
- plannen en beleid

# Gebruik: matige bezetting

## Nederland

| Type accommodatie   | Indicatie overnachtingen | Bedbezetting % | Limburg % | Landelijk % |
|---------------------|--------------------------|----------------|-----------|-------------|
| Hotels              | 28.500                   | 36%            | 43%       | 45%         |
| B & B's             | 1.700                    | 20%            | nb        | 15%-25%     |
| Campings            | 58.000                   | 13%            | 10%       | 11%         |
| Vakantiewoningen    | 565.600                  | 48%            | 40%       | 33%         |
| Groepsaccommodaties | 4.300                    | 15%            | 14%       | 21%         |
| <i>Totaal</i>       | <i>658.100</i>           |                |           |             |

De meeste overnachtingen op de Weerterbergen. Goede bezetting.  
De overige parken realiseren een lage bezetting van circa 25%-30%.

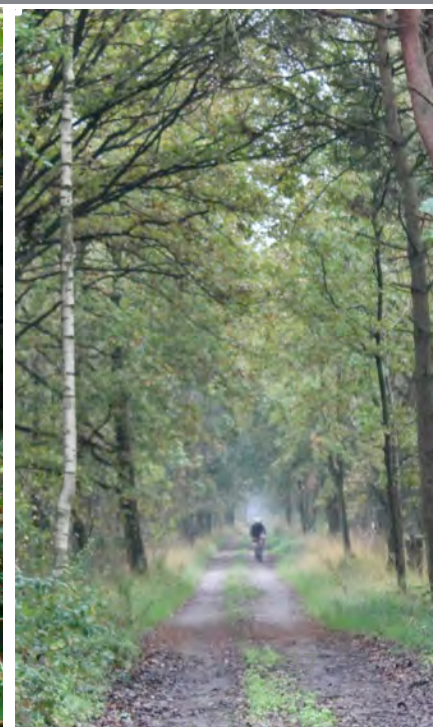
## België

In 2010 was het aantal gasten circa 64.000, die in totaal circa 232.500 keer overnachtten. Dat is een gemiddelde bedbezetting van circa 10%. Dat is laag.

# Extensieve recreatie



Extensief wil zeggen: lage toeristische bestedingen





## 2.2 Kwaliteiten en potenties

# Toerisme

- bekendheid
- capaciteit en opbouw verblijfsaccommodatie
- gebruik/ bezetting
- plannen en beleid

# Grenspark

Plannen voor wellness en een golfhotel in concept IJzeren Man en bij afvalberg. Realisatie is hoogst onzeker.

Concepten richten zich niet op wildlife.

Er zijn meer plannen maar deze zijn geen toeristentrekkers.

Referentiebeeld uit  
Grontmij Visie op Kempen-Broek



# Marketingbeleid is diffuus

Grenspark Kempen-Broek zoekt naar een helder profiel en een organisatievorm.

Weert bouwt voort op recente prijs van 'Groenste Regio van de Wereld' effecten op toerisme nog niet 'hard'.

VVV-Midden Limburg geeft prioriteit aan Kempen-Broek, maar acht Groote Peel en Meinweggebied sterker. Zelfde geldt voor Toerisme Limburg (B) t.a.v. andere regio's.



## 2. Kwaliteiten en potenties

### 2.3 Conclusies



# Conclusies kwaliteiten en potenties

1. Door natuurontwikkeling zal de belevingswaarde verbeteren. Het is onwaarschijnlijk dat hier (inter)nationaal toerisme ontstaat.
2. Door menging natuur, bos, landbouw en door infrastructuur is het gebied gefragmenteerd. Een ongerept Krugerpark-gevoel is moeilijk te bereiken.
3. Kleinschalige bedrijven kunnen door de lage bezetting en lage bestedingen, moeilijk investeren.

# Conclusies kwaliteiten en potenties

4. Toeristische bekendheid blijft beperkt door perifere ligging, versnippering en diffuus beleid.
5. In dit gebied kan het concept KrugerparkNL niet rendabel worden toegepast.
6. Kempen-Broek heeft een ander concept nodig om kansen voor natuur en toerisme, die er zijn, te benutten.

### 3. Alternatieve strategieën

- Doelstelling en succesfactoren
  - Variant 1: Organische ontwikkeling
  - Variant 2: Icoon

# Doelstelling

## Bijgesteld doel Kempen-Broek:

- De overheid, natuurorganisaties en de toeristische sector streven voor Kempen-Broek naar een hoogwaardig, samenhangend natuur- en toeristisch gebied.
- De natuur- en belevingswaarde groeit, tot een niveau van een gemiddeld Nationaal Park.
- Het toerisme groeit, naar het niveau van bekende bestemmingen als Texel, Friese meren of Achterhoek.
- Om dit te bereiken benoemen we de succesfactoren: merkwaarde en unieke waarden. Bovendien is verbinding, upgrading en planologische ruimte nodig.

# Succesfactor: merkwaarde

- Meer nadruk op onderscheidende en aantrekkelijke identiteit.
- Kempen-Broek moet worden ervaren als één samenhangend gebied.
- Betere balans tussen natuur en toerisme in marketing gebied.
- Ontwikkelen van meer toeristische accommodaties met (inter)nationale aantrekkingskracht.

# Succesfactor: unieke waarden

Unieke waarden, op eigen kracht, versterken

- Aansprekend wild zoals Tauros maar ook Edelhert, Eland, Arend
- Vlinders
- Moerasbeleving
- Grensverhalen



# Samenhang door betere verbinding

Gebundelde natuur- en recreatie verbinding over ZW-vaart is nodig.

Een kleinschalige oversteek, los van elkaar, is ontoereikend.



# Upgrading accommodaties nodig

Bestaande accommodaties (bijv. Weerterbergen) worden deels opgeknapt. Dit moet doorgezet worden, bijv. in Vosseven.



Recente opwaardering Weerterbergen

# Prijs versus kwaliteit van de ruimte

Een huidig voordeel voor investeerders is de lage grondprijs.

Daarnaast is het nodig om planologische ruimte te maken voor nieuwe ontwikkelingen.



# 2 varianten

In huidige situatie is Kempen-Broek toeristisch onbekend. Het kan zijn eigen reputatie mede vorm geven.

Hiervoor zien we 2 mogelijkheden:

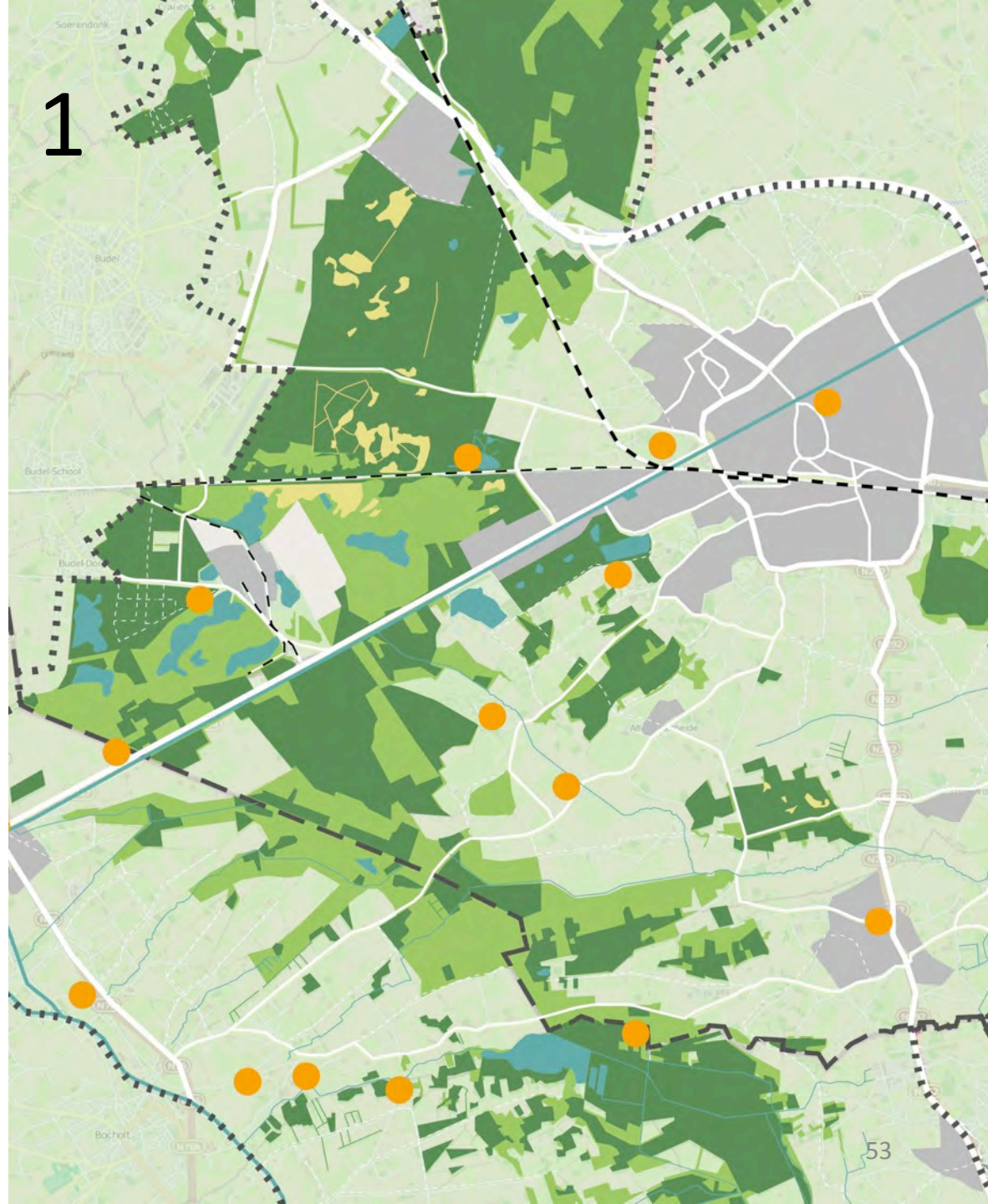
- **Organisch** voortbouwen op karakteristiek verspreide bebouwing.  
en/of
- Toevoegen van een krachtige **icoon** aan Kempen-Broek.

### 3. Alternatieve strategieën

- Doelstelling en succesfactoren
- **variant 1: Organische ontwikkeling**
  - variant 2: Icoon

# Organische ontwikkeling

● ontwikkelingslocaties  
(bij voorbeeld)



# Organische ontwikkeling (Variant 1)

- Er wordt veel planologische ruimte geboden aan ondernemers
  - op karakteristieke locaties in het cultuurlandschap,
  - langs de rand van de natuurgebieden,
  - spontane vorming van recreatief netwerk.
- Toeristische capaciteit vanuit lokale specialisten die gevarieerd publiek trekken met onderscheidende niches.
- Reputatie Kempen-Broek ontstaat gaandeweg en ontwikkelt zich tot merkwaarde.





Kasteel Nijenborgh



Kerk Budel-Dorplein



Boerderij Boshoven



Wateringshuis



Broekmolen



Oude melkerij



Natuurcamping Wega



Villa



Voorste Luysmolen



Aerendhoeve





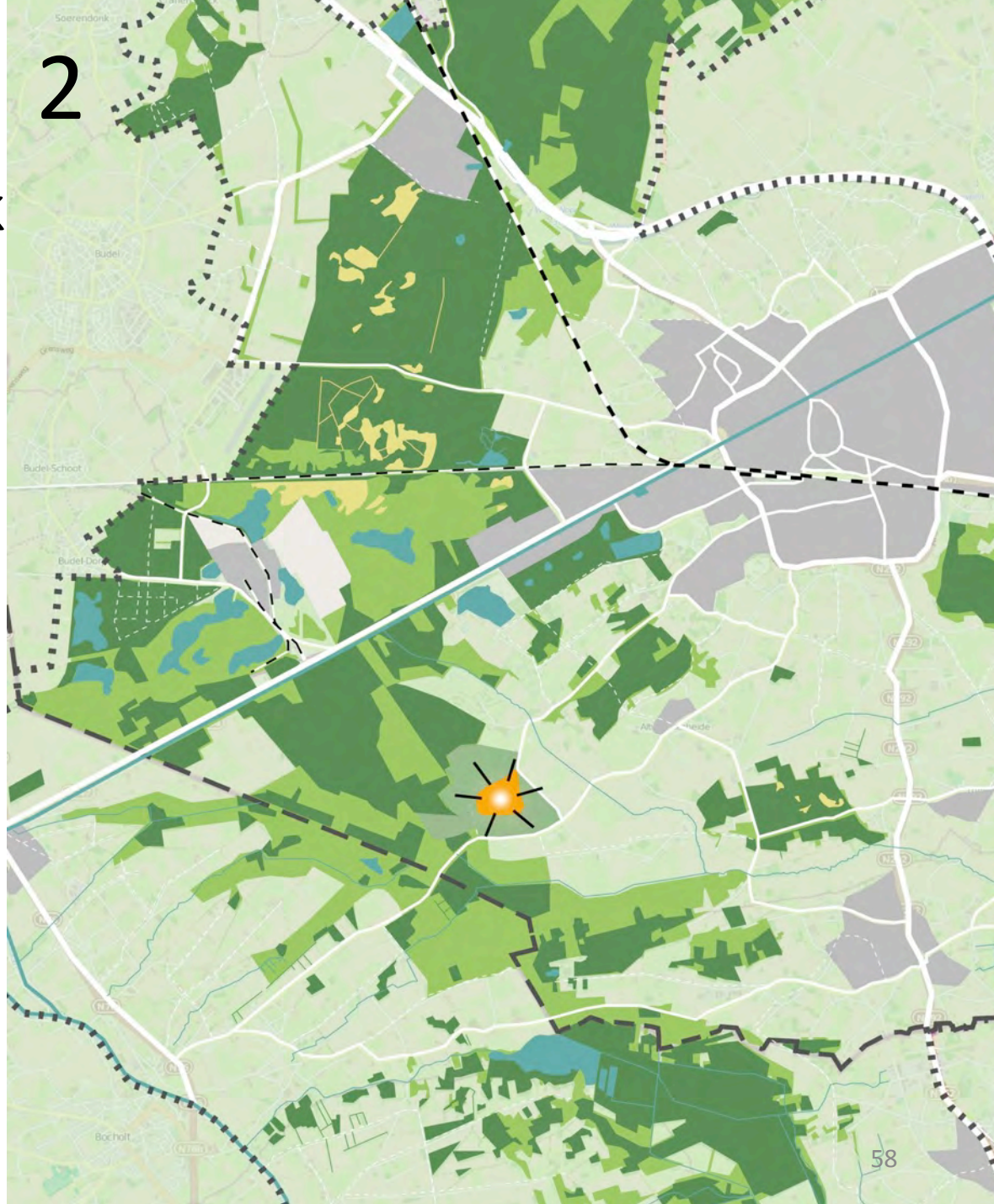
### 3. Alternatieve strategieën

- Doelstelling en succesfactoren
- variant 1: Organische ontwikkeling
  - variant 2: Icoon

# Icoon van Kempen-Broek



ontwikkelingslocatie.



# Icoon van Kempen-Broek (Variant 2)

- Er wordt een opvallende accommodatie ontwikkeld
- Op een strategische locatie die diverse deelgebieden met elkaar verbindt
- Concept in samenhang met natuur- en landschaps-beheerder
- Exploitatie door een van de grote professionele toeristische bedrijven met marketingkracht
- Dit biedt inhoud en impuls voor promotie van het gebied.



## Variant 2: Icoon



: Icoon



# Afweging organisch en icoon

1. Beide varianten zijn mogelijk. Ze zitten elkaar niet in de weg.
2. Ontwikkelingen zijn kansrijk mits de planologische ruimte groot is. De grondprijzen zijn relatief laag.
3. Conform variant 1 kan gebouwd worden aan identiteit en belevingswaarde langs organische weg en met regionale organisatie.
4. Daarnaast kan een meer kapitaalsintensieve icoon worden gerealiseerd.
5. Beide concepten versterken elkaar en creëren een volwaardig gebiedsmerk.

## 4. Effecten 2025



# Effect op toeristische bezoekers

## Situatie 2015

|                   | Hotels/ B & B | Campings    | Bungalow     | Dagtoerisme  |
|-------------------|---------------|-------------|--------------|--------------|
| Slaappl./bezoek   | 257           | 1.235       | 3.210        | 100.000      |
| Bedbezetting      | 35%           | 13%         | 44%          | Nvt          |
| Prijs per eenheid | € 80-100      | 25          | 50-70        | 10-15        |
| Logiesomzet €     | 1,5-2,0 mln.  | 300-400.000 | 7,5-8,0 mln. | 1,0-1,5 mln. |
| Werkgelegenheid   | 25-30 FTE     | 5-10 FTE    | 125-150FTE   | 20-30 FTE    |

Ontwikkeling:

- Hotels / B & B ca 150 bedden extra en bungalows ca 300 bedden extra
- Overall kwaliteit upgrading. Ook campings.
- Dagtoerisme: 200.000 wandel en fietsers meer dan 100.000 die Kempen-Broek BE nu aangeeft.

## Situatie 2025

|                   | Hotels/ B & B | Campings    | Bungalow       | Dagtoerisme  |
|-------------------|---------------|-------------|----------------|--------------|
| Slaappl./bezoek   | Ca. 400       | 1.235       | 3.500          | 300.000      |
| Bedbezetting      | 50%           | 15%         | 48%            | Nvt          |
| Prijs per eenheid | € 100-€ 120   | 30          | 60-90          | 15-20        |
| Logiesomzet €     | 4,0-5,0 mln.  | Ca. 500.000 | 11,0-12,0 mln. | 5,0-6,0 mln. |
| Werkgelegenheid   | 60-80 FTE     | 12-15 FTE   | 175-200        | 80-100       |

# Effect inkomsten en kostendekking

- Tot 2025 kan een totale toename van omzet verwacht worden tussen de €10 en €12 miljoen.
- Via toeristenbelasting kan dit enkele tonnen gemeentelijke meeropbrengsten opleveren.
- Dit kan ingezet worden voor hoogwaardig natuurbeheer, vergroting van natuuraanbod of toegankelijkheid voor natuur.

## 5. Conclusies en aanbevelingen

# Conclusies en aanbevelingen

- KrugerparkNL past op afzienbare termijn nog niet in gebied.
- Potentie is groot maar er is te weinig merkwaarde om grote ondernemingen tot investeringen te verleiden. Ontwikkeling niet toeristisch exclusief op schaal van NL.
- Met alternatieven kan wel de regionale ontwikkeling van toerisme en natuur worden versterkt.
- Met organische ontwikkeling en met een nieuw icoon kan gebouwd worden aan merkwaarde voor het gebied.
- Via toerismebelasting kunnen op termijn enkele tonnen beschikbaar komen voor versterking van natuuraanbod.

# Colofon



Utrecht/ Breda, 4 maart 2015

## **Opgesteld door**

Frank Stroeken, Sylvia Schelling (Terra Incognita, stedenbouw en landschapsarchitectuur)

Han Verheijden (Verheijden Concepten)

## **In opdracht van InnovatieNetwerk**

Begeleiding door Nico Beun en Hans Hillebrand

# Bijlage



# Geïnterviewde personen

- VVV Midden-Limburg: Kyra van Oorschot
- Nationaal Park Hoge Kempen: Erwin Christis
- Toerisme Limburg: Nele Digneffe
- VVV-Zuid Limburg: Anya Niewierra
- Brasserie Vosseven: Maikel van de Meerakker
- Arcus-Zuid: Guy Habets
- Ark: Ger van de Oetelaar, Leo Linnartz
- Molecaten: Tim Slager

# Bronnen

- Maenen/Schoefs: Notitie Toeristische profilering Kempen-Broek
- Stichting Ark: Plan van aanpak toerisme en recreatie Kempen-Broek & Kempen Broek jaarverslag 2013
- Grontmij: Visie Kempen-Broek & Haalbaarheidsonderzoeken
- Bosgroep/INBO: Ontsnippering Kempen Broek
- ZKA: Trendrapportage Limburg
- Uitgeverij Gegarandeerd Onregelmatig: mooiste boswandelingen en wildlife wandelingen in Nederland
- Bestemmingsplan Weert Buitengebied
- Provincie Limburg Pol/ EHS
- Weertnatuur.blogspot.nl
- Er zijn enkele foto's gebruikt van Gerard Stals en Erwin Christis.

