

TOERISTISCH RECREATIEVE ONTWIKKELING

WEST-BRABANT WEST

Februari 2025 | 's-Hertogenbosch
Kenmerk: G-VT-24007

Opdrachtgever:



INHOUD

1 INLEIDING	4	3.7	Aanbod dagtoerisme	24
1.1 Inleiding: op weg naar meer synergie en draagvlak	5	3.8	Spreiding dagtoerisme	25
1.2 Leeswijzer	6	4 VRAAG		26
2 ERFGOED, VERHALEN EN HELDEN	7	4.1	Vraag verblijfstoerisme	27
2.1 Het gedeelde DNA van West-Brabant West	8	4.2	Vraag dagtoerisme	28
2.2 Het zout, het zuur, het bitter en het zoet: het verhaal van West-Brabant West	9	4.3	Leefstijlen - match vraag/aanbod	29
2.3 Het DNA van West-Brabant West & de Vrijetijdseconomie	12	4.4	Leefstijlen - inwoners	30
2.4 Helden van West-Brabant West	13	5 ECONOMIE		31
2.5 Verhaallijnen	14	5.1	Bestedingen	32
3 AANBOD	15	5.2	Bestedingen per gemeente	33
3.1 Opzet analyse toerisme	16	5.3	Werkgelegenheid	34
3.2 Aanbod verblijfstoerisme	18	6 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN		35
3.3 Ontwikkelingen verblijfstoerisme	19	6.1	Overkoepelende trends in recreatiesector	36
3.4 Spreiding verblijfstoerisme	20	6.2	Trends in dagtoerisme	37
3.5 Schaal verblijfstoerisme	21	6.3	Trends in verblijfstoerisme	38
3.6 Kenmerken verblijfstoerisme	22	6.4	Trends vraagsturing en bestemmingsmanagement	39

INHOUD

7	SYNTHESE	40
7.1	Sterktes en zwaktes	41
7.2	Kansen en bedreigingen	44
7.3	SWOT-analyse (Ginder)	47
7.4	SWOT-analyse (ambtelijk)	48
7.5	Uitwerking kansen ondernemers (groep 1)	49
7.6	Uitwerking kansen ondernemers (groep 2)	50
8	CONCLUSIE	51
8.1	Conclusie	52



1

INLEIDING

1.1 INLEIDING: OP WEG NAAR MEER SYNERGIE EN DRAAGVLAK

De zeven gemeenten uit de regio West-Brabant West - de gemeenten Bergen op Zoom, Halderberge, Moerdijk, Roosendaal, Rucphen, Steenbergen en Woensdrecht - willen graag blijven samenwerken aan de verdere toeristisch recreatieve ontwikkeling in de regio. De gemeenten willen met de vrijetijdseconomie impulsen geven aan de regionale economie en een aantrekkelijk leefklimaat voor de hele regio creëren. Om regionaal een 'leisurekoers' te varen zijn de gemeenten op zoek naar een gezamenlijke paraplu met een uitvoeringsagenda. Uitgangspunt is het versterken en uitbouwen van onderlinge relaties en synergie.

De gemeente Roosendaal heeft als opdrachtgever van de regio, Ginder gevraagd een onderzoek uit te voeren dat leidt tot een dergelijke koers. Ginder werkt hierbij samen met Hypolite Marketing, expert op het gebied van toeristische gebiedsontwikkeling.

De globale opzet van het onderzoek is als volgt.

Deel 1 en 2: Research en marktanalyse

- **Nulmeting en trendanalyse:** Het onderzoek is gestart met een inleidende bespreking op ambtelijk niveau. Daarbij is door de aanwezige gemeenten input gegeven over onderscheidende elementen in het aanbod en kansen die de gemeenten zien. Op basis van de bestaande onderzoeken naar toeristisch vraag en aanbod in de gemeenten Bergen op Zoom, Roosendaal, Woensdrecht, Steenbergen en Moerdijk en het door de gemeenten Rucphen en Halderberge opgestelde bestand met het toeristische aanbod, is door Ginder een analyse gemaakt van de vraag en het aanbod van toerisme. Op basis daarvan is inzicht verkregen in het functioneren en de economische

TOERISTISCH RECREATIEVE ONTWIKKELING WEST-BRABANT WEST

waarde van het aanbod. Ginder heeft in overleg met Hypolite Marketing een concept-SWOT van toerisme in de regio opgesteld.

- **Synthese:** Deze analyse en de SWOT zijn gepresenteerd aan de ambtelijk verantwoordelijken in een bijeenkomst onder leiding van Ginder. Deze SWOT-analyse werd door hen (h)erkend. De gemeenten gaven ook input over de kansen die zij aanvullend nog zien. Deze input is meegenomen in de verdere analyse en rapportage en de SWOT is hierop aangepast. De SWOT is daarna ook gepresenteerd aan 10 ondernemers uit de regio in een vervolgbijeenkomst. Deze bijeenkomst werd geleid door Ginder en Hypolite, in aanwezigheid van de gemeenten Roosendaal en Halderberge. Daaruit resulteerden ook een aantal nieuwe kansen voor de regio. Deze lijst met kansen komt ook in de rapportage aan de orde.

Deel 3: Koersbepalingen uitvoeringsagenda

In het vervolg is Hypolite Marketing vanaf begin 2025 aan de slag gegaan met gesprekken met stakeholders zoals bestuurders en ondernemers, om de ambitie te formuleren en te toetsen. De Leidraad Bestemmingsmanagement wordt daarbij gevolgd. De sub-stappen 1 tot en met 3 uit deze Leidraad - analyse, ambitie, ontwikkelingskader - worden daarbij uitgewerkt. De stappen 4 tot en met 7 - bestemmingsontwikkeling, vraagsturing, monitoring en organisatie - komen op hoofdlijnen aan de orde. Deze analyse wordt in maart 2025 afgerond.

Rapportage

De resultaten van deel 1 en 2 zijn in deze rapportage weergegeven. De rapportage van deel 3 vindt in maart 2025 plaats.

1.2 LEESWIJZER

Opzet van de rapportage

Deel 1 wordt verwoord in de hoofdstukken 2 tot en met 6. Deel 2 komt aan de orde in de hoofdstukken 7 en 8.

- **Hoofdstuk 2: Erfgoed, verhalen en helden.** Het ontstaan en de groei van het aanbod van toerisme in de regio zijn uiteraard verbonden met de regio zelf, het landschap, de natuur en de bevolking. Tegelijkertijd is er ook een gezamenlijke lijn te ontdekken in het regionale DNA en het aanbod. Dit hoofdstuk benoemt dat DNA.
- **Hoofdstuk 3: Aanbod** gaat in op het aanbod voor dag – en verblijfstoerisme in de regio en de spreiding daarvan.
- **Hoofdstuk 4: Vraag** gaat in op de vraag van dag- en verblijfstoerisme. Voor verblijfstoerisme ramen we de vraag in aantallen overnachtingen en gaan we in op de bezettingsgraad.
- **Hoofdstuk 5: Trends** beschrijft de trends die we zien in het toerisme in het algemeen, maar zeker ook in deze regio.
- **Hoofdstuk 6: Economie** benoemt de economische kracht van de toeristische sector.
- **Hoofdstuk 7: Synthese** duidt de toeristische sector en trekt conclusies over de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen.
- **Hoofdstuk 8: Conclusie**, als start voor deel 3..

2

ERFGOED, VERHALEN EN HELDEN

2.1 HET GEDEELDE DNA VAN WEST-BRABANT WEST

Samenwerking op basis van gedeeld DNA en waarden

De gemeenten van West-Brabant West willen ten behoeve van de vrijetijdseconomie de onderlinge relaties en synergie versterken en uitbouwen. Er is een bewustzijn dat niet alleen de geografische ligging deze samenwerking logisch maakt, maar er ook een cultuur-historische verwantschap is die maakt dat het DNA en de gedeelde waarden anders zijn dan verder naar het oosten van Brabant, of Zeeland en de Rijnmond.

Samenwerking op basis van dit verwantschap creëert meer mogelijkheden voor samenwerking tussen gemeenten, ondernemers, cultuur en erfgoed. Uit verschillende sessies die georganiseerd zijn, bleek bovendien dat een dergelijk narratief nog ontbrak waardoor ontwikkeling en marketing van West-Brabant West als bestemming maar moeizaam op gang komt. Als onderdeel van dit project zijn we daarom middels historische sociale, geopolitieke, economische bronnen op zoek gegaan naar de feiten, verhalen en iconen

die West-Brabant West gevormd hebben en nog altijd invloed hebben. Door deze bij elkaar te brengen in het verhaal van West-Brabant West ontstaan kansen voor de gemeenteweerschrijdende narratieven die nodig zijn om de bestemming onderscheidend in de markt te zetten en bijpassende concepten te ontwikkelen die bijdragen aan een gezond en duurzaam toeristisch recreatief ecosysteem.



Suikerfabriek de ram & cie.. 1904 bron : West-Brabants archief

2.2 HET ZOUT, HET ZUUR, HET BITTER EN HET ZOET: HET VERHAAL VAN WEST-BRABANT WEST

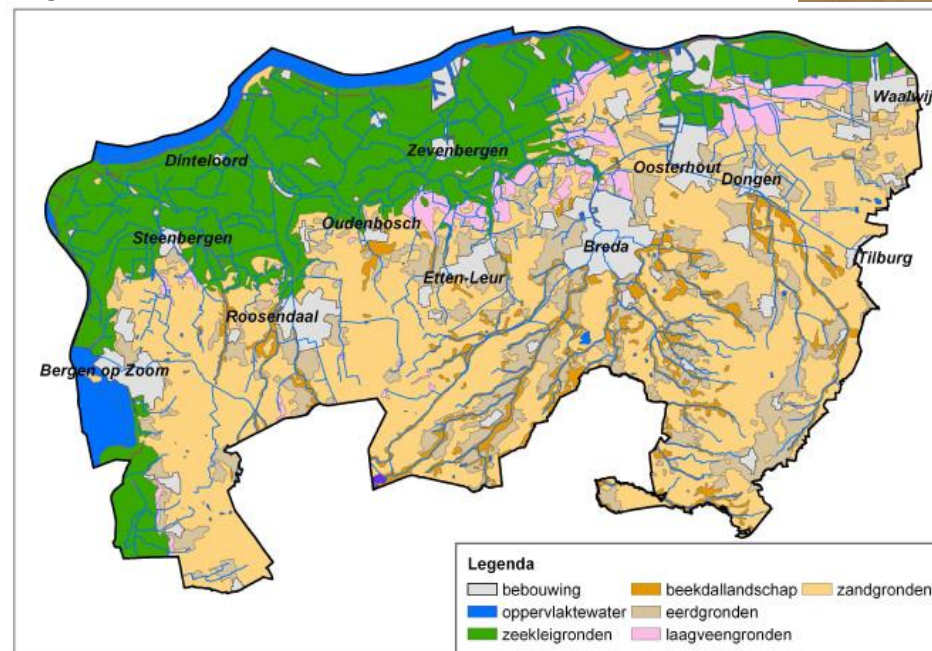
Het zout van Brac bant: Brabant gecreëerd uit brakke grond

West-Brabant West ligt geologisch gezien aan het einde van de delta's van de Schelde en de Merwede. Ooit was het een gebied dat bij hevige stormen deels overstroomde. In de afgelopen 1.000 jaar is het door inpoldering langzaam veroverd op zee, vanuit de hoger gelegen steden en nederzettingen op de Brabantse naad zoals Bergen op Zoom, Oudenbosch, Zevenbergen en Steenbergen. Sommige historici zeggen daarom dat hier langs de Schelde en de Merwede de oorsprong van de naam Brabant ligt. Brac bant betekent in het oud-Nederlands namelijk 'drassige streek'. We hebben het bijvoorbeeld nog altijd over brak water.

De aanleiding voor deze inpoldering was vooral economisch en leidde tot een belangrijke economische bloeiperiode waarin arbeiders op zoek naar een beter bestaan de elementen trotseerden om turf en zout te winnen uit de brakke veengrond. Zout was in die tijd een zeer exclusief product. De vele vestingen en forten

die nu nog in het landschap liggen, stammen uit deze tijd van inpoldering en dienden voor het bewaken van dit *witte goud*.

Het vormt tevens de verklaring voor de prachtige diversiteit aan landschappen en natuur in West-Brabant West. Van de vlakke en weidse polderlandschappen dooraderd met kanalen en vaarten in noorden tot de bos- en heidegebieden in het zuiden.



Boven: luchtfoto van Fort Sabina
Links: geologische kaart van de naad van Brabant, in groen de zeekleigronden die ingepolderd werden voor turf- en zoutwinning

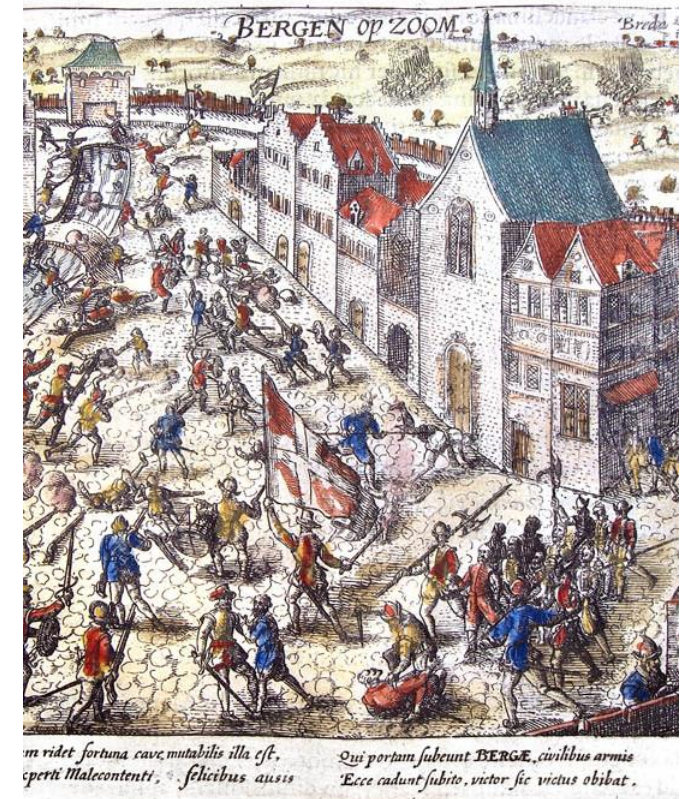
Verdedigen en bevechten: het zuur en het bitter

In de middeleeuwen behoorde West-Brabant West nog bij het Land van Breda, maar omdat het gebied in de middeleeuwse geopolitiek militair en economisch steeds belangrijker werd, ontstond het als een zelfstandige Heerlijkheid en later een Markiezaat (hoger in rang dan de Baron van baronie Breda).

De unieke ligging van het gebied - met Bergen op Zoom als (toen nog) bewaker van de Westerschelde monding en Willemstad (Ruigenhil) als bewaker van het Volkerak en het Hollands Diep - maakte de regio strategisch belangrijk in de 80-jarige oorlog, Engelse- en Franse oorlogen en de Tweede Wereldoorlog. Naast de eerder genoemde vestingen en forten zijn ook de Zuiderwaterlinie en de oudere Linie van de Eendracht hier getuigen van in het landschap. Samen vormden zij de verdediging van het gebied tegen verschillende vijanden. Willemstad dankt zijn naam, vesting en stadsrechten aan die verdediging.

Door hard werken en opoffering is West-Brabant West dus veroverd en heroverd op de zee en verdedigd tegen o.a. Zeeuwen, Hollanders, Engelsen, Fransen en Spanjaarden.

Het is dus geen toeval dat de hedendaagse equivalenten van deze militaire historie in West-Brabant West te vinden zijn in o.a. de kazerne van het corpscommando's in Roosendaal, vliegbasis Woensdrecht en het oefenterrein van de ME is Ossendrecht. Het zijn nog altijd plekken waar fysiek hard werken en verdediging van land en samenleving belangrijk zijn.



Bergen op Zoom was lange tijd drager van de eretitel 'La Pucelle' (de Maagd) omdat de stad nog nooit veroverd was. Napoleon nam de stad die eretitel af en pronkte ermee op de Arc de Triomphe (links).

Aards en hemels: het zoet van West-Brabant West

Was West-Brabant West een Walhalla? Zeker niet! Het gebied heeft vele natuurrampen (overstromingen), stadsbranden, oorlogen, veroveraars, economische voorspoed en malaise doorgemaakt die het landschap, de dorpen en steden maar zeker ook de volksaard hebben gevormd. De turfponders, de zoutwinning, de teelt van meekrap, de bosbouw in de Wouwse plantage en het suiker uit de vorige eeuw zijn herinneringen uit economisch goede tijden waarin je met hard werken je bestaan kon opbouwen.

We zien in het landschap naast de zoutforten, de turfvaarten, de vestingen en molens, ook sporen van de industriële revolutie waarin brouwerijen en suiker- en snoepfabrieken zorgen voor de aanleg van nieuwe havens en kanalen. Deze suikerindustrie, inclusief het intensief verbouwen van suikerbiet kan als het tweede *witte goud* van West-Brabant West gezien worden. Of het nu gaat om forten of suikerfabrieken, de turfvaarten of de kanalen,

het werd allemaal aangelegd en gebouwd met noeste arbeid en beperkte hulpmiddelen.

Ieder van de economische bloeiperiodes wordt niet alleen weerspiegeld in de manier waarop bewoners het land vormden, maar ook in de prachtige bouwwerken die dienden om de gemeenschap te verbinden (bijvoorbeeld via het geloof), trots te maken en hun helden en heiligen te vereren. Denk aan Saint Louis en de Basiliek van Oudenbosch, de Pauselijke Zouaven, het Dal der Rozen en de (replica) Maria grot in St. Willibrord, maar ook aan de Markiezenhof, het Mauritshuis, en het Kasteel van Wouwse plantage.



Boven: Saint Louis in Oudenbosch

Links: Bietenlossers bij Suikerfabriek Azelma in Zevenbergen. (Bron: Heemkundekring Willem van Strijen)

2.3 HET DNA VAN WEST-BRABANT WEST & DE VRIJETIJDSECONOMIE

Het zoet, het zuur, het bitter en het zout

Zoals hiervoor beschreven heeft West-Brabant West een aantal economische bloeiperiodes doorgemaakt maar even vaak economisch terugslag gehad door veranderingen op de wereldmarkt, oorlogen en natuurrampen. Even vaak hebben bewoners het leven daarna weer opgepakt en er opnieuw het beste van gemaakt door het hard te werken voor hun gezin, hun gemeenschap en hun geloof. In het hedendaagse vinden we daarom typische West-Brabant West volkshelden zoals Dylan Groenewegen en Frans Bauer die weten wat hard werken is maar die ook het leven viëren.

Genieten van kleine, simpele dingen is tot kunst verheven en dat illustreert misschien ook wel het verschil met de meer Bourgondische Brabanders verder naar het oosten. Na hard werken en eerlijk zweet mag je ook ontspannen en genieten. Dat mag ook gewoon op een eenvoudige manier met fietsen en wandelen, op de mountainbike, een

skateboard of een SUP, met een gezellige asperge maaltijd, aardbeien bij het ontbijt en aandacht voor je gezin met een RedBand snoepje of een Liga. Daar hoort ook af en toe een uitspatting bij: op de kermis, bij Splesj, bij Rosada of tijdens de Draai van de Kaai.



Boven: asperges van de brabantse wal
Links: rosada outlet center

2.4 HELDEN VAN WEST-BRABANT WEST



TOERISTISCH RECREATIEVE ONTWIKKELING WEST-BRABANT WEST

2.5 VERHAALLIJNEN



Hemels en aards

Religieus/ industrieel
erfgoed vs. kermis,
Splesj, Designer
Outlet



Bevechten en liefhebben/ verdedigen en bevrijden?

Geopark, militair
erfgoed, dorpskernen,
waterkeringen



Inspannen en ontspannen

Wielrennen/ MTB/
land & fabrieksarbeid
vs. kamperen,
asperges, aardbeien,
terras



Inpolderen en doorsluizen

Waterlinies,
Brabantse Wal,
handelshavens vs.
varen, zeilen, suppen

3

AANBOD



3.1 OPZET ANALYSE TOERISME

Het onderzoek naar vraag en aanbod in toerisme is gebaseerd op de vijf afzonderlijke deelonderzoeken naar toeristische vraag en aanbod die deels vooraf, deels gelijktijdig, maar separaat van dit huidige onderzoek hebben plaatsgevonden. Deze zijn los van elkaar uitgevoerd in opdracht van respectievelijk de gemeenten Bergen op Zoom, Moerdijk, Steenbergen, Roosendaal en Woensdrecht. Deze onderzoeken vonden alleen in 2023/2024 plaats en hebben betrekking op de stand van zaken in het jaar 2023 voor elk van deze vijf gemeenten. Deze onderzoeken, monitors genoemd, zijn op geheel vergelijkbare wijze uitgevoerd.

Voor de gemeenten Rucphen en Halderberge heeft geen separaat onderzoek plaatsgevonden. Het toeristisch aanbod is door die gemeenten aan Ginder aangeleverd en de vraag en de bestedingen zijn voor deze twee gemeenten door Ginder geraamd op basis van gemiddelden en expertise, om een compleet beeld voor de gehele regio te creëren.

Ginder heeft de onderzoeken uitgevoerd conform de richtlijnen die overeengekomen zijn in de Leidraad die is vastgesteld binnen de groep van economische adviesbureaus in de leisurebranche. De afbakening van het monitoronderzoek komt tot uitdrukking in een afbakening van de categorieën van verblijfstoeristische accommodaties en dagtoeristisch aanbod die meegenomen zijn in het onderzoek. In Bijlage A worden de categorieën weergegeven.

De eerste stap van het onderzoek was de inventarisatie van het toeristisch-recreatieve aanbod. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen dagtoerisme en verblijfstoerisme.

De tweede stap omvat het veldonderzoek bij de toeristische aanbieders. Vanuit de vijf gemeenten is een aankondigingsbrief verstuurd naar de toeristische aanbieders. Vervolgens is de vragenlijst - onze standaard vragenlijst voor dit type onderzoeken - per mail naar de aanbieders in de vijf gemeenten verstuurd. Deze vragenlijst is telefonisch opgevolgd tot de streefrespons (35%-40%) was gerealiseerd, uiteindelijk is de respons zelfs op circa 50% geëindigd. Voor details hierover verwijzen we naar de afzonderlijke rapportages die we hebben opgesteld voor de vijf gemeenten.

In de laatste stap is de binnengekomen data verwerkt, geanalyseerd en geïnterpreteerd. Allereerst is het definitieve aanbod gecontroleerd en vastgesteld. Daarna is de omvang van de marktvraag - uitgedrukt in aantallen overnachtingen en bezoeken aan dagtoeristische accommodaties - op basis van de respons van het onderzoek berekend (voor de gemeenten Rucphen en Halderberge zijn deze geschat/geraamd). Vervolgens is de economische betekenis en de toegevoegde waarde berekend op basis van het Ginder Input-Output model (zie Bijlage C).

Verantwoording

- › De basis voor de berekeningen en uitkomsten van dit onderzoek is afkomstig uit telefonische interviews en online enquêtes onder ondernemers.
- › De totale respons op de enquêtes in de vijf gemeenten was circa 50%, een relatief hoge respons.
- › De berekeningen van de economische betekenis zijn uitgevoerd aan de hand van het Ginder Input-Output model. In Bijlage C wordt een nadere toelichting op het model gegeven.
- › In Bijlage A wordt een uitgebreide onderzoekverantwoording beschreven.



3.2 AANBOD VERBLIJFSTOERISME

Het verblijfsaanbod in de regio verdelen we onder in de categorieën hotels, Bed & Breakfasts, vakantiewoningen, campings, camperplekken, jachthavens en groepsaccommodaties.

Tabel 1 toont een overzicht van het aantal ondernemers dat verblijfsaanbod ter beschikking stelt in de regio in 2023. Het verblijfstoerisme in de regio bestaat uit 186 aanbieders die gezamenlijk beschikken over ca. 7.700 eenheden.

Tabel 1 Aantal aanbieders verblijfstoerisme 2023

Categorie	Aantal aanbieders
Hotels en pensions	40
Bed & Breakfasts	76
Campings	38
Vakantiewoningen	13
Groepsaccommodaties	3
Jachthavens	16
Totaal	186

Met name het aantal eenheden op campings in de regio is groot: bijna de helft van het aantal eenheden is op campings te vinden. Daarnaast bestaat ruim een derde van het logiesaanbod (36%) uit ligplaatsen in jachthavens. Met circa 3.300 kampeerplaatsen en bijna 2.800 ligplaatsen in jachthavens is het aanbod in de regio daarmee sterk seizoensmatig.

Tabel 2 Aantal eenheden verblijfstoerisme 2023

Categorie	Aantal eenheden
Hotels en pensions	910 kamers
Bed & Breakfasts	181 kamers
Campings	1.763 jaar-en seizoenplaatsen
	1.537 toeristische plaatsen
	270 verhuuraccommodaties
Camperplekken	227 plaatsen
Vakantiewoningen (verhuurd, excl. chalets)	25 woningen
Groepsaccommodaties	194 bedden
Jachthavens	2.699 vaste ligplaatsen
	66 passantenplaatsen
Totaal	7.872 eenheden

Met name verhuurde vakantiewoningen (excl. chalets) die duiden op een meer jaarrond karakter, zijn er nauwelijks in de regio. Hetzelfde geldt voor groepsaccommodaties.

Met circa 1.100 kamers in hotels en bed & breakfasts is er behoorlijk in dit type jaarronde logiesaanbod voorzien, dat ook geschikt is voor de zakelijke markt. Buiten het toeristisch (hoog)seizoen is er niet veel jaarrond logiesaanbod en keuze voor gezinnen en groepen.

3.3 ONTWIKKELINGEN VERBLIJFSTOERISME

Toekomstige ontwikkelingen

In de regio zijn een aantal nieuwe plannen ontwikkeld met betrekking tot verblijfstoerisme. Deze plannen zijn bij Ginder bekend uit deskresearch en expertise, er heeft geen uitvraag plaatsgevonden bij gemeenten naar alle planvoorraad, zoals planologische ruimte voor uitbreiding in bestemmingsplannen. Deze plannen zijn als volgt:

- Landal wenst een nieuw vakantiepark te ontwikkelen in de gemeente Bergen op Zoom: Landal de Brabantse Wal, dat 107 vakantievilla's en tiny houses biedt. In het voorjaar van 2024 zijn hiervoor al funderingen gestort;
- Op de locatie van Camping de Bovensluis in Willemstad wenst een ontwikkelaar 366 vakantiehuizen realiseren. De omgevingsvergunning voor dit park is inmiddels door de gemeente Moerdijk verleend in het najaar van 2024. Tegen deze vergunning is vervolgens bezwaar ingediend;
- Op de locatie van camping Familyland in de gemeente Woensdrecht wenst Van Hoorne Entertainment het Familie Resort & Avonturenpark de Tovertuin te ontwikkelen. Dit is een dagattractie park voor jonge kinderen, in het thema van Woezel & Pip. Daarnaast worden 135 vakantiehuizen gerealiseerd. In het najaar van 2024 is de bouw begonnen.

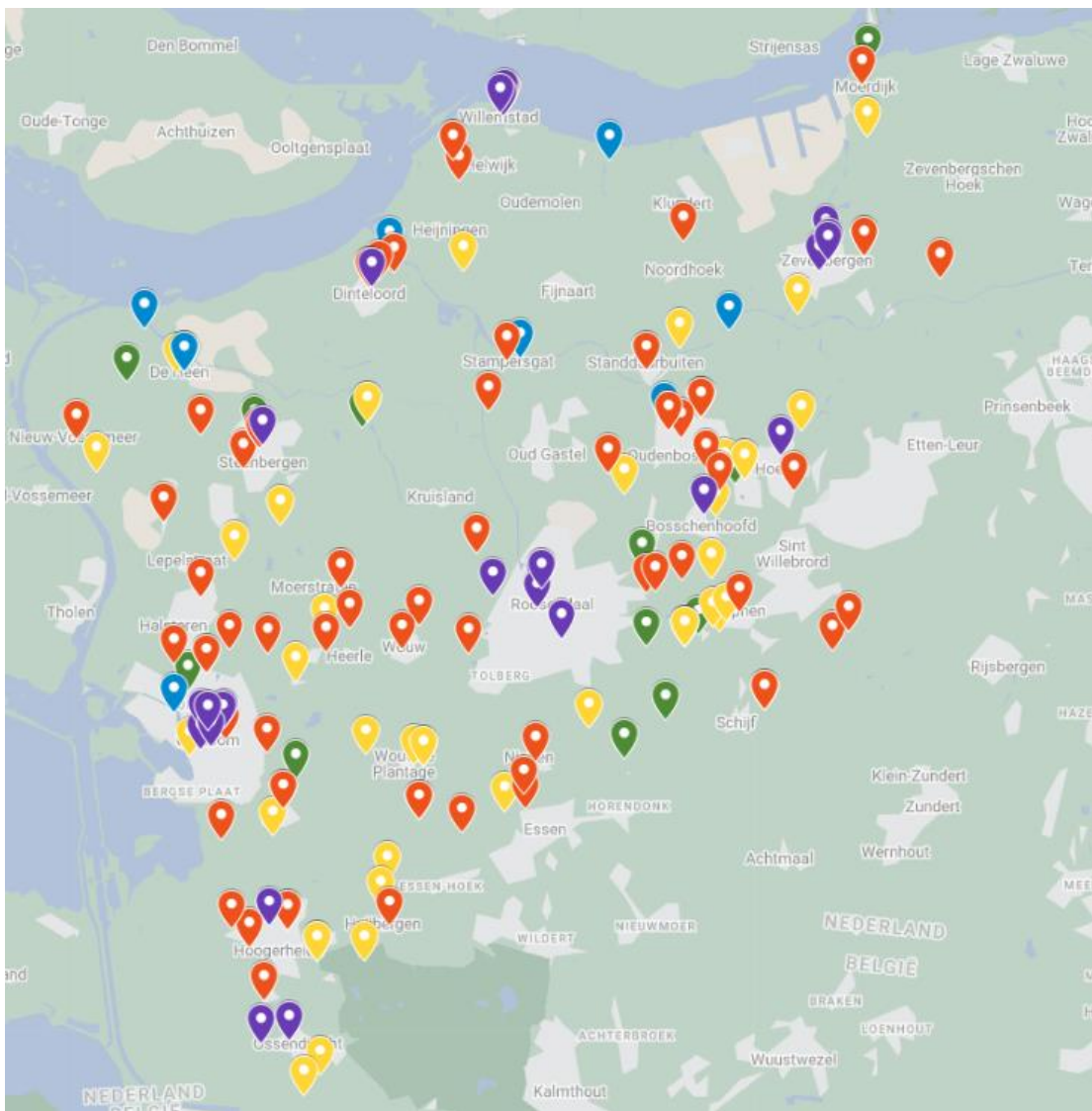
In totaal omvatten deze plannen ruim 600 vakantiehuizen en een avonturenpark. De verblijfs capaciteit in de regio wordt hiermee met 40% uitgebreid. Het gebrek aan verhuur van vakantiehuizen wordt, als de plannen doorgaan, opgeheven.

Huidige ontwikkelingen

In september 2024 is Otium hotel Rosendaal geopend, een hotel met 127 kamers en een eigen wellnessresort (Vitae Wellnessresort). Het hotelaanbod groeit daarmee naar meer dan 1.000 kamers en krijgt dus zowel kwalitatief als kwantitatief een verbetering/uitbreiding.








3.4 SPREIDING VERBLIJFSTOERISME



De spreiding van het aanbod is weergegeven op de naastgelegen kaart. Daaruit valt het volgende op:

- Het aanbod is verspreid over de hele regio, maar in de omgeving van Kruisland en Moerstraten is geen aanbod, dit is een natuurgebied waar ook nauwelijks inwoners zijn gevestigd;
- Het Bed & Breakfast aanbod is alom verspreid;
- Het aanbod van hotels concentreert zich in de steden Roosendaal, Bergen op Zoom en Zevenbergen;
- Campings concentreren zich aan de zuidrand van het gebied, waar het landschap meer bosrijk is (Geopark, Rucphense Bossen, Bergse Heide);
- Jachthavens zijn het meest aan de noordrand van de regio te vinden, zoals aan het Hollandsch Diep, Volkerak en Dintel.

-  *Hotels*
-  *B&B en pensions*
-  *Vakantieparken en groepsaccommodaties*
-  *Campings*
-  *Jachthavens*

[Verblijfstoerisme West-Brabant West - Google My Maps](#)

3.5 SCHAAL VERBLIJFSTOERISME

Bij de analyse van de toeristische ontwikkeling is het ook van belang om te analyseren wat deze schaal van verblijfstoerisme betekent voor de regio. Is deze voldoende om de economische kracht van de regio te ondersteunen en past dit aanbod bij een gebied van dergelijke omvang (in oppervlakte en inwoneraantal)? Om deze redenen hebben we West-Brabant West vergeleken met een aantal andere regio's, die redelijk vergelijkbaar zijn qua omvang en type gebied (landelijk, met een aantal middelgrote steden), waarvan Ginder over de gegevens beschikt.

- **Noordoost Noord-Brabant:** zelfde provincie, omvat echter niet de stedelijke regio's rondom steden als Eindhoven en Tilburg;
- **Achterhoek:** regio die 10-15 jaar geleden beperkt toerisme kende en met veel investeringen is getransformeerd tot een regio met een omvangrijk dag- en verblijfstoeristisch aanbod;
- **Andere landelijke regio's:** provincie Groningen exclusief de gemeente Groningen en de regio Zuid-Holland-Zuid. Zuid-Holland Zuid grenst aan West-Brabant West en is daarmee een regio van waaruit ook dagbezoek aan West-Brabant West mogelijk is.

Uit deze tabel blijkt:

- Het aanbod aan hotelkamers is kleiner dan in de andere regio's. De plattelandsregio van de provincie Groningen telt méér hotelkamers dan West-Brabant West. Ook het Bed & Breakfast aanbod is ongeveer de helft van het aanbod van Zuid-Holland Zuid en de Achterhoek afzonderlijk;
- Het aanbod aan toeristische kampeereenheden, van belang voor het zomerseizoen, is ongeveer de helft van de omvang van drie van de vier andere regio's;
- Het aanbod aan vakantiewoningen is in vergelijking met andere regio's erg beperkt - er zijn hier zoals genoemd toekomstige ontwikkelingen;
- De capaciteit in ligplaatsen in jachthavens is alleen lager dan Zuid-Holland Zuid, maar veel hoger dan in andere regio's;
- Wat betreft groepsaccommodaties is er erg weinig capaciteit ten opzichte van de andere regio's;
- Samengevat, is de schaal van verblijfs capaciteit in de regio beperkt, met jachthavens als uitzondering.

Tabel 3 Vergelijking omvang verblijfstoerisme met andere regio's

Categorie	West-Brabant West	Noordoost Noord-Brabant	Provincie Groningen (excl. stad)	Zuid-Holland-Zuid	Achterhoek
Hotelkamers	910	2.100	1.667	1.258	1.250
B & B kamers	181	n.b.	1.100	345	479
Kampeereenheden (toeristisch)	1.763	3.535	2.991	1.510	5.908
Vakantiewoningen	25	1.029	1.372	640	1.790
Ligplaatsen jachthavens	2.765	n.b.	1.039	4.814	836
Groepsaccommodatie (bedden)	194	2.058	2.077	323	4.011

3.6 KENMERKEN VERBLIJFSTOERISME

We analyseren het aanbod verder op een volgend aantal karakteristieken.

- **Schaalniveau op accommodatieniveau.** Het schaalniveau van hotels is met gemiddeld 34 kamers per hotel iets kleiner dan het landelijk gemiddelde (40-45 kamers). Het gaat vaker om kleinschalige en familie gedreven hotels. Het schaalniveau van campings is met 168 toeristische plaatsen juist een stuk hoger dan het landelijk gemiddelde (50 toeristische kampeerplaatsen per camping). Het valt op dat het in de regio ook grotendeels ontbreekt aan mini-campings (minder dan 25 plaatsen), die doorgaans ontstaan als nevenactiviteit bij een agrarische hoofdactiviteit. Deze mini-campings dragen bij aan het lagere landelijk gemiddelde qua schaal, maar in deze regio is daar weinig sprake van.
- **Ketengraad.** De ketengraad van hotels is beperkt; er zijn drie hotels van Fletcher in de regio en één Bastion Hotel. Geen enkele camping heeft zich aangesloten bij een keten of samenwerkingsverband zoals Ardoer, Capfun, Europarcs of bijvoorbeeld SVR, een samenwerkingsverband van boerencampings. Gezien het landelijke karakter van de regio zou dat verwacht kunnen worden. Dit betekent een redelijk solistisch opereren van campings.
- **Volledigheid van het aanbod.** In de regio valt op dat er geen vakantieparken (meer) zijn waar vakantiewoningen worden verhuurd. Wel worden er chalets verhuurd, zoals bij camping Bosbad Hoeven. Het geheel ontbreken van vakantieparken zorgt er voor dat de jaarronde component voor gezinnen ontbreekt in deze regio. Het aanbod van verblijfstoerisme hangt uiteraard samen het dagrecreatieve aanbod, dat breed, onderscheidend en omvangrijk genoeg moet zijn voor een meerdaags verblijf (zie ook de paragraaf over dagtoerisme). Zoals

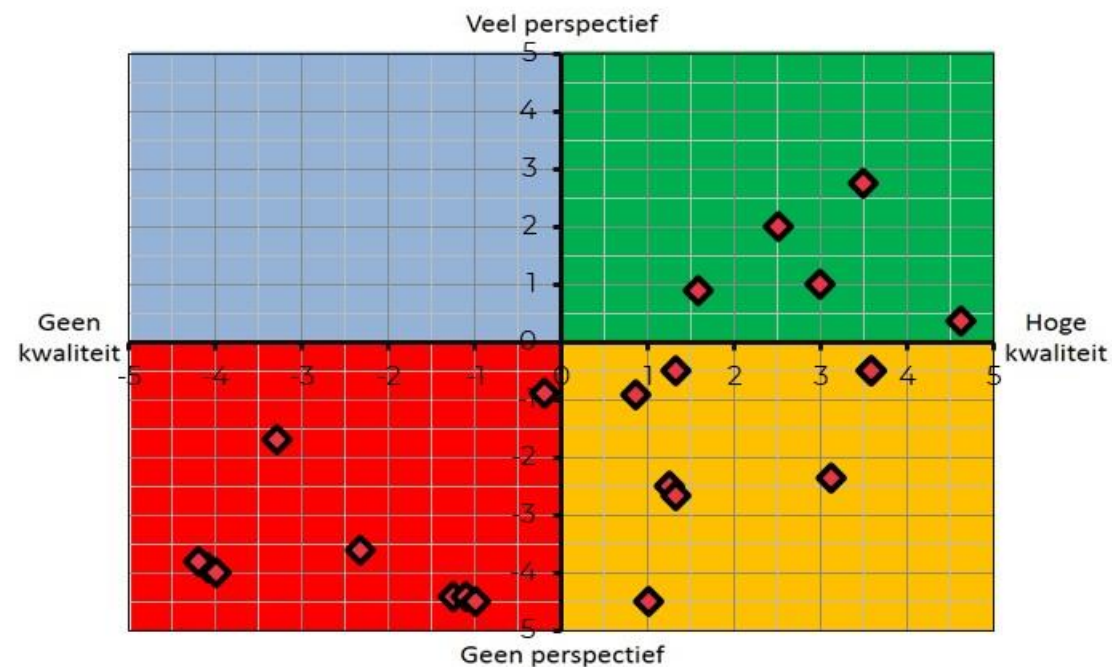
hiervoor genoemd komt hier naar verwachting wel verandering in met de genoemde plannen.

- **Kwaliteit van het aanbod.** We hebben de beoordeling van alle hotels en campings in kaart gebracht op basis van beoordeling in Booking.com en Zoover, of Google voor campings. Het hotelaanbod wordt gemiddeld met een 8,0 beoordeeld. Dit klinkt goed, maar voor hotels is een 8,0 eigenlijk de ondergrens van wat in de branche pas als goed wordt beoordeeld. De helft van de hotels krijgt een beoordeling lager dan 8,0 en een kwart lager dan 7,0, wat betekent dat de kwaliteit niet meer dan redelijk is. De ketenhotels worden met een gemiddelde van 7,5 lager beoordeeld dan de (veelal kleinschaligere) niet-ketenhotels. De beoordeling van campings is op Google - met 4,2 op een schaal van 5 - goed. Ginder heeft voor de provincie Noord-Brabant onderzoek gedaan naar de toekomstbestendigheid (vitaliteit) van de campings in de hele provincie Noord-Brabant, waaronder in West-Brabant West. Dit geeft een ander beeld (zie de volgende pagina).

De vitaliteitspositie van de vakantieparken en campings in de provincie, waaronder ook in West-Brabant West, zijn in 2023 onderzocht door Ginder middels het vitaliteitsmodel. Het vitaliteitsmodel verblijfsrecreatie kent twee assen: de horizontale as geeft de bedrijfsmatige recreatieve kwaliteit weer en de verticale as het recreatieve toekomstperspectief. De beoordeling op deze twee assen, die voortkomen uit een schouw uit een eerder project, leidt tot een positionering in het model (elk rood symbool stelt een afzonderlijk park voor). De beoordeling van de regio is niet erg gunstig.

Vitaliteitspositie

- De vakantieparken en campings in West-Brabant West verschillen sterk van elkaar. De vitaliteit van enkele accommodaties is goed. Deze vallen in het groene kwadrant en hebben toeristisch een hoge kwaliteit en veel perspectief naar de toekomst toe. 23% van de parken in de regio hebben een goede vitaliteitspositie.
- Een iets hoger aantal parken doet het redelijk en valt in het gele kwadrant van het vitaliteitsmodel. Deze parken – circa 36% van het totaal aantal parken – hebben een hoge recreatieve kwaliteit maar een stuk minder perspectief. De toekomstverwachting bij deze parken is negatiever dan bij de parken in het groene kwadrant.
- De meeste parken in West-Brabant West vallen in het rode kwadrant van het vitaliteitsmodel. 40% van de parken heeft geen kwaliteit en geen toekomstperspectief. Er wordt veel permanent gewoond op deze parken. Geen van deze parken in het rode kwadrant is opgenomen in het aanbod dat op de vorige pagina's is beschreven, omdat ze niet meer als toeristisch-recreatief functioneren.



Vitaliteitsmodel verblijfsrecreatie

3.7 AANBOD DAGTOERISME

De regio beschikt over 191 aanbieders, waar dagtoeristen een bezoek aan kunnen brengen. De meerderheid bevindt zich binnen de brede categorieën attracties en bezienswaardigheden en sportieve leisure.

Tabel 4 Aantal aanbieders dagtoerisme

Type aanbieder	Aantal aanbieders
Attracties en bezienswaardigheden	116
Musea	15
Rondvaarten	1
Sportieve leisure	51
Cultuur (theaters)	5
Golfbanen	3
Totaal	191

Omdat cultureel erfgoed een belangrijk onderdeel is van het aanbod, hebben we het aanbod ook ingedeeld in wat meer inzichtelijke categorieën. Daaruit blijkt binnen de categorie attracties en bezienswaardigheden het verschil tussen culturele bezienswaardigheden enerzijds en attracties die meer zijn gericht op entertainment, anderzijds.

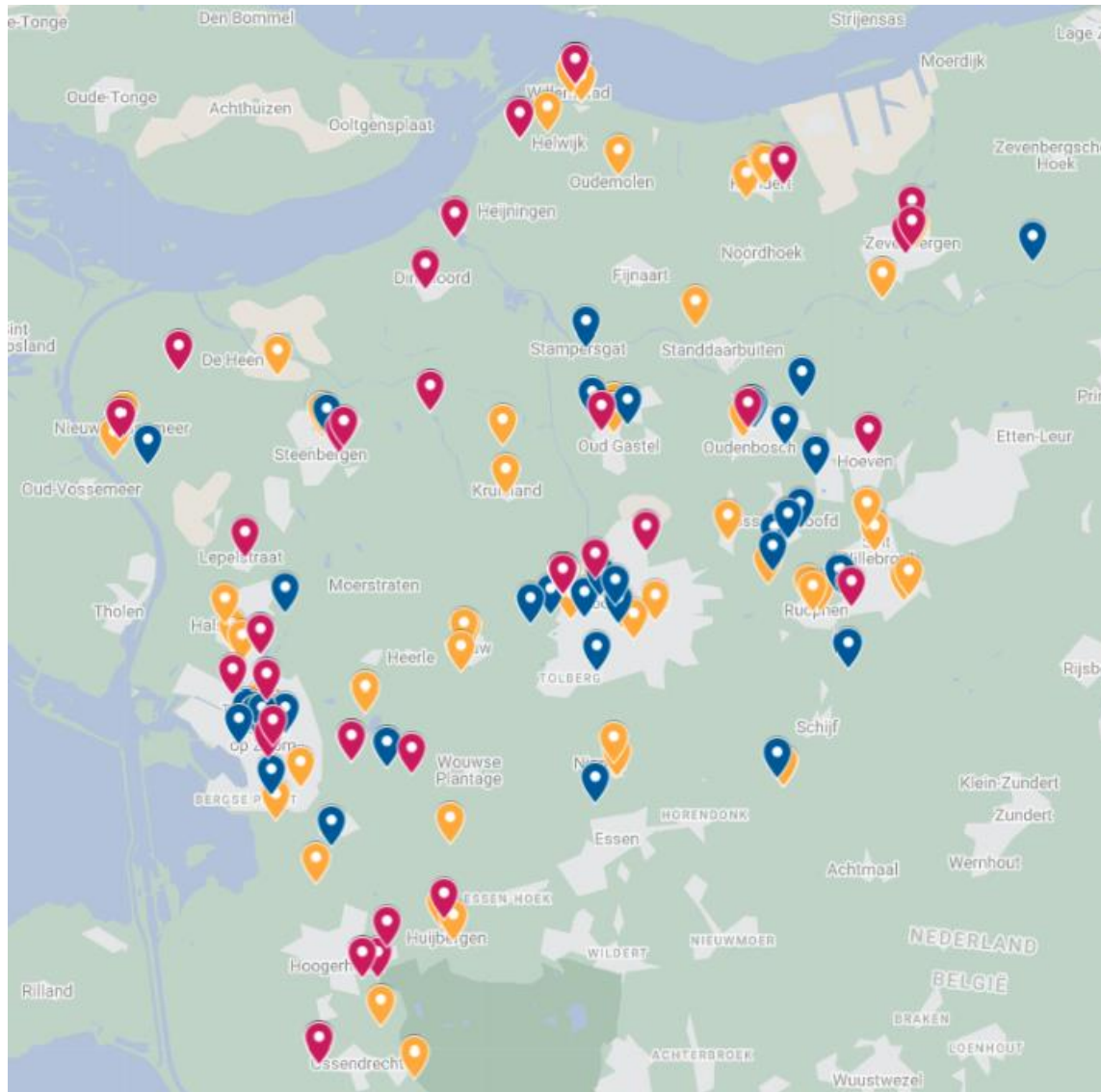
Tabel 5 Aanbieders dagtoerisme naar categorie

Type aanbieder	Aantal aanbieders
Cultuur en erfgoed	88
Family /urban leisure	52
Sport en gezondheid	16
Sportieve leisure	35
Totaal	191

Uit deze analyse blijkt dat de categorie attracties voor het grootste deel bestaat uit cultuur en erfgoed en dat de categorie urban leisure wat kleiner is in aantal aanbieders. Dit zegt nog niets over de vraag.

De categorie sportieve leisure is onderscheiden naar sportvoorzieningen voor regulier/dagelijks/wekelijks gebruik (categorie sport en gezondheid, bijvoorbeeld padelbanen) en vormen van sportieve leisure die niet voor dagelijks gebruik te verwachten zijn en vaak meer toeristen dan inwoners trekken (zoals watersportverhuur, escaperooms, avontuurlijke sporten). Deze vallen onder de categorie sportieve leisure.

3.8 SPREIDING DAGTOERISME



De spreiding van het aanbod is weergegeven op deze kaart. Daaruit valt het volgende op:

- Het aanbod van met name cultuur en erfgoed is verspreid over de hele regio;
- Het aanbod van sportieve leisure en gezondheid is ook verspreid over de regio, maar concentreert zich iets meer aan de west- en noordrand van de regio, deels vanwege het aanbod aan waterrecreatie dat hier onderdeel van uitmaakt;
- Binnen de categorie family & urban leisure zien we logischerwijs een concentratie in de steden Bergen op Zoom en Roosendaal, maar ook in de gemeenten Halderberge en Rucphen.

- *Cultuur & erfgoed*
- *Sportieve leisure & gezondheid*
- *Family/urban leisure*

[Dagtoerisme West-Brabant West - Google My Maps](#)

4

VRAAG



4.1 VRAAG VERBLIJFSTOERISME

Vraag

In tabel 6 is de vraag naar verblijfstoerisme in de regio in 2023 uitgedrukt in het aantal overnachtingen. Dit is 577.500, exclusief ongeveer 127.000 overnachtingen geraamd op jaarplaatsen.

Voor hotels is de kamerbezettingsgraad een belangrijke maatstaf, dit is in de regio circa 72%. Het nationale gemiddelde ligt op 73%, de hotelbezetting is dus conform het landelijk gemiddelde. We zien wel sterke verschillen per gemeente, met de hoogste bezetting in de gemeente Bergen op Zoom en Moerdijk en de laagste in de gemeente Steenbergen.

De bezetting van de reguliere campings (toeristische kampeerplaatsen) is met 11% veel lager dan de landelijk +/- 18%. De bezetting van de Bed & Breakfasts is met 28% iets hoger dan landelijk.

Wat opvalt is datgene wat ook al zichtbaar was in het aanbod, namelijk het zeer beperkt aantal overnachtingen in de categorieën vakantiewoningen en groepsaccommodaties. De meerderheid van de overnachtingen vindt plaats in hotels en op campings. Met de toekomstige ontwikkelingen op het gebied van vakantieparken komt hier verandering in. De vraag is daarmee behoorlijk seizoensmatig.

Ongeveer de helft van het aantal overnachtingen is afkomstig uit de hotels, waarvan de gasten voor circa 67% zakelijke gasten zijn. Dit zijn relatief vaak werknemers op bedrijventerreinen in bijvoorbeeld Moerdijk of Antwerpen. Landelijk wordt circa 40% van de kamernachten geboekt

door zakelijke gasten, dus in deze regio is dat veel hoger. Het hoge percentage zakelijke gasten wordt deels veroorzaakt door de aanwezige bedrijvigheid in de regio, maar ook door het beperkt aantal toeristische gasten.

Tabel 6 Aantal overnachtingen 2023 (excl. jaarplaatsen)

Categorie	Aantal overnachtingen 2023
Hotels	286.300
Bed & Breakfasts	32.000
Campings (excl. jaarplaatsen en campers, incl. chalets)	214.200
Campers	16.400
Vakantiewoningen (verhuur)	6.300
Groepsaccommodaties	1.900
Jachthavens (passanten)	20.400
Totaal	577.500

4.2 VRAAG DAGTOERISME

Bezoeken

In Tabel 7 is het aantal bezoeken aan dagtoeristische accommodaties in de regio weergegeven in 2023. Dit is inclusief het relatief grote aantal natuurgebonden bezoeken bijna 10 miljoen bezoeken per jaar (zie de onderzoeksverantwoording voor de berekeningswijze hiervan). Verder blijkt uit de analyse:

- De meerderheid van de bezoeken (73%) bestaat uit natuurgebonden buitenrecreatie. Dit is bijvoorbeeld wandelen en fietsen met een minimumduur van 2 uur, inclusief bezoeken van inwoners. Dit is een fors aantal bezoekers, maar de bestedingen van deze doelgroep zijn per bezoek doorgaans beperkt.
- Binnen de categorie 'sportieve leisure' worden iets meer bezoeken dan de attracties en bezienswaardigheden gerealiseerd. Het gaat hier om grotere sportieve trekkers zoals Snowworld, aanbieders van vlieglessen, parachutespringen en outdoor recreatie. Daarnaast betreft dit ook zwembaden en aanbieders van fiets- en watersportverhuur.
- Attracties en bezienswaardigheden trekken de één na grootste groep bezoekers. Hieronder vallen een aantal grotere aanbieders, zoals de Stok in Roosendaal. Dit family- en urban entertainment is in ruime mate aanwezig in de regio. Naast dit aanbod gaat het om speeltuinen, escaperooms, maar ook bezienswaardigheden als kerken en forten. De laatste groep is doorgaans vrij en gratis toegankelijk en zijn belangrijk voor het toerisme. Deze kleinschaligere en gratis toegankelijke bezienswaardigheden trekken bezoekers die besteden in de regio, maar niet of weinig in de accommodatie zelf. De totale besteding per bezoeker is daarmee wat beperkt.
- Het aantal bezoekers van evenementen is met circa 719.000 behoorlijk,

maar wordt wel voor het grootste deel gerealiseerd in de stedelijke gemeenten Bergen op Zoom en Roosendaal (samen 80% van de evenementenbezoekers).

- Het aanbod aan musea is beperkt, wat terug te zien is in het bezoekersaantal, terwijl er wel veel cultureel erfgoed (anders dan musea) in de regio te vinden is. Het aanbod attracties en bezienswaardigheden is te splitsen in cultureel erfgoed (circa 161.000 bezoekers) en bezoek aan urban/family leisure (circa 612.000 bezoekers). Binnen deze categorie hebben 'leisure' attracties dus veel meer bezoek dan culturele attracties.

Tabel 7 Aantal bezoekers dagtoerisme

Type activiteit	Aantal bezoeken
Attracties en bezienswaardigheden	774.000
Musea	78.000
Sportieve leisure incl. golfbanen en rondvaart	801.000
Natuurgebonden buitenrecreatie	6.957.000
Evenementen (>5.000 bezoekers)	719.000
Cultuur (theaters)	292.000
Totaal	9.621.000

4.3 LEEFSTIJLEN - MATCH VRAAG/AANBOD

Leefstijlen aanbod verblijfsrecreatie

In West-Brabant West valt op dat de grootste aanbieders van verblijfsrecreatie met name bungalowparken en campings zijn. **Harmonie-** en **verbindingszoekers** kiezen vaak voor (grote) bungalowparken en campings in West-Brabant West vanwege de vele voordelen die deze locaties bieden. De rustige en natuurlijke omgeving zorgt voor een ideale plek om te ontspannen en tot rust te komen, weg van de drukte van het dagelijks leven. Daarnaast hechten deze leefstijlen veel waarde aan sociale contacten en gemeenschapsgevoel, wat versterkt wordt door de georganiseerde activiteiten en evenementen op deze parken en campings.

Deze locaties zijn ook zeer gezinsvriendelijk, met tal van faciliteiten en activiteiten voor kinderen, waardoor ze aantrekkelijk zijn voor gezinnen die samen tijd willen doorbrengen en herinneringen willen creëren. Bovendien bieden campings en bungalowparken een hoge mate van flexibiliteit en vrijheid, waardoor gasten hun verblijf kunnen aanpassen aan hun eigen behoeften en wensen. Betaalbaarheid is een andere belangrijke factor, aangezien deze accommodaties vaak goedkoper zijn dan hotels. Tot slot bieden deze parken en

campings een breed scala aan recreatieve activiteiten en faciliteiten, zoals zwembaden, speeltuinen en fietsverhuur, waardoor er voor ieder wat wils is.

Leefstijlen aanbod dagrecreatie

De dagrecreatieve activiteiten met de meeste bezoekers in West-Brabant West zijn interessant voor verschillende leefstijlen. Er zijn meerdere opties voor de **Harmonie-** en deels de **plezierzoekers** zoals Monkeytown, Funzone en Playdome Roosendaal, Splej en Snowworld. Al deze opties bieden een speelomgeving voor kinderen en plezier voor het hele gezin. Verder zijn Theater de Kring en de Basiliek in Oudenbosch ook interessant voor de **inzicht-** en **verbindingszoekers**. Deze twee groepen houden van inspirerende activiteiten, het bezoeken van cultuur-historische bezienswaardigheden en het genieten van een voorstelling in een theater. Hier maken ze dan ook graag tijd voor vrij. Uiteraard is natuur ook nog een belangrijk element als we kijken naar dagrecreatieve activiteiten.

Leefstijlen passend bij de natuur

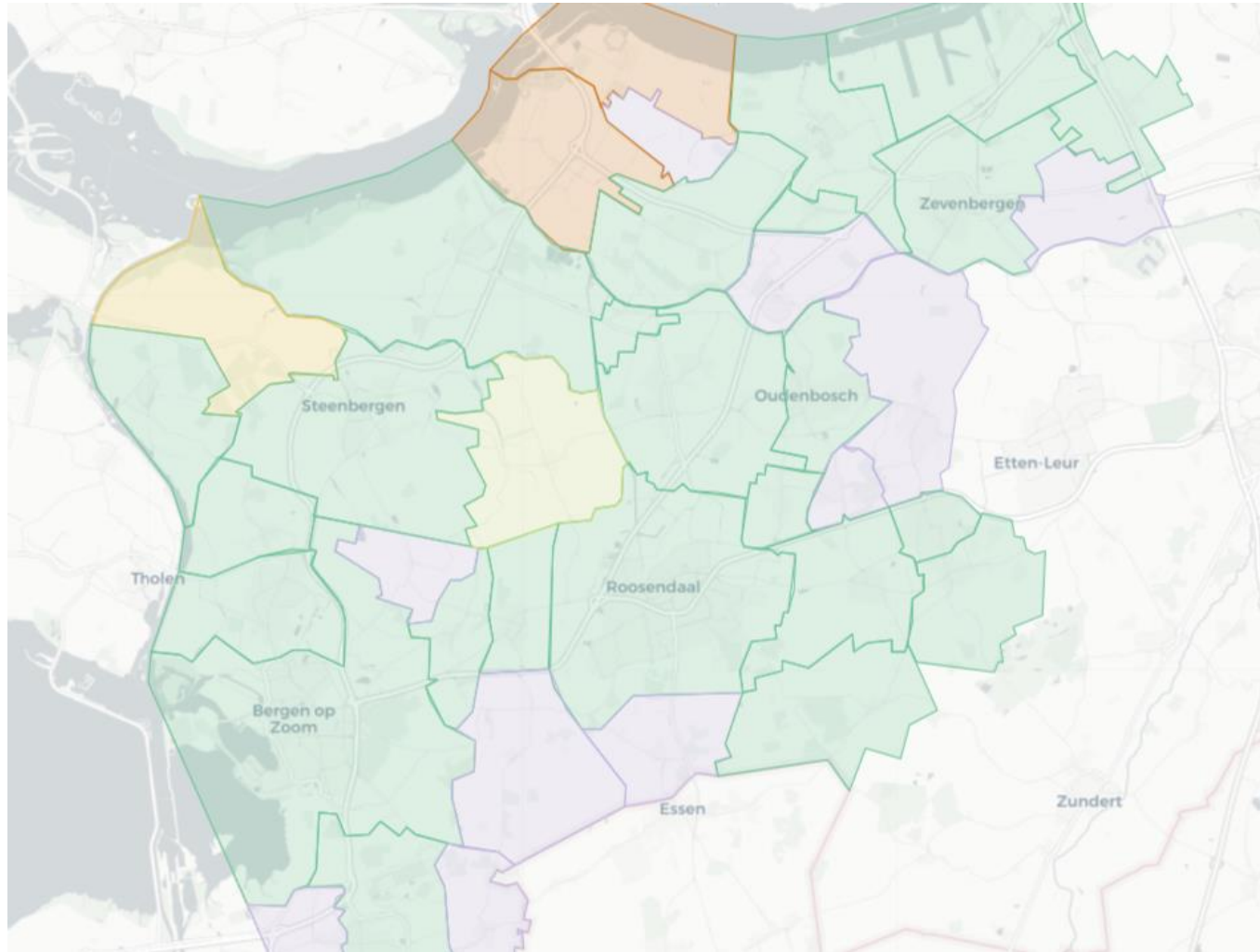
Met name de **rust-**, **inzicht-** en **harmoniezoekers** kunnen zich goed vermaken

in de natuur van West-Brabant West. Deze groepen houden van een rondje fietsen of wandelen via de gebaande paden. De **stijlzoekers** kunnen hier ook op hun eigen manier genieten van de natuur. Er zijn ook mogelijkheden voor avontuurlijke en sportieve activiteiten. Denk aan lange wandelingen door de groene landschappen en fietstochten langs historische structuren.

Kansen dagrecreatie, behoefte inwoners

Kijkend naar de dominante leefstijlen van de inwoners (zie volgende pagina 16) zijn met name **rustzoekers** en **stijlzoekers** woonachtig in West-Brabant West. Ongeveer 70% van de inwoners recreëert in de eigen regio. Als we deze leefstijlen vergelijken met het aanbod, zitten hier nog kansen. Denk hierbij aan het faciliteren van ervaringen zoals kunstgalerijen en culinaire tours, rustige culturele activiteiten zoals kleinschalige concerten, wellness en ontspanning zoals spa's en yoga retreats, en rustige sportieve activiteiten zoals boottochten en wandel- en fietsroutes. Deze toevoegingen kunnen het dagrecreatieve aanbod beter afstemmen op hun behoeften.

4.4 LEEFSTIJLEN - INWONERS



-  Rustzoeker
-  Avontuurzoeker
-  Stijlzoeker
-  Plezierzoeker

5

ECONOMIE



5.1 BESTEDINGEN

Bestedingen

De bestedingen binnen toerisme en recreatie in de regio bedragen ca. € 146 miljoen euro in 2023. Dat komt overeen met een toegevoegde waarde van ongeveer € 92 miljoen, zoals berekend met het Ginder Input-Outputmodel.

Tabel 8 Bestedingen per categorie in 2023 (afgerond op honderdduizenden euro's, incl. btw en overige belastingen)

Categorie	Bestedingen
Bed & Breakfasts	€ 3.500.000
Hotels	€ 36.100.000
Vakantiewoningen, groepsaccommodaties	€ 900.000
Campings en camperplaatsen	€ 21.100.000
Jachthavens	€ 6.800.000
Totaal verblijfstoerisme	€ 68.300.000
Attracties, bezienswaardigheden	€ 13.100.000
Musea	€ 500.000
Sportieve leisure, rondvaarten en golfbanen	€ 22.500.000
Routegebonden recreatie	€ 22.600.000
Evenementen	€ 12.900.000
Cultuur (theaters)	€ 5.600.000
Totaal dagtoerisme	€ 77.400.000
Totaal verblijfs- en dagtoerisme	€ 145.600.000

- › Het grootste deel van de bestedingen komt voort uit het dagtoerisme (53%). Daarbij zorgen de sportieve leisure, golf en rondvaarten tezamen voor ongeveer evenveel bestedingen als de buitenrecreatie, terwijl de laatste groep een veel groter aantal bezoekers heeft. De oorzaak hiervoor ligt in het hogere bestedingsbedrag per persoon voor sportieve leisure).
- › De meeste aanbieders vragen een entreeprijs om de attractie/ bezienswaardigheid of sportieve leisure accommodatie bezoeken. Deze entreegelden vormen een groot deel van de inkomsten in deze categorieën. Uit de analyse valt tevens op dat de bestedingen van dagrecreatie sterk afhankelijk zijn van de categorieën sportieve leisure en buitenrecreatie. De bestedingen van bezoekers aan musea, culturele attracties en andere culturele instellingen zijn beperkt.
- › Bij verblijfstoerisme komen de bestedingen voornamelijk vanuit gasten van hotels en campings;
- › Qua sector komen de meeste bestedingen terecht bij de horeca, logiesaccommodaties of dagaccommodaties met entreegelden.

Tabel 9 Bestedingen per sector (afgerond op honderdduizenden euro's, incl. btw en overige belastingen)

Sector	Bestedingen
Logies	€ 42.800.000
Restaurants en cafés	€ 43.500.000
Detailhandel	€ 23.900.000
Entreegelden	€ 35.400.000
Totaal	€ 145.600.000

5.2 BESTEDINGEN PER GEMEENTE

Tabel 10 Bestedingen per gemeente

Categorie	Gem. Bergen op Zoom	Gem. Halderberge	Gem. Moerdijk	Gem. Roosendaal	Gem. Rucphen	Gem. Steenbergen	Gem. Woensdrecht	Totaal
Verblijfstoerisme	€ 16,1 miljoen	€ 8,2 miljoen	€ 11,9 miljoen	€ 9,8 miljoen	€ 7,8 miljoen	€ 5,2 miljoen	€ 9,3 miljoen	€ 68,3 miljoen
Dagtoerisme	€ 13,7 miljoen	€ 10,2 miljoen	€ 7,6 miljoen	€ 25,2 miljoen	€ 12,1 miljoen	€ 6,2 miljoen	€ 3,7 miljoen	€ 77,4 miljoen
Totaal	€ 29,8 miljoen	€ 18,4 miljoen	€ 19,5 miljoen	€ 35,0 miljoen	€ 19,9 miljoen	€ 11,4 miljoen	€ 13,0 miljoen	€ 145,6 miljoen

De totale bestedingen verschillen behoorlijk per gemeente. Het blijkt dat de gemeenten Roosendaal en Bergen op Zoom de meeste bestedingen hebben. Roosendaal is de gemeente met de hoogste totale bestedingen in dagtoerisme, deze zijn ten minste twee keer zo hoog als in de andere gemeenten. De gemeente Bergen op Zoom is de gemeente met de hoogste bestedingen in verblijfstoerisme. De gemeenten Halderberge, Rucphen en Moerdijk vormen de middenmoot met allen rond € 19 miljoen bestedingen. De gemeenten Steenbergen en Woensdrecht zijn de twee gemeenten met de laagste totale bestedingen met circa € 11,5 miljoen tot € 13,0 miljoen bestedingen. De gemeente Woensdrecht is daarbij de gemeente met de laagste bestedingen in dagtoerisme en de gemeente Steenbergen met de laagste totale bestedingen in verblijfstoerisme.

Voor meer toelichting over de bestedingen en onderliggende cijfers verwijzen we naar de afzonderlijke rapportages voor de gemeenten Bergen op Zoom, Moerdijk, Roosendaal, Steenbergen en Woensdrecht.

5.3 WERKGELEGENHEID

De bestedingen werken ook door in de werkgelegenheid. Daarom is in onderstaande tabel het percentage werkgelegenheid (aantal banen als % van de totale werkgelegenheid) in de toeristische sector per gemeente weergegeven. Het gemiddelde in de regio is 4,7%, terwijl dat landelijk 6,5% is. Het aandeel werkgelegenheid in de sector is dus lager dan landelijk gemiddeld.

Tabel 11 Aandeel werkgelegenheid toeristische sector

Categorie	Gem. Bergen op Zoom	Gem. Halderberge	Gem. Moerdijk	Gem. Roosendaal	Gem. Rucphen	Gem. Steenbergen	Gem. Woensdrecht	Totaal WBW
% R & T banen	5,2%	4,8%	4,5%	4,3%	6,0%	4,3%	4,7%	4,7%

Per gemeente verschilt het percentage niet veel onderling, alleen in de gemeente Rucphen is het aandeel iets hoger.

:

6

TRENDS EN ONTWIKKELING EN

In dit hoofdstuk worden de trends en ontwikkelingen in de recreatiesector, specifiek in het dagtoerisme en verblijfstoerisme, en in bestemmingsmanagement beschreven.

6.1 OVERKOEPELENDE TRENDS IN RECREATIESECTOR

Authentieke belevingen (bijvoorbeeld via storytelling) maken het verschil



Duurzaamheid en circulariteit



Digitalisering en technologisering



Recreëren is voor iedereen; het belang van inclusie



Maatschappelijk verantwoord ondernemen



Veranderende recreatie door vergrijzing



6.2 TRENDS IN DAGTOERISME

Opkomst van competitive socialising



Groeiende belangstelling voor cultuurhistorie en de beleving daarvan



Blurring van functies



Meer combinaties van beweging en ontspanning



Dagrecreatie wordt toegevoegd aan verblijfsaccommodaties en andersom



Slim indelen van de ruimte voor een kleinere footprint



6.3 TRENDS IN VERBLIJFSTOERISME

Toenemende vraag naar luxe op vakantieparken, maar tegelijkertijd ook naar back-to-basic



Vakanties worden meer verspreid door het jaar



Kosten van personeel, energie en mogelijk BTW nemen toe: marges onder druk



Opkomst van bleisure: Business & Leisure



Krappe arbeidsmarkt en problemen met bedrijfsopvolging



Meer-generatie vakanties populair



6.4 TRENDS VRAAGSTURING EN BESTEMMINGS-MANAGEMENT

Lusten en lasten staan in balans



Nauwe samenwerking met alle stakeholders om gewenste totaal beleving te creëren



Schaalniveau o.b.v. voor bezoeker herkenbaar toeristisch gebied



Integrale benadering als sleutelbegrip



Marketing en positionering gebruiken om vraag te sturen



Een campagne van Visit Sweden waar de hidden spots achter de bekende productnamen van IKEA worden uitgelicht.

Ontmoedigen specifiek type bezoek dat niet past bij bestemming



GREENLAND MAY NOT BE FOR YOU

Artikel door Visit Greenland, Why Greenland may not be for you, om de juiste bezoekers te trekken.



7

SYNTHESE

7.1 STERKTES EN ZWAKTES

Tijdens een eerste ambtelijke bijeenkomst op 23 september jl. hebben we op ambtelijk niveau input opgehaald met betrekking tot iconen, helden en ander aanbod. Daarna is na een interne brainstorm van Ginder een SWOT-analyse opgesteld. Deze SWOT-analyse is gedeeld met de ambtelijk betrokkenen tijdens een bijeenkomst op 12 november jl. Deze analyse werd (h)erkend door de ambtelijk betrokkenen. Naar aanleiding daarvan is de SWOT-analyse aangepast en uitgebreid.

De SWOT-analyse is vervolgens ook gedeeld met een aantal ondernemers tijdens ondernemerssessie op 25 november jl. Tijdens de bijeenkomst met de ondernemers zijn ook een aantal extra kansen geformuleerd, die in hoofdstuk 7 zijn opgenomen. De sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen worden hieronder verder uitgewerkt.

Sterktes

Verhalen, thematiek en erfgoed aanwezig - inspelen op beleving

Zoals in de eerste hoofdstukken is benoemd, beschikt West-Brabant West over voldoende verhalen die een verbinding leggen tussen de geschiedenis, de identiteit en de beleefbaarheid van het gebied. Het zout, zoet, zuur en bitter vormt het verleden en de identiteit/DNA van de regio. De vier verhaallijnen maken deze identiteit beleefbaar en kunnen de basis vormen om het gebied te bezoeken.

Er is, zoals in hoofdstuk 2 is gedeeld, ook voldoende erfgoed aanwezig - zoals militair erfgoed, religieus erfgoed, cultureel erfgoed, de West-Brabantse waterlinie en de historische binnensteden Bergen op Zoom, Willemstad en Klundert. Het cultureel erfgoed in de regio heeft voldoende kwaliteit om verder ontwikkeld te worden.

Diversiteit aan landschap en natuur - hoge kwaliteit

Het landschap is divers en varieert van zeer waterrijk landschap (met name rondom de jachthavens aan de noordkant van het gebied), polderlandschap, bos- en natuurrijk gebied tot historische steden. De diversiteit van het landschap is goed te zien rondom de Brabantse Wal, met de vele hoogteverschillen en verspillende type landschappen. De kwaliteit is met name te zien in de erkenning door UNESCO van het grensoverschrijdende Schelde Delta gebied als UNESCO Global Geopark - het tweede (!) Geopark van Nederland.

Veel (fysieke) ontwikkelruimte

Voor toeristische ontwikkelingen is ruimte nodig en in vele gebieden is de ruimte beperkt of zeer schaars. Naar opgave van de West-Brabantse gemeenten zijn er relatief veel vrijkomende agrarische bedrijven in de gemeenten, die een herbestemming zoeken voor hun grond. Exacte cijfers zijn niet beschikbaar en deze situatie verandert dagelijks.

Grootschalig urban entertainment

Met name in Roosendaal en Bergen op Zoom is urban entertainment aanwezig. Denk hierbij aan escape rooms, kinderspeelvoorzieningen (Monkey Town, Funzone, Playdome), speeltuinen en meer sportieve voorzieningen zoals Snowworld en Indoor Skydive. Een deel van de voorzieningen heeft zelfs een (boven)regionale aantrekkingskracht. Andere concentraties van dergelijke voorzieningen zijn verder weg gelegen, zoals in Goes, Breda, Dordrecht of Rotterdam. Dit cluster in met name Roosendaal en Bergen op Zoom is een kracht van de regio.

Variëteit aan trekkers aanwezig en nieuwe ontwikkelingen

De regio kent naast het erfgoed, de historische binnensteden en het unieke landschap ook de grootschalige stedelijke voorzieningen. De regio biedt daarmee een variëteit aan voorzieningen die een goede basis vormt voor verdere toeristische ontwikkeling.

Naast de huidige voorzieningen zijn er plannen voor (grootschalige) nieuwe ontwikkelingen op leisuregebied. Van Hoorne Entertainment wil de Tovertuin ontwikkelen, een attractiepark gebaseerd op het thema Woezel & Pip. Dit attractiepark zal daarnaast ook beschikken over een eigen verblijfspark met 135 accommodaties. Dat betekent dat de capaciteit van vakantieparken wordt uitgebreid. Dit park wordt in 2026 geopend.

Naast de Tovertuin zijn er nog twee plannen voor nieuwe vakantieparken. Landal wenst een park te ontwikkelen in de gemeente Bergen op Zoom en een investeerder heeft plannen voor een vakantiepark met 349 eenheden op het terrein van Camping de Bovensluis binnen de gemeente Moerdijk. Deze plannen zijn nog in een vroeg stadium.

Zwaktes

Gezamenlijke ambitie ontbreekt

De regio West-Brabant West wil graag deels gezamenlijke opereren in de leisuresector. Elk van de gemeenten heeft een eigen coalitieprogramma en/of visie en eigen beleid, maar er is nog geen gezamenlijk regionale ambitie op het gebied van vrijetijdseconomie geformuleerd.

Om de vrijetijdseconomie verder te ontwikkelen, is een gedeelde, bestuurlijk gedragen ambitie noodzakelijk.

Weinig verblijfsrecreatie, met beperkt toekomstperspectief

Zoals uit hoofdstuk 3 duidelijk werd, is het aanbod aan verblijfsrecreatie (campings en vakantieparken) nu nog beperkt. Onze analyse van de vitaliteitspositie laat zien dat 40% van de campings in West-Brabant West minder kwaliteit en een minder groot toekomstperspectief heeft. Een duidelijke opgave is om dit te veranderen. Uit eerdere projecten die we in de provincie uitvoerden bleek dat verbetering van de vitaliteit door een gedegen aanpak wel degelijk mogelijk is.

Beperkte regionale investeringskracht overheid (toerisme)

De toeristische ontwikkeling in de regio wordt vooralsnog niet sterk ondersteund door landelijke of Europese subsidieregelingen zoals Regiodeals, LEADER+ projecten, of regelingen met een sector overschrijdend karakter. Het profiteren van dit soort regelingen vraagt tijdige gemeentelijke inzet en waar mogelijk zoeken van dwarsverbanden met andere sectoren.

Redelijk eenzijdig aanbod in verblijfstoerisme

De campings en jachthavens vertegenwoordigen respectievelijk bijna de helft en ruim één derde van het verblijfsaanbod. Het verblijfsaanbod heeft een sterk seizoensmatig karakter. Er is beperkt aanbod in andere verblijfsvormen: hotels, pensions, vakantiewoningen, groepsaccommodaties.

Gericht op kort verblijf

Omdat het aanbod met name uit campings en jachthavens en in mindere mate hotels bestaat, is de verblijfsduur iets korter dan gemiddeld. Hotels en jachthavens hebben gemiddeld de kortste verblijfsduur per gast, vakantieparken de langste.

Bijzondere verblijfsrecreatievormen zijn er wel, maar niet in overvloed

Er zijn weinig bijzondere logiesvormen waar het concept het primaire logiesmotief vormt in West-Brabant West. Dergelijke unieke concepten zijn er wel maar niet veel. Denk hierbij aan B&B Friendship (overnachten in een vliegtuig) of slapen op het water bij de kampeervlotten van Akkermans Leisure en Golf. Met o.a. het Woezel en Pip park in ontwikkeling komt er in de toekomst wel aanbod bij.

Nadruk ligt op kleinschalig aanbod

Wat betreft dagtoerisme ligt de nadruk op meer kleinschalig aanbod. Er zijn in de regio niet meer dan circa 12 accommodaties die meer dan 50.000 bezoeken per jaar trekken. Qua verblijf is de grootte van de hotels ook iets ondergemiddeld. Met name in de culturele sector is sprake van kleinschaligheid. Onder deze 12 accommodaties behoren slechts twee aanbieders tot de culturele sector.

Visit: marketinginspanning vooral lokaal, niet regionaal, niet integraal

Sinds 2008 werken gemeenten Bergen op Zoom, Steenbergen en Woensdrecht samen onder VVV Brabantse Wal. Enkele andere gemeenten hebben een eigen lokale VVV/ Visit. Een regionale samenwerking en krachtenbundeling op het vlak van de toeristische vermarketing ontbreekt.

Geen toeristisch merk

Ondanks de gezamenlijke identiteit en variëteit in landschap, beschreven in hoofdstuk 2, is West-Brabant West naar buiten toe geen bekend en samenhangend merk.

7.2 KANSEN EN BEDREIGINGEN

Kansen

Groei van toerisme tot 2030

Toerisme groeit wereldwijd, zo ook in Nederland. Het is de verwachting dat deze groei de komende jaren aanhoudt. Het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) prognosticeert een groei in het aantal overnachtingen van 2,7% per jaar tot 2030. Voor Vlaanderen wordt een vergelijkbare groei verwacht. Inkomend toerisme gaat daarbij naar verwachting binnenlands toerisme verdringen op populaire plaatsen. Nederlanders en Vlamingen zullen daardoor voor korte vakanties vaker naar alternatieven zoeken op relatief korte afstand van huis, bijvoorbeeld in West-Brabant West.

Omvangrijk achterland - Zeeland, Rotterdam en Antwerpen

In de nabijheid van West-Brabant West liggen stedelijke gebieden en zijn veel personen woonachtig. Rotterdam en Antwerpen zijn per auto allebei in maximaal één uur te bereiken. De eigen inwoner en regiobevolking is een belangrijke gebruiker van de dagrecreatieve voorzieningen. Dit geldt ook voor de vele toeristen die overnachten in de provincie Zeeland en op zoek zijn naar leuke activiteiten overdag. West-Brabant West kan derhalve profiteren van het omvangrijke achterland.

Aanhaken regiodeal 2027, andere stimuleringsregelingen en (Europese) subsidies

Samen met partners uit het onderwijs, bedrijfsleven en de lokale overheden heeft de Regio West-Brabant (RWB) de Regio Deal 'West-

Brabants welvaren' afgesloten met Rijksoverheid. Het Rijk draagt € 15 miljoen bij in de uitvoering van de Regio Deal. Organisaties, gemeenten en bedrijven uit West-Brabant dragen zelf € 15 miljoen bij. In totaal is er dus € 30 miljoen beschikbaar in deze Regio Deal die van 2024 tot 2028 loopt. Ook INTERREG en OPZuid bieden kansen voor cofinanciering van ambities, maar dit vereist samenwerking en capaciteit

Financiering andere sectoren

Zoals genoemd is er weinig publieke investeringskracht in de toeristische ontwikkeling van de regio. Het aanhaken bij overkoepelende of sector overschrijdende regelingen kan bijdragen aan de financiering van de regionale toeristische ontwikkeling.

Regionale promotie

Zoals al genoemd onder de zwaktes is de toeristische marketing overwegend lokaal georganiseerd. Door regionaal de krachten te bundelen ontstaat meer slagkracht en is de kans groter om de regio als geheel te promoten.

Professionalisering erfgoedexploitatie

West-Brabant West heeft een aantrekkelijk en gevarieerd erfgoedaanbod. Dit is in hoofdstuk 2 beschreven. Dit aanbod heeft veelal een beperkte betaalde staf met veel (oudere) vrijwilligers. De afhankelijkheid van vrijwilligers beperkt de groeimogelijkheden. Anders gezegd, professionalisering van erfgoedexploitaties geeft een impuls aan het dagrecreatieve en culturele aanbod.

Bijzondere verblijfsvormen

Bijzondere accommodaties - zoals boomhutten, glampingtenten of thematische verblijven - trekken bezoekers door unieke ervaringen te bieden. Mensen kiezen bewust voor zo'n accommodatie vanwege de beleving en authenticiteit. Dergelijke accommodaties zijn beperkt aanwezig in de regio, zoals beschreven bij de zwaktes.

Inspelen op beleving, authenticiteit en storytelling

We willen onze tijd zinvol invullen: veel doen in weinig tijd. Daarom willen we graag veel *belevissen* binnen handbereik hebben waardoor culturele, toeristische-recreatieve en sportvoorzieningen bezocht kunnen worden of meer gecombineerd worden. Bovendien wordt *authenticiteit* van groter belang. Mensen vinden het belangrijker om uniek te zijn. Steeds vaker maken we écht onze eigen afweging. Ook in het kiezen van onze vrijetijdsbesteding. We vinden het leuk als een bedrijf bijzonder is en zeker geen dertien in een dozijn. Het wordt belangrijker producten te presenteren als onderdeel van een geheel en hiermee een verhaal te vertellen (*storytelling*). Verhalen zijn aantrekkelijk en vergroten de waarde van een product. Ook toeristische producten worden steeds vaker op de markt gezet aan de hand van een verhaal.

Thematisch routenetwerk

De consument verwacht bij elke activiteit echt iets te beleven. Niet alleen bij activiteiten met een van nature grote belevingscomponent, maar ook bij andersoortige activiteiten zoals een museumbezoek of een dagje fietsen. Thematische routes dragen hieraan bij.

Waterrecreatie

De regio kent een omvangrijk aanbod aan ligplaatsen in jachthavens, veelal langs de Dintel en het Volkerak. Op deze en andere locaties is het soms mogelijk om ook dagrecreatieve watersport te beoefenen, zoals sloep-, vlot-of supverhuur. Naar verhouding is dit aantal aanbieders beperkt en is de dagrecreatieve betekenis van waterrecreatie beperkt. Het is gezien de waterrijke omgeving een kans om de waterrecreatie verder te ontwikkelen.

Inspelen op family entertainment

Family entertainment is een groeiende vrijetijdsvorm. De focus op 'quality time met elkaar', hogere inkomens, de vraag naar bijzondere ervaringen dragen hier aan bij. Innovaties zoals Augmented of Virtual Reality maakt dit steeds aantrekkelijker. Playdôme Roosendaal, maar ook het plan voor Familie Resort & Avonturenpark de Tovertuin spelen in op deze groeitrend.

Bedreigingen

Ontwikkeling concurrerend aanbod omliggende regio's gaat voort incl. beleving

In de regio Rotterdam en rondom Breda zijn veel leisure-voorzieningen gevestigd, zoals bijvoorbeeld Sportboulevards en grote voorzieningen op het gebied van leisure. Met name in de Randstad, niet ver van West-Brabant West, groeit de bevolking en dus ook het aanbod aan voorzieningen. Om te voorkomen dat eigen inwoners de regio verlaten voor hun vrije tijd, zal West-Brabant West over meer eigen (beleving volle) voorzieningen moeten beschikken die enig schaalniveau kennen.

Minder sterke regionale economie/ koopkracht

De regio kent een lagere bevolkingsgroei dan gemiddeld in Nederland, een iets lagere werkgelegenheid en een iets minder hoogopgeleide bevolking. Dat beperkt de mogelijkheid voor groei van bestedingen aan leisure enigszins.

Samenwerking regio weinig geformaliseerd

De zeven gemeenten willen blijven samenwerken op het gebied van toerisme en leisure, maar er is geen regionale, integrale of bestuurlijke samenwerking waar toerisme onderdeel van zou kunnen zijn. Dat maakt het complexer om als regio slagkrachtig te zijn.

Veel erfgoed gedreven door (oudere) vrijwilligers/ bedrijfopvolging complex

Onder de kansen is reeds benoemd dat veel erfgoedlocaties worden gedreven door (oudere) vrijwilligers. Dit beperkt momenteel de groeimogelijkheden en is naar de toekomst niet alleen een kans. Maar – indien dit niet verandert – nadrukkelijk ook een bedreiging voor de continuïteit van het huidige aanbod.

Aan begin product life cyclus toerisme - ontwikkeling vraagt lange adem

We zien in het aanbod naast enkele grote spelers ook veel kleinschalig aanbod met soms beperkte bezoekersaantallen. Dat geeft aan dat het aanbod in beperkte mate een bovenregionale aantrekkingskracht heeft. Ook is gebleken dat een deel van het culturele aanbod sterkt drijft op vrijwilligers. Tot slot zien we dat het totale schaalniveau van aanbod in verblijfstoerisme beperkt is ten opzichte van andere regio's. Dat betekent dat toerisme in de regio nog verder kan groeien, maar ook dat voor ontwikkeling een lange termijn plan noodzakelijk is.

7.3 SWOT-ANALYSE (GINDER)

Sterkte

- › Verhalen, thematiek en erfgoed aanwezig, inspelen op beleving
- › Diversiteit aan landschap en natuur, hoge kwaliteit
- › Veel (fysieke) ontwikkelruimte (o.a. VAB's)
- › Cultureel erfgoed heeft kwaliteit en voldoende schaalniveau voor beleving
- › Grootschalig urban entertainment is aanwezig
- › Variëteit aan trekkers aanwezig
- › Nieuwe ontwikkelingen: Tovertuin, Landal, Binnentuin met trekkracht, kwaliteit, landelijke uitstraling

Zwakte

- › Gezamenlijke regionale ambitie VTE ontbreekt
- › Weinig verblijfsrecreatie, met beperkt toekomstperspectief
- › Beperkte regionale investeringskracht overheid
- › Redelijk eenzijdig aanbod in verblijfstoerisme
- › Gericht op kort verblijf
- › Bijzondere verblijfsrecreatievormen zijn er wel, maar niet in overvloed
- › Nadruk ligt op kleinschalig aanbod
- › Visit: marketinginspanning vooral lokaal, niet regionaal, niet integraal
- › Geen toeristisch merk

Kans

- › Groei van toerisme tot 2030
- › Omvangrijk achterland (Zeeland/ Rotterdam/ Antwerpen)
- › Aanhaken regiodeal 2027
- › Financiering andere sectoren
- › Regionale promotie
- › Professionalisering erfgoedexploitatie, wat zijn succesvolle voorbeelden
- › Bijzondere verblijfsvormen
- › Inspelen op beleving
- › Routenetwerk thematisch
- › Waterrecreatie
- › Inspelen op family entertainment

Bedreiging

- › Ontwikkeling concurrerend aanbod omliggende regio's gaat voort incl. beleving
- › Minder sterke regionale economie/ koopkracht
- › Samenwerking regio weinig geformaliseerd
- › Aan begin product life cycle toerisme, ontwikkeling vraagt lange adem
- › Veel erfgoed gedreven door (oudere) vrijwilligers/ bedrijfopvolging complex

7.4 SWOT-ANALYSE (AMBTELIJK)

Op basis van de ambtelijke bijeenkomst op 12 november jl. werden de volgende aanvullingen gegeven op de kansen (sterktes/zwaktes en bedreigingen zijn verwerkt in de SWOT hiervoor).

Sterkte

- › Verhalen, thematiek en erfgoed aanwezig, inspelen op beleving

Zwakte

- › Gezamenlijke regionale ambitie VTE ontbreekt
- › Beperkte investeringskracht
- › Routenetwerk is beperkt thematisch
- › Afwachtende houding

Kans

- › Verhaallijn zoet, zuur, bitter, zout koppelen aan routes
- › Verhalen koppelen aan thema's, bv. waterlinie, Naad van Brabant. Zuiderwaterlinie. Verhalen verbinden
- › Sterkere regionale promotie (VVV Brabantse Wal als ambassadeursfunctie)
- › Subsidies voor (verblijf in) forten
- › Diversiteit in landschap herkenbaar maken in promotie
- › Komst Geopark
- › Unicité WBW als VTE-regio benoemen
- › Inzetten op langere verblijfsduur
- › Campermarkt
- › Urban Culture/jongeren
- › Verbinden Urban Leisure
- › Thematische arrangementen
- › Strategisch ondernemerschap anders activeren
- › Grootschalige aanbodontwikkelingen
- › Papieren gids aanbod
- › Trekkers koppelen aan regiodeal

Bedreiging

- › Beschikbaarheid voldoende professionals in arbeidsmarkt (noodzakelijk voor bedrijfsopvolging), voldoende stageplekken?
- › Bedrijfsopvolging
- › Voldoende vrijwilligersvergoeding/vrijwilligersverzekering
- › 'Footloose' accommodaties

7.5 UITWERKING KANSEN ONDERNEMERS (GROEP 1)

Op basis van de ondernemersbijeenkomst op 25 november jl. zijn in twee groepen sessies de kansen verder uitgewerkt en geclassificeerd.

Niet realiseerbaar

- › Landstad de Baronie
- › Passion Oudenbosch
- › Roosendaal → Dozendaal bedreiging

HOW

- › Commando centrum, vliegverkeer. Militair verwoest alles!
- › Haven van Antwerpen emissievrij maken (stikstofrechter!)
- › Vitaliseren van de verblijfsrecreatie (flinke stap maken)
- › Evenementenlocatie zoals Ahoy/ Sportpaleis → studio's zoals opnames Benelux
- › Eénduidige regelgeving voor alle ondernemers (gelijke TB)
- › RBC betaalt voetbal (RBC Maatschappelijk)
- › 650 ha nieuwe natuur binnen gemeente Roosendaal (7 gemeenten)

Realiseerbaar

NOW

- › In 2025 beginnen met het bouwen van een sterke merknaam voor de regio's
- › Historie van 80-jarige oorlog tot leven brengen, interactief op land en water
- › Verbinding tussen regio's/ activiteiten/ faciliteiten → Mensen naar elkaar doorsturen, combi-deals.
- › Gemeentelijke verbinding in plaats van concurrentie
- › Onderlinge samenwerking en afstemming met ondernemers
- › Regio brede ondernemersvereniging recreatie en toerisme, e.v.t. ondersteund door Hiswa-Recron en Visit Brabant

- › Visit West-Brabant 2026-2030
- › Fonds door deelnemende gemeenten
- › Fietsroutes
- › Beplanten laan bomen
- › Voldoende pleisterplaatsen
- › Belgische gasten
- › TB 2026 aanwenden
- › Betere facilitering bij ontwikkelingen
- › Meer duidelijkheid, sneller
- › <Gemeenten> adviesgroep ondernemen

WOW!

- › Alle recreatieondernemers samen bij het Bijenlandschap voor een Bijenlint
- › Bovenregionale sportevenementen
- › Aantrekkelijk agrarisch landschap (suikerbieten, asperges, aardbeien)
- › Efteling duurzaam belevingspark op goede locatie (Oudenbosch/ Moerdijk)
- › Omgevingsplannen niet te veel dichttimmeren met Natura 2000 defensie en woningbouw (zonnepanelen, windmolens)

Gewoon

Origineel

7.6 UITWERKING KANSEN ONDERNEMERS (GROEP 2)

Niet realiseerbaar

- › Makkelijke verruiming van bestemmingsplan
- › Vergunningen trajecten inzichtelijk
- › Ideeën van ondernemers vergemakkelijken door gemeente (vergunning/ test pilot?)
- › Snellere besluitvorming gemeente
- › Veiligheid verhogen in gebieden

HOW

- › Verbetering OV! Ludieke vervoersvormen, inspelen op ecologische vormen
- › Meer communicatie tussen gemeenten
- › Financiering starters
- › Voorzieningen blijven verbeteren
- › Positionering als totaal gebied → propositie

Realiseerbaar

NOW

- › Gezamenlijke routes
- › Bleisure: business combineren met leisure
- › Waterpoort proef en beleef Brabant

WOW!

- › Echte aandachttrekker
- › "Rondje Brabant"
- › Samenwerkingen bevorderen
- › Netwerk inzichtelijk maken
- › Jaarlijkse netwerkbijeenkomst recreatieve ondernemers → krachten bundelen
- › Samenwerking tussen dagrecreatie en verblijfsrecreatie
- › Nieuwe grotere thema evenementen
- › Jongeren benaderen als doelgroep . Luister naar de jeugd.

Gewoon

Origineel

8

CONCLUSIE

8.1 CONCLUSIE

West-Brabant West is een gebied vol kansen voor toerisme en recreatie. De analyse van het gedeelde DNA laat zien dat er genoeg historie, verhalen, natuur en erfgoed zijn om te gaan bouwen aan een identiteit voor West-Brabant West als toeristische bestemming.

Terwijl toerisme groeit in Nederland, profiteert West-Brabant West daar maar heel beperkt van door de omvang van de sector en de beperkte samenwerking binnen de regio. Om te gaan werken aan regionaal bestemming management is bestuurlijk draagvlak nodig, net zoals netwerkvorming in en met de sector.

Dat vraagt de komende tijd om ruimte en middelen om te pionieren, om voort te bouwen op de successen en lessen van het GeoPark, de Zuiderwaterlinie en de Brabantse Wal en deze te koppelen aan de prachtige natuur, de unieke plekken en de bijzondere evenementen die regio rijk is. Iedere kern is onderdeel van dat gedeelde verhaal.

Door gezamenlijk aan de slag te gaan worden de marketing mogelijkheden versterkt maar ontstaan vooral ook kansen om op zoek te gaan naar fondsen en subsidies die het toeristische recreatieve ecosysteem kunnen helpen versterken. Dat is belangrijk om bezoekers naar de regio te trekken maar ook om West-Brabant West aantrekkelijker te maken voor bewoners, ondernemers en investeerders. Versterking van de regionale identiteit draagt bovendien bij aan trots op de eigen regio.

Gezamenlijk aan projecten werken en samen successen vieren, versterkt het onderlinge vertrouwen en het zelfvertrouwen van de sector. Dat maakt ook de stem van de regio sterker bij Visit Brabant, bij de provincie en het rijk. Het is net als in de tijd van de zout- en turfwinning: mouwen opstropen en samen aan de slag voor een mooie toekomst.



Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS 's-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wijzijnginder.nl
I: wijzijnginder.nl

