

# Analyses en achtergronden bij de Visie Recreatie en Toerisme Cranendonck



## Colofon

©Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, december 2024

### Auteurs

Gemeente Cranendonck  
Ferdi Das

### Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

E. (Ellen) Ruiters  
R. (Rozemarijn) Pool  
N. (Nikolien) van Isterdael

### Beeldmateriaal

Gemeente Cranendonck  
Natuurghrenspark De Groote Heide/ / Bjorn Snelders



# Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	5
1.1	Aanleiding.....	5
1.2	Methode van onderzoek.....	5
1.3	Leeswijzer.....	6
2	Vraag- en aanbodanalyse.....	8
2.1	Leefstijlvinder.....	8
2.2	Vraag.....	8
2.3	Aanbod.....	12
2.4	Vergelijking vraag en aanbod.....	15
3	Trends en marktruimte.....	20
3.1	Ontwikkeling (van toerisme) in Cranendonck.....	20
3.2	Marktruimte bedrijven.....	22
3.3	Relevante trends en ontwikkelingen.....	22
4	Bijeenkomsten.....	26
4.1	Raadsbijeenkomst.....	26
4.2	Ondernemersbijeenkomst.....	26
4.3	Inwoners en leefbaarheid.....	27
5	Conclusies.....	31
	Bronnenlijst.....	34
	Bijlage I - Uitleg leefstijlmodel.....	35
	Bijlage II - Leefstijlkleuring per bedrijf.....	37
	Bijlage III - Glocalities segmentatiemodel NBTC.....	40
	Bijlage IV – Inspiratiekaders.....	44
	Bijlage V – Toelichting leefstijlen en natuurbeleving.....	48
	Bijlage VI - Toeristisch-recreatief aanbod gemeente Cranendonck.....	51





# 1 Inleiding

Cranendonck is een gemeente liggend in het zuidelijkste puntje van Noord-Brabant, grenzend aan Limburg en België en gepositioneerd tussen de natuurgebieden De Groote Heide en Kempen-Broek. Cranendonck heeft veel te bieden op het gebied van natuur, cultuur en historie. Zo heeft het een smokkelverleden en diverse historische monumenten. Door de ligging van de gemeente tussen twee natuurgebieden is het gebied uitermate geschikt voor de fietser, wandelaar en natuurliefhebber. De gemeente biedt zes verschillende kernen met elk hun eigen karakter en bezienswaardigheden. Ook zijn er diverse streekproducten te proeven in Cranendonck, van blauwe bessen, knoflook en honing tot Budels bier.

De gemeente Cranendonck heeft veel te bieden op het gebied van toerisme en recreatie. Om te zorgen dat de gemeente en zijn inwoners optimaal profiteren van toerisme en recreatie is passend beleid nodig. Nu dateert het huidige 'vrijetijdsbeleid' van de gemeente uit 2013 en is daarmee aan een update toe. In de gemeenteraad is hiertoe een motie aangenomen met de opdracht aan het college om een nieuwe toeristisch-recreatieve visie op te stellen.

De nieuwe toeristisch-recreatieve visie heeft tot doel om de cijfers en ontwikkelingen te actualiseren, nieuwe inzichten te bieden, keuzes te maken en om een nieuwe stip op de horizon te zetten. Dit mede met het oog op de gemeentelijke omgevingsvisie en strategische visie die momenteel worden opgesteld en waarbij recreatie en toerisme (ofwel de vrijetijdseconomie) één van de domeinen is.

## 1.1 Aanleiding

De gemeente Cranendonck wil ondersteuning bij het opstellen van een toeristisch-recreatief beleid. De gemeente wil zelf het beleid opstellen, maar wil hiervoor inzichten in hoe de toerisme en recreatie sector er nu voor staat en waar nog mogelijke ontwikkelkansen liggen. Voor het opstellen van dit beleid is

het nodig om eerst de huidige staat van de toeristisch-recreatieve sector in Cranendonck te verkennen en te kijken welke ontwikkelingen van invloed zijn op de toekomst. Er zijn een aantal bouwstenen nodig om het beleid goed op te kunnen stellen. Deze bouwstenen gaan fungeren als basis voor de uitgangspunten van het beleid.

## 1.2 Methode van onderzoek

Deze rapportage bestaat uit drie onderdelen: een vraag-aanbod analyse, een trends en marktruimte analyse en een samenvatting van diverse bijeenkomsten die bijgewoond zijn. Daarvoor hebben we de volgende stappen gezet:

- We zijn gestart met een gebiedsbezoek om een goed beeld te krijgen van de gemeente en de toeristisch recreatieve sector.
- Er is een raadsbijeenkomst en een ondernemersbijeenkomst gehouden om het onderzoek toe te lichten en informatie van verschillende partijen op te halen.
- Een deskstudie is uitgevoerd om de relevante trends en ontwikkelingen in kaart te brengen.
- Er is een deskstudie naar de toeristisch-recreatieve vraag gedaan. Voor de aanbodsanalyse is een online leefstijlscan uitgevoerd en zijn bedrijven bezocht. Hierdoor hebben we in totaal 27 van 43 toeristisch-recreatieve bedrijven (in zowel verblijfsrecreatie, dagrecreatie en horeca) mee kunnen nemen in de aanbodsanalyse. De vraag hebben we vervolgens vergeleken met het aanbod.
- Voor de derde analyse hebben we samen met de gemeente gesprekken gevoerd met alle zes dorpsraden om op deze manier hun wensen en behoeften op het gebied van toerisme en recreatie, evenals de invloed daarvan op de leefbaarheid, te achterhalen.



## 1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 kijken we naar het huidige toeristisch-recreatieve aanbod in de gemeente en de vraag met behulp van de leefstijlvinder. Hoofdstuk 3 beschrijft de ontwikkelingen en trends die van invloed zijn op de sector. Hoofdstuk 4 geeft de opgehaalde informatie weer uit de gesprekken die gevoerd zijn met de verschillende dorpsraden, de raadsbijeenkomst en ondernemersbijeenkomst. In hoofdstuk 5 beschrijven we nog uitgangspunten die relevant zijn om in het nieuwe beleid op te nemen.





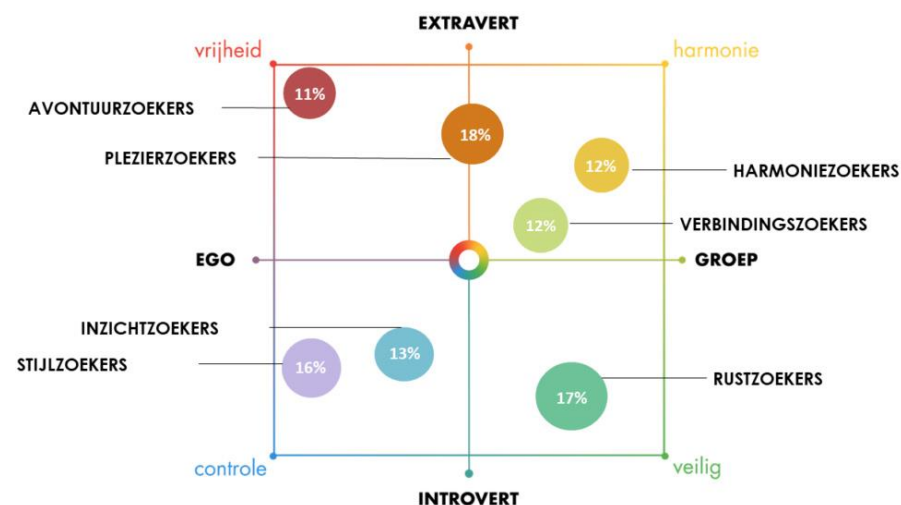
## 2 Vraag- en aanbodanalyse

In dit hoofdstuk kijken we naar de vraag van de inwoner en de toerist en zetten we deze af tegen de leefstijlkleuring van het aanbod. Dit geeft inzicht in de wensen en behoeften van de inwoners en de bezoekers en het laat zien of het huidige aanbod hier goed op aansluit.

### 2.1 Leefstijlvinder

In de analyses naar de vraag en het aanbod in de gemeente Cranendonck maken we gebruik van de Leefstijlvinder, ontwikkeld door MarketResponse in opdracht van tien provincies en een aantal adviesbureaus. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, de waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel (zie figuur 2.1). De percentages in deze figuur hebben betrekking op het aantal Nederlandse inwoners die binnen deze leefstijl valt. De Leefstijlvinder is het uitgangspunt voor de analyse van vraag en aanbod in dit onderzoek. In bijlage I (p. 35) geven we een beschrijving van de zeven leefstijlprofielen.

Figuur 2.1 Model Leefstijlvinder, MarketResponse



### 2.2 Vraag

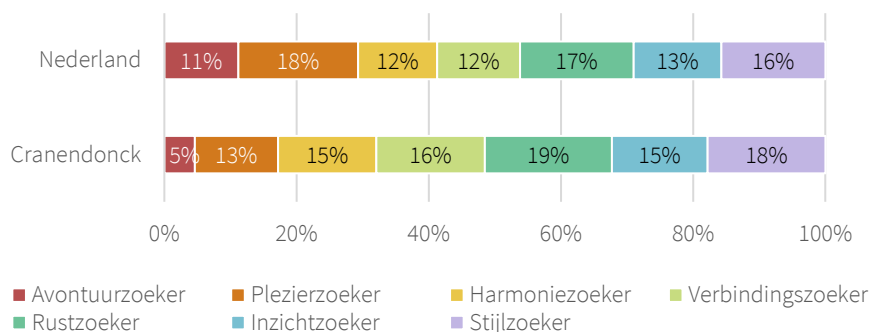
In deze paragraaf kijken we naar het leefstijlprofiel van de inwoner van de gemeente Cranendonck, maar ook naar het leefstijlprofiel van de inwoners in omliggende gemeenten. Daarnaast zoomen we in op de verblijfs gast en de Belgische bezoekers. Om zo inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van (potentiële) bezoekers in Cranendonck.

#### Vraag inwoners

Allereerst kijken we naar de leefstijlverdeling onder de inwoners van gemeente Cranendonck aangezien zij voor een groot deel ook de dagbezoekers zijn. In figuur 2.2 zien we een vergelijking van de leefstijlen van de inwoners van Cranendonck en het Nederlands gemiddelde.



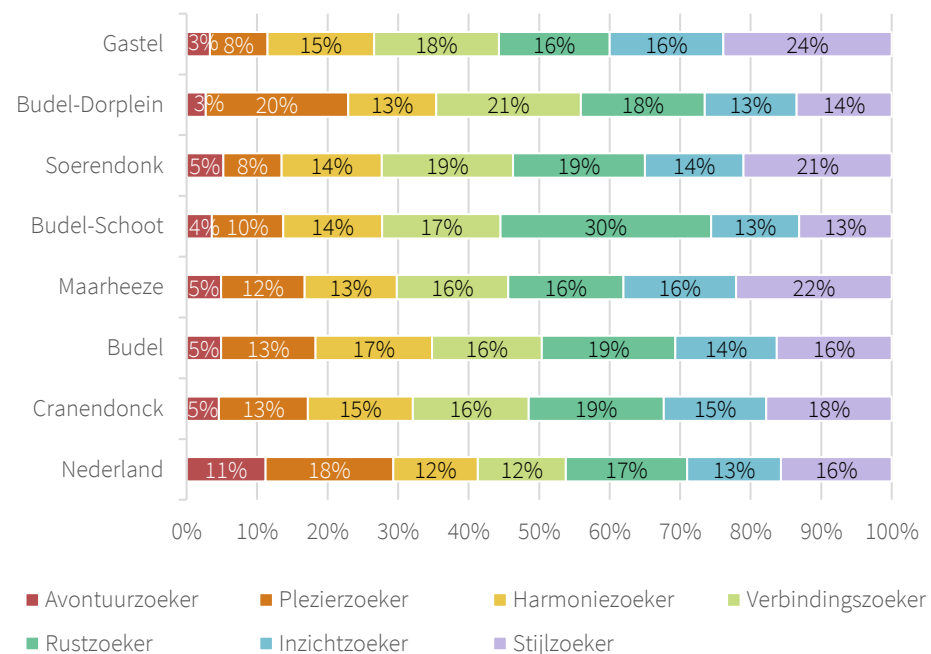
**Figuur 2.2** Leefstijlprofiel inwoners Cranendonck ten opzichte van het Nederlands gemiddelde



**Wat valt op?**

- In Cranendonck is het aandeel avontuur- en plezierzoekers aanzienlijk kleiner dan gemiddeld in Nederland.
- De andere leefstijlen komen relatief gezien iets meer voor in gemeente Cranendonck dan gemiddeld in Nederland. We zien vooral meer verbindingszoekers in Cranendonck.

**Figuur 2.3** Leefstijlprofiel inwoners Cranendonck per kern ten opzichte van Cranendonck en het Nederlands gemiddelde



**Wat valt op?**

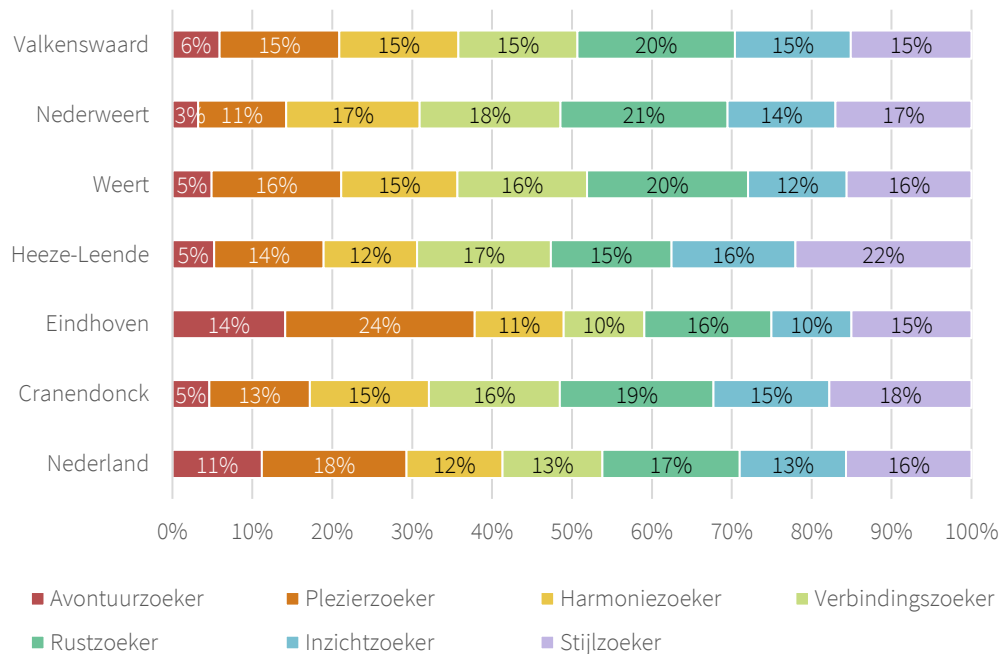
- In Budel-Dorplein zijn meer plezierzoekers dan in Nederland en Cranendonck gemiddeld.
- In Budel-Schoot komt juist de rustzoeker veel vaker voor (30%).
- De stijlzoeker komt veel vaker voor in Gastel, Soerendonck en Maarheeze dan gemiddeld in Nederland (resp. 24%, 21% en 22% tegenover 16%).
- In alle kernen zijn er meer verbindingszoekers dan gemiddeld in Nederland. Voornamelijk in Budel-Dorplein zijn er meer (21% tegenover 12%).

### Vraag bezoekers

Naast het profiel van de eigen inwoner is ook het profiel van de potentiële bezoeker aan Cranendonck interessant. Deze bezoeker is afkomstig uit omliggende gemeenten; de 'Grote Heide' gemeenten; Hamont-Achel (B), Pelt (B), Eindhoven, Heeze-Leende en Valkenswaard en de 'Kempen-Broek' gemeenten; Weert, Nederweert en Bocholt (B).

De Leefstijlvinder geeft ons informatie over de leefstijlen van inwoners van Nederland. Figuur 2.4 laat daarom alleen het leefstijlprofiel van de inwoners in de Nederlandse omliggende gemeenten zien. Op pagina 10 gaan we in op de vraag van de Belgische gast.

**Figuur 2.4 Leefstijlprofiel inwoners omliggende gemeenten ten opzichte van de inwoners van gemeente Cranendonck**



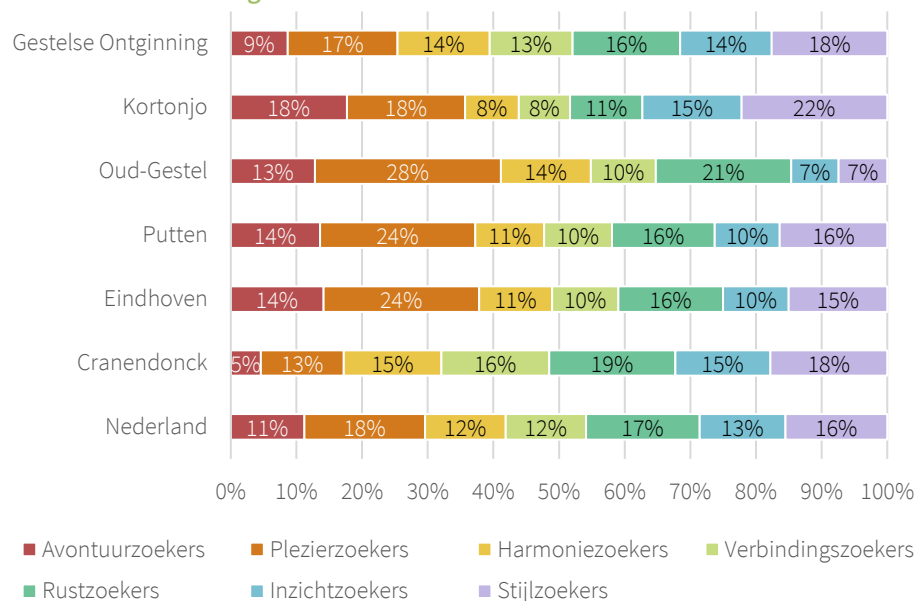
### Wat valt op?

- Het inwonersprofiel van de omliggende gemeenten, behalve Eindhoven, komt overeen met dat van de inwoners in Cranendonck.
- In alle gemeenten, behalve Eindhoven, zijn er meer harmonie-, verbindings- en rustzoeker dan gemiddeld in Nederland.
- In gemeente Cranendonck en Heeze-Leende komen relatief meer stijlzoekers voor dan in Nederland.
- In gemeente Heeze-Leende wonen relatief minder rust- en harmoniezoekers dan in Cranendonck en andere omliggende gemeenten.
- Het inwonersprofiel van de gemeente Eindhoven wijkt veel af met dat van Cranendonck en Nederland. In deze gemeente komen relatief meer avontuur- en plezierzoekers voor en relatief minder harmonie-, verbindings-, rust- en inzichtzoekers.

Cranendonck zien we als (potentieel) uitloopgebied van Eindhoven. Daarom is het belangrijk om ook naar het leefstijlprofiel van die inwoners te kijken. Met name de inwoners van de zuidelijke wijken zijn interessant. We verwachten dat deze inwoners voor hun vrijetijd wat meer naar Cranendonck zullen trekken. Figuur 2.5 op de volgende pagina laat een uitsplitsing van de leefstijlprofielen van de wijken Gestelse Ontginning, Kortonjo, Oud-Gestel en Putten zien.



**Figuur 2.5 Leefstijlprofiel zuidelijke wijken van Eindhoven ten opzichte van de inwoners van gemeente Cranendonck**



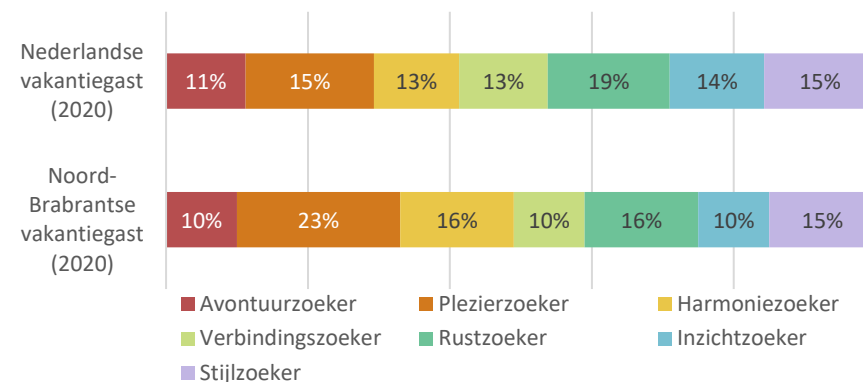
**Wat valt op?**

- In de wijken Oud-Gestel en Putten zijn veel meer plezierzoekers dan gemiddeld in Nederland.
- Gestelse Ontginning en Kortonjo wonen meer stijlzoekers dan gemiddeld in Nederland en Eindhoven.
- In Kortonjo zijn er meer avontuurzoekers dan gemiddeld in Nederland en Eindhoven.
- Er zijn in Oud-Gestel meer rustzoekers dan gemiddeld in Nederland, Eindhoven en Cranendonck.

**Vraag verblijfsgast**

Als we kijken naar de leefstijlen van de verblijfsgast zien we dat er relatief meer plezier- en harmoniezoekers naar Noord-Brabant komen dan gemiddeld in Nederland.

**Figuur 2.6 Leefstijlprofiel Noord-Brabantse verblijfsgast ten opzichte van de Nederlandse vakantiegast**



**Vraag Belgische bezoekers**

De leefstijlen van de Leefstijlvinder zijn alleen uitgewerkt voor de Nederlandse markt. Cranendonck ligt aan de grens met België en dus kunnen we verwachten dat er ook veel Belgen een bezoek brengen aan de gemeente. NBTC heeft in samenwerking met Motivaction een segmentatiemodel en bezoekersprofiel ontwikkeld, ‘Glocalities’ dat data bevat van 54.000 mensen uit 27 landen. In bijlage III (p. 40) wordt een toelichting gegeven op dit model.

Glocalities laat zien dat de Vlaamse bevolking voor 41% bestaat uit Socializers, voor 31% uit Creatives en 20% uit Challengers. De Achievers en Conservatives maken beiden een kleine 5% uit van de bevolking.

De Socializers worden gekarakteriseerd als gezelligheidszoekers die houden van entertainment, vrijheid en gezinswaarden. Dit profiel is te vergelijken met

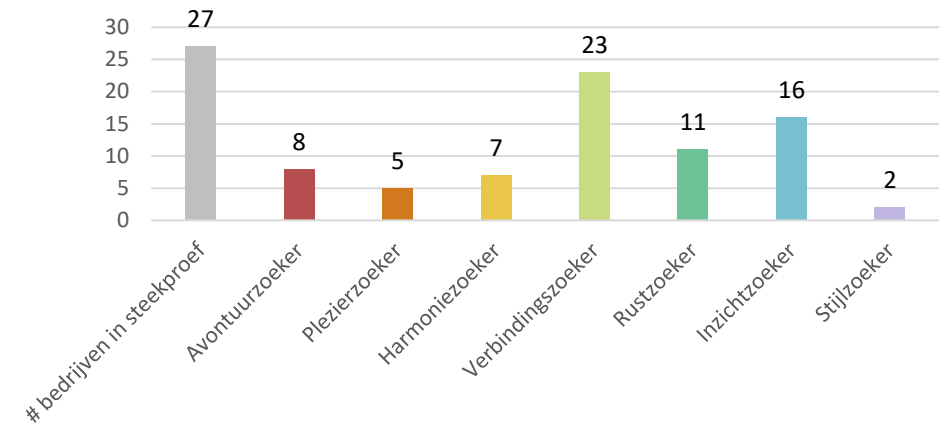
de plezier- en verbindingszoeker van de leefstijlvinder. De Creatives zijn ruimdenkend en vinden zelfontwikkeling en cultuur belangrijk (vergelijkbaar met de avontuur- en inzichtzoeker). De Challengers zijn competitief ingesteld, gedreven door carrière en geld, risico-nemend en avontuurlijk. Dit profiel is vergelijkbaar met de stijlzoeker in het Leefstijlvinder model.

## 2.3 Aanbod

In deze paragraaf beschrijven we het aanbod in de gemeente Cranendonck. Hierbij kijken we naar het totale aanbod en per deelsector voor welke doelgroepen het aanbod geschikt is. Hiervoor hebben we eerst een online leefstijlscan uitgezet onder de horeca en verblijfsrecreatie bedrijven. De online scan is door 7 bedrijven ingevuld. Om een respons van boven de 50% te halen hebben we op twee dagen verschillende horeca, dag- en verblijfsrecreatie bedrijven bezocht en aanwezige ondernemers gesproken. Van de 43 toeristisch-recreatieve bedrijven zijn er 27 meegenomen in deze analyse. We hebben hierdoor een steekproef behaald van 63%. De 27 bedrijven bestaan uit 7 dagrecreatieve bedrijven, 11 verblijfsrecreatieve bedrijven en 9 horecabedrijven. In Bijlage II (p. 37) geven we nog de leefstijlkleuring per bedrijf weer.

### Totaal bedrijven

Figuur 2.7 Aantal keuzemogelijkheden per leefstijl

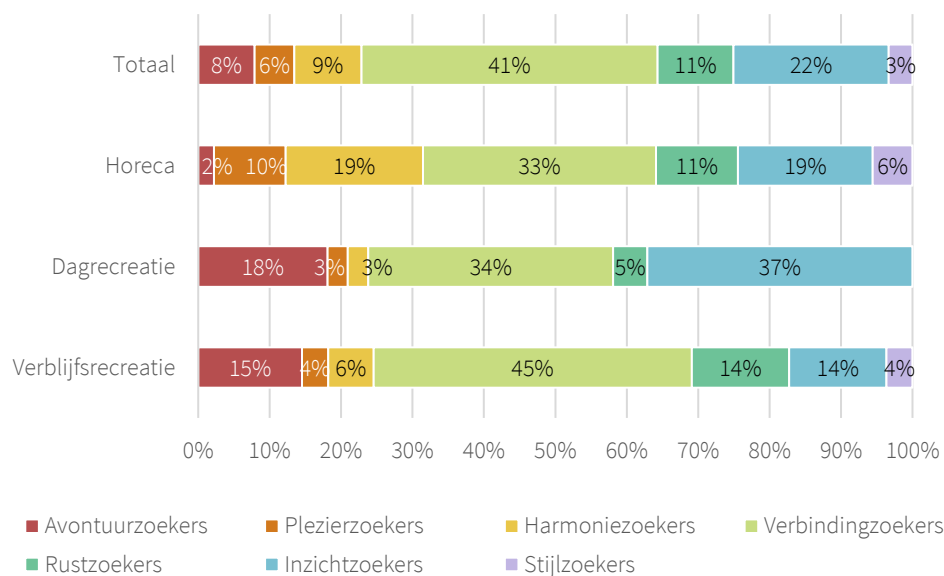


*Let op! Het figuur laat zien per leefstijl hoeveel van het totaal aantal bedrijven aantrekkelijk is voor die leefstijl. Bedrijven kunnen voor meerdere doelgroepen aantrekkelijk zijn. Het aantal bedrijven per leefstijl opgeteld komt dus hoger uit dan het totaal aantal bedrijven.*

#### Wat valt op?

- Van de 27 bedrijven zijn er 23 aantrekkelijk voor de verbindingszoekers
- Ook is een groot deel van de bedrijven (16) aantrekkelijk voor de inzichtzoeker.
- Voor de stijlzoekers (2) en voor de plezierzoeker (5) is het minste aanbod te vinden in de gemeente Cranendonck.

**Figuur 2.8 Het aanbod voor leefstijlprofielen per deelsector**



Bovenstaande figuur laat per deelsector zien hoeveel procent van het aanbod in de horeca, dag- of verblifsrecreatie aantrekkelijk is voor welke leefstijl.

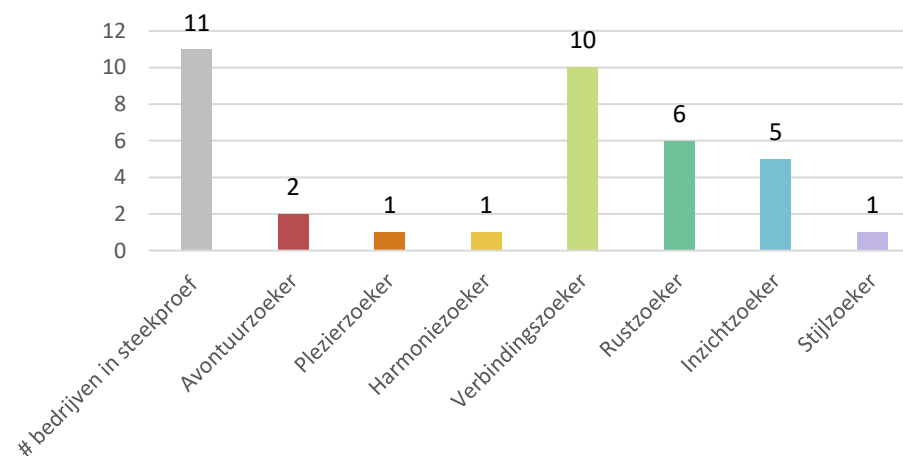
**Wat valt op?**

- In vergelijking met het totale aanbod is er naar verhouding meer dagrecreatief aanbod voor de inzichtzoekers (22% tegenover 37%).
- In bijna alle deelsectoren is het aanbod voor de verbindingszoeker het grootst. Ook al is de verbindingszoeker bij de dagrecreatie niet het grootst, het aandeel is net iets meer dan een derde.
- Terwijl in de horeca er veel voor de harmoniezoeker is, is het aandeel harmoniezoeker bij dag- en verblifsrecreatie veel minder groot (19% tegenover resp. 3% en 6%).
- Het tegenovergestelde geldt voor de avontuurzoeker. Hierbij is het aandeel avontuurzoeker in de horeca laag en juist hoog bij dag- en verblifsrecreatie (2% tegenover resp. 18% en 15%).

- Voor de stijlzoeker is er bijna geen tot geen aanbod in de gemeente Cranendonck.

**Verblifsrecreatie**

**Figuur 2.9 Aantal keuzemogelijkheden verblifsrecreatie per leefstijl**



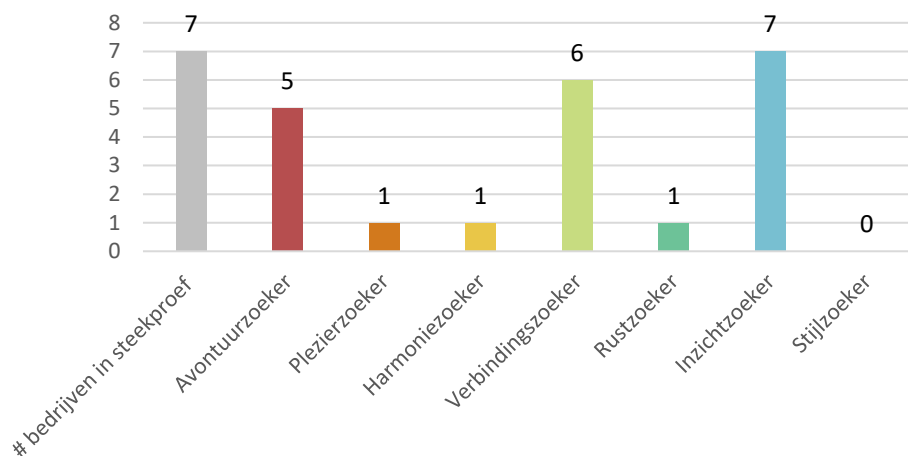
*Let op! Het figuur laat zien per leefstijl hoeveel van het totaal aantal bedrijven aantrekkelijk is voor die leefstijl. Bedrijven kunnen voor meerdere doelgroepen aantrekkelijk zijn. Het aantal bedrijven per leefstijl opgeteld komt dus hoger uit dan het totaal aantal bedrijven.*

**Wat valt op?**

- Bijna alle verblifsrecreatie is voor een deel (10) aantrekkelijk voor de verbindingszoeker.
- Ook voor de rustzoeker en de inzichtzoeker zijn redelijk wat bedrijven aantrekkelijk (resp. 6 en 5).
- Voor de rest van de leefstijlen is er weinig verblifsrecreatieaanbod in Cranendonck.

## Dagrecreatie

Figuur 2.10 Aantal keuzemogelijkheden dagrecreatie per leefstijl



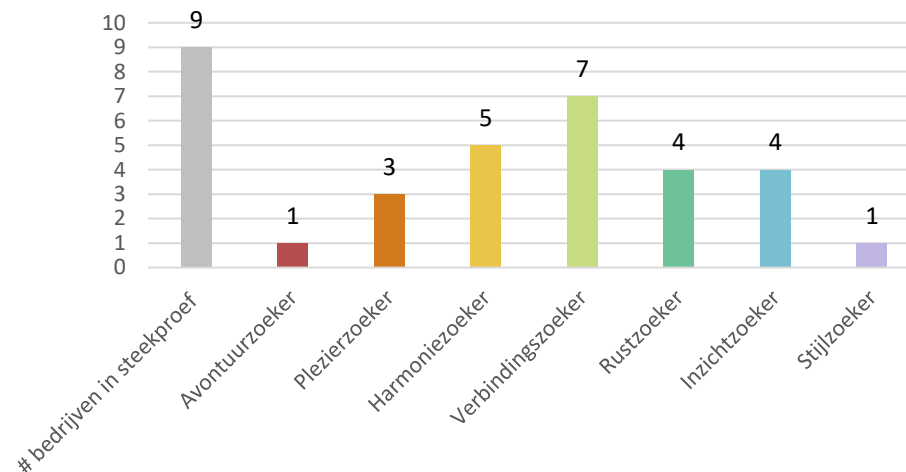
Let op! Het figuur laat zien per leefstijl hoeveel van het totaal aantal bedrijven aantrekkelijk is voor die leefstijl. Bedrijven kunnen voor meerdere doelgroepen aantrekkelijk zijn. Het aantal bedrijven per leefstijl opgeteld komt dus hoger uit dan het totaal aantal bedrijven.

### Wat valt op?

- Het dagrecreatie aanbod in Cranendonck is voornamelijk aantrekkelijk voor de inzichtzoeker (7), verbindingszoeker (6) en avontuurzoeker (5).
- Van het meegenomen dagrecreatief aanbod is er geen bedrijf aantrekkelijk voor de stijlzoeker.
- Het dagrecreatief aanbod kijkt alleen naar het bedrijfsmatig aanbod. Dit is dus exclusief recreatieve routes, rondleidingen met een gids in kernen en bezienswaardigheden. Dit aanbod kan voor verschillende leefstijlen aantrekkelijk zijn. In bijlage V (p.44) wordt de manier van natuurbeleving per leefstijl toegelicht.

## Horeca

Figuur 2.11 Aantal keuzemogelijkheden horeca per leefstijl



Let op! Het figuur laat zien per leefstijl hoeveel van het totaal aantal bedrijven aantrekkelijk is voor die leefstijl. Bedrijven kunnen voor meerdere doelgroepen aantrekkelijk zijn. Het aantal bedrijven per leefstijl opgeteld komt dus hoger uit dan het totaal aantal bedrijven.

### Wat valt op?

- Het horeca aanbod in de gemeente is voornamelijk aantrekkelijk voor de verbindingszoekers (7).
- Maar ook voor de harmonie-, rust- en inzichtzoeker is relatief veel aanbod te vinden (resp. 5, 4 en 4).
- Voor de avontuur- en stijlzoeker is redelijk weinig horeca aanbod in de gemeente (beide 1 bedrijf).

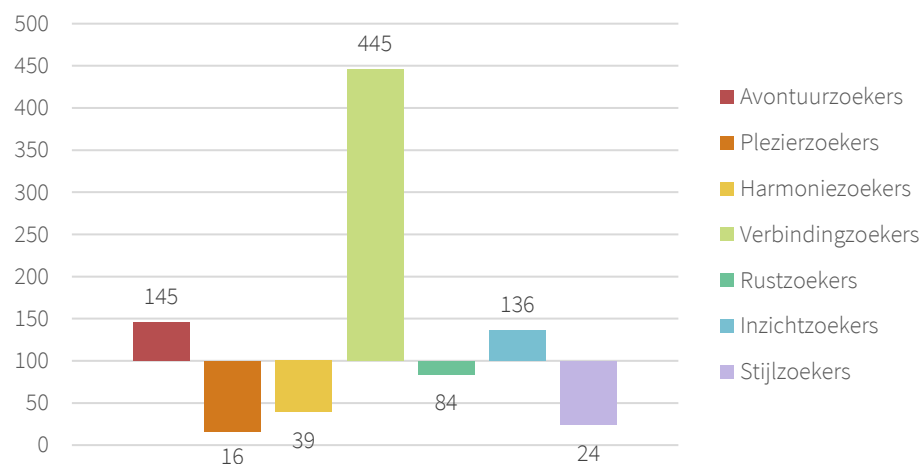
## 2.4 Vergelijking vraag en aanbod

In deze analyse zetten we de vraag (2.2) af tegen het aanbod (2.3) om te kijken waar ontwikkelmogelijkheden liggen in de gemeente.

*Let op! Deze vraag-aanbodvergelijking is kwalitatief, gericht op de aantrekkingskracht van het aanbod voor verschillende leefstijlconsumenten. Deze figuren geven dus geen informatie of er kwantitatief voldoende aanbod is ten opzichte van de vraag (dus of er bijvoorbeeld extra capaciteit nodig is).*

### Verblijfsrecreatie

**Figuur 2.12 Vraag- en aanbodvergelijking van de verblijfsrecreatie afgezet tegen de Noord-Brabantse verblijfs gast op index (100= in evenwicht)**



*Als volgt te lezen: een index (ruim) boven de 100 betekent dat we in de aanbodverdeling relatief veel bedden tegen zijn gekomen voor de betreffende leefstijl ten opzichte van de verdeling van de vraag. Een score (ruim) onder de 100 betekent dat we in de aanbodverdeling juist relatief weinig bedden zijn tegengekomen voor de betreffende leefstijl*

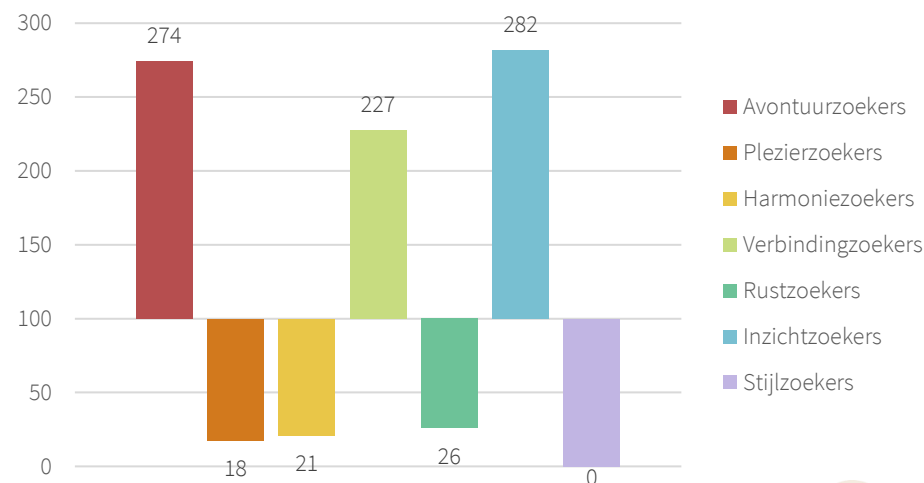
<sup>1</sup> Gemiddelde leefstijlprofiel op basis van de leefstijlprofielen van de gemeenten Eindhoven, Heeze-Leende, Weert, Nederweert, Valkenswaard en Cranendonck.

### Wat valt op?

- Figuur 2.12 op de vorige pagina laat zien dat er vooral veel keuze is voor de verbindingsoeker in Cranendonck wat betreft verblijfsrecreatie.
- Voornamelijk voor de plezier-, harmonie- en stijlsoeker is er weinig verblijfsrecreatief aanbod in vergelijking met de vraag te vinden in de gemeente.

### Dagrecreatie

**Figuur 2.13 Vraag- en aanbodvergelijking van de dagrecreatie afgezet tegen het gemiddelde leefstijlprofiel van de omliggende gemeenten<sup>1</sup> (100= in evenwicht)**



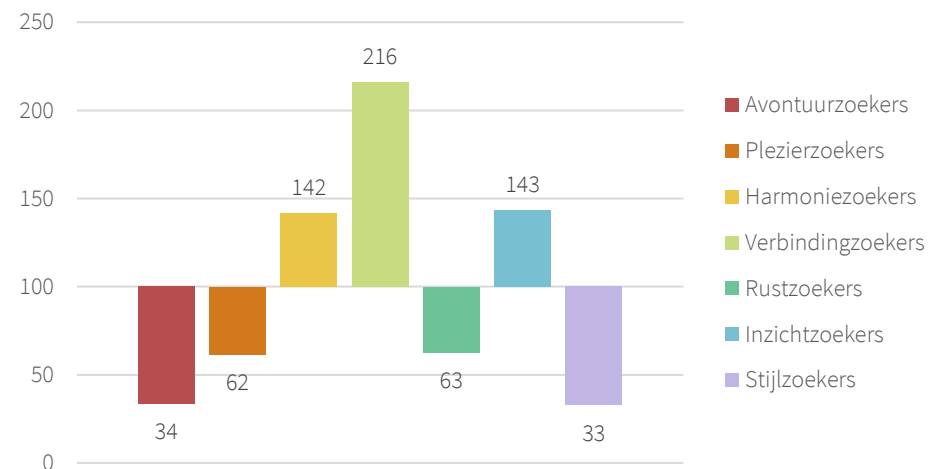
*Als volgt te lezen: een index (ruim) boven de 100 betekent dat we in de aanbodverdeling relatief veel bedden tegen zijn gekomen voor de betreffende leefstijl ten opzichte van de verdeling van de vraag. Een score (ruim) onder de 100 betekent dat we in de aanbodverdeling juist relatief weinig bedden zijn tegengekomen voor de betreffende leefstijl*

### Wat valt op?

- Figuur 2.13 laat zien dat er voor de avontuur-, verbinding- en inzichtzoeker genoeg dagrecreatief aanbod in Cranendonck is.
- Er is weinig dagrecreatief aanbod voor de plezier-, harmonie- en rustzoeker.
- Voor de stijlzoeker is er helemaal geen dagrecreatief aanbod.
- Dit dagrecreatief aanbod kijkt niet naar de verschillende fiets- en wandelroutes die in Cranendonck beschikbaar zijn. De gemeente Cranendonck heeft bosrijk, agrarisch en heide achtig gebied. De gemeente daarnaast verschillende thematische fiets- en wandelroutes die inspelen op de geschiedenis van het gebied geplaatst. Ook liggen er verspreid door de natuur bij beginpunten van fiets- en wandelroutes gedichtentafels. De verschillende type natuur en routes zijn aantrekkelijk voor de verbindingsoeker, avontuurzoeker en inzichtzoeker. In bijlage V (p.48) wordt de manier van natuurbeleving per leefstijl toegelicht.

### Horeca

**Figuur 2.14 Vraag- en aanbodvergelijking van de horeca afgezet tegen het gemiddelde leefstijlprofiel van de omliggende gemeenten<sup>1</sup> (100= in evenwicht)**



*Als volgt te lezen: een index (ruim) boven de 100 betekent dat we in de aanbodverdeling relatief veel bedden tegen zijn gekomen voor de betreffende leefstijl ten opzichte van de verdeling van de vraag. Een score (ruim) onder de 100 betekent dat we in de aanbodverdeling juist relatief weinig bedden zijn tegengekomen voor de betreffende leefstijl*

### Wat valt op?

- Figuur 2.14 laat zien dat er voor de harmonie-, verbinding- en inzichtzoeker veel horeca aanbod in de gemeente Cranendonck is.
- Voor de avontuur- en stijlzoekers is er weinig aanbod. Voor de plezier- en rustzoeker is er nog minder aanbod.



## Conclusie

Voor zowel de horeca, dag- en verblijfsrecreatie liggen er nog ontwikkelkansen voor verschillende doelgroepen. We zien ontwikkelkansen op zowel korte termijn als op lange termijn. Tabel 2.1 laat een overzicht zien voor welke leefstijlen ontwikkelingskansen liggen per deelsector op de korte en lange termijn.

**Tabel 2.1 Overzicht per deelsector voor welke leefstijlen het relevant is op de lange termijn te ontwikkelen**

Deelsector	Korte termijn (verbinden & versterken)	Korte termijn (verbreden)	Lange termijn (verbreden)
Verblijfsrecreatie	Verbindingszoeker Inzichtzoeker		Harmoniezoeker Rustzoeker Stijlzoeker
Dagrecreatie	Verbindingszoeker Inzichtzoeker	Plezierzoeker Stijlzoeker	Harmoniezoeker Rustzoeker Stijlzoeker
Horeca	Avontuurzoeker Verbindingszoeker Inzichtzoeker	Plezierzoeker Stijlzoeker	Rustzoeker Stijlzoeker

### Korte termijn

De toeristische sector in Cranendonck is nog niet volledig ontwikkeld. Daarom zien we potentie om op korte termijn het bestaande aanbod in alle deelsectoren te *verbinden en versterken*.

Momenteel is het aanbod kleinschalig en voornamelijk aantrekkelijk voor de verbindingszoeker, avontuurzoeker en inzichtzoeker. Deze leefstijlen passen binnen een cultuur- en natuurprofiel, wat goed aansluit bij het DNA van de gemeente. Om dit profiel te *versterken*, is het belangrijk om meer voorzieningen te ontwikkelen die aansluiten bij de behoeften van de avontuurzoeker, verbindingszoeker en inzichtzoeker.

Met het *versterken* van het aanbod moet er op gelet worden dat het aanbod elkaar aanvult. Zo zien we bijvoorbeeld dat er voor de avontuurzoeker dag- en verblijfsrecreatief aanbod is, maar juist weinig horeca. Door verschillende type recreatie aan elkaar te *verbinden* zorgen we voor een uniforme beleving.

Daarnaast wil de gemeente Cranendonck zich positioneren als uitloop gebied van Eindhoven. In het profiel van Eindhoven zien we voornamelijk de plezierzoeker en stijlzoeker voorkomen. Op de korte termijn zien we daarom ook *ontwikkel* mogelijkheden voor deze doelgroepen. Hierbij zien we kansen voor het creëren van natuurpoorten of recreatieve ‘hotspots’ bij de Baronie en de Budel-Dorplein met recreatief aanbod voor deze doelgroepen.

Door ons op korte termijn te richten op deze leefstijlprofielen, sluiten we ook aan op de Belgische gast. Het meest voorkomende profiel bij de Belgen is de “socializer”, die overeen komt met de plezier- en verbindingszoeker.

### Lange termijn

Op de lange termijn zien we ontwikkelkansen om te *verbreden* met aanbod dat past bij het leefstijlprofiel van de inwoners. Er is nog weinig aanbod voor de harmonie-, rust-, en stijlzoeker terwijl deze leefstijlen veel voorkomen in de gemeente. We adviseren daarbij om de focus te leggen op de harmonie- en stijlzoekers, waarbij de rustzoekers als een aanvullende doelgroep kan worden meegenomen. Vanuit een economisch oogpunt is het minder zinvol om in te zetten op de rustzoeker, omdat deze groep het minst op vakantie gaat en weinig besteed (tijdens zijn verblijf).

### **Verblijfsrecreatie**

Voor de verblijfsrecreatie zien we mogelijkheid om meer aanbod te creëren voor de harmonie-, rust-, en stijlzoeker. Voor de harmoniezoeker is er op basis van de capaciteit veel aanbod, maar deze leefstijl heeft maar één keuzemogelijkheid. Dit komt doordat Oostappenpark Slot Cranendonck als enige verblijfsaccommodatie aantrekkelijk is voor de harmoniezoeker en tegelijkertijd heel veel capaciteit heeft. We zien daarom wel ontwikkelkansen voor de harmoniezoeker, maar we zien grotere ontwikkelkansen voor de stijlzoeker en de rustzoeker.

### **Dagrecreatie**

Voor de dagrecreatie zien we ook ontwikkelkansen voor de harmonie-, rust-, en stijlzoeker. Op Slot Cranendonck verblijven veel harmoniezoekers, maar het is ook belangrijk dat de lokale economie hiervan profiteert. Door juist dagrecreatief aanbod te ontwikkelen voor deze doelgroep zorg je dat gasten van het park afkomen en lokale economie stimuleren. Zowel de rustzoeker als de stijlzoeker zijn in Cranendonck en omgeving een vrij veel voorkomende leefstijl. Door juist dagrecreatief aanbod te ontwikkelen voor deze groepen kan de gemeente deze bezoekers aantrekken.

### **Horeca**

We zien dat voor de horeca sector er aanbod bij kan komen voor de rust-, en stijlzoeker. Net zoals bij de dagrecreatie zijn dit twee leefstijlen die veel voorkomen in Cranendonck en omgeving. Door juist in te spelen op deze doelgroepen kunnen er bezoekers worden aangetrokken.

In bijlage IV (p. 44) wordt voor de per leefstijl beschreven wat hun aanspreekt in toeristisch recreatieve bedrijven. Daarbij laten we door middel van afbeeldingen een sfeerimpressie zien.





# 3 Trends en marktruimte

In dit hoofdstuk beschrijven we relevante trends die van invloed zijn op de toeristische-recreatieve sector. We beschrijven ontwikkelingen die in Cranendonck de aankomende jaren spelen en impact hebben op de sector.

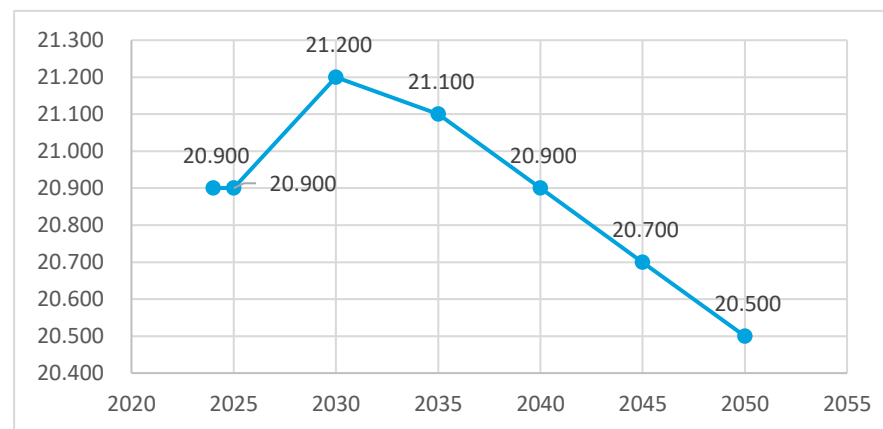
## 3.1 Ontwikkeling (van toerisme) in Cranendonck

In deze paragraaf bespreken we de ontwikkelingen in de gemeente Cranendonck die relevant zijn voor de recreatie en toerisme (R&T) sector. We kijken hierbij naar de ontwikkeling van het aantal inwoners, toeristen, bezoekers en werkgelegenheid gerelateerd aan R&T.

### Inwoners ontwikkeling

Figuur 3.1 geeft de ontwikkeling van het aantal inwoners in Cranendonck weer. We kunnen zien dat het aantal inwoners van Cranendonck tot 2030 zal blijven groeien, waarna het naar verwachting af zal nemen tot 20.500 inwoners in 2050. Uiteindelijk zal in 2050 het inwonersaantal onder het huidige peil liggen, dit zijn naar verwachting 400 inwoners minder (CBS, 2024). Vanwege het afnemende aantal inwoners zal naar verwachting de leefbaarheid ook afnemen. Minder inwoners zorgt er vaak voor dat er minder voorzieningen in een gemeente zijn. Door juist recreanten en toeristen aan te trekken kan ervoor gezorgd worden dat de voorzieningen niet verminderen en dat de leefbaarheid niet wordt aangetast of zelfs verbeterd.

Figuur 3.1 Bevolkingsprognose Cranendonck van 2024 tot en met 2050 (CBS, 2024)



### Toeristen en bezoekers

Er wordt verwacht dat het aantal binnenlandse gasten in Nederland zal groeien met 27% tussen 2017 en 2030 (NBTC, 2019).

De ontwikkeling van het aantal toeristische overnachtingen in de afgelopen jaren ziet er als volgt uit:

Tabel 3.1: Ontwikkeling toeristische overnachtingen gemeente Cranendonck

Jaar	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Toeristische overnachtingen	109.033	116.024	97.670	94.555	83.158	81.045

Cijfers afkomstig van aanslagen toeristenbelasting

Het aantal toeristische overnachtingen in de gemeente bedroeg ruim 80.000 in 2023, maar is de afgelopen vijf jaar sterk gedaald. In 2018 waren er nog circa 110.000 toeristische overnachtingen. Deze daling is grotendeels te verklaren door de ontwikkelingen bij vakantiepark Slot Cranendonck. Dit park neemt circa 75% van het aantal toeristische overnachtingen in de gemeente voor haar rekening.

De meeste andere (kleine) verblijfsaccommodaties hebben afgelopen jaren over het algemeen wel meer toeristen ontvangen. Deze positieve ontwikkeling kan de daling van overnachtingen op het grote recreatiepark vooralsnog niet compenseren.

In de regio van Cranendonck zit potentie voor recreanten en toeristen. Zo heeft De Groote Heide (excl. de stad Eindhoven) circa 115.000 inwoners, het noordelijke deel van de regio Kempen~Broek circa 80.000 en MRE-regio (incl. Eindhoven) zo'n 800.000 inwoners. Naar verwachting zullen er tot 16.360 huishouden bijkomen in de Brainport regio. Na 2025 zal de groei naar verwachting wat afvlakken. De verwachting is dat in 2035 het aantal huishoudens is toegenomen tot 406.130 (Brainport Development NV, 2021).

In bijlage VI (p.51) is een overzicht opgenomen van het toeristisch-recreatief aanbod in de gemeente Cranendonck.

### Werkgelegenheid toerisme en recreatie Cranendonck

Tabel 3.2 op de volgende pagina geeft een overzicht van het aantal banen, aantal toeristisch-recreatieve banen, aandeel R&T banen en groei van R&T banen in Nederland, de Provincie Noord-Brabant, COROP-gebied Zuidoost-Noord-Brabant en de gemeente Cranendonck. In vergelijking met Nederland en de provincie heeft Cranendonck minder banen in de recreatie en toerisme

sector. Als we het COROP<sup>2</sup> gebied en Cranendonck vergelijken zien we dat Cranendonck gemiddeld net iets meer R&T banen heeft.

In vergelijking met Nederland, de provincie en het COROP-gebied is in Cranendonck het aantal R&T banen in 2022 het minst gegroeid. Mogelijk door het wegvallen van overnachtingen op het Ooststappenpark dat er een minder hoge groei in R&T banen is.

Ook al is de bijdrage van de vrijetijdssector aan de lokale economie in Cranendonck wat beperkter dan landelijk of provinciaal gezien, het aantal R&T banen blijft wel groeien.

**Tabel 3.2 Overzicht van het totaal aantal banen, toeristisch banen, aandeel toeristische banen en groei van toeristisch recreatieve banen in Nederland, Provincie, COROP, en Cranendonck**

2022	Nederland	Provincie Noord-Brabant	COROP Zuidoost-Noord-Brabant	Cranendonck
Totaal banen	9.369.760	1.399.360	361.280	9.140
R&T banen	612.840	79.010	19.520	510
Aandeel R&T banen	6,5%	6,5%	5,4%	5,6%
Groei R&T banen (t.o.v. 2021)	4,3%	2,2%	3,4%	2,0%

<sup>2</sup> Een COROP-gebied is een regionaal gebied tussen provinciaal en gemeente niveau in. COROP-gebieden worden vaak gebruikt voor analytische doeleinden.

## 3.2 Marktruimte bedrijven

*Tijdens de twee bezoekdagen hebben we de aanwezige ondernemers gesproken. Deze hebben we bevestigd over hoe zij de toekomst voor zich zien, of ze verwachten dat het aantal toeristen in de toekomst toe zal nemen en of zij zichzelf zien ontwikkelen in de toekomst. Hieronder wordt een samenvatting gegeven van de belangrijkste bevindingen uit deze gesprekken.*

Een aantal bedrijven in de horeca geeft aan zich graag verder te willen ontwikkelen. Hierbij waren twee horeca bedrijven vrij recentelijk gestart. Andere horeca ondernemers hebben aangegeven graag meer bezoekers te willen ontvangen, maar zien in de toekomst niet dat meer toeristen het gebied zouden willen bezoeken. Ze geven vooral aan dat de kwaliteit van het aanbod (andere R&T bedrijven) en het centrum van Budel afbreuk doet aan de aantrekkelijkheid van de gemeente. Om juist de toeristen aan te trekken vinden deze ondernemers dat de kwaliteit verbeterd moet worden. Daarnaast gaven de ondernemers aan dat het lastig is om vergunningen te krijgen voor bijvoorbeeld het organiseren van evenementen of voor een terrasuitbreiding.

De gesproken B&B ondernemers geven aan dat ze niet willen uitbreiden in de toekomst. Ze zijn nu al niet altijd open, terwijl hier wel vraag naar is. Hierbij geven ze aan dat de B&B een extra inkomen is en omdat het aan huis is ze niet altijd maar open willen zijn. Het moet leuk blijven geven ze aan. Ook al zien ze ruimte voor uitbreiding zelf zouden ze dit niet willen. Eén van de ondernemers gaf juist aan af te willen bouwen vanwege de leeftijd.

In de dagrecreatie zien we dat er her en der wat ontwikkelingen plaatsvinden om de beleving te verbeteren. Eén van de dagrecreatieve bedrijven gaf aan regelmatig bezoekers uit de Brainport regio te hebben, en ziet ook wel dat dit zal toenemen naarmate die regio groeit. Een aantal van de dagrecreatie aanbieders werkt voornamelijk met vrijwilligers waardoor het lastig is om vaker open te zijn of uit te breiden terwijl ze dit wel zouden willen.

**Concluderend** kunnen we zeggen dat we voornamelijk veel kleinschalige bedrijven zien die het bedrijf als een nevenverdienste runnen. Vanwege de kleinschaligheid is de investeringskracht vaak beperkt. Omdat de ondernemers vaak niet volledig afhankelijk zijn van de bedrijfsresultaten is de financiële prikkel voor uitbreiding minder groot. De horecaondernemers die wel graag willen uitbreiden vinden dat door de uitstraling van het centrum van Budel het niet uitnodigend genoeg is om toeristen te trekken. Om meer toeristen te trekken zou het centrum en het R&T aanbod aantrekkelijker gemaakt moeten worden.

## 3.3 Relevante trends en ontwikkelingen

*Hieronder bespreken we de meest relevante trends voor de toeristische - recreatieve sector in Cranendonck. We beschrijven algemene toeristische trends, en trends specifiek voor verblijfsrecreatie, dagrecreatie en horeca.*

### Algemene toeristische trends

- **Binnenlandse vakanties zijn gestabiliseerd.** Nederlanders gaan weer meer naar het buitenland op vakantie. In 2023 was 66,7% van plan op vakantie naar het buitenland te gaan in de zomervakantie. Het aandeel Nederlander wat in het binnenland op vakantie wilde lag in 2023 op 25%, een jaar eerder was dit nog 50% (NRIT, 2023). Naar verwachting daalt het aantal binnenlandse vakanties in 2024 licht, vanwege een toenemende interesse voor buitenlandse reizen (NBTC, 2024)
- **De buitenlandse vakantiegast.** De meeste buitenlandse verblijfs gasten komen uit Duitsland. Duitsland heeft een aandeel van 47% in alle buitenlandse overnachtingen in Nederland. Op grote afstand gevolgd door België met een aandeel van 10%. Het aandeel van de overnachtingen die in Noord-Brabant plaatsvinden is 9 tot 11% van het totaal aantal buitenlandse overnachtingen (NRIT, 2023).
- **De Belgische dagbezoeker.** Noord-Brabant is onder andere populair bij de Belgische dagbezoeker (Belgen die korter dan 24 uur een bezoek aan Nederland brengen). Zo komt 15% van de Belgische dagbezoekers naar

Noord-Brabant. Gemiddeld zijn er meer Belgische mannen dan vrouwen die een dagbezoek brengen aan Nederland en over het algemeen zijn de Belgische bezoekers 50 jaar of ouder (41%) of 18 tot 35 jaar (39%). Het merendeel van de dagbezoeken aan Nederland wordt met de partner ondernomen. Ook komt een ongeveer een vijfde met de vriendengroep of reist alleen naar Nederland. De Belgische bezoekers hebben als hoofdmotief voor een bezoek aan Nederland: ontspanning, winkelen, een bezoek aan familie of vrienden (NRIT, 2023).

- **Uitstapjes en reizen blijft populair:** Pre-corona groeide vrijetijdssector al sterk (zo breidde het dagrecreatief aanbod zich fors uit en Nederlanders zijn steeds meer buitenshuis gaan consumeren) en ook nu blijft de vrijetijdssector populair. Ondanks economische onzekerheden lijkt reizen en uitstapjes maken prioriteit te houden. De voorkeur voor uitjes lijkt groter dan de behoefte aan spullen (ABN AMRO 2023; NBTC 2024).
- **Uitdagingen in de sector:** Er zijn veel uitdagingen die de sector raken. Zoals krapte op de arbeidsmarkt, inflatie, en hoge gas- en energieprijzen (NRIT, 2022). Vooral in de horeca is dit een groot probleem. Het is namelijk niet altijd mogelijk om hogere kosten door te berekenen aan de klant, als de prijs te hoog wordt blijven klanten weg in de horeca. (Hospitality Management, 2022). Daarnaast wordt er verwacht dat het btw-tarief op logies wordt verhoogd van 9% naar 21%, dit betekent dat de prijzen van hotels en vakantiehuizen vanaf 2026 toe zullen nemen met 11% (Hospitality Management, 2024).
- **De 55-plussers zijn reislustiger, actiever en avontuurlijker.** Het belang van deze groepen neemt in de komende jaren toe voor de reisbranche vanwege hun vermogensgroei en vergrijzing. Steeds vaker zijn 55-plussers tweeverdieners. Hierdoor ontstaan mogelijkheden om verder te reizen, luxere accommodaties te kiezen en bijzondere ervaringen te zoeken. Dat leidt tot de opkomst van nieuwe reistrends onder oudere generaties, zoals actieve vakanties of culinaire reizen. Zo neemt de populariteit van fietsvakanties flink toe (ABN AMRO, 2023).
- **Duurzaamheid is populair.** Consumenten zijn zich bewuster van hun consumptie- en reisgedrag. Ze kiezen steeds vaker duurzaam, puur en

biologisch en verwachten dat bedrijven daarin meegaan. Nederlanders gaan vaker in eigen land op vakantie, deels vanwege sterker wordende vliegschaamte. Consumenten vinden het wel fijn als de duurzame keuzen makkelijk wordt gemaakt en het liefste niet te veel geld kost (NBTC, 2023). Bedrijven spelen hierop in door bijvoorbeeld het energieverbruik laag te houden, ook worden nieuwe vakantiehuizen bijna standaard uit duurzame materialen gemaakt (NRIT, 2019)

### Verblijfsrecreatie trends

- **Kamperen in Nederland is weer in opkomst.** Ten opzichte van 2022 zagen we in 2023 kamperen groeien met 13,3%. Naast dat de “echte kampeerder” met zijn katoenen tent terugkeert is er ook steeds meer vraag naar bijzondere en luxere vormen van kamperen. Zoals bijvoorbeeld boomhutten of glamping, waarbij gekampeerd kan worden in comfortabele onderkomens met veel voorzieningen (Pretwerk.nl, 2023)
- **Vakantiehuizen zijn populair.** In 2022 hadden huisjesterreinen de meeste verblijfsgasten. Dit komt deels doordat een huisjesterrein het gehele jaar een bezetting kan realiseren, terwijl een kampeerterrein dit niet kan. Verblijven op een huisjesterrein is onder andere populair in Noord-Brabant. Ook al is het grootste aandeel wat op huisjes terreinen verblijft Nederlander, de buitenlandse gasten zijn voornamelijk Duitsers en Belgen (NRIT, 2023).
- **Er is interesse in plattelandsvakanties.** De potentie van plattelandsvakanties in Nederland is erg groot, zowel onder Nederlanders zelf, als onder Vlamingen en Duitsers. Er is zowel interesse onder ervaren als onervaren plattelandsvakantiezoekers (NBTC, 2023)

### Dagrecreatie trends

- **Meer vraag naar one-stop experiences.** De dagrecreant wil graag op één locatie meerdere belevingen kunnen consumeren. Zo wil de consument naast een winkelaanbod in het stadcentra ook bezienswaardigheden, evenementen, cultuur en horeca. Ook steeds meer funshop locaties,

zoals Batavia stad, voegen belevenissen toe aan hun aanbod (Vrijetijdskennis, 2024).

- **Een groei in andere vormen van entertainment.** We zien een groei in diverse concepten van vermaak. Zo ontstaan er steeds meer Family Entertainment Centers. Maar ook worden attractieparken en dierentuinen vaker geopend in de winter waarbij een nieuwe vorm van entertainment wordt aangeboden. Maar ook de horeca probeert met nieuwe concepten zoals 'social gaming' (spelletjes als jeu de boules, shuffle board of videogames) meer bezoek te krijgen (Vrijetijdskennis, 2024).
- **Er zijn regionale verschillen in de voorkeur voor uitjes.** In Zuid-Nederland (Limburg en Noord-Brabant) is bezoek aan een pretpark zeer geliefd naast een horecabezoek. Een bezoek aan een museum is juist minder populair. De populariteit van de pretparken valt deels te verklaren door de locatie van al bestaande populaire pretparken in Zuid-Nederland (ABN AMRO, 2024).
- **Buitenrecreatie blijft populair.** Wandelen en fietsen is populair onder de recreanten. Er is een grote vraag naar recreëren in de natuur en dit is in de afgelopen jaren toegenomen. Dit zorgt er tegelijkertijd ook voor dat de **druk op de natuur toeneemt** (Vrijetijdskennis, 2022).
- **Gebruik van mixed reality.** Digitalisering gaat een steeds grotere rol spelen in tijdens de vrijetijd. Door middel van AI (artificial intelligence) en AR (augmentend reality) kunnen er bijvoorbeeld belevingsroutes voor met de smartphone uitgezet worden waarbij een verhaal wordt verteld met beeldmateriaal of allerlei belevingen aan bijvoorbeeld tentoonstellingen worden toegevoegd (Vrijetijdskennis, 2024).

### Horeca trends

- **Maatwerk en authenticiteit.** De consument ziet graag maatwerk in de vorm van unieke en persoonlijke producten. Daarnaast wil de consument zelf kunnen kiezen wat hij/zij eet of drinkt (duurzaam, vegetarisch uniek), wat onder meer de populariteit verklaart van foodtruckfestivals (horecamagazine, 2024). Daarnaast wil de consument ook graag authenticiteit, er is interesse in lokale kenmerken en het gebruik **van streekproducten is populair**. Hierbij is het verband tussen *de locatie* en een activiteit, horecagelegenheid, evenement of verblijfsaccommodatie is relevant: is het typisch 'van hier', is het verbonden met de streek, is het authentiek?
- **Van gezond naar lekker.** De trend van mega gezond eten is een beetje over. Daarentegen wordt lekker eten en snacken en smullen steeds populairder (KHN, 2024).









Daarnaast zijn we dieper ingegaan op vier thema's: verblijfsrecreatie, recreatieve routes, erfgoed en cultuurhistorie en dagrecreatie en horeca. Deze thema's zijn van tevoren met de gemeente bepaald als kansrijk.

- **Verblijfsrecreatie**

Ondernemers geven aan dat het aanbod aan verblijfsrecreatie uitgebreid mag worden, waarbij kwaliteit, luxe en diversiteit belangrijk zijn. We zien dat er een aantal initiatieven loopt voor de ontwikkeling in bijzondere overnachtingen zoals een try out Tiny House en een kunstwei B&B. Hierbij zou het goed zijn als er een koppeling wordt gemaakt tussen de verblijfsrecreatie en de andere recreatieve voorzieningen.

- **Recreatieve routes**

De basis moet op orde zijn, dat wil zeggen dat het beheer en onderhoud van de routes structureel geregeld moet zijn. Aandachtspunt hierbij is ook de toegankelijkheid van de routes voor minder-validen. Kansen zien de ondernemers in het ontwikkelen van belevingsroutes – thematische routes waar extra informatie wordt gegeven in de vorm van informatieborden of filmpjes via een app, en activiteiten ter plekke zoals rondleidingen of vogels spotten.

- **Erfgoed en cultuurhistorie**

De gemeente Cranendonck kent veel cultuurhistorische bezienswaardigheden zoals onder anderen drie werkende molens, het Smokkel- en Grensmuseum, De Baronie van Cranendonck, het beschermd dorpsgezicht Dorplein en de Teutenboerderijen. Tevens ligt de gemeente in de grensstreek waardoor het 'smokkel'-thema interessant is om uit te werken. Het is van groot belang dat deze cultuurhistorie in stand gehouden wordt en meer beleefd kan worden door bezoekers. Ondernemers zien kansen als er meer samenwerking is tussen de partijen die zich bezig houden met cultuurhistorie en de horeca.

- **Dagrecreatie en horeca**

Zoals ook bij verblijfsrecreatie, geven ondernemers aan dat het aanbod van horecagelegenheden uitgebreid mag worden, waarbij ook gekeken moet worden naar kwaliteit, luxe en diversiteit. Tevens zouden de openingstijden langer moeten worden, zodat dagbezoekers beter

gefaciliteerd worden. Ook hier wordt gewezen op het belang van samenwerking tussen horeca en de recreatieve voorzieningen.

### **Conclusie**

Kernwoorden die bij ieder onderdeel genoemd worden, en dus mogelijk een plek moeten krijgen in de visie, zijn:

- bepalen van kernthema's waar aanbod op kan aanhaken, zoals het ontwikkelen van thematische routes;
- aandacht voor diversiteit, kwaliteit en luxe;
- meer samenwerken, zowel tussen verblijfs- als dagrecreatie maar ook tussen ondernemers, VV en gemeente;
- betere bekendheid, promotie – zowel offline als online. Offline in de vorm van informatieborden bij bijzondere locaties en ondernemers. Online in een betere digitale ontsluiting van alle activiteiten;
- uitbreiding van horecagelegenheden en openingstijden;
- ondersteuning / facilitering als rol van de gemeente – door het beheer en onderhoud van recreatieve routestructuren, cultuurhistorische elementen en musea te borgen én soepeler (vergunnings-)beleid om aanbod uit te breiden.

## **4.3 Inwoners en leefbaarheid**

In het kader van het nieuwe beleid voor recreatie en toerisme zijn naast gesprekken met ondernemers ook gesprekken gevoerd met een aantal inwoners vanuit iedere dorpskern. In Budel-Dorplein, Budel-Schoot en Gastel hebben we gesproken met een vertegenwoordiging van de lokale 'dorpsraad' en in Budel, Maarheeze en Soerendonk hebben we gesproken met inwoners die zich hebben aangemeld via een oproep. Hoewel de resultaten niet per se representatief zijn voor het hele dorp, geven deze wel een goed gevoel van wat de (recreatieve) situatie is in elke kern en welke kansen en aandachtspunten die inwoners zien met betrekking tot recreatie en toerisme.

Tijdens de gesprekken is gesproken over de volgende onderwerpen:

- **Toerisme en leefbaarheid**<sup>3</sup>. Dit ging over de visie op welke bijdrage toerisme kan bieden voor de leefbaarheid voor inwoners;
- **Kansen voor productontwikkeling**. Dit ging over de kansen die gezien worden om het toeristisch-recreatieve product te ontwikkelen, op het schaalniveau van de dorpen én de gemeente.
- **Aandachtspunten voor de toekomst**. Dit betrof de aandachtspunten voor de toekomst, het beleid en de samenwerking met de gemeente.

In deze paragraaf staan de belangrijkste conclusies uit deze gesprekken weergegeven.

### 1. Toerisme en leefbaarheid

Vanuit alle dorpen kwam het signaal dat toerisme en recreatie als belangrijk onderwerp wordt gezien. En dat de dorpen zien dat toerisme kansen biedt om bij te dragen aan de leefbaarheid in Cranendonck en de betreffende kern. Dit bleek ook al uit de in het voorjaar 2024 gevoerde gesprekken in de dorpen in het kader van de strategische visie en omgevingsvisie. Op dit moment ontbreekt het in een aantal dorpen namelijk volgens de inwoners aan levendigheid en een aantrekkelijke uitstraling qua sfeer, gezelligheid en groen. Redenen die de gesprekspartners hiervoor aangeven zijn een gebrek aan horeca, de ‘betonnen’ inrichting van centrale locaties, het ontbreken van groen en sfeerelementen. Daarnaast mist men in de meeste dorpen\_ (centrale) speelmogelijkheden voor kinderen.

Nu is toerisme geen wondermiddel, maar als het gaat om de levendigheid en het voorzieningenniveau kan toerisme zeker een positieve bijdrage leveren. Dat kan gaan om (het behouden van) basisvoorzieningen zoals een supermarkt, een bakker of een dorps huis. Maar ook over het vergroten van de vrijetijds

<sup>3</sup> Met het begrip leefbaarheid wordt aangegeven hoe aantrekkelijk en/of geschikt een gemeente of dorp is om er te wonen, te werken of recreëren.

mogelijkheden, denk hierbij aan horecagelegenheden, sport- en speelvoorzieningen, het cultuuraanbod en beleefbare natuurgebieden en cultuurhistorische bezienswaardigheden.

### 2. Kansen voor productontwikkeling

Er zijn verschillende kansen benoemd, in eerste instantie voor de dorpen en de inwoners zelf. En daarnaast zijn er ook kansen genoemd op het schaalniveau van de gemeente en de regio, waar ook toeristen (bezoekers) een rol spelen.

#### Schaalniveau van de dorpen

- *Kwaliteit openbare ruimte*. De dorpen geven aan dat de sfeer, beleving en gezelligheid nog verbeterd kan worden in de centra. Inwoners willen over het algemeen graag hun steentje bijdragen, door bijvoorbeeld in de wintermaanden sfeerverlichting aan te brengen, in de zomer bloembakken op te hangen of een speeltuintje onder hun beheer te nemen. Zij zorgen dan ook zelf voor het beheer en onderhoud hiervan.
- *Evenementen*. In iedere kern vinden behoorlijk wat evenementen plaats, zoals het Dickensfestijn, de Mijl van Mares, het Oktoberfest, Bourgondisch Cranendonck en de kermissen en braderieën. Veel van de huidige evenementen zijn primair gericht op de lokale gemeenschap, maar een aantal trekken ook bezoekers van buitenaf. Hoe dan ook zijn evenementen belangrijk voor de lokale gemeenschap. Evenementen moeten dan ook behouden blijven en vormen ook een kans voor ontwikkeling van het toeristische profiel op het schaalniveau van de hele gemeente. Dat geldt zeker voor thematische evenementen met een bovenlokale aantrekkingskracht. Vroeger waren er bijvoorbeeld in Budel nog veel meer evenementen, zoals de Smokkelrally en het grensevenement Botert ‘t Nog.



- *Voorzieningen.* Alle kernen hebben een functionerend gemeenschapshuis, maar in Dorplein, Gastel en Schoot is verder geen reguliere (dag)horeca te vinden. De inwoners van deze kernen zien graag dat de horecafunctie van de gemeenschapshuizen in deze kernen wat meer mogelijkheden biedt om recreanten en toeristen te faciliteren, bv. ook door een aantrekkelijk terras en de mogelijkheid om een (alcoholisch) drankje of een lunch te serveren. Hierdoor komt er meer reuring en levendigheid in het dorp en dit versterkt ook de exploitatie van de dorpshuizen. Dit is zowel voor de eigen inwoner als de recreant een meerwaarde.
- *Centrale locaties en lokale 'iconen'.* In alle kernen hecht men belang aan een gezellige en centrale plek in het dorp met een functie van 'ontmoeten', zoals het Cornelisplein in Gastel, het Vogelsplein in Budel-Schoot en het Jan Maasplein in Soerendonk. Daarnaast worden met name in de kleinere kernen bepaalde (historische) gebouwen als 'iconisch' gezien en ziet men graag dat deze toegankelijk zijn en blijven, ook voor bezoekers. Voorbeelden zijn de Corneliskapel in Gastel en de Molen in Budel-Schoot. Inwoners hebben ook zorgen geuit over het verdwijnen of verbouwen van bepaalde beeldbepalende (historische) gebouwen in hun dorp.

### Schaalniveau van de gemeente

- *Thema's.* De meest genoemde kansrijke thema's zijn: 1) natuur (beleving), door aan te sluiten bij de bekendere merken Natuurgrenspark De Grootte Heide en grenspark Kempen-Broek en 2) cultuurhistorie, aangezien er in de gemeente ook veel verschillende verhalen te vertellen zijn (smokkelverleden, zinkfabriek, etc.).
- *Beleefbaar maken van natuur en cultuur kan (nog) veel beter.* Er zijn echt verschillende kansen, ook per dorp, om deze thema's beter beleefbaar te maken, of om dit juist in het buitengebied te doen zoals bijv. de ontwikkeling van de Natuurpoort De Baronie, als bestemming en vetrekpunt voor thematische routes.
- *Ontwikkeling van verblijfsrecreatie.* Het aantrekken van de verblijfstoerist is een grote kans, vanwege de (jaarrond) aanwezigheid van deze 'gasten', die

zorgen voor levendigheid, bestedingen bij de lokale bedrijven en werkgelegenheid.

### Synergie tussen de schaalniveaus

Er kan natuurlijk synergie (gaan) ontstaan tussen de schaalniveaus, twee kanten op. Productontwikkeling in de dorpen kan een bijdrage leveren aan het toeristisch product van de gemeente. Andersom kunnen ontwikkelingen op het schaalniveau van de gemeente, en de regio, bijdragen aan levendigheid in de dorpen. Hieronder staan concrete kansen benoemd op basis van de gesprekken met inwoners, die we adviseren op te pakken en verder te faciliteren:

- *Route-ontwikkeling en arrangementen.* Veel dorpen kunnen (nog) beter profiteren van routes die langs voorzieningen of gebouwen in de kernen gaan of bijvoorbeeld gekoppeld zijn aan een bepaald thema of lokaal verhaal.
- *Afstemmen openingstijden op bezoekers.* In Dorplein kan de horecafunctie van de Schakel (nog) beter worden afgestemd op recreanten, zowel op fietsers en wandelaars als op de verzorgde rondleidingen die (door de Cicerones) gegeven worden.
- *Bekendheid van de trekkers.* Probeer ook de bekendheid van de regionale trekkers te verbeteren, dit kan via de merken van De Grootte Heide en Kempen-Broek, maar ook eigenstandig bij bijv. het Grens- en smokkelmuseum, de (toekomstige) Natuurpoort de Baronie en de bovenlokaal aansprekende evenementen zoals bijv. Bourgondisch Cranendonck. Ook de gasten van de grote vakantieparken en hotels in de directe omgeving zijn hierbij kansrijk als doelgroep (voor de marketing).
- *Ontwikkelen van toerisme.* Verken de markt voor initiatiefnemers die toerisme kunnen versterken, zoals verblijfsrecreatie. Maak hierbij aan ondernemers duidelijk welke verblijfsrecreatieve concepten passend zijn bij de gemeente en doelgroepen (zie leefstijlen).

### 3. Aandachtspunten voor de toekomst

#### Meer samenhang

Op dit moment ervaren de inwoners dat toerisme en recreatie bestaat uit veelal losstaande elementen. Soms weet men ook niet wat er allemaal is aan vrijetijdsaanbod, bv in een andere dorpskern. Er mag dus meer samenhang komen in het lokale aanbod, zodat er een steviger recreatief-toeristisch product ontstaat, een logisch geheel. Inwoners geven aan dat dit op een kleinschalige manier moet gebeuren en passend moet zijn bij het DNA van Cranendonck. Ze willen geen massatoerisme, maar zien wel zeker ruimte voor toename in aantal bezoekers. De gemeente moet hierbij de stip op de horizon bepalen. Om tot die samenhang te komen is een overall visie op toerisme en recreatie in Cranendonck nodig. Met hierin speerpunten en bepaalde thema's waar met prioriteit aan gewerkt wordt.

#### Betere samenwerking

Ook de samenwerking tussen de ondernemers is essentieel, zowel binnen de toeristisch-recreatieve sector als daar buiten (denk aan detailhandel) als tussen de verschillende dorpskernen, maar ook met de gemeente. Op dit moment is deze samenwerking niet optimaal. Niet iedereen zal open staan voor samenwerking of zich hier actief voor inzetten, maar om stappen te kunnen zetten is het noodzakelijk om aan de slag te gaan met degenen die willen, zowel ondernemers als inwoners. De lokale VVW kan hierin een belangrijke rol vervullen als (neutrale) uitvoeringsorganisatie en 'spin in het web' in het lokale vrijetijd domein.

Mogelijk kan in de toekomst ook een toeristisch platform worden opgericht, bestaande uit ondernemers, belanghebbende organisaties en vertegenwoordigers uit de dorpen. Dit platform kan periodiek bij elkaar komen, waarbij afstemming plaatsvindt en concrete activiteiten kunnen worden opgepakt.

#### Rollen

Uit de gesprekken met inwoners en ondernemers komt naar voren dat de gemeente de randvoorwaarden en kaders moet stellen. Inwoners zien ook een rol voor zichzelf en de gemeente benadrukt dit ook: de gemeente stimuleert en faciliteert, maar initiatieven moeten ook uit de dorpen of bij ondernemers vandaan komen.

De gemeentelijke rol is wel steeds benoemd vanuit de dorpen en is als volgt samen te vatten:

- *De basis op orde:* De gemeente moet (een grotere) verantwoordelijkheid nemen voor het onderhoud van de openbare ruimte zoals groenvoorzieningen, fietspaden (veiligheid en comfort) en het verwijderen van verouderde borden. Tevens geven inwoners aan dat de gemeente aandacht moet hebben voor natuurbehoud en dat natuur toegankelijk moet blijven.
  - Wanneer het gaat om lokale voorzieningen geven inwoners aan open te staan voor een eigen bijdrage aan onderhoud en beheer.
- *Samenwerking stimuleren:* vooral tussen de ondernemers in de toeristisch-recreatieve sector en tussen de dorpen. Dit kan door het organiseren van periodieke bijeenkomsten, het uitwerken van concrete activiteiten en eventueel op een later moment (bij voldoende belangstelling) de oprichting van een toeristisch platform. , Sowieso is het wenselijk dat de gemeente periodiek (minimaal 1 x per jaar) in gesprek blijft met alle kernen om een vinger aan de pols te houden als het gaat om leefbaarheid en om kansen en zorgen te bespreken.
  - Inwoners en ondernemers kunnen dus actief meedoen en input leveren.
- *De VVW:* De VVW kan een centralere rol gaan spelen in het lokale netwerk, de productontwikkeling en het onder de aandacht brengen van interessante lokale items (evenementen, rondleidingen, arrangementen) vanuit de dorpen. De VVW kan hiervoor aansluiting zoeken bij de marketing- en promotie-kanalen van De Groote Heide en KempenBroek.
  - Dorpen kunnen ondersteund worden door een professionele VVW.

# 5 Conclusies

Uit de verschillende documenten, gesprekken en bijeenkomsten kunnen de volgende conclusies worden getrokken welke als input meegenomen kunnen worden voor het op te stellen beleid.

We zien dat het aantal inwoners van de gemeente Cranendonck vanaf 2030 zal afnemen. Dit is een risico voor de leefbaarheid. Daarentegen zien we dat juist de toerisme en recreatie sector in Nederland wel gaat groeien. Door te investeren in recreatie en toerisme kunnen we de leefbaarheid en vitaliteit van de gemeente op peil houden. Meer toeristen zorgt ervoor dat er meer vraag naar voorzieningen zijn, met als positief gevolg dat het aanbod in de gemeente en de diverse kernen ook beschikbaar en aantrekkelijk blijft voor de inwoners. Dit levert op zijn beurt ook weer banen op; mensen blijven er wonen en maken van bedrijven gebruik of bedrijven gaan zich er juist vestigen. Om dit allemaal te faciliteren zien we de volgende uitgangspunten per onderwerp:

## Verblijfsrecreatie

- Aandacht voor kwalitatieve ontwikkelingen in horeca, dagrecreatie en verblijfsrecreatie. Van belang is dat het aanbod divers blijft, dat er niet te veel van hetzelfde komt. Zo blijft het aanbod aantrekkelijk voor meerdere doelgroepen bezoekers en worden voorzieningen in stand gehouden.
- Het is van belang om nieuwe of vernieuwende verblijfsrecreatie te stimuleren en te faciliteren. Een uitgebreider en vernieuwend aanbod in de toekomst wordt gezien als kansrijk. Waarbij kwaliteit, luxe en diversiteit belangrijk zijn. Wel is het van belang dat het passend is bij het DNA van Cranendonck en bij de relevante doelgroepen. Er ligt bijvoorbeeld veel potentie in plattelandsvakanties.
- Op de korte termijn kan verblijfsrecreatie versterkt en uitgebreid worden voor de avontuur-, verbinding- en inzichtzoeker.
- Op de lange termijn zien we ontwikkelkansen voor de stijl- en rustzoeker. En mogelijk ook voor de harmoniezoeker. Er is steeds meer vraag naar

luxere vormen van kamperen met bijzondere accommodaties zoals bijvoorbeeld boomhutten. Maar ook het kamperen met een tent komt weer terug.

## Recreatieve routes

- Inzetten op kwalitatief goede recreatieve routestructuren en thematische routes – het vertellen van het Cranendonckse verhaal. Beleving toevoegen aan routes. O.a. thematische routes door gebruik te maken van AR en VR.
- Inzetten op Cranendonck en De Grootte Heide als ‘groen recreatief uitloophoud’ van het stedelijke gebied Eindhoven en de Brainport-regio, ook gezien de verwachte groei in het aantal inwoners biedt dit kansen.
- De basis moet op orde zijn, dat wil zeggen dat het beheer en onderhoud van de routes structureel geregeld moet zijn. Aandachtspunt hierbij is de toegankelijkheid van de routes voor minder-validen en de veiligheid.

## Erfgoed en cultuurhistorie

- Het in stand houden van erfgoed en cultuurhistorie is van belang en daarnaast meer beleving toevoegen voor bezoekers.
- Er zijn veel verhalen te vertellen over Cranendonck; vertel deze verhalen, werk lokale thema's uit en laat ze beleven via thematische routes. Kansrijke thema zijn Wereld Oorlog II of het smokkelverleden vanwege de ligging in de grensstreek, of bijvoorbeeld het verhaal van de teuten.
- Samenwerking stimuleren tussen partijen die zich bezighouden met cultuurhistorie en horeca.

## Dagrecreatie en horeca

- Richtten op kleinschalige dagrecreatie; maar houd hierbij in de gaten wat het dorp aan kan en behoudt wat er is voor inwoners.
- Het aanbod aan horecagelegenheden mag uitgebreid worden, waarbij kwaliteit, luxe en diversiteit belangrijk zijn, afhankelijk van de te bedienen

doelgroep(en). Creëer bijvoorbeeld mogelijkheden voor horecafuncties bij de dorps- en gemeenschapshuizen.

- Aandacht voor de openingstijden van locaties zodat dagbezoekers beter gefaciliteerd worden.
- Koppel dagrecreatie en horeca aan elkaar (mogelijk ook verblijf). Dit door bijvoorbeeld spelletjes zoals jeu de boules toe te voegen aan horeca.
- Maak gebruik van de lokale streekproducten.
- Zet in op buitenrecreatie, waarbij rekening wordt gehouden met de toenemende druk op de natuur.
- Op de korte termijn kan dagrecreatie en horeca versterkt en uitgebreid worden voor avontuur-, verbinding- en inzichtzoeker.
- Ook kan op de korte termijn dagrecreatie en horeca voor de plezier-, en stijlzoeker worden ontwikkeld. We zien hiervoor plek op twee specifieke plekken: de Baronie en Budel-Dorplein. We zien kansen om voor deze doelgroepen op deze plekken zodat we bezoekers uit het zuiden van Eindhoven en uit België kunnen aantrekken. Hierbij is het belangrijk dat de ontwikkeling van dagrecreatie en horeca elkaar aanvullen.
- Op de lange termijn kan dagrecreatie uitgebreid worden voor harmoniezoeker, stijlzoeker en rustzoeker.
- Op de lange termijn kan horeca uitgebreid worden voor stijlzoeker en de rustzoeker.

### Promotie en informatievoorziening

- Meer bekendheid geven aan het verschillende aanbod in de gemeente.
- Maak gebruik van de locatie die Cranendonck heeft, zowel het platteland als natuurgebieden eromheen als de ligging aan een dubbele grens met de provincie Limburg en België.
- Betere bekendheid en promotie – zowel offline als online is van belang. Offline in de vorm van informatieborden bij bijzondere locaties en ondernemers. Online in een betere digitale ontsluiting van alle activiteiten. De VVV kan hierbij een belangrijke rol vervullen.

### Samenwerking

- Blijven inzetten op stevige samenwerking met Natuurgrenspark De Grootte Heide en Grenspark Kempen~Broek.
- Stimuleer de samenwerking tussen VVV, ondernemers en de dorpen.
- Ondersteuning / facilitering als rol van de gemeente – door het beheer en onderhoud van recreatieve routestructuren en cultuurhistorische elementen te borgen én soepeler (vergunnings-)beleid om aanbod uit te breiden.







# Bronnenlijst

- ABN AMRO (2024) Natuurlijk Genieten. [https://www.abnamro.nl/nl/media/rapport-natuurlijk-genieten-januari-2024\\_tcm16-218404.pdf](https://www.abnamro.nl/nl/media/rapport-natuurlijk-genieten-januari-2024_tcm16-218404.pdf)
- ABN AMRO. (2023) Rijp voor avontuur. <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/leisure/rijp-voor-avontuur.html>
- ABN AMRO. (2024) Regionale verschillen in voorkeuren voor uitjes. <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/stand-van-sectoren/leisure/regionale-verschillen-in-voorkeuren-voor-uitjes.html>
- CBS. (2024) Regionale prognose 2023-2050. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/85173NED/table>
- Brainport Development NV. (2021) Brainport monitor 2021 – Flexibel en slagvaardig. [https://brainporteindhoven.com/fileadmin/user\\_upload/Brainport\\_Development/Brainport\\_monitor\\_2021\\_DEF.pdf](https://brainporteindhoven.com/fileadmin/user_upload/Brainport_Development/Brainport_monitor_2021_DEF.pdf)
- Horecamagazine (2024) Belangrijkste trends in restaurants van 2024. <https://www.horecamagazine.nl/nieuws/horeca-algemeen/17681/de-belangrijkste-trends-in-restaurants-van-2024>
- Hospitality Management. (2022) ING: Sterkere prijsstijgingen bij hotels dan bij restaurants. <https://www.hospitality-management.nl/ing-sterkere-prijsstijgingen-bij-hotels-dan-bij-restaurants>
- Hospitality Management. (2024) ING: "Btw-verhoging op logies komt vrijwel volledig voor rekening van hotelgast". <https://www.hospitality-management.nl/ing-btw-verhoging-op-logies-komt-vrijwel-volledig-voor-rekening-van-hotelgast#:~:text=%E2%80%9CHet%20hoofdlijnenakkoord%20van%20de%20nieuwe,liefst%2011%20procent%20per%202026>.
- KHN. (2024) Millennials en Gen Z-ers zetten de toon: van gezond naar lekker, van vegan naar hybride. <https://www.khn.nl/nieuws/5-inzichten-voor-de-food-en-hospitalitymarkt>
- LISA. (2023). Gratis data recreatie & toerisme. <https://lisa.nl/data/gratis-data-recreatie-toerisme>
- NBTC. Glocalities Doelgroepen segmentatie. [Doelgroepen - Glocalities \(maglr.com\)](https://maglr.com)
- NBTC. (2023) Onderzoek naar de potentie van plattelandsvakanties in Nederland (<https://www.nbtc.nl/nl/site/download/onderzoek-plattelandsvakanties.htm?disposition=inline>)
- NBTC. (2023). Opnieuw forse groei toerisme in Nederland. <https://www.nbtc.nl/nl/site/actueel/opnieuw-forse-groei-toerisme-in-nederland.htm>
- NRIT. (2022) Hotels en horeca in het nauw door energierekening. [https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45830/Hotels\\_en\\_horeca\\_in\\_het\\_nauw\\_door\\_energierekening/?topicsid=11](https://www.nritmedia.nl/kennisbank/45830/Hotels_en_horeca_in_het_nauw_door_energierekening/?topicsid=11)
- NRIT. (2023), Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd.
- NRIT. (2024), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd.
- Onderzoeksposter Vlaamse Markt, Visit Brabant. [Onderzoeksposter Vlaamse markt - VisitBrabant by VisitBrabant - Flipsnack](https://www.visitbrabant.nl/onderzoeksposter-vlaamse-markt)
- Pretwerk. (2024) Glamping trends van 2024. <https://pretwerk.nl/insight/glamping-trends-van-2024/85362>
- RED (2023) Van boeking naar beleving: de impact van digitalisering in de toerismebranche. <https://redonlinemarketing.nl/blog/impact-van-digitalisering-in-de-toerismebranche>
- Vrijtijds kennis. (2024) <https://www.vrijtijds-kennis.nl/trends/>



# Bijlage I - Uitleg leefstijlmodel

De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel. Dit zijn de volgende zeven leefstijlen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers. Deze Leefstijlvinder is het uitgangspunt voor de analyse van vraag en aanbod.

## Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtvaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met burens en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

## Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven als 'gewoon' en hartelijk. Voor Verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

## Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtvaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuinieren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

## Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust en 'doe maar gewoon'. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie; 'meten is weten'!

## Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden

ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

### Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

### Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!



# Bijlage II - Leefstijlkleuring per bedrijf

In deze bijlage geven we de leefstijlkleuring weer per bedrijf op basis van onze expertjudgement. De bedrijven zijn uitgesplitst in dagrecreatie, horeca en verblijfsrecreatie.

## Dagrecreatie

Naam	Avontuurzoeker	Plezierzoeker	Harmoniezoeker	Verbindingszoeker	Rustzoeker	Inzichtzoeker	Stijlzoeker
Wijngoed Zurrick	X	X	X			X	
Smokkel- en Grensmuseum Cranendonck				X	X	X	
Bijen en plantentuin De Immenhof	X			X		X	
Beleeftuin en blote voetenpad IVN	X			X		X	
Blauwe Bessen jan Janssen	X			X		X	
Molen Janzona				X		X	
Loods 19 workshops	X			X		X	

## Horeca

Naam	Avontuurzoeker	Plezierzoeker	Harmoniezoeker	Verbindingszoeker	Rustzoeker	Inzichtzoeker	Stijlzoeker
De Coockpit, Kempen Airport	X			X		X	
Borrelbar KikkerOp		X	X	X			
De Bonte Os			X	X	X		
Mr Piepers			X	X	X		
Taverne 't Hof						X	X
Jorine's Theetuin			X	X	X		
De Brassier			X	X	X		
De Bout		X				X	
De Schout van Buul		X		X		X	



## Verblijfsrecreatie

Naam	Avontuurzoeker	Plezierzoeker	Harmoniezoeker	Verbindingszoeker	Rustzoeker	Inzichtzoeker	Stijlzoeker
Mini-camping Loods 19 Design	X			X		X	
B&B Ut Atuljeeke				X	X	X	
Mini-camping De Boschtuin				X	X		
La Marquise Hospitality & Leisure		X				X	X
Mini-camping Gravenkasteel				X			
Oostappen park Slot Cranendonck			X	X	X		
Camperplaats Maarheeze				X	X		
B&B Bij Bijnen				X		X	
B&B Kamersven	X			X		X	
Camperplaats Budel				X	X		
B&B De Kraanvogel				X	X		



# Bijlage III - Glocalities segmentatiemodel NBTC

## Doelgroepen

Om bezoekers te verleiden tot een bezoek aan Nederland, is het belangrijk om te weten met wat voor soort mensen we te maken hebben. Middels het segmentatiemodel Glocalities bepaalt NBTC de doelgroepen die het meest belangrijk/interessant zijn voor de ontwikkeling van een duurzame bestemming Nederland. De doelgroepen worden binnen NBTC gebruikt voor onder andere de positionering, bestemmingsontwikkeling en marketing van bestemming Nederland.

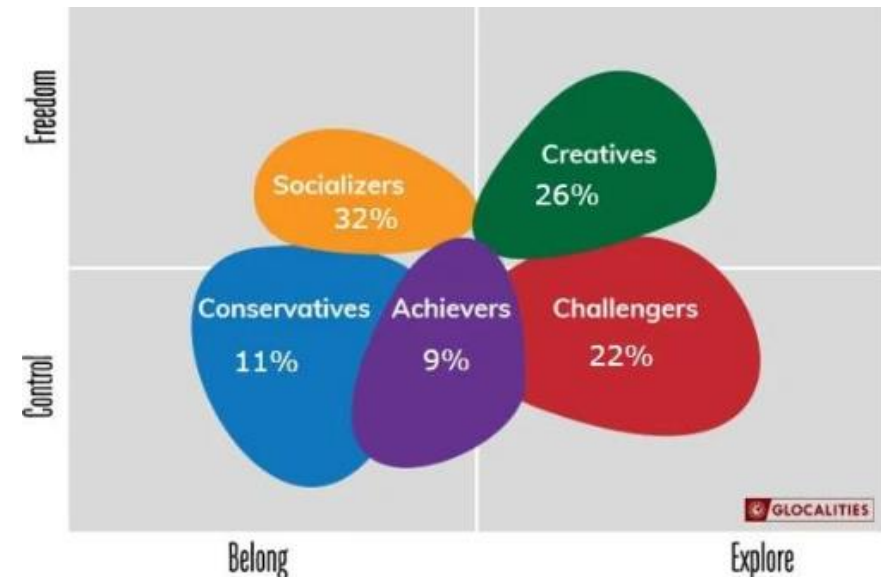
## Segmentatiemodel Glocalities

Het Glocalities model, dat al bestaat vanaf 2014, geeft inzicht in de waarden uit het dagelijks leven, culturen, voorkeuren en consumentengedrag van inwoners uit 27 landen. In het model zijn 5 doelgroepen opgenomen.

## Omschrijving doelgroepen

Elk van de vijf Glocalities-segmenten heeft zijn eigen normen/waarden en staat voor een bepaalde manier van leven. Hieronder staat een toelichting van de Glocalities-segmenten, gebaseerd op de vijf landen: België, Duitsland, UK, Frankrijk en USA.

## Glocalities model



De tabel B.1 op de volgende pagina geeft een beschrijving van de verschillende doelgroepen in het Glocalities-segmentatiemodel. Hierbij wordt er doelgroep beschreven wat passende waarde, uitspraken, hobby's zijn en waarvoor ze naar Nederland op vakantie gaan. Daarnaast wordt er een vergelijking gemaakt met de leefstijlen uit he Leefstijlvinder model.



Tabel BIII.1 Overzicht doelgroepen Glocalities-segmentatiemodel

Doelgroep	Waarden en korte beschrijving	Passende uitspraken	Hobby's, vrije tijd en vakantie	Nederland als vakantiebestemming	Vergelijking leefstijlvinder
Socializers	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ traditioneel</li> <li>▪ veiligheid</li> <li>▪ orderlijk</li> <li>▪ loyaal</li> <li>▪ verantwoordelijk</li> <li>▪ plezier</li> <li>▪ delen</li> <li>▪ zorgzaam</li> <li>▪ respectvol</li> <li>▪ risicomijdend</li> </ul> <p>Gezelligheidszoekers die houden van entertainment, vrijheid en gezinswaarden.</p>	<p><i>“Ik maak me niet gauw druk/zorgen om dingen in het leven. Ga er graag met mijn gezin of met vrienden op uit, naar een pretpark, bioscoop of een dagje naar het strand. Ik hecht veel waarde aan mijn keuzevrijheid en om mijn eigen leven in te richten.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tuinieren</li> <li>▪ Knutselen</li> <li>▪ Entertainment</li> <li>▪ Vrijheid</li> <li>▪ Minder geïnteresseerd in sport</li> <li>▪ Tijdens vakantie interesse in natuur, bezienswaardigheden en gastronomie</li> <li>▪ Scoren hoger op kustvakanties dan de andere segmenten</li> </ul>	<p>Bezoek aan Nederland door 8 op de 10 socializers voor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stedentrip</li> <li>▪ Bezoeken van bezienswaardigheden</li> <li>▪ Natuurvakanties</li> </ul>	<p>Harmoniezoeker</p> <p>Verbindingszoeker</p> <p>Plezierzoeker (in mindere mate)</p>
Creatives	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ creatief</li> <li>▪ verbeeldend</li> <li>▪ idealistisch</li> <li>▪ nieuwsgierig</li> <li>▪ gelijkheid</li> <li>▪ Open-minded</li> </ul> <p>Ruimdenkende idealisten die zelfontwikkeling en cultuur heel belangrijk vinden.</p>	<p><i>“Ik hecht veel waarde aan vrijheid van meningsuiting en ben vrij van geest. Ik treed graag buiten mijn comfortzone en experimenteer graag met nieuwe dingen. Alles net even "anders".”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interesses zitten in kunstzinnige en culturele hoek</li> <li>▪ Yoga, meditatie</li> <li>▪ Literatuur</li> <li>▪ Vaker vegetarisch dan andere segmenten</li> <li>▪ Tijdens vakantie interesse in natuur, bezienswaardigheden en erfgoed</li> <li>▪ Meer interesse in gastronomie, stadsleven, architectuur, art &amp; design</li> </ul>	<p>Bezoek aan Nederland door 9 op 10 creatives voor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stedentrip</li> <li>▪ Culturele vakanties</li> <li>▪ Bezoeken van bezienswaardigheden</li> </ul> <p>Nederland wordt naast bovenstaande vaker overwogen voor een actieve vakantie</p>	<p>Avontuurzoeker</p> <p>Inzichtzoeker</p>



<p><b>Challengers</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ autoriteit</li> <li>▪ luxe</li> <li>▪ ambitious</li> <li>▪ succesvol</li> <li>▪ rijkdom</li> </ul> <p>Competitief ingestelden, door carrière en geld gedreven, risiconemend en avontuurlijk.</p>	<p><i>“Ik hou van spanning en avontuur. Ik leef in het hier en nu. Mijn carrière betekent heel veel voor mij. Ik vind het belangrijk hoe mensen naar me kijken.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Houden van feestjes (dance en hiphop)</li> <li>▪ Minder geïnteresseerd in kunst en cultuur</li> <li>▪ Wel geïnteresseerd in sport</li> <li>▪ Focus ligt meer op werk dan op vrijetijd</li> <li>▪ Tijdens vakantie interesse in natuur, winkelen en het stadsleven</li> </ul>	<p>Bezoek aan Nederland 8 op 10 voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stedentrip</li> <li>▪ Bezoeken van bezienswaardigheden</li> <li>▪ Natuurvakantie</li> </ul> <p>Nederland wordt naast bovenstaande vaker overwogen voor een wellness vakantie en een rondreis</p>	<p>Plezierzoeker</p> <p>Stijlzoeker</p>
<p><b>Conservatives</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Traditioneel</li> <li>▪ Spiritueel</li> <li>▪ Eer</li> <li>▪ Verantwoordelijkheid</li> <li>▪ Autoriteit</li> <li>▪ Zorgzaam</li> <li>▪ Gezondheid</li> <li>▪ Loyaal</li> </ul> <p>Familie-georiënteerden, die waarde hechten aan tradities/etiquette en houden van een georganiseerd leven</p>	<p><i>“Familie is heel belangrijk voor mij. Zonder hen is mijn leven een stuk minder leuk. Ik vind het belangrijk dat tradities in stand worden gehouden.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tuinieren</li> <li>▪ Klussen</li> <li>▪ Theater- en concertbezoek</li> <li>▪ Sportevenement</li> <li>▪ Tijdens vakantie interesse in natuur, bezienswaardigheden en erfgoed</li> </ul>	<p>Bezoek aan Nederland 8 op 10 voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stedentrip</li> <li>▪ Bezoeken van bezienswaardigheden</li> <li>▪ Natuurvakantie</li> </ul> <p>Nederland wordt naast bovenstaande vaker overwogen voor de bezienswaardigheden</p>	<p>Verbindingszoeker</p> <p>Rustzoeker</p> <p>Harmoniezoeker (in mindere mate)</p>



<p>Achievers</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ambitieu</li> <li>▪ Succesvol</li> <li>▪ Luxe</li> <li>▪ Innovatief</li> <li>▪ Avontuurlijk</li> <li>▪ Schoonheid</li> </ul> <p>Ondernemende netwerkers die zich richten op het gezinsleven en gemeenschapsleven.</p>	<p><i>“Ik ben ambitieus en wil graag succesvol zijn. Succesvol betekent voor mij "gelukkig" zijn. Vrienden en familie zijn hierin belangrijk. Ik help graag anderen en probeer van waarde te zijn voor de gemeenschap.”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fotografie</li> <li>▪ Dans</li> <li>▪ Lezen</li> <li>▪ Gezonde voeding</li> <li>▪ Bezoek aan concert, muziekfestival</li> <li>▪ Sport is belangrijk</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tijdens vakantie meer dan andere segmenten geïnteresseerd in natuur, steden, winkelen, wellness, architectuur en art &amp; design</li> </ul>	<p>Bezoek aan Nederland 9 op 10 voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stedentrip</li> <li>▪ Culturele vakantie</li> <li>▪ Bezoeken van bezienswaardigheden</li> </ul> <p>Nederland wordt naast bovenstaande vaker overwogen voor een rondreis en wellness vakantie</p>	<p>Stijlzoeker</p> <p>Avontuurzoeker (in mindere mate)</p>
------------------	--	---	--	---	--



# Bijlage IV – Inspiratiekaders

## Harmoniezoeker

Voor de harmoniezoeker staat samenzijn in de vrije tijd centraal. Ze willen dat er voor iedereen wat te doen is. Ze houden van zowel actieve activiteiten (bijv. zwemmen) als van rustig aandoen (bijv. naar de sauna gaan). Ze verblijven graag op plekken waar veel praktische voorzieningen zijn en houden van een knusse sfeer. Waarbij ze niet te veel willen betalen.



Bron: De Krim, Herberg de Lingehoeve

## Stijlzoeker

De stijlzoeker wordt graag geprikkeld en zoekt graag de uitdaging op. De stijlzoeker vindt het heerlijk om zich te laten verwennen en te genieten van exclusiviteit. De inrichting mag variëren van klassiek tot design, zolang het maar luxe en exclusief is. Ze vinden het niet erg om hier wat meer voor te betalen, maar dan moet het ook echt goed zijn. Een luxe hotel of Airbnb spreekt hen aan. Ze houden van een menu van kwaliteit en zien graag kunstwerkjes op het bord of ongewone gerechten op de kaart.



Bron: Karel V, Park Broekhuizen

### Rustzoeker

Als de rustzoeker gaat recreëren staat tot rust komen centraal, even geen gedoe. Als ze ergens overnachten dan willen ze graag veel voorzieningen en privacy. Ze willen zo veel mogelijk van te voren hebben geregeld. Ze houden van een huiselijke sfeer en niet te veel gedoe. Als ze een hapje gaan eten mag de menu kaart eenvoudig en gewoon zijn.



Bron: Grand Café Peacock's. B&B Droom 44

### Verbindingszoeker

De verbindingszoeker wil graag zijn vrije tijd nuttig besteden. Ze gaan graag wandelen en fietsen in de natuur. Vrije tijd voor de verbindingszoekers is tijd voor hun partner, familie en vrienden. Ze houden van een authentieke sfeer, gezelligheid en genieten. De uitstraling van (verblijfs)recreatie mag gemoedelijk, knus, kleinschalig en rustig zijn. De verbindingszoekers wil het 'echte' lokale leven ervaren.



Bron: Caatje aan de Lek, B&B De Spijken

## Inzichtzoeker

Rust en ruimte wil de inzichtzoeker om hem of haar heen. De inzichtzoekers zijn waarden zijn rationaliteit, daadkracht, privacy en 'doe maar gewoon'. Hun vrije tijd draait om zelfontwikkeling. Ze willen nuttige dingen doen en leren. Ze houden van bezienswaardige gebouwen, een museumbezoek of wandelen in een natuurgebied. Kunst & cultuur staat tijdens de reis centraal. Ze houden van praktische voorzieningen maar een park met een vaste formule vinden ze niks.



Bron: Karel V, De Boterlap

## Plezierzoeker

Het hoofd leeg maken, tijd om je te laten gaan, geëntertaind worden en nieuwe avonturen beleven is wat een plezierzoeker omschrijft. Ze gaan graag naar een festival of evenement, het liefst met een gezellige groep. Ze kiezen graag bijzondere, gekke of verrassende plekken en proberen graag nieuwe dingen uit.



Bron: Kaneel & Kruidels, Heerenstraat Theater

### Avontuurzoeker

De avontuurzoeker vindt het lekker om hun eigen gang te gaan. Ze willen zich verbreden en inspireren in hun vrije tijd. Cultureel, sportief, avontuurlijk, in de natuur of een themavakantie; vooral fijn als het anders is dan anders en dat het 'echte' lokale leven wordt ervaren. Gaan het liefst naar een bijzondere, gekke of verrassende locatie, waarbij deze best basic of kleinschalig mag zijn. De avontuurzoeker hoeft niet vermaakt te worden.



Bron: The Glass Cube, Tuinhotel Tralala



# Bijlage V – Toelichting leefstijlen en natuurbeleving

## Leefstijlen en natuurbeleving

In 2021 is er een verdiepend onderzoek onder de leefstijlen gedaan naar hun gewenste natuurbeleving. In figuur B2.2. op de volgende pagina is in het kort te zien hoe zij de natuur het liefst beleven. Voor meer informatie over de kenmerken van de leefstijlen t.a.v. natuurbeleving, zie [hier](#) de resultaten van het onderzoek naar de leefstijlen en natuurbeleving.

*NB* In het onderzoek naar natuurbeleving is 'natuur' of 'natuur- en recreatiegebied' gedefinieerd als alle soorten water- en groengebieden buiten de bebouwde kom (zoals bos, heide, agrarisch landschap, strand, recreatieplassen en -meren, etc.).

Figuur BV.2 De gewenste natuurbeleving per leefstijl



De **avontuurzoeker** gaat de natuur in om avonturen te beleven en nieuwe plekken te ontdekken. Ze vinden het fijn om rond te struinen en van de gebaande paden af te gaan. Ze komen liever geen andere mensen tegen. Avontuurzoekers gaan vaak de natuur in en hebben een voorkeur voor omvangrijke gebieden, zonder voorzieningen en hoge mate van ongereptheid.



Als de **plezierzoeker** de natuur in gaat, dan is dat zelden alleen. Tijd in de natuur is tijd met vrienden en familie en voor gezelligheid. Plezier hebben, nieuwe plekken ontdekken en avonturen beleven: dat willen ze. Plezierzoekers zijn op zoek naar reuring en ondernemen graag veel activiteiten. Zij hebben een voorkeur voor natuur met veel voorzieningen, maar hoe die natuur er uitziet maakt ze niet zo veel uit. Als het maar gezellig is.



**Harmoniezoekers** houden ervan om er even helemaal tussen uit te zijn. De frisse buitenlucht en het landschap/de natuur trekken hen aan, maar zij waarderen bovenal de gezelligheid en tijd met vrienden/familie. Ze vinden het niet erg als natuurgebieden wat drukker bezocht zijn. Harmoniezoekers gaan graag terug naar hetzelfde plekje en hebben een voorkeur voor nette en goed onderhouden natuur met veel voorzieningen.



De **verbindingszoeker** is een echte natuurliefhebber. Ze gaan vaak naar buiten op pad om er even helemaal tussen uit te zijn en de regio of streek te verkennen. Verbindingszoekers zijn echte fans van wandelen en fietsen en het spotten van vogels en wild en houden niet van drukte in de natuur.



**Rustzoekers** komen vooral voor de rust in een natuurgebied en vermijden dan ook graag de drukte. Lekker een tochtje wandelen of fietsen doen ze graag, het liefst op brede en verharde paden. Rustzoekers blijven graag dicht bij huis en zoeken graag een bekend gebied om. Het gaat hen echt om het ervaren van de rust.



Rust en ontspanning, het hoofd leeg maken en drukte vermijden, dat zijn de motieven van de **inzichtzoekers** om lekker de natuur in te gaan. Inzichtzoekers zijn echte wandelaars en doen dit het liefst in de wilde, ongerepte natuur op onverharde, smalle paadjes. De ultieme natuurbeleving. Voorzieningen hebben ze niet per se nodig, maar ze houden wel van nieuwe inzichten opdoen.



De **stijlzoeker** is graag actief bezig in de natuur. Als ze gaan wandelen en fietsen, dan doen ze dat goed: lange afstanden, meerdaags, en actief en sportief bezig zijn. Daarnaast zoeken ze ook graag de gezelligheid op. De stijlzoeker houdt van sportiviteit en actie, maar wil ook graag kennis opdoen. Ook houden stijlzoekers er van dat alles in een gebied goed geregeld is en op orde is en is de aanwezigheid van horeca van groot belang.



Tabel BV.1 Belangrijkste kenmerken t.a.v. natuurbeleving

Leefstijlen	Motieven	Kenmerken natuur	Activiteiten en voorzieningen	Redenen om een gebied wel/niet te bezoeken
Avontuurzoeker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avonturen beleven</li> <li>• Nieuwe plekken ontdekken</li> <li>• Kennis opdoen</li> </ul>	Vooraf interesse in ongerepte natuur zonder voorzieningen of paden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaan graag buiten sporten (zoals hardlopen)</li> <li>• Wandelen graag langere stukken</li> <li>• Doen graag kennis op over de natuur</li> <li>• Voorzieningen zijn niet belangrijk</li> <li>• Wanneer er paden zijn, dan zoeken ze het liefst zo min mogelijk verharde paden</li> </ul>	Minder behoefte aan drukte, gaan ook niet graag terug naar wat ze al kennen en blijven sneller weg als er overlast (conflicterend recreatiegedrag, eikenprocessierups, blauwalg, etc.) geconstateerd wordt in het gebied; meer behoefte aan rust, ontspanning en het genieten van de natuur.
Plezierzoeker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezelligheid met vrienden en familie</li> <li>• Plezier hebben</li> <li>• Nieuwe plekken ontdekken</li> </ul>	Veel minder interesse in open agrarisch landschap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Graag veel voorzieningen, vooral horeca en prullenbakken</li> <li>• Zoeken verharde óf onverharde paden: geen halfverharde</li> <li>• Bewegwijzing is niet belangrijk</li> <li>• Barbecueën, picknicken of leuke activiteiten als mountainbiken, wielrennen of hardlopen</li> </ul>	Minder behoefte aan gebieden met te weinig voorzieningen; meer behoefte aan activiteiten ondernemen, reuring, spelen met de kinderen en dan tot slot nog even een terrasje pakken
Harmoniezoeker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Er tussenuit zijn</li> <li>• In de frisse buitenlucht zijn</li> <li>• Gezelligheid met vrienden en familie</li> <li>• Plezier hebben</li> </ul>	Geen echte uitschieters. Voor de harmoniezoeker hoeft een natuurbezoek niet per se in het teken te staan van het beleven van avonturen of het ontdekken van nieuwe plekken. Ze gaan graag terug naar hetzelfde plekje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Graag nette, goed onderhouden natuur. Vlak, toegankelijk met wegen, paden en veel voorzieningen</li> <li>• Wandelen of fietsen liever op verharde paden waar geen auto's op kunnen rijden</li> <li>• Fietsen graag (met de gewone fiets), wandelen ook, maar niet regelmatig en al helemaal niet lang</li> <li>• Mountainbiken, wielrennen, trailrunnen of hardlopen is niet voor de harmoniezoeker weggelegd</li> <li>• Barbecueën of picknicken in de natuur is leuk, horeca ook, maar is geen vereiste</li> </ul>	Minder behoefte aan het regelmatig bezoeken van natuurgebieden, het volgen van georganiseerde excursies of het bezoeken van klimbossen, trimparcours, natuurlezingen of zwemplekken; meer behoefte aan gezelligheid met elkaar, pleisterplaatsen, bankjes en rustplaatsen.
Verbindingszoeker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Er tussenuit zijn</li> <li>• In de frisse buitenlucht zijn</li> <li>• Genieten van de natuur</li> </ul>	Erg enthousiast over natuur, vooral natuurlijk bos en heide, maar kunnen riviernatuur en uiterwaarden, kleinschalig cultuurlandschap, dorpslandschap, veenweidegebied en open agrarisch landschap ook vaker waarderen dan andere leefstijlen. Zoeken in de natuur wildernis,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Groot fan van wandelen en fietsen met normale fiets en e-bike, en besteden per activiteit hier meer tijd aan dan gemiddeld</li> <li>• Houden van wildspotten en rustige activiteiten: actieve activiteiten zoals mountainbiken, wielrennen, hardlopen of trailrunnen is niet voor deze doelgroep</li> <li>• Een bezoekerscentrum, natuurlezing, observatiehut/uitkijkpost en pleisterplaatsen waarderen ze sterk.</li> </ul>	Minder behoefte aan drukte en sociale activiteiten; meer behoefte aan de natuur intrekken, bewegwijzing, info over routes of de aanwezige natuur en cultuur(historie), zoeken ook vaker dan gemiddeld horeca.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nieuwe plekken ontdekken</li> <li>• Buitenhobby uitoefenen</li> </ul>	oernatuur, bosrijk en begroeid, goed toegankelijk met wegen en paden, heuvelachtig, met weinig voorzieningen en met wild en grote grazers.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Een waterspeelplaats of klimbos sluit minder goed aan</li> </ul>	
Rustzoeker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rust ervaren</li> <li>• Hoofd leegmaken</li> <li>• Genieten van de natuur</li> <li>• Recreëren in de buurt van huis</li> </ul>	Houden erg van heide en natuurlijk bos, gaan het liefste terug naar wat ze al kennen, naar toegankelijke gebieden met goede paden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunnen rustplaatsen/bankjes, observatiehut en in sommige gevallen een speel- of klimbos wel waarderen</li> <li>• Houden van korte stukken fietsen en wandelen op brede en verharde paden zonder auto's</li> </ul>	Minder behoefte aan voorzieningen, drukte en veel activiteiten, blijven ook weg als er betaald parkeren is; meer behoefte aan rust.
Inzichtzoeker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rust ervaren</li> <li>• Hoofd leegmaken</li> <li>• Genieten van de natuur</li> <li>• Aan gezondheid werken</li> <li>• Kennis opdoen</li> </ul>	Zoeken wilde, ongerepte oernatuur zonder voorzieningen met wild en grote grazers. Houdt bovengemiddeld veel van heide, moeras- of waternatuur, riviernatuur en uiterwaarden, veenweidegebied, natuurlijk bos, heuvelachtig landschap, duinen en zee en strand.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaan minder vaak dan gemiddeld de natuur in, maar zouden dit wel graag meer willen</li> <li>• Houden van wandelen op onverharde, smalle paadjes. Fietsen ook, maar houden hier iets minder van.</li> <li>• Doen minder vaak andere (georganiseerde) activiteiten in de natuur, leuke activiteiten vinden zij vogels of wild spotten, het bezoeken van bezoekerscentra, observatiehutten, uitkijkposten, natuurlezingen, pleisterplaatsen of het volgen van een themaroute of meedoen met maatschappelijke activiteiten</li> <li>• Hebben niet per se voorzieningen nodig, een bezoekerscentrum wordt wel gewaardeerd</li> </ul>	Minder behoefte aan georganiseerde activiteiten, blijven weg bij overlast van honden en andere gebruikers, drukte of zwerfafval; meer behoefte aan zingeving en het ervaren van de natuur
Stijlzoeker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actief bezig zijn in de natuur</li> <li>• Kennis opdoen</li> <li>• Gezelligheid met vrienden en familie</li> </ul>	Houden van zee en strand, functioneel bos en heuvelachtig landschap. Gaan graag naar omvangrijke gebieden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aanwezigheid van horeca is erg belangrijk</li> <li>• Sportieve activiteiten met uitdaging zoals meerdaagse wandeltochten of fietsen tijdens een evenement</li> <li>• Goed georganiseerde activiteiten zoals een themaroute of natuurlezing zijn bovengemiddeld interessant</li> <li>• Kunnen voorzieningen goed waarderen, interessante voorzieningen zijn waterspeelplaatsen, zwemplekken, klim- of speelbossen, boomkroonpaden, trimparcours en kinderboerderijen.</li> <li>• Liever niet: een rustplaats, picknickbankje.</li> </ul>	Minder behoefte aan drukte en rommel; meer behoefte aan uitdagende activiteiten

# Bijlage VI - Toeristisch-recreatief aanbod gemeente Cranendonck

Dit overzicht is een momentopname in december 2024, aanbod is vermeld voor zover bekend. Op de volgende pagina is het aanbod weergegeven op kaart.

## Verblijfsaccommodaties

- 1 vakantiepark
- 3 kleine campings
- 2 camperplaatsen
- 14 solitaire recreatiewoningen (inclusief vakantieappartementen)
- 7 Bed and Breakfasts
- 2 kleine groepsverblijven
- 2 recreatieboerderijen (overnachten bij manege)
- 4 gastadressen 'Vrienden op de fiets'

## Dagrecreatie

- 4 boerderij- streekproductenwinkels
- Zelfpluk blauwe bessen
- Theeplantage (met rondleiding/proeverij)
- Wijngaard (met rondleiding/proeverij)
- 2 bierbrouwerijen (winkel, rondleiding/proeverij)
- Rondleidingen met gids door centra van Budel en Maarheeze
- Rondleiding met gids ('cicerones') door Fabrieksdorp Dorplein
- Smokkel- en Grensmuseum Cranendonck
- Expositie Tweede Wereldoorlog 'toen het donker was'
- 4 cultuurpodia/theaters
- 2 maneges
- Kookstudio
- Indoor paintball
- Verhuur en rondritten oude DAF-jes
- Indoor zwembad
- Privé sauna
- Vliegveld (rondvluchten, zelf vliegen)
- 3 (werkende) molens (rondleiding op aanvraag, molenwinkel)
- Bloemen en drachtplantentuin
- Belevingstuin met blote voetenpad en kabouterpad

## Horeca (exclusief afhaalzaken)

- 15 restaurants en restaria
- 11 lunchrooms/daghoreca
- 1 theetuin

## Recreatieve routes

### Fietsen:

Circa 85 km fietsroutenetwerk (knooppunten)

#### Thematische fietsroutes:

- Smokkelroute De Groote Heide (44 km)
- Teutentocht (40 km)
- Fietsroute langs oorlogsmonumenten (38 km)
- Poezië door heel Cranendonck (fietsen langs gedichtentafels, 48 km)

### Wandelen:

Circa 145 km wandelroutenetwerk (knooppunten)

#### Ommetjes en 'losse' wandelroutes:

- Sint-Janspad, Soerendonk (7 Km)
- Historische Brinkenwandeling, Soerendonk (6,5 km)
- Le Projet de Dorplein, Budel-Dorplein (7 km)
- Beleef Budel met Ridder Kuno (animaties via QR), centrum Budel (5 km)
- Magic Trailz 'Heksenjacht' (animaties en AR-beleving via app), Soerendonk (1,5 km)
- Poezie door heel Cranendonck (wandelen langs gedichtentafels), hele gemeente (10 en 16,5 km)
- Bos en Heideroute (wit, 5,5 km) en Boksenberg (rood, 6,5 km) Staatsbosbeheer De Pan, Maarheeze
- Ponyloopje (geel, 5 km) Staatsbosbeheer Gastelse Heide, Gastel/Soerendonk
- Groene route KempenBroek/Natuurmonumenten Looserplas, Budel-Dorplein (3 km)
- Blauwe, rode en groene route KempenBroek/Brabants Landschap Hugterheide, Maarheeze (2-5 km)
- Wandelroute met audiotour door Gastel (Izi.travel app, 2 km)
- QR-FIT route, Soerendonk (3 km)

#### Langeafstandswandelingen:

- Streekpad 'Brabants Vennenpad'
- LAW-route 'Pelgrimspad'

### Ruiteren en mennen:

Circa 100 km ruiter- en menroutenetwerk (knooppunten)

### Mountainbiken:

- Cranendonckroute (groen, 30 km)
- Pan-Hugtenroute (paars, 25 km)



