

KADERNOTA
KAMPEERTERREINEN VEERE 2013

Concept

Inhoud en indeling

Pagina

Hoofdstuk 1: Inleiding	2
Hoofdstuk 2: Terugblik kadernota kampeerterreinen 2005	3
Hoofdstuk 3: Kerncijfers kampeerproduct Zeeland/Veere	5
Hoofdstuk 4: Trends en ontwikkelingen	7
Hoofdstuk 5: Uitvoering proces- en communicatieplan	8
Hoofdstuk 6: Koersbepaling recente beleidskaders	10
Hoofdstuk 7: Beleidskader kampeerbeleid 2013	11

Bijlagen:

Bijlage 1: Aantekeningen interviews

Bijlage 2: Resultaten enquêtevragen

Bijlage 3: Overzicht classificatie Veerse campings

Bijlage 4: Overzicht Zoover beoordelingen Veerse campings

Hoofdstuk 1. Inleiding.

De huidige Kadernota kampeerterreinen is van oktober 2005 (hierna Kadernota 2005). Reden genoeg voor een evaluatie en herijking. Ook de trends en ontwikkelingen in de kampeermarkt vragen daarom. In de uitvoeringsagenda van de structuurvisie Veere 2025 staat dat er een nieuwe Kadernota kampeerterreinen zal komen.

We beginnen niet blanco aan het proces, omdat in een aantal recente beleidsdocumenten al een koers is uitgezet. Onze eigen structuurvisie Veere 2025 en het provinciale Omgevingsplan 2012-2018 zijn richtinggevend en geven de bandbreedte aan voor de inhoud van de nieuwe Kadernota kampeerterreinen 2013.

De Kadernota 2013 heeft betrekking op de reguliere commerciële campings. Voor het kleinschalig kamperen en de landschapscampings is onlangs een afzonderlijke beleidsnota vastgesteld. De non profit campings zijn geregeld en opgenomen in het bestemmingsplan Buitengebied.

Hoofdstuk 2. Terugblik Kadernota kampeerterreinen 2005.

In een aparte notitie is een terugblik en evaluatie opgenomen over de Kadernota 2005. De conclusies zijn meegenomen in de nieuwe Kadernota 2013. Deze conclusies en de evaluatie zijn:

Vanuit het perspectief van de sector en andere organisaties.

- a. De Kadernota 2005 heeft een bijdrage geleverd aan de ambitie en doelstellingen om tot een dynamisch en gedereguleerd kampeerbeleid te komen. Een pleidooi om dit bij de vaststelling van het nieuwe kampeerbeleid vast te houden met wijziging op een aantal onderdelen;
- b. de sector is tevreden over de ontwikkelingsruimte die de Kadernota 2005 heeft geboden voor campinghouders om te ondernemen. Hierdoor zijn in een betrekkelijk geringe periode veel verbeteringsplannen met en zonder uitbreiding gerealiseerd. De kwaliteit, differentiatie en concurrentiepositie (o.a. seizoensverlenging) van het kampeerproduct Veere is daarmee toegenomen;
- c. "Veere mag trots zijn op haar kampeerproduct" (Recron) en "Veere loopt voorop en heeft veel goede ondernemers" (Kenniscentrum Kusttoerisme);
- d. de indirect belanghebbende organisaties zijn het over het algemeen eens met de sector met speciale aandachtspunten voor de toekomst het ruimtebeslag bij uitbreiding en een goede landschappelijke inpassing;
- e. sector heeft positief ingespeeld op de vraag naar camperplaatsen door hiervoor specifiek aanbod te creëren en te promoten.

Vanuit het perspectief van de gemeente.

Koppeling aan de in hoofdstuk 2 vermelde ambitie en doelstellingen van de Kadernota 2005 is het volgende vast te stellen:

- a. Met de uitvoering van de verbeteringsplannen is de kwaliteit en diversiteit van het kampeerproduct Veere toegenomen. De economische positie van de campings is daarmee versterkt wat een bijdrage levert aan de lokale economie;
- b. Met de vereveningsmaatregelen is een extra kwaliteitsimpuls op het kampeerterrein of daarbuiten gerealiseerd. In de laatste situatie zijn deze ook voor niet campinggasten beleefbaar of toegankelijk;
- c. Ook met de interne verbeteringsplannen zonder terreinuitbreiding is een kwaliteitsslag gemaakt, die vaak hebben geleid tot een uitdunning van standplaatsen;
- d. Van het beschikbare quotum van 700 eenheden voor kwaliteitsverbetering en productdifferentiatie zijn na uitvoering van de plannen met uitbreiding nog (700 – 237) 563 standplaatsen beschikbaar;

- e. Het nieuwe uniforme bestemmingsplan voor alle kampeerterreinen is binnen de gestelde termijn (kampeerseizoen 2011) vastgesteld en in werking getreden. Het nieuwe plan heeft een globale en flexibele opzet met vrijheid voor de ondernemer over zijn interne bedrijfsvoering. Over de manier waarop daaraan invulling is gegeven (m.n. aantal en opstelling chalets) wordt verschillend gedacht;
- f. De meeste campings voldeden vóór de gestelde termijn (kampeerseizoen 2011) aan alle brandveiligheidsvoorschriften. Inmiddels is dit wel het geval of wordt dit meegenomen als de uitbreiding nog niet helemaal is gerealiseerd;
- g. Een goede landschappelijke inpassing en instandhouding daarvan is en blijft een belangrijk aandachtspunt. De aarden wal levert hieraan geen bijdrage. De integrale ruimtelijke kwaliteit is daarmee niet versterkt. Alternatieve en creatieve inpassingsmogelijkheden bezien in het nieuwe beleid;
- h. Instelling van een eenheden-/grondbank of saneringsregeling om kwaliteitsverbetering, innovatie en/of kwaliteitsverbetering te stimuleren is niet noodzakelijk gebleken. Ook door het beschikbare quotum bestond daaraan geen behoefte.

Hoofdstuk 3. kerncijfers kampeerproduct Veere.

Uit onderzoek van het Kenniscentrum Kusttoerisme van de HZ en Van der Reest Advies (provincie in het kader van het nieuwe Omgevingsplan), komen de volgende zaken naar voren:

- voor Zeeland is het kampeerproduct een belangrijke verblijfsrecreatieve sector. Met 17.900 standplaatsen en 89.400 slaapplaatsen heeft Zeeland (na Gelderland) het grootste aanbod (een marktaandeel van 12.5%). In Veere bedraagt het aantal vergunde standplaatsen ca. 7.000 eenheden en het aantal slaapplaatsen 21.000 (uitgaande van een gemiddelde bezetting van 3 personen). Dat is bijna 40 % van het totaal aantal verblijfsrecreatieve overnachtingsmogelijkheden in Veere.
- de gemiddelde verblijfsduur en bezetting op een kampeerplaats met resp. 7 en 65 dagen ligt iets hoger dan het Nederlands gemiddelde (resp. 5.5 en 67 dagen);
- de gemiddelde besteding van een kampeerder in Zeeland bedraagt ca. € 22 en € 10 per persoon per dag voor resp. een toeristische en vaste standplaats (In Nederland resp. € 18 en € 11 p.p.p.d. en in Veere resp. € 24,80 en € 12). De gemiddelde besteding in Veere ligt dus iets hoger dan het Zeeuwse en Nederlandse gemiddeld.
- 75% van de bestedingen van de kampeerders vindt plaats buiten de camping (middenstand, horeca e.d.). Het Kenniscentrum heeft voor Veere aan de hand van een input-outputmodel voor de COROP regiomodel (= CBS indeling voor regionaal onderzoek) berekend dat de bestedingen in Veere door kampeerders ruim 37 miljoen Euro bedragen en in de regio Zeeland 54 miljoen. De toegevoegde waarde van het kampeerproduct aan de Veerse economie bedraagt 23 miljoen Euro. Er zijn geen concrete cijfers bekend over directe en indirecte werkgelegenheid in/door de campingsector.
- kampeerders komen in hoofdzaak uit Noord-Brabant, Zuid-Holland en Gelderland (binnenlandse markt) en Duitsland (Ruhrgebied en Rheinland);
- kampeerders gaan vooral naar het strand, wandelen, fietsen, uit eten, autotochtje voor bezoek stad (funshoppen) of naar een natuurgebied. Kampeerders in Zeeland zijn actiever dan in de rest van Nederland;
- de Veerse campings hebben - voor zover deze ANWB-ADAC zijn geclassificeerd- gemiddeld een 4 sterrenniveau op een schaal van 1 t/m 5. Eén van de zgn. 26 Beste Campings in Nederland ligt in onze gemeente.
- de gemiddelde Zoover beoordeling van de Veerse campings komt uit op een cijfer van 8.4 (2012). Volgens het ContinuVakantieOnderzoek bedraagt de waardering voor een kampeervakantie in Zeeland en Nederland resp. 7.9 en 8.0.

Conclusies:

Zeeland/Veere is een belangrijke kampeerprovincie. In onze gemeente vormt de campingsector een belangrijk onderdeel van de verblijfsrecreatie (zowel qua eenheden als overnachtingen);

- gelet op de gemiddelde bezetting en besteding voorziet het Veerse kampeerproduct in een marktbehoefte. De economische betekenis en spin off van de campinggasten in Veere zorgt voor werkgelegenheid en daarmee instandhouding van het voorzieningenniveau (middenstand, horeca e.d.);

- uit de classificatie en de consumentenbeoordeling van de Veerse campings blijkt een boven gemiddelde waardering.

Hoofdstuk 4. Trends en ontwikkelingen.

Uit verschillende onderzoeken, marktanalyses en commentaren blijkt dat de kampeersector rekening moet houden met de volgende ontwikkelingen en trends.

- door vergrijzing en afname gezinnen neemt de vraag naar traditionele kampeervakanties af;
- nauwelijks nog groei mogelijk in vakantieparticipatie Nederlanders (periode 2002-2009 gemiddeld 81%);
- de kampeervakanties worden korter en de gemiddelde bezetting neemt af;
- een kampeerder besteedt minder dan andere verblijfstoeristen;
- de huidige generatie ouders van jonge kinderen hecht veel meer dan voorgaande generaties aan luxe en vinden kamperen weliswaar gezellig, maar ook "behelpen";
- de meeste mensen jonger dan 40 jaar hebben geen rijbewijs BE meer, zodat ze niet met een toercaravan mogen rijden;
- de handel in toercaravans is de laatste 5 jaar in Nederland hierdoor meer dan gehalveerd;
- de verkoop en markt voor campers groeit;
- behoefte aan nieuwe kampeerproducten met ruimte, luxe en comfort (glamping), beleving en verhuuraccommodaties;
- overspannen markt met prijsconcurrentie en verdringingseffecten tussen reguliere campings en mini-campings;
- gevaar voor uitponding en daarmee permanente bewoning dreigt als kwaliteitsverbetering en innovatie op camping achterblijft;
- het aandeel van de zomervakantie neemt af en dat van korte verblijven toe;
- weersafhankelijkheid en concurrentie goedkope buitenlandse vakanties;
- imago richting verduurzamen, energie en het omgaan met afval op verantwoorde manier;
- het kamperen vindt vooral plaats door gezinnen met kinderen 0-12 jaar en twee persoonshuishoudens (veelal senioren).

Deze ontwikkelingen en trends voltrekken zich ook in Veere maar in een wat langzamer tempo. Dat komt door de bijzondere omgevingsfactoren (een combinatie van strand, platteland, natuur, het DNA van de badplaatsen en het voorzieningenniveau van de accommodaties) De meeste campings liggen langs de Veerse kust en zijn nog in trek voor het traditionele kamperen. Voor de toekomst kan men hier niet vanzelfsprekendheid op blijven teren. Rekening houden met deze ontwikkelingen en het kampeerproduct afstemmen op de behoeften vanuit de markt is een "must".

Ontwikkelingen Duitse kampeermarkt.

De cijfers over de Duitse kampeermarkt steken positief af bij de Europese ontwikkelingen. De European Caravan Federation (ECF) laat weten dat de verkoop van caravans in de eerste helft van 2012 stabiel is gebleven en er zo'n 10% meer campers zijn verkocht. De trend naar relatief meer campers op de kampeerterreinen is duidelijk zichtbaar in Europa.

Susanne Köhler, specialist op het gebied van vrijetijd bij het Toekomstinstituut in Düsseldorf, ziet dat kamperen inspeelt op een aantal maatschappelijke trends. De twee belangrijkste liggen op het gebied van individualiteit en het zoeken naar een levensstijl in harmonie met de natuur. o.a. de LOHAS lifestyle (Lifestyle of Health and Sustainability) en de Neo Ecologie.

Hoofdstuk 5. Uitvoering proces- en communicatieplan.

Voor de nieuwe Kadernota kampeerterreinen Veere 2013 heeft de gemeenteraad op 14 maart 2013 de Notitie proces- en communicatieplan vastgesteld. Daarin is aangegeven wie, wanneer en hoe bij het proces wordt betrokken en wat de planning is om tot besluitvorming over de nota te komen. Uit de gereedschapskist van de recent vastgestelde Communicatie-nota is de keuze gemaakt voor:

- een Recron themabijeenkomst met bedrijfsbezoek aan een camping voor de gemeenteraad;
- het houden van interviews met direct betrokken organisaties (Recron en Ardoercampings) en belanghebbende instanties (Vekabo, SVR, ZLTO, Zeeuwse Landschap, Staatsbosheer en Milieufederatie). Ook de ANWB Kampeerkampioen stond op de lijst maar deze heeft op telefonisch en mailcontact niet gereageerd.
- een enquête onder de Zeeuwse kustgemeenten en de provincie Zeeland over hun kampeerbeleid.

Bedrijfsbezoek.

Tijdens de themabijeenkomst in september 2012 is door de Recron een toelichting gegeven op een onderzoek naar de recreatieparadox in de kampeersector. Er zijn 2 in voorbereiding zijnde verbeteringsplannen gepresenteerd. Met de recreatieparadox bedoelen we de schijnbare tegenstelling tussen enerzijds een scheefgroei tussen vraag en aanbod en anderzijds bedrijven met en zonder groei- en ontwikkelingsmogelijkheden.

Zonder ingrijpen leidt dit tot een koude sanering en doet de markt zijn werking met mogelijke gevolgen als verpaupering, uitponding, permanente bewoning, negatieve gevolgen voor landschap, economische ontwikkeling en imagoschade toeristisch product. Door wel in te grijpen met een warme sanering vindt een herverdeling plaats van ruimte en eenheden plaats waardoor de ontwikkeling en marktpositie van kansrijke bedrijven wordt versterkt. Dit kan door het vormen van een herverdelingsfonds, waarbij overheid en de sector afspraken maken over werkwijze. Van groei naar kwaliteit door zuurstof toe te dienen. Door in een verzadigde markt, bedrijven zonder toekomst te helpen met stoppen en bedrijven met potentie, ontwikkelingskansen te bieden.

Resultaten interviews.

Bij de interviews zijn steeds de volgende onderwerpen aan de orde gesteld:

- Terugblik Kadernota 2005;
- Trends en ontwikkelingen;
- Onderwerpen en thema's voor nieuwe Kadernota 2013.

Van de interviews zijn korte aantekeningen gemaakt (bijlage 1), die zijn teruggekoppeld met de betrokken instanties. Na aanvulling en/of wijziging van hun kant hebben de aantekeningen de definitieve status als inbreng van die organisatie gekregen.

Verwachtingen: hen is meegedeeld dat deze inbreng zal worden betrokken bij de opstelling van de nieuwe Kadernota 2013. Daarbij is aangegeven dat dit niet betekent dat alles 1 op 1 wordt overgenomen, omdat de koersbepaling in de Structuurvisie richtinggevend is.

Uit de reacties blijkt een grote mate van overeenstemming. In feite een pleidooi om het huidige dynamische en gedereguleerde kampeerbeleid voort te zetten met aanvulling/wijziging op een aantal onderdelen.

Resultaten enquêtes.

Bij de provincie en twee Zeeuwse kustgemeenten is een enquête uitgezet om informatie op te halen over hun kampeerbeleid. In de enquête zijn vragen gesteld over thema's als nieuwvestiging, uitbreiding, sanering, transformatie, duurzaamheid, oppervlakte kampeerhuisje en bebouwing. Uit de beantwoording van de enquêtevragen (bijlage 2) blijkt dat de kustgemeenten zich aansluiten bij het beleid van de provincie (zie hierna in hoofdstuk 4) met dien verstande dat:

- de gemeente Sluis een conserverend beleid voert en voor nieuwe ontwikkelingen de gebiedsvisie West Zeeuws-Vlaanderen is vastgesteld.
- voor de gemeente Schouwen-Duiveland is de mate van kwaliteitsverbetering, productdifferentiatie en/of innovatie bepalend voor de omvang van een uitbreiding en extra eenheden. Voor omzetting van toeristische naar permanente standplaatsen is toestemming van de gemeente nodig. Omzetting van kampeermiddelen in vakantiewoningen is slechts onder voorwaarden mogelijk is.

Hoofdstuk 6. Koersbepaling recente beleidskaders.

Hieronder een samenvatting van de meest relevante beleidskaders die recent zijn vastgesteld en waarmee bij de vaststelling van de nieuwe Kadernota kampeerterreinen 2013 rekening is gehouden.

Structuurvisie Veere 2025.

In de structuurvisie staan 4 algemene uitgangspunten voor specifiek en sectoraal beleid.

Deze uitgangspunten zijn:

de bestaande kwaliteiten koesteren (kapitale landschap, kleinschaligheid, verscheidenheid en evenwichtigheid);

duurzaamheid in alle ontwikkelingen;

bundeling en zuinig ruimtegebruik wat betreft de ruimtelijke opgave (herstructurering, vernieuwing, aanpassing of transformatie);

integrale structuurversterking voor wat betreft de functionele opgave (duurzame combinatie tussen verschillende functies).

Voor de toeristische sector betekent dat een permanente en structurele investering in vernieuwing, verbetering en verduurzaming. Er is al veel gerealiseerd maar permanente vernieuwing is nodig om het toeristisch product "up to date" te houden.

(Her)ontwikkeling kan alleen bij de huidige toeristische concentraties en kustplaatsen in de kustzone. Ruimte voor uitbreiding in eenheden en oppervlakte is geen automatisme. Zuinig en verantwoord duurzaam ruimtegebruik is het uitgangspunt. Kwaliteitsverbetering vindt primair plaats door herstructurering, opwaardering of transformatie. Andere belangrijke kaders zijn integrale structuurversterking, duurzaamheid, nichemarkten en jaarrond exploitatie (Vier seizoenen kust).

Omgevingsplan Zeeland 2012-2018.

Ook hier in staat een aantal richtingwijzers voor de ontwikkeling van het kampeerproduct. Vastgesteld wordt dat de kampeermarkt te maken heeft met een geleidelijke teruggang in de vraag terwijl het aanbod in Zeeland nog steeds toeneemt. Om het huidige kwaliteitsniveau te houden tegen de noodzakelijke tarieven, moet het aanbod niet verder toenemen. Inzetten op kwaliteitsverbetering, transformatie en revitalisering. Standplaatsen die dan vrijkomen kunnen zonder dat het totaal aantal toeneemt weer in de markt worden gezet voor uitbreiding en/of nieuwvestiging elders. De provincie verwacht dat gemeenten dit in hun beleid uitwerken, waarbij het totaal aantal kampeerplaatsen per saldo gelijk blijft. Verder doet de provincie een oproep aan gemeenten om hoge eisen te stellen aan de verdere ontwikkelingsruimte voor de kampeersector. Omzetting van kampeermiddelen in vakantiewoningen voor de verhuur is mogelijk. Voor het realiseren van een goede landschappelijke inpassing gaat de provincie uit van een basisinvestering van een 10 meter brede afschermende groengordel. Een alternatieve inpassing en maatwerk is mogelijk. Het vereveningsprincipe bij nieuwvestiging, uitbreiding en transformatie blijft van toepassing en wordt uitgewerkt in een nieuwe Handreiking voor de gemeenten.

Hoofdstuk 7. Beleidskaders kampeerterreinen 2013.

Inleiding.

Bij het opstellen van de beleidskaders in dit hoofdstuk is rekening gehouden met de volgende overwegingen:

de positieve waardering van de sector en andere indirect betrokken instanties voor het huidige kampeerbeleid (Kadernota 2005);

het toeristisch en economisch belang van de campingsector voor onze gemeente;

de koersbepaling in structuurvisie en omgevingsplan;

de trends en ontwikkelingen waarop voor het behoud van het kampeer- product moet worden ingespeeld.

Dit alles heeft geleid tot de volgende beleidskaders voor de campings in Veere.

Visie.

Het gemeentelijk kampeerbeleid is gericht op een innoverende, duurzame en gezonde bedrijfstak, die een vraaggericht kampeerproduct (diversiteit en kwaliteit) aanbiedt dat aansluit bij het DNA van Veere in een aantrekkelijke landschappelijke omgeving.

Vanuit deze visie levert het Veerse kampeerproduct een bijdrage aan:

- het behoud en versterking van de economische positie, zowel bedrijfseconomisch voor de sector (gezond en dynamisch) als sociaal-economisch voor de lokale economie (werkgelegenheid, bestedingen en overnachtingen e.d.);
- een verbetering van de integrale ruimtelijke kwaliteit van de omgeving door onder andere een zuinig ruimtegebruik en een goede landschappelijke inpassing in een aantrekkelijke omgeving;
- het verlengen van het seizoen (jaarrondtoerisme);
- regelgeving op hoofdlijnen voor de openbare en publieke belangen en verantwoordelijkheid voor de ondernemer als het gaat om de inrichting van de terreinen.
- een flexibel, dynamisch en gedereguleerd kampeerbeleid.

Deze visie leidt niet tot meer van hetzelfde d.w.z. identieke terreinen met hetzelfde (voorzieningen)niveau. Er is ruimte voor kampeerterreinen in ieder marktsegment op het gebied van doelgroep, luxe, voorzieningen en omvang. Het is aan de ondernemer om met deze visie, de inrichting en het kwaliteitsniveau voor de camping te bepalen. Wel is het gewenst dat alle bedrijven de bestaande kwaliteiten en structuur van de openbare ruimte koesteren (kapitale landschap, kleinschaligheid, verscheidenheid en evenwichtigheid)

Doelstellingen.

Het kampeerbeleid is gericht op het bereiken van de volgende doelstellingen:

- een duurzame inrichting en ontwikkeling van de kampeerterreinen;
- een gezonde bedrijfssector met mogelijkheden voor innovatie;
- het dienen als aanjager en toetsingskader voor kwaliteitsverbetering en vernieuwing/differentiatie van het kampeerproduct;
- de bestaande kwaliteiten koesteren (kapitale landschap, kleinschaligheid, verscheidenheid en evenwichtigheid).

Met deze visie en doelstellingen ontstaat het "nieuwe toekomstbestendige kamperen". Behoud van enerzijds de oude kampeerwaarden (sterke en bijzondere emo-wereld, menselijke maat, avontuur, buitenleven en natuur, sociaal, vrijheid, ruimte e.d.) en anderzijds een versterking van de functionaliteit van het kampeerproduct (comfortabel, luxueus, verrassend, gemak/weinig voorbereiding).

A. Kampeerbeleid algemeen.

Nieuwvestiging kampeerterreinen.

Nieuwe kampeerterreinen kunnen alleen als:

zij ontstaan door sanering, uitplaatsing, verplaatsing of samenvoeging van bestaande kampeerterreinen en er sprake is van een nieuw innoverend kampeerproduct. Dit biedt ruimte voor ontwikkeling en een zekere dynamiek in de markt;

- een meerwaarde is voor de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in de vorm van landschaps- en natuurontwikkeling (groen voor rood regeling);
- bij de huidige toeristische concentraties en kustplaatsen in de kustzone.

Kwaliteitsverbetering, productdifferentiatie en innovatie.

Het beleid biedt mogelijkheden voor kwaliteitsverbetering, productdifferentiatie en innovatie van het bestaande kampeerproduct.

Hieronder een korte toelichting op deze begrippen

Basiskwaliteit betekent dat het voldoet aan de wettelijke voorschriften (bestemmingsplan, brandweer, landschappelijke inpassing, milieu, hygiëne e.d.).

Kwaliteitsverbetering is dan een surplus op die basiskwaliteit bijvoorbeeld een interne groenstructuur, privé sanitair, sport- en spelvoorzieningen of een zwembad.

Productdifferentiatie is het bieden van een ander kampeerproduct dan andere campinghouders bijv. een camping die zich richt op fietsers of wandelaar.

Innovatie slaat op nieuwe ideeën, producten, diensten en/of processen. Dat kan door aansluiting te zoeken bij de Recron Innovatiecampagne. Daar wordt rekening gehouden met de voorkeuren

en wensen van gasten (belevingswereld) in het kampeerproduct en dienstverlening. Nieuwe product-marktcombinaties met andere sectoren, zoals landbouw, natuur en landschap, zorg en wellness zijn eveneens vormen van innovatie.

Uitbreiding bestaande kampeerterreinen in oppervlakte.

Om deze kwaliteitsverbetering, productdifferentiatie en innovatie te kunnen realiseren is ruimte voor uitbreiding in oppervlakte en eenheden geen automatisme. Zuinig en verantwoord duurzaam ruimtegebruik is het uitgangspunt.

Kwaliteitsverbetering, productdifferentiatie en innovatie vindt primair plaats door herstructurering, opwaardering/aanpassing en/of transformatie. Andere belangrijke toetsingskaders voor uitbreiding zijn integrale structuur-versterking, duurzaamheid, nichemarkten, sector overschrijdende overschrijding en jaarrond exploitatie (Vier Seizoenen Kust).

Voor ruimtelijke uitbreiding gaat het beleid dus niet op slot maar er wordt op een andere manier naar gekeken en altijd met een externe toetsing.

Uitbreiding bestaande kampeerterreinen met eenheden

Handhaving van het quotum dat bij de Kadernota 2005 is vastgesteld. Dat betekent ten opzichte van het vergunde aantal nog een quotum van $700 - 237 = 563$ eenheden. Ook bij de Beleidsnota kleinschalig kamperen is uitgegaan van een bestaand quotum uit 2008. De waarde van een quotum is betrekkelijk gezien krimpende markt van de afgelopen jaren (minus 204 standplaatsen).

Sanering en verplaatsing kampeerbedrijven.

Kampeerterreinen die geen kwaliteitsverbetering, productdifferentiatie en innovatie kunnen realiseren, omdat ze aan alle kanten klem zitten, kunnen een plan voor een bedrijfsverplaatsing indienen.

(Her)ontwikkeling kan alleen bij toeristische concentraties en kustplaatsen in de kustzone.

Aan dependances of nevenvestigingen (gedeeltelijke uitplaatsing) wordt geen medewerking verleend. Bij verplaatsing van een kampeerbedrijf voldoet de nieuwe locatie vanzelfsprekend aan alle voorwaarden.

Duurzaamheid.

De bedrijfsvoering van een camping sluit zoveel mogelijk aan op het vastgestelde Duurzaamheidsplan Veere "op weg naar een energiezuinige gemeente". Duurzaamheid is daarin een gezamenlijke zorgplicht voor het nalaten van een gezonde leefomgeving aan de volgende generaties. Duurzaamheid is een normaal en logisch begrip voor ondernemers.

De campingsector in Veere is al volop actief op het gebied van duurzaamheid. Duurzaam bouwen, energie neutraal bouwen, energiebesparende maatregelen, zonne-energie, afvalscheiding, voorlichting/stimulering milieubewust gedrag van campinggasten is op de meeste campings gemeengoed. Op dit moment hebben 6 Veerse campings het milieukeurmerk Green Key. De gemeente stimuleert door voorlichting dat meer campings voor dit keurmerk gaan.

Revitalisering campings door warme sanering.

In 2012 heeft de provincie een onderzoek gedaan naar de mogelijkheden en kansen van revitalisering door transformatie, verplaatsing en/of sanering van eenheden. In onze gemeente zijn nu geen locatie(s) in beeld voor een concreet project.

Uitponding.

Het beleid is en blijft gericht op het tegengaan van uitponding van standplaatsen op kampeerterreinen om versnippering, verpaupering of permanente bewoning te voorkomen. Daar waar dit juridisch mogelijk is zal een centrale exploitatie van het kampeerterrein met ketting- en boetebeding in voorschriften, bestemmingsplan en/of overeenkomst worden opgenomen (uitpondingsverbod).

Winterkamperen.

Winterkamperen is en blijft toegestaan als de campinghouder hiervoor kiest.

B. Brandveiligheid.

De brandveiligheidsvoorschriften voor campings zijn gebaseerd op een handreiking van de regionale Brandweer (onderdeel van de Veiligheidsregio). Men werkt aan landelijke uniforme regelgeving. Hoe en wanneer dat in gaat, is nog niet bekend maar het zal inhoudelijk niet of weinig af gaan wijken.

De brandveiligheidsvoorschriften voor kampeerterreinen is en blijft een belangrijk aandachtspunt. In de eerste plaats voor de campinghouder, omdat die verantwoordelijk is voor zijn gasten. De gemeente heeft een toezichthoudende taak op de naleving en, als het daaraan schort, een handhavingsverplichting.

C. Collectieve ruimte.

Landschappelijke inpassing.

Een goede landschappelijke inpassing is essentieel om ons kapitaal: het Veerse landschap, in stand te houden en te versterken. Het landschap is naast het strand, een belangrijk onderdeel van het Veerse toeristisch-recreatieve product. Daar komt de toerist voor!

Voor bestaande terreinen volstaat de huidige beplantingsstrook, zoals die is vastgelegd in het bestemmingsplan Kampeerterreinen.

Nieuwe terreinen of bij verplaatsing of uitbreiding van een camping moet een streekeigen beplantingsstrook van 10 meter komen. Dat is de norm. Maatwerk blijft mogelijk maar niet meer door middel van aarden wallen. Toetsing vindt plaats aan de hand van de Leidraad landschappelijke inpassing "Samenwerken aan een mooier landschap", die onlangs bij het nieuwe bestemmingsplan Buitengebied is vastgesteld. Deze Leidraad biedt de mogelijkheid voor een alternatieve inpassing met de mogelijkheid van uitkijkjes/kijkvensters vanaf de camping (zonder dat de kampermiddelen te zien zijn). Een meer geleidelijke landschappelijke overgang kan tot een betere inpassing leiden (omgevingskwaliteit) dan een strakke rondom het hele terrein aangelegde beplantingsstrook. Het huidige beleid dat bij uitbreiding van een bestaande camping het hele terrein voor zover dat nog niet het geval is moet gaan voldoen, blijft gehandhaafd.

Interne groenstructuur.

Het groen op de camping is een zaak van de eigenaar: dat is de interne bedrijfsvoering.

Centrale sanitaire en recreatieve voorzieningen.

Dat geldt ook voor dit onderdeel van het kampeerproduct.

Privé sanitaire voorzieningen.

De ondernemer bepaalt of hij zijn klanten dit gaat aanbieden.

Parkeren.

Ieder kampeerterrein heeft op eigen terrein voldoende parkeerplaatsen voor de eigen gasten en bezoekers. De huidige norm van 110% parkeerplaatsen in verhouding tot het aantal eenheden is aan de krappe kant. Steeds meer kampeergezinnen komen met meer dan 1 auto. De nieuwe norm voor 2018 zal 115% zijn

D. Exclusieve ruimte.**Aard van de kampeermiddelen.**

De ondernemer mag zelf kiezen tussen permanente en niet permanente kampeermiddelen. Chalets, trekkershutten of andere huisjes zijn toegestaan. Een kampeerhuisje is niet van steen of beton en in zijn geheel verplaatsbaar (mobiel).

Transformatie naar een stenen bungalow/vakantiewoning mag niet, omdat het dan geen camping meer is en het de dynamiek uit het kampeerproduct haalt. Een bungalow staat er voor 40 jaar of langer. Een (mobiel) kampeerhuisje wordt tussen de 10-15 jaar vervangen. Bovendien is er bij een bungalow op een camping eerder sprake zijn van uitponding of permanente bewoning.

Omzetting kampeermiddelen.

De traditionele stacaravan mag vervangen worden door chalets, trekkershutten of een campinglodge e.d.) maar die mobiele recreatieverblijven moeten centraal worden beheerd en beschikbaar blijven voor verhuur (dus geen permanente bewoning etc.). Ook mogen toeristische standplaatsen omgezet worden in permanente standplaatsen, waarop een mobiel verblijf wordt geplaatst. (zie hierboven = bestaand beleid).

Bruto-netto oppervlakte standplaatsen:

Bij uitbreiding en/of herinrichting zijn 33-35 kampeermiddelen per hectare een vuistregel. Er wordt geen minimale oppervlakte voor de standplaatsen vastgesteld. De brandveiligheidsvoorschriften zijn bepalend voor de minimale afstand van een kampeermiddel op een standplaats.

Slaaptentjes.

Voortzetting van het huidige beleid dat per standplaats twee slaaptentjes van 10 m² zijn toegestaan.

Bijgebouwen binnen kampeervak.

Het plaatsen van bijgebouwtjes binnen het kampeervak op een permanente standplaats voor stalling/opslag is toegestaan. De huidige regeling in het bestemmingsplan Kampeerterreinen van 10 m² blijft gehandhaafd

Afmeting verblijfsrecreatief onderkomen.

Op dit moment zijn kampeermiddelen toegestaan tot een oppervlakte van maximaal 55m². De sector kan hiermee goed uit de voeten. Toch is om uitbreiding gevraagd. Wij willen diversiteit houden in de recreatiemarkt. Dit betekent een helder onderscheid tussen de kampeerterreinen en

de zomerhuizenterreinen. Eén daarvan is de maximale afmeting van de woningen, c.q. kampeermiddelen. De landelijke wetgeving biedt de mogelijkheid dit vergunningvrij op te rekken tot 70 m². Gemeente is hiertoe niet verplicht. Bij het oprekken tot deze oppervlakte wordt het onderscheid tussen de verblijven op zomerhuizenterreinen en de kampeerterreinen op een camping (te) klein en is er sprake van overlap. Na 8 jaar (Kadernota 2005) is enige oprek tot 60 m² voorlopig voldoende.

Totale toegestane oppervlakte bebouwing.

In het bestemmingsplan kampeerterreinen is per camping aangegeven wat de maximale oppervlakte bebouwing mag zijn. Dat gaat om (het totaal aan) gebouwen voor centrale voorzieningen. Voor deze maat is in 2008 gekozen door de aanwezige bebouwing aan te vullen met 50%. Tot nu toe is dat in de praktijk voldoende gebleken. De provincie stelt voor om met percentages te gaan werken ten opzichte van de totale campingoppervlakte. Dit systeem levert geen voordelen op ten opzichte van het systeem dat we nu hanteren. De vraag is meer of er behoefte is aan extra uitbreiding. Het komt voor dat campings op hun maximum zitten terwijl ze nog graag een overdekt zwembad of wellness-achtige voorzieningen willen realiseren. Uit een oogpunt van kwaliteitsverbetering krijgt de kampeersector een vrijstellingsmogelijkheid in het bestemmingsplan van 25% extra ruimte. Zaken als verevening, archeologie en overige relevante wetgeving zijn hierbij van toepassing. In het bestemmingsplan is al geregeld dat bebouwing voor centrale voorzieningen niet kan binnen 50 meter van omliggende woningen en dat blijft zo.

Bebouwingsvrij zone.

Bij verschillende kampeerterreinen staan bebouwingsvrije zones op de bestemmingsplankaart aangegeven. Die zijn gereserveerd voor landschappelijke inpassing of de afstand tot omliggende woningen. In de praktijk leidt dit niet tot problemen. In het bestemmingsplan is een ontheffingsmogelijkheid opgenomen dat bebouwing in deze zone voor een verbeteringsplan met 25% mag uitbreiden.

Een alternatieve inrichting van het terrein in combinatie met deze ontheffingsmogelijkheid biedt voldoende mogelijkheden. Bestaand beleid dus handhaven.

E. Beheer en toezicht .

Dienst woningen.

Per kampeerterrein is in beginsel één dienstwoning toegestaan. In bijzondere omstandigheden, die verband houden met de omvang en kenmerken van het terrein, is een teede bedrijfswoning mogelijk. De noodzaak voor de lange termijn moet dan worden aangetoond.

Huisvesting personeel.

Voortzetting van het huidige beleid. Voor tijdelijk huisvesting van seizoenskrachten mogen maximaal 3 extra toeristische standplaatsen op het kampeerterrein geplaatst worden.

F. Slot.

Deze Kadernota heeft een looptijd van 5 jaar.

Vastgesteld in de raadsvergadering van 12 september 2013.