

Veerstoep Ochten

23 september 2015



Agenda

- **1. Opening**
- **2. Verslag vorige bijeenkomst**
- **3. Doelstelling/kansen ontwikkeling**
- **4. Korte terugblik/stand van zaken pré-verkenning**
- **5. Toelichting markt/haalbaarheidsonderzoek (Grontmij)**
- **6. Conclusies + discussie**
- **7. Vervolgstrategie**
- **8. Rondvraag en sluiting**

Pre-verkenning Gebieds- ontwikkeling veerstoep Ochten

Waarom verkenning mogelijkheden gebiedsontwikkeling?

Aanleiding

- Waalweelde samenwerkingsprogramma naar veilige natuurlijke en economisch sterke Waal
- visie waalweelde versterken ruimtelijke kwaliteit door samenbrengen doelen, oa ontwikkelen natuur, recreatie en toerisme en kansen geven aan innovatie en duurzaamheid
- opdracht: 10 ha grond in eigendom provincie: onderzoek naar ontwikkelingsmogelijkheden binnen visie Waalweelde

Pre-verkenning Gebieds-ontwikkeling veerstoep Ochten

Probleem/ urgentie (Waarom onderzoek gebiedsontwikkeling?)

- Provincie wil met eigendom en rechten kijken of zij maatschappelijk zinvolle invulling kan geven aan deze locatie
- plek veerstoep centraal t.o.v verdere ontwikkelingen: gebiedsopgave corridor, delfstoffenwinning irt deltaprogramma, natuurontwikkeling, etc.
- wens provincie en regio recreatie en toerisme te versterken. Ligging t.o.v. dorp Ochten, snelweg A15 (bereikbaarheid), fietsroutes versterken lokale en regionale economie
- Waalweelde wil inzetten op versterken veerstoepen, pleisterplaatsen en samenwerkingsverband rond “rondje pondje”
- Insteek provincie in te spelen op (private dan wel publiek-private) initiatieven: innovatief, uitvoerbaar en zichzelf bedruipend
- Wanneer deze maatschappelijke meerwaarde er niet is, is verkoop zonder ontwikkeling aan de orde.

Pre-verkenning Gebieds- ontwikkeling veerstoep Ochten

Doel

preverkenning naar:

- maatschappelijke opgaven en meekoppelkansen
- economisch haalbare ontwikkelmogelijkheden (marktverkenning)
- relevante kaders en randvoorwaarden (vanuit regelgeving)
- go no go verdere ontwikkeling dan wel verkoop

Korte terugblik/stand van zaken

- Start zoektocht (Februari 2015) naar ambitie en mogelijkheden gebiedsontwikkeling;
- Werksessie (met partners 18 mei 2015): commitment onderzoek naar mogelijkheden om het gebied te ontwikkelen als “Waal-transferium” met informatiecentrum. Hier kan een 2^e veerpont onderdeel van uit maken. Sluit aan bij doelen Waalweelde en concept “Rondje Pontje”
- Notitie Ambitie en opgave gebiedsontwikkeling veerstoep Ochten en Druten (9 juni 2015)
- Belangrijke vervolgstap onderzoek naar haalbaarheid/markt voor een dergelijke ontwikkeling (2^e veerpont). Grontmij opdracht (juli 2015). De eerste resultaten zal Grontmij presenteren

- Hoe verder met ontwikkelstrategie?

Toelichting onderzoek Grontmij

Opzet

8

- Werkwijze / aanpak
- Gebiedsverkenning
- Locatieanalyse bezoekerscentrum
- Marktverkenning
- Concept
 - Functionele dragers
 - Commerciële dragers
 - Ondersteunende voorzieningen
 - Conclusies

Werkwijze

- Fase 1: Concept
 - Bepaling bandbreedte
 - Locatieanalyse
- Fase 2: Marktverkenning
 - Kwalitatief / kwantitatief
 - Specifieke voorzieningen (veer, informatiecentrum)

Gebiedsverkenning

10

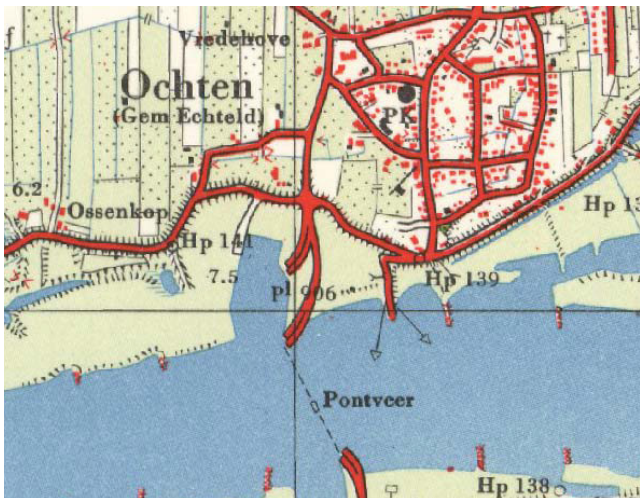
- Omgevingskwaliteiten
- Toerisme en recreatie infrastructuur
- Ontwikkelingen en plannen

Gebiedsverkenning: Omgevingskwaliteiten

11

- Transferium en transport:
 - Sinds de Middeleeuwen via de dijk verbonden met Nijmegen en Tiel.
 - Zo'n 450 jaar geleden pendelde er al een veerschuitje tussen Ochten en Druten
 - Naoorlogs een veer als onderdeel noord-zuid verbinding Veenendaal-Oss.
 - Na de hoogwatercrisis van 1996 onderdeel van wandel- en fietsroutes.
- De 'Ossenkop': de rivier als
 - heilzame, vruchtbaarheid brengende kracht
 - vijandig fenomeen dat overstromingen kan veroorzaken
 - bondgenoot in de bescherming van de vrijheid en landsverdediging
 - een grens van mentaliteit en geloof

Gebaseerd op Bladeren door de Tijd, Ferdinand Hemmen



Gebiedsverkenning: Toerisme en recreatie

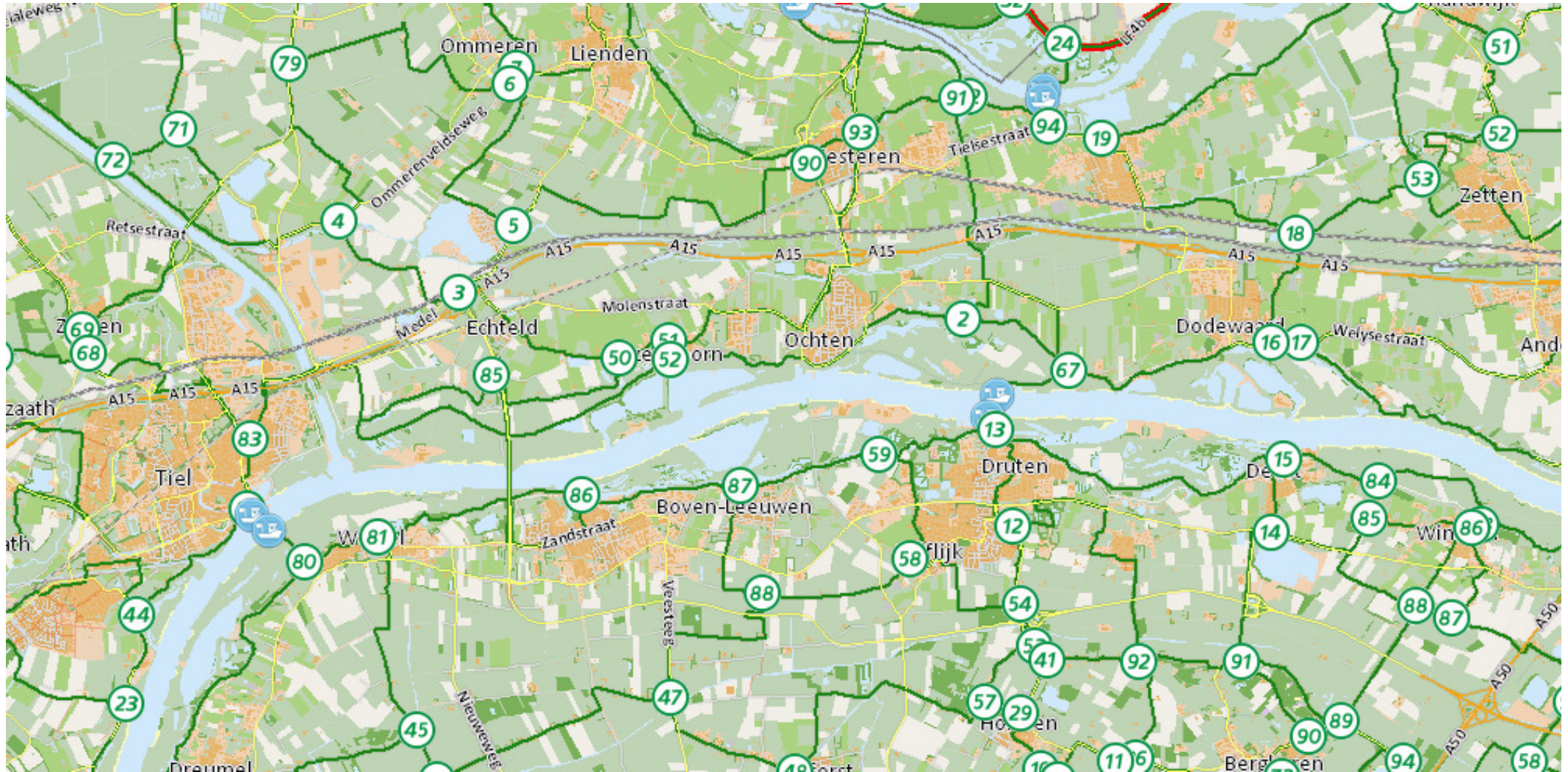
12

- Wandelrouten netwerk: LAW, 3 wandelroutes Ochten en struinpaden, knooppuntennetwerk in aanleg
- Fietsrouten netwerk: fietsknooppunten met themaroutes
- Dagrecreatie: horeca in Ochten, Fruitpark
- Verblijfsrecreatie: beperkt aanbod, kleinschalig / middelgroot

- Ochten is geen hotspot in de regio



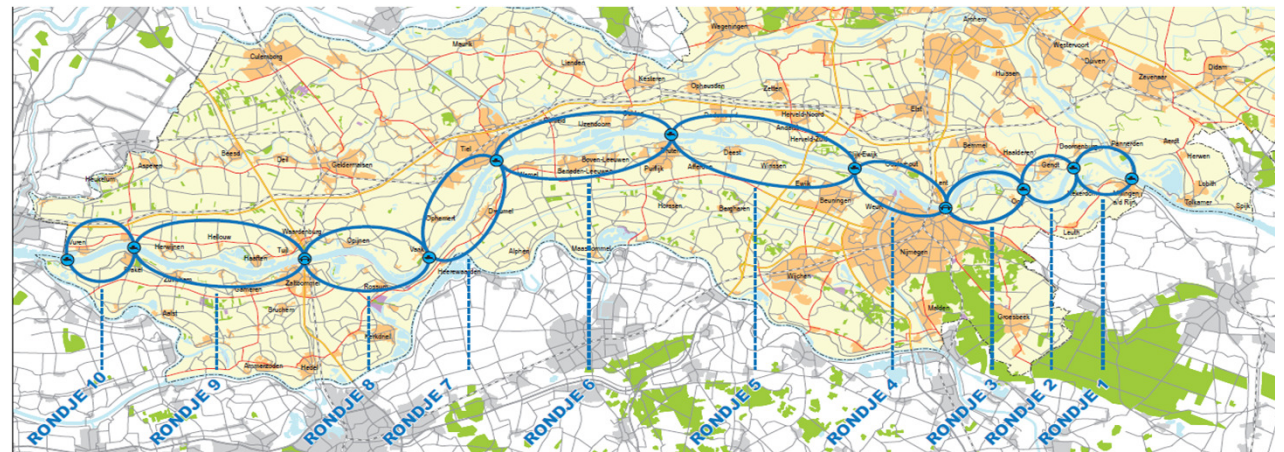
Fietsknooppuntennetwerk



Gebiedsverkenning: visie en plannen

14

- Ontwikkelingen en plannen:
 - Kansenskaart: Hotspots bij Gouden Ham, De Beldert en Geldermalsen: geen specifieke kansen projectlocatie
 - Veerkade Druten: horeca, informatiecentrum, historische schepen, festivalterrein, veerpont, citycruiser/watertaxi, camperplaats
 - Mogelijk ontgronding in omgeving (en landschappelijke inrichting daarna)
 - Fruitpark Ochten, Laanboomcentrum (zakelijke markt) en hotel/congres bij A15
- Regionale visie toerisme en recreatie:
 - Beleefbaar maken kernkwaliteiten Rivierenland: de rivieren en het fruit door verbindende routes en opvallende landmarks
 - Integratie van de vrijetijdseconomie met andere sectoren
 - Gebruik (gebiedseigen) dagrecreatie als motor voor de gehele toerismeontwikkeling
 - Niet op zoek naar grootschalige ontwikkelingen
- Waalweelde:
 - Beleef de Waal
 - Rondje Pontje





Locatieanalyse bezoekerscentrum (1)

16

- Bereikbaarheid:
 - 2 km vanaf afrit A15
 - OV: busverbinding Tiel – Ochten – Rhenen (+ lopen)
- Ligging ten opzichte van markt:
 - Inwonersbereik in straal van locatie:
 - < 30 km voor middelgroot concept: 750.000 inwoners
 - < 70 km voor groot concept: 3.500.000 inwoners
 - Verblijfsrecreatiemarkt:
 - Kleine campings en accommodaties in de gemeente
 - Cluster Gouden Ham, Eiland van Maurik en mogelijk Rhenen (zuidelijke Utrechtse Heuvelrug) en hotel Tiel
 - Weersonafhankelijke *dagrecreatie* is in de regio hard nodig
- Verhaal in omgevingskwaliteiten:
 - Verhaal is verscholen aanwezig, wordt nog weinig mee gedaan
 - Niet de locatie met de meest ingrijpende Ruimte voor de Rivier werkzaamheden
- Toeristisch-recreatieve infrastructuur:
 - Geen sterke basis van toeristische infrastructuur (binnen Rivierenland geen A-locatie)

Locatieanalyse bezoekerscentrum (2)

17

- Planologische mogelijkheden:
 - Geen natuurdoelen
 - Ontwikkelen in uiterwaarden: lastig maar niet onmogelijk
- Maatschappelijk draagvlak:
 - Ochten: geen recreatiecultuur, weinig draagvlak voor ontwikkelingen met grote impact (met name op de zondag)
 - Is dit een plek waar de Ochtenaren van houden?
- Ondernemerschap:
 - Hotspots liggen bij Gouden Ham, De Beldert en Geldermalsen, hier geen specifieke kansen benoemd (kansenkaart)
 - Niet ondenkbaar dat voor locatie lokale en regionale entrepreneurs te vinden zijn (nu nog niet bekend)
- Externe ontwikkelingen:
 - Plannen voor eventuele ontgronding aan west- en oostzijde plangebied
 - Zeer reële kans op toeristische locatieontwikkeling veerkade Druten
 - Ontwikkeling bij afrit A15 (hotel en congres)

Conclusie locatieanalyse bezoekerscentrum

18

- Locatie leent zich minder om grootschalig bezoekerscentrum te *plannen*:
 - Bereikbaarheid vanuit markt en omgevingskwaliteiten zijn weliswaar goed, maar
 - Toeristische infrastructuur is nog te beperkt (geen regionale hotspot)
 - Uitdagende planologische mogelijkheden leiden tot risico in planvorming, ook vanwege mogelijk beperkt lokaal maatschappelijk draagvlak
 - Nu nog beperkt ondernemerschap/entrepreneurs aanwezig voor ontwikkeling grootschalige voorziening

- Advies:
 - Werk vanuit een groeimodel, waarbij grootschalig (commercieel) bezoekerscentrum een mogelijk perspectief is (creëer hiervoor een voedingsbodem)
 - Indien wens grootschalig bezoekerscentrum: integreer ambitie in huidige planvorming ontgroning en verken op korte termijn ondernemerschap

Marktverkenning

19

- Algemene verkenning
 - Trends en ontwikkelingen
 - Leefstijlsegmentatie regio
- Specifieke elementen
 - Bezoekerscentrum
 - Veerverbinding

Marktverkenning: trends en ontwikkelingen

20

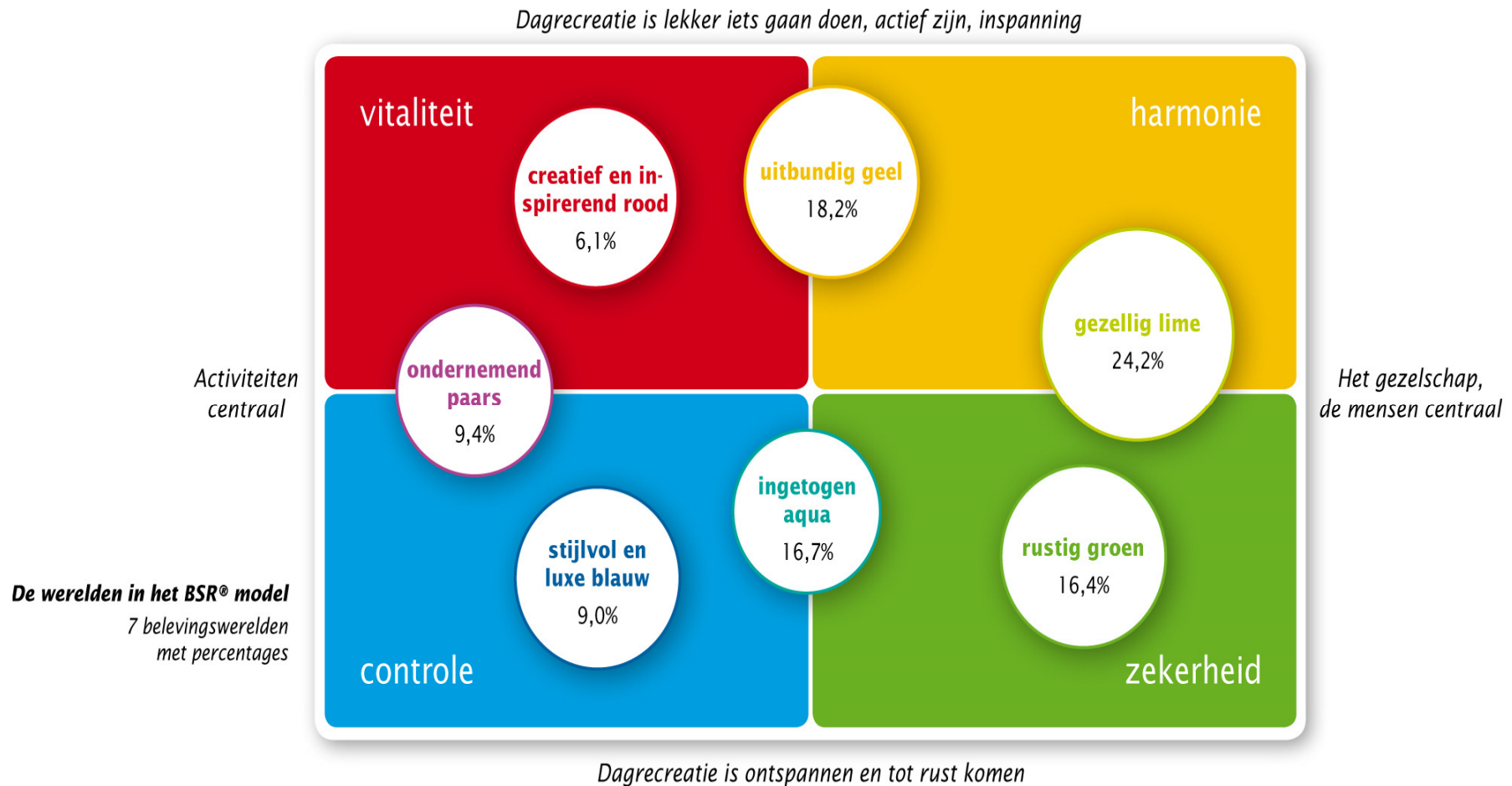
- Beperkte bevolkingsgroei in combinatie met vergrijzing en regionale krimp
- Onzekere economische ontwikkeling en vooruitzichten, mogelijk licht herstel
- Toenemende mobiliteitsmogelijkheden (auto, OV, vliegtuig, fiets)
- Toenemende informatiebehoefte en gebruik smartphone en social media
- Verzadiging in de markt en sterke concurrentie
- Kritische consument zapt: wil keuze en mogelijkheden
- Toenemende interesse voor authentieke belevingen

Consequenties:

- Kampeerterreinen (maar ook bungalowparken) hebben het moeilijk
- Groeiende noodzaak voor lifestylesegmentatie
- Noodzaak voor kloppende conceptwikkeling (kwaliteit boven kwantiteit)
- Cross-overs met andere sectoren
- Noodzaak regionale samenwerking

Marktverkenning: leefstijlsegmentering

- Inwoners / dagrecreant: voornamelijk lime en groen
- Verblijfsrecreant: voornamelijk geel en groen



GEZELLIG LIME

- Vakantie is lekker vrij zijn, rust en ontspanning
- Zijn gericht op het eigen gezin, de directe leefomgeving
- Willen gezellig met het gezin iets leuks doen
- Hebben meestal een klein vakantiebudget, zijn prijsgevoelig
- Kiezen vaak voor een bungalow of camping, dit geeft al een echt vakantiegevoel
- Veel gezinnen met opgroeiende kinderen, gebonden aan schoolvakanties

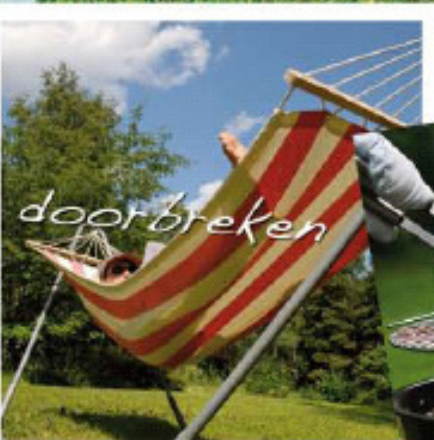


‘Even
lekker weg
met elkaar’

en waar
zijn in hebt



sluur doorbreken



samen zijn





RUSTIG GROEN

- Rustige vakantiegangers
- Geen grote wensen, houden van privacy en rust
- Vaak één- en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdscategorie
- Bungalowpark of camping wordt niet veel bezocht
- Gaan vooral buiten de schoolvakanties om
- Geen echte vakantiegangers, in deze groep de meeste thuisblijvers



‘Even
rust nemen
in eigen
omgeving’



lekker fietsen



*familie en
kennissen
opzoeken*

*bijkomen
en opladen*



UITBUNDIG GEEL

- Echte levensgenieters
- Houden van samen met anderen actief en sportief recreëren
- Vaak jonge gezinnen, gezinnen met jonge kinderen
- Zoeken graag de gezellige drukte op
- Recreëren is lekker eten, genieten en leuke dingen doen
- Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld



lekker bakken



warm gezin



samen er op uit

‘Samen
actief bezig zijn,
uitgaan en
genieten’

Marktverkenning: 3 typen bezoekerscentra

25

- Grootschalige voorzieningen: 100.000 bezoekers
 - Gratis toegankelijk
 - Nabij natuur- en recreatiegebieden
 - Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer
 - Voorbeelden: Nunspeet (nu in combinatie met ondernemer), Veluwezoom
- Middelgrote voorzieningen: 30.000 – 50.000 bezoekers
 - Entree of nadrukkelijke koppeling met horeca
 - Meer verspreid gelegen
 - Ondernemers
 - Voorbeelden: Geofort, Panoven, Wilderniscafé
- Kleinschalige voorzieningen: tot 10.000 bezoekers
 - Gratis / kleine entree
 - Gelegen bij natuurgebieden (groot / klein)
 - Door non-profit organisaties
 - Voorbeelden: Waterloopcentrum Marknesse, Natuurinformatiecentrum Gelderse Poort, Stoomgemaal Arkemheen,

Referenties bezoekerscentra

- Bezoekerscentrum Nunspeet (120.000 bezoekers)
 - Bezoekerscentrum SBB met binnencentrum en buitenactiviteiten
 - Synergie met Veluwetransferium, exploitatie nu in combinatie met commerciële attractie
- Bezoekerscentrum Veluwezoom (120.000 bezoekers)
 - Natuurmonumenten, onderdeel van groot natuurgebied
- Watermuseum, Arnhem (75.000 bezoekers)
 - Educatie en doe-centrum rondom thema water, tevens openbaar toegankelijke brasserie
 - Entree: 5,50 – 9,00 euro
- Geofort, Herwijnen (41.000 bezoekers)
 - Combinatie openbaar toegankelijk deel (café, speeltuin) en betaalde expositie
 - Entree: 9,50 euro
- Waterloopcentrum, Marknesse (12.000 bezoekers)
 - Bezoekerscentrum en buitenexpositie rondom (miniatuur) waterwerken, beperkte horeca
- Natuurinformatiecentrum Gelderse Poort (10.000 bezoekers)
 - Bezoekerscentrum SBB onderdeel van groot natuurgebied

Marktverkenning bezoekerscentrum

27

- Belangrijke factoren Ochten:
 - Ligging in buitengebied, grote bevolkingsconcentraties op enige afstand
 - Goed bereikbaar
 - Aantrekkelijke ligging aan rivier

- Advies: middelgrote dagattractie
 - Sterk thema
 - Combinatie vrij toegankelijke horeca, bijzondere rivierbeleving en speeltuin, met betaalde “expositie”
 - Commerciële opzet
 - Primair verzorgingsgebied: 30 kilometer, 750.000 inwoners
 - Bezoekersraming 30.000 – 50.000 bezoekers

Marktverkenning: veerverbinding

28

- Synergie met andere onderdelen veerstoep:
 - Veerpont genereert extra bezoekers voor dagrecreatieve voorzieningen
 - Dag- en verblijfsrecreatievoorzieningen zorgen voor extra bezoekers veerpont
- Functioneel verband met veer Druten – Dodewaard:
 - Op 2,5 kilometer afstand
 - Maakt Rondje Pontje voor zowel fietsers als wandelaars mogelijk
 - Versterkt daarmee aantrekkelijkheid beide veren
- Bezoekersraming recreatief gebruik (referentie veren Uiterwaarde):
 - 10.000 – 15.000 gebruikers, waarvan 15% wandelaars en 85% fietsers
 - 60% van de gebruikers zijn lokaal (straal 15 kilometer)
 - Aantal vaardagen: ca. 100 (zomerseizoen/weekenden)
 - Exploitatie op basis van inkomsten, vrijwilligers en sponsors
- Utilitair fietsen:
 - Wonen, werken en winkelen: Ochten/Dodewaard/IJzendoorn richting Druten
 - Kan aanvullend draagvlak zijn voor veerpontje
 - Echter wel 3x zoveel vaardagen nodig (jaarrond) en beroepsmatige exploitatie
 - Vervoersvraag is er nu niet, latente vraag mogelijk te onderzoeken

Overige voorzieningen

- Transferium bezoeker:
 - Ochten uitvalsbasis voor bezoek
 - Voornamelijk gebruik in voor- en najaar, in het weekend
 - Lokaal en regionale gebruikers
 - Versterking routegebonden aanbod en horeca belangrijk

- Verblijfsrecreatie:
 - Campingmarkt sterk onder druk
 - Huisjesmarkt verzadigd
 - Uniek concept belangrijk
 - Ligging aan het water inzetten voor uniek verblijfsconcept
 - Niet inzetten op grootschalige verblijfsrecreatie

Overige voorzieningen

- Rivercruises:
 - Veelal gericht op cultuur / steden
 - Dagrecreatief product in Ochten sluit minder aan bij wensen van deze doelgroep
 - Trekt een andere doelgroep, ouderen in plaats van gezinnen met kinderen

- Waaltaxi:
 - Ochten kan een aantrekkelijke stop zijn voor de Waaltaxi
 - Combinatie met Rondje Pontje

- Oeverrecreatie/Waalbeleving:
 - Natuurlijk strandje / uitzichtpunt / activiteitenterrein
 - Primair gericht op lokale inwoners (Ochten en omgeving)
 - Extra draagvlak voor horeca en dagattractie

Scenario's locatieontwikkeling

31

- Basis:
 - Veerverbinding
 - TOP-locatie
 - Horeca (doorontwikkeling)
- Basis + (extra):
 - Aangevuld met kleinschalig informatiecentrum (vergelijk Staatsbosbeheer centra)
 - Mogelijk eenvoudige verblijfsaccommodatie (kampeerterrein, groepsaccommodatie)
- Mozaïek:
 - Elkaar aanvullende elementen met grote belevingswaarde
 - Informatiecentrum in de vorm van attractie
 - Mogelijk aanvullende onderscheidende verblijfsaccommodatie

Mozaïek concept

32

- Functionele dragers:
 - Uitzicht en beleving (vrij toegankelijk)
 - Waal (informatie rivier en uiterwaarden, vrij toegankelijk)
 - Veerverbinding
- Commerciële dragers/elementen:
 - Horeca (daghoreca/terras en conceptondersteunende horeca)
 - Dagrecreatie (middelgroot, aanvullend aan informatie, bebouwd en/of onbebouwd)
 - Verblijfsrecreatie: ondersteunend (bijzondere jaarrond accommodatievormen)
- Ondersteunende voorzieningen:
 - Parkeren (70 parkeerplaatsen)
 - Aanlegsteiger Watertaxi
 - Evenemententerrein: kleinschalig, in combinatie met water
 - Zakelijke faciliteiten



Doelgroep

33

- Inwoners Ochten: zij moeten locatie en ontwikkeling omarmen, liefst initiëren
- Inwoners regio, straal 30 km: voor veer, attractie, TOP en evenementen
- Verblijfsrecreanten uit: clusters Gouden Ham, Eiland van Maurik, zuidelijke Utrechtse Heuvelrug/Rhenen, Tiel/Van der Valk en lokale verblijfsaccommodaties
- Landelijk: voor bijzondere verblijfsaccommodatie
- Secundair: zakelijke, waterkundige markt, zij komen hier voor de showcase (mogelijk in combinatie met te ontwikkelen hotel/zalencentrum bij A15)

Leefstijlsegment

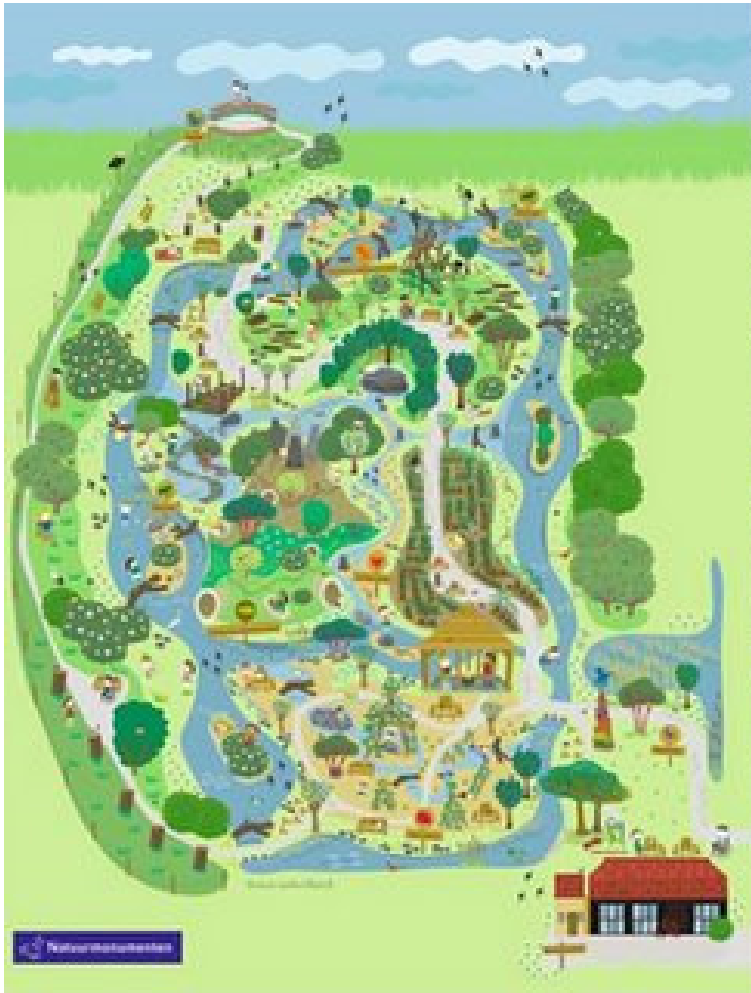
34

- Richting Ondernemend Paars:
 - Activiteit en beleving meer centraal stellen
 - Vrijheid
 - Interesse
 - Recreatie met een uniek verhaal: verrassing en inspiratie
 - Spannend, avontuurlijk en actief
 - Relatief jongere doelgroep
- Aanvullend op huidige vraag en aanbod in Rivierengebied
- “Paars” is ambitieniveau voor “Lime” en “Geel”

Referenties dagrecreatie



Referenties dagrecreatie



Referenties verblijfsrecreatie



Conclusies

- Uitgaande van realisatie van een TOP en veerverbinding is de (door)ontwikkeling van horeca reëel
- Verblijfsrecreatie biedt in principe ontwikkelingskansen, mits juiste concept
- Ontwikkeling van dagattractie uiterst onzeker, gezocht moet worden naar een uitgekiend (groei)concept in combinatie met horeca waarbij met beperkte investeringen, financieringslasten en personeelsinzet een maximaal bezoekerspotentieel wordt bereikt
- Beheer, onderhoud en exploitatie publieke ruimte:
 - Overdracht aan gemeente, Uiterwaarde of ondernemer
 - Exploitatie veer met behulp van vrijwilligers en jaarlijkse bijdrage overheid

Vervolg(strategie)

39

- Pre-verkenning moet opleveren afweging/keuzemogelijkheden:
 - Optie 0: geen ontwikkeling, alleen verkoop gronden en veerhaven
 - Optie 1: private ontwikkeling transferium/infocentrum
 - Optie 2: deels private ontwikkeling en deels publieke (inrichting)

Basis notitie Ambitie en Opgave, inclusief marktonderzoek en businesscase Grontmij
Optie 2: beheer en exploitatie van publieke deel?

- Marktbenaderingsstrategie
 - a. Referentiebeeld met ambities/opgave en markt uitnodigen
 - b. (beleids)kaders opstellen en markt uitnodigen
 - c. combinatie van a en b

Planning: afronding pre-verkenning eind oktober 2015

- Beslismoment go/no go nadere verkenning of verkoop, bestuurlijke besluitvorming