

Natuurlijk kapitaal Heide

Nationaal park de Utrechtse Heuvelrug

Gijs Kruiver, Lauri van Lutterveld, Gijs Ozinga, Guus Rijnbeek en Eline Weenink

Opdrachtgever: Jeroen Heemsbergen



Inhoudsopgave

Probleem

Slide:

Probleemstelling	3
Antwoord op probleemstelling	4

Context

Gebiedsbeschrijving	5
Ecosysteemdiensten	6
Natuurtypenkaart	7
Methode	8
Waarde	9
Total Economic Value	10
BULG-analyse	11
Interviews	12
Business Model Canvas	13

Resultaten

Slide:

Waardebepaling heideterrein	14
Waardebepaling natuurtoerisme	15
Verzilveren	16

Toekomstbeeld

17

Literatuurlijst

18

Bijlagen

Actoranalyse	19
Interviews	22

Probleemstelling

**Hoe groot is het totale
natuurlijk kapitaal van de
heide op de Utrechtse
Heuvelrug en hoe kan het
Nationaal Park dit inzetten
om de natuur te behouden
en te versterken?**

Bij veel natuurgebieden is niet duidelijk wat de waarde is van de natuur. Het is voor de bescherming en ontwikkeling belangrijk in kaart te brengen wat de natuur ons biedt. Middels een waarderingmethode wordt omgerekend welke diensten de natuur ons levert. Dit wordt uitgedrukt in geld om het te concretiseren. Er wordt naar gerefereerd als het 'natuurlijk kapitaal' van een gebied. Hierbij moet worden gedacht aan wat de waarde is van 'schone lucht', 'groene leefomgeving' en 'grondwaterregulatie', uitgedrukt in geld. Dit zijn onderwerpen waarvan veel mensen weten dat deze belangrijk zijn maar geen beeld hebben bij wat de waarde is voor mens en natuur. In dit slidesrapport wordt ingegaan op het natuurlijk kapitaal dat de heide op de Utrechtse Heuvelrug biedt.

Antwoord op probleemstelling

Om de hoofdvraag te beantwoorden is deze opgedeeld in 4 deelvragen.

1. Welke ecosysteemdiensten levert de heide op de Utrechtse Heuvelrug?

Culturele diensten: Natuurtoerisme, groene leefbaarheid en natuurrecreatie.
Regulerende diensten: Bestuiving, grondwaterregulatie en luchtfiltratie.

2. Wat is het natuurlijk kapitaal per hectare heide dat voorkomt op de Utrechtse Heuvelrug?

13 duizend euro/jaar.

3. Wat is het totale natuurlijk kapitaal van heide op de Utrechtse Heuvelrug?

21,1 miljoen euro/jaar.

4. Hoe kan het Nationaal Park het natuurlijk kapitaal van de Utrechtse Heuvelrug het beste inzetten om de natuur te behouden en te versterken?

Ondernemers en natuurbeheerders betrekken bij vraagstukken op de Utrechtse Heuvelrug zoals regulatie van bezoekers, zonering en educatie over gedragsregels in een natuurgebied.

Gebiedsbeschrijving



Kasteel Amerongen



De Pyramide van Austerlitz

Het Nationaal Park de Utrechtse Heuvelrug ligt tussen Hilversum-Rhenen en Utrecht-Amersfoort.

De Heuvelrug is ontstaan in de voorlaatste ijstijd. Het ijs van de gletsjers heeft destijds grote hoeveelheden land opgestuwd, hierdoor zijn de Utrechtse Heuvelrug en de stuwwallen van de Veluwe ontstaan.

Het gebied bestaat veelal uit droog bos en droge heide op de stuwwal, maar aan de zuidkant (rondom Rhenen) zijn ook veel natte gebieden te vinden.

Daarnaast is het een zeer stedelijk gebied. Dwars door het park lopen verscheidene grote wegen en liggen kleinere steden en dorpen.

Tegen het park aan liggen grotere steden, zoals Utrecht en Amersfoort.

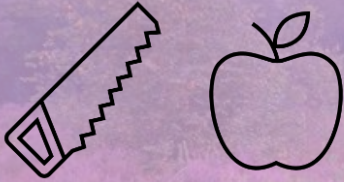
Verder zijn er veel cultuurhistorische relictten te vinden, zoals verschillende grafheuvels, verdedigingswerken en engdorpen (of esdorpen).

Maar ook een groot aantal landgoederen en buitenplaatsen, zoals kasteel Amerongen en Slot Zeist (Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug, 2021). Het park kent een hoge recreatiedruk van bijvoorbeeld wandelaars, fietsers, natuurgenieters, ruiters en mountainbikers.

Ecosysteemdiensten

Diensten en producten die geleverd worden door een ecosysteem die onmisbaar zijn voor de mens.

- **Producterend**



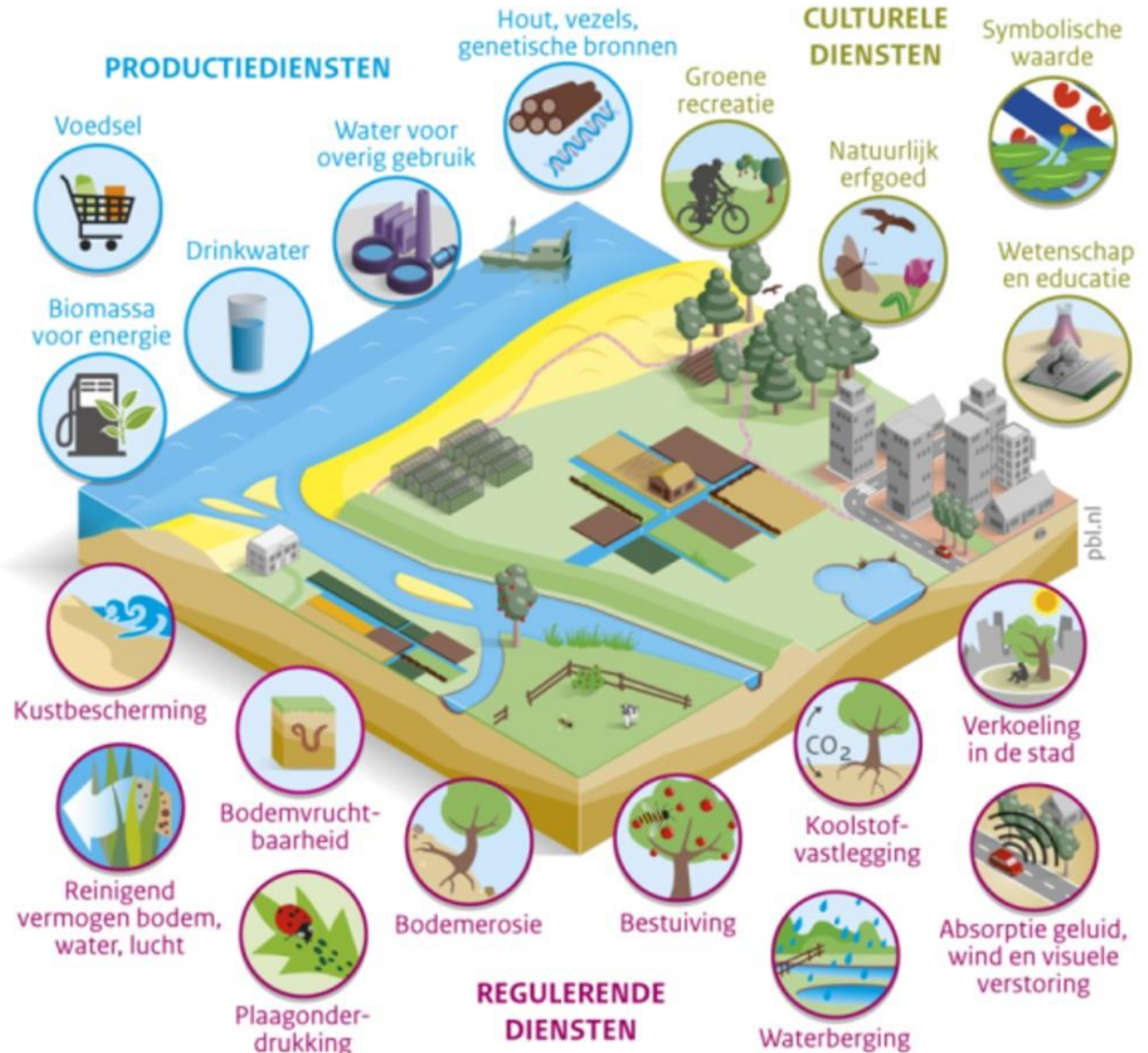
- **Regulerend**



- **Cultureel**



Voorbeelden van ecosysteemdiensten in Nederland



Natuurtypenkaart

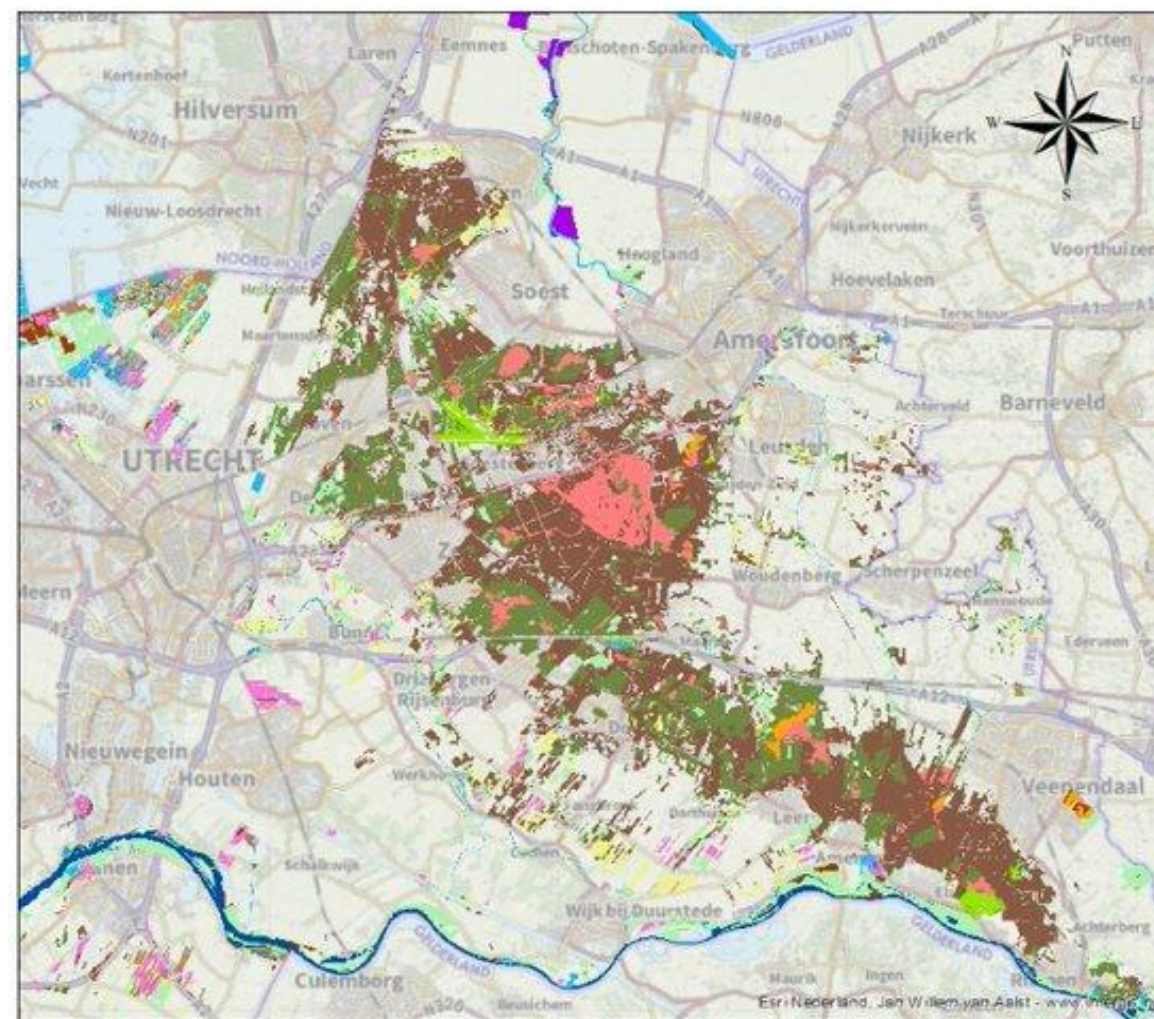
Aanwezige natuurtypen in
Nationaal Park Utrechtse
Heuvelrug

Legenda

Natuurtypen

 Beken en bronnen	 Rijke graslanden en akkers
 Bossen met productiefunctie	 Rivieren
 Cultuurhistorische bossen	 Stilstaande wateren
 Droge bossen	 Vochtige bossen
 Droge heiden	 Vochtige schraalgraslanden
 Droge schraalgraslanden	 Voedselarme venen en vochtige heiden
 Moerassen	 Vogelgraslanden

Natuurtypenkaart NPUH



0 5 10 Kilometers

Gijs Kruiver, Lauri van Lutterveld, Gijs Ozinga,
Guus Rijnbeek & Eline Weenink
Hogeschool Van Hall Larenstein, Velp

Methode

Welke methode is er gebruikt om tot data te komen en hoe?



Literatuur

Verschillende bronnen zijn geraadpleegd om stakeholders en ecosysteemdiensten te bepalen

Interviews

Na de stakeholderanalyse zijn twee stakeholdergroepen uitgekozen en deze zijn geïnterviewd

Dataverwerking

In ArcMap is data opgenomen en in Excel zijn berekeningen gemaakt om tot een waarde van het terrein te komen

BMC

Er is een Business Model Canvas gemaakt met als uitgangspunt natuurtoerisme binnen het heideterrein

Waarderingsmethode

Als methode om waarde te bepalen voor ecosysteemdiensten is er gekozen voor de vervangingsmethodiek

Waarde

Gebruikte methode voor het bepalen van de waarde van ecosysteemdiensten

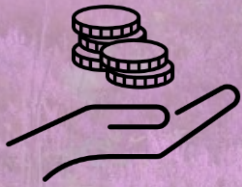


Voor de verschillende ecosysteemdiensten die de heide voorziet, zijn bijbehorende waardes bepaald. De gebruikte monetaire waarde is afkomstig uit een rapport van het CBS en WUR. De waarde van ecosysteemdiensten wordt hierin bepaald met behulp van de levensduur van het ecosysteem (er wordt in deze berekening uitgegaan van 100 jaar) en de goederen en diensten die het ecosysteem levert in deze levensduur. Deze waardes zijn financieel uit te drukken door middel van verschillende methodes.

De door het CBS gebruikte methode heet de vervangingsmethode. Deze houdt in dat er gekeken wordt naar wat het zou kosten als het ecosysteem een dienst niet zou leveren. Zou bijvoorbeeld het heideareaal in Nederland verdwijnen dan zou een groot deel van recreatie en toerisme verdwijnen, wat gecompenseerd zou moeten worden door andere trekpleisters voor het gebied. Waarbij de aanleg van deze trekpleisters geld kost. Dat bedrag is de vervangingswaarde van de ecosysteemdienst. Welke methode er ook gebruikt wordt, er zullen altijd aannames moeten worden gedaan en onzekerheden zullen blijven bestaan. Één van de onzekerheden die er speelt bij deze methode is dat er in de diensten, die het ecosysteem levert, niet gehandeld wordt op de markt zoals bij andere goederen.

Total Economic Value (TEV)

De totale economische waarde van een product of dienst, in dit geval de diensten die heide levert, in een bedrag uitgedrukt.



De TEV is te meten aan de hand van de verschillende ecosysteemdiensten die de heide levert. Het kan ook gemeten worden met behulp van o.a. de directe en indirecte gebruikswaarde.

Een directe gebruikswaarde van de heide is bijvoorbeeld wandelen over de heidevelden. Genieten van het mooie uitzicht op de heide is een ander voorbeeld van een directe gebruikswaarde van de heide. Het geld dat men bereid is te betalen om te kunnen wandelen of genieten van het uitzicht, kan vervolgens gebruikt worden om de waarde van de heide te bepalen.

Een voorbeeld van indirecte gebruikswaarde is het feit dat insecten die op de heide leven de gewassen op nabijgelegen akkers bestuiven. Het geld dat uitgegeven zou moeten worden, als die insecten er niet zouden zijn, aan bijvoorbeeld bestuifrobots kan weer gekoppeld worden aan de economische waarde van de heide.

1. Gemeente
2. Provincie
3. Overheid
4. Bank
5. Ondernemers
6. Regionaal Bureau voor Toerisme, Heuvelrug en Vallei (RBT)
7. Routebureau Utrecht
8. Onderwijsinstellingen
9. Adviesbureau
10. Wetenschappers
11. Milieuorganisaties
12. Horeca
13. B&B/hotels/campings
14. Instituut voor Natuureducatie (IVN)

15. Investeerders
16. Omwonenden
17. Gezelligheidsverenigingen
18. Vrijwilligers
19. Recreanten
20. Staatsbosbeheer
21. Natuurmonumenten
22. Particuliere grondeigenaren
23. Buitengewoon opsporingsambtenaar
24. Boswachter

25. Brandweer

BULG-analyse

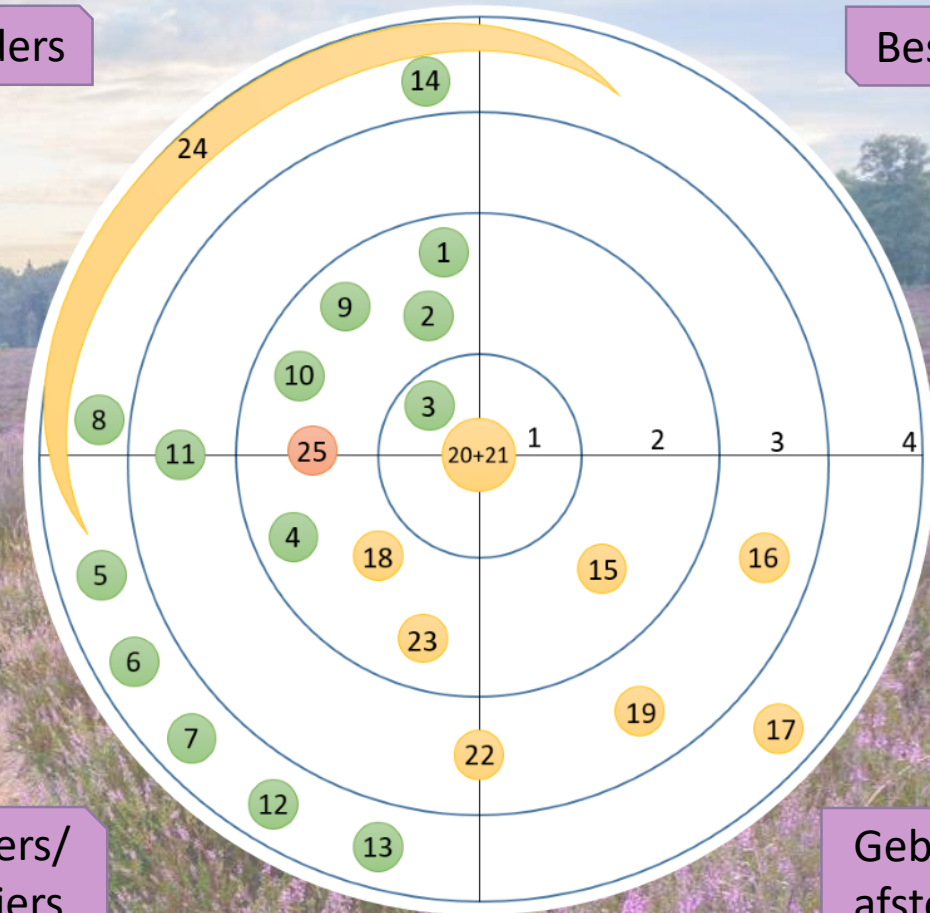
Beïnvloeders

Beslissers

Ringen:
1. Meebeslissers
2. Meedoeners
3. Meedenkers
4. Meeweters

Uitvoerders/
leveranciers

Gebruikers/
afstemmers



Positief

Neutraal

Negatief

Interviews

Er zijn interviews afgenomen in de Kaapse bossen met recreanten.

Er zijn rustzoekende recreanten en activiteitgerichte recreanten geïnterviewd.

Ook is er bij het RBT een interview afgenomen met Laura Nieuwenhuis. Zij is marketing coördinator en richt zich op marketing strategieën voor de Utrechtse Heuvelrug. Zij heeft daarbij een belangrijke rol in de spreiding van drukte in het gebied.

Rustzoekende recreant: koppel rond 60 jaar

“Wij vinden altijd de Nederlandse natuur het mooist. Dan moeten we met corona op vakantie in eigen land. Nou dat vinden wij helemaal geen straf hoor.”

Activiteitgerichte recreant: koppel rond 30 jaar met hond

"Als je hier op zaterdag of zondag bent is het afgeladen. Als de zon schijnt is het helemaal veel te druk hier. Dan zijn de parkeerplaatsen vol, overal auto's. Ook langs de wegen staat het dan vol met auto's. Dan lijkt het echt een toeristische trekpleister. Wij hebben er eigenlijk niet veel last van want de hond moet toch lopen.”

Marketing coördinator RBT, Laura Nieuwenhuis

“Piet en Griet zijn de gewoontedieren, die vinden dus niet dat zodra het druk is in een natuurgebied dat zij graag bezoeken, dat het dan aan hen is om dit probleem op te lossen.”

“Wij houden ons voornamelijk bezig met de vraag: Hoe recreër ik op een manier dat ik niet de natuur verniel.”

BMC

Hiernaast is een Business Model Canvas opgenomen waarin de ecosysteemdienst 'natuurtoerisme' op de heide is uitgewerkt. Dit model richt zich op de samenhang tussen de stakeholders (wie zijn dit/hoe te bereiken) en de ecosysteemdienst (wat levert het/wat brengt het op) op de heide.

Wie helpt de dienst in stand te houden? Terreinbeheerders (Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten) Overheid, Provincie en Gemeente Vrijwilligers Recreatie biedende organisaties Horeca ondernemers Investeerders	Hoe worden de diensten in stand gehouden? - Heidebeheer - Samenwerking tussen stakeholders - Voorzieningen - Excursies, lezingen	Wat biedt de heide dat mensen er willen recreëren? Recreatie mogelijkheid Open vlakte > open uitzicht Aantrekkelijke bloeiende heide Fotogenieke locatie Voedselvoorziening	Hoe horen de belanghebbenden van de waarde? - Educatie - Rustige omgeving - Inspiratie	Wie heeft baat bij deze dienst? <i>Direct:</i> - Recreanten; wandelaars (met honden), ruiters, mountainbikers, fietsers etc. Schapenherders <i>Indirect:</i> - Horeca ondernemers
Wat kost het beheer van de ecosysteemdienst? - Onderhoud - Bekendheid, reclame - Loon - Tijd, ruimte en energie			Hoe wordt het beheer van de ecosysteemdienst gefinancierd? - Respect voor natuur - Gezondheidsvoordelen - Inkomsten voor belanghebbenden - Toeristenbelasting - Baanvoorziening	

Heide

Natuurtoerisme

Stakeholders

Waardebepaling heideterrein

De ecosysteemdiensten die gewaardeerd zijn, kunnen in twee categorieën onderverdeeld worden. Hieronder is de totale waarde in euro/jaar per ecosysteemdienst gegeven.

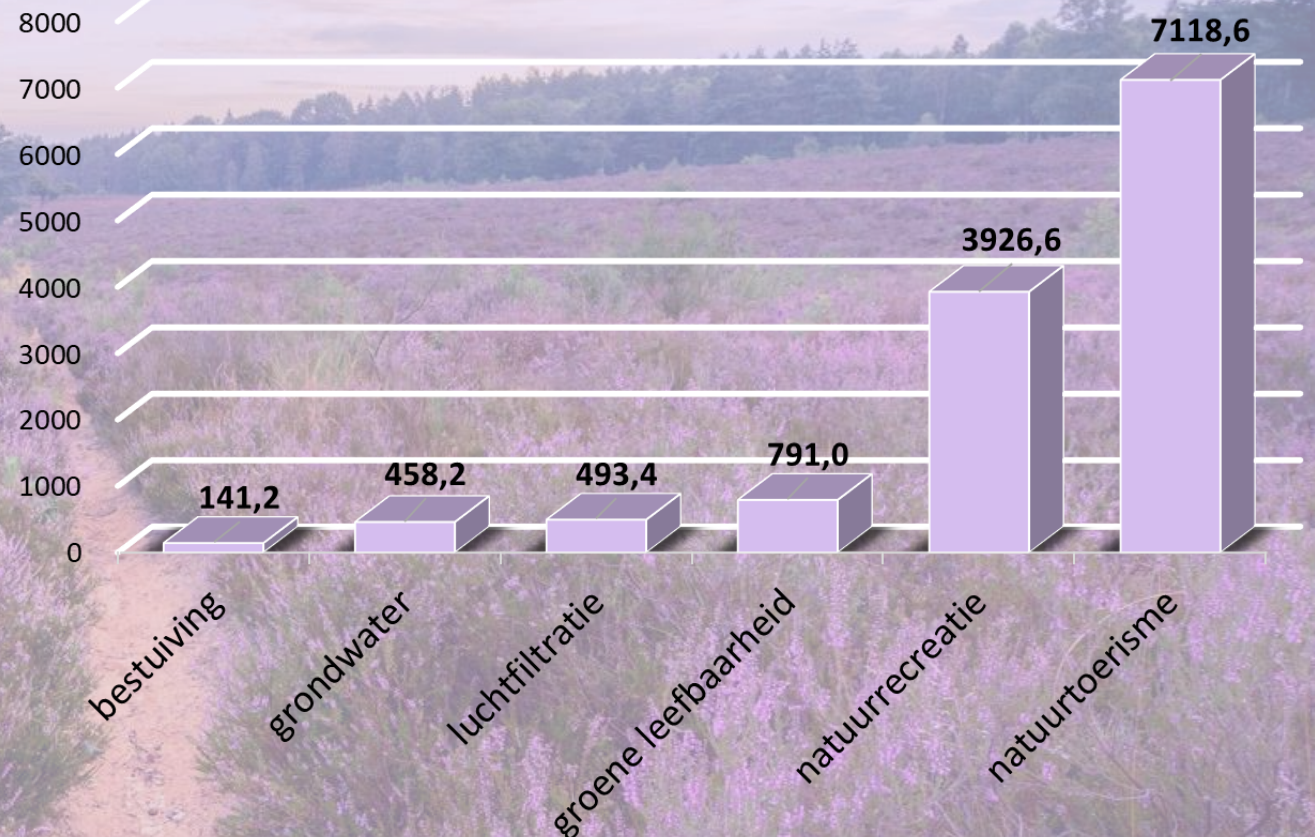
Regulerende diensten

Bestuiving	0,2 mln
Grondwaterregulatie	0,7 mln
Luchtfiltratie	<u>0,8 mln</u>
Totaal:	1,7 mln

Culturele diensten

Groene leefbaarheid	1,3 mln
Natuurrecreatie	6,4 mln
Natuurtoerisme	<u>11,6 mln</u>
Totaal:	19,3 mln

Waarde ecosysteemdiensten in euro/ha/jaar



Waardebepaling natuurtoerisme

De ecosysteemdienst natuurtoerisme heeft een totale waarde van 11,6 mln euro/jaar.

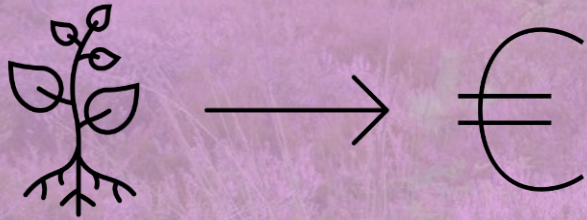


De grootste culturele dienst van heide is natuurtoerisme. Toeristen zijn vaak aangewezen op het openbaar vervoer. Hier wordt waarde gegenereerd doordat de toeristen in de regio kaartjes moeten kopen voor het gebruik van het openbaar vervoer. Ook maken toeristen gebruik van verschillende horeca gelegenheden tijdens hun reis. Hierbij moet worden gedacht aan o.a. een kop koffie en/of een broodje. Zo profiteren de horeca gelegenheden, die op de route liggen en in het natuurgebied zelf, van het toerisme. Ook kunnen de horeca gelegenheden in het gebied de locatie waar zij gevestigd zijn gebruiken voor de marketing gezien dit vaak aantrekkelijke plekken zijn.

Natuurverenigingen in de regio die o.a. wandelexcursies organiseren, zijn ook van toegevoegde waarde voor natuurtoerisme. Zo wordt er misschien afgesproken bij een plaatselijke brasserie/kroeg/clubhuis die daar winst uit behaalt. Natuurverenigingen dragen ook bij aan het werven van nieuwe toeristen. Zo kunnen mensen die een dagje meelopen enthousiast worden gemaakt voor natuurtoerisme die vervolgens ook weer geld uitgeven in het gebied. Op deze manier versterken de stakeholders de waarde voor elkaars onderneming.

Verzilveren

Hoe kan er geld worden verdiend
aan de ecosysteemdienst
natuurtoerisme?



Om de ecosysteemdienst natuurtoerisme te verzilveren kan er bij de baathebbers van toeristen voor natuur (zoals horecaondernemingen en openbaar vervoer) een dienst of product verkocht worden. Een manier kan zijn door certificaten te maken en te verkopen aan nabijgelegen horecaondernemingen. Deze certificaten geven aan dat de horecaonderneming in samenwerking is met het nationale park en deze bijdraagt aan de bescherming van de biodiversiteit. Dit certificaat kan behaald worden door mensen te informeren over gedragsregels binnen een natuurgebied. Dit kan bijvoorbeeld door placemats op tafels neer te leggen met informatie over natuurbescherming. Als baat heeft de onderneming dat NPUH excursies kan laten beginnen en eindigen bij ondernemers met het betreffende certificaat. Op deze manier komen er meer gasten bij de onderneming. Zo krijgt NPUH inkomsten uit de aanschaf van een certificaat en de onderneming in ruil daarvoor meer klandizie en eventuele bekendheid door het hebben van het certificaat.

Toekomstbeeld

De heide levert verschillende culturele ecosysteemdiensten waarbij natuurtoerisme de grootste is. De meeste winst valt te behalen in de bewustwording van de toerist.

Om de heide te beschermen is het belangrijk de bezoekers in het park te informeren over de consequenties van hun bezoek op het natuurgebied. Dit om afval en schade aan flora en fauna in het gebied te beperken. Ondernemers rondom en in het park zijn de eerste die in contact komen met de toeristen. Daarom stellen wij voor dat NPUH en betrokken TBO's zich gaan inzetten op toenadering van ondernemers in de regio. Zo zouden ondernemende partijen bijvoorbeeld toeristen kunnen inlichten over het feit dat het broedseizoen is en hoe zij hun gedrag daarop kunnen aanpassen.

Zoals in de vorige slide benoemd is ons advies ondernemers te betrekken middels een certificaat, dat verkregen kan worden als de ondernemers toeristen informeren over de kwetsbaarheid van het natuurgebied.

Literatuurlijst



- CBS, & WUR. (2021). *Natuurlijk Kapitaalrekeningen Nederland 2013-2018*. CBS. (dia 9, 15 & 16)
- De Nederlandse toerist. (2020, september 24). *Afwisselende fietsroute over de Utrechtse Heuvelrug [60km]*. Opgehaald van [denederlandsetoerist.nl](https://www.denederlandsetoerist.nl): <https://www.denederlandsetoerist.nl/fietsroute-utrechtse-heuvelrug-60km/> (dia 5)
- Instituut voor natuureducatie. (2021, december). Opgehaald van IVN Natuureducatie: <https://www.ivn.nl/> (dia 25)
- Museum tijdschrift. (2021). *Kasteel Amerongen*. Opgehaald van Museum tijdschrift: <https://museumtijdschrift.nl/artspot/kasteel-amerongen-2/> (dia 5)
- Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug. (2021, november 24). *Cultuur & erfgoed*. Opgehaald van Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug: <https://www.np-utrechtseheuvelrug.nl/ontdek/landgoederen-kastelen-musea/> (dia 5)
- PBL; WUR; CICES. (2014). Opgehaald van pbl: <https://www.pbl.nl> (dia 6)
- RBT. (2021, December). Opgehaald van Op de heuvelrug: <https://www.opdeheuvelrug.nl> (dia 24)
- Routebureau Utrecht. (2021, december). Opgehaald van Routebureau Utrecht: <https://routebureau-utrecht.nl/> (dia 24)
- ter Burg, M. (2021, augustus 26). Opgehaald van zoom.nl: <https://zoom.nl/foto/landschap/3331026/heide-op-de-utrechtse-heuvelrug> (achtergrond)

Actoranalyse

Actor	Bedoeling (organisatie)	Belang (bij project)	Bijdrage (aan project)	Relaties (met..)
1. Gemeente	Burgerbelang bewaken	Kwaliteit leefomgeving	Vergunning, geld aan sector via belasting, subsidies	Afhankelijk provincie
2. Provincie	Burgerbelang bewaken	Kwaliteit leefomgeving	Vergunning, subsidies	Coalitie 2019-2023: GL, D66, CDA, PvdA, CU
3. Overheid	Burgerbelang bewaken	Kwaliteit leefomgeving	Wet- en regelgeving, subsidies	Verschillende partijen met de gemeentes en provincie
4. Bank	Investeren en beleggen. Beheren van middelen van klanten	Geld halen uit toerisme	Leningen en investeringen verschaffen	Ondernemers, investeerders, beheerders
5. Ondernemers	Mogelijkheden benutten om winst te genereren	Geld halen uit toerisme of werkzaamheden op de heide	Instandhouding heide, faciliteren recreatie-mogelijkheden	Beheerders, investeerders
6. Regionaal bureau voor toerisme (RBT) Heuvelrug en vallei (RBT, 2021)	Vitale en leefbare regio nastreven	Geld halen uit toerisme. Mensen kennis meegeven	Relevante kennis, inzichten en campagnes.	600 regio partners
7. Routebureau Utrecht (Routebureau Utrecht, 2021)	Bevorderen uniform en kwalitatief aanbod van thematische routes en routenetwerken	Recreanten laten genieten van de provincie Utrecht met oog voor duurzame spreiding en balans	Verbeteren van de beleving door middel van thematische routes	Provincie, gemeentes, routebeheerders, marketingorganisaties, routeontwikkelaars, fiets-wandel- en vaarroute organisaties
8. Onderwijsinstellingen	Kwaliteits- onderwijs aanbieden	Behouden van een leerzame omgeving	Bewustwording creëren	Natuurorganisaties, beheerders, onderwijsinstellingen onderling
9. Adviesbureau	Adviesrapporten uitbrengen	Vraagstukken onderzoeken en beantwoorden	Beter beeld creëren rondom natuurrecreatie	Belangengroepen, beheerders, ondernemers
10. Wetenschappers	Vernieuwende kennis vergaren	Kennis rondom natuurrecreatie op heide vergroten	Vernieuwende kennis leveren	Onderwijsinstellingen, beheerders, ondernemers

Actor	Bedoeling (organisatie)	Belang (bij project)	Bijdrage (aan project)	Relaties (met..)
11. Milieuorganisaties	Natuur en milieu beschermen en behouden	Instandhouding van de heide	Een gezond heide-gebied om in te recreëren	Overheden, beheerders, SBB, NM
12. Horeca	Producten aanbieden om het verblijf van recreanten te verbeteren	Klanten genereren uit recreanten die op de heide afkomen	Betere beleving van het gebied	Recreanten, ondernemers
13. B&B/hotels/Campings	Verblijf aanbieden aan recreanten	Klanten genereren uit recreanten die op de heide afkomen	Betere beleving van het gebied	Recreanten, ondernemers
14. Instituut voor natuureducatie (IVN) (Instituut voor natuureducatie, 2021)	Mens en natuur verbinden	Jong en oud laten beleven hoe leuk, gezond en belangrijk natuur is	Natuuractiviteiten, cursussen, projecten en campagnes	ASN bank, Spadel, WILDLANDS, Kennisnetwerk Destinatie Nederland, TAUW, Duurzaam Door, Wolven in Nederland, Tuintelling.nl, Bambo nature, MWH, Nationale postcode loterij
15. Investeerders	Geld investeren	Geld genereren uit investeringen rondom natuurrecreatie	Mogelijk maken van projecten door middel van investeringen	Beheerders, ondernemers, terreineigenaren, organisaties
16. Omwonenden	Wonen in een voor hun belangrijke omgeving	Fijne woonomgeving	Draagkracht creëren voor het behouden van hun woonomgeving	Andere omwonenden, beheerders, woningbouwvereniging
17. Gezelligheidsverenigingen	Verbinden van mensen	Goede omgeving om activiteiten te organiseren.	Draagkracht en verbinding met natuur.	Recreanten, omwonenden, overige burgers
18. Vrijwilligers	Gratis tijd en inzet geven aan wat voor hen belangrijk is	Belangrijke bijdrage aan het behoud van verschillende heidegebieden op NPUH.	Werkzaamheden verrichten waar normaliter geen geld voor is.	Stichtingen, beheerders, SBB, NM
19. Recreanten	Genieten van de natuur	Rustige, mooie heide om op te recreëren.	Toeristenbelasting	RBT, horeca, B&B/hotels/campings, Routebureau Utrecht, recreanten organisaties
20. Staatsbosbeheer	Beheer van Nederlandse natuur	Instandhouding van de heide voor toekomstige generaties.	Beheren van heide gebieden.	Vrijwilligers, Milieuorganisaties, beheerders, grondeigenaren

Actor	Bedoeling (organisatie)	Belang (bij project)	Bijdrage (aan project)	Relaties (met..)
21. Natuurmonumenten	Behoud van Nederlandse natuur en het uitbreiden/verbeteren hiervan	Instandhouding van de heide voor toekomstige generaties	Beheren van heide gebieden.	Vrijwilligers, milieuorganisaties, beheerders, grondeigenaren
22. Particuliere grondeigenaren	Wonen in een voor hun belangrijke omgeving	Fijne woonomgeving	Draagkracht creëren voor het behouden van hun woonomgeving	Beheerders
23. Buitengewoon opsporingsambtenaren	Veiligheid waarborgen en vernieling tegengaan	Veilig heidegebied voor de recreant	Overlast en wangedrag aanpakken. Natuur, milieu en dierenwelzijn beschermen	Beheerders, overheid, gemeente, provincie, boswachter
24. Boswachter	Veiligheid voor mens en natuur waarborgen en vernieling tegengaan	Goed beheerd en beschermd heidegebied	Sturen van recreanten, dierenwelzijn, waarborgen en toezicht houden op natuur	Beheerders, gemeente, provincie, BOA's
25. Brandweer	Brandveiligheid waarborgen	Zo brandveilig mogelijk heidegebied	Branden onder controle houden, gebied brandveiliger maken en recreanten informeren	Gemeente, provincie, overheid, beheerders

Interview: koppel uit Leusden (rustzoekende recreant)

- **Motivatie bezoek. Waarom bent u hier? Heeft u bronnen geraadpleegd om op de hoogte te zijn van deze plek?**

“Het is hier heel mooi en er is veel te zien. Ook is er goede koffie bij dat tentje daar.”

- **Mogen we vragen waar u vandaan komt?**

“Wij wonen in Leusden en wij zijn hier met de auto”

- **Bent u hier vaak? Welke activiteiten onderneemt u hier zoal?**

“Wij hebben een wandelgroep in Leusden. Wij gaan iedere woensdag ochtend, om de 2 weken, met een groep mensen dan een route lopen. Dan kijken we hoeveel mensen er mee lopen en dan zorgen we dat er halverwege genoeg koffie is voor iedereen. Dan lopen we over de hele omgeving want het is hier zo mooi”

- **Van welke voorzieningen maakt u gebruik tijdens zo'n bezoek aan het NP? (horeca, ov, informatieborden, parkeerplaatsen, bankjes ...) Hoe bent u hier gekomen?**

“We zitten wel eens op bankjes, informatieborden, horeca en we gebruiken de parkeerplaats. Ook de routes volgen wij graag. We gebruiken de app topoGPS om de routes op te zoeken en te kijken waar we heen willen en welke route te volgen. Vinden het leuk om te zien wat degene die de routes uitgezet heeft wil dat je ziet.”

- **Heide versus bos, waar ligt uw voorkeur?**

“Wij vinden de afwisseling in het landschap juist heel mooi. Niet allemaal bos, dat vind ik wat saai. Het is echt de combinatie van landschappen. Is wel jammer dat de heide door stikstof vergrassen en daardoor duur zijn om te beheren.”

- **Favoriete plek? Welk gevoel krijgt u bij deze plek?**

“Wij vinden heel de Heuvelrug heel mooi. Je hebt de zanderij in de buurt, die is ook heel mooi. Verder zijn de bossen en de heide prachtig. Ook die uitkijktoren is leuk om een keer op te gaan”

- **Wat zou u als recreant graag zien in het gebied? (denk aan voorzieningen, veranderingen in natuurtype enzo)**

“Niet iets specifiek. We zouden het liefst wat meer bankjes zien. Ook daar hebben wij een app voor. De voorzieningen hier zijn over het algemeen wel goed.”

- **Heeft u een mening over natuurtoerisme? Wat vindt u hiervan? Zou het volgens u eventueel minder of meer moeten? NL overheid wil internationaler. Goed idee internationaler zoals in Amerika?**

“Op het ogenblik is het drukker dan normaal. Op zaterdag en zondag moet je hier niet komen hoor. Je kan dan het beste diep het gebied in gaan. Dan kan je toch nog rust vinden. Op zaterdag en zondag is het eigenlijk te druk.”

- **Heeft u wel eens overnacht in bv een natuurgebied, zo ja doen jullie dat vaker?**

“Ja, wij zitten op de camping bij Elst af en toe. Ook een prachtige omgeving. Wij lopen veel lange afstand paden en dan kom je ook langs de mooiste plekken. Wij vinden altijd de Nederlandse natuur het mooist. Dan moeten we met corona op vakantie in eigen land. Nou dat vinden wij helemaal geen straf hoor.”

Interview: koppel met herder (activiteitgerichte recreant)

- **Motivatie bezoek. Waarom bent u hier? Heeft u bronnen geraadpleegd om op de hoogte te zijn van deze plek?**

“Nou eigenlijk om de hond uit te laten.”

- **Mogen we vragen waar u vandaan komt?**

“Wij wonen hier pal achter. Zo 3 à 4 keer per dag komen wij hier met de hond. Wij kunnen lopend hierheen.”

- **Bent u hier vaak? Welke activiteiten onderneemt u hier zoal?**

“Wij zijn hier iedere dag met de hond een aantal keer en gaan af en toe wandelen in het bos.”

- **Van welke voorzieningen maakt u gebruik tijdens zo'n bezoek aan het NP? (horeca, ov, informatieborden, parkeerplaatsen, bankjes ...) Hoe bent u hier gekomen?**

“Eigenlijk het enige is dat we een kopje koffie of een wijntje en lunch doen bij die horecagelegenheid daar.”

- **Heide versus bos, waar ligt uw voorkeur?**

“Zelf is mijn voorkeur het bos maar voor de hond is deze vlakte leuker. De afwisseling van het landschap is voor de hond heel fijn om lekker even te rennen.”

- **Favoriete plek? Welk gevoel krijgt u bij deze plek?**

“Ik denk op het terras van de horecagelegenheid. Daar zit je in de zomer heerlijk met het uitzicht en een hapje en een borreltje.”

- **Heeft u het gevoel dat het drukker is geworden in het gebied?**

“Ja, denk dat door corona meer mensen honden hebben gekocht en meer zijn gaan wandelen. Ik zie veel mensen met jonge honden die zo 1,5 jaar oud zijn. Vóór corona was het veel rustiger. Als je hier op zaterdag of zondag bent is het afgeladen. Als de zon schijnt is het helemaal veel te druk hier. Dan zijn de parkeerplaatsen vol, overal auto's. Ook langs de wegen staat het dan vol met auto's. Dan lijkt het echt een toeristische trekpleister. Wij hebben er eigenlijk niet veel last van want de hond moet toch lopen.”

- **Wat zou u als recreant graag zien in het gebied? (denk aan voorzieningen of veranderingen in natuurtype)**

“Graag meer afvalbakken. Als ze nou in ieder geval op plekken waar mensen samenkomen, bijvoorbeeld op zo een veldje als dit, 1 of 2 afvalbakken zouden neerzetten.”

- **Heeft u een mening over natuurtoerisme? Wat vindt u hiervan? Zou het volgens u eventueel minder of meer moeten? NL overheid wil internationaler. Goed idee internationaler zoals in Amerika?**

“Ja ik snap het wel. Als ik in de stad zou wonen ofzo zou ik ook het bos opzoeken met de auto. Wij vinden de drukte ook niet per se storend. Wij moeten toch met de hond uit. Er is hier zoveel ruimte dus dat is prima. Ook onze hond vindt: hoe meer andere honden, hoe beter. Mijn schoonzus doet het wel, die gaat echt naar een ander wandelgebied als het voor haar gevoel te druk is.”

“Het enige dat wel storend is, is dat als het druk is dat mensen hier gaan zitten lunchen. Alleen zijn hier geen prullenbakken en dan ligt de rommel overal verspreid. Dus regelmatig ligt er bij de bankjes hier afval. Soms neem ik of iemand anders wat afval mee maar het is wel vervelend en vaak te veel om mee te nemen.”

Over internationaal natuurtoerisme: “Ik denk dat na de jaren die wij gehad hebben dat alles dat kan bijdragen aan een goede economie goed is. Als er toeristen komen dan is dat goed voor de middenstand en dat is wel fijn.”

Interview: Marketing coördinator Laura Nieuwenhuis bij het RBT

- **Hoelang ben je al werkzaam bij het RBT? En wat houdt je functie precies in?**

“Sinds vorig jaar augustus werk ik als coördinator marketing bij het RBT. Hiervoor werkte ik al wel als freelance kracht bij het RBT. Met mijn functie richt ik mij op het coördineren van marketing projecten, dit doe ik samen met het marketing team. Zo leiden wij bijvoorbeeld campagnes. Voor de rest voer ik zelf nog wat overkoepelende taken uit. Het RBT is eigenlijk van origine een dmo (destination marketing organization), echter komen wij nu dichterbij een destination management organization omdat wij ook veel bezig zijn met het sturen van de toeristenstroom op een verantwoorde manier.”

- **Wie zijn jullie doelgroepen? Welke hiervan is het grootst? Leeftijdscategorie.**

“Wij richten ons zowel op bezoekers als bewoners. Deze doelgroepen zijn onderverdeeld in drie groepen: de actieve 65+er, jonge gezinnen met kinderen en lokale bewoners. Qua motiefgroepen hebben wij vaak te maken met stijlzoekers, gezelligheidszoekers en inzichtzoekers. Wij besteden extra aandacht aan toeristen die wat langer blijven, meer uitgeven en de waarde begrijpen van de plek waar ze zijn. Vrijwel alle campagnes die wij doen zijn gericht op Nederland, de regio en bewoners. Enkele campagnes, zoals een campagne gericht op kastelen en buitenplaatsen in provincie Utrecht en de vakantiecampaagne, proberen wij in een bredere zin onder de aandacht brengen. Soms wordt bijvoorbeeld België er ook bij betrokken.”

- **Hoe werken jullie samen met de stichting NPUH? Wat is jullie belang bij deze samenwerking?**

“Aangezien zij op hetzelfde kantoor als wij werken, kunnen wij gemakkelijk toenadering zoeken wat betreft natuur gerelateerde vraagstukken waar wij mee bezig zijn. Dit scheelt al heel wat voor ons, want hierdoor hoeven wij niet op zoek te gaan naar antwoorden bij veel verschillende terrein behorende organisaties (TBO's). Daarnaast leveren wij een bijdrage aan hen in de zin dat zij ten behoeve van de bescherming van de natuur het geld nodig hebben wat uit recreatieve voorzieningen is opgehaald.

- **Hoe vind je dat deze samenwerking verloopt?**

“Ik ervaar onze samenwerking met stichting NPUH als erg prettig. Ondanks dat wij verschillende organisaties zijn met een andere focus weten wij elkaar goed aan te vullen. Dit is af te leiden aan het feit dat wij beiden de natuur willen beschermen. Door dit samenspel weten wij beiden te profiteren van elkaars diensten.”

- **Wat is de bijdrage van de heidegebieden aan de RBT? Hiermee bedoelen wij bijvoorbeeld dat er meer boekingen/aanmeldingen zijn voor activiteiten wanneer de heide in bloei staat**

“Zodra de heide in bloei staat, is dit inderdaad heel gunstig voor ons. Dit biedt voor ons natuurlijk de kans om te laten zien hoe mooi nou zo'n natuurgebied kan zijn. Wij merken zelf dat wanneer de heide in bloei staat dat er dan extra veel aandacht uitgaat naar het verhaal achter de heide. En wij zijn dan zelf ook erg enthousiast om hier het een en ander over te delen met de bezoekers.”

- **Gesteldheid van heide is zoals je misschien weet niet heel goed. Draagt de RBT bij aan de bescherming/behoud van de heidegebieden op de UH? Denk aan donateurs, activiteiten die jullie organiseren etc.**

“Ik moet eerlijk bekennen dat ik hier niet zozeer van op de hoogte was. Het is daarnaast niet onze rol om actief bezig te gaan met de bescherming van de heidegebieden. Uiteraard houden wij rekening met de kwetsbaarheid van een natuurgebied als hierover bekend is dat de toeristen dermate deze kwetsbaarheid aantasten. Echter gebeurt dit alleen als wij hierover een direct bericht ontvangen van bijvoorbeeld stichting NPUH of Staatsbosbeheer. Pas bij directe problemen zullen wij toeristen een andere plek opsturen.”

- **Weet je hoeveel de heidegebieden op de UH bijdragen aan de dienst natuurtoerisme? Hoeveel mensen schat je die specifiek voor de heide komen?**

“Oeh dit is een interessante vraag, ik moet eerlijk zeggen dat ik dit nu zo niet expliciet weet. Ik vind dit wel heel interessant om even na te vragen bij onze directeur. Mocht ik hier een antwoord op vinden dat zal ik jullie hierover van op de hoogte stellen.”

Interview: Marketing coördinator Laura Nieuwenhuis bij het RBT

- **Heb jij het gevoel dat er een toename/afname is opgetreden in de afgelopen jaren wat betreft natuurtoerisme? Wat denk jij dat de oorzaken hiervoor zijn?**

“Ja, ik heb zelf wel echt een toename waargenomen en ik verwacht dat dit zelfs na deze periode nog zo blijft. Nieuwe groepen hebben als het ware kennisgemaakt met natuurparken en deze opgewekte interesse is nu al aangewakkerd. Het Routebureau had ook al aangegeven dat er nu aanzienlijk meer wandelaars in de natuurgebieden te vinden zijn.”

- **Zoals je misschien weet heeft de overheid een nieuw beleidsadvies geschreven (Governance nationale parken) wat inhoudt dat zij in de komende jaren de NP's internationaal op de kaart willen zetten. Wat vind jij hiervan?**

“Dit vind ik een hele lastige vraag. Als ik kijk vanuit de visie van de ondernemers, die in of rondom het nationaal park zitten, dan halen zij hier ontzettend veel uit. Als internationale toerist zal je opzoek gaan naar een nationaal park, want dit is als het ware een soort stempel wat aangeeft dat hier mooie natuur te vinden is. Benoemingswaardige natuur als het ware. Het belang van het beschermen van de natuurgebieden zal op zo'n manier onder de aandacht gebracht worden. Maar dat wil niet zeggen dat ik rijen dik bij entrees graag zie die dan vervolgens de hele boel platlopen. Je moet dus als het ware hier een balans in zoeken. We willen dan ook alleen de doelgroep aanspreken die de waarde van het nationale park ook echt begrijpt. Dus ja ik ben er blij mee, maar ik zie niet graag een bus vol met toeristen.”

- **Welke kostenposten zijn gemoeid met het aantrekken van natuurtoerisme in de heidegebieden van de Heuvelrug? Denk jij dat deze kostenposten verminderd zouden kunnen worden in het belang van jullie organisatie, zo ja hoe?**

“Wij doen zelf niet echt een campagne gericht op de heide, dus daar zijn vanuit ons niet echt kosten mee gemoeid. Toeristen aan te trekken naar de heide doen we slechts met een leuk social media bericht, maar dus niet met een campagne.

- **Innen jullie subsidie? Zo ja, welke zijn dat?**

“Dat verschilt eigenlijk een beetje. Vanuit de provincie wordt er op een gegeven moment gezegd wat zij als belangrijk achten om aandacht voor te vragen. Zoals bijvoorbeeld provinciale spreiding van de toeristenstroom. En op basis daarvan kunnen wij overleggen welke campagne(s) wij zouden opzetten en of hier dus subsidies aan gekoppeld kunnen worden. Wij zijn een stichting, dus wij zijn daarbij afhankelijk van subsidies (sturing vanuit de gemeente) en van extra projecten die wij aanpakken. Wij spelen dus in op de vraag die er op dat moment is.”

- **Gezien jullie organisatie baat heeft bij een gezonde, biodiverse natuur vroegen wij ons af of jij nog een goed idee hebt om organisaties te betrekken bij de bescherming/ontwikkeling van de natuur.**

“Ik denk dus dat de ondernemers die rondom en in het nationaal park zitten wel snappen wat het belang van een gezonde en aantrekkelijke natuur is. Zij zijn namelijk afhankelijk van de stroom aan mensen die aangetrokken wordt door het natuurgebied. Ondernemers voelen zich op dit vlak waarschijnlijk wat buitengesloten, want zij worden niet erg betrokken in bijvoorbeeld toekomstplannen over natuurzaken die door TBO's worden uitgevoerd. Terwijl dit ook zeker wel invloed heeft op hun werkzaamheden. TBO's geven de indruk dat ze bang zijn dat ondernemers hun natuurgebieden zullen schaden, terwijl als zij hierbij betrokken zullen worden dat dan duidelijk wordt gemaakt dat ondernemers ook belang hebben bij de natuurgebieden en die waarde ook echt wel inzien. Kortom een nauwere samenwerking tussen TBO's en de ondernemers zou al heel wat schelen betreft de bescherming van de natuur.”