



Natuur & Toerisme

De Zeeuwse Natuurbeleving

Colofon

Deze themapublicatie is een uitgave van Kenniscentrum Kusttoerisme.
© 2018, Kenniscentrum Kusttoerisme en Lectoraat Healthy Region

Bij het samenstellen van deze publicatie is de grootste zorgvuldigheid betracht. Kenniscentrum Kusttoerisme is echter niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie in deze publicatie.

Kenniscentrum Kusttoerisme
p/a HZ University of Applied Sciences
Postbus 364
4380 AJ Vlissingen
Telefoon: 0118 - 499 640
E-mail: info@kenniscentrumtoerisme.nl
Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl
Twitter: [@KCKusttoerisme](https://twitter.com/KCKusttoerisme)
Facebook: facebook.com/kenniscentrumtoerisme

Auteurs

Peter Kruizinga
Jorrit Bijl
Margot Tempelman

Fotografie

Het Zeeuwse Landschap, Milou Ton, Scott Webb, Thijs Tuurenhout,
Ben van Aken, Koppelmans, Photographics en Ben Seelt.

Grafische vormgeving

Kees Hoendervangers, www.dtp-plus.nl

Inhoud

Inleiding	1
Van toen tot nu	3
Waardering Zeeuwse natuur	5
Iedere toerist andere natuur	9
Zeeland 20 tinten groen	15
Indelen van toeristen en natuur	17
Mogelijkheden natuur en toerisme	20
Bronnenlijst	22



Inleiding

Als we het woord 'natuur' letterlijk nemen dan is dat alles op en in de aarde, in zijn oorspronkelijke verschijningsvorm. Natuur is dan min of meer synoniem aan 'wildernis' en staat daarmee tegenover cultuur, technologie, beschaving, kortom alles wat de mens aan de 'natuur' veranderd heeft of wat door hemzelf is ingericht. Volgens deze opvatting kennen we in Nederland eigenlijk geen echte natuur, in de zin van een gebied waar de mens geen invloed heeft. De Waddenzee wordt vaak als voorbeeld aangehaald waar dit nog wel (grotendeels) het geval is, maar ook daar heeft de mens onmiskenbaar invloed.

Het Nederlandse natuurbeheer is doordrongen van de visie dat de natuur zijn gang moet kunnen gaan, al worden er ook oude cultuurlandschappen beheerd en beschermd. Volgens deze opvatting zou echte natuur groot en woest moeten zijn, zonder mensen. Om de menselijke invloed uit te bannen, zetten beheerders grote grazers uit en trekken ze bomen om (Dijksterhuis, 2011). Maar daarmee grijpen ze zelf weer in.

De grens tussen natuur en cultuur is dus, zeker in ons land, niet scherp te trekken. En in de laatste jaren zien we steeds meer nieuwe natuur, ontstaan door akkerland of weiden kunstmatig om te vormen in gebieden waar de natuur zijn gang kan gaan, maar dan wel in een gewenste richting, bijvoorbeeld door een gebied niet meer te ontwateren, waardoor wetlands ontstaan, of door het kaal te houden door de inzet van grazers. Voorbeelden daarvan zijn er in Zeeland te over, bijvoorbeeld Plan Tureluur aan de zuidkant van Schouwen-Duiveland, aangelegd om het verlies van foerageergebieden voor vogels te compenseren dat de uitvoering van de deltawerken met zich meebracht. Een soortgelijk voorbeeld is het Noordervroon bij Westkapelle, of Waterdunen in Zeeuws-Vlaanderen. En het meest omstreden voorbeeld van allemaal: de Hedwige polder die, als compensatie voor het verlies van natuurwaarden door de verdieping van de Westerschelde, wordt ontpolderd, waardoor daar een nieuw estuarien natuurgebied zal ontstaan, als onderdeel van het grenspark Groot Saeftinghe (Provincie Zeeland, 2017). Cultuurlandschap wordt natuur.

Natuur is niet voor iedereen hetzelfde, iedereen kent zijn eigen betekenis toe aan de natuur. De interpretatie en beleving van natuur verschilt van

persoon tot persoon. Waar natuurbeherende partijen de natuur graag in stand willen houden of zelfs verder ontwikkelen, gebruikt de visserij de natuur als kweekvijver voor hun nog te vangen vis. Ook toeristen gebruiken door te recreëren en beleven op uiteenlopende wijze de natuur. Ondanks alle betekenissen zullen velen de natuur als betekenisvol ervaren.

Hoe verschillende type toeristen natuur beleven staat in deze publicatie centraal. Daarbij wordt niet alleen stilgestaan bij natuurgebieden, maar wordt ook gekeken naar (cultuur)landschappen. Welke type toeristen passen bij welk type natuur (landschap). Uiteindelijk wordt afgesloten met een hoofdstuk met voorbeelden hoe natuur en toerisme elkaar kunnen versterken of aanvullen.

Van toen tot nu...

We kunnen ons overweldigd voelen worden door de schoonheid van de natuur, of ons nietig voelen op een uitgestrekt strand of op zee. Natuur doet ons wat en zegt ook iets over datgene wat het leven betekenis geeft. Natuur is vooral 'het andere': dat wat ouder, groter of sterker is dan wijzelf (Drenthen, 2002). Tot het ontstaan van het wetenschappelijke denken van de Verlichting, eind 18de eeuw, bestond er niet zo iets als een afzonderlijke 'natuur', naast cultuur. De kerk leerde dat God de wereld had gemaakt en ook bestuurde. Dat was 'de natuur': hemel, aarde en alles wat daarin en op was, inclusief mensen. De natuurlijke ordening lag daarmee vast. Tijdens de verlichting begon men alles te onderzoeken en alle kennis systematisch vast te leggen. Het streven was naar een objectieve waarheid en rationalisme. De mens plaatste zich daarmee buiten de natuur. Hij was degene die uiteindelijk alle natuurlijke processen zou kunnen verklaren.

De romantici van eind 18de, begin 19de eeuw keerden zich sterk af van het rationele denken. Zij legden juist de nadruk op de subjectieve ervaring, waarvan natuurbeleving een essentieel onderdeel was. Voor hen was natuur een eretitel, voor plekken die nog niet eerder door andere mensen werd gebruikt. Op het platteland waren in hun ogen mens en natuur één. Als één van de uitvloeisels van die opvatting ontstond in Duitsland in het eind van de 19de eeuw de Wandervogel beweging: een protestbeweging tegen verstedelijking en industrialisatie. Jongeren (aanvankelijk alleen jongens) trokken de natuur in om samen te wandelen, te kamperen en aan sport te doen. In dezelfde traditie kunnen we de beweging van natuurliefhebbers plaatsen: mensen die met een botaniseertrommel de natuur ingingen. Een zeer beroemde onder hen werd de onderwijzer en schrijver Jacques P. Thijsse, die in 1904 het initiatief nam voor de oprichting van de Vereniging tot behoud van Natuurmonumenten, die met obligaties (een vorm van crowdfunding avant la lettre) het eerste Nederlandse beschermde natuurgebied in Nederland wist te realiseren, het Naardermeer, dat anders was veranderd in een vuilnisstort van Amsterdam. Thijsse legde met zijn natuuralbums - plaatjes die werden uitgegeven door koekfabrikant Verkade- de basis voor het belang van natuurbehoud en wekte natuurbesef bij brede groepen. Dit valt tegenwoordig niet meer weg te denken.

Natuur is essentieel voor recreatie en toerisme en staat stevast hoog op de agenda van de politiek, zowel in Europa als landelijk, regionaal en plaatselijk. De recreant zal zich daarbij niet of nauwelijks afvragen in hoeverre die natuur echt oorspronkelijk is. Vaak gaat het ook om de combinatie van natuur en landschap. De mooiste landschappen, waarin de meeste dier- en plantsoorten willen en kunnen leven, zijn gemaakt door mensen en natuur samen. Landschappen met bomenrijen, hooilanden, veenweiden, heiden, veenplassen, weilanden, hagen- en houtwallenlandschappen en kleinschalig akkerland zijn alleen al uit cultuurhistorisch oogpunt het bewaren waard, net zo goed als historische binnensteden. Van zulke landschappen genieten mensen. Niemand kampeert op een bedrijventerrein, vrijwel iedereen gaat op zomervakantie naar een mooi landschap, waarvan het bijna niemand kan schelen of het echte natuur is of cultuurlandschap (Dijksterhuis, 2011). Zeker ook cultuurlandschappen worden door bezoekers gewaardeerd.



Waardering Zeeuwse natuur

Een grote kans dat de foto die de toerist in Zeeland maakt een relatie heeft met het landschap en de Zeeuwse natuur. Jaarlijks bezoeken miljoenen toeristen Zeeland. Ondanks dat een dagje naar het strand of een fietsvakantie door Zeeuws-Vlaanderen op het oog niet direct een relatie heeft met de natuur blijkt dat toeristen juist de landschappelijke en natuurlijke elementen erg kunnen waarderen. Waarbij duidelijk wordt dat toeristen niet één duidelijke lijn trekken tussen natuur en landschap.

Een deel van de toeristen bezoekt tijdens het verblijf in Zeeland bewust een natuurgebied. In 2015 bezocht 37% van alle buitenlandse toeristen in Zeeland een Zeeuws natuurgebied. Ook Nederlandse dag- en verblijfstoeristen bezoeken natuurgebieden gedurende hun bezoek aan Zeeland. Zo bezochten ruim 300.000 Nederlandse verblijfstoeristen in 2016 een Zeeuws natuurgebied (NBTC, 2015a, NBTC-Nipo Research, 2018).

Toeristen relateren Zeeland vaak aan water, zee, ruimte en strand. Belgische en Duitse vakantiegangers roemen dan ook de aantrekkelijkheid van het landschap. Onze zuiderburen associëren het aantrekkelijke Zeeuwse landschap met natuur. Door het Zeeuwse landschap actief te beleven geeft de Duitse toerist aan te kunnen ontspannen. De frisse (zee)lucht en de weidsheid van het landschap is voor hen reden om naar Zeeland te rijden. Een bezoek aan Zeeland gaat daarom bijna altijd gepaard met een herinnering aan het landschap. De oneindigheid, uitgestrektheid en weidsheid van Zeeland zijn eigenschappen die als uniek voor Zeeland wordt ervaren (NBTC Holland Marketing, 2014).

“Die Ruhe, die Natur, das Unverbaute. Sowas findet man sehr selten, und genau das macht Zeeland aus und genau deswegen sind wir so oft es möglich ist dort”.





Gemiddeld waarderen respondenten van het Zeelandpanel hun laatste bezoek aan een Zeeuws natuurgebied met een 8,5. Bezoekers uit België (8,9) en Duitsland (8,6) waarderen hun bezoek aan het Zeeuws natuurgebied hoger dan Nederlandse bezoekers (8,3).

Op de fiets, wandelend over het schelpenpaadje of tijdens het duiken in de Oosterschelde, de toerist beleeft en ervaart de Zeeuwse natuur en landschap op uiteenlopende momenten tijdens verschillende activiteiten. Opvallend is wel dat tijdens de activiteiten de natuur een belangrijk element vormt van de totaalbeleving. De landschapsbeleving is zelfs de belangrijkste motivatie om te gaan wandelen, fietsen of te gaan duiken.

Uit recent onderzoek naar wandelen blijkt dat het landschap en de natuur het meest zijn bijgebleven van de wandeling. Ook in dit geval refereren toeristen aan de mooie uitzichten, de verscheidenheid van het landschap en de rust. Elementen als het weer en de seizoenen versterken de natuur/ landschapsbeleving (Kenniscentrum Kusttoerisme, 2016).

“De fietstocht van Westschouwen naar Zierikzee is bijgebleven. Helemaal langs het water kunnen fietsen, met mooie natuur en prachtige fietspaden.”

Als vijf-sterren fietsprovincie wordt het recreatieve fietsen in Zeeland met ruim een 8 beoordeeld. Zeeland scoort hoog op de aantrekkelijkheid van de omgeving. Volgens onderzoek van de ANWB is het ultieme fietspad in Zeeland een fietspad, waar je nergens anders op moet letten dan op de natuur om je heen (ANWB, 2016).

Ook op en onder water speelt de natuur en het landschap een belangrijke rol. Zeilend over de Zeeuwse wateren genieten watersporters van de natuur. Vanuit meer dan 100 duikstekken in Zeeland wordt gedoken om de onderwater flora en fauna te beleven. De Oosterschelde noemt men wel de kraamkamer van de Noordzee. Hier worden volgens de Duikersgids per vierkante meter meer dan 250 levensvormen waargenomen.

“De aankomst in de duinen en het plotse uitzicht op de zee plus de ontmoeting met een kudde paarden”

Het waarnemen van met name grote levensvormen zoals herten, zeehonden en wilde paarden geeft de wandeling, fietstocht of duik van de toerist een extra dimensie. Zo ervaren veel toeristen de burlende herten in de maanden september en oktober als een speciaal verschijnsel, die de belevingswaarde van een activiteit of bezoek doet toenemen (Goossens & Boer, 2008).

Uit bovenstaande voorbeelden blijkt dat de natuur een belangrijke rol speelt tijdens de activiteiten van de toerist in Zeeland. In veel gevallen geldt het landschap of de natuur zelfs als belangrijkste reden om deze activiteit te ondernemen. Toch beperkt de natuurbeleving van de toerist zich niet tot het zien van bijzondere flora en fauna in een natuurgebied. Dat Neeltje Jans, Kust West-Zeeuws Vlaanderen en Brouwersdam in de top 5 van het Zeelandpanel staan van meest bezochte natuurgebieden geeft aan dat natuur (gebied) in brede zin wordt beleefd. De fiets- of wandeltocht kan ook door een cultuurlandschap gaan waarbij toeristen dit ervaren als natuur.



Iedere toerist andere natuur

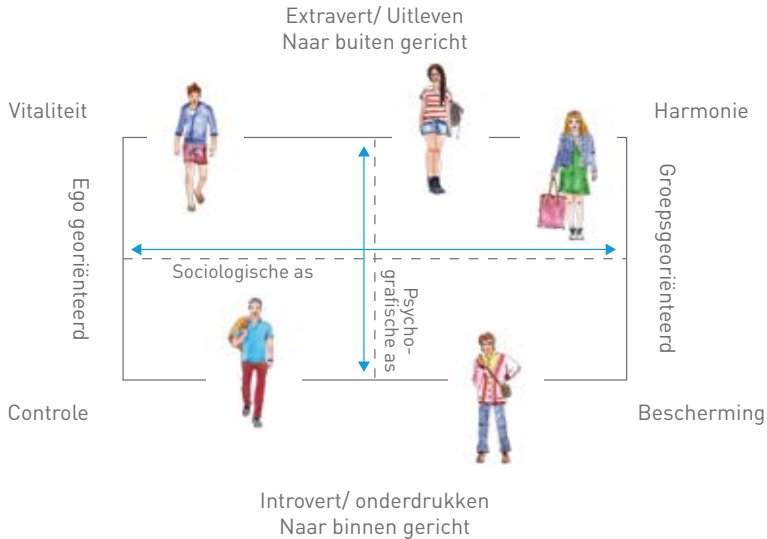
In veel gevallen vormt de Zeeuwse natuur een belangrijk component tijdens het bezoek aan Zeeland. Soms als decor waardoor de bezoeker wandelt of om specifiek zeehonden te spotten. Afhankelijk van het type bezoeker en de motivatie verschilt de natuurbehoefte en daarmee ook de natuurbeleving. Het is daarom ook belangrijk om het product 'natuurbeleving' zo goed mogelijk af te stemmen op de doelgroep.

Toch zijn er een aantal aspecten, die ongeacht de doelgroep belangrijk zijn voor het toerisme in de natuur/ landschap. Zo willen bijna alle toeristen dat er een uitgebreid netwerk is van goed onderhouden wandel- en fietsenpaden. Bewegwijzering met informatiepanelen en routes verhogen de kwaliteit. Ook dat de gebieden zelf goed bereikbaar zijn. Al hoeft niet ieder natuurgebied volgens het onderzoek van Alterra vrij toegankelijk te zijn. Rust (afwezigheid omgevingslawaai), ruimte, water en een 'natuurlijk uiterlijk' dragen voor iedere doelgroep bij aan hun belevingswaarde van natuur (Goossen & Boer, 2008).

Zonder uitgebreid in te gaan op verschillende type doelgroepen kunnen we stellen dat motivatie (waarom komt de toerist naar een bepaald (natuur) gebied?) en de leefstijl van de toerist invloed hebben op de natuurbeleving. Goossen en De Boer hebben vijf (recreatie) motieven ontwikkeld, namelijk 'Er tussen uit', 'Gezelligheid', 'Interesse' 'Opgaan in de natuur' en 'Uitdaging'. Het motief kan van dag tot dag verschillen. Toeristen hebben dus niet perse één motief om de natuur te bezoeken, dat kan per bezoek verschillen of soms heeft men meerdere motieven tijdens hetzelfde bezoek.

Doordat het motief van bezoek tot bezoek kan wisselen, geeft de leefstijl van een persoon verdere invulling aan de gewenste natuurbeleving. Om verschillende leefstijlen te onderscheiden hanteren we twee dimensies: de sociologische (ego/groep) en de psychologische dimensie (introvert/extravert). Op deze wijze ontstaan er vier kwadranten oftewel belevingswerelden. Bezoekers vallen nooit voor 100% in één belevingswereld, meestal zijn één of twee belevingswerelden dominant. De mensen in de verschillende belevingswerelden gaan op andere momenten op vakantie, of bezoeken een andere bestemming

of ondernemen andere activiteiten. Zo ervaren bezoekers die graag andere mensen ontmoeten (groepsgericht zijn) drukke gebieden als minder storend. In Zeeland onderscheiden we binnen de vier belevingswerelden vijf segmenten/ groepen mensen. Om het zo concreet mogelijk te maken hebben de vijf groepen allen een naam gekregen, namelijk Moniek, Kai, Eva, Ria en Pieter.

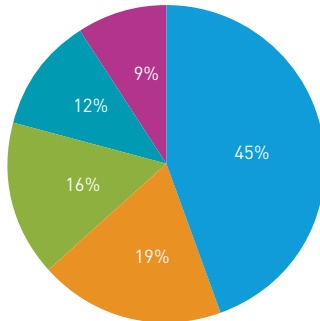


Zo beleeft bijvoorbeeld de energieke en avontuurlijke Kai die wil mountainbiken op Schouwen-Duiveland het gebied heel anders dan de nuchtere Ria die graag tot rust wil komen door een stevige wandeling te maken door het bos op Schouwen-Duiveland. Toch kan Ria de volgende dag ook willen mountainbiken en aansluitend een gezellig bakje koffie willen drinken, maar doordat zij een andere leefstijl heeft geeft zij een andere, minder extreme, invulling aan de activiteit.

Op basis van het motief en de leefstijl stelt ieder persoon andere voorwaarden aan het product 'natuurbeleving'. Deze voorwaarden leiden tot de volgende vragen in relatie tot inrichting en beheer:

- Gebruikswaarde (voorzieningenniveau): in welke mate hecht de doelgroep waarde aan voorzieningen zoals paden, banken en bewegwijzerde routes?
- Belevingswaarde: in welke mate heeft de doelgroep behoefte aan afwisseling (flora en fauna) en aan rust?
- Narratieve waarde: in welke mate heeft de doelgroep behoefte aan Informatie (Smits, Heide, Dagevos, Selnes & Goossen, 2016)?

Peiling Zeelandpanel: Motivatie laatste bezoek Zeeuws natuurgebied N=277



■ Er tussen uit ■ Gezelligheid ■ Opgaan in de natuur ■ Uitdaging ■ Interesse

Wat motiveert bezoekers om een Zeeuws natuurgebied te bezoeken? Bijna de helft van de respondenten van het Zeelandpanel bezocht in 2016 Zeeuwse natuurgebieden om even de batterij op te laden (Er tussen uit – 45%). Ook bezochten respondenten Zeeuwse natuurgebieden om samen met vrienden/familie er gezellig op uit te gaan (Gezelligheid – 19%) of vooral omdat zij geïnteresseerd zijn in de natuur (Opgaan in de natuur – 16%). Uit eerdere onderzoeken blijkt dat met name de mensen die natuur bezoeken om ‘er tussen uit’ te gaan, de natuur vooral ervaren als decor, zij willen in het groen zijn, in de natuur verblijven. Toeristen die gezellig samen met vrienden of familie natuur bezoeken willen graag voorzieningen in de natuur. In tegenstelling tot het motief ‘opgaan in de natuur’, die liever geen of weinig voorzieningen in de natuur wensen (Goossen & Boer, 2008; Smits et al., 2016).

Hieronder volgen persona's met specifieke leefstijlen en een motivatie om de natuur te bezoeken. Per persoon wordt aangegeven in welke mate hij of zij behoefte heeft aan voorzieningen, informatie, diversiteit van flora en fauna en rust.

Kai: Kai gaat mountainbiken op Schouwen-Duiveland. Hierbij is hij opzoek naar *uitdaging* en avontuur!

Kenmerken: Kai heeft de voorkeur voor duinen, ongerepte bossen. Het gebied moet het liefst groot en glooiend zijn.

Voorzieningenniveau: Kai heeft weinig behoefte aan voorzieningen, zoals informatiepanelen en routes. Op zijn mountainbike rijdt hij het liefst over onverharde singletracks.



Belevingswaarde: Kai heeft de ruimte nodig, hij wil een prestatie neerzetten. De ongerepte natuur draagt als decor bij aan zijn unieke mountainbike beleving.

Informatiebehoefte: Kai zoekt praktische informatie die noodzakelijk is voor het mountainbiken. Achtergrondinformatie over het gebied heeft Kai niet nodig.

Moniek: Moniek wandelt met een vriendin en kinderen door de Manteling. Ze spelen verstoppertje met de kinderen en kletsen tussendoor *gezellig* bij.

Kenmerken: Moniek houdt van kleine, overzichtelijke (cultuur)landschappen die goed zijn onderhouden.

Voorzieningenniveau: Moniek waardeert picknickbanken met daarbij een aantal speeltoestellen waar de kinderen kunnen uitrusten en spelen. Tijdens de wandeling loopt ze het liefst over half verharde paden (grind, schelp of houtsnippers). Ter afsluiting van de wandeling wil ze nog een bakje koffie of lunch doen bij een horecagelegenheid.

Belevingswaarde: Moniek wil gezamenlijk kunnen genieten van de omgeving en het buiten zijn. Dat er meerdere mensen in het gebied doet geen afbreuk aan de natuurbeleving van Moniek.

Informatiebehoefte: Moniek wil weten hoe lang de blauwe route is, maar ook waar de dichtstbijzijnde horecagelegenheid is. Moniek en haar kinderen kunnen het verhaal waarderen over de ridder die hier vroeger heeft geleefd. Feitelijke informatie over flora en fauna vinden Moniek en haar kinderen niet interessant.

Pieter: Aan de hand van een route-app gaat Pieter samen met zijn vrouw er *even tussen uit* door te fietsen langs de kust van West Zeeuws-Vlaanderen waar ze verblijven in de gloednieuwe accommodatie bij Waterdunen.

Kenmerken: Pieter waardeert bovengemiddeld een bos-, heide- en duinlandschap.

Voorzieningenniveau: Hij heeft een voorkeur voor unieke uitkijkpunten, maar onderneemt ook graag activiteiten als yoga en theater in de natuur. Wandelingen of fietstochten doet Pieter graag over goede (verharde) paden en routes in de natuur.

Belevingswaarde: Pieter kan genieten van de natuur en de rust, ruimte en weidsheid om zich heen. Het biedt hem de mogelijkheid te ontspannen, ontstressen en na te denken.

Informatiebehoefte: Informatie over de natuur, maar nog belangrijker informatie over de route, uitkijkpunten, horeca en activiteiten die hem helpen te ontspannen.

Eva: Na een week vol deadlines wil Eva samen met haar vriend eropuit. Ze hebben de fotocamera meegenomen en hopen tijdens hun kanotocht op het Veerse meer met haar krekken een aantal mooie foto's te maken.

Kenmerken: Samen actief genieten van de omgeving en de natuur. Hierbij waardeert Eva het zien van vogels, grote grazers en mooie bloeiende klaprozen of heide.

Voorzieningenniveau: Eva heeft geen behoefte aan veel voorzieningen, maar een plaatselijk kroegje waar ze lokale lekkernij kan proeven zal Eva waarderen. Verder rust Eva uit op een boomstronk. De paden moeten het liefst onverhard zijn.

Belevingswaarde: Een diversiteit aan flora en fauna, weinig mensen tegenkomen dragen allemaal bij aan een authentieke natuurbeleving van Eva.

Informatiebehoefte: Informatie zoekt Eva via haar eigen kanalen/ communities. Hierbij zoekt ze informatie over wat anderen allemaal in het gebied hebben beleefd. Zo weet ze vervolgens waar ze bijvoorbeeld het Kluten kan spotten.

Ria: Ria trekt er samen met haar wandelgroep er vroeg op uit om onder begeleiding van een gids te wandelen door het Land van Saeftinghe. Ria gaat altijd op in de natuur.





Kenmerken: Ria houdt van de slikken en schorren die Zeeland te bieden heeft.

Voorzieningenniveau: Ria waardeert educatieve voorzieningen bijvoorbeeld een vogelspotlocatie. Daarentegen heeft Ria niet per se behoefte aan horeca. Paden mogen van Ria onverhard zijn.

Belevingswaarde: Ria hecht veel belang aan bijzondere soorten planten en dieren. Zij zal speciaal naar een gebied gaan wanneer er bijzondere natuurfenomenen zich voordoen zoals baltsende futen. Indien er veel andere mensen zijn in het natuurgebied zal de natuurbelevingswaarde voor Ria lager zijn.

Informatiebehoefte: Achtergrond informatie is voor Ria belangrijk. Geen poespas, maar feitelijke informatie zoals wanneer bepaalde trekvogels in een gebied voorkomen.

Ieder type toerist afhankelijk van de leefstijl en het motief zal andere voorwaarden stellen aan de natuur. Daarom zullen bepaalde type toeristen eerder geneigd zijn een specifiek type (natuur)gebied te bezoeken. Moniek zal bijvoorbeeld minder snel het land van Saeftinghe bezoeken als ze samen met een vriendin en kinderen gezellig willen wandelen.

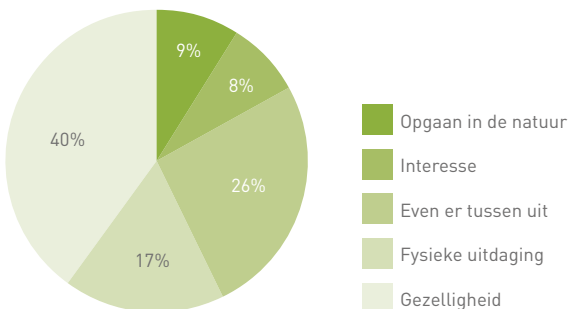
Zeeland 20 tinten groen

Zeeland kent verschillende type natuur/ landschappen, van het strand, weiland of park in Middelburg tot aan het wetland van het land van Saeftinghe. Ieder gebied heeft haar eigen natuurwaarden en daarmee haar eigen aantrekkingskracht. Zoals eerder beschreven zullen toeristen met een bepaald motief en leefstijl eerder geneigd zijn een bepaald gebied te bezoeken dan een ander. Door natuur in te delen wordt duidelijk welke doelgroepen bij welke natuur past. Waarbij altijd de vraag moet worden gesteld of dat vanuit natuur of toeristisch perspectief wenselijk is.

Natuur(gebieden) kunnen worden geplaatst op een continuüm van donkergroene naar lichtgroene waarden. Waarbij de donkergroene waarden betrekking hebben op de bescherming van specifieke flora en fauna en habitats. De lichtgroene waarden hebben meer te maken met gebruikers natuur, waar functie-koppelingen tussen natuur, economie, landbouw en recreatie mogelijk zijn.

Vertalen we deze natuurwaarden vervolgens naar belevingswaarden dan betekent dat het motief 'gezelligheid' behoefte heeft aan lichtgroene belevingswaarde. Het motief 'liefde voor natuur' heeft veel meer behoefte aan donkergroene belevingswaarden. Toeristen en recreanten met dit motief bezoeken vaker natuur, vinden dat het gebied ruig en robuust moet zijn en hechten veel belang aan beschermde flora en fauna. Ook hechten ze minder belang aan horecagelegenheden en speeltoestellen in de natuur.

Omvang motieven met betrekking tot donker- en lichtgroene natuur



Aan de hand van onderzoek schetst Smits bovenstaand beeld naar de vraag naar donkergroene en lichtgroene natuur. Hieruit blijkt dat donkergroene natuur slechts een kleine niche markt is. De zogeheten massa is vooral geïnteresseerd in lichtgroene natuur. Dit betekent dat natuur(gebieden) met beschermde flora en fauna, maar slechts voor een beperkt aantal toeristen interessant wordt bevonden. Het merendeel van de toeristen hecht waarde aan natuur/ cultuurlandschappen, waarbij er een koppeling kan zijn met landbouw, recreatie et cetera, zonder dat het afbreuk doet aan de natuurbeleving (Smits et al., 2016).

Door Zeeuwse natuur/ natuurgebieden in te kleuren ontstaat een natuurlijke segmentatie. Zo kunnen natuurgebieden als geheel of gedeeltelijk lichtgroen worden ingekleurd. De randen van het gebied kunnen bijvoorbeeld lichtgroene natuurwaarden hebben, waardoor deze delen geschikt zijn voor recreatief medegebruik. Ook kan een gebied(sdeel) per seizoen van natuurwaarde veranderen. Het broedseizoen van weidevogels maakt het desbetreffende gebied wellicht donkergroen, waardoor (recreatief) medegebruik niet wenselijk is.

Indelen van toeristen en natuur

Het inkleuren van natuur en landschap heeft consequenties voor de mate van recreatief medegebruik. Of het gebied donker- of lichtgroen is maakt dat bepaalde type toeristen naar het gebied trekken. Ieder type toerist heeft daarbij zijn voorkeur qua natuurbeleving, voorzieningen en informatie. Op deze manier kan gericht worden gekeken of een gebied al dan niet bezoekers moet trekken. En zo ja, welk type bezoekers? Vervolgens kan worden gekeken of bestaande natuurbeleving, voorzieningen en informatie voldoen aan de behoeften van het type toerist en natuur. Aan de hand van zes stappen laten we zien hoe eerdere indelingen kunnen worden ingezet om te bepalen hoe een (natuur/ recreatie) gebied ingericht kan worden.

Voorbeeld: Manteling

Kenmerken: Een gebied op Walcheren met bossen, duinen, statige lanen en slingerpaadjes. De paden in het gebied zijn veelal half verhard. Ook zijn er tal van rustplaatsen en routes te vinden. Aan de randen van het gebied is er horeca, museum en verblijfsaccommodatie.

Stap 1: Wat is de natuurwaarde van de Manteling?

- Welke natuurwaarden moeten beschermd worden?
 - o Wat:
 - o Wanneer:
 - o Waar:
 - o Hoe:
- Wat is de mate van diversiteit van de flora en fauna?
- Mate van bezoekers: Geen/ enkel/ veel/ heel veel
- Beoordeel de natuurwaarden van de Manteling:

Manteling					



Stap 2: Wat maakt de Manteling uniek?

- Wat zijn de Unique Selling Points?
- Wat is het DNA van het gebied?
- Wat is het verhaal?



Stap 3: Welke voorzieningen zijn er in en direct rond de Manteling?

- Paden: verhard / half verhard / onverhard
- Routes:
 - Wandelroutes Ja / Nee
 - Fietsroutes Ja / Nee
 - Paardrijroutes Ja / Nee
- Informatievoorzieningen
- Rustplaatsen:
- Speeltoestellen
- Horeca: Ja / Nee



Stap 4: Welke doelgroepen bezoeken met welke motieven de Manteling?

Doelgroep		Motief	
Kai		Gezelligheid	
Pieter		Fysieke uitdaging	
Moniek		Er even tussenuit	
Ria		Interesse	
Eva		Opgaan in de natuur	



Stap 5: Matchen de natuur, voorzieningen en type toeristen?

- Staan natuurwaarden onder druk?
- Komen de juiste type toeristen het gebied bezoeken?
- Zijn er voldoende voorzieningen?



Stap 6: Vervolgacties

- Bescherming natuurwaarden:
- Ontwikkeling voorzieningen:
- Communicatie doelgroep:

Door bovenstaande stappen te doorlopen maakt bijvoorbeeld de natuurbeheerder van de Manteling inzichtelijk of en hoe het gebied kan worden ingericht. De organisatie analyseert het gebied. Uit deze analyse zal blijken of bestaande gebiedsinrichting de juiste is, of dat er bijvoorbeeld onvoldoende informatie wordt verstrekt in het gebied. Maar ook waar en wanneer een bepaald type dier extra bescherming behoeft. De organisatie kan op basis van de analyse ook concluderen dat er bijvoorbeeld onvoldoende inzicht is in het type bezoekers. Dit vergt nader onderzoek. Uiteraard zijn de vragen horende bij de zes stappen niet volledig. Deze kunnen worden aangevuld gelang de insteek van de analyse. Wel biedt het stappenplan concrete handvatten voor de bescherming, beheer en ontwikkeling van (natuur/ recreatie) gebieden.



Mogelijkheden natuur en toerisme

Door natuur en toeristen te segmenteren ontstaan er in plaats van tegen-gestelde belangen nieuwe mogelijkheden waar zowel natuur(beheer) als het toerisme mee zijn geholpen. Zowel toerisme als natuur hoeven lang niet altijd in een natuurgebied plaatsvinden. Natuur kan namelijk ook in een recreatiegebied worden ontwikkeld en natuur kan ook in weiland worden beleefd. Hieronder vind je een aantal voorbeelden van hoe natuur en toerisme elkaar versterken.

VIGNETTEN- ROUTES

Natuurmonumenten omarmt activiteiten zoals mountainbiken, paardrijden en trailrunnen. Om te mogen mountainbiken of paard te rijden op de door natuurmonumenten aangelegde routes kan men een vignet kopen. Deze bijdrage stelt Natuurmonumenten in staat om routes te onderhouden, maar



ook om de omliggende natuur te beheren en te ontwikkelen (Kamerbeek, 2015).
#uitdaging #Kai #Lichtgroen #nieuweinkomsten

NATUURGOLFBAAN

In Gaasterland (Friesland) ontwikkelde Stichting Golfclub Gaasterland op een voormalige weidegrond een nieuwe golfbaan. Door de bemesting waren de natuurwaarden op de weide rond laag. Behalve het golfterrein ontwikkelde men ook 43 hectare nieuwe natuur (vennen en bossen). Op het golfterrein heeft het wild voorrang op de greens en fairways (Kamerbeek, 2015).

#Ereventussenuit #Pieter #lichtgroen #nieuwenatuur

BLOTE VOETENPAD

In Nederland zijn verschillende blotevoetepadten aangelegd. Bezoekers kunnen op deze manier de natuur op een andere manier beleven, namelijk door verschillende ondergronden te voelen. Volgens initiatiefnemer Ignace Schops leggen jaarlijks 140.000 bezoekers van Nationaal Park Hoge Kempen 3 euro neer om modder en zand tussen hun tenen te voelen (Kamerbeek, 2015).

#Gezelligheid #Moniek #lichtgroen #nieuweinkomsten

CAMPING ZEEBURG

Door middel van Green deals probeert de Rijksoverheid recreatie ondernemers te stimuleren om nieuwe manieren te bedenken om in natuur te investeren. Camping Zeeburg te Amsterdam wilde het aantal overnachtingsplaatsen uitbreiden en tegelijkertijd de kwaliteit van de accommodatie en het terrein verbeteren. Hierbij leverde het bedrijf ook een bijdrage aan de natuur doordat er op natuurlijke wijze aangesloten werd op de provinciale ecologische verbindingzone Bovendiep. Zo werden de oevers op natuurlijke wijze ingericht en voert camping Zeeburg een deel van het beheer uit (Kamerbeek, 2015).

#lichtgroen #nieuwenatuur #Eva #Moniek #kwaliteit

ZEELANDERIJ

In 2016 constateerden de eigenaren van Zeelandrij dat de uitstraling van het park niet meer paste bij de tijd en hun doelgroep. De leefstijl van de gasten die zij trekken hebben behoefte aan rust en hechten veel waarde aan landschappelijke kwaliteit. Gezamenlijk met een adviseur-architect maakten zij een herstructureringsplan voor het park, waar een waterpartij en weidsheid centraal zou komen te staan. Hierdoor zouden er grotere natuurbelevingswaarden voor de gasten van de Zeelandrij ontstaan (Sandijk, 2017).

#Belevingswaarde #Nieuwenatuur #kwaliteit



Bronnenlijst

- ANWB (2016). Recreatief fietsen in Zeeland. Rotterdam: Blauw Research B.V.
- Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd. (2016). Toolkit Natuurbeleving. Driebergen-Rijsenburg.
- Dijksterhuis, K. 2011. 'Onderscheid tussen natuur en cultuur is geforceerd'. Trouw, 3 juli 2011.
- Drenthen, M. 2002. De wilde natuur en verlangen naar andersheid. In: VOORSLUIS, B. (ed.) Zwijkende natuur. Natuurervaring tussen betovering en onttovering. Zoetermeer: Meinema.
- Goossen, C.M. & De Boer T.A. (2008). **Recreatiemotieven en belevingssferen in een recreatief landschap**. Wageningen: Alterra.
- IVN (2014). **Beetje natuur, grote invloed**. z.p., Instituut voor Natuureducatie en Duurzaamheid.
- Kamerbeek, H. (2015). **Ondernemen met natuur. Tips voor grondeigenaren**. Utrecht: Stichting Matrijs
- Kenniscentrum Kusttoerisme. (2016). **Op pad met de wandelaar. Kansen voor het Zeeuwse wandelproduct**. Vlissingen: HZ University of Applied Sciences.
- Kenniscentrum Kusttoerisme. (2016). **Fietstocht door Zeeland. Onderzoek naar de customer journey van de recreatieve fietser in Zeeland**. Vlissingen: HZ University of Applied Sciences.
- NBTC (2015a). **Onderzoek inkomend toerisme 2014 | Internationale verblijfsbezoekers in Zeeland**. Den Haag: NBTC.
- NBTC Holland Marketing (2014). **Kracht van regiomerken onderzoek 2013**. Eindrapportage. Den Haag
- NBTC- NIPO Research (2017). ContinuVakantieOnderzoek.
- Provincie Zeeland. (2017). **Hedwige-Prosper project** [Online]. [Accessed 4 juli 2017].
- Sandijk, J. (2017). **De Weidse blik van de Zeelanderij**. in Recreatie oktober 2017.
- Smits, M. J. W., van der Heide, C. M., Dagevos, J. C., Selnes, T., & Goossen, C. M. (2016). **Natuurinclusief ondernemen: van koplopers naar mainstreaming?** (No. 63). Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu.





Kenniscentrum Kusttoerisme is een initiatief van:



Deze publicatie is mogelijk gemaakt door:

