



ALTEERRA

WAGENINGEN UR



Recreatieschouw: groengebieden schouwen op basis van recreatiemotieven

Alterra-rapport 2301
ISSN 1566-7197

C.M. Goossen en T.A. de Boer

Recreatieschouw: groengebieden
schouwen op basis van recreatiemotieven

Dit onderzoek is uitgevoerd binnen het kader van BO-domein Natuur, Landschap en Platteland, thema Mens en Groen (per 1 januari 2012: Maatschappelijke potenties van groen)
Projectcode BO-11-014.05-002

Recreatieschouw: groengebieden schouwen op basis van recreatiemotieven

C.M. Goossen en T.A. de Boer

Alterra-rapport 2301

Alterra, onderdeel van Wageningen UR
Wageningen, 2012

Referaat

Goossen, C.M. en T.A. de Boer, 2011. *Recreatieschouw: groengebieden schouwen op basis van recreatiemotieven*. Wageningen, Alterra, Alterra-rapport 2301 36 blz.; 1 fig.; 9 tab.; 9 ref.

De recreatieschouw is een methode om groengebieden te beoordelen op hun geschiktheid voor recreanten die met een bepaald recreatiemotief willen gaan recreëren. Er worden vijf motieven onderscheiden: Gezelligheid, Even tussen uit, Interesse, Volledig opgaan in een andere wereld en Fysieke uitdaging. De methode bestaat uit een internetanalyse, kaartanalyse, veldanalyse, een interview met beheerder, de resultaten en een advies. Er worden 190 indicatoren onderscheiden, verdeeld naar bekendheid, bereikbaarheid en bruikbaarheid (gebruikswaarde en belevingswaarde). In Nieuw Wulven is de methode getest en dit gebied is meer geschikt voor Even tussen uit dan voor Gezelligheid. De recreatieschouw is een methode om inzicht te vergroten in een praktische toepassing van de recreatiemotieven en geeft beheerders beter inzicht in hoeverre gebieden aansluiten bij wensen en recreatiemotieven van bewoners rond het gebied.

Trefwoorden: recreatiemotieven, groengebieden, geschiktheid, analyse, beheer

ISSN 1566-7197

Dit rapport is gratis te downloaden van www.alterra.wur.nl (ga naar 'Alterra-rapporten'). Alterra Wageningen UR verstrekt geen gedrukte exemplaren van rapporten. Gedrukte exemplaren zijn verkrijgbaar via een externe leverancier. Kijk hiervoor op www.rapportbestellen.nl.

© 2012 Alterra (instituut binnen de rechtspersoon Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek)
Postbus 47; 6700 AA Wageningen; info.alterra@wur.nl

- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking van deze uitgave is toegestaan mits met duidelijke bronvermelding.
- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking is niet toegestaan voor commerciële doeleinden en/of geldelijk gewin.
- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking is niet toegestaan voor die gedeelten van deze uitgave waarvan duidelijk is dat de auteursrechten liggen bij derden en/of zijn voorbehouden.

Alterra aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Alterra-rapport 2301
Wageningen, maart 2012

Inhoud

Samenvatting	7
1 Inleiding	9
1.1 Probleemstelling	9
1.2 Achtergrond	9
1.3 Projectdoelstelling	10
1.4 Toepassing	11
1.5 Werkwijze	12
2 Indicatoren bij de recreatieschouw	13
2.1 Recreant staat centraal	13
2.2 Bekendheid	14
2.3 Bereikbaarheid	15
2.4 Bruikbaarheid	15
2.4.1 Gebruikswaarde	15
2.4.2 Belevingswaarde	17
2.5 Alle indicatoren op een rij	18
2.6 Weging	19
3 Stappenplan van de recreatieschouw	21
3.1 Inleiding	21
3.2 Standaard recreatieschouw	21
4 Toetsing in de praktijk	23
4.1 Inleiding	23
4.2 Geschiktheidsoordeel Nieuw Wulven voor het motief Er tussen uit	23
4.3 Geschiktheidsoordeel Nieuw Wulven voor het motief Gezelligheid	24
4.4 Conclusies en aanbevelingen	25
5 Uitgebreide recreatieschouw	29
5.1 Inleiding	29
5.2 Beschikbaarheid via een regioanalyse	29
5.3 Bekendheid	30
5.4 Bereikbaarheid	31
5.5 Bruikbaarheid	31
5.6 Betrokkenheid	32
6 Conclusies en aanbevelingen	33
Literatuur	35

Samenvatting

In dit project is in opdracht van het ministerie van EL&I en Staatsbosbeheer onderzocht op welke wijze groengebieden (parken, recreatiegebieden, bos- en natuurgebieden) met recreatiemotieven beoordeeld kunnen worden. Recreatiemotieven zijn een manier om recreanten in te delen naar recreatiegedrag en voorkeuren. In dit onderzoek worden vijf motieven onderscheiden waarmee recreanten een groengebied kunnen bezoeken: Gezelligheid, Even tussen uit, Interesse, Volledig opgaan in een andere wereld en Fysieke uitdaging.

Het doel van het onderzoek was om een toolbox met indicatoren te ontwikkelen waarmee inzicht verkregen kan worden in hoeverre een gebied geschikt is als men met (één van) bovengenoemde motieven gaat recreëren. Daarnaast was ook het testen van de toolbox een doel om na te gaan in hoeverre dit instrument toepasbaar is. Dit onderdeel wordt recreatieschouw genoemd.

In de toolbox zijn, analoog aan de vijf B's van Staatsbosbeheer, drie aspecten onderscheiden. Dit zijn bekendheid (informatie), bereikbaarheid en bruikbaarheid (gebruiks- en belevingswaarde). De overige twee B's, beschikbaarheid en betrokkenheid, vallen buiten het kader van dit onderzoek. Bij ieder aspect zijn indicatoren per motief geformuleerd. Het aantal indicatoren verschilt per motief. Er worden in totaal 190 indicatoren onderscheiden. Omdat niet alle indicatoren even belangrijk zijn, is er ook een weging gemaakt. Essentiële indicatoren wegen op dit moment twee keer zo zwaar mee als minder essentiële. De weging vergt echter nog nader onderzoek.

Vervolgens is met de geformuleerde indicatoren een recreatieschouw uitgevoerd in het groengebied Nieuw Wulven bij Houten. Dit gebied is door twee recreatiedeskundigen van Alterra voor twee motieven beoordeeld: Gezelligheid en Even tussen uit. Voor de relevante indicatoren is nagegaan of ze al dan niet aanwezig zijn in het gebied. Uit de resultaten blijkt dat Nieuw Wulven meer geschikt is voor het motief Even tussen uit dan voor de Gezelligheidszoeker. Voor mensen die er even tussen uit willen is het een prima gebied: je kunt er een wandeling van minimaal een half uur maken, de hond mag op sommige plaatsen los en er is afwisseling in begroeiing. Voor de Gezelligheidszoeker is het minder geschikt, omdat voorzieningen als horeca en andere ontmoetingsplekken in het gebied ontbreken. Wil men het gebied ook voor dit motief aantrekkelijk maken, dan moeten deze voorzieningen ontwikkeld worden.

De recreatieschouw kan uitgevoerd worden in alle groengebieden. De voorkeur gaat uit dit te laten doen door onafhankelijke schouwers die niet betrokken zijn bij het gebied of de organisatie. De standaardschouw bestaat uit zes stappen:

1. Internetanalyse
2. Kaartanalyse
3. Veldanalyse
4. Interview met beheerder
5. Resultaat
6. Advies

In plaats van een standaardschouw kan ook een uitgebreide schouw plaatsvinden. De nadruk ligt dan op regionale vraag-aanbod analyse en het uitgebreider onderzoeken van bekendheid, bereikbaarheid en bruikbaarheid van het gebied met stakeholders of recreanten.

De recreatieschouw is een middel om inzicht te vergroten in een praktische toepassing van de recreatiemotieven. Hierbij moet in aanmerking worden genomen dat het recreatiegedrag in werkelijkheid complexer is dan een eenvoudige recreatieschouw. De recreatieschouw geeft meer een geschiktheidsoordeel en minder een kwaliteitsoordeel. Het geeft aan of er een speeltuin is, maar niet of het een mooie, leuke en veilige speeltuin is.

Door het gebruik van de recreatieschouw kunnen beheerders beter inzicht krijgen in hoeverre gebieden in termen van de B's aansluiten bij wensen en recreatiemotieven van bewoners rond het gebied. Daarnaast biedt de recreatieschouw Staatsbosbeheer en andere groenbeheerders de mogelijkheid om haar gebieden in een bepaalde regio te scannen op geschiktheid voor de verschillende motieven. Als bijvoorbeeld blijkt dat gebieden in de regio slechts één motief bedienen, kan hier met het (her)inrichten van gebieden rekening mee gehouden worden.

1 Inleiding

1.1 Probleemstelling

Het ministerie van EL&I stelt in de strategische Kennis- en Innovatieagenda van de kenniskamers (EL&I, 2010) de vraag hoe inrichting en beheer van natuur en landschap beter aan de behoefte van de burgers kunnen worden aangepast. In dit project is deze vraag met de volgende probleemstelling uitgewerkt: op welke manier kunnen gebieden met de recreatiemotieven beoordeeld worden?

1.2 Achtergrond

Het ministerie van EL&I stelt (LNV, 2009) dat het gedrag van de recreant en de toerist zich niet beperkt tot het groene domein: begin bij de vraag naar vrijetijdsbesteding en niet bij het groene aanbod. Afhankelijk van tijd en motieven en het rode, groene of blauwe aanbod varieert de actieradius van de recreant of toerist van dichtbij huis tot heel Nederland. In een vraaggerichte recreatieplanning staat de recreant dus centraal. Maar dé recreant bestaat niet. Uit onderzoek (Goossen en De Boer, 2008) blijkt dat de recreatievraag te verdelen is in vijf motieven. Deze motieven zijn Gezelligheid, Even tussen uit, Interesse, Volledig opgaan in een andere wereld en Fysieke uitdaging. OPM. accenttekens zijn niet nodig omdat de begrippen al met een hoofdletter worden geschreven. De motieven worden als volgt omschreven.

Gezelligheid

Lekker in de zon zitten, terrasje pikken of luieren. Recreatieve activiteiten worden georganiseerd en zijn vooral gezellig en leuk om te doen. De activiteiten duren niet te lang en zijn niet te inspannend. Pret hebben met elkaar en gezelligheid zijn belangrijk.

Even tussen uit

Genieten, lekker bijkomen en weg uit de dagelijkse omgeving. Stress verdwijnt door lekker buiten te zijn en nergens meer aan te denken. Het bezoek aan een groene omgeving is een ontsnapping aan het dagelijkse leven en een groene omgeving is hét decor om tot rust te komen.

Interesse

Interessante dingen te weten komen over de natuur en cultuur en ook bekijken. Informatiebordjes met beschrijvingen en interessante verhalen en weetjes geven invulling aan de interesse. Een excursie met iemand die veel over de omgeving kan vertellen, geeft een extra dimensie aan het bezoek.

Volledig opgaan in andere wereld

De liefde voor de natuur uit zich in het alles willen weten over vogels, zoogdieren, andere fauna of flora. Als er eventueel soorten zijn die niet worden herkend, dan worden ze opgezocht in een handboek. Eigenlijk wil men kunnen struinen door de natuur. Het liefst alleen, of met iemand die ook dezelfde interesse en liefde voor natuur heeft.

Fysieke uitdaging

Gezond blijven door sportieve activiteiten zoals mountainbiken, wandeltochten, nordic walking, hardlopen of een andere vorm van inspanning; als het maar inspannend, uitdagend en gezond is. Een groene omgeving is een mooi decor maar de beleving richt zich vooral op de uitdaging.

Het blijkt dat de motieven onderling onderscheidend zijn. Recreanten gaan echter niet elke keer met hetzelfde (hoofd)motief op pad. De belangrijkste aanbeveling uit de literatuur blijkt dan ook dat er een diversiteit in het aanbod moet zijn, zodat er iets te kiezen valt voor een recreant (Goossen et al., 2009). Elk motief vraagt om een eigen belevings sfeer. Het Kenniscentrum Recreatie (KCR, 2010) ontwikkelde een beeldenboek met foto's

dat per motief belevingsferen uitdrukt. Dit boek kan worden gebruikt ter inspiratie bij het ontwikkelen en inrichten van gebieden. Gebieden hebben al bepaalde kwaliteiten, voorzieningen en recreatieve infrastructuur. Het is de vraag of dit bestaande aanbod aansluit bij de belevingsfeer dat bij een bepaald motief hoort.

Het ministerie van EL&I heeft aan Staatsbosbeheer gevraagd om dit project te begeleiden. Staatsbosbeheer, maar ook waterschappen, gemeenten, en andere natuur- en recreatiebeherende instanties geven aan dat er nog onvoldoende informatie en kennis is om hun gebieden in te richten aan de hand van de recreatiemotieven. Er is behoefte aan het verder ontwikkelen van concrete toepasbare kennis voor recreatiemotieven en dan zodanig dat dit in een handzame vorm beschikbaar is bij de planning en het beheer en inrichten van gebieden.

1.3 Projectdoelstelling

Het doel van dit project is tweeledig:

1. een toolbox met indicatoren ontwikkelen waarmee inzicht verkregen kan worden in hoeverre een gebied geschikt is voor bepaalde motieven zoals Even tussen uit, Gezelligheid, Interest', Volledig opgaan en 'Fysieke uitdaging.
2. het testen van de toolbox in een gebied. Hierdoor wordt meer inzicht verkregen in de toepasbaarheid van het instrument. Dit onderdeel wordt de recreatieschouw genoemd.

Staatsbosbeheer werkt met de vijf B's: bekendheid, bereikbaarheid, beschikbaarheid, bruikbaarheid en betrokkenheid. Het recreatief functioneren van een gebied kan het beste worden onderzocht door een verkenning uit te voeren aan de hand van deze vijf B's. Daarbij staat een vraaggerichte benadering voorop; de recreant staat centraal. Wil een recreant naar buiten, dan wordt eerst gebruik gemaakt van zijn/haar aanwezige kennis van het aanbod. Daarna wordt de bereikbaarheid en beschikbaarheid van gebieden in de overweging meegenomen. De gebieden worden vervolgens beoordeeld op hun bruikbaarheid. Met deze B's hoopt Staatsbosbeheer de betrokkenheid van burgers met natuur, cultuurhistorie en recreatie te kunnen stimuleren.

Staatsbosbeheer gaat uit van de volgende definities:

Bekendheid: de mate waarin het gebied en de recreatieve mogelijkheden bekend zijn bij het publiek

Bereikbaarheid: kun je er komen

De mate waarin gebieden bezocht kunnen worden, omdat ze ook extern ontsloten zijn. Het gaat zowel om de verbinding van de terreinen met woonkernen als om de onderlinge verbinding tussen de natuurgebieden en het omliggende (agrarische) gebied.

Beschikbaarheid: wat is aanwezig

Het huidige, maar ook binnen een termijn van tien jaar te verwachten aantal hectaren bos- en natuurgebied en de mate van openstelling.

Bruikbaarheid: kun je er doen wat je wilt doen

De mate waarin gebieden geschikt zijn voor gebruik door recreanten met verschillende motieven. Kunnen de bezoekers in de terreinen (onderscheiden naar de verschillende motieven) doen waar ze voor komen? Vinden ze de kwaliteit die ze zoeken?

Omdat het begrip bruikbaarheid heel bepalend is om te kunnen sturen op de gewenste inrichting is dit begrip verder uitgewerkt naar:

- gebruikswaarde
- belevingswaarde
- narratieve waarde
- attractiewaarde

Gebruikswaarde: welke recreatieve voorzieningen zijn noodzakelijk

Te denken valt aan paden, geen paden, banken, bewegwijzerde routes, picknickmogelijkheden etc. Maar ook de bezoekerintensiteit (aantal pers./ha/normdag) valt hieronder. Van oudsher geldt in het recreatiebeheer een verband tussen de manier waarop terreinen/terreindelen worden ingericht en de intensiteit van gebruik (zoning). Globaal: hoe intensiever het gebruik, hoe intensiever het inrichtingsniveau. Gelet op het efficiënt inzetten van middelen is het belangrijk om zicht te krijgen op de aantallen bezoekers, zeker in terreinen met een intensief inrichtingsniveau.

Belevingswaarde: hoe beleef je het gebied als bezoeker, hoe moet de (natuurlijke) omgeving eruit zien

De beleving van gebieden kan in feite alleen door de recreanten worden aangegeven. Recreanten kunnen terreinen waarderen op grond van de mate van aan- of afwezigheid van stilte, donker, reliëf, variatie, etc. Hierbij zijn onder andere de afwisseling in het terrein en het kunnen ervaren van rust van belang. Deze waardering verschilt echter per motief.

Narratieve waarde: welke verhalen kunnen verteld worden over de (natuurlijke) omgeving

Het geheel van verhalen over gebieden die de kwaliteit van de beleving mede bepalen.

Attractiewaarde: wat maakt het gebied aantrekkelijk

Het gaat hierbij om de specifieke en onderscheidende kwaliteiten van een gebied (voortkomend uit de gebruikswaarde, belevingswaarde en narratieve waarde). In marketingtermen ook wel unique selling points (USP's) genoemd. Dit kan vanuit de vrager geredeneerd wederom per motief verschillen.

Betrokkenheid: de wijze waarop (potentiële) bezoekers en stakeholders betrokken worden en/of willen worden bij beheer en planontwikkeling

Niet alle B's of onderdelen van een B worden in de recreatieschouw meegenomen. De B van Betrokkenheid valt buiten de scope van dit project. Als een recreatieschouw met recreanten en/of stakeholders wordt uitgevoerd, kan dit echter wel van invloed zijn op de betrokkenheid. De narratieve waarde en de attractiewaarde worden bij de recreatieschouw wel meegenomen, maar niet als een apart onderdeel. Met de overgebleven B's kan een geschiktheidsoordeel gemaakt worden voor gebieden. Daarmee wordt de recreatieschouw een bouwsteen bij het vraaggericht werken.

1.4 Toepassing

Beheerders kunnen door het gebruik van de recreatieschouw inzicht krijgen in hoeverre gebieden in termen van de B's aansluiten bij wensen en recreatiemotieven van bewoners rond het gebied. Daarnaast biedt de recreatieschouw Staatsbosbeheer de mogelijkheid om haar gebieden in een bepaalde regio te scannen op geschiktheid voor de verschillende motieven. Worden in een regio alle motieven bediend of is er sprake van eenzijdig aanbod waarbij bijv. vooral mensen die er even tussen uit willen worden bediend?

De recreatieschouw is vooral een middel om inzicht te vergroten in een praktische toepassing van de recreatiemotieven. Wel moet er aan worden gedacht dat het recreatiegedrag in werkelijkheid complexer is dan de vrij eenvoudige recreatieschouw. De indicatoren worden per motief behandeld alsof het duidelijk afgebakende eenheden zijn, terwijl recreanten meestal met meer motieven op stap gaan (Goossen et al., 2010). De indicatoren geven ook alleen maar aan of iets al dan niet aanwezig is. De recreatieschouw geeft meer een geschiktheidsoordeel, en minder een kwaliteitsoordeel. Het geeft wel aan of er een speeltuin is, maar niet of het een mooie, leuke en veilige speeltuin is.

1.5 Werkwijze

Er is per motief een lijst met indicatoren gemaakt op basis van resultaten uit verschillende onderzoeken en ervaring van onderzoekers en beheerders. Analoog aan de B's van Staatsbosbeheer zijn er indicatoren opgesteld voor bekendheid, bereikbaarheid, bruikbaarheid en beleefbaarheid. Er is onderscheid gemaakt in bruikbaarheid en beleefbaarheid van de hoofdingang van het gebied en bruikbaarheid en beleefbaarheid van het gebied zelf.

Vervolgens is deze lijst getest in het groengebied Nieuw Wulven nabij Houten. Dit is een gebied van Staatsbosbeheer. Op basis van deze schouw zijn de indicatoren besproken met medewerkers van Staatsbosbeheer en aangepast.

2 Indicatoren bij de recreatieschouw

2.1 Recreant staat centraal

Kenmerkend van vraaggerichte recreatieplanning is dat de recreant centraal staat. De hele keten van beslissing tot consumptie moet beoordeeld worden bij bestudering van het recreatiegedrag. Dit leidt tot een veelheid aan indicatoren¹ die bij de beoordeling meegenomen moeten worden. Het recreatiegedrag begint thuis bij de recreant met de beslissing om op pad te gaan. Bij die beslissing spelen de weersomstandigheden een grote rol, maar ook waar en wanneer het laatste uitstapje is geweest. Dit kan van invloed zijn op het recreatiemotief waarmee men op pad wil. Gaan we er even tussen uit om bij te komen van een drukke week of gaan we gezellig met elkaar iets doen? Vervolgens komt de beslissing waar men naar toe gaat. Bij deze beslissing spelen diverse factoren een rol. Zonder volledig te willen zijn, blijkt een aantal factoren voor dit project van belang:

- ervaring, gewoonte
- kennis over gebieden
- image van een gebied
- tijd
- vervoer

We beginnen niet bij nul. Recreanten hebben inmiddels een enorme ervaring over gebieden. Men gaat er regelmatig op uit en deze kennis wordt meegenomen bij de beslissing waar naar toe te gaan. Toch beperkt deze kennis zich vaak op hoofdlijnen en soms ook tot een beperkt aantal gebieden. Regelmatig hoor je mensen vertellen dat ze dicht bij een bepaald park of bos wonen, maar er nog nooit zijn geweest. Maar dit verschilt natuurlijk ook per recreant. Bij de kennis over gebieden gaat het niet alleen om de kennis over het aantal gebieden, maar ook over de kwaliteit van die gebieden. Is het gebied geschikt voor een recreatief uitstapje met een bepaald motief? Kwaliteit kan daarbij uiteengerafeld worden in de gebruikswaarde, belevingswaarde en narratieve waarde. In de ontwikkelde methode staan deze waarden dan ook centraal. Het imago van een gebied kan bepalend zijn bij de beslissing om het gebied te bezoeken. Heeft het gebied een goede naam of beschikt het over een element dat bepalend is voor de naam. Vaak worden van dergelijke elementen dan ook veel foto's gemaakt. Maar het gebied (of een deel van een gebied) kan ook een slechte naam hebben, bijvoorbeeld omdat het bekend staat als een homo-ontmoetingsplaats. De sociale veiligheid is dan in het geding.

Ook de tijd die wordt besteed aan het uitstapje speelt een rol bij de beslissing waar naar toe te gaan. Heeft men bepaalde verplichtingen nog op dezelfde dag of andere vrijetijdsactiviteiten te doen, zoals sporten? Al deze zaken hebben invloed op de beslissing. Ten slotte is ook het vervoer dat men kan gebruiken van belang bij de beslissing waar naar toe te gaan, maar ook de voorkeur voor een bepaald vervoermiddel. Daarbij speelt een inschatting van de drukte (kom ik in een file terecht), kan ik er parkeren en de aantrekkelijkheid van de route ook een rol.

¹ De indicatoren zijn bij Alterra op te vragen

2.2 Bekendheid

Bij de beslissing om er op uit te gaan maken recreanten hun keuze tussen gebieden die ze kennen of waarvan ze snel kennis kunnen opdoen. Via internet kan men snel iets van gebieden te weten komen. Bij de recreatieschouw wordt dit vertaald in een aantal indicatoren die te maken hebben met de zichtbaarheid van het gebied op internet, maar ook in de plaatselijke media. Vanuit een recreatiemotief gezien wil een recreant echter informatie hebben over verschillende elementen. Bij het recreatiemotief Gezelligheid wordt informatie gezocht over wat er zoals te doen is in het gebied, welke evenementen er worden georganiseerd etc. Bij het motief Volledig opgaan wordt er juist meer informatie gezocht over de bijzondere biodiversiteit in het gebied en bijvoorbeeld de mogelijkheid om zelf waarnemingen te kunnen toevoegen.

In totaal worden er achttien indicatoren onderscheiden die informatie leveren over bekendheid. In tabel 1 is het aantal indicatoren per motief weergegeven.

Tabel 1

Aantal indicatoren per motief voor bekendheid.

Motief	N
Gezelligheid	14
Even tussen uit	7
Interesse	12
Volledig opgaan	8
Fysieke uitdaging	10
Totaal	18

Voor het motief Even tussen uit en Volledig opgaan worden de minste indicatoren gemeten. Voor het motief Even tussen uit komt dit omdat recreanten meestal dicht bij het gebied wonen, er vaak komen en dus veel ervaring en kennis hebben over het gebied en daardoor minder de behoefte voelen om informatie op te zoeken. De hoeveelheid indicatoren bij het motief Volledig opgaan zijn minder omdat het indicatoren zijn met alleen heel gerichte informatie. Bij het motief Gezelligheid moet echter uitgebreide informatie gegeven worden, zodat ook het aantal indicatoren groot is.

Behalve de kennis over een gebied is ook het image van een gebied belangrijk bij de beslissing om een gebied te bezoeken. Het image kan zowel negatief als positief zijn. De beste methode is om een uitgebreid image-onderzoek onder potentiële bezoekers uit te voeren. Voor de hier beschreven standaard methode gaat dat echter te ver en wordt een alternatieve manier gevolgd. Aan de beheerder zal gevraagd worden of er plekken zijn in het gebied die een 'slechte' naam hebben. Daarnaast worden social media gebruikt om te achterhalen wat er over een gebied gezegd en getwitterd wordt.

Google Earth wordt gebruikt om te achterhalen welke plekken veel gefotografeerd en dus wellicht populair zijn. Deze populaire plekken helpen bij het achterhalen of er een positief image is. Een veel gefotografeerde plek geeft een gebied een bepaalde identiteit. Dit kan een uiting zijn van een positief imago.

Al deze vormen van social media kunnen een onderdeel zijn van 'free publicity, ook al is het als organisatie beter om te proberen er grip op te krijgen, door bijvoorbeeld leuke acties te verzinnen via twitter, facebook of youtube.

2.3 Bereikbaarheid

Het te bezoeken gebied moet ook bereikbaar zijn. Vertrekkend van het huis van een recreant moet het gebied zonder veel moeite en inspanningen bereikbaar zijn. Omdat niet elk huis als vertrekpunt kan gelden, nemen we voor de recreatieschouw als startpunt het centrum van een dorp of stad. Vanaf die plek beoordelen we of en wat voor recreatief-toeristische informatie wordt aangeboden in de vorm van bewegwijzering etc. naar het gebied. Daarnaast wordt via kaartstudie bestudeerd of het gebied per auto eenvoudig te bereiken is en of het gebied ook langs wegen wordt aangekondigd. Via kaartstudie wordt bestudeerd hoe de bereikbaarheid per fiets en per voet is. Dit wordt in de praktijk ook getest.

Behalve de fysieke bereikbaarheid gaat het ook om een verkeers- en sociaal veilige route. Dit kan belangrijk zijn bij de afweging. Daarnaast kan de aantrekkelijkheid van de route naar het gebied van belang zijn. Een route door een industriegebied wordt minder aantrekkelijk gevonden dan een route door een park.

In totaal worden er negen indicatoren onderscheiden die informatie leveren over bereikbaarheid. In tabel 2 is het aantal indicatoren per motief weergegeven.

De hoeveelheid indicatoren bij het motief Gezelligheid zijn het grootst, gevolgd door het motief Fysieke uitdaging. Bij het motief Gezelligheid dient het gemak de mens en wil men niet voor verrassingen komen te staan. De bereikbaarheid moet dan ook overzichtelijk en zo compleet mogelijk zijn.

Tabel 2

Aantal indicatoren per motief voor bereikbaarheid.

Motief	N
Gezelligheid	8
Even tussen uit	5
Interesse	5
Volledig opgaan	5
Fysieke uitdaging	7
Totaal	9

2.4 Bruikbaarheid

Onder bruikbaarheid worden de gebruikswaarde en belevingswaarde van het gebied onderzocht. Deze worden in twee aparte paragrafen besproken.

2.4.1 Gebruikswaarde

Komend vanuit huis bereikt een recreant het gebied. De eerste indruk wordt opgedaan bij de ingang of de entree van het gebied. De gebruikswaarde kan voor de entree van het gebied anders zijn dan voor het gebied zelf. Vandaar dat er een onderscheid wordt gemaakt bij de twee gebruikswaarden:

- gebruikswaarde van de ingang
- gebruikswaarde van het gebied

Gebruikswaarde van de ingang

Als een recreant aangekomen is bij het gebied, dan vindt er een oriëntatie plaats. Niet alleen moet de auto geparkeerd worden of de fiets gestald, ook moet er informatie worden gegeven over het gebied; wat valt er

hier te doen. Daarbij horen allerlei recreatieve voorzieningen. De hoeveelheid en type informatie en voorzieningen is per motief verschillend. De keuzes die dan gemaakt worden, kunnen het recreatiegedrag beïnvloeden. Vandaar dat de informatie bij de ingang van een gebied, de entree, van groot belang is. De bijbehorende voorzieningen kunnen divers zijn. Van een eenvoudige drinkbak voor de hond tot een uitgebreid centrum met horeca en winkels. De ingang is ook de plek die voor het recreatief-toeristisch bedrijfsleven van belang is. Hier komen de mensen bij elkaar en hier bestaat het grootste omzetpotentieel. De ingang is één van de beste plekken om geld te verdienen.

In totaal zijn er 39 indicatoren voor de gebruikswaarde van de ingang onderscheiden. In tabel 3 staat het aantal indicatoren per motief weergegeven.

Tabel 3

Aantal indicatoren per motief voor de gebruikswaarde van de ingang.

Motief	N
Gezelligheid	22
Even tussen uit	5
Interesse	10
Volledig opgaan	9
Fysieke uitdaging	12
Totaal	39

Het blijkt dat het aantal indicatoren bij het motief Gezelligheid verreweg het grootst is. Een ingang met veel voorzieningen geeft de indruk dat er iets te doen valt en dat het goed geregeld is, en dit is van belang bij dit motief. Het aantal indicatoren voor de gebruikswaarde van de ingang voor het motief Even tussen uit is beperkt. Dit komt wederom omdat recreanten met dit motief het gebied vaak bezoeken om even een ommetje te maken en daardoor minder behoefte hebben aan allerlei voorzieningen. Bij de overige motieven zijn de indicatoren toegespitst op het motief. Zo is een gebouw of plek zoals een bezoekerscentrum van belang bij de motieven Interesse en Volledig opgaan. Maar een dergelijk gebouw kan ook de plek zijn voor een winkel of verhuurplek van bijvoorbeeld kano's. De plek kan ook dienen als 'startpunt voor een sportieve route' dat vooral voor het motief Fysieke uitdaging van belang is.

Gebruikswaarde van het gebied

In veel gevallen begint het daadwerkelijke uitstapje als een recreant het gebied in gaat. Daarvoor zijn allerlei voorzieningen min of meer noodzakelijk zoals een wandelpad. Uit onderzoek blijkt dat het aantal en type voorzieningen per motief verschillend is, omdat recreanten per motief verschillende behoeften en voorkeuren hebben (Goossen en De Boer, 2008; Goossen et al., 2009; Goossen et al., 2010; Goossen en Donders, 2011). In totaal worden er 53 indicatoren onderscheiden (tabel 4).

Tabel 4

Aantal indicatoren per motief voor de gebruikswaarde van het gebied.

Motief	N
Gezelligheid	32
Even tussen uit	16
Interesse	18
Volledig opgaan	8
Fysieke uitdaging	21
Totaal	57

Ook nu komt duidelijk naar voren dat het motief Gezelligheid de meeste indicatoren heeft om het gebied te beoordelen. Er zijn veel voorzieningen nodig om recht te doen aan het gemak, waarmee recreanten met dit motief gaan recreëren. Deze voorzieningen zullen veelal geclusterd zijn om niet te veel inspanning te vragen om de voorziening te bezoeken of te gebruiken. Het motief Volledig opgaan heeft de minste indicatoren, en dit komt ook overeen met uitkomsten van eerder onderzoek.

2.4.2 Belevingswaarde

De belevingswaarde is het tweede onderdeel van de bruikbaarheid van een gebied. Het gaat om het geheel van zintuigelijke indicatoren zoals zien, ruiken, horen, proeven en voelen. Deze indicatoren hebben relaties met de sfeer van het gebied. Deze belevingswaarde of sfeer kan voor de entree van het gebied anders zijn dan voor het gebied zelf. Vandaar dat er een onderscheid wordt gemaakt bij de twee belevingswaarden:

- belevingswaarde van de ingang
- belevingswaarde van het gebied

Belevingswaarde van de ingang

De eerste indruk van een gebied wordt bij de ingang opgedaan. De sfeer die daar hangt kan het gevoel opleveren dat een recreant een goede keus heeft gemaakt om naar dat gebied te komen. Het kan een gevoel opwekken van 'dit is een gebied van ruigte' tot aan een gevoel van 'het is hier goed geregeld'. Vandaar dat er ook voor de belevingswaarde van de ingang verschillende indicatoren per motief te onderscheiden zijn. In totaal worden er elf indicatoren onderscheiden bij de belevingswaarde van de ingang (tabel 5).

Tabel 5

Aantal indicatoren per motief voor de belevingswaarde van de ingang.

Motief	N
Gezelligheid	6
Even tussen uit	5
Interesse	4
Volledig opgaan	5
Fysieke uitdaging	3
Totaal	11

Bij het motief Fysieke uitdaging worden de minste indicatoren onderscheiden. Bij dit motief gaat het vooral om min of meer oppervlakkige zintuigbeleving. De sportieve kant, het 'start klaar maken' is belangrijker. Bij het motief Gezelligheid dient de ingang vooral een goed welkom uit te stralen. Een sfeer van gastheerschap is hier erg van belang. Bij de motieven Even tussen uit en Interesse moet er een sfeer zijn dat het gebied goed is onderhouden en er zorg aan wordt besteed. Bij het motief Volledig opgaan moet de ingang een sfeer hebben van het begin van een ruig gebied, een toegang tot wildernis.

Belevingswaarde van het gebied

Veel van de recreatieve ervaring ter plekke heeft met de beleving van het gebied te maken. Welke sfeer heeft het gebied, wat ziet een recreant, wat hoort een recreant en wat ruikt een recreant. Deze indrukken zijn belangrijk om een geslaagde dag te hebben gehad. Maar hoe een recreant een gebied beleeft, hangt voor een groot deel samen met welk motief een recreant het gebied bezoekt. Om een gebied te beoordelen op haar belevingswaarde, zijn er dan ook diverse indicatoren onderscheiden, in totaal 44 indicatoren. In tabel 6 zijn ze opgenomen per motief.

Het motief Fysieke uitdaging telt de minste indicatoren bij de belevingswaarde van een gebied, gevolgd door het motief Gezelligheid. Bij deze motieven dient de beleving van een gebied vooral als groen decor. Indicatoren voor de beleving van een gebied zijn vooral talrijk bij het motief Volledig opgaan, gevolgd door de motieven Even tussen uit en Interesse.

Tabel 6

Aantal indicatoren per motief voor de belevingswaarde van het gebied.

Motief	N
Gezelligheid	24
Even tussen uit	33
Interesse	32
Volledig opgaan	36
Fysieke uitdaging	12
Totaal	56

2.5 Alle indicatoren op een rij

Samenvattend worden er bij de recreatieschouw 190 aparte indicatoren gemeten voor een gebied indien alle motieven worden geschouwd. Uit tabel 8 blijkt dat de meeste indicatoren aanwezig zijn bij het motief Gezelligheid. Het motief Fysieke uitdaging heeft de minste aantal indicatoren.

Tabel 8*Hoeveelheid indicatoren per motief.*

Type indicator	Gezelligheid	Even tussen uit	Interesse	Volledig opgaan	Fysieke uitdaging	Totaal
Bekendheid	14	7	12	8	10	18
Bereikbaarheid	8	5	5	5	7	9
Bruikbaarheid waarvan:						
Gebruikswaarde ingang	22	5	10	9	12	39
Belevingswaarde ingang	6	5	4	5	3	11
Gebruikswaarde gebied	32	16	18	8	21	57
Belevingswaarde gebied	24	33	32	36	12	56
Totaal	106	71	81	71	65	190

Er is wel een duidelijk verschil tussen het type indicator en het motief. Bij het motief Gezelligheid gaat het vooral om indicatoren voor de gebruikswaarde. In mindere mate geldt dit ook voor het motief Fysieke uitdaging. Daarbij gaat het bij het motief Volledig opgaan vooral om de belevingswaarde. Bij het motief Even tussen uit geldt dit ook, echter in mindere mate. Bij het motief Interesse zijn de indicatoren ongeveer gelijk verdeeld tussen gebruikswaarde en belevingswaarde.

2.6 Weging

Bij zo veel indicatoren is het duidelijk dat al de indicatoren niet even zwaar meegewogen kunnen worden. Nader onderzoek moet uitmaken welke indicatoren en in welke mate zwaarder moeten worden gewogen. Voorlopig is er een indeling gemaakt in twee categorieën, namelijk meer en minder. De indicatoren die meer belangrijk zijn wegen twee keer zo zwaar mee bij de beoordeling. Dit verschilt per motief. Eenzelfde indicator kan bij het motief Interesse zwaarder meewegen dan bij het motief Gezelligheid. Tabel 9 geeft hiervan een overzicht.

Bij alle motieven weegt ongeveer de helft van alle indicatoren twee keer zo zwaar mee bij de beoordeling. Deze beoordeling is grotendeel gebaseerd op expert judgement en deels op onderzoeksresultaten en wordt via nader onderzoek nog getoetst en eventueel aangepast. Bij het motief Gezelligheid wegen iets minder dan de helft van de indicatoren zwaarder mee. Bij de overige motieven is het iets meer dan de helft.

Tabel 9*Hoeveel indicatoren die twee keer zo zwaar meetellen per motief.*

Type indicator	Gezelligheid	Even tussen uit	Interesse	Volledig opgaan	Fysieke uitdaging
Bekendheid	10	1	5	4	6
Bereikbaarheid	1	4	1	1	4
Bruikbaarheid waarvan:					
Gebruikswaarde ingang	9	5	6	5	6
Belevingswaarde ingang	5	2	2	2	2
Gebruikswaarde gebied	15	11	10	6	15
Belevingswaarde gebied	8	20	23	29	5
Informatie via beheerder					
Totaal	48	43	47	47	38

3 Stappenplan van de recreatieschouw

3.1 Inleiding

De recreatieschouw bestaat uit een aantal modules. Afhankelijk van de wensen en het budget van de opdrachtgever kan een standaard, of een steeds meer uitgebreide recreatieschouw worden uitgevoerd. Hieronder wordt de standaard recreatieschouw beschreven. In hoofdstuk 5 wordt ingegaan op de mogelijkheden die er zijn om een meer uitgebreide schouw uit te laten voeren. Uitgangspunt bij elke recreatieschouw is dat de beheerder van het te schouwen gebied geen deel uit maakt van de schouwers. Dit is nodig voor een neutrale beoordeling zonder te veel voorkennis waarom bepaalde voorzieningen en beheer er wel of niet zijn. De voorkeur bij het schouwen gaat uit naar onafhankelijke recreatiedeskundigen die niet betrokken zijn bij het gebied of de organisatie.

3.2 Standaard recreatieschouw

Bij de standaard recreatieschouw wordt begonnen met het beschrijven van het te onderzoeken gebied ofwel de beschikbaarheid². Daarbij worden feiten genoemd zoals de naam van het gebied, de ligging, de oppervlakte van het gebied, de openstelling van het gebied, het aantal ingangen en het type gebied zoals een bosgebied of een bosgebied met heidevelden etc.

De standaard recreatieschouw bestaat uit een aantal stappen:

1. Internetanalyse
2. Kaartanalyse
3. Veldanalyse
4. Interview met beheerder
5. Resultaat
6. Advies

Stap 1) Internetanalyse

Via internet wordt gezocht welke informatie over het gebied aanwezig is. Dit gebeurt door de naam van het gebied in Google in te tikken, maar ook op social media via Twitter, Youtube en Facebook.

Daarnaast wordt bekeken hoeveel foto's op Google Earth zijn geplaatst en of er een duidelijke concentratie is van foto's op bepaalde plekken in het gebied. Op deze manier kan een aantal indicatoren bij Bekendheid beoordeeld worden.

Stap 2) Kaartanalyse

Op basis van kaartmateriaal van het te onderzoeken gebied wordt informatie ingewonnen over 'verschillende indicatoren. Daarnaast vindt een GIS-analyse plaats om gegevens te krijgen over een aantal indicatoren zoals paddichtheid en aantal knooppunten.

Stap 3) Veldanalyse

² Eén van de vijf B's

Aan de hand van een opgestelde lijst van indicatoren wordt het gebied ter plekke beoordeeld door recreatiedeskundigen. De veldanalyse vindt op vier plekken plaats:

- centrum van dorp of stad als herkomstplaats van het te onderzoeken gebied
- de weg en fietspad/wandelpad naar het te onderzoeken gebied
- hoofdingang van het te onderzoeken gebied
- het te onderzoeken gebied zelf

De beoordeling vindt plaats door één of twee recreatiedeskundigen die niet werkzaam zijn bij de organisatie van het te onderzoeken gebied. Het voordeel van twee recreatiedeskundigen is dat er bij twijfel overlegd kan worden. Per motief is een inventarisatieformulier opgesteld in Excel. Via een smartphone en/of laptop kunnen de gegevens ter plekke worden ingevuld. Met een vooraf geprogrammeerd rekenschema kan direct het resultaat van de veldanalyse berekend worden. Per motief wordt een ronde gewandeld, waarbij het gedrag van een recreant met een bepaald motief centraal staat. Dat betekent soms dat een andere ingang wordt gekozen. De wandelronde duurt maximaal één tot anderhalf uur. Deze tijdsperiode is gekozen omdat dit bij recreanten het meest voorkomt (Goossen et al., 2009).

Er wordt geprobeerd, afhankelijk van de grootte van het te schouwen gebied, meer motieven op een dag te schouwen. Voorstel is om 'confronterende' motieven tijdens een schouwdag te nemen zoals de motieven Gezelligheid, Volledig Opgaan en Interesse, en Even Tussen uit en Fysieke uitdaging.

Als het te schouwen gebied erg groot is, dan wordt de recreatieschouw meer keren uitgevoerd vanaf verschillende startpunten. Meestal is een parkeerplaats zo'n startpunt. Daarbij wordt wel gekeken welk parkeerterrein de grootste stroom recreanten bedient. Dit parkeerterrein is dan de hoofdingang en is voor het motief Gezelligheid de meest belangrijke. Andere parkeerterreinen cq. ingangen zullen als startpunt dienen afhankelijk van het recreatiemotief waarmee recreanten hier vertrekken. Deze startpunten moeten echter wel voor een bepaald motief op een logische plek liggen gezien de herkomstplaatsen van recreanten.

Stap 4) Interview met beheerder

Op de laatste schouwdag wordt een interview met de beheerder van het te onderzoeken gebieden gehouden om ontbrekende gegevens te verzamelen. Alle gegevens zijn daardoor in het rekenschema opgenomen en het resultaat is dan direct bekend.

Stap 5) Resultaat

Alle gegevens zijn in het rekenschema opgenomen en het resultaat is direct bekend. De uitkomst wordt aan de beheerder voorgelegd, waarbij eventueel aanvullingen mogelijk zijn.

Stap 6) Advies

Alle informatie wordt in een handzame notitie gerapporteerd. Op basis van de resultaten worden aanbevelingen en oplossingen aangedragen over het behouden cq. uitbreiden van activiteiten voor bekendheid en bereikbaarheid, bepaalde voorzieningen en belevingssferen in het gebied of het aanpassen van het gebied om recreanten met andere motieven aan te trekken als dat gewenst is. De standaardschouw is beperkt van duur en kan binnen een week zijn afgerond.

4 Toetsing in de praktijk

4.1 Inleiding

De recreatieschouw is in de praktijk gebracht in Nieuw Wulven. Dit is een recreatie- en bosgebied van ca. 110 ha aan de noordkant van Houten in de provincie Utrecht en volledig opengesteld op een paar delen na. Het noordelijke deel van Nieuw Wulven is rond de eeuwwisseling aangelegd. Het zuidelijk deel is in 2007 aangelegd. Het bos is afwisselend. Een deel bestaat uit een dichtbegroeid bos met gebogen paden (het boogbos) en een ander deel uit een recht bos met lange zichtlijnen (het kamerbos). Er zijn veel populieren en berken. Langs de watergangen is natuur tot ontwikkeling gekomen. In sommige delen staan veel berken.

In 2010 is het speelbos aangelegd. Het speelbos is ongeveer acht hectare groot en één van de grotere van het land. Kinderen kunnen er in bomen klimmen, over slootjes springen, met takken slepen, bruggetjes bouwen en zich verstoppen in het bos. Er staan geen schommels of klimrekken. In het speelbos zijn ook allerlei verwijzingen naar de Romeinen die op korte afstand van het speelbos hebben gewoond in het castellum Fectio.

De schouw van Nieuw Wulven is uitgevoerd voor het motief 'Er tussen uit' en het motief Gezelligheid. Twee recreatiedeskundigen van Alterra hebben de indicatoren van deze motieven gescoord op een zonnige ochtend in september. Hiervoor hebben ze een wandeling gemaakt van ca. een uur door het gebied. Globaal liep de wandeling van de hoofdingang naar het speelbos en langs het Grote Fort weer terug naar de ingang. Het overige deel van het gebied is per fiets bezocht.

4.2 Geschiktheidsoordeel Nieuw Wulven voor het motief Er tussen uit

Bekendheid

Voor de bekendheid van het gebied voor zeven indicatoren beoordeeld. Hieruit blijkt dat de mogelijkheden om het gebied bekend te maken niet goed worden benut. Het gebied heeft geen eigen domeinnaam en er kunnen geen beoordelingen van anderen gelezen worden. Ook kan een recreant niet zelf een beoordeling plaatsen. Er is geen actuele kaart van het gebied via internet te krijgen zodat je een recreatief uitstapje kunt voorbereiden. Er is alleen een algemene kaart met beperkte informatie (naam van gebied, ingang, uitzichtpunt, vogelnestkast). Er is geen overzicht van voorzieningen. Via internet krijgt men de indruk dat het gebied vooral voor het motief Volledig opgaan is bedoeld. De naam Nieuw Wulven levert 22.200 hits op bij zoeken op Google. Er zijn circa tien specifieke websites die informatie geven over Nieuw Wulven. Het is algemene informatie bijvoorbeeld over het openingsfeest van het speelbos en fietspad of een verslag van een excursie via Youtube.

Bereikbaarheid

Voor de bereikbaarheid van het gebied zijn vijf indicatoren beoordeeld. Hieruit blijkt dat bereikbaarheid van het gebied vanuit Houten goed is. Dat is belangrijk want de meeste bezoekers met het motief Even tussen uit komen uit de buurt. Vanuit het centrum van Houten loopt een verkeersveilige, groene route naar het gebied. De bewegwijzering voor auto's laat te wensen over. Bij de hoofdingang van het gebied staat een naambord aan de openbare weg. Mensen uit Houten weten het gebied wel te vinden, maar voor bezoekers die van verder komen is er geen duidelijke bewegwijzering. Voor bezoekers uit de zuidelijke wijken van Utrecht zijn er barrières in de vorm van twee snelwegen, de A12 en de A27. Dit betekent omrijden zowel voor fietsers als voor automobilisten om het gebied te bereiken.

Het speelbos en speeltoestellen van het Grote Fort worden waarschijnlijk niet vaak zelfstandig door kinderen bezocht omdat het ver van de woonwijken ligt. Hemelsbreed is die afstand tussen woonwijken en bos niet groot, maar de rondweg vormt een onoverbrugbare barrière.

Bruikbaarheid

Gebruikswaarde hoofdingang

Er zijn vijf indicatoren om de gebruikswaarde van de hoofdingang te beoordelen. Uit de beoordeling blijkt dat de gebruikswaarde voor dit motief niet goed is. Er is alleen een parkeerplaats, je kunt je fiets tegen een hek zetten, maar er is geen fietsenstalling. Er zijn wel drie verschillende paden, maar niet allemaal wandelpaden. Er is één wandelpad en een fietspad en een ruiterspad.

Gebruikswaarde gebied

Er zijn dertien indicatoren voor de gebruikswaarde van het gebied. De gebruikswaarde van het gebied voor het motief Er tussen uit is uitstekend. Er zijn aparte wandel-, fiets- en ruiterspaden, mogelijkheden om de hond los te laten lopen en te laten zwemmen en je kunt een rondje lopen van minimaal een half uur. Ook voor fietsers die er even tussen willen is het gebied geschikt, want het gebied kan opgenomen worden in een langer fietsrondje.

Beleefbaarheid

Belevingswaarde hoofdingang

De belevingswaarde van de hoofdingang is gemeten met vijf indicatoren. Hieruit blijkt dat de belevingswaarde prima is. De ingang is goed onderhouden, zowel het groen als de voorzieningen. De ingang oogt redelijk natuurlijk en is schoon. Het enige minpuntje is het geluid. Tijdens ons bezoek was het verkeersgeluid van de rondweg hinderlijk aanwezig.

Belevingswaarde gebied

De belevingswaarde van het gebied is gemeten met 26 indicatoren. Hieruit blijkt dat de belevingswaarde van het gebied voldoende is. Er is veel afwisseling in soorten bomen, in open ruimte en begroeiing, er is water, er zijn uitzichtpunten en doorkijkjes, en geen hekken of verbodsborden. Voor de beleving is het een nadeel dat het gebied nog jong en in ontwikkeling is. Mensen hebben een voorkeur voor oud bos boven jong bos.

4.3 Geschiktheidsoordeel Nieuw Wulven voor het motief Gezelligheid

Bekendheid

Voor de bekendheid van het gebied zijn veertien indicatoren beoordeeld. Hieruit blijkt dat de mogelijkheden om het gebied bekend te maken niet goed worden benut. Naast de informatie die bij het motief Even tussen uit is verzameld overbekendheid, is er naar aanvullende informatie gezocht voor het motief Gezelligheid. Er is wel redelijk veel informatie over het speelbos. Nieuw Wulven en speelbos lijken hetzelfde. Onduidelijk is echter waar dat precies ligt. In de plaatselijke VVV is een folder te krijgen over het speelbos.

Er is geen informatie op een website over of je er iets kunt kopen of nuttigen. Er is geen informatie over uitgezette routes en/of duur van een wandeling. Er is ook geen evenementenkalender.

Op Google Earth zijn 50 foto's geplaatst van het gebied. Dit is weinig in vergelijking met het aantal foto's bij het naburige Fort Vechten. Er is geen duidelijk concentratie van plekken waar foto's van gemaakt zijn. De foto's zijn verspreid over het gebied genomen.

Bereikbaarheid

Voor de bereikbaarheid van het gebied voor het motief Gezelligheid zijn acht indicatoren beoordeeld. Hieruit blijkt dat bereikbaarheid van het gebied vanuit Houten goed is. Vanuit het centrum van Houten loopt een

verkeersveilige, groene route naar het gebied. De bewegwijzering naar het gebied laat te wensen over. Voor bezoekers die van verder komen is het gebied dan lastig te vinden. Het gebied is niet bekend in een routeplanner. Pas bij de hoofdingang van het gebied staat een naambord aan de openbare weg. Voor bezoekers uit de zuidelijke wijken van Utrecht zijn er barrières in de vorm van twee snelwegen, de A12 en de A27. Dit betekent zowel voor fietsers als voor automobilisten omrijden om het gebied te bereiken. Het speelbos en speeltoestellen van het Grote Fort worden waarschijnlijk niet vaak zelfstandig door kinderen bezocht omdat het ver van de woonwijken ligt. Hemelsbreed is die afstand tussen woonwijken en bos niet groot, maar de rondweg vormt een onoverbrugbare barrière.

Bruikbaarheid

Gebruikswaarde hoofdingang

Er zijn 21 indicatoren om de gebruikswaarde van de hoofdingang te beoordelen. Uit de beoordeling blijkt dat de gebruikswaarde voor dit motief onvoldoende is. Dit heeft alles te maken met het ontbreken van een uitnodigende ingang en voorzieningen bij de ingang zoals horeca, informatie over routes en bezienswaardigheden, toezicht, toiletten etc.

Gebruikswaarde gebied

Er zijn 29 indicatoren voor de gebruikswaarde van het gebied. De gebruikswaarde van het gebied voor het motief Gezelligheid is matig. Dit komt vooral door het ontbreken van voorzieningen zoals horeca, bewegwijzerde routes en ontmoetingsplekken. Ook de overwegend onverharde en smalle paden zijn minder geschikt voor gezelligheidszoekers. De lengte van het rondje dat men kan lopen voldoet wel, evenals de aanwezigheid van het speelbos en speelterrein het Hoge Fort.

Beleefbaarheid

Belevingswaarde hoofdingang

De belevingswaarde van de hoofdingang is gemeten met zes indicatoren. Hieruit blijkt dat de belevingswaarde redelijk is: het groen en de voorzieningen zijn goed onderhouden, maar er zijn geen bloemen en het is niet erg overzichtelijk. Het voelt of je de verkeerde parkeerplaats hebt genomen.

Belevingswaarde gebied

De belevingswaarde van het gebied is gemeten met zestien indicatoren. Hieruit blijkt dat de belevingswaarde van het gebied voldoende is. Er is veel afwisseling in hoge en lage begroeiing, soorten bomen, zon en schaduw en er is geen stank. Daarnaast is het gebied goed onderhouden, oogt overzichtelijk, er zijn oriëntatiepunten en kleine dieren (konijn, vogel) te zien. Het feit dat gebied nog in ontwikkeling is en jong oogt, is voor deze groep wat minder belangrijk.

4.4 Conclusies en aanbevelingen

Op basis van de schouw in het gebied voor de motieven Even tussen uit en Gezelligheid is de conclusie dat het gebied meer geschikt is voor het motief Even tussen uit dan voor de gezelligheidszoeker. Voor 'Even tussen uit' is het een prima gebied. Je kunt er rondje lopen van minimaal een half uur, de hond mag op sommige plaatsen los lopen en er is de nodige afwisseling in begroeiing (hoog, laag, soorten bomen), aanwezigheid van water en doorkijkjes. Omdat het gebied nog in ontwikkeling is, kun je je wat moeilijker in 'een wereld van bos en natuur wanen'. Voor de gezelligheidszoeker is het gebied minder geschikt. Belangrijkste oorzaak hiervan is het ontbreken van voorzieningen zoals horeca en andere ontmoetingsplekken zoals barbecue- en kampvuurplaatsen in het gebied. Daarnaast missen ook gemakvoorzieningen zoals bewegwijzerde routes, halfverharde en brede paden en luie stoelen. Het speelbos is voor de gezelligheidszoeker een mooie attractie.

Gewogen score Even tussen uit

Voor dit motief is een gewogen score gemaakt. Hieruit blijkt dat het gebied voldoende scoort voor bereikbaarheid en gebruiks- en belevingswaarde. De bekendheid van het gebied en de gebruikswaarde van de ingang kan beter. Op een schaal van 100 scoort de indicator bekendheid 25%. Dit betekent een onvoldoende. De informatievoorziening en promotie kan dus verbeterd worden, vooral door een eigen website met daarop een overzicht van de aanwezige recreatievoorzieningen. Het door de beheerder regelmatig plaatsen van informatie over het gebied in de plaatselijke media moet vooral blijven doorgaan.

Het aanleggen van meer wandelpaden vanuit de ingang zodat een recreant een ander wandelpad kan kiezen als het ene wandelpad te druk is, is vrij essentieel. Ook een goede fietsenstalling en afvalbakken (o.a. voor hondenpoep) maken de ingang meer geschikt.

TUSSEN UIT	
<i>item</i>	score %
Bekendheid/informatie	25
Bereikbaarheid	78
Bruikbaarheid:	
_Gebruikswaarde Ingang	20
_Belevingswaarde Ingang	71
_Gebruikswaarde Gebied	74
_Belevingswaarde Gebied	62
Totaal oordeel	56

Gebied scoort voldoende voor het motief Tussen uit

Gewogen score Gezelligheid

Omdat niet alle indicatoren even belangrijk zijn, is er ook een gewogen oordeel uitgevoerd voor het motief Gezelligheid. Hieruit blijkt ook dat het gebied onvoldoende scoort voor het motief Gezelligheid. De bekendheid en informatie over het gebied is onvoldoende voor gezelligheidszoekers. Op een schaal van 100 scoort de indicator bekendheid voor het motief er tussen uit 17%. Dit betekent een slechte score. De informatievoorziening en promotie kan dus verbeterd worden, vooral door een eigen website met daarop praktische informatie, een overzicht van de aanwezige recreatievoorzieningen, gedetailleerde informatie over voorzieningen, overzicht van georganiseerde evenementen, beoordelingen van anderen lezen en zelf schrijven. Door meer in te zetten op het motief Gezelligheid, stijgt de kans dat er meer foto's op Google Earth worden gezet, en dit heeft weer een positief effect op de bekendheid.

Ook de gebruikswaarde van de ingang scoort laag. Dit komt o.a. door het ontbreken van horeca en informatie over bewegwijzerde wandelroutes. De belevingswaarde van het gebied is voldoende voor dit motief.

Wil men het motief Gezelligheid beter bedienen dan moeten in het gebied meer voorzieningen gericht op ontmoeting aangebracht worden. De gebruikswaarde van het gebied kan verbeterd worden door het aanleggen van bewegwijzerde routes.

Een eigen website met praktische informatie zoals een overzicht van aanwezige voorzieningen en informatie over de voorzieningen en een evenementenkalender kan de totaalscore voor dit motief naar voldoende brengen.

GEZELLIGHEID	
	score %
Bekendheid/informatie	17
Bereikbaarheid	56
Bruikbaarheid:	
_Gebruikswaarde Ingang	10
_Belevingswaarde Ingang	55
_Gebruikswaarde Gebied	57
_Belevingswaarde Gebied	75
Totaal oordeel	45
Gebied scoort onvoldoende voor het motief Gezelligheid	

5 Uitgebreide recreatieschouw

5.1 Inleiding

Naast de standaardschouw kan de beoordeling uitgebreid worden met een uitgebreide recreatieschouw. Afhankelijk van tijd, budget en interesse van een beheerder en grootte van het gebied kan het onderzoek daardoor steeds uitgebreider worden. In dit hoofdstuk wordt besproken wat er in de uitgebreide recreatieschouw wordt uitgevoerd. Van de vijf B's wordt beschreven wat er in de uitgebreide recreatieschouw onderzocht wordt. De nadruk ligt vooral op een regionale analyse, vergroten van de betrokkenheid en informatie direct afkomstig van recreanten via een vragenlijst in plaats van de beheerder. In enkele gevallen wordt dat uitgewerkt voor Nieuw Wulven.

5.2 Beschikbaarheid via een regioanalyse

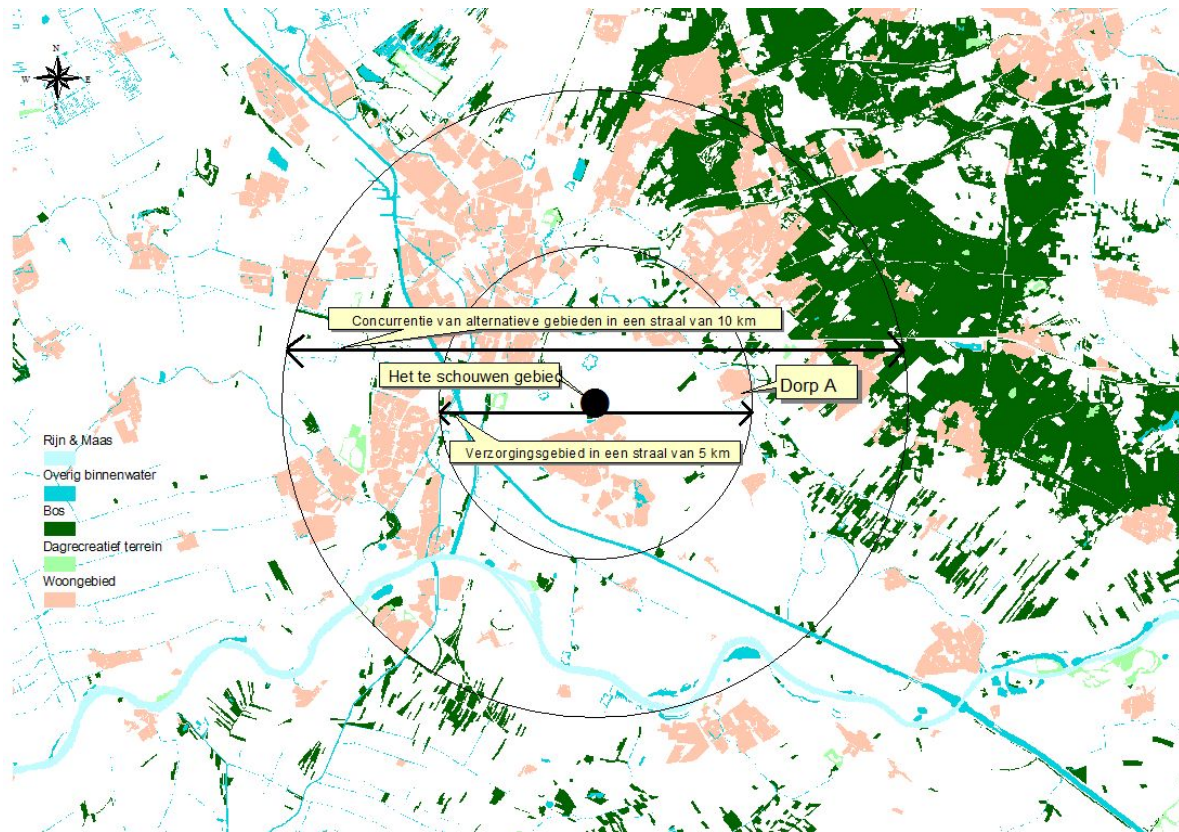
Een recreant kan in zijn omgeving vaak kiezen uit meer parken, recreatie-, bos- of natuurgebieden. Dit zijn de zogenoemde alternatieve of concurrerende gebieden. Deze gebieden beschikken ook over een bepaalde belevings sfeer en recreatievoorzieningen. Bij een regioanalyse wordt geïnventariseerd welke alternatieve gebieden in de regio aanwezig zijn. De recreatieschouw gaat uit van de belevingswereld van een recreant die met een bepaald motief wil gaan recreëren. Dit betekent dat de woning van een recreant het startpunt is. Het te onderzoeken gebied dat beoordeeld wordt, moet in het 'verzorgingsgebied' van de woning liggen. Uit onderzoek (CVTO, 2008) is bekend dat dit 'verzorgingsgebied' circa 5 km is (hemelsbreed). Daarin vinden veel wandel- en fietstochten plaats. De dorpen en steden binnen dit verzorgingsgebied zijn dus de herkomstplaatsen. Alternatieve gebieden om te bezoeken liggen dus ook op vijf km afstand van deze herkomstplaatsen (zie figuur 1). De inwoners van dorp A in figuur 1 kunnen het te schouwen gebied bezoeken, maar ze kunnen ook de andere kant opgaan en de bossen ten oosten van hun dorp bezoeken. Die bossen 'concurreren' dus met het te schouwen gebied. Globaal betekent dit een afstand van 10 km rond het te onderzoeken gebied. De alternatieve gebieden die in deze zone van 10 km liggen, worden in de uitgebreide recreatieschouw globaal beschreven.

De beschikbaarheid van deze gebieden voor de onderscheiden motieven kan op twee manieren onderzocht worden:

- via stakeholders
- via recreanten

Met stakeholders uit het gebied zoals ondernemers en plaatselijke recreatiedeskundigen kan onderzocht worden welke concurrerende gebieden aanwezig zijn en welke motieven ze vooral bedienen. Dit onderzoek gebeurt door in een workshop per motief de gebieden op een kaart aan te geven. Dit wordt in een tabel of in een GIS verwerkt. Het geeft een overzicht van de beschikbaarheid van gebieden per motief.

Een alternatieve, minder snelle en duurdere manier is om de bevolking uit een verzorgingsgebied te vragen welke gebieden ze met welk motief bezoeken. Dit kan via een vragenlijst online, of via een plaatselijke burgerpanel als dat aanwezig is of via een huis-aan-huis enquête.



Figuur 1

Voorbeeld van afstanden van een regioanalyse.

De uitkomsten kunnen gerelateerd worden aan de lokale vraag naar recreatiemotieven en/of de segmentatie aan belevingswerelden van bureau SmartAgent Company of de leefstijlsegmentatie van bureaus als Motivacion en NIPO-TNS. Deze vraag-aanbod analyse geeft aan in hoeverre er voldoende diversiteit in het recreatieaanbod is.

5.3 Bekendheid

In de uitgebreide recreatieschouw wordt een onderzoek onder de bevolking naar de bekendheid van het te onderzoeken gebied en alternatieve gebieden gedaan. Soms is een dergelijk onderzoek al uitgevoerd, zoals bij Nieuw Wulven. Dan zal dit deel bestaan uit een bestudering van de uitkomsten. In 2009 is in de gemeente Houten een onderzoek naar recreatie uitgevoerd (ADV Market Research, 2009). Hieruit blijkt dat de recreatiegebieden in de gemeente Houten over het algemeen bekend zijn bij een meerderheid van de Houtenaren. Het blijkt ook dat 37% van de inwoners van de gemeente Houten de afgelopen twaalf maanden wel eens informatie heeft gezocht over recreatie en toerisme in Houten. Als men informatie zoekt over recreatie in Houten, doet 71% dit via www.houten.nl. Een derde van de mensen zoekt de informatie in de gemeentegids. Men zou het liefst geïnformeerd willen worden via www.houten.nl (45%). Nieuw Wulven is bij 70% van de Houtense bevolking bekend en staat daarmee op de 5^e plaats. Van de inwoners die met dit gebied bekend zijn, maakt 75% gebruik van Nieuw Wulven.

Als er geen bestaand onderzoek is, dan kan via een enquête informatie worden verzameld over de bekendheid van gebieden. Dit kan wederom via een vragenlijst online, of via een plaatselijke burgerpanel als die aanwezig is of via een huis- aan huis-enquête.

5.4 Bereikbaarheid

Bij de uitgebreide recreatieschouw kan de bereikbaarheid nauwkeuriger onderzocht worden door gebruik te maken van een GIS netwerkanalyse in plaats van hemelsbreed. Alterra beschikt over een applicatie waarbij berekend wordt hoeveel mensen binnen 10 minuten per fiets, wandelend of per auto diverse groene gebieden kunnen bereiken. Deze reistijd van 10 minuten wordt over fietspaden, wandelpaden en wegen via netwerkanalyse berekend. Om de kwaliteit van de routes duidelijk weer te geven, wordt een kaart gemaakt waarbij infrastructuur, woongebieden, industriegebieden, bedrijventerreinen, en glastuinbouwgebieden rood worden gemaakt en parken, plantsoenen en bos- en natuurgebieden groen. Op de kaart wordt ook de reistijd in cirkels vanaf het centrum weergegeven. In één oogopslag is dan duidelijk te zien waar knelpunten en kansen liggen.

5.5 Bruikbaarheid

De mate van bruikbaarheid van het te onderzoeken gebied kan ook geïnventariseerd worden door burgers en stakeholders via de in dit rapport beschreven recreatieschouw. De samenstelling van de schouwers bestaat uit maximaal vier personen (excl. de onderzoeker die de schouw leidt), waarbij de beheerder van het te schouwen gebied uitgesloten is van het schouwteam.

<p><u>Gezelligheid</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Ondernemer- Landschapsarchitect- Burger- Recreatiedeskundige <p><u>Even tussen uit</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Dokter, therapeut, (eventueel gemeente-ambtenaar)- Landschapsarchitect- Burger- Recreatiedeskundige <p><u>Interesse</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Schrijver, journalist, gids- Landschapsarchitect- Burger- Recreatiedeskundige <p><u>Volledig opgaan</u></p> <ul style="list-style-type: none">- IVN-medewerker, of andere natuur cq. cultuurorganisatie bijv. van provinciaal landschap- Landschapsarchitect- Recreatiedeskundige- Burger <p><u>Fysieke uitdaging</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Medewerker van plaatselijke sportclub of sportambtenaar- Landschapsarchitect- Recreatiedeskundige- Burger
--

Figuur 2

Schema team recreatieschouwers.

Er moeten minimaal twee personen uit de regio afkomstig zijn. In verband met design/inrichting/beleving van het gebied behoort altijd een landschapsarchitect tot de schouwers. In verband met recreatie is altijd een recreatiedeskundige opgenomen in het team. Per motief versterkt een duidelijke vertegenwoordiger van dat motief het team en er moet een burger uit de omgeving opgenomen worden in het team. In figuur 2 is weergegeven hoe een schouwteam samengesteld kan worden. Wellicht kunnen de burgers/recreanten geworven worden via een oproep in de plaatselijke krant of via een burgerpanel of via een 'vrienden van.....'. Maar ook aan respondenten wonende in het gebied die in het e-SCAPE.nl-bestand van Alterra (afkomstig van de website 'daarmoetikzijn') zijn opgenomen, kan gevraagd worden deel te nemen aan het schouwteam. Alle schouwers vullen vooraf de motiefvraag in zoals door Alterra is ontworpen om daarmee zicht te krijgen op hun verdeling van de recreatiemotieven. Dit is nodig om daarop te kunnen selecteren.

5.6 Betrokkenheid

De betrokkenheid van inwoners en stakeholders kan worden vergroot als de recreatieschouw ook door deze mensen uitgevoerd wordt. Om de diversiteit in het recreatieaanbod te vergroten en beter te laten aansluiten bij de recreatievraag, is het zinvol om beheerders van alternatieve gebieden in het proces van de recreatieschouw te betrekken.

6 Conclusies en aanbevelingen

Conclusies

Met de recreatieschouw kunnen groengebieden systematisch beoordeeld worden over hun geschiktheid voor een bepaald recreatiemotief. De test in het gebied Nieuw Wulven laat zien dat het een bruikbare methode is om hierover snel inzicht te krijgen.

Er zijn 190 indicatoren geformuleerd om een groengebied te beoordelen. Deze indicatoren verschillen per motief en de scores geven aan of iets aanwezig is of niet. De recreatieschouw geeft hierdoor een geschiktheidsoordeel en geen kwaliteitsoordeel. Het geeft wel aan of er een speeltuin is, maar niet of het een mooie, leuke en veilige speeltuin is.

Met de uitkomsten van de recreatieschouw kunnen bruikbare adviezen worden gegeven aan de beheerder van het gebied om gebieden te behouden cq. meer geschikt te maken voor een bepaald recreatiemotief.

De recreatieschouw kan als middel dienen om het gedachtegoed van de recreatiemotieven in de praktijk verder uit te werken en de betrokkenheid met het gebied te vergroten.

De recreatieschouw kan op een snelle manier en tegen lage kosten uitgevoerd worden door recreatiedeskundigen.

Aanbevelingen

De recreatieschouw is in dit onderzoek in één gebied uitgetest voor twee recreatiemotieven. Het verdient aanbeveling om de recreatieschouw ook in andere gebieden toe te passen om het instrument verder te ontwikkelen. Ook de weging heeft nog nadere uitwerking nodig. Daarnaast kan ook nagedacht worden om een kwalitatieve component aan de schouw toe te voegen.

Om de recreatieschouw onder de knie te krijgen zou een symposium over de recreatieschouw georganiseerd kunnen worden. De deelnemers kunnen dan zelf een deel van de schouw uitvoeren. De resultaten kunnen dan als input dienen voor verdere discussies.

De recreatieschouw wordt in het gebied uitgevoerd. Om de gegevens gemakkelijk op te slaan en te verwerken is het nodig gebruiksvriendelijke software rond de recreatieschouw te ontwerpen. Hierdoor kunnen beheerders ook zelfstandig gebieden (maar niet hun eigen gebied) schouwen.

Literatuur

ADV Market Research, 2009. Gemeente Houten. Onderzoek Recreatie in Houten. ADV Market Research, Den Dolder.

CVTO, 2008-2009. NBTC-NIPO Research. Leidschendam.

Goossen, C.M. en J. Donders, 2011. Recreatiemotieven in Het Nationaal Landschap Het Groene Woud. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 2114.

Goossen, C.M., R.J.H.G. Henkens en I. Woltjer, 2010. Ontwikkeling behoefte aan recreatie-activiteiten en relatie met motieven; Analyse vrijetijdsgegevens voor een herijking van recreatietekorten. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 2034.

Goossen, C.M., J. Kruit, J. Donders en B. van Rooij, 2009. Smaakmakers voor landschappen op basis van recreatiemotieven. Eerste aanzet om belevingssferen in landschappen te creëren. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 1932.

Goossen, C.M. en T.A. de Boer, 2008. Recreatiemotieven en belevingssferen in een recreatief landschap. Literatuuronderzoek. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 1692.

Kenniscentrum Recreatie (KCR), 2010. Werken met recreatiemotieven. Inspirerend beeldenboek. Den Haag.

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2010. De strategische Kennis- en Innovatieagenda van de kenniskamers. Staatsuitgeverij, Den Haag.

Ministerie van LNV, 2009. Genieten van Buiten. Staatsuitgeverij, Den Haag.



Alterra is onderdeel van de internationale kennisorganisatie Wageningen UR (University & Research centre). De missie is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen UR bundelen negen gespecialiseerde en meer toegepaste onderzoeksinstituten, Wageningen University en hogeschool Van Hall Larenstein hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 40 vestigingen (in Nederland, Brazilië en China), 6.500 medewerkers en 10.000 studenten behoort Wageningen UR wereldwijd tot de vooraanstaande kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen natuurwetenschappelijke, technologische en maatschappijwetenschappelijke disciplines vormen het hart van de Wageningen Aanpak.

Alterra Wageningen UR is het kennisinstituut voor de groene leefomgeving en bundelt een grote hoeveelheid expertise op het gebied van de groene ruimte en het duurzaam maatschappelijk gebruik ervan: kennis van water, natuur, bos, milieu, bodem, landschap, klimaat, landgebruik, recreatie etc.

Meer informatie: www.alterra.wur.nl