



Informatie over Natuurgebieden: Hoe bedienen we de bezoekers?



Infoboom Adviesgroep
Door de bomen 't bos weer zien

Opdrachtgever: Arjan Klopstra & Marleen
van den Ham

Teamleden: Anne Eichhorn, Lisanne
Adams, Laura Jebbink, Frank Nooijens,
Youri Jongkoen. Academic Consultancy
Training, Adviesrapport project 1.216 in
opdracht van het InnovatieNetwerk.

22-10-2013

“Dit rapport is gemaakt door studenten van Wageningen Universiteit als onderdeel van hun MSc-opleiding.

Het is géén officiële publicatie van Wageningen Universiteit of Wageningen UR. Wageningen Universiteit neemt middels dit rapport geen formele positie in, noch representeert het haar visie of mening in deze.”

“Copyright © 2013 Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze publicatie mag worden verveelvoudigd of openbaar gemaakt worden, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs.”

I. Voorwoord

Na acht weken hard werken kunnen wij u als lezer met enige trots ons adviesrapport presenteren. Dit rapport brengt in kaart wat de huidige informatiebehoefte is van bezoekers van natuurgebieden. De uitkomsten van dit rapport zullen dienen als uitgangspunt voor de ontwikkeling van een portal waarop alle informatie over alle natuurgebieden in Nederland gebundeld wordt aangeboden. Ons rapport is geschreven als onderdeel van de cursus Academic Consultancy Training, welke wordt gevolgd aan de universiteit van Wageningen.

Dit onderzoek is verricht in opdracht van het InnovatieNetwerk en is uitgevoerd gedurende de maanden september en oktober 2013. Wij willen graag onze opdrachtgevers Marleen van den Ham en Arjan Klopstra bedanken voor deze ervaring en hun steun en enthousiasme bij het voltooien van deze opdracht.

Wij willen ook graag onze expert Karin Peters bedanken. Zij heeft ons erg goed geholpen met het opstellen van onze enquête en heeft gedurende het proces, met het oog op het academisch niveau, kritisch naar alle onderdelen van dit adviesrapport gekeken.

Hierbij bedanken we dan ook onze respondenten die de tijd hebben genomen om onze enquête in te vullen en daarmee de voor ons waardevolle data hebben aangeleverd.

Tot slot willen wij onze coach Keete Voerman heel erg bedanken voor al haar hulp en steun gedurende de uitvoering van ons project. Zij heeft ons uitstekend geholpen met het opstellen en behouden van realistische doelen binnen dit project.

Wij willen graag ons enthousiasme uitspreken over de ontwikkeling van een portal waarop alle informatie over natuurgebieden beschikbaar zal komen voor de natuurbezoeker. In Nederland is veel natuur en deze natuur kent veel natuurbezoekers, via deze portal komen deze 'Natuurlijk Samen'.

II. Samenvatting

Er is in Nederland een veelvoud aan bronnen die geraadpleegd kunnen worden bij het plannen van een natuurbezoek. Om een “dagje natuur” te plannen moeten vaak meerdere onafhankelijke bronnen geraadpleegd worden. Om de aansluiting tussen de bronnen te verbeteren is Innovatienetwerk van plan een portal te ontwikkelen genaamd “Natuurlijk Samen”. Via deze portal kunnen bezoekers van natuurgebieden alle beschikbare informatie over natuurgebieden op een website vinden. In het kader van deze portal hebben wij onderzoek gedaan naar de informatiebehoefte van natuurbezoekers. Dit hebben wij gedaan door middel van het afnemen van enquêtes in drie natuurgebieden, waarbij 194 natuurbezoekers geënquêteerd zijn. In onze enquêtes hebben wij gevraagd naar hoe natuurbezoekers op dit moment informatie zoeken, hoe tevreden ze zijn over het huidige aanbod aan informatie, de manier waarop het aangeboden wordt, de wensen ten aanzien van het aanbieden van de informatie en wat voor informatie gewenst is. Uit ons onderzoek blijkt dat natuurbezoekers tevreden waren over het huidige aanbod van informatie. Een groot gedeelte van onze respondenten gaf aan van te voren geen informatie op te zoeken voor hun natuurbezoek maar, dit is sterk samenhangend met de afstand van het natuurgebied tot de woonplaats. De manier waarop natuurbezoekers informatie aangeboden willen krijgen, is bij voorkeur digitaal en gedrukt. De informatie die gewenst betreft met name informatie over, routes, horeca en praktische voorzieningen. Op basis van de resultaten kan gezegd worden dat er op dit moment geen directe vraag is naar het platform “Natuurlijk Samen” maar dat er zeker potentie ligt voor de ontwikkeling hiervan.



Afbeelding 1: Zonovergoten zondagmiddag op de Ginkelse Heide tijdens een van de Enquête momenten.

III. Inhoudsopgave

I. Voorwoord.....	2
II. Samenvatting.....	3
III. Inhoudsopgave	4
1. Introductie	6
1.1. Onderzoeksvragen.....	7
2. Theoretisch kader	8
2.1 Huidig gebruik	8
2.2 Waardering.....	9
2.3 Wensen en behoeften	9
2.4 Kernbegrippen.....	9
2.4.1. Natuurbezoeker.....	9
2.4.2. Natuurgebied.....	9
2.4.3. Informatiebehoefte	10
2.5. Leeswijzer	10
3. Methodologie	11
3.1. Aanpak onderzoek.....	11
3.2. Meetinstrument	11
3.3. Toelichting op de enquête.....	11
3.4. Steekproef	13
3.4.1. Onderzoeksgebied.....	13
3.4.2. Strategie	14
3.4.3. Participanten	14
3.5. Data analyse	15
4. Resultaten.....	16
4.1. Verblijfsduur en activiteit in het gebied van enquêteren.	16
4.2. Samenstelling gezelschap, frequentie bezoek & activiteit.....	16
4.3. Internet & Smartphone gebruik	16
4.3.1. Planning van het bezoek	16
4.3.2. Huidige manier van informatie zoeken	16
4.3.3. Waardering van informatie over natuurgebieden	17
4.3.4. Gewenste aanbod van informatie over natuurgebieden.....	18
4.3.5. Wensen ten aanzien van het medium waarmee informatie aangeboden wordt	18
4.3.6. Belang van de aanbieder	18

4.3.7. Bereidheid tot bijdragen aan natuurbeheer	19
5. Limitaties	20
6. Conclusie	21
7. Aanbevelingen	23
7.1. De portal - Inrichting	23
7.2. De portal - Informatie.....	23
7.3. De portal - Promotie.....	25
IV. Literatuurlijst.....	27
Appendix I - Studiegebied	28
Ginkelse Heide.....	28
Meijendel.....	29
's-Gravelandse Buitenplaatsen.....	30
Appendix II - Overzicht figuren behorende bij resultaten.....	31
Appendix III - Vragenlijst	49
Appendix IV - Korte samenvattingen enquête-momenten.....	54

1. Introductie

In een klein dichtbevolkt land als Nederland met ruim 1600 natuurgebieden is de natuur altijd dichtbij. Deze natuurgebieden bieden ruimte voor diverse recreatiemogelijkheden, van mountainbiken en wandelen tot vliegeren en paardrijden. Deze verscheidenheid aan mogelijkheden heeft tot gevolg dat er ook veel verschillende gebruikersgroepen van natuur zijn.

Voor al deze verschillende gebruikersgroepen is er veel informatie beschikbaar over natuur. Het lastige is dat deze informatie verspreid wordt aangeboden, wat resulteert in een zee van informatiebronnen allemaal afkomstig van verschillende partijen binnen zowel de natuur- als niet natuursector. Daarnaast zijn door de opkomst van internet veel partijen overgestapt op het digitaal aanbieden van informatie waardoor steeds meer informatie beschikbaar komt voor de grote massa. Op dit moment zijn er meer dan 1500 websites waar informatie terug gevonden kan worden over natuurgebieden.

De ruime keuzemogelijkheden kan het voor de recreant moeilijk maken om op maat gemaakte informatie te vinden met betrekking tot het natuurbezoek (Vrijetijdsmonitor, 2013).

Om de informatievoorziening overzichtelijker te maken heeft InnovatieNetwerk het initiatief genomen voor de ontwikkeling van een portal waarin informatie over alle natuurgebieden gebundeld wordt in één website. Dit is de portal “Natuurlijk Samen”. Deze digitale portal heeft als doel te zorgen voor een betere uitwisseling van informatie tussen de verschillende betrokken partijen. Een degelijke portal biedt niet alleen potentie voor de natuurbezoeker welke gericht informatie kan zoeken, maar ook voor natuurbeheerders en ondernemers die op hun beurt kunnen inspelen op de wensen van de natuurbezoekers. Een betere uitwisseling van data zal dus kansen bieden voor de natuur in zijn geheel.

Voordat er wordt gestart met de ontwikkeling van een dergelijk portal is het van belang om een duidelijk beeld te krijgen van de informatiebehoefte van de natuurbezoeker. Om dit te bewerkstelligen brengen we in dit rapport in kaart op welke manier mensen hun bezoek naar de natuur plannen, welke informatiebronnen ze daarvoor raadplegen en hoe ze natuurbezoekers het zoekproces ervaren. Tot slot bekijken we op welke manier de bezoeker iets terug zou willen doen voor de natuur. Het resultaat van dit onderzoek bestaat uit een advies aan InnovatieNetwerk over de wenselijkheid en eventuele inrichting van een portal waarop natuurbezoekers hun natuurbezoek kunnen plannen.

1.1. Onderzoeksvragen

Om de behoeften en wensen van de natuurbezoeker in kaart te brengen zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

“Wat is de informatiebehoefte van de natuurbezoekers ten aanzien van het plannen van een natuurbezoek?”

Voor het beantwoorden van deze onderzoeksvraag zijn de volgende deelvragen opgesteld. Deze deelvragen beantwoorden samen de onderzoeksvraag.

1. *Maken mensen gebruik van informatiebronnen voor hun natuurbezoek?*
2. *Hoe zoeken natuurbezoekers op dit moment naar informatie over natuurgebieden en wat zoeken ze?*
3. *Hoe wordt deze informatie gewaardeerd?*
4. *Wat voor informatie is de bezoeker naar op zoek?*
5. *Hoe willen natuurbezoekers dat de informatie beschikbaar komt?*
6. *Hoe belangrijk is de afzender van de informatie?*
7. *Zouden natuurbezoekers betrokken willen worden bij het beheer van natuurgebieden en op wat voor manier?*

Om deze vragen nauwkeurig te kunnen beantwoorden is het van belang de volgende kernbegrippen nader toe te lichten: natuurgebied, natuurbezoeker en informatiebehoefte. Eerst is er een verkenning gedaan naar verschillende definities in de literatuur en vervolgens zijn deze toegespitst op dit onderzoek.

2. Theoretisch kader

Binnen dit onderzoek staat de volgende vraag centraal: “Wat is de informatiebehoefte van de natuurbezoekers ten aanzien van het plannen van een natuurbezoek?”. Er bestaan verschillende theorieën over vakantiekeuzeprocessen waarin onder andere het zoeken naar informatie in aan bod komen. Een van de bekendste theorieën genaamd ‘vacation sequence’ stamt uit van Van Raaij en Francken (Bargeman et al., 2002). Hoewel het model uit 1984 stamt, wordt het nog steeds beschouwd als een bruikbaar model om de vakantiekeuze en tevens (kortere) recreatieactiviteiten te analyseren. Aan de hand van deze theorie onderscheiden Bargeman en Van der Poel (2006) 6 fasen, betreffende achtereenvolgens het besluit om wel of niet op vakantie te gaan, het zoeken naar informatie, het maken van een keuze, de voorbereiding, de vakantie zelf en tot slot de evaluatie achteraf.

In de tweede fase gaan de toerist en zijn eventuele medereizigers, op zoek naar informatie ten aanzien van een vakantie (Bargeman en Van der Poel, 2006). In dit onderzoek wordt deze fase verder onder de loep genomen. Daarbij is het van belang om onderscheid te maken in verschillende bronnen waarvan men gebruik maakt, verschillende plaatsen en momenten waar de bezoeker informatie kan vinden en of men de juiste informatie weet te vinden (Bargeman, 2001). Voor dit onderzoek is dit informatiezoekproces geoperationaliseerd naar 3 fasen (Figuur 1): het huidige gebruik van informatie, de waardering van informatie en de wensen en behoeften van informatie.



Figuur 1: 3 fasen van operationalisatie

2.1 Huidig gebruik

Om het huidige gebruik van informatie in kaart te brengen willen we weten hoe vaak mensen een bezoek brengen aan natuurgebieden en wat voor activiteit zal worden beoefend in een natuurgebied. De activiteit kan namelijk belangrijk zijn voor het type informatie die een natuurbezoeker aangeboden wil krijgen. Vooral het “hoe, wat, waar” van de informatie is belangrijk.

Hoe zoeken de natuurbezoekers nu naar informatie? Wat zoeken ze? Waar zoeken ze dit? Van welke informatiebronnen maken ze gebruik?

2.2 Waardering

Bij de waardering van informatie gaat het er in dit onderzoek niet alleen om of de natuurbezoeker de gewenste informatie kan vinden maar ook om het gehele zoekproces. Het is van belang ook andere aspecten mee te nemen zoals tevredenheid over de hoeveelheid bronnen die moet worden geraadpleegd en de hoeveelheid tijd die wordt besteed aan het zoekproces. Op basis van deze informatie kan zo een advies worden uitgebracht over de manier waarop een portal het gebruiksgemak van informatiebronnen kan bevorderen.

2.3 Wensen en behoeften

Waar het uiteindelijk om draait is uitvinden hoe de natuurbezoeker zo optimaal mogelijk bediend kan worden in het vinden van informatie over natuurgebieden. Om tot een antwoord op deze vraag te komen is het onderzoek daarnaast ook gericht op de wensen en behoeften van natuurbezoekers ten aanzien van het informatieaanbod. Hoe willen bezoekers graag informatie aangeboden krijgen, en wat voor informatie wil de natuurbezoeker ontvangen. Wil de bezoeker bijvoorbeeld vooral informatie over horeca, of liever over routes of cultuur historie?

2.4 Kernbegrippen

2.4.1. Natuurbezoeker

Er zijn verschillende pogingen ondernomen om een definitie en classificaties van de natuurbezoeker te geven. Over het algemeen zijn er drie fundamenteën voor het ontwikkelen van typologieën: demografische, sociaaleconomische en psychografische aspecten (Johns & Gyimothy 2002). Welke van deze variabelen worden opgenomen in een studie, is sterk afhankelijk van het doel van de studie (van Marwijk, 2006). Aangezien het in dit onderzoek vooral gaat om de behoefte van de natuurbezoeker zijn vooral de psychografische aspecten relevant. Onder de psychografische aspecten vallen bijvoorbeeld houding, motivatie, overtuigingen, waarden, wensen, engagement, behoeften (Blamey & Braithwaite 1997). Het is van belang om verder een zo breed mogelijke definitie van natuurbezoekers te hanteren omdat het recreatiegedrag van mensen diverser is geworden door de jaren heen (Van Cooten, 2009). Omdat dit een verkennend onderzoek is worden er niet op voorhand selecties gemaakt op bijvoorbeeld leeftijd of lengte van bezoek. Het is juist relevant om te onderzoeken of er verschillen zijn in het gebruik, de wensen en waardering van informatie door verschillende gebruikersgroepen van natuur.

2.4.2. Natuurgebied

Onderzoek heeft aangetoond dat Nederlanders een breed natuurbeeld hanteren, waarbij sommige burgers zelfs aangaven de kamerplant als natuur zien (Buijs, 2009). Aan deze brede perceptie wordt grotendeels gehoor gegeven in dit onderzoek. Echter stadsparken zijn in dit onderzoek niet als natuurgebied meegenomen aangezien de nadruk van het onderzoek ligt op het gebruik en de behoefte van informatie voor het plannen van een bezoek. Aangenomen wordt dat bezoekers aan stadsparken vaak in de nabije omgeving wonen en bekend zijn met het gebied en in mindere mate gebruik maken van informatie. Landgoederen vallen echter wel onder de definitie natuurgebied.

2.4.3. Informatiebehoefte

In dit onderzoek definiëren wij informatie behoefte als informatie die het gebruiksgemak van de bezoeker bevordert. Het gaat hierbij om informatie die thuis of onderweg kan worden opgevraagd om zo een bezoek aan een natuurgebied te plannen. Hierbij is vooral van belang wat voor informatie de bezoeker op dit moment kan vinden en welke informatie gewenst is. Het hiaat hiertussen is het nog in te vullen gat in de informatiebehoefte. Dit hiaat is voor ons onderzoek van belang omdat dit opgevuld kan worden met een overkoepelend portal voor het plannen van natuurbezoeken.

2.5. Leeswijzer

Dit verslag heeft tot doel een duidelijk beeld te geven van de wensen en behoeften ten aanzien van het recreëren in natuurgebieden, waarbij er vooral wordt gekeken naar het “plan-gedrag” van de natuurbezoeker. Om dit weer te geven schetsen we eerst een theoretisch kader waarin het informatiezoekproces, betreffende een natuurbezoek, wordt beschreven. In het hierop volgende hoofdstuk leggen we uit welk meetinstrument we hebben gebruikt tijdens dit onderzoek, geven we een nadere toelichting op het gekozen meetinstrument en zal de meetmethode in verder detail worden beschreven. Het volgende gedeelte van het verslag bevat de analyse en de resultaten van dit onderzoek. Hierin zal de data die verkregen is worden geanalyseerd met behulp van SPSS en Excel. Het hoofdstuk ‘resultaten’ bevat de belangrijkste bevindingen die uit de analyse naar voren zijn gekomen. Het laatste gedeelte van dit verslag bestaat uit de conclusie, discussie en aanbevelingen, waarbij uiteen wordt gezet wat er kan worden geconcludeerd uit de resultaten en wat voor oorzaken en gevolgen dit zou kunnen hebben. In onze resultaten zullen wij verwijzen naar figuren in de appendix (appendix II). Als laatste doen wij aanbevelingen voor eventueel vervolg onderzoek en /of de inrichting van een eventueel portal. In het laatste hoofdstuk zullen wij aanbevelingen doen op basis van ons onderzoek en ervaringen tijdens het enquêteren.

3. Methodologie

In dit hoofdstuk beschrijven we de gekozen onderzoeksmethodologie met betrekking tot het inventariseren van de informatiebehoefte van de natuurbezoeker.

3.1. Aanpak onderzoek

Het doel van dit onderzoek is om de informatiebehoefte van bezoekers aan natuurgebieden in kaart te brengen, dit om zo meer inzicht te kunnen krijgen in het plangedrag van deze bezoekers. Een korte literatuurstudie gaf aan dat er weinig bekend is over dit onderwerp, wat tot gevolg heeft dat dit onderzoek van verkennende aard is. Kenmerkend voor dit type onderzoek is dat het een brede systematische aanpak heeft, gericht op het bekijken van meerdere aspecten. Ook moet bij verkennend onderzoek nieuwe data worden verzameld omdat er nog weinig bekend is over het onderwerp.

3.2. Meetinstrument

Om het huidig gebruik, de waardering en de wensen en behoeften betreffende informatiebeschikbaarheid over natuurgebieden te inventariseren, hebben we ervoor gekozen enquêtes af te nemen bij natuurbezoekers. Dit besluit is genomen op basis van verschillende motieven. Ten eerste is de gekozen methode toegankelijk naar de bezoeker toe. De methode vraagt kort de tijd en aandacht van respondenten. Een interview daarentegen, kost meer tijd en vormt daardoor vaak een barrière voor respondenten en kan de bereidheid om mee te willen werken aan het onderzoek aantasten. Ten tweede leent een enquête zich er voor om zowel snel, maar ook bruikbare informatie te verzamelen. Direct en goed gestelde vragen leveren vrijwel altijd een eenduidig antwoord op. Echter, een nadeel hier is dat het vaak minder diepgang heeft als een bij een interview. Daarnaast is het aantal deelnemers welke betrokken kunnen worden bij het onderzoek ook belangrijk om mee te nemen in de keuze voor het meetinstrument. Met enquêtes kunnen veel mensen worden bereikt en aangezien InnovatieNetwerk juist ook inzicht wil krijgen in de verscheidenheid van natuurbezoekers verdient een enquête als meetinstrument voor dit onderzoek de voorkeur. Daarnaast kunnen op basis van een grotere steekproef makkelijker generalisaties worden gedaan wat van belang is bij het formuleren van een advies betreffende een portal voor natuurbezoekers van Nederland.

3.3. Toelichting op de enquête

De enquête bestaat uit open vragen, meerkeuze vragen en stellingen en is bijgevoegd in de appendix (Appendix III). Er is gekozen voor een merendeel aan meerkeuze vragen, omdat deze vragen makkelijker in te vullen zijn dan open vragen en eenvoudiger te verwerken in SPSS. Om inzicht te krijgen in de waardering van informatie is gekozen om acht stellingen op te nemen waarbij gekozen kon worden tussen volledig oneens, beetje oneens, niet eens/niet oneens, beetje eens en volledig eens.

Voor het gebruiksgemak van de enquête is besloten deze op te delen in 3 delen:

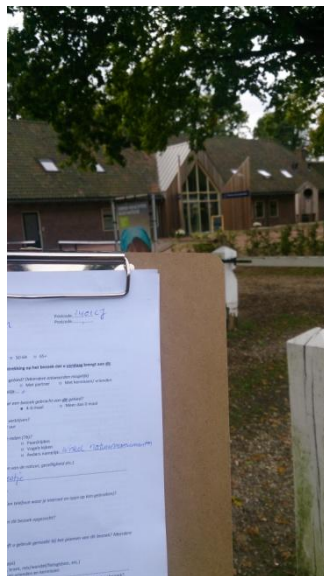
Het eerste gedeelte (genaamd 'achtergrond informatie' in de enquête) bestaat uit algemene vragen over de woonplaats, geslacht en leeftijd van de betreffende persoon. Met deze demografische gegevens kan worden gekeken of factoren zoals geslacht of leeftijd invloed hebben op het natuurbezoek en de informatiebehoefte voor het plannen van het bezoek. Door te vragen naar de woonplaats en/of plaats van vertrek van de betreffende persoon kan worden gekeken hoe ver deze

persoon heeft gereisd voor hij of zij aankwam op de bestemming. Tevens kan dit als een proxy worden gezien voor de bekendheid met het bezochte gebied.

De inhoudelijke vragen van de enquête zijn onderverdeeld in twee delen omdat we onderscheid willen maken tussen het huidige bezoek en natuurbezoeken in het algemeen. Dit is vooral heel belangrijk wanneer de persoon bekend is met het betreffende gebied en daardoor waarschijnlijk zijn bezoek niet heeft gepland, terwijl dezelfde bezoeker voor een ander gebied wellicht wel informatiebronnen raadpleegt om zijn of haar bezoek te plannen.

Het tweede gedeelte van de enquête (genaamd 'Deel 1: bezoek van vandaag aan dit gebied') heeft betrekking op het bezoek aan het gebied waar op dat moment de enquête werd afgenomen. Met behulp van vragen in dit gedeelte van de enquête werd gekeken naar hoe vaak de betreffende persoon een bezoek bracht aan dit gebied, met wat voor reden en of hij of zij van tevoren informatie had opgezocht voor het bezoek. Hiermee kan worden gekeken hoe bekend de betreffende persoon met het gebied is en welke activiteiten populair zijn in de verschillende gebieden.

Het derde gedeelte (genaamd 'Deel 2: natuurbezoeken in het algemeen') is gericht op het algemene bezoek aan natuurgebieden en op het gebruik van informatie over deze natuurgebieden. Deze vragen betreffen voornamelijk stellingen, meerkeuze-, en open vragen over de informatie behoefte voorafgaande aan een bezoek. Met behulp van deze vragen is geprobeerd inzicht te krijgen in de tevredenheid van de bezoeker over de informatievoorziening zoals deze nu is aangeboden op verschillende media.



Afbeelding 2: ingevulde enquête tijdens een van de enquêtemomenten

3.4. Steekproef

3.4.1. Onderzoeksgebied

Binnen dit onderzoek staat de natuurbezoeker centraal aangezien deze immers in elk natuurgebied te vinden is. De keuze voor bepaalde onderzoeksgebieden is dus in zekere mate arbitrair. Toch zijn wel op voorhand een aantal criteria opgenomen die tot de keuze voor onze drie onderzoeksgebieden heeft geleid.

Het uitgangspunt bij het opstellen van criteria voor het selecteren van gebieden is dat een breed spectrum aan natuurbezoekers moet worden betrokken in het onderzoek aangezien de uiteindelijke portal bedoeld is voor alle natuurbezoekers van Nederland. Doordat het onderzoek meer inzicht acht te verschaffen in het huidige gebruik en de informatiebehoefte van natuurbezoekers is het daarnaast van belang om veelal recreanten te treffen die hun bezoek plannen.

Op basis van de *toegankelijkheid van gebieden*, *diversiteit aan recreatiemogelijkheden*, *verscheidenheid aan terreinbeheerders*, *aanwezigheid van bezoekerscentrum* zijn de gebieden geselecteerd.

3.4.1.1. Toegankelijkheid van gebieden

Gebieden waar een toegangsprijs wordt gevraagd worden uitgesloten van het onderzoek. De drempel om bijvoorbeeld een park zoals de Hoge Veluwe te bezoeken met een toegangsprijs van bijna 17 euro zal voor sommige mensen te hoog zijn. De verwachting is dat in zulke gebieden geen juiste afspiegeling kan worden verkregen van natuurbezoekers in Nederland.

3.4.1.2. Diversiteit aan recreatiegebieden

Om te voorkomen dat er maar één type natuurbezoeker in de steekproef wordt opgenomen komen slechts de gebieden met diverse recreatiemogelijkheden in aanmerking. De assumptie hierachter is dat bijvoorbeeld mountainbikers naar andere informatie op zoek gaan dan vogelaars en dit geen juiste afspiegeling zal geven van natuurbezoekers in Nederland. Verondersteld wordt dat niet elk gebied dezelfde recreatiemogelijkheden biedt en elk gebied daardoor dus ook verschillende soorten bezoekers aan zal trekken. Door drie verschillende type natuurgebieden te kiezen, één natuurgebied met cultuurhistorische waarden, één duingebied en één heidegebied, wordt er een breed spectrum aan natuurbezoekers betrokken in het onderzoek om een zo goed mogelijke afspiegeling te maken van natuurbezoekers in Nederland.

3.4.1.3. Verscheidenheid aan terreinbeheerders

Een volgend criteria is de nabijheid van verschillende terreinbeheerders. Met nabijheid wordt bedoeld dat er door de natuurbezoeker gemakkelijk een oversteek te maken is naar het terrein van een andere beherende organisatie. Indien er slechts gebieden van bijvoorbeeld Natuurmonumenten worden geselecteerd dan zal bijvoorbeeld de website van Natuurmonumenten onevenredig veel genoemd kunnen worden als belangrijke informatiebron. Een positieve bijkomstigheid van de aanwezigheid van meerdere terreinbeheerders is dus dat dit betekent dat er ook eerder verschillende informatieaanbieders zijn. Dit is wenselijk om te kunnen achterhalen welke informatiebronnen natuurbezoekers gebruiken en of een verscheidenheid aan informatie-aanbieders wenselijk is.

3.4.1.4. Aanwezigheid van bezoekerscentrum

Gebieden met een bezoekerscentrum verdienen daarnaast de voorkeur omdat wordt verondersteld dat mensen die naar een bezoekerscentrum gaan hun bezoek van te voren plannen en gebruik maken van beschikbare informatie over het betreffende gebied. Daarnaast zijn bezoekerscentra vaak startpunten van wandelingen, fietstochten etc. en bieden deze ook de mogelijkheid om veel participanten te treffen voor dit onderzoek.

De bovengenoemde selectiecriteria leveren tal van gebieden op die in aanmerking komen als onderzoeksgebied. Wegens de beperkte tijd voor dit onderzoek wordt gestreefd het risico om te weinig participanten te treffen voor dit onderzoek te vermijden. Rekening houdend met dit risico is uiteindelijk gekozen voor gebieden waar de onderzoekers bekend zijn en wij het vertrouwen hadden binnen deze gebieden genoeg bezoekers te kunnen treffen: Meijndel, 's-Gravelandse Buitenplaatsen, Ginkelse Heide. In Appendix I is een kaart opgenomen met de drie onderzoeksgebieden, bij elk van de gebieden is een beknopte toelichting gegeven.

3.4.2. Strategie

Om inzicht te verkrijgen in het plangedrag van natuurbezoekers is het handig om de bezoekers aan te spreken op het moment dat zij in een natuurgebied zijn. Dit omdat zo in ieder geval de informatie die eventueel is opgezocht voor het brengen van dit bezoek aan het betreffende gebied nog vers in het geheugen ligt van de respondent en naar alle waarschijnlijkheid dus waardevolle informatie zal opleveren voor het onderzoek. Elk geselecteerd onderzoeksgebied is 2 maal bezocht onder goede weersomstandigheden, 1 maal op een doordeweekse dag en 1 maal in het weekend om zo een breed spectrum aan bezoekers te treffen. In Appendix IV staat een korte samenvatting van de verschillende enquêtemomenten.

De enquêtes zijn persoonlijk afgenomen tijdens het bezoek van de natuurbezoekers. Er is gekozen voor deze manier van enquêteren omdat het gaat om een onderwerp dat geen vragen vereist over gevoelig liggende onderwerpen voor het verkrijgen van de benodigde informatie. Daarnaast zal het publiceren van een digitale enquête niet de benodigde informatie leveren doordat men op deze manier een breder publiek bereikt dan enkel de bezoeker van natuurgebieden.

3.4.3. Participanten

Het onderzoek richt zich alleen op mensen die zich op het moment van enquêteren in de natuur bevinden. De portal welke InnovatieNetwerk voor ogen heeft zal zich richten op alle natuurbezoekers van Nederland en is het om die reden van belang een zo breed mogelijk spectrum aan bezoekers te betrekken bij het onderzoek, verdere selectie wordt daarom niet gemaakt.

In totaal zijn er voor dit onderzoek 194 enquêtes afgenomen onder natuurbezoekers. De onderzoekspopulatie bestond uit ongeveer evenveel mannen als vrouwen. Van de geënquêteerden kwam 60% van een locatie die op minder dan 20 kilometer van het natuurgebied lag waar de enquête afgenomen werd, 40% van de ondervraagden woonde op meer dan 20 kilometer van het betreffende onderzoeksgebied. De leeftijd van de participanten is opgedeeld in 5 subgroepen, waarvan 33% boven de 65 jaar oud, 24% tussen de 50 en 64 en 30% tussen de 35 en 49 jaar oud. De overige twee leeftijdscategorieën hadden respectievelijk 3% (12-19) en 10% (20-34) van onze respondenten. Omdat meer dan 85% van onze respondenten boven de 35 jaar oud was hebben we ons op de categorieën 35-49, 50-64 en 65+ gericht bij de analyse van de resultaten.

3.5. Data analyse

Om de data te kunnen analyseren zijn de enquêtes verwerkt in een database aan de hand van een codeerschema. Met behulp van SPSS is deze data vervolgens geanalyseerd en zijn er frequentietabellen, taartdiagrammen en kruistabellen ontwikkeld om de gevonden resultaten te illustreren. De open vragen zijn gecategoriseerd op verschillende thema's. Dit is gedaan door aanvankelijk de antwoorden te tellen. Hierna is op basis van thema's binnen de gegeven antwoorden een categorie gegeven aan elk antwoord (bijvoorbeeld bij antwoorden als "koffie drinken, pannenkoek eten, thee drinken" is hier de categorie Eten/Drinken van gemaakt).

4. Resultaten

4.1. Verblijfsduur en activiteit in het gebied van enquêteren.

Op de vraag hoe lang een natuurbezoeker in het gebied zou verblijven gaf 51% van de geënquêteerden aan dat ze 0 tot 2 uur in het betreffende gebied zouden verblijven en 49% gaf aan dat ze langer dan 2 uur zouden blijven. Op de vraag wat de geënquêteerden kwamen doen in het gebied werd met name wandelen genoemd (56%), gevolgd door fietsen (18%). Ook kwam er een relatief grote groep (19%) naar het gebied voor een activiteit die onder de categorie anders namelijk viel.

4.2. Samenstelling gezelschap, frequentie bezoek & activiteit.

Het grootste gedeelte van onze geënquêteerden (34%) bracht met zijn of haar partner een bezoek aan het gebied. 22% kwam met het gezin en de overige geënquêteerden kwamen met familie, kennissen, alleen of in een andere samenstelling naar het natuurgebied. 42% van de geënquêteerden kwam meer dan 6 maal per jaar in het gebied waar ze geënquêteerd werden. 18% was nog nooit in het gebied geweest waar ze geënquêteerd werden.

4.3. Internet & Smartphone gebruik

Voor het onderzoek is het van belang om te weten of de geënquêteerden in het bezit zijn van internet en/of een smartphone hadden. Van de 194 respondenten had 96% thuis internet. Een kleiner deel van onze respondenten had een smartphone in het bezit, 60% van de respondenten gaf aan een smartphone in zijn of haar bezit te hebben.

4.3.1. Planning van het bezoek

Het doel van dit onderzoek is om de informatiebehoefte van natuurbezoekers in kaart te brengen om zo meer inzicht te krijgen in het plangedrag van natuurbezoekers. Door middel van de afgenomen enquêtes hebben we een beeld kunnen schetsen van de voorbereidingen die worden getroffen voor een bezoek aan de natuur. Respondenten die niet eerder een bezoek hebben gebracht aan het betreffende natuurgebied blijken hun bezoek duidelijk meer te plannen (69%) (Appendix II, figuur 1), dan respondenten welke een natuurgebied al meerdere malen hebben bezocht. Slechts 11% van deze groep geeft aan zijn of haar bezoek vooraf te plannen. De mate van planning hangt daarnaast logischer wijs ook af van de bekendheid met het gebied. Ondervraagden welke uit de regio kwamen (< 20 km) plannen duidelijk minder vaak het bezoek (86%) dan natuurbezoekers welke meer dan 20 kilometer afleggen voor een bezoek aan de natuur (55%) (Appendix II ,Figuur 2 en 3).

4.3.2. Huidige manier van informatie zoeken

Uit de enquêtevragen over het zoekgedrag van de natuurbezoeker naar informatie over natuurgebieden, komt naar voren dat 66% (N= 194) van de ondervraagden weet waar te zoeken om de benodigde informatie te kunnen vinden voor zijn of haar natuurbezoek (Appendix II, Figuur 5). Het grootste deel (52%) van de ondervraagden welke aangaven zijn of haar natuurbezoek gepland te hebben, gaven daarbij aan vooral gebruik te maken van internetwebsites bij het zoeken naar informatie (Appendix II, Figuur 4). Gedrukte informatie en mondeling verkregen informatie waren daarnaast ook veel geraadpleegde bronnen.

Belangrijk is dat de activiteit die de bezoeker gaat ondernemen bij meer dan 52% centraal staat bij het zoeken naar informatie (Appendix II, figuur 23). Wanneer gekeken wordt naar wat voor soort informatie natuurbezoekers op dit moment zoeken, dan blijkt met name informatie over routes te

worden gezocht (55%)(Appendix II, figuur 26). Informatie met betrekking tot praktische voorzieningen en activiteiten in het te bezoeken natuurgebied worden ook aangegeven als belangrijk. Onder het kopje “Gewenste aanbod van informatie over natuurgebieden” wordt verder ingegaan op de informatiebehoefte bij natuurbezoeken in het algemeen.

4.3.3. Waardering van informatie over natuurgebieden

Het zoekproces geeft aan hoe de natuurbezoeker op voorhand informatie opzoekt over de natuurgebieden die hij of zij wil bezoeken. Aan de hand van verschillende stellingen is onderzocht hoe de natuurbezoeker dit proces ervaart en waardeert. De stellingen 1 en 2 hebben betrekking op het zoekproces (Appendix II, tabel 1).

Van onze respondenten gaf een ruime meerderheid aan te weten waar te zoeken om de voor hen relevante informatie te vinden voor hun natuurbezoek. Daarnaast ervaart iets minder dan de helft van de natuurbezoekers het zoeken naar de benodigde informatie niet als een tijdrovend proces. Echter valt er geen duidelijk onderscheid te maken tussen de wandelaars en fietsers, beiden zijn vrijwel eensgezind over het zoeken naar de benodigde informatie als zowel het tijdrovende aspect hiervan (Appendix II, figuur 5 tot en met 10).

Het resultaat wijst hier uit dat de geënquêteerden positief waren over de stellingen die samenhangen met het zoekproces. Men weet waar ze moeten zoeken voor informatie en het zoekproces naar informatie wordt door ruim een derde van de respondenten niet direct als een tijdrovend ervaren.

Voor het aanbod is eenzelfde aanpak uitgevoerd, aan de hand van stellingen is opnieuw gekeken naar hoe de natuurbezoeker deze beantwoordt. Aan de hand van de voorgelegde stellingen kan vervolgens worden opgemaakt of de natuurbezoeker het huidige aanbod positief of negatief waardeert, de behandelde stellingen hier zijn stelling 1 tot en met 3 (Appendix II, tabel 1).

De respondenten gaven vrijwel allemaal aan dat er niet een te grote hoeveelheid aan bronnen is waar de benodigde informatie uit gehaald kan worden. Daarnaast vond ook meer dan de helft van de respondenten de aansluiting tussen de gevonden informatie en de wensen goed. Wat hier wel opviel was dat respondenten uit de categorie 65+ de gevonden informatie beter op hun wensen vonden aansluiten dan respondenten uit de overige leeftijdscategorieën. Wat hierop aansluit is dat de respondenten over het algemeen ook de aansluiting tussen de verschillende informatiebronnen voor het gebruik van plannen voor hun natuurbezoek niet missen.

Een onderscheid tussen wandelaars en fietsers was hier opnieuw niet te vinden. Er was echter wel een verschil in mening te vinden tussen beide groepen wanneer gevraagd werd naar de aansluiting van de gevonden informatie op de wensen van de betreffende persoon. Ruim een kwart van de wandelaars ervaart een gebrek aan aansluiting tussen de verschillende informatiebronnen, tegenover minder dan 10% van de fietsers (Appendix II, figuur 11 tot en met 19).

Maar ook hier wijst het resultaat uit dat de natuurbezoeker over het algemeen tevreden is over het huidige aanbod.

Het belang van plannen is zoals bij de voorgaande punten hetzelfde onderzocht, namelijk aan de hand van de stellingen in de enquête, de behandelde stellingen hier zijn stelling 6 en 7 (Appendix II tabel 1). Meer dan de helft van de respondenten gaf aan zijn of haar natuurbezoek nooit via internet te plannen. Daarnaast gaf opnieuw meer dan de helft van de respondenten aan dat de activiteit leidend is bij het zoeken naar de benodigde informatie voor het natuurbezoek.

Onderscheid tussen de twee grootste groepen, wandelaars en fietsers, valt hier niet te maken. (Appendix II, figuur 20 tot en met 25).

4.3.4. Gewenste aanbod van informatie over natuurgebieden

In totaal werden door 194 respondenten 840 opties aangekruist met wat zij graag terug zouden zien binnen het aanbod aan natuurinformatie. Op de vraag wat voor informatie de natuurbezoekers graag aangeboden willen krijgen, is route informatie favoriet (20%). Informatie over horecagelegenheden komt op een tweede plaats als belangrijkste informatiebehoefte (15%) (Appendix II, Figuur 27).

Het grote aandeel van route informatie kan verklaard worden vanuit het feit dat onze groep geënquêteerden voornamelijk bestaat uit wandelaars en fietsers (samen goed voor 75%). Praktische voorzieningen, informatiecentra, informatie over plant en dier en cultuurhistorische informatie werden ieder in ongeveer 10% van de antwoorden gegeven. Verhuur van vervoersmiddelen, accommodaties, buitensport mogelijkheden en georganiseerde activiteiten is in mindere mate genoemd.

Wanneer we kijken naar wat voor soort informatie wandelaars en fietsers graag aangeboden willen krijgen, blijkt onder zowel de wandelaars als de fietsers de voorkeur uit te gaan naar informatie over routes (wandelaar 87%, fietser 69%) (Appendix II, Figuur 28 en 29). Een opvallend verschil tussen de fietsers en wandelaars is de verscheidenheid aan antwoorden die is gegeven op de vraag welke informatie mensen graag willen krijgen. Fietsers zijn voornamelijk gericht op routes, praktische voorzieningen en informatiecentra (Appendix II, Figuur 28) terwijl wandelaars daarnaast ook graag informatie willen over cultuurhistorie, horeca en informatie over planten en dieren (Appendix II, Figuur 29).

4.3.5. Wensen ten aanzien van het medium waarmee informatie aangeboden wordt

Voor de ontwikkeling van een mogelijke portal is het van belang om te weten hoe natuurbezoekers de informatie met betrekking tot het bezoek graag aangeboden willen krijgen. Geënquêteerden binnen alle leeftijdsgroepen gaven de voorkeur aan digitale informatie (Appendix II, Figuur 31). Gedrukte informatie kwam daarnaast ook duidelijk naar voren binnen de groep 65+, dit naar alle waarschijnlijkheid omdat deze groep minder ervaren is met het gebruik van internet (Appendix II, Figuur 30).

Binnen het medium digitaal is de website van de betreffende terreinbeheerder zelf het meest favoriet, gevolgd door een algemene website met natuurinformatie van verschillende beheerders (Appendix II, Figuur 31).

4.3.6. Belang van de aanbieder

Aan de hand van de stelling: *“De aanbieder van de informatie is belangrijk voor mij”*, is de vraag of de aanbieder van informatie belangrijk is voor de natuurbezoeker beantwoordt. Wanneer we de resultaten bekijken zien we dat ongeveer evenveel respondenten het belangrijk vinden wie de aanbieder is van informatie als het aantal respondenten dat dit onbelangrijk vindt. Daarnaast vindt een vijfde deel van de respondenten het niet belangrijk of onbelangrijk (Appendix II, Figuur 32).

Hieruit blijkt dat er een verdeeldheid is binnen de groep respondenten en hiermee rekening moet worden gehouden bij de invulling van de portal. Een onderling verschil tussen de verschillende leeftijdscategorieën ook niet naar voren gekomen.

4.3.7. Bereidheid tot bijdragen aan natuurbeheer

Op de vraag hoe burgers betrokken willen worden bij het beheer van natuurgebieden antwoordde bijna een derde van onze respondenten dat ze graag lid willen worden of al lid zijn van een natuurorganisatie (Appendix II, Figuur 33). Daarentegen gaf ook een kwart van de respondenten aan niet betrokken te willen zijn bij het beheer van natuurgebieden. Duidelijke verschillen in de manier van betrokkenheid tussen de verschillende leeftijdscategorieën zijn niet naar voren gekomen. Wat wel opviel was dat een grote groep van tussen de 35 en 49 jaar niet betrokken wil worden bij natuurbeheer (Appendix II, figuur 34).

Het feit dat bijna een derde van de geënquêteerden aangaf graag lid te willen worden of al lid is van een natuurorganisatie, biedt potentie voor de natuurbeschermers. De portal is er echter om de terreinbeheerders te overstijgen terwijl de manier waarop natuurbezoekers willen bijdragen juist weer heel erg gericht is op lidmaatschap van een natuurorganisatie. Deze “hechting” aan een bepaalde natuurorganisatie zou ervoor kunnen zorgen dat de natuurbezoekers de portal misschien links laten liggen. Aan de andere kant kan de bereidheid om bij te dragen aan natuurbeheer ook perspectieven bieden. Organisaties zullen via deze portal nog beter hun best moeten doen om hun informatie goed en op een originele wijze te presenteren. Organisaties die dit goed doen, zullen op deze manier waarschijnlijk meer leden trekken.

5. Limitaties

De gekozen onderzoeksmethode levert zoals bij elk onderzoek een aantal limitaties op. Ondanks de limitaties die dit onderzoek kent, kunnen wij toch een betrouwbaar en waardevol advies uitbrengen betreffende de portal 'Natuurlijk Samen'.

Een eerste limitatie is het feit dat binnen dit onderzoek is gewerkt met verschillende enquêteurs, elk met een eigen aanpak bij het enquêteren. Hiermee rekening houdend, is binnen de groep enquêteurs vastgesteld op welke manier respondenten worden aangesproken en welke zaken tijdens het invullen van de enquête wel en niet verteld mogen worden. Op deze manier is het effect van verschillende enquêteurs genivelleerd om zo betrouwbare en bruikbare data te kunnen verzamelen.

Een tweede limitatie binnen dit onderzoek heeft betrekking op de uitlichting van verschillende gebruikersgroepen binnen de resultaten. Het feit dat subgroepen vaak te klein of ongelijk verdeeld waren binnen onze resultaten heeft ervoor gezorgd dat er geen betrouwbaar beeld kan worden geschetst van deze gebruikersgroepen.

Daarnaast zijn in onze steekproef wandelaars oververtegenwoordigd, wat mede komt doordat deze makkelijk aan te houden zijn om te vragen of zij willen participeren aan ons onderzoek. Wandelen is onder bezoekers van natuurgebieden één van de populairste activiteiten en in dit licht is het geen onvermijdelijk resultaat. Echter, door de ondervertegenwoordiging van andere natuurbezoekers was het lastig een verband te leggen tussen de informatiebehoefte en verschillende type natuurbezoekers.

Binnen de enquête is ervoor gekozen om grotendeels te werken met gesloten vragen. Hierdoor was er niet de ruimte om erg diep in te gaan op details wat tot gevolg heeft dat alleen conclusies kunnen worden getrokken over de belangrijke aspecten waarmee rekening moet worden gehouden bij het opzetten van een portal.

Tot slot is de groep natuurbezoekers die zijn bezoek vooraf had gepland een stuk kleiner dan in eerste instantie was verwacht. Dit heeft waarschijnlijk gedeeltelijk te maken gehad met de selectie van gebieden. De Ginkelse Heide is wellicht vooral in de regio bekend en er zullen daardoor minder mensen uit wijde omtrek naar het gebied komen. Hiermee rekening houdend was in de enquête ook een deel opgenomen welke niet op het desbetreffende bezoek sloeg, maar op natuurbezoeken over het algemeen. Dit heeft ons alsnog relevante informatie heeft opgeleverd. Het feit dat natuurbezoekers minder vaak plannen dan verwacht, is echter ook een interessant resultaat voor InnovatieNetwerk.

6. Conclusie

“Wat is de informatiebehoefte van de natuurbezoekers ten aanzien van het plannen van een natuurbezoek?”

Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat het merendeel van de natuurbezoekers op dit moment tevreden is over het huidige aanbod aan informatie over natuurgebieden. De informatie waar natuurbezoekers naar op zoek zijn, wordt over het algemeen gevonden en goed gewaardeerd. Waar met name naar gezocht wordt bij het plannen van een natuurbezoek is informatie over routes, infocentra, horeca en praktische voorzieningen. Natuurbezoekers krijgen informatie over natuurgebieden het liefste digitaal aangeboden, gevolgd door gedrukte informatie. Op de vraag wat voor soort informatie natuurbezoekers graag terug willen zien, blijken vooral de antwoorden route informatie, horeca, informatiecentra en praktische voorzieningen populair. Wat opvalt in de resultaten is dat er geen duidelijk verschil is tussen de verschillende leeftijdscategorieën wat betreft de informatie die natuurbezoekers aangeboden willen krijgen. Hierbij hebben wij met name gekeken naar de leeftijdsgroepen 30-49 jaar, 50-64 jaar en 65+ omdat wij hierin de meeste respondenten hadden.

Uit onze resultaten komt verder nog naar voren dat natuurbezoekers met name bij willen dragen aan het natuurbeheer door lid te worden van een natuurorganisatie. De natuurbezoekers die minder dan 20 kilometer van het onderzoeksgebied wonen gaven vaker aan niet betrokken te willen zijn bij het natuurbeheer dan de bezoekers die meer dan 20 kilometer van het natuurgebied wonen. Een verklaring voor dit resultaat zou kunnen zijn dat bezoekers die van “ver” komen juist speciaal naar dat gebied op pad gaan en dus meer open staan voor het leveren van een bijdrage aan het beheer.

Een aantal vragen in onze enquête hadden verder betrekking op de tevredenheid van de natuurbezoeker over het huidige beschikbare aanbod aan informatie over natuurgebieden. Uit deze vragen komt het algemene beeld naar voren dat natuurbezoekers op dit moment tevreden zijn over het aanbod aan informatie over natuurgebieden. Echter, wanneer we mensen naderhand uitlegden wat het doel van het onderzoek is, een algemene portal voor de natuur, waren natuurbezoekers wel enthousiast over het idee. Daarnaast komt uit onze gegevens ook naar voren dat een kwart van de respondenten, graag informatie wil ontvangen over natuurgebieden via een algemene website met informatie van meerdere beheerders.

De potentie voor de portal zit in de aanvulling die de portal kan zijn op het aanbod van informatie. De portal is op dit moment niet een gat in de markt, maar dat gat zal de portal naar alle waarschijnlijkheid zelf creëren. Het is niet iets wat het merendeel van de natuurbezoekers nu mist en zij geven dan ook aan grotendeels tevreden te zijn met de informatie die nu te vinden is. Alhoewel 15 jaar geleden de mobiele telefoon ook door de grote massa niet gezien werd als iets wat nodig is dan wel gewenst is. Maar vandaag de dag heeft het merendeel van de bevolking wel een mobiele telefoon. Op dit moment is er geen directe vraag naar de portal omdat deze er simpelweg nog niet is. Op voorhand was onder de grote massa ook geen vraag naar een mobiele telefoon, maar wie kan er tegenwoordig nog zonder?

De portal “Natuurlijk Samen” zal slagen onder een aantal voorwaarden. De portal moet niet ter vervanging gaan dienen van de website van natuurbeheerders en verenigingen, maar juist de brug vormen tussen wat de bezoeker zoekt en de beheerder kan geven. De informatie moet effectief gekoppeld worden aan de wensen van de natuurbezoeker. Als bezoekers tot op niveau van gewenst detail een dagje weg kunnen plannen via de portal dan zal dit bijdragen aan het succes. Belangrijk is hierbij om in acht te nemen dat elke bezoeker verschillend is, maar wel zijn of haar informatie goed moet kunnen vinden. Als laatste aandachtspunt zien wij het up to date houden van de aangeboden informatie via de portal. Niets is vervelender wanneer blijkt de aanwezige informatie niet meer van toepassing blijkt te zijn op het moment dat je een bezoek aan een natuurgebied brengt. Verder moet de portal in dienst staan van de natuur en dit ook uitdragen, het gaat immers om natuurbezoekers, natuurgebieden en dit komt “Natuurlijk Samen”. Met name het aanbieden van de informatie waar de natuurbezoeker om vraagt (routes, voorzieningen, infocentra etc.) is belangrijk, daarnaast is het zeker ook belangrijk de bezoeker “wat extra’s” te geven. Vraagt een bezoeker bijvoorbeeld alleen route informatie aan, geef dan ook wat extra informatie over wie het gebied beheert en een korte samenvatting van wat er te zien is en hoe er te komen. Door de beheerder weer zichtbaar te maken kan dit ook weer kansen voor hen opleveren. Over de verdere inrichting van de portal, informatie erop aangeboden moet worden en over de verdere promotie hebben wij in het hoofdstuk *aanbevelingen* nog een aantal opties gegeven.

7. Aanbevelingen.

7.1. De portal - Inrichting

- **Op basis van activiteit.** Uit het onderzoek kwam naar voren dat mensen vooral zoeken op wat ze willen gaan doen, oftewel op basis van de activiteit. Dit betekent dat “wat gaat u doen” een eerste criteria kan zijn op basis van wat de portal voor informatie aan kan bieden aan de natuurbezoekers.
- **De portal als aanvullende hulpfunctie.** 60% van de respondenten gaf aan dat zij hun natuurbezoek nooit volledig via internet zullen plannen. Hieruit kan worden opgemaakt dat bezoekers behoefte hebben aan non-digitale informatie. Daarbij zullen ze het internet als hulpbron willen gebruiken, maar het zal niet het enige medium zijn waarop de natuurbezoekers hun dag willen plannen. Het advies is om de portal daarom vooral een functie te laten hebben van assistent voor deze groep natuurbezoekers, waarbij dus de waarde van “analoge informatie” niet onderschat moet worden. Hierbij kan de portal fungeren als een hulpmiddel om natuurbezoekers bijvoorbeeld naar een informatiecentrum te sturen, vanwaar zij dan hun informatie alsnog kunnen vinden.
- **Geef de mogelijkheid om te ontdekken.** 60% van de geënquêteerden gaf aan zijn of haar natuurbezoek niet volledig via internet te willen plannen. Het is dus belangrijk dat niet alle stappen van de portal “doorlopen” hoeven te worden om tot de informatie te komen die mensen willen vinden. Laat natuurbezoekers de ruimte om nog dingen te ontdekken ter plaatse. Hierbij moet ook de bovenstaande aanbeveling in acht genomen worden, waarbij de portal kan dienen als een steuntje in de rug (bezoekers naar een bezoekerscentrum sturen), maar ze daar hun informatie ter plekke laten vergaren.
- **Generaliseer niet op leeftijd.** Leeftijd is relatief wordt altijd maar gezegd. En dit is ook eigenlijk zo. Op het moment dat in de portal onderscheid gemaakt zal worden in leeftijden en op basis daarvan advies gegeven wordt begeef je je op glad ijs. Hou rekening met de kwieke 80-plusser en de zieke twintiger. Op basis van leeftijd zou je bij de ene een wandeling adviseren van maximaal een uurtje, terwijl je de ander een dagtocht adviseert. Terwijl dit voor beiden niet is wat ze willen.

7.2. De portal - Informatie

- **Routes.** Bij de vraag wat de geënquêteerden graag voor informatie aangeboden willen krijgen kwam heel sterk naar voren dat natuurbezoekers graag route-informatie ontvangen. Dit kan via verschillende manieren, zoals het downloaden en printen van een route informatie, maar ook het laden op de smartphone. Dit kan gedaan worden tegen een kleine betaling van de natuurbezoeker en levert voor de beheerder zowel geld als waardevolle informatie op. De beheerder kan zich hier beter richten op paden en voorzieningen die druk gebruikt worden aan de hand van hoe vaak een route of kaart door een potentiële natuurbezoeker gedownload wordt. Daarnaast kunnen bedrijven hier weer op in spelen door bijvoorbeeld langs deze veel gebruikte routes een kiosk te zetten en daarbij weer meer inkomsten genereren. Er zal dus voor kaarten en routes een “print-button” verwerkt kunnen worden, zodat natuurbezoekers direct de vaste route kunnen printen. Het aanbieden van route informatie zal een erg belangrijk onderdeel van de portal zijn, aangezien er volgens dit onderzoek een grote behoefte lijkt te zijn naar route-informatie.

- **Stippel alvast een route uit.** Ons advies is om op basis van de door de bezoeker ingevulde voorkeuren, zoals rustpunten of horecavoorzieningen eigen routes samen te stellen. Wij bevelen aan om interactieve kaarten en routes op de portal te plaatsen, waarbij de natuurbezoeker zelf zijn of haar ideale route kan uitstippelen met de daarbij gekozen voorzieningen, aangeboden door verschillende partijen via de portal. Dit sluit aan bij het vorige advies waarbij de natuurbezoeker een vaste route kan uitprinten, maar als uitbreiding ook helemaal zelf kan samenstellen binnen de portal.
- **De “Coupon-Kaart”.** Om een extra stimulans te geven voor het gebruiken van de portal, is het een mogelijkheid om korting coupons te geven aan de hand van een kaart of route er gedownload en/of geprint wordt. Deze coupons zitten aan de kaart of route vast, aangeboden door de desbetreffende horeca op de uitgekozen of gemaakte route door de natuurbezoeker. Het idee hierachter is dat de inkomsten van de kaart naar de natuurorganisatie gaat en de ondernemers in de buurt op deze manier een grotere klantenkring op kunnen bouwen op basis van natuurbezoekers. Dit idee vindt al toepassing bij bijvoorbeeld stadskarten waar vaak om de kaart heen reclame gemaakt wordt voor verschillende restaurants en attracties. Dit biedt dan ook een kans voor kaarten en/of routes van natuurgebieden. De portal zal hier als eerste mee kunnen starten, waardoor het nog aantrekkelijker wordt voor zowel natuurbezoekers om de portal te gebruiken en ondernemers om samen te werken met de portal. Dit biedt niet alleen kansen voor de lokale ondernemers, maar ook direct inzicht in op wat voor manier de lokale ondernemers meeliften op de aanwezigheid van een natuurgebied en voor de natuurbeheerder inzicht in de populairste attracties.
- **De aanbieder van informatie.** Uit ons onderzoek komt er naar voren dat een tweedeling te blijkt zijn tussen de geënquêteerden betreffende de aanbieder van de informatie, waarbij een deel van de respondenten de aanbieder wel belangrijk vond en een deel van de respondenten geen waarde hechtte aan de aanbieder van informatie. Het advies voor de portal is dat er makkelijker ingespeeld kan worden op de groep respondenten die geen waarde hechten aan de aanbieder. Zij staan open voor meerder aanbieders en voor deze groep zal de portal een uitkomst zijn. Voor de groep respondenten voor wie de aanbieder wel belangrijk is kunnen een tweetal zaken van belang zijn. Ten eerste is van belang dat de verschillende terreinbeheerders, ondanks het algemene karakter van de portal, niet hun identiteit verliezen. Dit wil zeggen dat ze nog steeds hun eigen doelgroep aan kunnen spreken, vanuit hun naam. Ten tweede is het van belang de meewerkende beheerders en ondernemers genoemd worden op de hoofdpagina van de portal om te laten zien dat zij achter de portal staan en dat het ook voor een deel hun product is. Zij leveren immers de informatie die op de portal komt door middel van open data. Dit schept een vertrouwd karakter van de portal en versterkt het samenwerkingsverband voor de portal.
- **Betrekken van de buurt.** Uit de resultaten bleek dat natuurbezoekers die minder dan 20 kilometer van het onderzoeksgebied woonden, minder plannen. Een mogelijkheid voor de portal zou zijn dat deze natuurbezoekers, op basis van een aangemaakt profiel op de portal, meldingen krijgen via email, app of de persoonlijke account op de portal. Door middel van deze persoonlijke account kunnen natuurbezoekers voorkeuren, wensen en activiteiten aangeven die bij hun passen. Als er een activiteit of evenement plaatsvindt in een natuurgebied in de buurt krijgen de natuurbezoekers met het passende profiel een melding. Dit kan voor mensen een extra stimulans zijn om een keer extra naar buiten te gaan in eigen

regio, dankzij de portal. Ook zal dit voor de betrokkenheid bij de natuur weer een positief effect hebben omdat mensen in het algemeen mogelijk vaker in contact komen met de natuur. Dit verhoogt weer de potentie om mensen in het algemeen betrokken te krijgen bij het natuurbeheer, doormiddel van vrijwilligerswerk, donaties of lidmaatschappen.

- **Toegang.** Uit het onderzoek bleek dat een aantal natuurbezoekers behoefte hadden aan meer duidelijkheid omtrent de toegang tot een gebied. Het advies is hier om per natuurgebied te vermelden of een gebied vrij toegankelijk is of dat er een toegangskaart vereist is.
- **Reisinformatie.** Een suggestie van een aantal natuurbezoekers was om actuele reisinformatie bij gebieden aan te geven, bijvoorbeeld vertrektijden van het omliggende openbaar vervoer of wat de beste weg is om er te komen via eigen vervoer, vanuit verschillende windrichtingen. Er kan bijvoorbeeld een link op de portal geplaatst worden naar 9292ov.nl. en een link met de actuele verkeersinformatie, zodat natuurbezoeker files en oponthoud op de weg kan omzeilen. Dit zal een goede toevoeging zijn voor de praktische informatie die beschikbaar is omtrent een natuurgebied.
- **De portal als meldpunt.** De portal zal ook een meldpunt kunnen zijn voor het geval de natuurbezoeker problemen of onjuistheden door willen geven aan de lokale beheerder van gebied. Een optie hiervoor zou zijn om het werk-emailadres of een twitter account te koppelen aan een foto van de lokale beheerder op de portal. Zo krijgt het desbetreffende gebied en wie dat lokaal beheert een “gezicht”.
- **Social-Media functie.** Met name in een tijdperk waarin Social media een grote rol speelt in het leven van een groot aantal mensen en ook natuurbezoekers is het een goede aanvulling om een Social-media “Like” en “Share” knop te verwerken in de portal. Hiermee kunnen mensen de waardering van hun bezoek doorgeven door bijvoorbeeld een “like” via Facebook te geven of hun bezoek aan het desbetreffende gebied te delen via Facebook, Twitter en andere Social media. Eventueel zou zelfs in de toekomst gedacht kunnen worden aan een functie waarbij mensen via hun Facebook of Twitter account deel kunnen nemen aan een community “natuurlijk samen”. Waarbij actief ervaringen uitgewisseld kunnen worden en gegevens gedeeld kunnen worden.

7.3. De portal - Promotie

- **Belang van promotie.** Promotie van de portal is voor groot belang voor het succes ervan. Als er geen promotie gemaakt wordt zullen natuurbezoekers het waarschijnlijk alleen kunnen vinden na intensief google-gebruik. Het is dus van belang dat de partners achter het platform staan en dat zij ook een groot deel van de promotie uitdragen. Vooral de terreinbeheerders zullen de waarde van het platform in moeten zien. Het levert namelijk kansen op voor de natuur die zij beheren. Zeker gezien het feit dat de meeste natuurbezoekers een bezoek aan een gebied brengen voor ontspanning en genieten van de natuur. Daarnaast zal iedere beheerder er baat bij hebben als er een overzicht komt met informatie over natuur in het algemeen. Waar de natuurbezoeker keuzes kan maken met betrekking tot welk gebied te bezoeken. Zo weet de beheerder waar hij/zij meer aandacht op moet richten om een gebied aantrekkelijker te maken voor de natuurbezoeker of juist de druk op een natuurgebied moet verlichten. De portal moet vooral zichtbaar gemaakt worden door degenen die er het meeste profijt uit kunnen halen, dat zijn de natuurbeheerders en daaraan gekoppeld de ondernemers.

- **Tips voor de volgende keer.** Op het moment dat er een bezoek aan een natuurgebied gepland wordt kan natuurlijk ook op basis van de doorgegeven voorkeuren tips voor het volgende bezoek gegeven worden. Dan kan een natuurbezoeker direct zien wat voor mogelijkheden er nog meer zijn, naast het bezoek wat ze nu gepland hadden. Op deze manier wordt de natuurbezoeker warm gehouden voor de natuur, door direct suggesties voor een volgende keer te geven op basis van de doorgegeven voorkeuren.
- **Houd de informatie actueel.** Het is vervelend wanneer eenmaal aangekomen in een natuurgebied bepaalde voorzieningen dicht zijn of zelfs er niet meer zijn. Dit zal de natuurbezoeker onthouden en kan resulteren in ontevredenheid over een natuurgebied en leiden tot minder of geen bezoeken hier meer aan. Het is dus van belang dat de informatie die op de portal komt up-to-date gehouden word. Dit zal een belangrijke taak zijn voor de terreinbeheerders omdat zij de gene zullen zijn die de informatie zullen leveren over hun routes en kaarten van het gebied. Daarnaast sluiten ondernemers hierop aan door middel van bijvoorbeeld openingstijden van hun onderneming up-to-date houden.

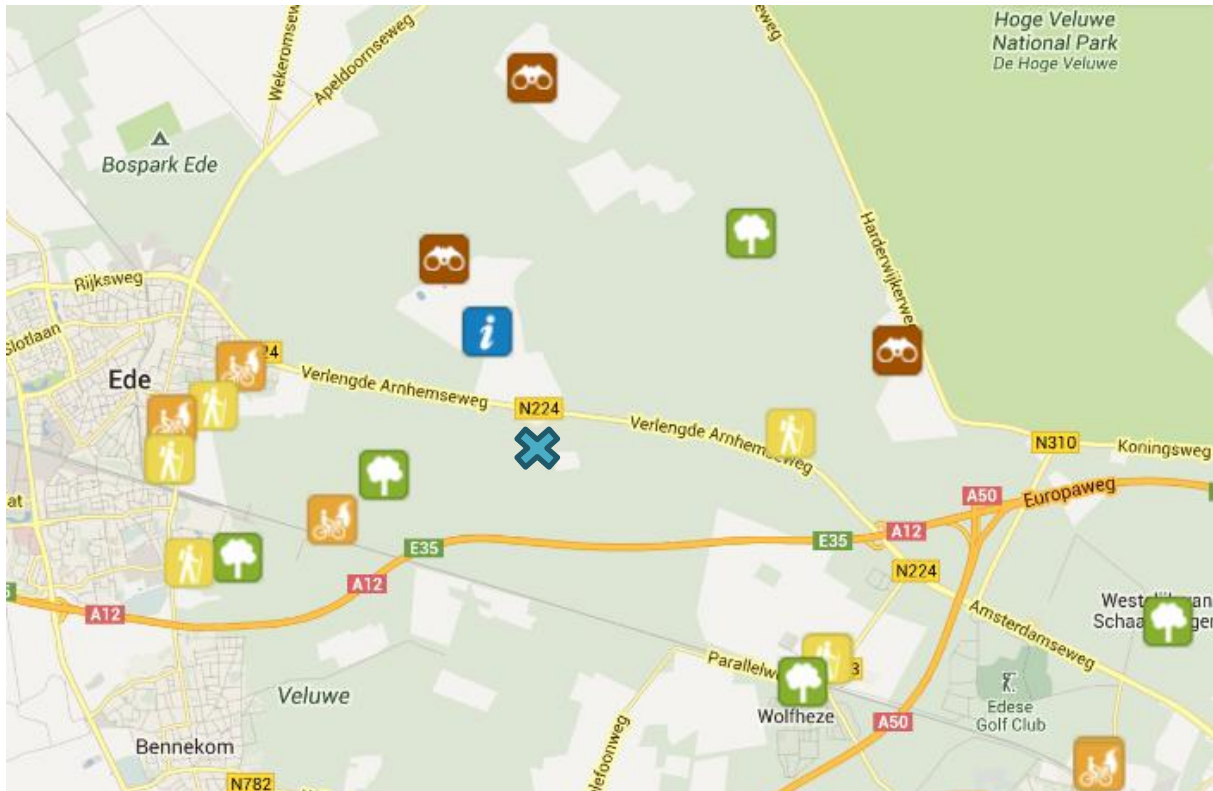
IV. Literatuurlijst

- Bargeman, B. (2001). *Kieskeurig Nederland: Routines in de Vakantiekeuze van Nederlandse Toeristen*. Thela Thesis, Amsterdam.
- Bargeman, B. & Poel, H. van der (2006) 'The Role of Routines in the Vacation Decision-making process of Dutch Vacationers', *Tourism Management*, 27 (4): 707-720.
- Blamey, R. K. & Braithwaite, V. A. (1997) 'A Social Values Segmentation of the Potential Ecotourism Market', *Journal of Sustainable Tourism*, (5/1): 29-45.
- Buijs A. E. (2009). *Natuurbeelden, Publieke visies op Natuur en de Consequenties voor het Natuurbeheer*. Samenvatting PhD Thesis 'Public Natures. Social representations of nature and local practices', Wageningen Universiteit, Wageningen.
- Johns, N. & Gyimothy, S. (2002) 'Market Segmentation and the Prediction of Tourist Behavior: The Case of Bornholm, Denmark', *Journal of Travel Research*, (40): 316-327.
- Marwijk, van, R. & Taczanowska, K. (2006) 'Types of Typologies - From Recreationists & Tourists to Artificial Agents', poster session. *Proceedings of the Third International Conference on Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*. University of Applied Sciences Rapperswil, Switzerland, 13-17 September 2006. Rapperswil.
- Raaij, W.F. van & Francken, D.A. (1984) 'Vacation decisions, activities and satisfaction', *Annals of Tourism Research*, 11, 101-112.
- Vrijetijdsmonitor, Monitor Vrije tijd en Toerisme, 2013
<http://www.monitorvrijetijdtoerisme.nl/vrijetijdsaanbod>, Gezien op 11-10-2013.

Appendix I - Studiegebied

Deze appendix bevat een kaart en een korte toelichting met relevante kenmerken van de geselecteerde onderzoeksgebieden. Het onderzoek is uitgevoerd in een drietal gebieden: de Ginkelse Heide te Ede, Meijndel te Wassenaar en de 's-Gravelandse Buitenplaatsen te Hilversum. De exacte grenzen van de gebieden zijn niet aangeduid op de kaart aangezien het onderzoek zich niet richt op een specifiek gebied maar op de natuurbezoeker die zich vrij door de omgeving verplaatst. Het kruis in elk kaart in geeft de precieze locatie van het enquêteren aan.

Ginkelse Heide



De Ginkelse Heide is een heidegebied met bos en stuifzanden dat zich bij Ede bevindt. Er is een onder andere een schaapskooi te vinden en er bevindt zich een vliegergebied. Er zijn verschillende terreinbeheerders in de omgeving te vinden: Defensie, Geldersch Landschap en Geldersche Kasteelen, Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer.

De volgende kenmerken en faciliteiten zijn in het gebied te vinden:



Toegankelijk



Honden toegestaan



Gemarkeerde wandelroute(s)



Fietspad(en)



Ruiterpad(en)



Excursies



Kijkhut(ten)



Bezoekerscentrum/info

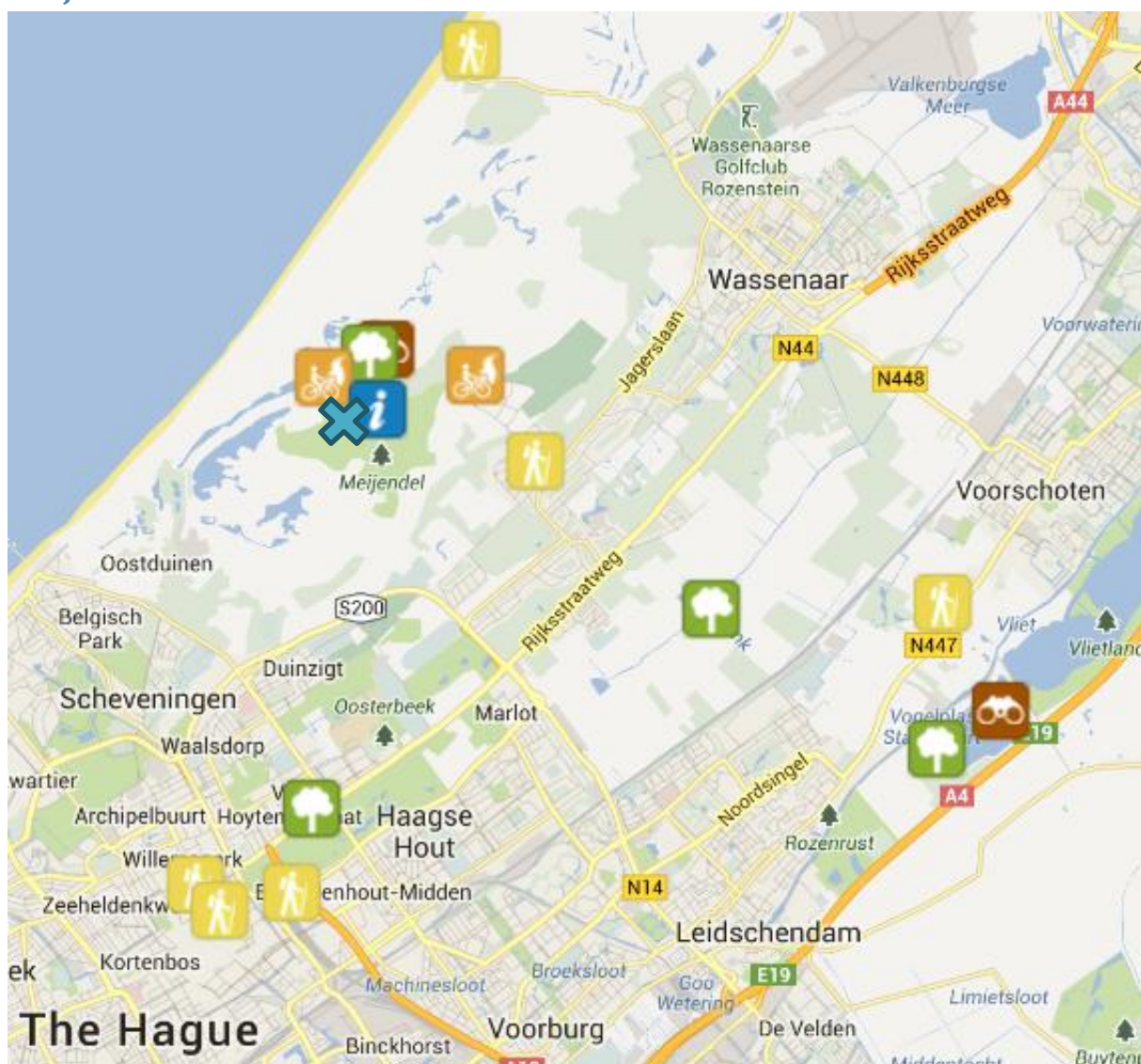


Parkeergelegenheid



Bereikbaar per openbaar vervoer

Meijndel



Meijndel is een duingebied in de buurt van Wassenaar. Het gebied wordt beheerd door Dunea. Dunea is een drinkwaterwinningsbedrijf maar ontvangt daarnaast ook jaarlijks 1 miljoen recreanten in de duinen tussen Monster en Katwijk, waarvoor zij activiteiten organiseren en faciliteiten aanbieden zoals een bezoekerscentrum en diverse recreatiemogelijkheden.

Het gebied heeft de volgende kenmerken en faciliteiten:



Toegankelijk



Honden toegestaan



Gemarkeerde wandelroute(s)



Fietspad(en)



Ruiterpad(en)



Excursies



Kijkhut(ten)



Bezoekerscentrum/info

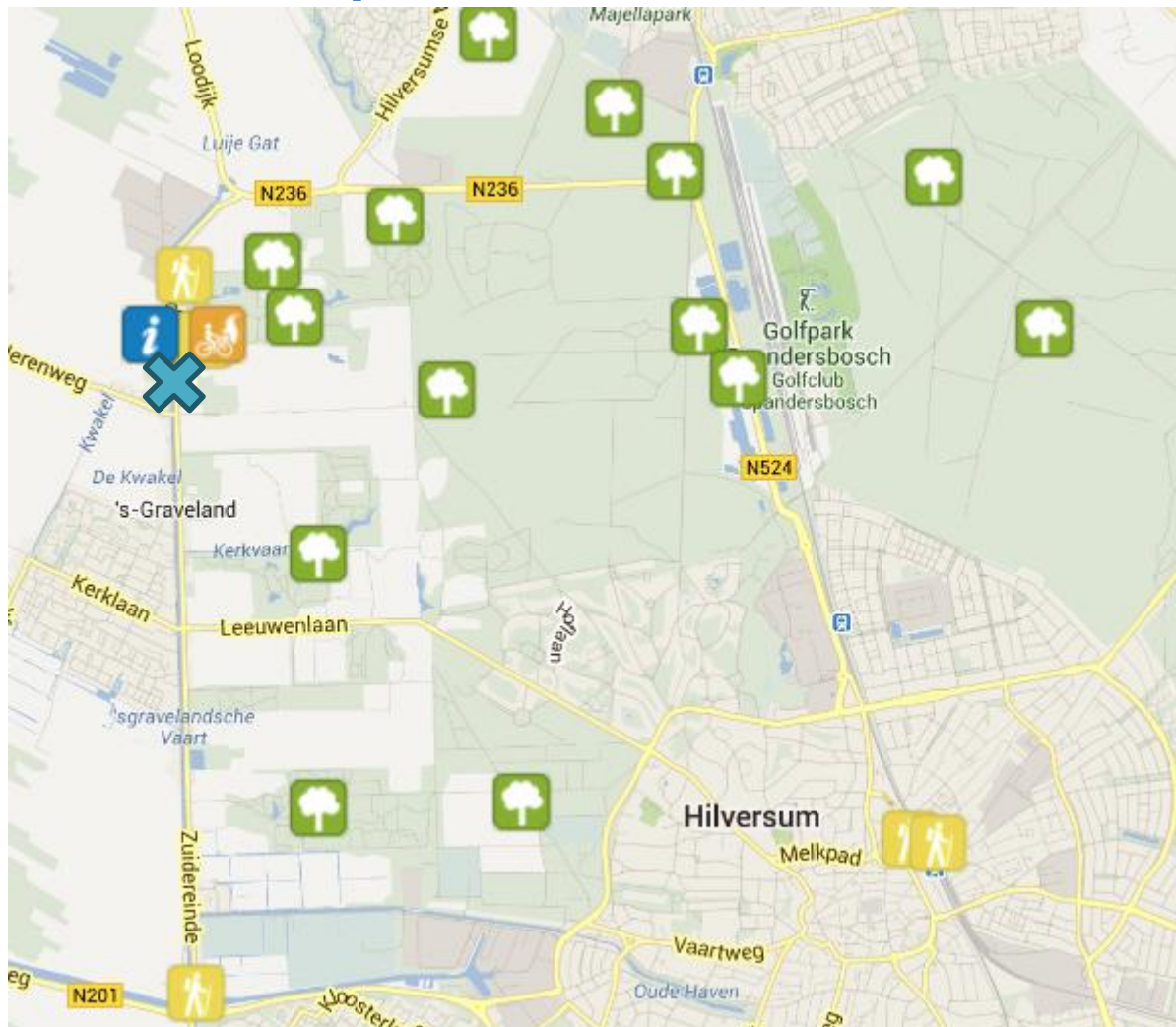


Parkeergelegenheid



Bereikbaar per openbaar vervoer

's-Gravelandse Buitenplaatsen

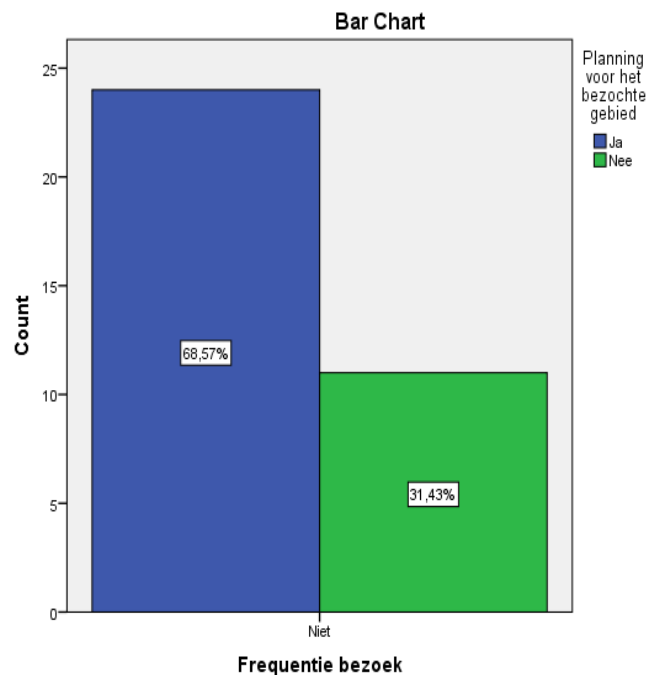


De 's-Gravelandse Buitenplaatsen bestaan uit tien buitenplaatsen met cultuurhistorische waarden: Bantam, Boekesteyn, Gooilust, Hilverbeek, Jagtlust, Land en Bosch, Schaep en Burgh, Schoonoord, Spanderswoud, Spiegelrust. Er zijn verschillende terreinbeheerders te vinden in het gebied: Natuurmonumenten en het Goois Natuurreservaat.

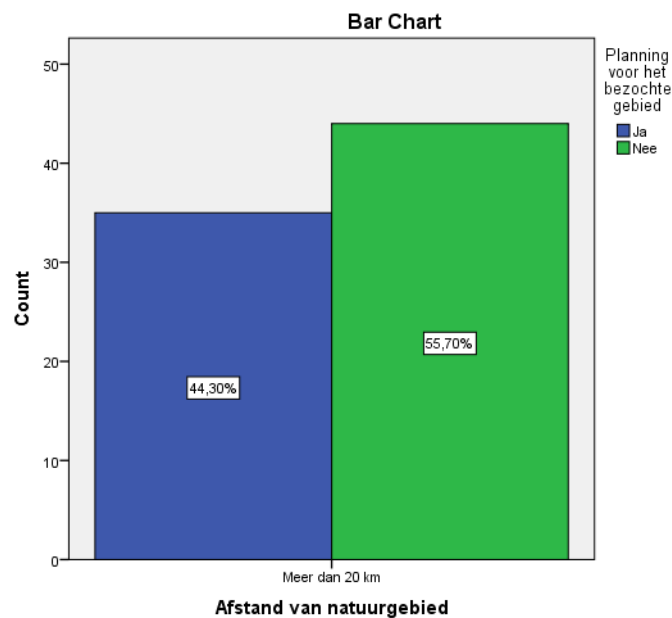
Het gebied heeft de volgende kenmerken en faciliteiten:

-  Toegankelijk
-  Honden toegestaan
-  Gemarkeerde wandelroute(s)
-  Fietspad(en)
-  Ruiterspad(en)
-  Excursies
-  Bezoekerscentrum/info

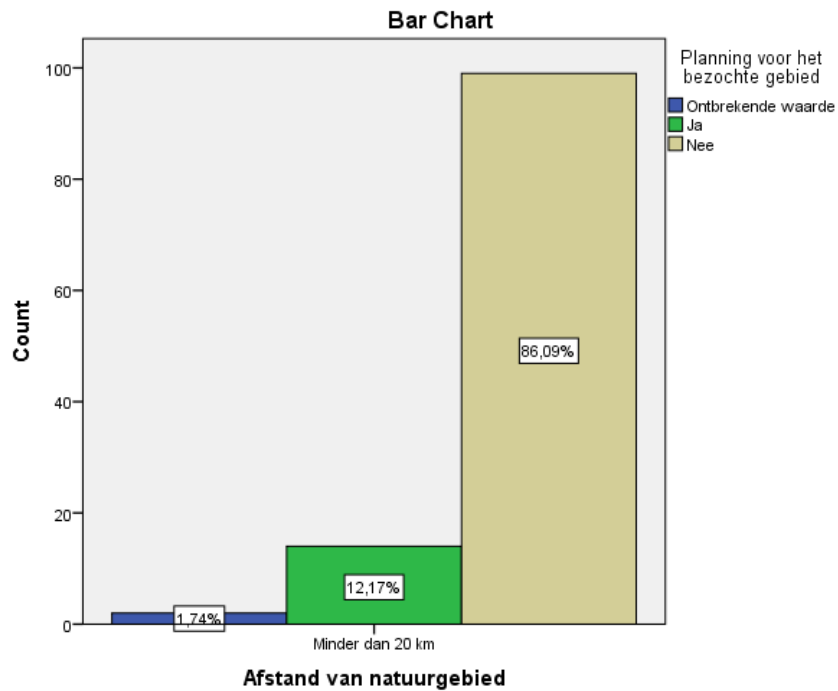
Appendix II - Overzicht figuren behorende bij resultaten



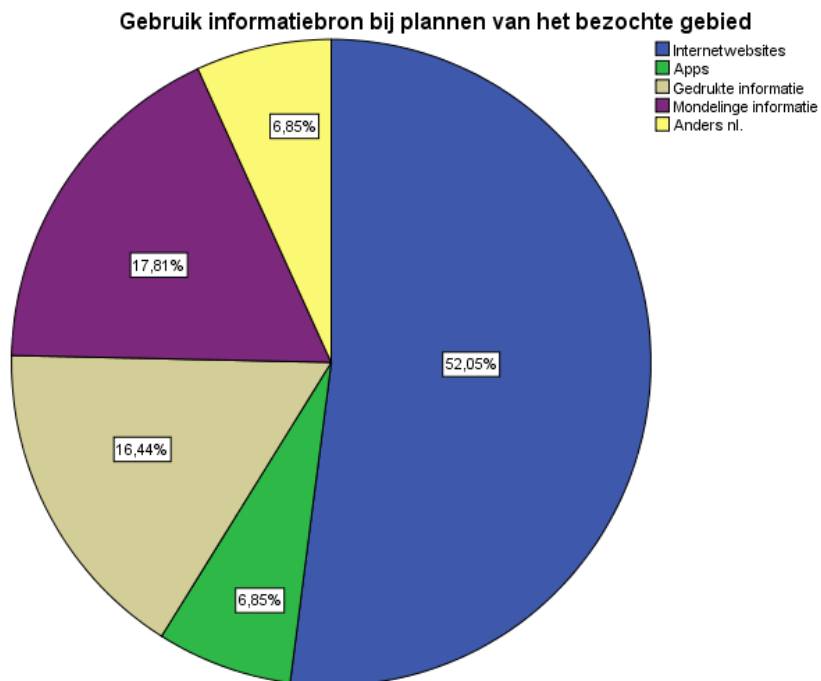
Figuur 1: Een weergave van het wel of niet plannen van het bezoek onder de respondenten die voor het eerst een bezoek brachten aan het onderzocht gebied (n=194). Een groot deel van de respondenten (68,57%) die niet eerder in het gebied waren geweest gaf aan het bezoek van te voren te plannen.



Figuur 2: Een weergave van de verhouding wel/niet plannen binnen de groep die meer dan 20 km van het natuurgebied woont (n=194). Het merendeel van de bezoekers (55,70%) die meer dan 20 km van het gebied woonden gaf aan het bezoek van te voren gepland te hebben.



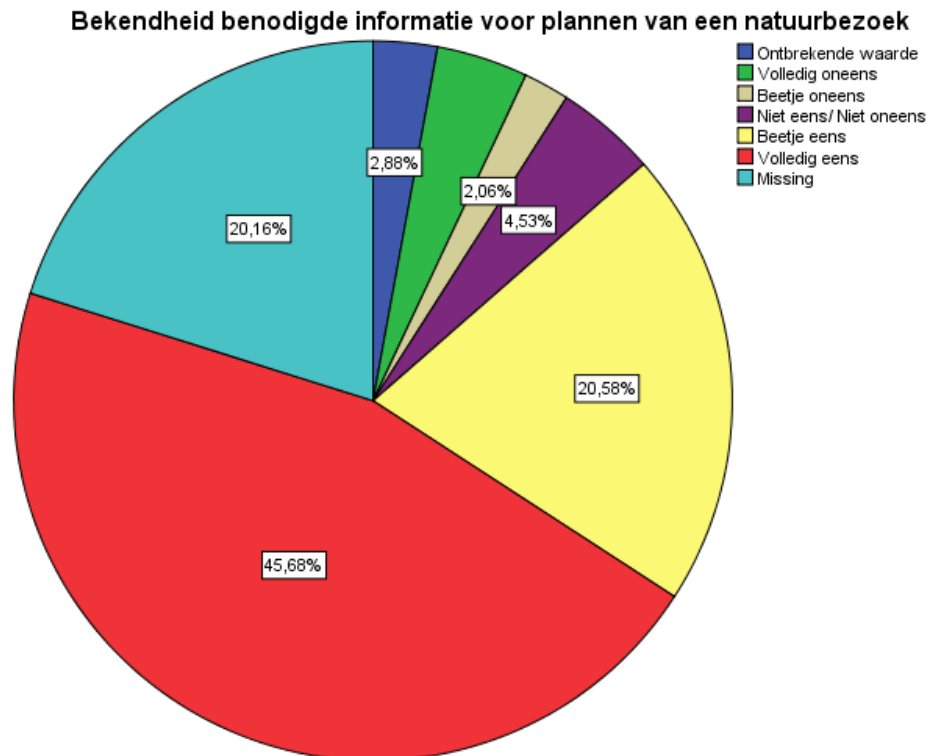
Figuur 3: Een weergave van de verhouding wel/niet plannen binnen de groep die minder dan 20 km van het natuurgebied woont (n=194). Het overgrote deel van de respondenten gaf aan het bezoek niet gepland te hebben (86,09%).



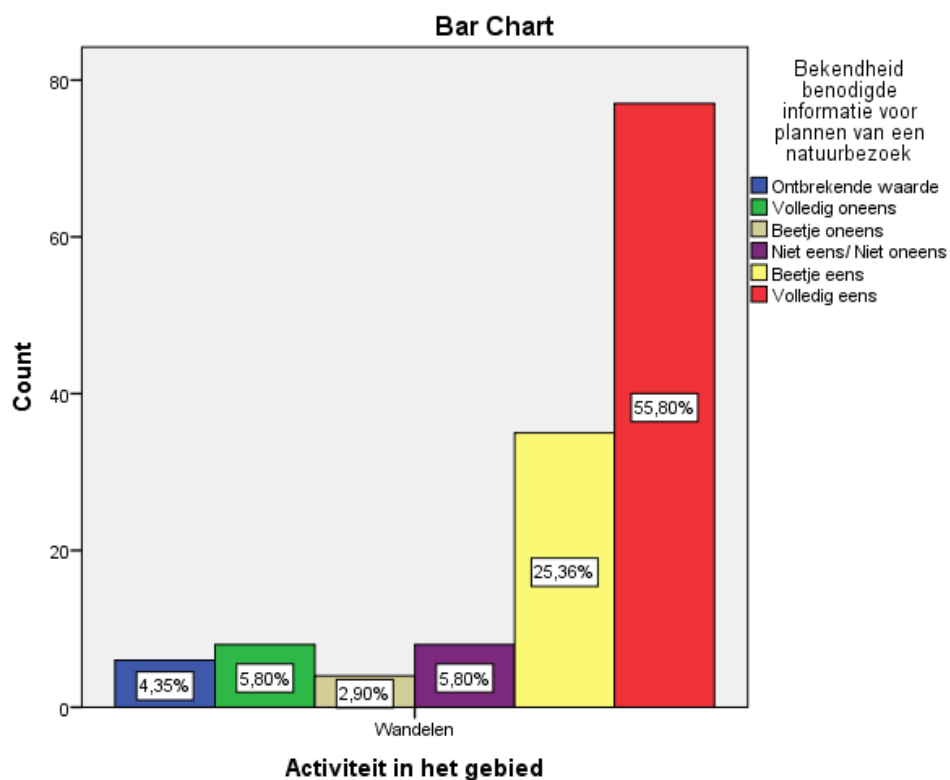
Figuur 4: Gebruikte informatiebron voor het plannen van het natuurbezoek (N= 208). Meer dan de helft van de respondenten (52,05%) gaf aan internetwebsites gebruikt te hebben voor het plannen van het bezoek.

Stelling	Respondenten algemeen (n=194)	Wandelaars (n=138)	Fietzers (n=32)	Opvallend
<i>Stelling 1</i> "Ik weet waar ik moet zoeken om de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek te vinden"	● Ruime meerderheid eens met de stelling (66,26%)	● Ruim driekwart eens met de stelling (81,16)	● Bijna 90% eens met de stelling (87,5%)	
<i>Stelling 2</i> "Het zoeken naar de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek ervaar ik als een tijdrovend proces"	● Iets minder dan de helft het niet eens met de stelling (39,10%) ● Kwart is niet eens of oneens met de stelling (20,58%)	● Vrijwel de helft oneens met de stelling (49,28%)	● Iets minder dan de helft oneens met de stelling (40,63%)	
<i>Stelling 3</i> "Er zijn op dit moment te veel bronnen waar ik de benodigde informatie uit kan halen voor de voorbereiding van mijn natuurbezoek"	● Overwegende oneens met de stelling (37,04%)	● Bijna de helft van de wandelaars oneens met deze stelling (45,66%)	● Een kwart van de fietsers was met deze stelling (25%)	
<i>Stelling 4</i> "De gevonden informatie sluit goed aan bij mijn wensen"	● Meer dan de helft was het eens met deze stelling (51,03%)	● Iets meer dan de helft was het eens met deze stelling (57,97%)	● Ruim driekwart was het eens met deze stelling (78,13%)	● 65+ was het meer eens met de stelling dan de overige leeftijdscategorieën
<i>Stelling 5</i> "Ik mis de aansluiting tussen de verschillende informatiebronnen die ik gebruik voor het plannen van mijn natuurbezoek"	● Overwegend oneens met de stelling (32,51%)	● Een kwart van de wandelaars was het eens met deze stelling (26,81%)	● Minder dan 10% was het eens met deze stelling (6,26%)	
<i>Stelling 6</i> "Ik zal nooit mijn natuurbezoek volledig via internet plannen"	● Bijna de helft van de respondenten was het eens met deze stelling (48,15%)	● Meer dan de helft van de wandelaars is het eens met deze stelling (60,87%)	● Meer dan de helft van de fietsers is het eens met deze stelling (59,38%)	
<i>Stelling 7</i> "De activiteit tijdens mijn bezoek is leidend/ staat centraal bij het zoeken naar informatie"	● Meer dan de helft van de respondenten was het eens met deze stelling (52,27%).	● Meer dan de helft van de wandelaars is het eens met deze stelling (64,49%).	● Meer dan de helft van de wandelaars is het eens met deze stelling (68,76%)	

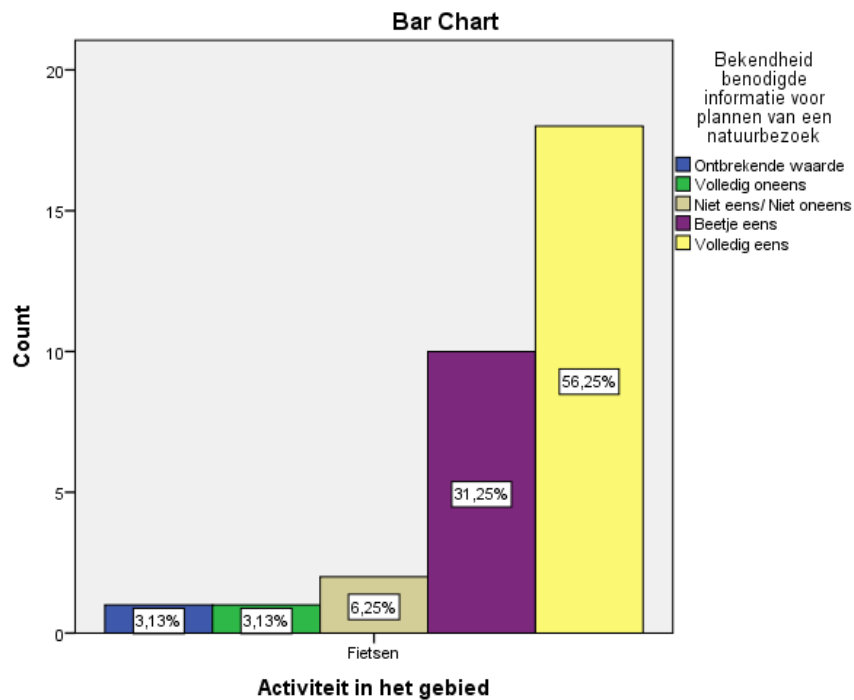
Tabel 1: Overzicht antwoorden stellingen van respondenten algemeen, wandelaars en fietsers.



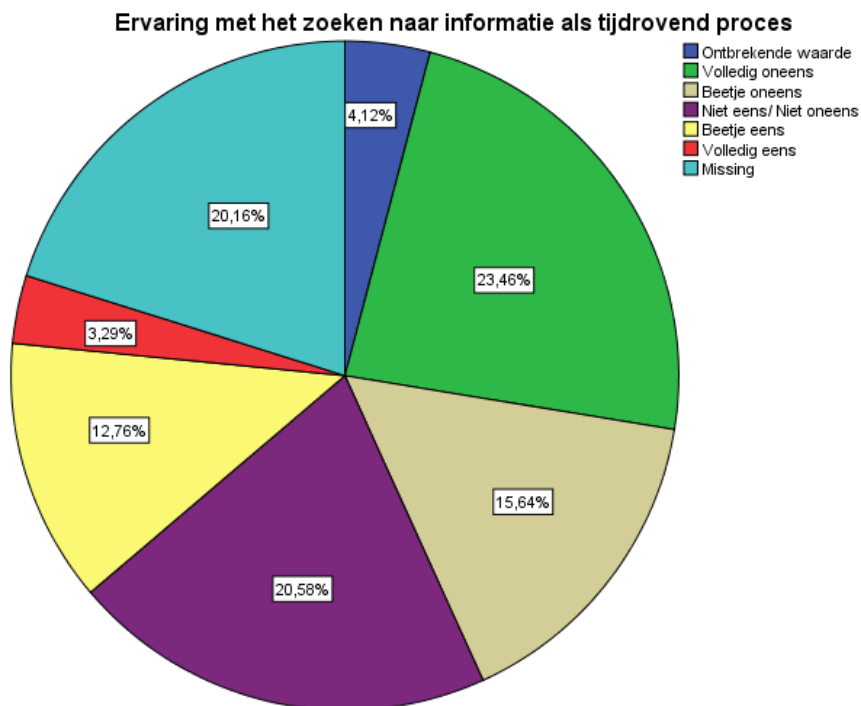
Figuur 5: Mate van eens of oneens over de stelling "Ik weet waar ik moet zoeken om de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek te vinden" onder alle geënquêteerden (n=194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met de stelling (66,26%).



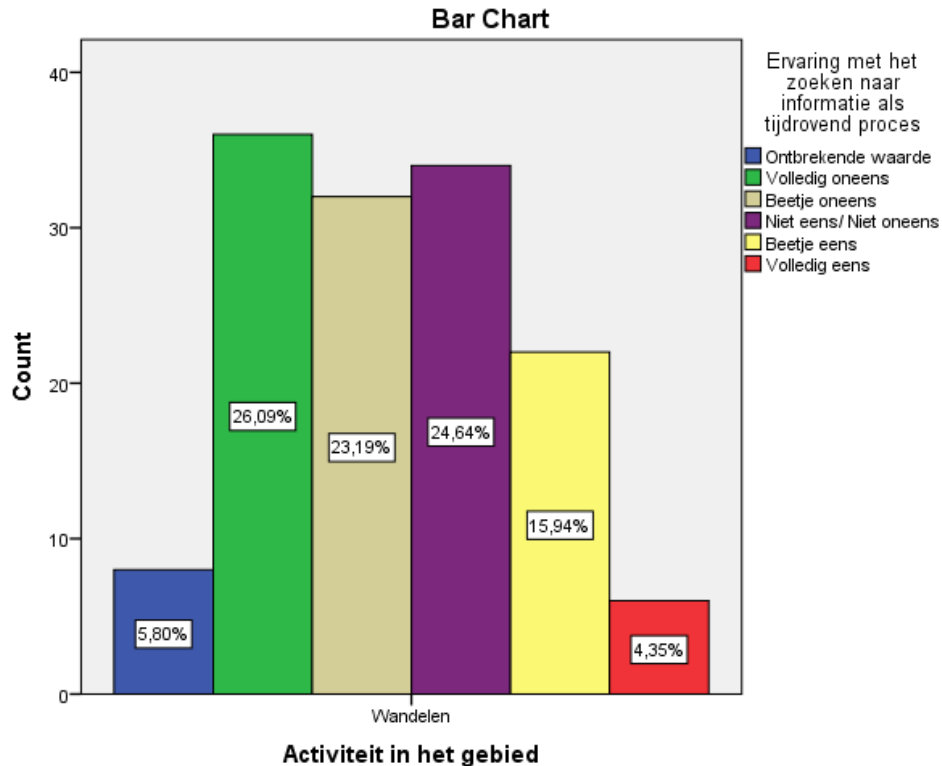
Figuur 6: Mate van eens of oneens op de stelling "Ik weet waar ik moet zoeken om de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek te vinden" onder de wandelaars (n=138). In totaal was 81,16% het volledig eens of beetje eens met deze stelling.



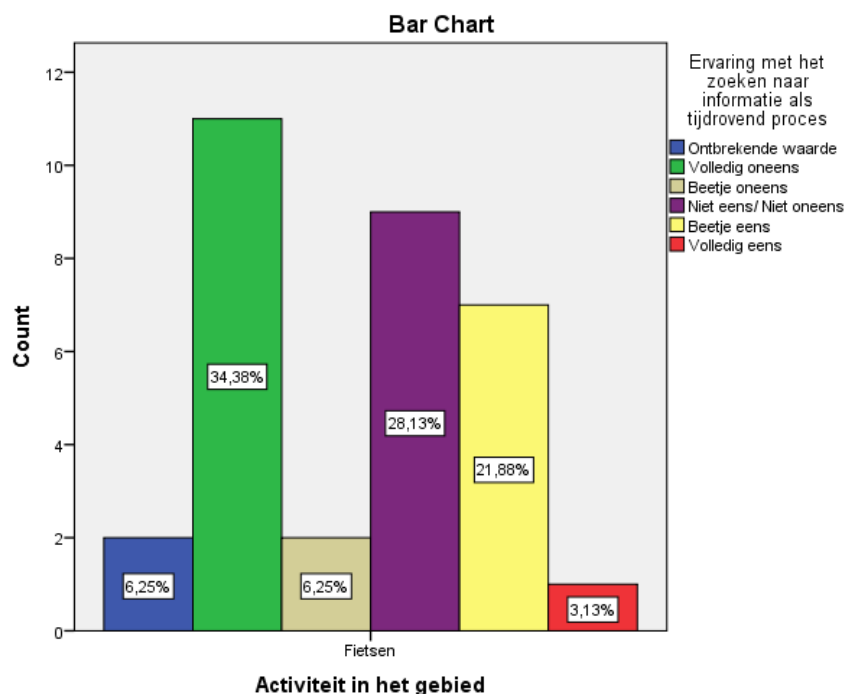
Figuur 7: Mate van eens of oneens op de stelling “Ik weet waar ik moet zoeken om de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek te vinden” onder de fietsers (n=32). Het overgrote deel van de fietsers gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met deze stelling (87,5%).



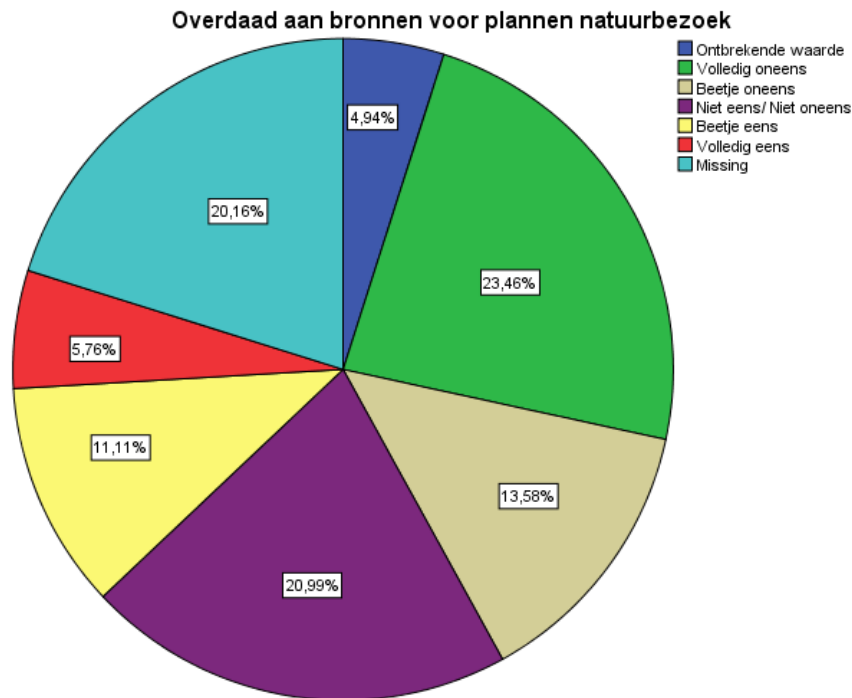
Figuur 8: Mate van eens of oneens over de stelling “Het zoeken naar de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek ervaar ik als een tijdrovend proces” onder alle geënquêteerden (n=194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig oneens of beetje oneens te zijn met de stelling (39,10%). Een ander groot deel gaf aan het niet een of oneens te zijn met de stelling (20,58%)



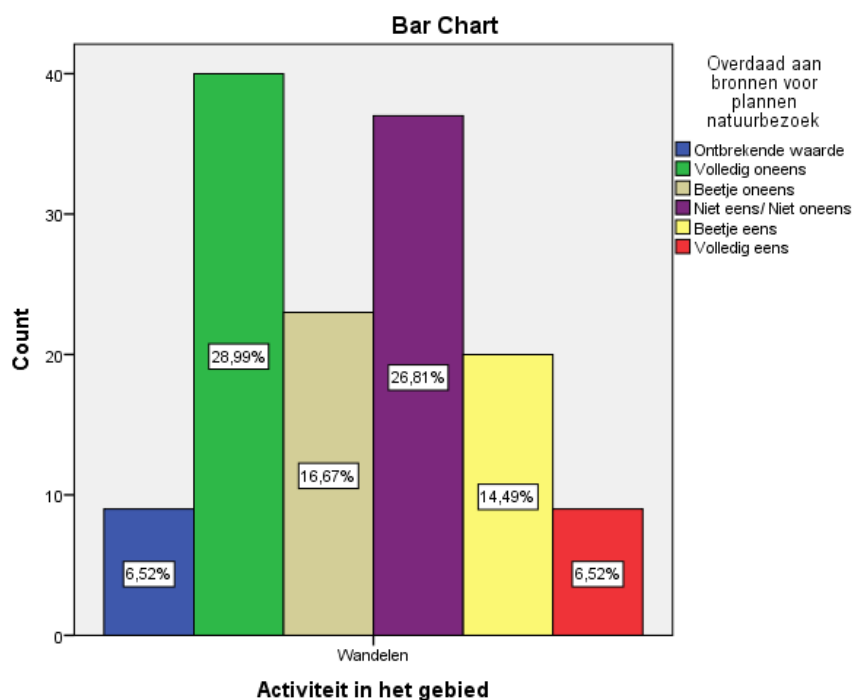
Figuur 9: Mate van eens of oneens op de stelling “Het zoeken naar de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek ervaar ik als een tijdrovend proces” onder de wandelaars (n=138). De grootste groep wandelaars gaf aan het volledig oneens of een beetje oneens te zijn met deze stelling (49,28%). Dit is echter minder dan de helft van het totale aantal respondenten.



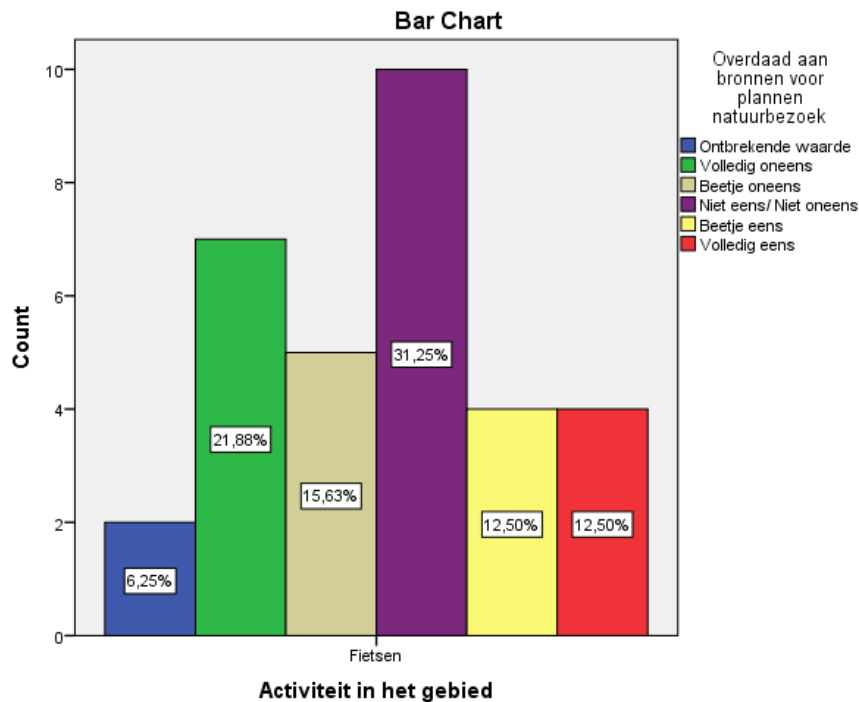
Figuur 10: Mate van eens of oneens op de stelling “Het zoeken naar de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek ervaar ik als een tijdrovend proces” onder de fietsers (n=32). De groep die het volledig oneens of een beetje oneens waren bij deze stelling was hier het grootst (40,63%). De op een na grootste groep was echter de groep die neutraal was over deze stelling.



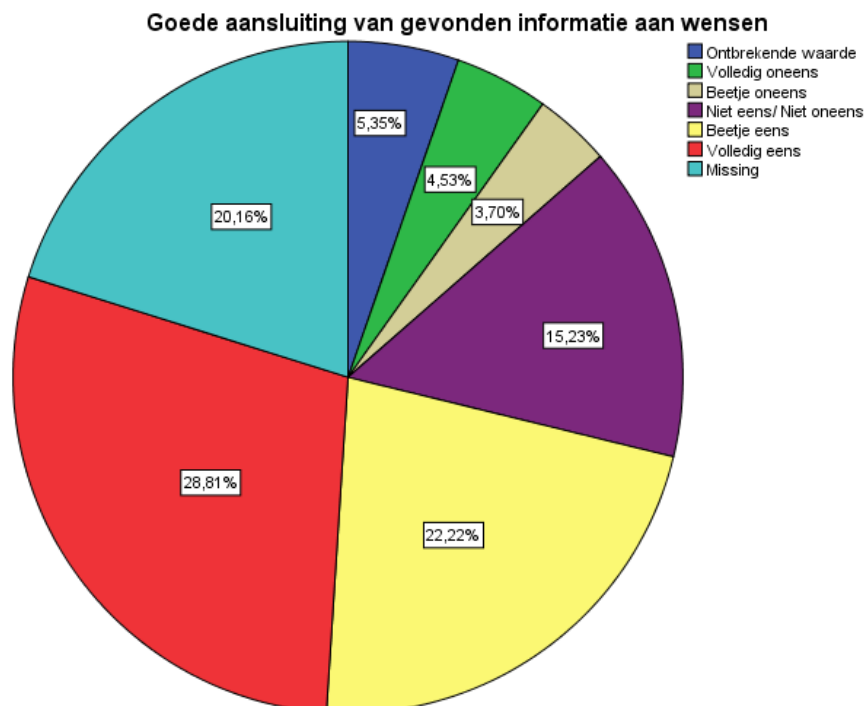
Figuur 11: Mate van eens of oneens over de stelling “Er zijn op dit moment te veel bronnen waar ik de benodigde informatie uit kan halen voor de voorbereiding van mijn natuurbezoek” onder alle geënquêteerden (n=194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig oneens of beetje oneens te zijn met de stelling (37.04%). Een ander groot deel gaf aan het niet een of oneens te zijn met de stelling (20.99%)



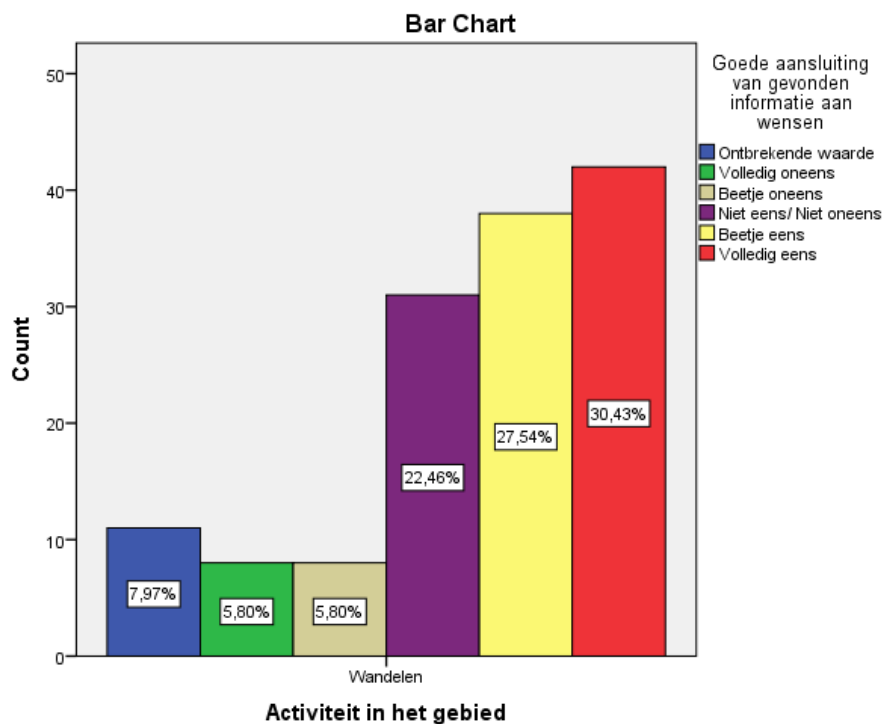
Figuur 12: Mate van eens of oneens op de stelling “Er zijn op dit moment te veel bronnen waar ik de benodigde informatie uit kan halen voor de voorbereiding van mijn natuurbezoek” onder de wandelaars (n=138). De grootste groep wandelaars gaf aan het volledig oneens of beetje oneens te zijn met deze stelling (45,66%). Meer dan een kwart van de respondenten gaf aan neutraal te zijn tegenover deze stelling.



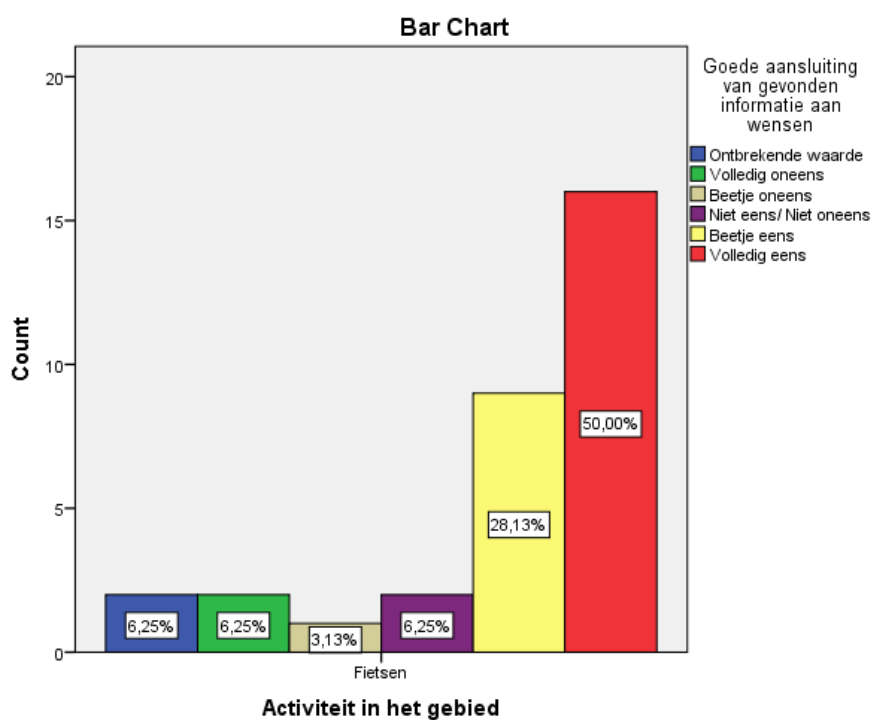
Figuur 13: Mate van eens of oneens op de stelling “Er zijn op dit moment te veel bronnen waar ik de benodigde informatie uit kan halen voor de voorbereiding van mijn natuurbezoek” onder de fietser (n=32). De groep die het volledig oneens en beetje oneens waren met de stelling waren samen het grootst (37,51%). 31,25% van de fietsers had echter geen mening over deze stelling.



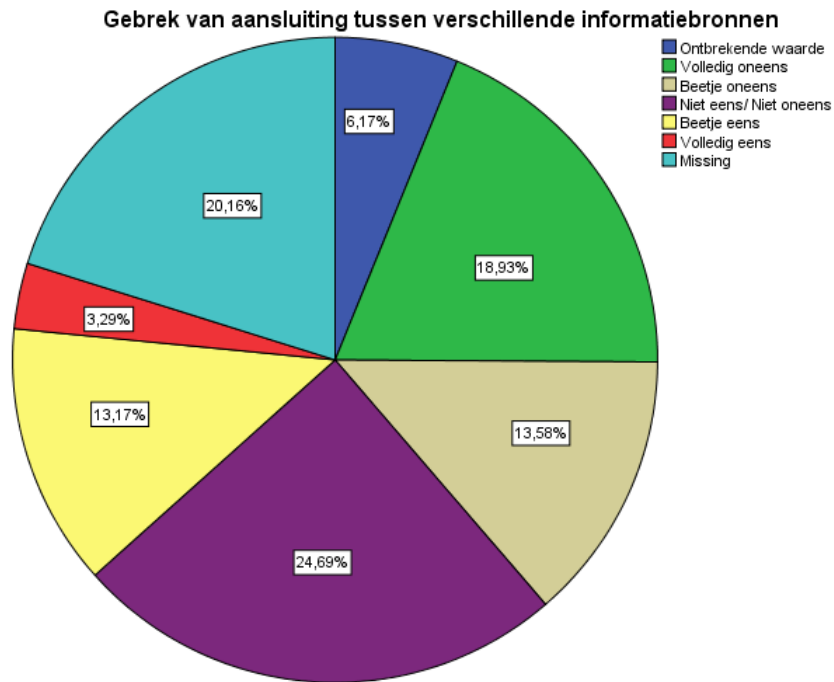
Figuur 14: Mate van eens of oneens over de stelling “De gevonden informatie sluit goed aan bij mijn wensen” onder alle geënquêteerden (n=194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met de stelling (51.03%).



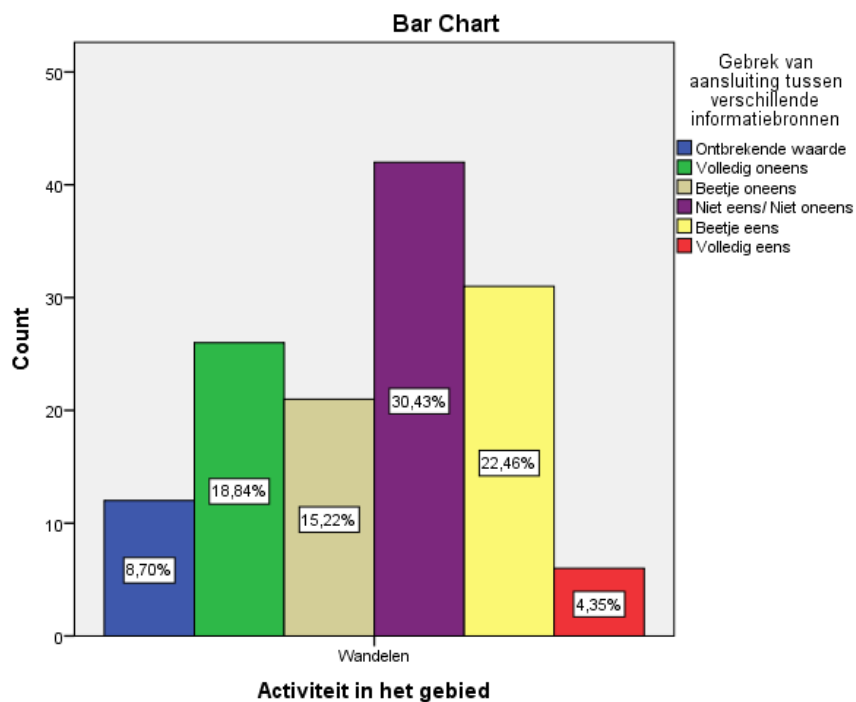
Figuur 15: Mate van eens of oneens op de stelling “De gevonden informatie sluit goed aan bij mijn wensen” onder de wandelaars (n=138). Het overgrote deel van de wandelaars gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met deze stelling (57,97%).



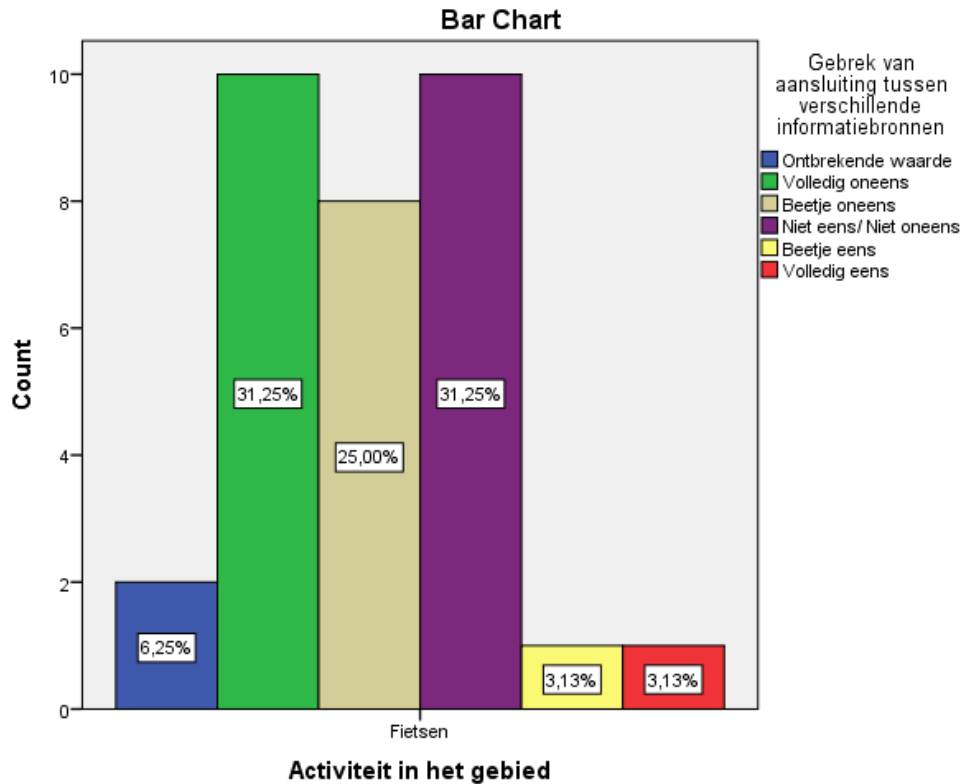
Figuur 16: Mate van eens of oneens op de stelling “De gevonden informatie sluit goed aan bij mijn wensen” onder de fietsers (n=32). Het merendeel van de fietsers (78,13%) gaf aan het volledig eens of een beetje eens te zijn met deze stelling



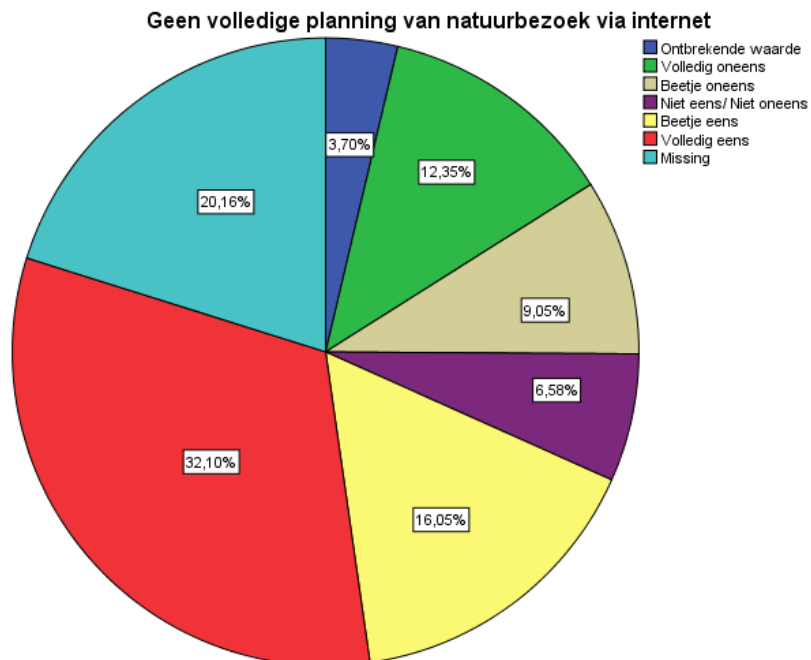
Figuur 17: Mate van eens of oneens over de stelling “Ik mis de aansluiting tussen de verschillende informatiebronnen die ik gebruik voor het plannen van mijn natuurbezoek” onder alle geënquêteerden (n=194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig oneens of beetje oneens te zijn met de stelling (32.51%). Een ander groot deel gaf aan het niet een of oneens te zijn met de stelling (24.69%).



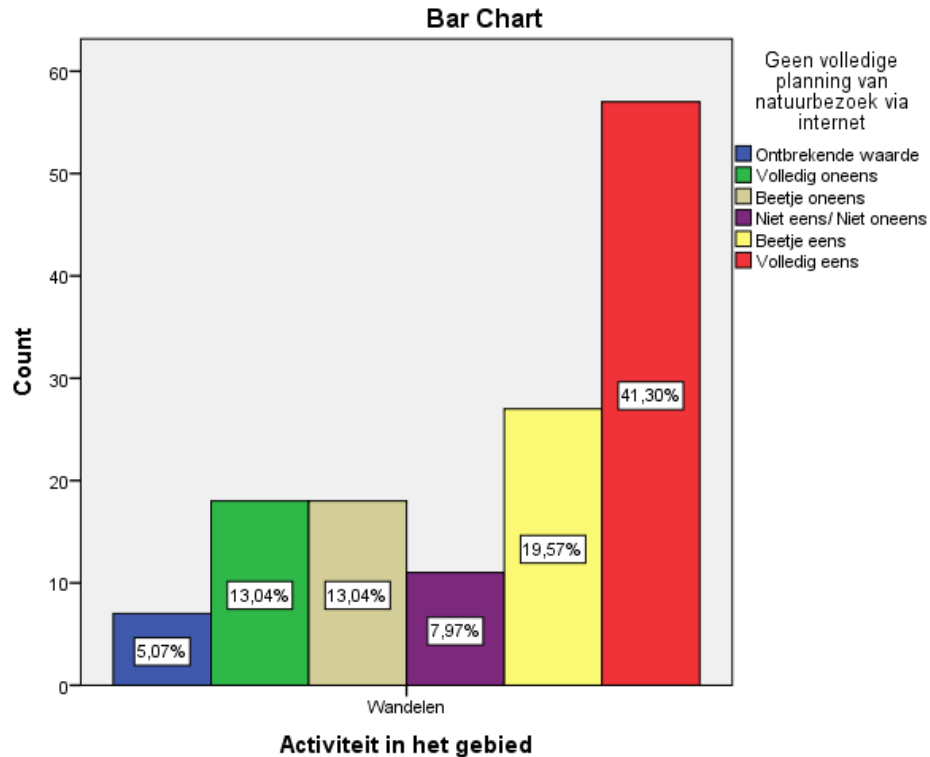
Figuur 18: Mate van eens of oneens op de stelling “Ik mis de aansluiting tussen de verschillende informatiebronnen die ik gebruik voor het plannen van mijn natuurbezoek” onder de wandelaars (n=138). Het grootste gedeelte gaf aan geen mening te hebben over deze stelling (30,43%). 26,81% van de wandelaars was het volledig eens of beetje eens met deze stelling.



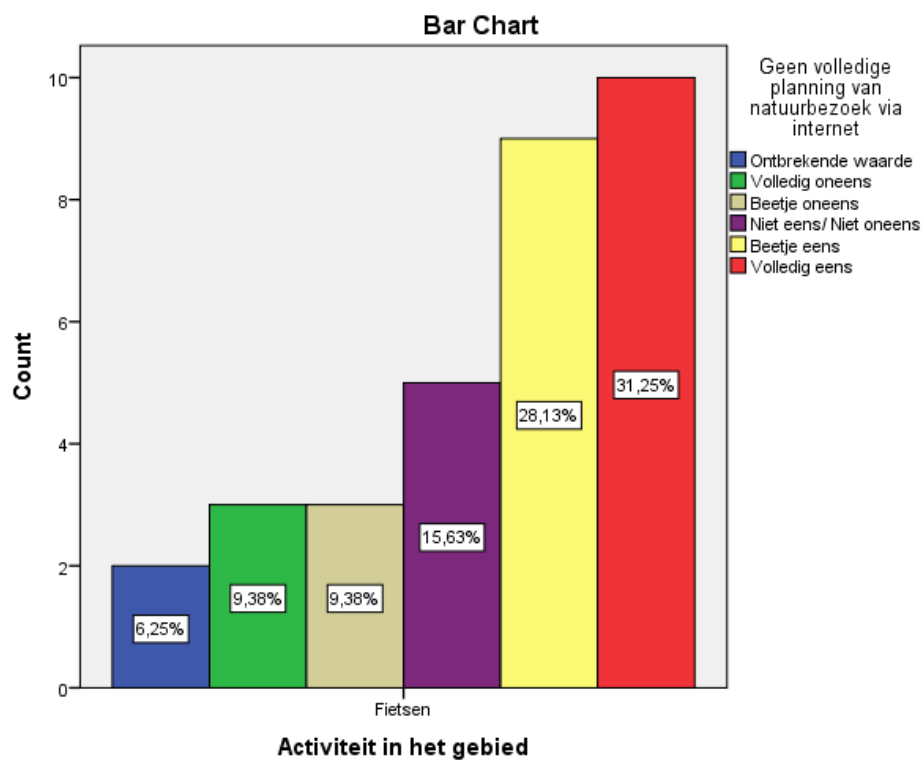
Figuur 19: Mate van eens of oneens op de stelling “Ik mis de aansluiting tussen de verschillende informatiebronnen die ik gebruik voor het plannen van mijn natuurbezoek” onder de fietsers (n=32). Bij deze stelling gaf iets meer dan de helft van de fietsers aan het volledig oneens of beetje oneens te zijn met deze stelling (56,25%). De op een na grootste groep gaf echter aan neutraal te zijn over deze stelling (31,25%)



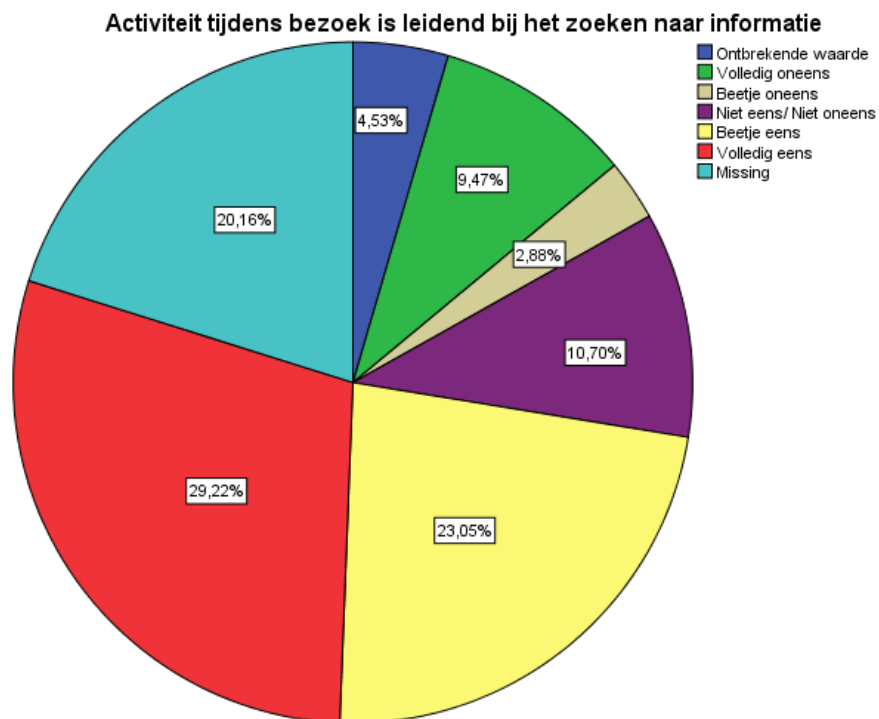
Figuur 20: Mate van eens of oneens over de stelling “Ik zal nooit mijn natuurbezoek volledig via internet plannen” onder alle geënquêteerden (n=194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig oneens of beetje oneens te zijn met de stelling (48,15%).



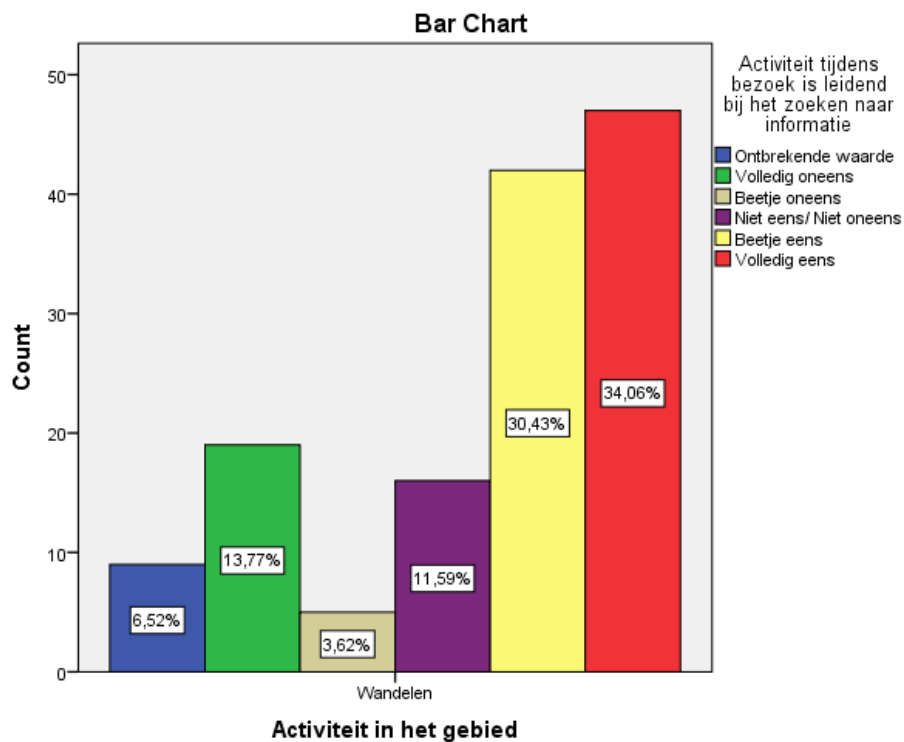
Figuur 21: Mate van eens of oneens op de stelling: “Ik zal nooit mijn natuurbezoek volledig via internet plannen” onder de wandelaars (n=138). De meerderheid onder de wandelaars gaf aan het volledig eens of een beetje eens te zijn met deze stelling (60,87%).



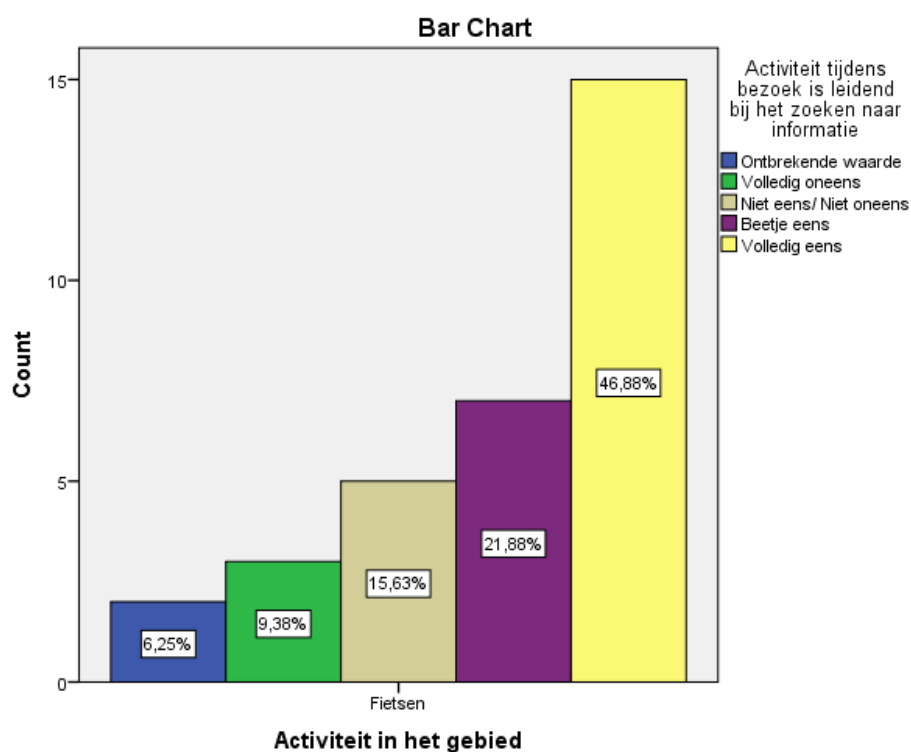
Figuur 22: Mate van eens of oneens op de stelling: “Ik zal nooit mijn natuurbezoek volledig via internet plannen” onder de fietsers (n=32). De grootste groep gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met deze stelling (59,38%).



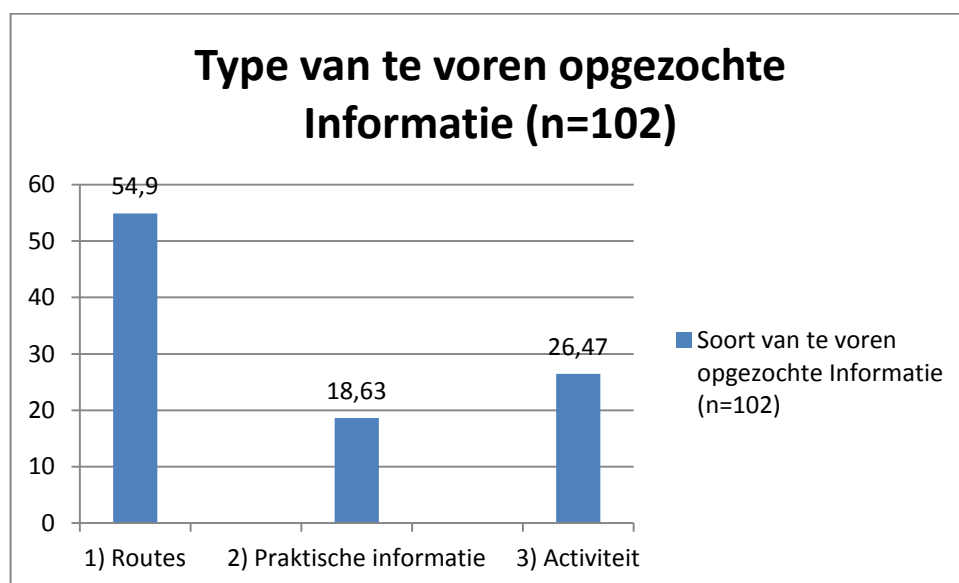
Figuur 23: Mate van eens of oneens over de stelling “de activiteit tijdens mijn bezoek is leidend/staat centraal bij het zoeken naar informatie” onder alle geënquêteerden (n=194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met de stelling (52.27%).



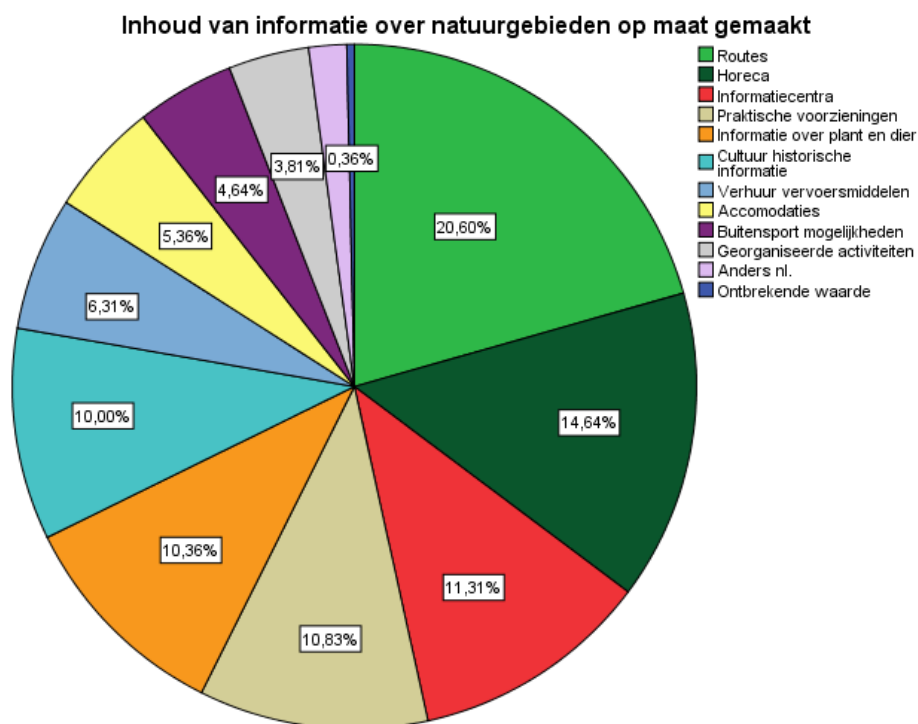
Figuur 24: Mate van eens of oneens op de stelling: “De activiteit tijdens mijn bezoek is leidend/ staat centraal bij het zoeken naar informatie” onder de wandelaars (n=138). Het merendeel van de wandelaars gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met de stelling (64,49%)



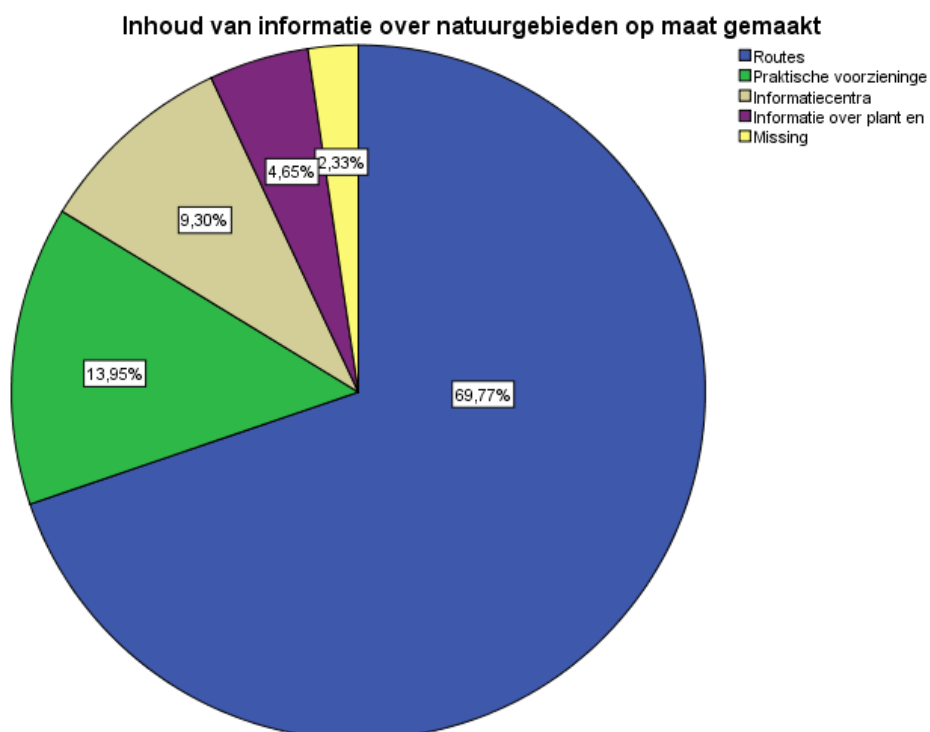
Figuur 25: Mate van eens of oneens op de stelling: “De activiteit tijdens mijn bezoek is leidend/ staat centraal bij het zoeken naar informatie” onder de fietsers (n=32). De grootste groep onder de fietsers gaf aan het volledig eens of beetje eens te zijn met deze stelling (68,76%). Geen van de respondenten gaf aan het een beetje oneens te zijn met deze stelling (ontbreekt daarom in deze grafiek).



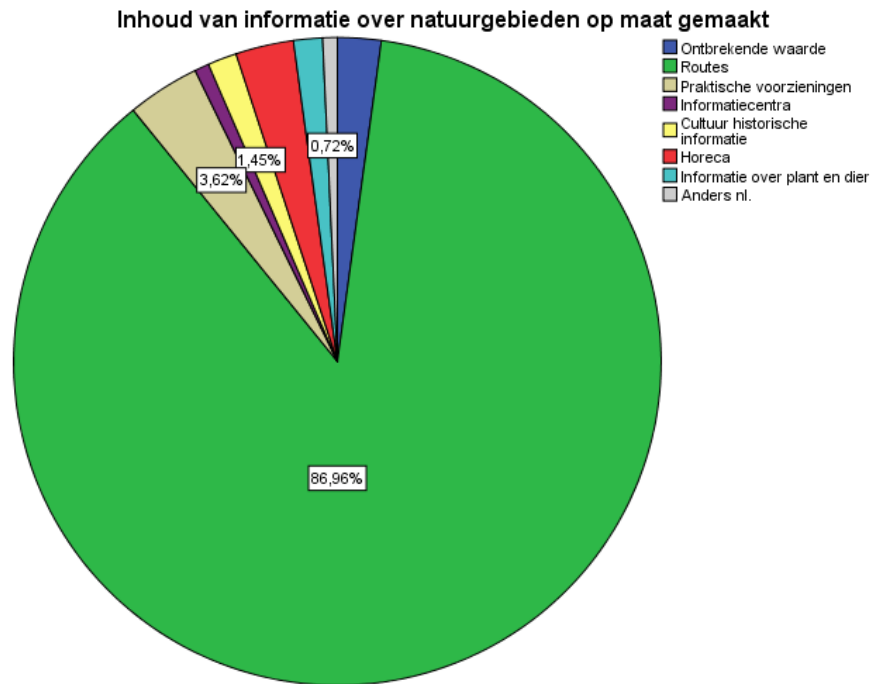
Figuur 26: Voorkeur voor informatie welke bezoekers op dit moment gebruiken bij het plannen van het natuurbezoek (n=102)



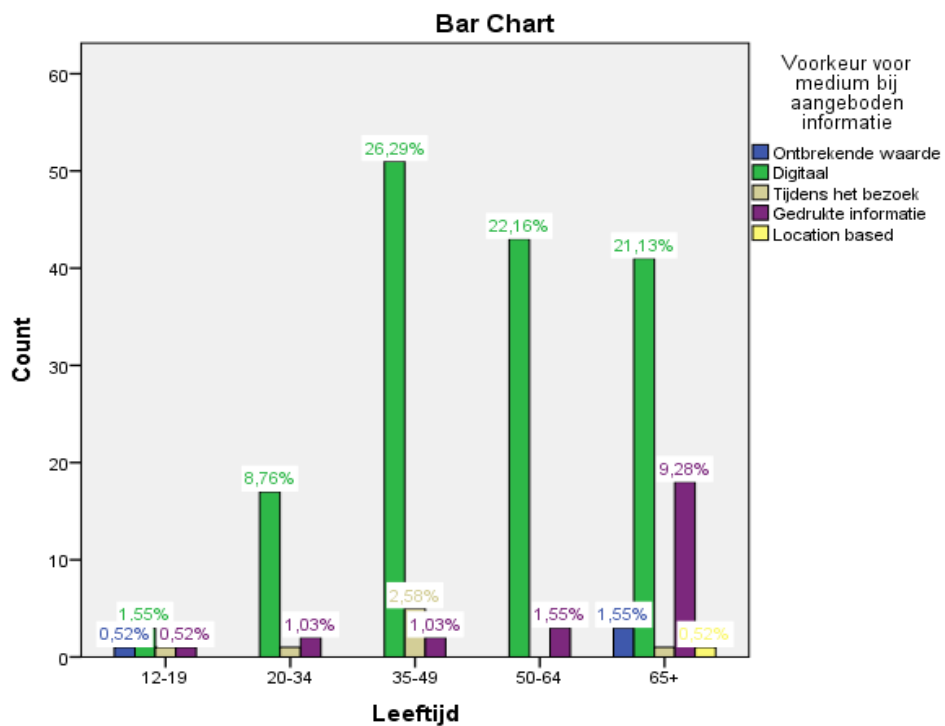
Figuur 27: Informatiebehoefte onder de gehele groep van geënquêteerden (n=840). De meeste respondenten gaven aan routeinformatie belangrijk te vinden. Op eens tweede en derde plaats kwamen horeca en informatiecentra.



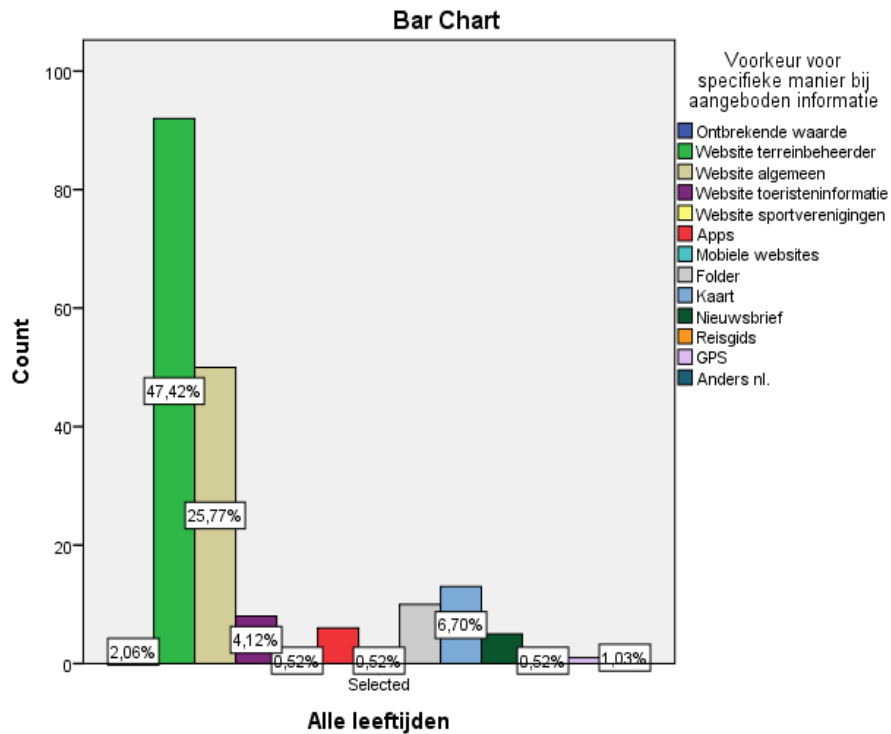
Figuur 28: Informatiebehoefte onder Fietzers (n=43). Routeinformatie werd verre weg het vaakst genoemd (69,77%). Verder werden alleen praktische voorzieningen, informatiecentra en informatie over planten en dieren genoemd als gewilde informatie.



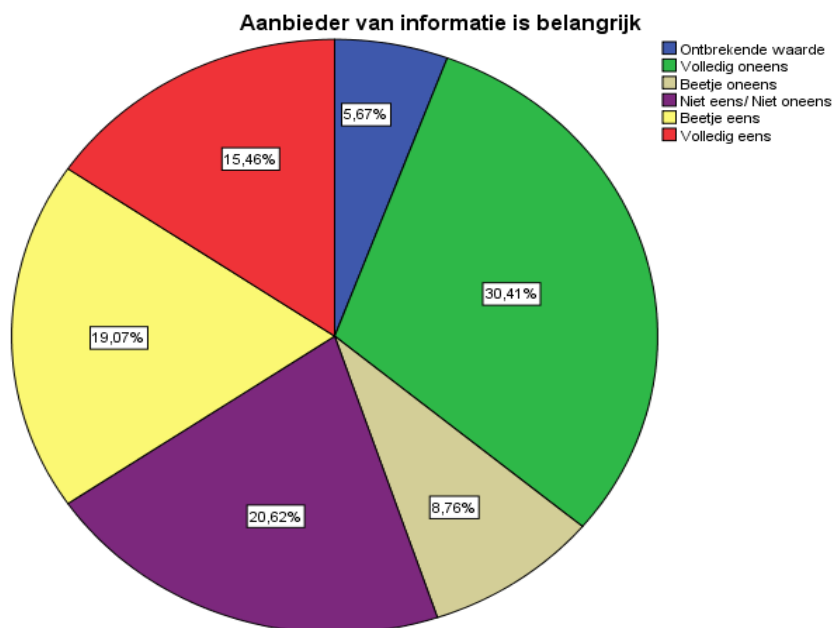
Figuur 29: Informatiebehoefte onder wandelaars (n=138). Routeinformatie werd het meest genoemd. Verder werd er een variëteit aan andere soorten gewenste informatie genoemd.



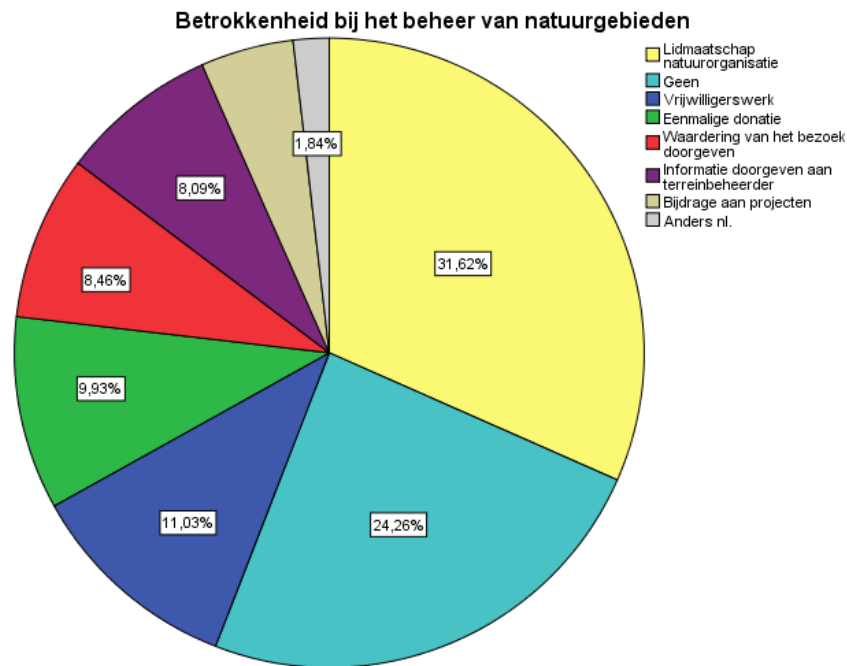
Figuur 30: Een overzicht van de geprefereerde informatiebron per leeftijdscategorie (n=194). In alle leeftijd categorieën werd digitale informatie het meest als gewenst aangegeven. Op de tweede plek komt gedrukte informatie, behalve voor de leeftijdscategorie 35-49, waar informatie tijdens het bezoek op de tweede plek komt.



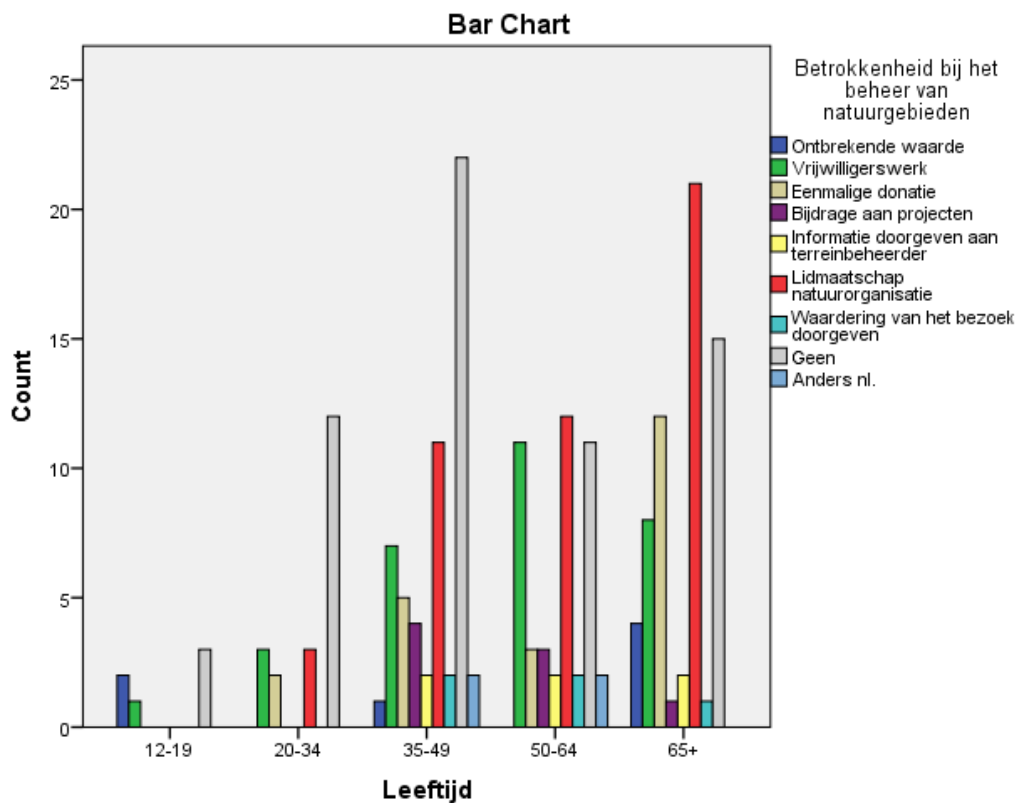
Figuur 31: Een overzicht van de geprefereerde informatiebronnen verdeeld over alle respondenten (n=194). Over het algemeen is de aangeboden informatie via de terreinbeheerder het populairst (47,42%). Daarna komt websites in het algemeen, en de kaart.



Figuur 32: Stelling "De aanbieder van de informatie is belangrijk voor mij" (N= 194). Het grootste gedeelte van de respondenten gaf aan het volledig oneens of beetje oneens te zijn over deze stelling (39,17%). De tweede grootste groep gaf aan neutraal te zijn tegenover deze stelling (20,62%).



Figuur 33: Weergave van de manier waarop de natuurbezoeker betrokken zou willen worden bij het beheer van natuurgebieden (n=272). Het grootste deel van de respondenten gaf aan al lid te zijn of lid te willen worden van een natuurorganisatie. Op de 2e plaats kwam het niet betrokken willen worden bij het beheer.



Figuur 34: Weergave van de manier waarop de natuurbezoeker betrokken zou willen worden bij het beheer van natuurgebieden (n=192). Grootste gedeelte van de leeftijdscategorie 35-49 jaar gaf aan niet betrokken te willen zijn bij het beheer van natuurgebieden. Waarbij een groot deel van 65+ juist lid is van een natuurorganisatie

Appendix III - Vragenlijst

Informatie over natuurgebieden, hoe bedienen we de bezoekers?

Doel enquête: Informatiebehoefte van de recreant te inventariseren

Opdrachtgever: Innovatienetwerk



Het invullen van deze enquête zal ongeveer **10 minuten** in beslag nemen. Het is van belang dat u alle vragen beantwoord om een zo nauwkeurig mogelijk beeld te krijgen van uw wensen, behoeften en waarderingen.

ALLE INFORMATIE DIE U GEEFT ZAL STRIKT VERTROUWELIJK WORDEN BEHANDELD

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Deze enquête bestaat uit twee delen. Het eerste deel van de enquête heeft betrekking op het bezoek dat u vandaag brengt aan dit natuurgebied. Het tweede deel van de enquête gaat over uw natuurbezoeken in het algemeen. Kruis bij iedere vraag slechts één hokje aan behalve als bij de vraag is aangegeven 'één of meerdere antwoorden mogelijk'.

Achtergrond informatie

1. Woonplaats..... Postcode.....
Plaats van vertrek:..... Postcode.....

2. *Geslacht:*

- ☐ Man ☐ Vrouw

3. *Leeftijd:*

- ☐ 12-19 ☐ 20-34 ☐ 35-49 ☐ 50-64 ☐ 65+

Deel 1: De volgende vragen hebben betrekking op het bezoek dat u vandaag brengt aan dit natuurgebied.

4. *Met wie brengt u een bezoek aan dit gebied? (Meerdere antwoorden mogelijk)*

- ☐ Met gezin ☐ Met familie ☐ Met partner ☐ Met kennissen/ vrienden
☐ Alleen ☐ Anders namelijk:...

5. *Hoe vaak heeft u in het afgelopen jaar een bezoek gebracht aan dit gebied?*

- ☐ Niet ☐ 1-3 maal ☐ 4-6 maal ☐ Meer dan 6 maal

6. *Hoe lang verwacht u in dit gebied te verblijven?*

- ☐ 0-2 uur ☐ Meer dan 2 uur

7a. *Wat gaat u doen (7a) en met welke reden (7b)?*

- ☐ Wandelen ☐ Paardrijden
☐ Fietsen ☐ Vogels kijken
☐ Mountainbiken ☐ Anders namelijk:.....

7b. *Reden (bijvoorbeeld sport, genieten van de natuur, gezelligheid etc.)*

.....

8. *Maakt u thuis gebruik van internet?*

- ☐ Ja ☐ Nee

9. *Maakt u gebruik van smartphone (Een telefoon waar je internet en apps op kan gebruiken)?*

- ☐ Ja ☐ Nee

10. *Heeft u van tevoren informatie over dit bezoek opgezocht?*

- ☐ Ja --> ga naar vraag 11
☐ Nee --> ga naar vraag 13

11. *Van welke informatiebronnen heeft u gebruik gemaakt bij het plannen van dit bezoek? Meerdere antwoorden mogelijk.*

- ☐ Internetwebsites
☐ Applicaties op de telefoon (Apps)
☐ Gedrukte informatie (Folders, krant, reis/wandel/fietsgidsen, etc.)
☐ Mondelinge informatie/ tips van vrienden en kennissen
☐ Anders namelijk:.....

12. Van welke websites en apps heeft u gebruik gemaakt voor het plannen van dit natuurbezoek?

.....

Deel 2: De volgende vragen hebben betrekking op uw natuurbezoeken in het algemeen.

13. Hoe vaak brengt u ongeveer een bezoek aan een natuurgebied?

- ☐ 1x per week ☐ 1x per twee weken ☐ 1x per maand
- ☐ 1x per 2 maanden ☐ 1x per half jaar ☐ 1x per jaar

14. Zoekt u van te voren informatie als u een natuurgebied bezoekt en zo ja, wat voor informatie vindt u belangrijk?

.....

15. Kunt voor de volgende stellingen aangeven wat voor u van toepassing is:

	<i>Volledig oneens</i>	<i>Beetje oneens</i>	<i>Niet eens, niet oneens</i>	<i>Beetje Eens</i>	<i>Volledig eens</i>
<i>"Ik weet waar ik moet zoeken om de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek te vinden".</i>					
<i>"Het zoeken naar de benodigde informatie voor mijn natuurbezoek ervaar ik als een tijdrovend proces".</i>					
<i>"Er zijn op dit moment te veel bronnen waar ik de benodigde informatie uit kan halen voor de voorbereiding van mijn natuurbezoek".</i>					
<i>"De gevonden informatie sluit goed aan bij mijn wensen".</i>					
<i>"Ik mis de aansluiting tussen de verschillende informatiebronnen die ik gebruik voor het plannen van mijn natuurbezoek".</i>					
<i>"Ik zal nooit mijn natuurbezoek volledig via internet plannen".</i>					
<i>"De activiteit tijdens mijn bezoek is leidend/ staat centraal bij het zoeken naar informatie".</i>					
<i>"De aanbieder van de informatie is belangrijk voor mij".</i>					

16. Hoe wilt u het liefst informatie over natuurgebieden aangeboden krijgen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Digitaal:

- ☐ Website natuurorganisatie/ terreinbeheerder
- ☐ Website toeristeninformatie
- ☐ Algemene website met natuurinformatie van verschillende beheerders
- ☐ Website sportverenigingen
- ☐ Anders namelijk:.....

Tijdens het bezoek:

- ☐ Apps
- ☐ Mobiele websites

Gedrukte informatie:

- ☐ Folder
- ☐ Nieuwsbrief
- ☐ Krant
- ☐ Kaart (route)
- ☐ Reisgids
- ☐ Anders namelijk:.....

Location Based (Op basis van uw huidige locatie)

- ☐ Op basis van GPS-Locatie
- ☐ QR scanner
- ☐ Anders namelijk:...



17. Als informatie over natuurgebieden voor u op maat gemaakt zou worden, wat zou er dan in moeten staan? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Routes (Fiets/ Wandelen etc.)
- ☐ Georganiseerde activiteiten & Excursies/ Evenementen
- ☐ Praktische voorzieningen (Losloopgebieden voor de hond/ Sanitaire voorzieningen etc.)
- ☐ Cultuur historische informatie
- ☐ Buitensport mogelijkheden (Trimbaan/ (Fietsen/ Zwemwater etc.)
- ☐ Verhuur van vervoersmiddelen
- ☐ Accommodaties (Campings/ Hotels etc.)
- ☐ Kano's/ Solex etc.)
- ☐ Horecagelegenheden
- ☐ Pannenkoekenhuizen/
- ☐ Cafe's/ Theehuizen etc.)
- ☐ Informatiecentra (Bezoekerscentra/ Musea/etc.)
- ☐ Informatie over planten en dieren
- ☐ Anders namelijk:

18. Kunt u aangeven hoe tevreden u bent over het huidige aanbod aan informatie over natuurgebieden?

Zeetevreden	Ontevreden	Gematigd	Tevreden	Zeetevreden

Kunt u uw waardering nader toelichten?

.....

19. Bent u betrokken of zou u betrokken willen zijn bij het beheer van natuurgebieden en op wat voor manier? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Vrijwilligerswerk met betrekking tot natuurbeheer
- ☐ Lidmaatschap van een natuurorganisatie
- ☐ Eenmalige donatie aan natuurorganisaties
- ☐ Waardering van het bezoek doorgeven
- ☐ Informatie doorgeven aan terreinbeheerders
- ☐ Bijdrage aan specifieke projecten
- ☐ Geen
- ☐ Anders namelijk:.....

Dit was de laatste vraag van de enquête. Hartelijk dank voor uw medewerking!

Als u nog opmerkingen heeft over de enquête of over andere punten welke belangrijk kunnen zijn, dan kunt u dat hieronder aangeven:

Heeft u interesse in de resultaten van dit onderzoek? Vul dan hieronder uw emailadres in, dan sturen wij u te zijner tijd een samenvatting van het onderzoek.

.....

Appendix IV - Korte samenvattingen enquête-momenten

- **Dag: 27-09**
 - Locatie: Schaapskooi
 - Tijd (van-tot): 09.30 – 10.30
 - Weer: zonnig, 7 graden
 - Aantal ingevulde enquêtes: 4
 - Overige opmerkingen: Weinig mensen op vrijdag ochtend

- **Dag: 30-10**
 - Locatie: Ginkelse heide, schaapskooi
 - Tijd (van-tot): 10.00 – 15.30
 - Weer: zonnig, harde wind, 17 graden
 - Aantal ingevulde enquêtes: 33
 - Overige opmerkingen: druk, veel mensen uit de buurt, veel vliegeren

- **Dag: 02-10**
 - Locatie: Ginkelse heide
 - Tijd (van-tot): 10:45-16:45
 - Weer: Zonning, harde wind, 16 graden
 - Aantal ingevulde enquêtes: 23
 - Overige opmerkingen: opvallend veel 65+

- **Dag: 02-10**
 - Locatie: meijendel
 - Tijd (van-tot): 10:45 – 15:30
 - Weer: Zonnig & veel wind
 - Aantal ingevulde enquêtes: 44
 - Overige opmerkingen: veel 65+ rest moeders met kinderen.

- **Dag: 04-10**
 - Locatie: Meijendel
 - Tijd (van-tot): 10:30-16:00
 - Weer: Bewolkt
 - Aantal ingevulde enquêtes: 27
 - Overige opmerkingen: Sportdag voor middelbare scholieren, verder rustig

- **Dag: 06-10**
 - Locatie: S gravelandse Buitenplaatsen
 - Tijd (van-tot): 10:30-15:00
 - Weer: Zonnig
 - Aantal ingevulde enquêtes: 47
 - Overige opmerkingen: Drukke dag, veel excursies en erg veel mensen.

- **Dag: 09-10**
- Locatie: S Gravelandse Buitenplaatsen
- Tijd (van-tot): 10:30-15:00
- Weer: Grijs, Bewolkt, regenachtig
- Aantal ingevulde enquêtes: 18
- Overige opmerkingen: Paar medewerkers van Natuurmonumenten, over het algemeen slechte dag om te enquêteren.

Totaal aantal ingevulde enquêtes over 6 dagen: 194