Belevings- en gebruiksonderzoek Buitenland van Rhoon 2019

Nulmeting omtrent het recreatief functioneren

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

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Belevings- en gebruiksonderzoek Buitenland van Rhon 2019

Nulmeting omtrent het recreatief functioneren

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

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen Environmental Research in opdracht van en gefinancierd door de
Gebiedscoöperatie Buitenland van Rhon.

Wageningen Environmental Research
Wageningen, januari 2020

Gereviewd door:
Dr. C. Aalbers, onderzoeker WENR

Akkoord voor publicatie:
C. van As, teamleider van ROR

Rapport 2985
ISSN 1566-7197

Tussen Rhon en Barendrecht ligt het Buitenland Van Rhon. Uit een online-enquête met 1009 respondenten blijkt dat 71% van de inwoners de naam Buitenland van Rhon niet kent en niet weet waar het ligt. 42% recreëert er weleens. Op basis van het onderzoek wordt het bezoekersaantal geschat op 130.000 unieke bezoekers per jaar. Het totaaloordeel over recreatie in het Buitenland van Rhon door de bezoekers scoort gemiddeld een 7,3. Objectief gemeten scoort het gebied een 5,4. De gebruikswaarde van het totale gebied is volgens de recreatieschouw gemiddeld zwaar onder de maat; de belevingswaarde is net niet voldoende. Er is dus ruimte voor verbetering. Het door de Gebiedscoöperatie opgestelde streefbeeld past met name mensen met het motief 'volledig opgaan in andere wereld'. De Gebiedscoöperatie zou meer bekendheid aan het gebied moeten geven en zich daarbij meer moeten richten op de wensen van recreanten met de motieven 'er even tussenuit', 'interesse' en 'volledig opgaan in andere wereld'. Een verdubbeling van het aantal bezoekers is dan mogelijk.

Trefwoorden: recreatie, beleving, gebruikswaarde, inrichting, recreatieschouw, motieven

Dit rapport is gratis te downloaden van <https://doi.org/10.18174/514198> of op www.wur.nl/environmental-research (ga naar 'Wageningen Environmental Research' in de grijze balk onderaan). Wageningen Environmental Research verstrekt *geen* gedrukte exemplaren van rapporten.

2020 Wageningen Environmental Research (instituut binnen de rechtspersoon Stichting Wageningen Research), Postbus 47, 6700 AA Wageningen, T 0317 48 07 00, www.wur.nl/environmental-research. Wageningen Environmental Research is onderdeel van Wageningen University & Research.

- 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.

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

Wageningen Environmental Research werkt sinds 2003 met een ISO 9001 gecertificeerd kwaliteitsmanagementsysteem.

In 2006 heeft Wageningen Environmental Research een milieuzorgsysteem geïmplementeerd, gecertificeerd volgens de norm ISO 14001.

Wageningen Environmental Research geeft via ISO 26000 invulling aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Inhoud

	Verantwoording	5
	Samenvatting	7
1	Inleiding	9
	1.1 Onderzoeksvragen	9
	1.2 De theorie	9
	1.3 Onderzoeksopzet	10
2	Algemene kenmerken respondenten	12
	2.1 Inleiding	12
	2.2 Persoonlijke kenmerken en representativiteit	12
	2.3 Recreatiemotieven en natuurbeelden	12
3	Het recreatieve gebruik	16
	3.1 Inleiding	16
	3.2 Het recreatieve aanbod	16
	3.3 Bekendheid	18
	3.4 Bezoek aan Buitenland van Rhoon	18
	3.5 Educatieve mogelijkheden	22
	3.6 Het gebruik	22
4	De recreatieve beleving	26
	4.1 Inleiding	26
	4.2 De visuele aantrekkelijkheid van het gebied	26
	4.3 Het gevoel van verbondenheid met het gebied	27
	4.4 Emotie	28
	4.5 Betekenisgeving	29
5	De Recreatieschouw	31
	5.1 Werkwijze Recreatieschouw	31
	5.2 Resultaten Recreatieschouw	32
	5.2.1 Deelgebied 1 – Zegenpolder, toegangspoort TOP Rhoonse Grienden	32
	5.2.2 Deelgebied 2 – Portland-Molenpolder (Koedood), toegangspoort parkeerplaats Carnisse Grienden	33
	5.2.3 Deelgebied 3 – Buitenland, toegangspoort parkeerplaats Poort van het Buitenland	33
	5.3 Gemiddelde totale gebied	34
6	Oordeel huidige situatie en belang inrichtingsaspecten van het streefbeeld	36
	6.1 Inleiding	36
	6.2 Totaaloordeel huidige situatie	36
	6.3 Inrichtingsaspecten van het streefbeeld	37
	6.4 Inrichtingsaspecten die ertoe doen	39
	6.5 Bezoeker en niet-bezoeker	39

7	Conclusies en adviezen over recreatie	41
7.1	Inleiding	41
7.2	Conclusies	41
7.3	Adviezen over recreatief gebruik	42
7.4	Adviezen over de inrichtingsaspecten per motief	42
7.5	Finaal advies	45
	Literatuur	46
Bijlage 1	Lijst recreatievoorzieningen in en rond Buitenland van Rhon	47
Bijlage 2	Bezoekaantallen	51
Bijlage 3	Recreatieactiviteiten	52

Verantwoording

Rapport: 2985

Projectnummer: 5200045171

Wageningen Environmental Research (WENR) hecht grote waarde aan de kwaliteit van onze eindproducten. Een review van de rapporten op wetenschappelijke kwaliteit door een referent maakt standaard onderdeel uit van ons kwaliteitsbeleid.

Akkoord Referent die het heeft beoordeeld,

functie: senior onderzoeker

naam: Carmen Aalbers

datum: 17-12-2019

Akkoord teamleider voor de inhoud,

naam: Corine van As

datum: 8-01-2020

Samenvatting

Ten zuiden van Rotterdam, tussen de plaatsen Rhoon en Barendrecht, ligt het landbouwgebied Buitenland Van Rhoon. Voor dit gebied van 600 ha is door de Gebiedscoöperatie Buitenland van Rhoon een streefbeeld vastgesteld, waarin onder andere staat welke recreatiedoelen behaald moeten worden. De Gebiedscoöperatie Buitenland van Rhoon wil meer weten over het huidige recreatief gebruik en de beleving van het gebied en wil antwoord op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de bezoekersaantallen?
- Hoe is de recreatieve beleving?
- Welke recreatieve voorzieningen zijn er?

Met behulp van een online-enquête onder bewoners die wonen binnen een straal van 10 km rond dit gebied is het bezoek aan dit landbouwgebied achterhaald. In totaal zijn 1009 enquêtes ingevuld. Via interviews met stakeholders, een inventarisatie van het aanbod en een recreatieschouw ter plekke door de onderzoekers zelf, zijn de onderzoeksvragen mede beantwoord.

Bezoekersaantallen

De respondenten zijn gemiddeld 56 jaar, hebben geen thuiswonende kinderen en hebben een redelijk hoog opleidingsniveau. Van de respondenten heeft 22% niet de beschikking over een auto. 71% van de inwoners uit de Rotterdamse regio kent de naam 'Buitenland van Rhoon' niet en weet niet waar het ligt. De bekendheid is hoger bij de direct aangrenzende gemeenten. Ondanks dat de respondenten de naam niet kennen, komen sommige respondenten er wel. Toch heeft een meerderheid van de inwoners uit de Rotterdamse regio (58%) nog nooit gerecreëerd in het Buitenland van Rhoon en 42% weleens. Inwoners nabij het landbouwgebied, zoals Rhoon, Barendrecht en Rotterdam-Zuid, recreëren er wel. De meeste (17%) respondenten die het gebied weleens bezoeken, komen er 3 tot 5 keer per jaar. Met behulp van deze resultaten is er een schatting gemaakt van 130.000 unieke bezoekers aan het Buitenland van Rhoon per jaar, waarbij ook de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden worden bezocht. De meerderheid van de bezoekers bezoekt het gebied per fiets (55%). 31% komt met de auto, wandelend komt 7% naar het gebied en 3% neemt het openbaar vervoer. Fietsen (62%) en wandelen (60%) zijn de populairste recreatieactiviteiten in het gebied zelf, waarbij gemiddeld € 10,93 per persoon wordt besteed aan recreatie.

Omdat het motief een belangrijke reden is om ergens te gaan recreëren, is er geanalyseerd of er een verschil is tussen de bezoekers en de niet-bezoekers. Het recreatiemotief 'er even tussenuit' is bij de bezoeker het belangrijkste en 'gezelligheid' bij de niet-bezoeker. Opvallend is dat recreanten die met het motief 'gezelligheid' gaan recreëren, significant minder het Buitenland van Rhoon bezoeken. Blijkbaar is dit gebied voor hen niet gezellig genoeg. Er is geen verschil in bezoek tussen recreanten die met de motieven 'er even tussenuit' en 'interesse' gaan recreëren. Er is wel een significant verschil met de motieven 'volledig opgaan in andere wereld' en 'fysieke uitdaging'. Recreanten met deze motieven gaan eerder naar het Buitenland van Rhoon.

Aan de hand van natuurbeelden is onderzocht hoe 'natuurminnend' de inwoners zijn. Ieder mens heeft een individueel natuurbeeld dat is ontstaan door zijn of haar ervaringen en opvoeding en dat daarnaast beïnvloed kan worden door de maatschappij en de cultuur waarin hij/zij leeft. Het blijkt dat de inwoners uit de Rotterdamse regio vooral een inclusief natuurbeeld hebben. Dit betekent dat ze alles natuur vinden, ook de mens. Ook het esthetische natuurbeeld komt veelvuldig voor, waar de natuur vooral mooi wordt gevonden.

Recreatieve beleving

Een oordeel over de recreatieve beleving is alleen gevraagd aan de bezoekers en is gemeten aan de hand van de volgende graadmeters:

1. De visuele aantrekkelijkheid van het gebied.
2. Het gevoel van verbondenheid met het gebied.
3. Emotie.
4. De betekenisgeving.

De bezoekers geven gemiddeld een 7,5 voor de visuele aantrekkelijkheid (belevingswaarde) van het Buitenland van Rhon. Het gevoel van verbondenheid met het gebied scoort matig, gemiddeld een 6,4. Als uiting van emoties geeft de meerderheid van de bezoekers aan een gevoel van frisse lucht/uitwaaien te ervaren en zich ontspannen te voelen. Van de bezoekers zegt 8% nieuwsgierig te zijn naar het agrarisch leven en wat er geproduceerd wordt. Maar bijna niemand vindt het Buitenland van Rhon spannend en avontuurlijk. Buitenland van Rhon heeft voor de bezoekers vooral een intellectuele betekenis waarbij iets relevant wordt geleerd, maar ook een relationele betekenis, namelijk als een gebied met een verbinding tussen landbouw, natuur en recreatie. Er zijn geen onderdelen in de beleving waar men niet tevreden over is, maar ook niet waar de bezoekers zeer tevreden over zijn. Het meest tevreden zijn de bezoekers over de rustgevendheid in de gebieden en relatief het minst over het aantal aanwezige unieke planten en dieren. Het educatieve aanbod krijgt van de bezoekers een 6,9 en de recreatieve gebruikswaarde een 7,3. Het totaaloordeel van de inwoners die het gebied bezoeken, scoort gemiddeld een 7,3. De gebruikswaarde, de belevingswaarde en de educatieve waarde verklaren voor 82% dit totaaloordeel.

Recreatieve voorzieningen 'objectief' gemeten

'Objectief' gemeten via de Recreatieschouw, op basis van het oordeel van de onderzoekers zelf, scoort het Buitenland van Rhon gemiddeld een 5,4 voor recreatie. Dit oordeel is veel lager dan dat van de bezoekers. Dit komt omdat deze score niet alleen gebaseerd is op de bezoekers, die meestal een voldoende geven. Het oordeel van de niet-bezoekers komt meer tot uiting in de Recreatieschouw, waarbij ook nog eens uitsluitend het onderzoeksgebied is beoordeeld en niet de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden. Het is niet uit te sluiten dat de bezoekers de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden wel in hun oordeel hebben meegenomen. De infrastructuur voor de bekendheid (6,2) en de bereikbaarheid (6,7) van het Buitenland van Rhon is volgens de Recreatieschouw gemiddeld voldoende aanwezig. De toegangspoorten scoren divers: de belevingswaarde is gemiddeld meestal wel voldoende (6,4), maar de gebruikswaarde is gemiddeld onvoldoende (3,9). De belevingswaarde van het gebied scoort net geen voldoende (5,7) en de gebruikswaarde van het totale gebied is gemiddeld zwaar onder de maat (3,6).

Objectief gemeten scoort het gebied alleen voor recreanten met het motief 'er even tussenuit' een voldoende (6,8).

Recreatieve voorzieningen volgens de bezoekers

In het streefbeeld dat door de Gebiedscoöperatie is opgesteld, worden diverse inrichtingsaspecten voorgesteld. Het is dan van belang om te weten hoe de bezoekers daarover denken. Uit de enquête blijkt dat elk inrichtingsaspect uit het streefbeeld gemiddeld (zeer) belangrijk wordt gevonden door de bezoekers. De belangrijkste inrichtingsaspecten vinden de bezoekers de aanwezigheid van velden met bloeiend gewas, de uniciteit van het gebied, het aantal gemarkeerde fietsroutes, aanwezigheid van heggen en hagen, het onderhoud van het gebied, de mogelijkheid om iets van het agrarisch leven te leren, bloemrijke hooilandjes, de schoonheid van het gebied, de bereikbaarheid, plekken om bloemen en fruit te plukken en de bescherming van de natuur. Dit zijn variabelen die passen in het concept van natuurlandbouw zoals in het streefbeeld is verwoord.

Adviezen

De naamsbekendheid kan worden verbeterd door regelmatig artikelen over het Buitenland van Rhon in plaatselijke kranten te schrijven, actief te zijn op social media en een eenduidig beeldmerk te hanteren. Ook kan de bewegwijzering naar het gebied vanuit het centrum van omliggende steden worden ontwikkeld. De bereikbaarheid via het openbaar vervoer van het Buitenland van Rhon moet voor recreatiebezoek nader bestudeerd worden, want er is alleen een openbaarvervoerhalte nabij de jachthaven, maar niet in het gebied zelf. Gezien het streefbeeld zal de Gebiedscoöperatie zich meer moeten richten op recreanten met de motieven 'er even tussenuit', 'interesse' en 'volledig opgaan in andere wereld'. Er liggen kansen voor het aantrekken van de niet-bezoekers met deze motieven maar dan moet wel de gebruikswaarde van met name de toegangspoort Poort van het Buitenland worden verbeterd en in het gebied daaromheen moeten meer paden en informatie over bezienswaardigheden en de natuur komen. De beleving zou kunnen worden verhoogd met meer biodiversiteit, meer afwisseling in open ruimte en begroeiing, door een plas of vennetje en meanderende slootjes met hoge waterkwaliteit aan te leggen, het onderhoud van natuur niet te netjes te doen, natuurlijke materialen te gebruiken en een afvalbrigade in te zetten om het zwerfvuil op te ruimen. Tevens moet geprobeerd worden prikkeldraad en allerlei verbodsborden, afzettingen en hekken te vermijden en het gebied te laten ogen als een wereld van bos of natuur. Ook kan worden ingezet op natuurvriendelijke oevers en overgangen tussen natte en droge gebieden. Een verdubbeling van het bezoekersaantal is dan mogelijk.

1 Inleiding

1.1 Onderzoeksvragen

Het Buitenland van Rhoon is een gebied van 600 ha waar hoogwaardige natuur en recreatie met agrarisch medegebruik ontwikkeld worden. Voor het gebied is een streefbeeld opgesteld. Het streefbeeld wordt gerealiseerd door de Gebiedscoöperatie Buitenland van Rhoon, waarin natuurpartijen, agrarisch ondernemers en recreatieondernemers op een gelijkwaardige manier samenwerken. De inspanningen van de Gebiedscoöperatie zijn erop gericht de doelen uit het streefbeeld binnen tien jaar te realiseren. In het streefbeeld is onder meer vastgesteld welke recreatiedoelen behaald moeten worden en binnen welke termijn. Hoewel het streefbeeld veel (inrichtings)maatregelen noemt om de doelen te halen, is het uiteindelijk aan de coöperatie om te bepalen op welke manier de ambitieuze doelen gerealiseerd worden. Gezien de zoektocht naar synergie tussen soms conflicterende doelstellingen van recreatie, natuur en landbouw, is zowel de inrichting als het beheer van het Buitenland van Rhoon een dynamisch leerproces. In dit leerproces zal veel ruimte moeten worden gecreëerd voor experimenteren en monitoren van de resultaten, terwijl tegelijkertijd zo concreet mogelijk geformuleerde doelen voor het gebied goed in het oog moeten worden gehouden. Lerend inrichten, beheren en monitoring vormen dan ook een centraal onderdeel waar dit onderzoeksproject deel van uitmaakt. De Gebiedscoöperatie Buitenland van Rhoon wil meer weten over het huidige recreatieve gebruik en de beleving van het gehele gebied en wil antwoord op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de bezoekersaantallen?
- Hoe is de recreatieve beleving?
- Welke recreatieve voorzieningen zijn er?

1.2 De theorie

Het recreatieve gebruik (Goossen et al., 2013) is een belangrijke aanduiding van de maatschappelijke betekenis van natuur en landschap in een gebied. Het recreatieve gebruik is daarom als centraal uitgangspunt in onderstaand schema opgenomen. Het is het resultaat van vraag en aanbod naar recreatie, waarbij interveniërende variabelen en externe factoren een rol spelen.

Schema 1 Model recreatief gebruik (bewerking van: Goossen et al., 2013).

De vraag naar recreatie heeft relaties met persoonlijke kenmerken van recreanten, hun recreatiemotieven en hun wensen. Het aanbod aan recreatiemogelijkheden kan worden beschreven in termen van kwantiteit, ofwel de gebruikswaarde en kwaliteit, waarbij beleving een belangrijk onderdeel is. Maar het gebied moet ook bekend zijn bij recreanten. Het aanbod moet aansluiten op de wensen en motieven van een recreant om hem/haar te verleiden tot recreatief gebruik in een gebied. Daarbij staat het gebied niet alleen. Een recreant kan ook naar concurrerende gebieden gaan. Intervenierende factoren zijn belangrijke factoren in het samenspel van vraag en aanbod. De bereikbaarheid van een gebied of attractie is een belangrijke intervenierende factor; het kost meer moeite voor een recreant als een gebied slecht bereikbaar is en zal dan wellicht eerder kiezen voor een concurrerend gebied dat wel goed bereikbaar is. Ook het imago van een gebied heeft effect op het recreatief gebruik, evenals spelregels die door overheid, beheerders en eigenaars van recreatieaanbod worden gesteld. De meeste bos- en natuurterreinen zijn bijvoorbeeld 's nachts niet toegankelijk. Externe factoren zijn wellicht de belangrijkste factoren voor recreatief gebruik, maar daar kan beleidsmatig weinig aan gedaan worden; bij regenachtig weer zal er minder recreatief gebruik zijn.

Dit recreatief gebruik levert vervolgens baten op die te verdelen zijn in sociale baten voor het individu, zoals tevredenheid en geluk, maar ook mogelijk negatieve effecten, zoals onderlinge hinder. De economische effecten zijn het genereren van omzet bij agrarische bedrijven (o.a. verkoop producten aan huis) en ondernemers (o.a. horeca en verblijfstoerisme), en werkgelegenheid, dat weer kan leiden tot grotere investeringsbereidheid. Maar ook nu kan een groot recreatief gebruik negatieve gevolgen hebben, zoals schade met hoge vervangingskosten. De sociale en economische effecten kunnen vervolgens tot maatschappelijke effecten leiden, zoals draagvlak onder de bevolking voor ingrepen of grotere betrokkenheid bij het gebied. Maar ook kunnen er negatieve effecten zijn bij een te groot recreatief gebruik, zoals verstoring van de natuur.

1.3 Onderzoeksopzet

Via een onlineonderzoek zijn respondenten via een schriftelijke vragenlijst thuis ondervraagd. Er is daarbij gebruikgemaakt van het Ipsos/GfK-panel. De ruimtelijke afbakening wordt gevormd door een straal van 10 km rond het Buitenland van Rhoon, omdat dit de afstand is waarbinnen de meeste recreanten recreëren (Goossen & de Boer, 2012). Er wonen hier bijna 900.000 mensen. Er is een steekproef genomen onder mensen van minimaal 18 jaar. Binnen deze randvoorwaarden heeft Ipsos/GfK een bestand van circa 5000 respondenten verdeeld over de volgende gemeenten.

Tabel 1 Aantal respondenten in het panel per gemeente.

Gemeente	Bruto aantal (N)	Steekproef	Percentage
Barendrecht	312	146	14,5
Oud-Beijerland	168	2	0,2
Rotterdam-Zuid	587	263	26,1
Rotterdam rest	3318	508	50,3
Schiedam	510	0	0,0
Albrandswaard	192	89	8,8
Vlaardingen	523	1	0,1
Totaal	5.023	1009	

Uiteindelijk heeft 20% uit het onderzoekspanel van Ipsos/GfK meegedaan met het onderzoek, resulterend in 1009 ingevulde vragenlijsten. Er blijkt een duidelijke scheiding te zijn tussen dicht bij het Buitenland van Rhoon en verder weg. Een ruime meerderheid komt uit Rotterdam, vooral uit wijken in Rotterdam-Zuid: Charlois, Feijenoord, Hoogvliet, Pernis en IJsselmonde. In de rest van Rotterdam komen er relatief veel respondenten uit stadsdeel Prins Alexander. Er zijn nauwelijks respondenten afkomstig uit Oud-Beijerland en Vlaardingen, zoals ook uit figuur 1 blijkt. Deze respondenten worden dan ook (meestal) niet meegenomen in de analyses.

Figuur 1 Aantal respondenten per vier positie postcodegebied dat meegedaan heeft aan het onderzoek.¹

De Recreatieschouw van Wageningen Environmental Research (Goossen en de Boer, 2012) is als middel ingezet om het aanbod aan recreatievoorzieningen te beoordelen. De Recreatieschouw is in het Buittenland van Rhoon uitgevoerd in drie deelgebieden die door de onderzoekers zijn bepaald (zie figuur 12). In elk deelgebied is dus een Recreatieschouw uitgevoerd. Aan de hand van de lijst met indicatoren zijn de drie deelgebieden en hun toegangspoorten door een onderzoeker ter plekke beoordeeld op de bereikbaarheid en gebruiks- en belevingswaarden. De beoordeling van de bekendheid is uitgevoerd door deskresearch.

De onderzoeker heeft hiervoor het Buittenland van Rhoon meermalen bezocht en gesproken met Wiard Visser (Zorgboerderij De Buytenhof), omdat hij goed bekend is met het gebied. Op grond van de score van de onderzoeker is per deelgebied uit figuur 12 en per recreatiemotief een rapportcijfer berekend voor bekendheid, bereikbaarheid en gebruiks- en belevingswaarden van het gebied en de toegangspoorten.

Tevens heeft een inventarisatie van de recreatieve voorzieningen plaatsgevonden.

¹ Waarvan postcode bekend is.

2 Algemene kenmerken respondenten

2.1 Inleiding

Om het recreatiegedrag te kunnen verklaren, wordt vaak gebruikgemaakt van de kenmerken leeftijd, sekse, opleidingsniveau, aantal inwonende kinderen en etnische achtergrond. De leeftijd van het jongste kind en het hebben van een auto is belangrijk bij de actieradius van een recreant. Maar ook het motief om te gaan recreëren kan bepalend zijn voor het recreatiegedrag. Motieven worden in dit onderzoek tevens gebruikt om de recreatiemarkt te segmenteren. Ook de mening van een respondent over wat natuur precies is, is belangrijk bij het oordeel over de inrichting van het gebied.

2.2 Persoonlijke kenmerken en representativiteit

De respondenten uit de steekproef zijn gemiddeld 56 jaar en de steekproef bestaat uit iets meer vrouwen (57%) dan mannen. Circa 84% heeft geen inwonende kinderen onder de 18 jaar. De gemiddelde leeftijd van het jongste kind is 8 jaar en bij 3% is het kind 2 jaar of jonger. De meeste respondenten (94%) zijn in Nederland geboren; bijna 3% heeft een niet-westerse achtergrond. 46% heeft een hoog opleidingsniveau en 23% een laag opleidingsniveau. Een belangrijke voorwaarde bij recreatiebezoek is het hebben van een auto. Het blijkt dat 22% niet de beschikking heeft over een auto.

De steekproef bestaat dus uit wat oudere respondenten, zonder thuiswonende kinderen en een redelijk hoog opleidingsniveau. Om de steekproef representatief te maken voor de inwoners uit de gemeenten Barendrecht, Rotterdam en Albrandswaard (waar de meeste respondenten wonen), is de steekproef representatief gemaakt voor de totale inwoners van die gemeenten op basis van de variabelen sekse en leeftijd.

2.3 Recreatiemotieven en natuurbeelden

Recreatiemotieven

Een ander belangrijk onderdeel dat vaak bepalend is voor het recreatiegedrag is het motief waarmee recreanten gaan recreëren. Op basis van diverse onderzoeken (Elands & Lengkeek, 2000; Bauman et al., 2002; Cottrell et al., 2005) heeft Wageningen Environmental Research in het verleden (Goossen & de Boer, 2008) vijf korte verhaallijnen rond motieven opgesteld en gevalideerd om te achterhalen waarom recreanten een bepaald gebied bezoeken. Er worden vijf motieven onderscheiden: Gezelligheid, Er even tussenuit, Interesse, Volledig opgaan in andere wereld en Fysieke uitdaging. 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 spannend. Pret hebben met elkaar en gezelligheid zijn belangrijk.

Er even tussenuit

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.

De inwoners blijken vooral met het motief 'gezelligheid' te gaan recreëren, gevolgd door het motief 'er even tussenuit'. De volgorde van de verdeling van de motieven komt redelijk overeen met de verdeling die in een groot aantal andere landelijk onderzoeken naar voren komt (tabel 2).

Tabel 2 Verdeling (%) recreatiemotieven.

Recreatiemotief	Buitenland van Rhon	Landelijk
Gezelligheid	33	42
Er even tussenuit	29	25
Interesse	14	8
Volledig opgaan in andere wereld	13	7
Fysieke uitdaging	11	17

Wat wel opvalt in vergelijking met het landelijk beeld (Dirkx, 2014) is het relatief grote aandeel inwoners dat met het motief 'interesse' erop uitgaat. Dit heeft wellicht te maken met het hogere opleidingsniveau ($p < 0,05$) en de oudere leeftijd ($p < 0,01$), want daarmee is er een significante relatie. Maar ook het relatief grote aandeel inwoners dat met het motief 'volledig opgaan in andere wereld' is afwijkend ten opzichte van het landelijke beeld. Er zijn geen significante relaties met persoonlijke kenmerken met dit motief gevonden. Dit alles betekent dat de motieven 'gezelligheid' en 'fysieke uitdaging' door de inwoners rond het Buitenland van Rhon minder zijn gekozen. Het is niet duidelijk wat hiervan precies de reden is. Wel blijkt dat jongere vrouwen zonder auto significant ($p < 0,01$) meer voor het motief 'gezelligheid' kiezen. Jongere, hoger opgeleide mannen met auto kiezen significant ($p < 0,01$; auto: $p < 0,05$) meer voor het motief 'fysieke uitdaging'. Oudere, lager opgeleide inwoners kiezen significant ($p < 0,01$) meer voor het motief 'er even tussenuit'.

Natuurbeelden

Hoe natuurminnend mensen zijn, wordt bekeken aan de hand van natuurbeelden. Ieder heeft een individueel natuurbeeld dat is ontstaan door zijn of haar ervaringen en opvoeding en kan daarnaast beïnvloed worden door de maatschappij en de cultuur waarin hij of zij leeft (Buijs & Elands, 2013). Natuurbeelden zijn vaak bepalend voor de mening over, aandachtspunten van en wensen die mensen hebben voor een gebied (Buijs & Elands, 2013). Buijs (2009a, 2009b) onderscheidt in zijn opvattingen over natuurbeelden drie dimensies: een *cognitieve* (het kennen van de natuur), een *normatieve* (het waarderen van de natuur) en een *expressieve* dimensie (het beleven van de natuur).

Cognitieve dimensie

De cognitieve dimensie gaat over de overtuigingen die mensen hebben over de natuur. Deze overtuigingen vallen in twee categorieën uiteen: de definitie die mensen aan de natuur geven en hoe mensen denken dat de natuur werkt.

Normatieve dimensie

Binnen de normatieve dimensie gaat het over de morele status van de natuur: waarom is de natuur voor mensen van belang en hoe moeten wij ermee omgaan? In het antwoord op deze vraag is een onderscheid tussen *antropocentrische* waarden, die de mens centraal stellen, en *niet-antropocentrische* waarden, die de natuur centraal stellen. Die laatste worden weer onderverdeeld in *ecocentrische* en *biocentrische* waarden. Het verschil zit hem erin dat biocentrische waarden de individuele soort in de natuur centraal stellen, terwijl ecocentrische waarden ecologische gehelen, zoals ecosystemen, centraal stellen: het welzijn van een ecosysteem is belangrijker dan het individuele leven van een dier, dat voor het welzijn van een ecosysteem bijvoorbeeld zou moeten wijken (Buijs, 2009a, 2009b).

Expressieve dimensie

Als laatste is er de expressieve dimensie. Deze dimensie gaat in op de emotionele beleving van de natuur en bekijkt hoe mensen de natuur beleven, welke ervaringen mensen belangrijk vinden in de natuur en waar ze van genieten (Buijs, 2009b; Elands & Buijs, 2013).

Deze dimensies bepalen samen het natuurbeeld. De natuurbeelden zijn gemeten door middel van de vragenlijst, aan de hand van drie stellingen uit de cognitieve dimensie, vijf stellingen uit de normatieve dimensie en tot slot twee stellingen uit de expressieve dimensie. Op basis van deze dimensies zijn er vijf natuurbeelden onderscheiden. Onderstaand schema geeft aan welke stelling (zie tabel 3) bij welk natuurbeeld of dimensie hoort.

Natuurbeeld	Dimensie	Stelling
Inclusief	Cognitief	9
	Normatief antropocentrisch	8
Esthetisch	Expressief	3
	Expressief	2
Wildernis	Cognitief, niet-antropocentrisch	4
	Normatief antropocentrisch ecocentrisch	5
Autonoom	Normatief antropocentrisch	6
	Normatief niet-antropocentrisch biocentrisch	7
Functioneel	Cognitief	10
	Normatief antropocentrisch	1

In het *inclusieve natuurbeeld* is natuur alles wat groeit en bloeit. De mens behoort zelf ook tot de natuur en er is een voorkeur voor verzorgde natuur. Menselijk ingrijpen wordt niet afgewezen.

In het *esthetische natuurbeeld* is de natuur vooral een decor voor de recreant. De schoonheid van de natuur staat centraal. De natuur is toegankelijk voor de recreant.

In het *wildernis natuurbeeld* is de natuur onafhankelijk, als een soort 'oer-natuur'. Men heeft een voorkeur voor grote eenheden, vooral ruige natuur. De natuur moet zo veel mogelijk haar gang kunnen gaan en sporen van menselijke invloed worden als storend ervaren. Ingrijpen van de mens moet tot een minimum worden beperkt en alleen om daarmee gunstige omstandigheden te scheppen voor ontwikkeling van een ecosysteem.

In het *autonome natuurbeeld* hebben individuele dieren en planten intrinsieke waarde en moeten daarom beschermd worden. Dit natuurbeeld richt zich op beperkt ingrijpen van de mens in de natuur. Actief beheer is nodig als de gezondheid van dieren of planten in gevaar komt.

In het *functionele natuurbeeld* heeft de natuur vooral een nuttige functie voor de mens. De natuur moet onderhouden worden zodat zij niet verwildert. De belangen van landbouw, bosbouw, recreatie en toerisme staan daarbij centraal. De natuur wordt als minder kwetsbaar gezien dan in de andere natuurbeelden. De natuur is taai en kan veranderingen makkelijk aan.

Tabel 3 Mate van instemming (%) met stellingen over natuur.

Stelling	(zeer) eens	(zeer) oneens	neutraal
9 Alle levende wezens behoren tot de natuur, inclusief de mens. Alles wat leeft, is natuur.	77	7	16
3 Beheer van natuur is nodig om landschappelijke diversiteit te realiseren. Deze diversiteit komt de recreatieve aantrekkelijkheid ten goede.	67	8	25
4 Echte natuur is natuur zonder bebouwing of andere vormen van menselijke invloed.	58	17	25
6 Koeien in een weide zijn minder natuur dan vogels in de lucht. Omdat een boer voor de koeien zorgt en ze melkt.	27	58	15
10 De natuur kan zichzelf prima herstellen. De natuur is zeer taai en zeer krachtig en kan veranderingen aan.	57	15	28
8 Ik denk dat de natuur zal profiteren als dode bomen en bomen die te dicht op elkaar staan, worden verwijderd. Bomen en planten kunnen anders verstikken.	50	14	36
1 Als je natuur haar gang laat gaan, krijg je onkruid en wildernis en kan je er niks meer mee. Onderhoud is nodig door dood hout te verwijderen en soms een beetje te snoeien.	50	21	29
5 Bomen in natuurgebieden mogen worden gekapt om het aantal verschillende en zeldzame soorten planten en dieren te vergroten.	48	15	37
2 Natuur moet je kunnen bezoeken en mag niet afgesloten zijn. Welk nut heeft het, als niemand het kan zien? Waarom bescherm je het dan?	43	28	29
7 Mensen moeten geen bomen kappen om andere soorten meer ruimte te geven. De boom leeft, net als wij en het is niet aan ons om te bepalen of de boom nog van nut is.	35	27	38

Het blijkt (tabel 3) dat de meeste respondenten een inclusief natuurbeeld hebben: alles is natuur, ook de mens. Maar ook het esthetische natuurbeeld komt veelvuldig voor.

Foto 1 'Alles wat leeft, is natuur' is populairste natuurbeeld (bron: T. de Boer).

3 Het recreatieve gebruik

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk behandelt de bekendheid van het gebied en de bekendheid van het beeldmerk dat voor dit gebied ontwikkeld is, het al dan niet bezoeken van het gebied en de redenen van geen bezoek, de bereikbaarheid, de waardering, de kwantiteit en kwaliteit van de voorzieningen, informatie over het gebied en de regels die er gelden.

3.2 Het recreatieve aanbod

Het gebied heeft diverse recreatieve voorzieningen, waaronder ook verblijfsrecreatievoorzieningen. De toeristen die op deze verblijfsaccommodaties vertoeven, kunnen – naast de inwoners – ook gebruikmaken van het gebied en de andere recreatieve voorzieningen hierin. Het inventariseren van het aantal verblijfsrecreatievoorzieningen hoeft echter niet alleen in het gebied te gebeuren, maar kan ook net daar buiten. Er is namelijk een kans dat toeristen vanuit verblijfsaccommodaties net buiten het gebied toch het Buitenland van Rhoon bezoeken.

In en grenzend aan het gebied zijn zes horecabedrijven, vier hotels, vier bed & breakfasts en één camping (zie bijlage 1). Grenzend aan het gebied liggen twee attracties (Abel klimbos en Albrandswaard Avonturen Park (AAP)) en er is een zwembad.

Er zijn zes websites die het Buitenland van Rhoon (deels) noemen. De belangrijkste website is <https://www.buitenland-van-rhoon.nl/>, met specifieke informatie over het gebied.

Figuur 2 Wandelknooppunten in Buitenland van Rhoon.

Op basis van een inventarisatie van openstreetmap is er in totaal 54 km aan wegen en paden waar recreanten gebruik van kunnen maken (tabel 4). In het gebied liggen diverse knooppunten voor wandelen (figuur 2) en fietsen (figuur 3) waarmee een recreant makkelijk zijn weg kan vinden. Deze knooppunten zijn gekoppeld aan 13 km fietspad en 6,5 km wandelpad.

Tabel 4 Lengte (meter) van typen paden per deelgebied uit figuur 12.

Type	Deelgebied I	Deelgebied II	Deelgebied III	Totaal
cycleway	2171.4	5092.2	5699.3	12963.0
footway	1421.7	784.3	3391.4	5597.4
living_street	25.3			25.3
path	93.2	319.6	858.2	1271.0
pedestrian	46.0			46.0
residential	339.6	122.2	749.0	1210.8
secondary			3507.1	3507.1
service	471.7	2397.2	487.5	3356.4
steps	9.1			9.1
tertiary	114.8		132.2	247.0
track	1947.4	2200.3	103.8	4251.5
track_grade4	61.7	225.2		286.9
track_grade5		2153.3		2153.3
unclassified	3273.9	7563.5	8661.1	19498.4
Totaal	9975.8	20857.8	23589.7	54423.4

Figuur 3 Fietsknooppuntensysteem in Buitenland van Rhoon.

Er worden vier fietsroutes aangeboden en vijf wandelroutes. Op de blauwe verbinding kan gekanood worden. Het pontje bij Rhoonse veer brengt de recreant naar Oud-Beijerland. Bij het Rhoonse Veer is ook een Toeristisch Overstap Punt (TOP) met parkeergelegenheid en horeca in de buurt als startpunt van een route. Er zijn een picknickplaats en vier bankjes gevonden.

Veel landbouwbedrijven doen er ook nog iets naast. Zo is er bijvoorbeeld een stoeterij en een paardenpension en zijn er twee locaties waar ze streekproducten verkopen. Er is de zorgboerderij het Buijtenhof met een boerderijwinkel, theeschenkerij en er zijn moestuinen, de boomgaard, kruidentuin en landschapstuin.

Het zuidelijke deel van het onderzoeksgebied is een stiltegebied.

3.3 Bekendheid

Een zeer belangrijk element om een gebied te bezoeken, is de bekendheid met een gebied. Het blijkt dat de bekendheid van het Buitenland van Rhoon niet erg hoog is. Van de 1009 respondenten heeft 64% nog nooit van de naam gehoord. In de gemeente waar het Buitenland van Rhoon ligt en in direct aangrenzende gemeenten is de naamsbekendheid hoger, met 81% voor Albrandswaard en 60% voor Barendrecht. In Rotterdam-Zuid en de rest van Rotterdam is de naamsbekendheid veel lager, respectievelijk 40% en 20%.

De inwoners uit het herkomstgebied die wel van de naam Buitenland van Rhoon hebben gehoord, kennen dit meestal van de plaatselijke krant, omdat ze dicht bij het gebied wonen, via een vorig bezoek aan het gebied of via vrienden, familie en kennissen (tabel 5). De bewegwijzering vervult ook een belangrijke rol bij de bekendheid, evenals de informatie die een gemeente geeft over het gebied. Interessante kanalen om de naamsbekendheid te vergroten, zijn social media. Meer dan 10% heeft via social media van de naam gehoord. Ook de eigen website van het gebied speelt een rol van betekenis.

Tabel 5 Kanalen (%) die inwoners hebben gebruikt waardoor ze van de naam Buitenland van Rhoon hebben gehoord (N=366).

Kanaal	N	%
Plaatselijke krant	156	42,5
Ik woon er (dichtbij)	129	35,3
Vorige bezoeken aan Buitenland van Rhoon	77	21,1
Van vrienden, familie, kennissen etc.	72	19,6
Bewegwijzering	62	16,8
Informatie van gemeente	52	14,1
Social media (Facebook, Twitter etc.)	43	11,7
Brochures/folders	41	11,3
Website Buitenland van Rhoon	39	10,6
E-mails/nieuwsbrieven	35	9,7
Advertenties	27	7,4
Via Google etc. op internet	24	6,5
Beeldmerk gezien	23	6,2
Informatie van accommodatie	23	6,2
Weet niet	21	5,6
Radio en/of televisie	17	4,7
Anders	6	1,5
Website anders	3	0,7

Beeldmerk

Voor het gebied is een beeldmerk ontwikkeld. Aan de bekendheid van het gebied via het beeldmerk moet echter nog gewerkt worden, want slechts 6% heeft het beeldmerk gezien en eveneens 6% krijgt informatie over het gebied van accommodatiehouders.

3.4 Bezoek aan Buitenland van Rhoon

Van de inwoners die van de naam Buitenland van Rhoon gehoord hebben, weet 81% ook waar het ligt. In Albrandswaard weet 88% van de inwoners dat, in Barendrecht 83%, in Rotterdam 78% en in Rotterdam-Zuid 77%. Van het totaal aantal inwoners (717.607 inwoners) van Rotterdam, Barendrecht en Albrandswaard samen heeft 70,6% niet van de naam het Buitenland van Rhoon gehoord en weet niet waar het gebied ligt.

Soms weten respondenten niet altijd een naam of waar een gebied precies ligt. Daarom is een kaart met omschrijving van het landbouwgebied aan de respondent voorgelegd en gevraagd of ze weleens

in het gebied gerecreëerd hebben. Het gebied is het rood omlijnde landbouwgebied (figuur 4) en is exclusief de natuurgebieden langs de Oude Maas.

Figuur 4 Begrenzing onderzoeksgebied Buitenland van Rhoon.

Dan blijkt dat de meerderheid van de inwoners (58%) er niet gerecreëerd heeft en 42% wel. Dus een deel heeft er wel gerecreëerd, maar weet niet dat het deze naam heeft of waar het precies ligt. Ook nu blijkt dat inwoners in directe aangrenzende gebieden er meer gerecreëerd hebben dan in gebieden verder weg. Zo zegt 91%, 78% en 48% van de inwoners van respectievelijk Albrandswaard, Barendrecht en Rotterdam-Zuid er weleens gerecreëerd te hebben en 20% van de inwoners uit de rest van Rotterdam. Dit is ook op figuur 5 te zien.

Figuur 5 Aantal bezoekers aan Buitenland van Rhoon per 6-positie-postcodegebied.

Het blijkt dat inwoners die het Buitenland van Rhoon weleens hebben bezocht, tot 15 km ver weg wonen. Er kan daarom gesteld worden dat het potentiële herkomstgebied van het Buitenland van Rhoon op 15 km ligt, maar wel veelal ten noorden van de Oude Maas.

Op basis van het totaal aantal inwoners van Rotterdam, Barendrecht en Albrandswaard is berekend dat het aantal unieke bezoekers (bezoekers die weleens in het Buitenland Van Rhoon hebben gerecreëerd) bijna 250.000 is (zie bijlage 2).

Van de inwoners die er weleens gerecreëerd hebben, blijkt dat men er gemiddeld 11 jaar komt. De meeste (17%) komen er 3 tot 5 keer per jaar of maken één of twee bezoek(en) per jaar. 13% komt één of enkele keren per maand (tabel 6) en 11% heeft het afgelopen jaar het gebied niet bezocht.

Tabel 6 Bezoek aan Buitenland van Rhoon in de afgelopen 12 maanden.

Frequentie	N	%
Dagelijks/meerdere bezoeken per dag	9	2,1
1 of enkele bezoeken per week	36	8,5
1 of enkele bezoeken per maand	55	13,0
9 tot 11 bezoeken per jaar	34	8,1
6 tot 8 bezoeken per jaar	27	6,4
3 tot 5 bezoeken per jaar	73	17,3
2 bezoeken per jaar	68	16,0
1 bezoek per jaar	73	17,3
Niet gerecreëerd in de afgelopen 12 maanden	48	11,3

Wanneer we deze gegevens toepassen op het aantal inwoners, dan zouden er afgelopen jaar meer dan 3 miljoen bezoeken zijn geweest. Maar dit wordt vooral veroorzaakt door een aantal respondenten uit Rotterdam-Zuid die aangeven elke dag in het Buitenland van Rhoon te hebben gerecreëerd. Dat lijkt niet erg aannemelijk en bovendien is uit internationaal onderzoek bekend (Søndergaard Jensen, 1999) dat respondenten het aantal bezoeken via onlineonderzoek overschatten met een factor 2. De schatting van het aantal bezoeken afgelopen jaar is daarom rond 1,5 miljoen, ofwel ruim 4.000 bezoeken per dag. Dit lijkt erg veel en blijft een hele ruime schatting, want de wegingsfactoren zijn soms gebaseerd op heel kleine aantallen respondenten. Ter vergelijking komt het NBTC-NIPO Research-onderzoek op vergelijkbare aantal bezoeken voor de groengebieden aan de Oude Maas ten zuiden van Rotterdam (1-1,5 miljoen) met 206.000 unieke bezoekers (NBTC-NIPO Research, 2017).

Bovendien is het de vraag of de respondenten zich daadwerkelijk aan het rood omlijnde gebied van figuur 4 hebben gehouden. Op de vraag waar ze veel recreëren, komen juist de groengebieden ten zuiden van het rood omlijnde gebied van figuur 4 naar voren. Uit tabel 7 blijkt bijvoorbeeld dat van de inwoners die het gebied hebben bezocht, 60% naar het natuurgebied de Rhoonse grienden is gegaan.

Tabel 7 Bezoek per type gebied.

Type gebied	N	%
Rhoonse grienden	239	60
Klein Profijt	134	34
Golfbaan	61	15
Carnisse grienden	174	44
Portlandpolder	55	14
Zegenpolder	53	13
Molenpolder	45	11
Buitenland	117	29
Koedoodzone	96	24
Skibrilplas	21	5
Berenkade/groene verbinding	24	6
Johannapolder	76	19
Allemaal	40	10
Weet niet	21	5

Ook het natuurgebied Carnisse grienden krijgt met 44% veel bezoek, evenals Klein Profijt (34%). Van het onderzoeksgebied scoort het type gebied Buitenland² het best, met 29%.

De bezoekgegevens zijn anders als daadwerkelijk alleen het rood omlijnde gebied wordt geselecteerd. Dan blijkt dat 7% alleen in het onderzoeksgebied is geweest en 50% alleen in de natuur- en recreatiegebieden. In beide gebieden is 38% geweest en 5% weet het niet. Deze laatste groep is bij de analyses toegerekend aan de categorie 'beide gebieden'.

Op de totale steekproef blijkt dan dat 19.221 inwoners alleen het onderzoeksgebied bezoeken. Beide gebieden (zowel onderzoeksgebied als natuur- en recreatiegebieden) trekken dan 107.392 inwoners. Dit zou betekenen dat bijna 130.000 inwoners het Buitenland van Rhon weleens bezoeken. Naar alleen de natuur- en recreatiegebieden gaan dan 140.819 inwoners.

Geen bezoek

Op de vraag waarom men niet (vaker) het Buitenland van Rhon bezoekt, blijkt dat voor de meeste respondenten het gebied te ver weg ligt (22%), maar ook dat men het gebied afwisselt met een bezoek aan andere gebieden. Circa 18% geeft aan nog nooit van het gebied gehoord te hebben. Daar zit dus nog potentiële groei in als de bekendheid wordt vergroot. Die potentiële groei kan ook bereikt worden door de 2% die zegt dat het van een bezoek nog niet gekomen is. Ook als er meer te beleven valt in het Buitenland van Rhon kan dat bezoekers opleveren. Een deel van de inwoners zal echter moeilijk overgehaald kunnen worden om in het Buitenland van Rhon te recreëren, omdat ze liever naar andere gebieden gaan, in hun eigen (volks)tuin of op hun balkon zitten, er geen behoefte aan hebben en/of geen tijd hebben.

Tabel 8 Redenen voor geen of niet vaker bezoek.

Reden	N	%
Ik vind het te ver weg	218	22
Ik wissel mijn bezoek aan Buitenland van Rhon af met een bezoek aan andere natuur- en recreatiegebieden	196	19
Ik ken het niet	183	18
Ik ga liever naar andere natuur- en recreatiegebieden	162	16
Ik heb er niet zoveel behoefte aan	156	15
Ik heb geen tijd	148	15
Ik kom er al heel vaak	80	8
Ik kan er niet komen door mijn (fysieke) beperking	61	6
Ik zit liever in mijn eigen (volks)tuin of op het balkon	56	6
Ik vind dat er niks te beleven is	37	4
Ik houd niet van aangelegd groen	32	3
(Nog) niet van gekomen/aan gedacht	25	2
Ik vind dat het er stinkt	16	2
Geen reden	7	1
Anders	6	0
Zomer op camping	2	0

Geschat wordt dat van de 18% die nog nooit van het gebied gehoord heeft, de helft wel een bezoek gaat brengen na een bekendheidscampagne. Ook is de 2% die aangeeft wel te willen en 4% als er meer te beleven valt, wellicht over te halen tot een bezoek. Bij elkaar zou dat een potentieel van 15% zijn. Op een totaal aantal van bijna 900.000 inwoners zouden dat circa 135.000 extra bezoekers zijn; een verdubbeling van het huidige aantal.

² Het hele onderzoeksgebied heet Buitenland van Rhon (rood omlijnd in figuur 4). Een klein deel van dit onderzoeksgebied heeft ook de naam Buitenland, maar dat is dus een onderdeel van het grotere Buitenland van Rhon.

3.5 Educatieve mogelijkheden

Het Buitenland van Rhoon telt diverse educatieve mogelijkheden om iets te leren over de cultuurhistorie van het gebied, over de landbouw of over de natuur. Er is aan de inwoners gevraagd in hoeverre ze tevreden zijn over het educatieve aanbod. Gemiddeld genomen is men redelijk tevreden, met een rapportcijfer van een 6,9. Er is geen significant verschil tussen de gebieden geconstateerd.

Figuur 6 Gemiddelde tevredenheid over het educatieve aanbod per gebied.

De tevredenheid over het aantal excursies en de mogelijkheden om over de cultuur te leren of in contact te komen met de natuur leveren geen significante verschillen tussen de gebieden op. Inwoners die beide gebieden bezoeken, zijn significant iets meer tevreden over het aantal evenementen³ en de mogelijkheden om over de natuur te leren.⁴ Inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken, zijn significant meer tevreden over de mogelijkheden om over het agrarisch gebied te leren.⁵

3.6 Het gebruik

De meerderheid van de inwoners bezoekt het gebied per fiets (55%). De opmars van de elektrische fiets is ook in dit gebied te zien, want 18% gebruikt een elektrische fiets en 33% een gewone fiets en 5% een racefiets of mountainbike. Wandelend komt 7% naar het gebied, 2% gebruikt de scooter en 3% neemt het openbaar vervoer. Circa 31% komt met de auto. Een ruime meerderheid is (zeer) tevreden over de bereikbaarheid van het totale gebied vanuit hun huis (75%). Circa 9% is (zeer)

³ $P < 0,05$

⁴ $P < 0,01$

⁵ $P < 0,001$

ontevreden. Er is wel een verschil in tevredenheid van inwoners ten aanzien van de gebieden. Inwoners die alleen het onderzoeksgebied weleens hebben bezocht, zijn significant minder tevreden over de bereikbaarheid dan de inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden of beide gebieden bezoeken. Een meerderheid is (zeer) tevreden over het aantal parkeermogelijkheden en daar is tussen de gebieden geen verschil.

Figuur 7 Gemiddelde tevredenheid over recreatieve voorzieningen per gebied.

Het verschil in tevredenheid over gebruiksmogelijkheden tussen de gebieden zien we ook terug bij de mate van tevredenheid bij gemarkeerde wandelroutes, bewegwijzering en (picknick)banken. De tevredenheid hierover bij inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken, is lager dan de inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken of beide gebieden. Over de hele linie is de tevredenheid over de recreatieve voorzieningen van de inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken lager. Daarentegen is de tevredenheid over de voorzieningen van de inwoners die beide gebieden bezoeken over de hele linie hoger. De voorzieningen die dus in de natuur- en recreatiegebieden aanwezig zijn, blijken dus erg belangrijk en lijken het gebrek eraan in het onderzoeksgebied te compenseren. Er moet wel opgemerkt worden dat ondanks de verschillen over de tevredenheid per gebied, de mate van tevredenheid toch boven het gemiddelde zit op de schaal van 1 (zeer ontevreden) tot en met 5 (zeer tevreden) en dat de inwoners een gemiddeld rapportcijfer van een 7,3 geven voor de recreatieve gebruiksmogelijkheden.

Voor alle gebieden samen zijn de inwoners het meest tevreden over de bereikbaarheid, het aantal paden, het aantal gemarkeerde fietsroutes en de bewegwijzering.

Er is wel een klein significant verschil in tevredenheid tussen de gebieden.⁶ De mate van tevredenheid over de gebruiksmogelijkheden is met een 7,06 voor het onderzoeksgebied lager dan voor de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden (een 7,21). Inwoners die beide gebieden bezoeken, geven gemiddeld een 7,42.

Fietsen (62%) en wandelen (60%) zijn de populairste recreatieactiviteiten in het Buitenland van Rhon. Daarbij bezoekt 17% van de recreanten weleens een café/restaurant. Van de inwoners koopt 13% weleens lokale producten en 11% bezoekt een boerderij (zie bijlage 3). Een meerderheid (66%) van de inwoners besteedt niet langer dan 2 uur aan de recreatieactiviteiten in het Buitenland van Rhon, waarvan 5% minder dan een ½ uur; 14% tussen een ½-1 uur en 46% tussen de 1-2 uur.

Circa 43% van de inwoners brengt met een partner een bezoek aan het Buitenland van Rhon en 25% gaat alleen. 13% gaat met het gezin, 11% met vrienden en 6% met familie. De gemiddelde groepsgrootte is 2,58. Bij het laatste bezoek heeft de helft (49%) van de bezoekers geen uitgaven gedaan in het Buitenland van Rhon. Gemiddeld heeft het gezelschap samen € 28,20⁷ per bezoek uitgegeven. Uit tabel 9 blijkt dat dit voornamelijk in de horeca is geweest, maar ook aan producten die bij een boerenbedrijf zijn gekocht, in winkels, vervoer en parkeerkosten, aan activiteiten en excursies en aan souvenirs en brochures.

Tabel 9 Gemiddelde uitgaven (euro) per categorie bij een bezoek aan het Buitenland van Rhon per gebied.

Categorie	Totaal	Alleen onderzoeksgebied	Alleen Natuur- en recreatiegebied	Beide gebieden
Restaurants en cafés, inclusief theetuinen	18,79	23,47	27,73	12,17
Producten gekocht bij boerenbedrijf	3,58	1,69	4,94	5,38
Winkels incl. supermarkt	2,47	1,28	3,95	3,53
Vervoerskosten	2,29	0,97	4,33	3,42
Activiteiten	1,62	1,58	0	1,90
Excursie (vaar, fiets, wandel etc.)	1,11	0,36	0	2,08
Parkeergeld	1,04	0,63	0,98	1,48
Souvenirs	0,94	0,06	0,82	1,92
Onderhoud en reparatie	0,90	0,67	0	1,28
Brochures/folders/kaarten	0,83	0,09	0,28	1,69
Huur van goederen (zoals fiets, fluisterboot, kano etc.)	0,77	0,04	0	1,68
Overnachting (omgerekend naar prijs per nacht)	0,59	0,04	0	1,28
Overige uitgaven	1,36	0,40	2,63	2,23
Totaal	28,20	24,17	40,83	30,96
Totaal per persoon	10,93	9,37	15,82	12,00

Dit betekent grofweg dat er gemiddeld € 10,93 per persoon wordt besteed (inclusief inwoners die niets hebben uitgegeven). Wanneer wordt gekeken naar de bestedingen van inwoners die alleen het onderzoeksgebied Buitenland van Rhon bezoeken, dan blijkt dat de gemiddelde uitgave lager is, namelijk € 9,37 per persoon. Uit het NBTC-NIPO Research-onderzoek blijkt dat er gemiddeld € 4,30 per persoon (incl. bezoekers die niets hebben uit gegeven) is uitgegeven, maar dat is alleen door bezoekers aan de natuur- en recreatiegebieden gedaan. Het landelijk gedeelte genereert dus het dubbele. Uit tabel 9 blijkt dat inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken zelfs nog meer uitgeven, namelijk een gemiddeld bedrag van € 15,82 per persoon.

Het blijkt dat de meeste inwoners (46%) geen informatiebron gebruiken bij de laatste keer dat het Buitenland van Rhon is bezocht (tabel 10). Diegene die dat wel doen, gebruiken vooral het

⁶ P < 0,05 niveau

⁷ Extreme bedragen zijn uit het bestand gehaald en ook gezelschappen zonder bestedingen.

knooppuntensysteem voor fietsen en wandelen en de bewegwijzerde routes. Opvallend is dat tegenwoordig de papieren kaart en de papieren brochures nauwelijks meer gebruikt worden als informatiebron, maar de digitale versies wel.

Tabel 10 Verdeling (%) informatiebronnen.

Informatiebron	Percentage
geen	45,5
fietsknooppunt	19,4
bewegwijzerde routes	15,7
wandelknooppunt	12,5
kaarten op smartphone/tablets	11,0
navigatiesysteem	10,9
informatie van vrienden/bekenden	5,5
informatie van accommodaties	3,2
brochures met wandel- en fietsroute	3,0
papieren kaarten	2,5
anders	0,9

Foto 2 De besteding is gemiddeld € 10,93 per persoon (bron: T. de Boer).

4 De recreatieve beleving

4.1 Inleiding

Bij de belevingswaarde gaat het om waarnemen, ervaren, betekenis geven en waarderen. In dit rapport gaan we vooral uit van de waarneming door fysiek gebruik van het gebied door recreanten. Door deze waarneming ervaart een recreant het gebied op een bepaalde manier en geeft daar betekenis aan door interpretatie van de waarnemer. Betekenisverlening is een actief proces dat zich in een specifieke persoonlijke, sociale en landschappelijke context afspeelt (Grauman, 2002).

De betekenis die de omgeving heeft, wordt dus geconstrueerd door de mens zelf. De verhalen over een gebied, de recreatieve ervaringen en de betekenissen die het heeft (gehad) voor recreanten zijn van belang voor de beleving. Op basis van deze subjectieve kenmerken van een landschap krijgt een gebied zijn eigen identiteit, wordt het van een willekeurige ruimte (space) een specifieke plek (place). Hier nauw mee verbonden is het concept *sense of place*. Sense of place, of plekidentiteit, speelt ook een belangrijke rol in de binding die mensen voelen met specifieke plekken. Deze persoonlijke verbondenheid met een plek speelt vooral in de eigen woonomgeving. Naarmate personen vaker naar een gebied gaan, meer ervaringen opdoen of zich meer verdiepen in het gebied, zullen zij steeds meer persoonlijke betekenissen toekennen aan die plek. De plek wordt steeds meer 'toegeëigend'. Het visuele aspect wordt hierbij minder belangrijk, terwijl de historische en narratieve kant steeds meer in belang toeneemt. Deze plekidentiteit is niet alleen een eigenschap van het gebied zelf, maar krijgt dus betekenis door de omgang van mensen met het gebied. Op deze manier ontstaat een gevoel van verbondenheid met een gebied die geen samenhang hoeft te hebben met de fysieke inrichting.

De recreatieve beleving wordt gemeten aan de hand van de volgende graadmeters:

1. De visuele aantrekkelijkheid van het gebied.
2. Het gevoel van verbondenheid met het gebied.
3. Emotie.
4. De betekenisgeving.

4.2 De visuele aantrekkelijkheid van het gebied

De inwoners die het gebied hebben bezocht voor recreatie, geven gemiddeld een 7,5 voor de aantrekkelijkheid van het Buitenland van Rhoon. Er is echter wel een verschil tussen de gebieden (tabel 11).

Tabel 11 Gemiddelde score aantrekkelijkheid per gebied.

Aantrekkelijk	Gemiddeld
Alleen onderzoeksgebied	7,00
Alleen natuur- en recreatiegebied	7,36
Beide gebieden	7,71
Totaal	7,48

Inwoners die alleen het onderzoeksgebied hebben bezocht, geven significant⁸ een lagere score voor de aantrekkelijkheid dan de inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht of beide gebieden. Wanneer we naar de afzonderlijke aspecten van aantrekkelijkheid kijken, blijkt dat het onderzoeksgebied bijna over de hele linie lager scoort dan de andere gebieden, behalve voor de onderdelen onderhoud en uniekheid. Maar ook hier zien we de afwisseling terug, want de gemiddelde

⁸ $P < 0,01$

score van inwoners die beide gebieden hebben bezocht, ligt bijna overal (op onderhoud na) hoger dan de score van inwoners die een van beide gebieden hebben bezocht.

Figuur 8 Gemiddelde tevredenheid over belevingsaspecten per gebied.

Het meest tevreden zijn de bezoekers over de rustgevendheid in de gebieden en relatief het minst tevreden over de unieke planten en dieren. Maar ook over dat aspect is men gemiddeld tevreden. Er zijn geen onderdelen in de beleving waar men niet tevreden over is, maar ook niet waar de bezoekers zeer tevreden over zijn.

4.3 Het gevoel van verbondenheid met het gebied

Een gevoel van verbondenheid met een gebied kan invloed hebben op de beleving van een gebied. Op een schaal van 10 – waarbij een 1 staat voor niet verbonden en een 10 voor zeer sterk verbonden –, scoren de bezoekers een 6,4; ze voelen zich dus matig verbonden met het gebied. Inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht, voelen zich significant⁹ minder verbonden (gemiddeld een 6,08) met het Buitenland van Rhoon dan de inwoners die alleen het onderzoeksgebied hebben bezocht (6,2) of beide gebieden (6,79). Inwoners die beide gebieden bezoeken, voelen zich dus het meest verbonden.

⁹ $P < 0,01$

De bezoekers zijn het meest eens met het feit dat het gebied belangrijk is voor de natuur, maar ook dat het gebied een identiteit heeft als agrarisch gebied. Dat geeft blijkbaar een gevoel van vertrouwdheid en **ook** een zekere mate van trots. De bewoners kennen weinig verhalen en gebeurtenissen over het gebied en ze identificeren zich niet sterk met het gebied, zijn het niet eens met het feit dat het gebied hun favoriete plek is en ze zijn weinig betrokken. Toch wil 11% van de bezoekers betrokken blijven bij de verdere ontwikkeling van het Buitenland van Rhoon en heeft een e-mailadres achtergelaten.

Wel zien we dat inwoners die beide gebieden bezoeken over de hele linie het meer eens zijn met de aspecten van verbondenheid dan inwoners die alleen een van beide gebieden bezoeken.

Figuur 9 Gemiddelde steun voor aspecten van verbondenheid per gebied.

Opvallend is dat inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken zich gemiddeld niet erg betrokken voelen bij het gebied, maar wel significant¹⁰ meer dan inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken. Dit geldt ook voor de verhalen en gebeurtenissen die men kent. Bij de andere aspecten van verbondenheid scoren de inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken significant¹¹ hoger dan de inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken; zelfs voor het aspect dat het gebied een duidelijk eigen identiteit heeft als agrarisch gebied.

4.4 Emotie

Voor de emotie gebruiken we een lijst, bestaande uit diverse onderdelen die een positief dan wel negatief gevoel meten dat iemand heeft bij een bezoek aan het Buitenland van Rhoon. Uit figuur 10 blijkt dat weinig bezoekers een negatief gevoel overhouden aan een bezoek aan het Buitenland van Rhoon. Aspecten als kaal, saai, gevaarlijk en smerig worden nauwelijks genoemd. De meerderheid van de bezoekers geeft aan een gevoel van frisse lucht/uitwaaien te ervaren en ze voelen zich ontspannen. Een kwart voelt zich actief en een aantal ervaart de vrijheid (18%) en geniet intens (15%) van het bezoek. Circa 13% ziet zich geconfronteerd met de elementen van wind en zon en bij 9% geeft het bezoek een geluksgevoel. Van de bezoekers zegt 8% nieuwsgierig te zijn naar het

¹⁰ $P < 0,01$

¹¹ $P < 0,01$

agrarisch leven en wat er geproduceerd wordt. Maar bijna niemand vindt het Buitenland van Rhoo spannend en avontuurlijk.

Figuur 10 Verdeling (%) emotieaspect.

4.5 Betekenisgeving

In de literatuur (Grauman, 2002) worden twaalf verschillende basisvormen van betekenisgeving onderscheiden; twaalf verschillende manieren waarop we als mens – en dus ook als merk – van betekenis kunnen zijn. Deze vormen in de 'Betekeniseconomie' twaalf actuele basisstrategieën voor het bouwen van sterke, betekenisvolle merken. Deze twaalf betekenissen zijn: functioneel, visueel, emotioneel, intellectueel, individueel, relationeel, financieel, experimenteel, principieel, corporeel, spiritueel en reëel.

De bezoekers aan het Buitenland van Rhoo dichten geen extreme betekenissen aan het gebied toe, maar zijn het wel met de meeste betekenissen eens, behalve de emotionele en spirituele betekenisgeving (figuur 11). De belangrijkste betekenis is de intellectuele betekenis van het gebied. Bij intellectuele betekenisgeving worden bezoekers iets relevants en nieuws geleerd. Er wordt betekenis gegeven door bezoekers slimmer en wijzer te maken, bijvoorbeeld over de kansen die de combinatie landbouw en natuur geeft. Als bezoekers eenmaal iets relevants hebben geleerd, zal de verworven kennis hen wellicht veranderen in hun oordeel over het gebied. Educatie is daarmee betekenisvol voor een bepaalde groep bezoekers, zoals de bezoekers met het motief interesse. Educatie kan ook in de vorm van entertainment gegeven worden en dan meer gericht op bezoekers met het motief gezelligheid. Kennis verwerven wordt daarmee een vorm van – intellectueel – vermaak. Het wordt laagdrempelig. Bedrijven kunnen educatie actief als vorm van betekenismarketing hanteren, bijvoorbeeld door het aanbieden van uiteenlopende cursussen en workshops. Er is wel een significant verschil tussen de bezoekers. Bezoekers die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken, hechten meer waarde aan de intellectuele betekenis dan bezoekers die alleen het onderzoeksgebied bezoeken.

Dit geldt ook voor de betekenis van het gebied als verbinding tussen landbouw, natuur en recreatie. Deze relationele betekenis is belangrijk bij het verbinden van bezoekers. Bedrijven kunnen hier een rol in spelen en een relationele betekenisstrategie hanteren door bezoekers met interesse voor landbouw, natuur en recreatie te verbinden.

Ook de betekenis dat het gebied zich leent voor landbouw waarbij meer rekening wordt gehouden met de natuur levert een significant verschil op. Met deze meer experimentele betekenis zijn inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken het meer eens dan inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken. Bedrijven kunnen betekenis geven door mensen op ideeën te brengen en/of verbeeldingskracht te faciliteren door te laten zien hoe natuurgerichte landbouw eruit ziet. Deze uitstraling/inrichting van natuurgerichte landbouw heeft ook een visuele betekenis. De bezoekers

vinden nu al dat het gebied redelijk mooi is vormgegeven en geschikt voor recreatie. Deze functionele betekenis scoort ook redelijk hoog. Daarmee scoort het gebied ook op de corporele betekenis, namelijk dat het gebied een infrastructuur heeft of kan ontwikkelen die mensen in staat stelt hun lichaam beter te verzorgen. Het bewerkstelligen of behouden van een gezond lichaam wordt door de inwoners als betekenisvol ervaren, evenals de individuele betekenis dat het gebied de vrijheid geeft om te doen wat ze willen.

Figuur 11 Gemiddelde steun voor betekenissen van het gebied * $p < 0,01$; ** $p < 0,05$.

Inwoners zien ook de financiële betekenis van het gebied doordat er landbouwproducten worden geproduceerd die op lokale markten te koop zijn. Inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken zijn het met deze betekenis significant meer eens dan inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken. Inwoners zijn het ook eens met de principiële betekenis dat het gebied bedrijven bevat die bijdragen aan een betere leefomgeving. Inwoners die beide gebieden bezoeken, zijn het daar significant meer mee eens.

De afhankelijkheid van het gebied van de kracht van de elementen (wind, zon) is een vorm van reële betekenis waar gemiddeld de inwoners het ook mee eens zijn. De inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken, zijn het met deze betekenis een beetje meer significant eens dan inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken.

5 De Recreatieschouw

5.1 Werkwijze Recreatieschouw

De Recreatieschouw is een methode om gebieden te beoordelen op hun geschiktheid voor recreanten die met een bepaald recreatiemotief willen gaan recreëren (Goossen en De Boer, 2008). De schouw vindt plaats door het inventariseren van de aan- of afwezigheid van 190 indicatoren, onderverdeeld naar bekendheid, bereikbaarheid en bruikbaarheid (gebruikswaarde en belevingswaarde).

Bekendheid

Bekendheid is de mate waarin het gebied en de recreatieve mogelijkheden bekend worden gemaakt bij het publiek.

Bereikbaarheid

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

Bruikbaarheid

Bruikbaarheid is 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 en belevingswaarde. Bij *gebruikswaarde* gaat het om recreatieve voorzieningen zoals paden, banken, (bewegwijzerde) routes, picknick- en barbecuemogelijkheden. *Belevingswaarde* gaat over hoe de bezoeker het gebied beleeft en hoe de natuurlijke omgeving eruit moet zien, bijv. de mate van aan- of afwezigheid van stilte, reliëf, afwisseling in het terrein, variatie in beplanting etc. Er zijn indicatoren van gebruiks- en belevingswaarde voor de toegangspoort van het gebied en voor het gebied zelf.

De geschiktheid van een gebied hangt samen met welk motief een recreant gaat recreëren. Daarom wordt in de Recreatieschouw per recreatiemotief het aanbod beoordeeld. Het aantal indicatoren verschilt per motief en niet alle indicatoren worden even zwaar meegewogen in het eindoordeel. De indicatoren die belangrijker 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.

De Recreatieschouw is in het Buitenland van Rhon uitgevoerd in drie deelgebieden die door de onderzoekers zijn bepaald en mede geïnspireerd door de drie voorgestelde locaties van toegangspoorten in het Streefbeeld (zie figuur 12).

1. Zegenpolder met als toegangspoort TOP¹² Rhonse Grienden

Dit deelgebied wordt begrensd door de Zegenpoldersedijk (zuid), Havendam (west), Essendijk (noord) en Schenkeldijk (oost). Het gebied wordt gekarakteriseerd door de Zegenpolder, die gebruikt wordt voor akkerbouw. De polder is niet toegankelijk voor auto's, fietser en wandelaars, maar wel beleefbaar vanaf de Essendijk, de Schenkeldijk en het fietspad over de Zegenpoldersedijk. TOP Rhonse Grienden biedt voldoende parkeergelegenheid voor auto's. Er zijn verschillende wandel- en fietsroutes mogelijk die o.a. rondom de Zegenpolder lopen.

¹² Een TOP staat voor Toeristisch Overstap Punt. Een 'knooppunt' waar diverse (bewegwijzerde) fiets- en wandelroutes samenkomen. Een TOP is goed bereikbaar per auto en beschikt over voldoende parkeergelegenheid. In de nabije omgeving van de TOP is vaak een horecagelegenheid.

2. Portland-Molenpolder (Koedood) met als toegangspoort parkeerplaats Carnisse Grienden

Figuur 12 Begrenzing deelgebieden.

Dit deelgebied wordt begrensd door Portlandse Zeedijk (zuid), Schenkeldijk (west), Essendijk (noord) en Koedood (oost). Het gebied bestaat uit de Portland- en Molenpolder die beide benut worden door akkerbouw. Het gebied is alleen aan de noord- en westzijde toegankelijk voor auto's. De toegangspoort tot het gebied is de parkeerplaats Carnisse Grienden met voldoende parkeerplaatsen voor auto's. Hier starten verschillende wandelroutes, o.a. het Vossenpad die deels over akkerland loopt. Er loopt ook een fietspad door de polder.

3. Buijtenland met als toegangspoort parkeerplaats Poort van het Buijtenland

Het gebied wordt begrensd door de Essendijk (zuid), Omloopseweg en Achterdijk (west), Rhoonse baan (noord) en Achterweg en Poelweg (oost). Het gebied heeft een kleinschalig karakter en bestaat uit kleine polders die voornamelijk voor akkerbouw en fruitteelt gebruikt worden. Er is meer (lint)bebouwing dan in de andere deelgebieden. Het gebied is toegankelijk met de auto vanaf Rhoon en Barendrecht. Er lopen een paar fietspaden door het gebied. Parkeerplaats Poort van het Buijtenland moet de toekomstige toegangspoort tot het gebied worden. Er is een grote parkeerplaats, maar het grootste deel is nu niet toegankelijk door een afzetting met betonblokken. Er loopt een fietspad langs, maar verder zijn er geen voorzieningen en is het ook geen startpunt voor wandel- en fietsroutes. Het oogt desolaat.

5.2 Resultaten Recreatieschouw

5.2.1 Deelgebied 1 – Zegenpolder, toegangspoort TOP Rhoonse Grienden

Deelgebied 1 – Zegenpolder scoort gemiddeld een kleine voldoende (6,2); vooral voor mensen die er even tussenuit willen is het gebied geschikt (7,1). De belevingswaarde van dit deelgebied is – met uitzondering van de mensen met het motief opgaan in de natuur – voldoende, maar de gebruikswaarde scoort voor alle groepen laag. Dit komt o.a. door het ontbreken van aparte wandel-,

mountainbike-, ruiter- en natuurspaden, weinig informatie over het gebied, weinig natuur/biodiversiteit en voorzieningen om de natuur te beleven (bijv. vogelkijkhut) en weinig voorzieningen voor gezelligheidszoekers die een bezoek makkelijk en gezellig maken. De gebruikswaarde van de toegangspoort TOP Rhoonse Grienden scoort voor de meeste motieven ruim voldoende. Voor uitdagingszoekers is de gebruikswaarde minder, maar de belevingswaarde zeer goed.

Tabel 12 *Geschiktheid deelgebied Zegenpolder: totaaloordeel en score per motief.*

Gemiddeld Zegenpolder: 6.2					
	gezelligheid	tussenuit	interesse	opgaan	uitdaging
Bekendheid	6.3	7.5	5.9	5.8	5.6
Bereikbaarheid	5.6	10	5.0	6.7	6.4
Gebruikswaarde toegangspoort	6.8	7.0	6.9	7.1	4.4
Belevingswaarde toegangspoort	8.2	5.7	6.7	4.3	10
Gebruikswaarde deelgebied	4.5	4.1	3.9	2.1	2.8
Belevingswaarde deelgebied	6.6	6.8	6.9	5.2	7.1
Totaal oordeel	6.3	7.1	6.1	5.7	5.8

5.2.2 Deelgebied 2 – Portland-Molenpolder (Koedood), toegangspoort parkeerplaats Carnisse Grienden

Deelgebied 2 – Portland-Molenpolder scoort gemiddeld een onvoldoende (5,6). De mensen die er even tussenuit willen, komen hier het best aan hun trekken (7,3), omdat het gebied voldoende mogelijkheden heeft voor een wandeling of fietstochtje. Het gebied scoort onvoldoende voor de motieven opgaan, uitdaging en interesse. Er is, voor mensen die op willen gaan in de natuur, weinig natuur/biodiversiteit. Voor uitdagingszoekers is het terrein niet uitdagend en er zijn bijv. ook geen routes voor mountainbikers of om paard te rijden. Recreanten met het motief interesse vinden weinig informatie over cultuur, landbouw en natuur, bijv. in de vorm van informatiebordjes. De gebruikswaarde van dit deelgebied en de toegangspoort is voor deze groepen dan ook laag. De belevingswaarde van dit deelgebied en de toegangspoort scoort beter. Ook voor gezelligheidszoekers is het gebied niet optimaal, omdat er weinig voorzieningen zijn zoals informatie, barbecueplekken, horeca bij de toegangspoort.

Tabel 13 *Geschiktheid deelgebied Portland-Molenpolder (Koedood): totaaloordeel en score per motief.*

Gemiddeld Portland: 5.6					
	gezelligheid	tussenuit	interesse	opgaan	uitdaging
Bekendheid	6.3	7.5	5.9	5.8	5.6
Bereikbaarheid	5.6	10	5.0	6.7	6.4
Gebruikswaarde toegangspoort	2.6	7.3	1.3	2.9	5
Belevingswaarde toegangspoort	6.4	7.1	6.7	4.3	6
Gebruikswaarde deelgebied	4.9	4.8	3.6	2.1	3.1
Belevingswaarde deelgebied	7.2	6.4	6.2	4.2	5.3
Totaal oordeel	5.7	7.3	5.1	4.9	5

5.2.3 Deelgebied 3 – Buitenland, toegangspoort parkeerplaats Poort van het Buitenland

Deelgebied 3 – Buitenland scoort gemiddeld een onvoldoende (5,1). Ook dit deelgebied is het geschiktst voor de mensen met het motief er even tussenuit (6,6). De gebruiks- en belevingswaarde van dit deelgebied is voor de mensen met betrekking tot alle motieven onvoldoende, met uitzondering van de mensen met het motief gezelligheid. Voor hen is de belevingswaarde van het deelgebied voldoende. De lage score is te wijten aan weinig natuur/biodiversiteit voor mensen die willen opgaan in de natuur, weinig uitdaging in het terrein voor uitdagingszoekers en er is weinig informatie over het gebied voor mensen met het motief interesse. Ook voor gezelligheidszoekers is het gebied niet ideaal, mede omdat de toegangspoort en het gebied zelf weinig voorzieningen hebben.

Tabel 14 *Geschiktheid deelgebied Buitenland: totaaloordeel en score per motief.*

Gemiddeld deelgebied Buitenland: 5.1					
	gezelligheid	tussenuit	interesse	opgaan	uitdaging
Bekendheid	6.3	7.5	5.9	5.8	5.6
Bereikbaarheid	5.6	10.0	5.0	6.7	6.4
Gebruikswaarde toegangspoort	1.9	3.0	0.6	0.7	1.1
Belevingswaarde toegangspoort	3.6	7.1	5.0	8.6	6.0
Gebruikswaarde deelgebied	4.7	5.2	3.6	1.4	3.1
Belevingswaarde deelgebied	6.9	5.5	4.9	3.5	4.1
Totaal oordeel	4.9	6.6	4.6	5.0	4.3

Voor alle deelgebieden geldt dat de bekendheid redelijk is voor gezelligheidszoekers en mensen die er even tussenuit willen, maar minder goed voor de motieven interesse, opgaan en uitdaging. Dit komt omdat er weinig achtergrondinformatie over het gebied te vinden is wat betreft natuur, cultuur en sport en ook ter plekke die informatie nauwelijks voorhanden is.

De bereikbaarheid van alle deelgebieden voldoet voor mensen die er even tussenuit willen, mensen die willen opgaan in de natuur en uitdagingszoekers, maar voldoet minder voor de mensen met de motieven gezelligheid en interesse. Dit komt omdat er vanaf de snelweg of het centrum geen bewegwijzering is voor de auto of fiets naar het gebied.

5.3 Gemiddelde totale gebied

Gemiddeld scoort het totale onderzoeksgebied Buitenland van Rhon een onvoldoende op basis van de Recreatieschouw, namelijk een 5,4. Alleen voor recreanten met het motief er even tussenuit scoort het totale onderzoeksgebied Buitenland op dit moment een voldoende (6,8). Recreanten met het motief opgaan in de natuur komen het slechtst aan hun trekken, en in iets mindere mate de mensen met de motieven interesse en uitdaging.

De bekendheid (6,2) en bereikbaarheid van het onderzoeksgebied Buitenland (6,7) is gemiddeld voldoende, maar minder goed voor de mensen met de motieven interesse, opgaan en uitdaging. Dit komt omdat er weinig achtergrondinformatie over het gebied te vinden is wat betreft natuur, cultuur en sport en ook ter plekke die informatie nauwelijks voorhanden is. De bereikbaarheid voldoet voor mensen die er even tussenuit willen, mensen die willen opgaan in de natuur en uitdagingszoekers, maar voldoet minder voor de mensen met de motieven gezelligheid en interesse. Dit komt omdat er vanaf de snelweg of het centrum geen bewegwijzering is voor de auto of fiets naar het gebied.

Foto 3 *De gebruikswaarde van de toegangspoorten is onvoldoende; de belevingswaarde is voldoende (bron: T. de Boer).*

De gebruikswaarde van de toegangspoorten is gemiddeld onvoldoende (3,9). Dit komt omdat er behalve bij de toegangspoort Rhoon weinig voorzieningen zijn voor uitdagings- en gezelligheidszoekers. De belevingswaarde van de toegangspoorten is gemiddeld voldoende (6,4).

De gebruikswaarde van het totale gebied is gemiddeld zwaar onder de maat (3,6). Dit geldt voor alle mensen met betrekking tot alle motieven. Dit komt o.a. door het ontbreken van aparte wandel- mountainbike-, ruiter- en natuurspaden, weinig informatie over het gebied, weinig natuur/biodiversiteit en voorzieningen om de natuur te beleven (bijv. vogelkijkhut) en weinig voorzieningen voor gezelligheidszoekers die een bezoek makkelijk en gezellig maken. De belevingswaarde scoort beter, een 5,7, maar voor de mensen met de motieven opgaan in de natuur en uitdaging onvoldoende. De lage score is te wijten aan weinig natuur/biodiversiteit voor mensen die willen opgaan in de natuur en er is weinig uitdaging in het terrein voor uitdagingszoekers.

Tabel 15 *Geschiktheid totale onderzoeksgebied Buitenland: totaaloordeel en score per motief.*

Gemiddeld totaal onderzoeksgebied Buitenland: 5.4						
	gezelligheid	tussenuit	interesse	opgaan	uitdaging	gemiddeld
Bekendheid	6.3	7.5	5.9	5.8	5.6	6.2
Bereikbaarheid	5.6	10	5.0	6.7	6.4	6.7
Gebruikswaarde toegangspoorten	3.8	5.7	2.9	3.6	3.5	3.9
Belevingswaarde toegangspoorten	6.1	6.6	6.1	5.7	7.3	6.4
Gebruikswaarde deelgebieden	4.7	4.7	3.7	1.9	3.0	3.6
Belevingswaarde deelgebieden	6.9	6.2	6.0	4.3	4.9	5.7
Totaal oordeel	5.6	6.8	4.9	4.7	5.1	5.4

6 Oordeel huidige situatie en belang inrichtingsaspecten van het streefbeeld

6.1 Inleiding

Het streefbeeld wordt gerealiseerd door de Gebiedscoöperatie Buitenland van Rhoon, waarin natuurliefhebbers, boeren en recreatieondernemers op een gelijkwaardige manier samenwerken. De inspanningen van de Gebiedscoöperatie zijn erop gericht de doelen uit het streefbeeld binnen tien jaar te realiseren. Het streefbeeld noemt veel (inrichtings)maatregelen. Gezien de zoektocht naar synergie tussen soms conflicterende doelstellingen van recreatie, natuur en landbouw, is de inrichting als het beheer van het Buitenland van Rhoon een dynamisch leerproces. In dit leerproces zal veel ruimte moeten worden gecreëerd voor experimenteren en monitoren van de resultaten, terwijl tegelijkertijd zo concreet mogelijk geformuleerde doelen voor het gebied goed in het oog moeten worden gehouden. Dit betekent ook dat er informatie moet zijn wat het oordeel over recreatie betreft van de bezoekers in de huidige situatie, zodat bekend is wat behouden moet blijven en wat moet worden aangepast. Dit hoofdstuk beschrijft dan ook de meningen van bezoekers zoals die via het thuisonderzoek verzameld zijn.

6.2 Totaaloordeel huidige situatie

Slechts 3% van de bezoekers geeft een onvoldoende aan het Buitenland van Rhoon. Het totaaloordeel over recreatie is gemiddeld een 7,3. Dit is hoger dan de gemiddelde score van 5,4 op basis van de Recreatieschouw. Dit komt omdat de hogere score is gebaseerd op alleen de bezoekers, die meestal een voldoende geven. Het oordeel van de niet-bezoekers zit hier dus niet in en dit komt meer tot uiting in de Recreatieschouw, waarbij uitsluitend het onderzoeksgebied is beoordeeld en niet de natuur- en recreatiegebieden. Omdat een meerderheid van de inwoners niet in dit gebied recreëert, is dit van belang. Ook omdat het streefbeeld streeft naar een substantiële toename van het bezoek. Er is echter wel een significant verschil tussen de verschillende gebieden. Inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken, geven een lager oordeel over recreatie dan inwoners die alleen natuur- en recreatiegebieden bezoeken of beide gebieden bezoeken.

Tabel 16 Gemiddeld oordeel over recreatie van de respondenten per gebied.

Gebied	Rapportcijfer
Alleen onderzoeksgebied	7,10
Alleen natuur- en recreatiegebied	7,18
Beide gebieden	7,54
Totaal	7,33

Het totaaloordeel bestaat uit het subtotaaloordeel over de belevingswaarde, de gebruikswaarde, de educatieve waarde en de verbondenheid. Via een 'lineaire stapsgewijze regressieanalyse' blijkt dat van deze vier subtotaaloordelen de gebruikswaarde, de belevingswaarde en de educatieve waarde voor 82% het totaaloordeel verklaren. De verbondenheid blijkt niet (extra) bij te dragen aan het totaaloordeel.

Gebruikswaarde

Via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse blijken vier variabelen de gebruikswaarde voor 35% te kunnen verklaren. Dit is met name het aantal gemarkeerde wandelroutes, maar ook het aantal gemarkeerde fietsroutes, het aantal ligweiden en de bereikbaarheid vanuit huis.

Belevingswaarde

Via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse blijken zes variabelen de belevingswaarde voor 47% te kunnen verklaren. De variabele 'uniekheid van het gebied' verklaart het meest, gevolgd door 'schoonheid van het gebied', 'de verschillende planten en dieren', 'rustgevendheid', 'onderhoud' en 'de landschappelijke afwisseling van het gebied'. Om de belevingswaarde te verhogen, zal dus vooral op deze variabelen moeten worden ingezet.

Educatieve waarde

Er zijn vier variabelen die via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse voor 35% de educatieve waarde kunnen verklaren. Vooral de mogelijkheid om iets over het agrarisch leven te leren, draagt daar sterk aan bij, maar ook de mogelijkheid om iets over de natuur te leren, de mogelijkheden om in contact te komen met de natuur en het aantal excursies dragen daaraan bij.

6.3 Inrichtingsaspecten van het streefbeeld

In het streefbeeld worden diverse inrichtingsaspecten voorgesteld. Het is dan van belang om te weten hoe de bezoekers daarover denken. Sluit dit aan bij hun wensen of niet. En hoe waarderen ze de huidige situatie van deze inrichtingsaspecten. Het belang is gevraagd door middel van een likertschaal, waarbij een 1 staat voor zeer onbelangrijk en een 5 voor zeer belangrijk.

Alle aspecten wordt gemiddeld wel belangrijk gevonden. Soms is het belang meer richting neutraal en soms meer naar zeer belangrijk. Geen enkel aspect wordt gemiddeld (zeer) onbelangrijk genoemd (tabel 17).

Tabel 17 Belang (5-punt schaal) van inrichtingsaspecten per deelgebied.

Aspect	Alleen natuur- en recreatiegebied	Alleen onderzoeksgebied	Beide gebieden	Totaal
Gedragingen van mederecreanten	4,21	4,17	4,19	4,20
Bescherming van de natuur*	4,19	3,80	4,28	4,20
Rust en ruimte*	4,19	3,76	4,24	4,18
Goed onderhouden fiets- en wandelpaden*	4,18	3,79	4,25	4,18
Veiligheid op de wegen	4,12	4,01	4,18	4,14
Bloemrijke bermen	4,02	3,98	4,11	4,06
Vogels en reeën op de akkers en weilanden	3,96	3,95	4,08	4,01
Velden met bloeiend gewas**	3,92	3,52	3,93	3,90
Bos	3,91	3,63	3,89	3,88
Regelgeving	3,83	3,70	3,92	3,86
Bloemrijke hooilandjes	3,86	3,67	3,89	3,86
Landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert**	3,78	3,71	3,96	3,85
Cultuurhistorische elementen zoals molens en boerderijen	3,65	3,51	3,72	3,67
Rondtrekkende schaapskudde	3,71	3,61	3,53	3,62
Heggen en hagen	3,59	3,39	3,60	3,58
Hoogstamboomgaarden	3,53	3,53	3,62	3,57
Drassige gebieden	3,54	3,12	3,49	3,49
Voorzieningen voor kinderen	3,36	3,54	3,55	3,45
Plekken om bloemen en fruit te plukken	3,41	3,27	3,40	3,40
Bezoekerscentrum	3,36	3,05	3,36	3,34
Herkenbare Napoleonroute**	3,24	3,27	3,46	3,33
Duidelijke entree met toegangspoorten	3,25	3,50	3,29	3,28
Horeca	3,28	2,90	3,17	3,21

*p < 0,01; **p < 0,05

Gemiddeld wordt door de bezoekers het meeste belang gehecht aan gedragingen van mederecreanten. Blijkbaar zijn er ergernissen tussen de diverse gebruikersgroepen. Dit is echter niet direct door een bepaalde inrichting op te lossen, tenzij gebruikersgroepen van dezelfde voorziening gebruik moeten maken, zoals racefietsers en wandelaars, die gebruik moeten maken van een weg. Gescheiden voorzieningen voor diverse gebruikersgroepen is dan de beste oplossing. Ook kan gedacht worden aan regelgeving. Dit aspect wordt ook belangrijk gevonden. Een ander aspect waar de bezoekers veel waarde aan hechten, is de bescherming van de natuur en de rust en de ruimte in het gebied. Het belang wordt door de bezoekers significant anders gevonden tussen de diverse deelgebieden op een aantal aspecten. Inwoners die beide gebieden bezoeken hechten meer belang aan de bescherming van de natuur, rust en ruimte, goed onderhouden fiets- en wandelpaden, landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert en een herkenbare Napoleonroute. Inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken, hechten significant minder belang aan velden met bloeiend gewas. Gemiddeld wordt het minst belang gehecht aan duidelijke entrees met toegangspoorten en horeca. In het streefbeeld zijn drie toegangspoorten opgenomen. Het is de vraag of hier veel actie op moet worden gezet gezien dit beperkte belang.

Er is van dezelfde aspecten ook het oordeel gevraagd over de huidige situatie door een rapportcijfer te vragen. Een aantal aspecten is echter in de huidige situatie nog niet aanwezig. Zo is de Napoleonroute nog een voorstel en nog niet geïmplementeerd. Ook zijn er nog geen duidelijke toegangspoorten gemaakt of een bezoekerscentrum. Het ontwikkelen van hoogstamboomgaarden zit ook nog in de ideefase en voorzieningen voor kinderen zijn er ook nog niet. Ook de mogelijkheid van een rondtrekkende schaapskudde zit nog in de onderzoeksfase.

Het gemiddelde oordeel van alle aspecten is voldoende. Er zijn geen aspecten die een onvoldoende scoren. Er zijn echter ook geen uitschieters naar boven. Het gemiddelde oordeel over de rust en ruimte scoort het hoogst. Dit is een belangrijke uitkomst, want de bezoekers hechten hier ook veel waarde aan. Hetzelfde geldt voor de aspecten goed onderhouden fiets- en wandelpaden en bescherming van de natuur (tabel 18). Wel is het gemiddelde oordeel over het onderhoud van fiets- en wandelpaden significant lager van inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken. Dit geldt ook voor het oordeel over heggen en hagen.

Tabel 18 Oordeel (gemiddeld) van inrichtingsaspecten per deelgebied.

Aspect	Alleen natuur- en recreatiegebied	Alleen onderzoeksgebied	Beide gebieden	Totaal
Rust en ruimte	7,57	7,21	7,58	7,55
Goed onderhouden fiets- en wandelpaden*	7,27	6,51	7,55	7,35
Bescherming van de natuur	7,23	7,43	7,41	7,32
Veiligheid op de wegen	7,08	6,93	7,27	7,15
Landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert	6,88	6,96	7,29	7,07
Bloemrijke bermen	6,76	6,83	7,07	6,91
Velden met bloeiend gewas	6,80	6,36	6,96	6,85
Regelgeving	6,85	6,48	6,85	6,82
Bloemrijke hooilandjes	6,75	6,59	6,93	6,82
Heggen en hagen**	6,82	5,98	6,96	6,82
Vogels en reeën op de akkers en weilanden	6,78	6,31	6,75	6,74
Gedragingen van mederecreanten**	6,48	7,07	6,93	6,72
Bos	6,60	6,97	6,66	6,65
Cultuurhistorische elementen zoals molens en boerderijen	6,59	6,79	6,69	6,65
Drassige gebieden	6,53	6,47	6,58	6,55
Plekken om bloemen en fruit te plukken	6,37	6,57	6,70	6,53
Horeca	6,14	5,51	6,20	6,12

*p < 0,01; **p < 0,05

De gedragingen van mederecreanten scoort gemiddeld een voldoende, maar voor 20% scoort dit een onvoldoende. Dit aspect wordt het belangrijkste gevonden. Er is ook een significant verschil te zien. De

gemiddelde score van inwoners die alleen het natuur- en recreatiegebied bezoeken, ligt lager dan elders. Blijkbaar vinden er daar gedragingen plaats die ergernissen opwekken en niet of minder optreden in het onderzoeksgebied, want het oordeel over de gedragingen is daar gemiddeld hoger. Het minst tevreden is men over de aantallen horecabedrijven.

De meeste inrichtingsaspecten zijn gericht op het onderzoeksgebied. Het blijkt dat het oordeel van inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken gemiddeld hoger ligt voor aspecten die met natuur, landbouw en cultuurhistorie te maken hebben. Zo scoren de aspecten bescherming van de natuur, bloemrijke bermen, bos, plekken om bloemen en fruit te plukken, landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert en cultuurhistorische elementen zoals molens en boerderijen gemiddeld hoger bij inwoners die alleen het onderzoeksgebied bezoeken dan inwoners die alleen het natuur- en recreatiegebied bezoeken. Aspecten die met recreatie te maken hebben scoren daarentegen lager, zoals het eerdergenoemde onderhoud van paden, veiligheid op wegen en horeca.

6.4 Inrichtingsaspecten die ertoe doen

Wanneer de variabelen die een onderdeel zijn van de gebruikswaarde, belevingswaarde en educatieve waarde worden gecombineerd met het oordeel over de inrichtingsaspecten, dan blijkt dat via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse het totaaloordeel voor 62% wordt verklaard door elf variabelen. Blijkbaar zijn dit de variabelen die ertoe doen. De belangrijkste variabele is de aanwezigheid van velden met bloeiend gewas, gevolgd door de uniekheid van het gebied, het aantal gemarkeerde fietsroutes, aanwezigheid van heggen en hagen, het onderhoud van het gebied, de mogelijkheid om iets van het agrarisch leven te leren, bloemrijke hooilandjes, de schoonheid van het gebied, de bereikbaarheid, plekken om bloemen en fruit te plukken en de bescherming van de natuur. Dit zijn dus variabelen die goed passen in het concept van natuurlandbouw zoals in het streefbeeld is verwoord.

6.5 Bezoeker en niet-bezoeker

Omdat een redelijk groot deel van alle respondenten het gebied (nog) niet bezoekt, kan het zijn dat de inwoners die het gebied wel bezoeken, een aparte groep zijn. Om daar meer zicht op te krijgen, wordt daar in deze paragraaf verder op ingegaan.

Omdat het motief een belangrijke reden is om ergens te gaan recreëren, is er geanalyseerd of er een verschil is tussen de bezoekers en de niet-bezoekers (tabel 19).

Tabel 19 Verdeling (%) recreatiemotieven en persoonlijke kenmerken (N) per bezoekcategorie.

Recreatiemotief	Bezoeker	Niet-bezoeker
Gezelligheid*	27	36
Er even tussenuit	30	28
Interesse	15	14
Volledig opgaan in andere wereld*	14	11
Fysieke uitdaging*	13	9
Gemiddelde leeftijd*	52	47
Geslacht*	Man	Vrouw
Opleiding*	Lager	Hoger
Auto*	Ja	Nee

*p < 0,01

Het motief 'er even tussenuit' is bij de bezoeker het belangrijkste. Opvallend is dat recreanten die met het motief 'gezelligheid' gaan recreëren, significant minder het Buitenland van Rhon bezoeken. Blijkbaar is dit gebied voor hen niet 'gezellig' genoeg. Dit is een belangrijke constatering, want dit

motief is wel het populairst bij de niet-bezoeker. Indien het gebied meer aansluit bij de wensen van de 'gezelligheidsgroep', is wellicht een hoger bezoekersaantal mogelijk.

Er is geen verschil in bezoek tussen recreanten die met de motieven 'er even tussenuit' en 'interesse' gaan recreëren. Er is wel een significant verschil met de motieven 'volledig opgaan in andere wereld' en 'fysiek uitdaging'. Recreanten met deze motieven gaan eerder naar het Buijtenland van Rhoon. Wat daarnaast opvalt, is dat de gemiddelde leeftijd hoger is bij de bezoeker dan de niet-bezoekers, mannen meer dan vrouwen het gebied bezoeken en de opleiding (gemiddeld havo-/vwo-niveau) iets lager is bij de bezoeker. De niet-bezoeker heeft daarentegen minder de beschikking over een auto. De bereikbaarheid van het gebied kan voor hen een issue zijn.

Foto 4 *Velden met bloeiend gewas is de belangrijkste variabele bij het totaaloordeel (bron: T. de Boer).*

7 Conclusies en adviezen over recreatie

7.1 Inleiding

Op basis van de resultaten uit het onlineonderzoek, de Recreatieschouw en de inventarisatie van recreatieve voorzieningen worden in dit hoofdstuk de conclusies en de daaraan gelinkte adviezen beschreven. Daarbij worden de voorgestelde inrichtingsaspecten uit het streefbeeld betrokken en wordt er gekoppeld aan doelgroepen met een bepaald recreatiemotief.

7.2 Conclusies

71% van de inwoners uit de Rotterdamse regio kent de naam Buitenland van Rhoon niet en weet niet waar het ligt. De bekendheid is hoger bij de direct aangrenzende gemeenten.

22% van de inwoners beschikt niet over een auto.

De meerderheid van de inwoners (58%) heeft nog nooit gerecreëerd in het Buitenland van Rhoon en 42% wel eens. Inwoners nabij het gebied recreëren er wel.

Er is een schatting van 130.000 unieke bezoekers aan het Buitenland van Rhoon per jaar, waarbij ook de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden worden bezocht.

Een gevoel van verbondenheid scoort een 6,4, het educatieve aanbod krijgt van de bezoekers een 6,9, de recreatieve gebruikswaarde een 7,3 en de belevingswaarde een 7,5. De gebruikswaarde, de belevingswaarde en de educatieve waarde verklaren voor 82% het totaaloordeel.

Het totaaloordeel over recreatie van de bezoekers is gemiddeld een 7,3. Gemiddeld scoort het Buitenland van Rhoon een 5,4 op basis van de Recreatieschouw. Alleen voor recreanten met het motief 'er even tussenuit' scoort het een voldoende (6.8). De gebruikswaarde van het totale gebied is gemiddeld zwaar onder de maat (3.6).

De meerderheid van de inwoners bezoekt het gebied per fiets (55%). 31% komt met de auto, wandelend komt 7% naar het gebied en 3% neemt het openbaar vervoer. Fietsen (62%) en wandelen (60%) zijn de populairste recreatieactiviteiten in het Buitenland van Rhoon.

Gemiddeld wordt er € 10,93 per persoon besteed aan recreatie in het Buitenland van Rhoon.

De meerderheid van de bezoekers geeft aan een gevoel van frisse lucht/uitwaaien te ervaren en ze voelen zich ontspannen.

Het Buitenland van Rhoon heeft voor de bezoekers vooral een intellectuele betekenis waarbij iets relevants wordt geleerd en een relationele betekenis als verbinding tussen landbouw, natuur en recreatie.

Elk inrichtingsaspect uit het streefbeeld wordt gemiddeld (zeer) belangrijk gevonden. Bezoekers hechten veel waarde aan de bescherming van de natuur, de rust en de ruimte in het gebied en goed onderhouden fiets- en wandelpaden. Het gemiddelde oordeel van alle aspecten is voldoende.

De belangrijkste inrichtingsaspecten zijn de aanwezigheid van velden met bloeiend gewas, de uniekheid van het gebied, het aantal gemarkeerde fietsroutes, aanwezigheid van heggen en hagen, het onderhoud van het gebied, de mogelijkheid om iets van het agrarisch leven te leren, bloemrijke hooilandjes, de schoonheid van het gebied, de bereikbaarheid, plekken om bloemen en fruit te plukken en de bescherming van de natuur. Deze aspecten verklaren voor 62% het totaaloordeel.

7.3 Adviezen over recreatief gebruik

De naamsbekendheid kan worden verbeterd door regelmatig artikelen over het Buitenland van Rhon in plaatselijke kranten te schrijven, actief te zijn op social media en een eenduidig beeldmerk te hanteren. Ook kan een bewegwijzering naar het gebied vanuit het centrum van de stad worden ontwikkeld.

De bereikbaarheid via het openbaar vervoer van het Buitenland van Rhon voor deze groep moet nader bestudeerd worden, want er is alleen een openbaar vervoerhalte nabij de jachthaven, maar niet in het gebied zelf.

Het streefbeeld gaat uit van een substantiële toename van het aantal bezoekers, met een voorlopig streefgetal van 600.000 unieke bezoekers per jaar. Met een totaalaantal inwoners van bijna 900.000 mensen in de regio, is dit erg ambitieus en wellicht niet realistisch. Dat zou betekenen dat bijna iedereen in de regio het Buitenland van Rhon bezoekt. Wil men deze substantiële toename van het aantal bezoekers, dan zal het gebied anders moeten worden ingericht om de inwoners met het motief 'gezelligheid' (dat het belangrijkste motief is in de regio) te trekken. Gezien de sfeer van het streefbeeld is het realistischer om de toename van het aantal unieke bezoekers aan te passen tot bijvoorbeeld een verdubbeling van het huidige aantal. Dat is wel afhankelijk van voor welke doelgroep gekozen wordt. In de volgende paragraaf wordt hier nader op ingegaan waarbij vooral naar de gebruikswaarde wordt gekeken, omdat die in de Recreatieschouw laag scoort.

7.4 Adviezen over de inrichtingsaspecten per motief

Recreanten die met het motief 'gezelligheid' recreëren, bezoeken significant minder het Buitenland van Rhon bezoeken. Blijkbaar is dit gebied voor hen niet 'gezellig' genoeg.

Gezelligheid

Om de gezelligheidszoeker te kunnen bereiken, is gekeken naar wat de wensen zijn van de huidige bezoeker met het motief 'gezelligheid'. Dan blijkt dat er niet veel significant andere wensen zijn, maar wel dat ze minder belang hechten aan een aantal inrichtingsaspecten. Wel van waarde zijn de veiligheid en de aanwezigheid van het aantal parkeerplaatsen. Hoe meer de bezoekers met het motief 'gezelligheid' zijn gaan recreëren, hoe meer ze het gebied onveilig vinden en minder tevreden zijn over het aantal parkeerplaatsen. Dit blijkt ook uit de Recreatieschouw, waar alleen het aantal parkeerplaatsen bij de toegangspoort Poort van het Buitenland voldoende is. Aan deze twee aspecten kan dus gewerkt worden indien het recreatiebeleid gericht is om meer bezoekers met dit motief te trekken. Daarentegen zijn ze wel meer tevreden over het aantal paden. Hoe meer de bezoekers met het motief 'gezelligheid' zijn gaan recreëren, hoe minder ze belang hechten aan rust en ruimte, drassige gebieden, vogels en reeën op de akkers en weilanden, bloemrijke bermen en hooilandjes, hoogstamboomgaarden, cultuurhistorische elementen zoals molens en boerderijen en velden met bloeiend gewas zoals veldboon, blauwmaanzaad, luzerne en winterkoolzaad. Ook hechten ze minder aan de bescherming van de natuur. Dit zijn vaak aspecten die er wel toe doen, blijkt uit paragraaf 6.4. Wat ze wel doen, is meer bezoek aan café en restaurant brengen, maar dit vertaalt zich niet in significant hogere uitgaven. Blijkbaar is een kopje koffie al genoeg.

Het vraagt een grote inspanning om mensen die meer met dit motief recreëren te overtuigen om naar het Buitenland van Rhon te gaan, want de recreanten die er geen bezoek brengen, geven meer aan liever op het balkon of in hun eigen tuin te zitten en geen behoefte te hebben aan een bezoek aan het Buitenland van Rhon. Wellicht komt dit omdat het Buitenland van Rhon minder emoties oproept bij deze recreanten. Ook zijn ze het meer oneens met de stellingen dat het gebied zich leent voor

landbouw waarbij meer rekening wordt gehouden met de natuur of dat het gebied bedrijven bevat die bijdragen aan een betere leefomgeving of bijdraagt aan hun persoonlijke gezondheid. Aspecten die wel bij dit motief horen, zoals behoefte aan horeca, voorzieningen voor kinderen, gemarkeerde routes, evenementen en duidelijke entree met toegangspoorten, scoren bij recreanten die met dit motief gaan recreëren niet anders dan recreanten die met andere motieven gaan recreëren. Het is ook niet dat deze groep recreanten meer problemen heeft met de bekendheid of met de bereikbaarheid van het gebied. Ook al kan de bewegwijzering naar het gebied vanuit het centrum van de stad en vanaf de snelweg beter.

Het streefbeeld bevat te weinig elementen om recreanten die met dit motief gaan recreëren te trekken; het gebied roept te weinig emotie op. Dat kwam ook al bij de Recreatieschouw naar voren. Het gebied scoort voor recreanten met dit motief een onvoldoende; met name in de gebruikswaarde. Uit de Recreatieschouw blijkt dat meer paden, meer bankjes bij elkaar, meer barbecueplekken, meer opvallende plekken waar je een foto van wilt maken, meer speelplekken voor kinderen, meer ontmoetingsplekken gekoppeld aan belevingselementen als meer afwisseling in begroeiing, meanderende slootjes met hoge waterkwaliteit en een verzorgde natuur wellicht een groter bezoek zouden kunnen genereren van recreanten met dit motief. Deze verzorgde natuur komt overeen met het natuurbeeld dat deze recreanten hebben. Hoe meer de bezoekers met het motief 'gezelligheid' in het gebied zijn gaan recreëren, hoe significant minder ze 'wildernis' als natuurbeeld hebben. Ook al geven de huidige bezoekers met dit motief het belang van deze inrichtingsaspecten niet significant meer aan, het zou de thuisblijvers misschien kunnen overhalen.

Er even tussenuit

Dit is bij de niet-bezoekers het op één na belangrijkste motief. Deze niet-bezoekers die meer met het motief 'er even tussenuit' gaan recreëren, kennen het gebied wel, want ze geven aan het gebied te kennen van vorige bezoeken. Ze zijn meer van mening dat het gebied stinkt en ze geven meer aan er niet te kunnen komen door fysieke beperkingen. Het idee van stank moet dus vermeden worden door ofwel de 'stankbronnen' aan te pakken of door betere informatie over de luchtkwaliteit te geven.

De bezoekers die meer met het motief 'er even tussenuit' zijn gaan recreëren, hechten meer belang aan rust en ruimte, bloemrijke bermen en hooilandjes en bescherming van de natuur. Ze hechten minder belang aan een herkenbare Napoleonroute. Bezoekers die meer met dit motief zijn gaan recreëren, oordelen ook positiever over de aanwezigheid van bloemrijke hooilandjes en vogels en reëen op de akkers en weilanden. Deze aspecten zouden meer benadrukt kunnen worden, want de niet-bezoekers die meer met dit motief recreëren, hebben relatief meer een esthetische en inclusief natuurbeeld waar dit in past.

De bekendheid en bereikbaarheid voldoen voor mensen die 'er even tussenuit' willen. Er liggen kansen voor het aantrekken van de niet-bezoekers met dit motief. Dan moet wel de gebruikswaarde van met name de toegangspoort Poort van het Buitenland worden verbeterd en het gebied daaromheen.

Onder andere door paden te laten vertrekken vanaf de parkeerplaats waarbij je minstens 1 uur kunt wandelen, een fietsenstalling aan te leggen en wegwerpzakjes en afvalbakken voor hondenpoep aan te bieden. In het gebied zouden aparte paden voor diverse recreatieactiviteiten kunnen worden aangelegd, zodat er minder onderlinge hinder is en meer mogelijkheden voor honden creëren. De beleving zou kunnen worden verhoogd door meer afwisseling in open ruimte en begroeiing, een plas of vennetje en meanderende slootjes met hoge waterkwaliteit aan te leggen, het onderhoud van natuur niet te netjes te doen, natuurlijke materialen gebruiken en een afvalbrigade inzetten om het zwerfvuil op te ruimen. Tevens moet geprobeerd worden prikkeldraad en allerlei verbodsborden, afzettingen, hekken te vermijden en het gebied te laten ogen als een wereld van bos of natuur.

Interesse

Het derde belangrijkste motief is 'interesse'. Deze wat oudere, hoger opgeleide recreanten met dit motief oriënteren zich door informatie over het Buitenland van Rhoon te halen uit brochures, advertenties en informatie van accommodatieverstrekkers. De bezoekers die meer met het motief 'interesse' zijn gaan recreëren, zijn ontevredener over de schoonheid van het gebied, maar wel tevredener over het aantal (picknick)banken en de mogelijkheden om iets over de cultuur en het agrarisch leven te leren. Ze gebruiken ook meer kaarten op hun smartphone/tablets en kopen relatief vaker lokale producten. Het gebied roept bij deze bezoekers meer emoties op. De bezoekers die meer met het motief 'interesse' zijn gaan recreëren, hechten echter minder belang aan bos en bloemrijke hooilandjes, maar meer aan cultuurhistorische elementen, zoals molens en boerderijen. Het in het

streefbeeld aangekondigde onderzoek naar restauratie van de molens zal bij deze doelgroep in de smaak vallen.

Om de niet-bezoeker met een hang naar dit motief te verleiden tot een bezoek, zal er meer moeten worden geïnvesteerd in de gebruikswaarde. Met name informatie over wat er aan bezienswaardigheden, natuur, verhalen (uit het verleden) is en te doen valt (rondleidingen, excursies), moet zichtbaarder worden. Dit kan door informatiepanelen, folders en door gebruik te maken van nieuwe en social media en via horecaondernemers. Deze voorzieningen kunnen overal in het gebied worden geplaatst, maar zeker ook bij de toegangspoorten. In het gebied zouden aparte paden voor diverse recreatieactiviteiten kunnen worden aangelegd (zowel recht als slingerend), evenals vogelkijkhutten. De beleving zou kunnen worden verhoogd door meer biodiversiteit, meer afwisseling in open ruimte en begroeiing, een plas of vennetje en meanderende slootjes met hoge waterkwaliteit aan te leggen, het onderhoud van natuur niet te netjes te doen en natuurlijke materialen gebruiken.

De bereikbaarheid kan worden verbeterd door bewegwijzering vanaf de snelweg per auto naar het gebied en de naam van het gebied op te laten nemen in routeplanners.

Volledig opgaan in andere wereld

Dit motief komt significant meer voor bij de bezoeker dan bij de niet-bezoeker. De niet-bezoekers die meer met dit motief gaat recreëren, heeft wel behoefte om erop uit te gaan, maar gaat liever naar andere natuurgebieden of wisselt het af met een bezoek aan het Buitenland van Rhoon. Hier liggen dus kansen, maar deze groep recreanten is minder te bereiken met social media want dat gebruiken ze minder. De bezoekers die meer met het motief 'volledig opgaan in andere wereld' zijn gaan recreëren, zijn minder tevreden over het aantal paden, maar wel meer tevreden over het aantal excursies. Ze hechten meer belang aan drassige gebieden, vogels en reeën op de akkers en weilanden, bloemrijke bermen en hooilandjes, hoogstamboomgaarden, heggen en hagen, plekken om bloemen en fruit te plukken, rondtrekkende schaapskudde en een herkenbare Napoleonroute. Het lijkt wel of het streefbeeld voor deze groep geschreven is. Ze oordelen ook positiever over de aanwezige heggen en hagen en cultuurhistorische elementen, zoals molens en boerderijen. Niet verbazingwekkend is dat de bezoekers die meer met het motief 'volledig opgaan in andere wereld' zijn gaan recreëren, meer aan natuurstudie/fotograferen/vogels observeren doen en minder aan een bezoek aan restaurant/café/terras. De tijd die ze in het gebied doorbrengen, is ook significant langer en tijdens hun activiteiten gebruiken ze meer navigatiesystemen, kaarten op smartphone/tablets en brochures met wandel- en fietsroutes. Ook is deze doelgroep bereid vaker in dit gebied te gaan recreëren als ze weten dat landbouwproducten hier geproduceerd worden (zoals spelt voor het maken van speltbrood). Dit gebied roept bij deze doelgroep meer emoties op, waaronder spirituele. De verwachting is dat deze doelgroep meer een wildernis natuurgebied heeft, maar dat komt niet uit de analyses. Bezoekers aan het Buitenland van Rhoon hebben meer een autonome en esthetisch natuurgebied.

Het streefbeeld lijkt voor deze doelgroep dus goed uit te pakken en dat is ook nodig, want de huidige situatie is volgens de Recreatieschouw onvoldoende voor recreanten die meer met dit motief recreëren. Het zit niet zo zeer in de bekendheid en bereikbaarheid van het gebied, want dat is redelijk te noemen, maar vooral in de gebruikswaarde. Het scoort op bijna geen enkel punt. Bij de toegangspoorten is weinig tot geen informatie te vinden over biodiversiteit en cultuurhistorie en er is geen natuurpad. De belevingswaarde van toegangspoort Poort van het Buitenland is zeer goed, met name omdat het er verlaten en enigszins ruig uit ziet, wat voor deze doelgroep aantrekkelijk kan zijn. De andere toegangspoorten scoren echter onvoldoende, omdat het juist te weinig natuurlijk en ruig oogt en door geurhinder en/of zwerfvuil. In het gebied is geen vogelkijkhut en je moet op de paden blijven. Men kan niet struinen door de velden. Er zijn geen gebieden met hoge biodiversiteit of gebiedjes die tijdelijk kunnen overstroomd worden met water. Om de beleving te vergroten voor recreanten die meer met dit motief recreëren, zou er meer afwisseling in open ruimte en begroeiing moeten zijn, een plas, moeras of vennetje en meanderende slootjes met hoge waterkwaliteit, weinig tot geen onderhoud van de natuur en er zou gebruik moeten worden gemaakt van natuurlijke materialen. Ook kan worden ingezet op natuurvriendelijke oevers, overgangen tussen natte en droge gebieden en overgangen van dicht en donker bos naar een meer open en licht bos.

Fysieke uitdaging

Dit motief komt relatief het minst voor, maar de bezoekers gaan significant meer met het motief 'fysieke uitdaging' recreëren dan de niet-bezoekers. Positief is dat de niet-bezoekers die meer met dit motief gaan recreëren, vaker van de naam Buijtenland van Rhoon hebben gehoord. Ze hebben wel behoefte aan een bezoek, maar ze wisselen een bezoek vaker af met een bezoek aan andere natuur- en recreatiegebieden. Dus er zit wel potentieel. Deze afwisseling zien we ook terug bij de bezoekers, want recreanten die meer met dit motief erop uitgaan, hebben afgelopen jaar minder vaak een bezoek gebracht aan het Buijtenland van Rhoon en ze geven vaker aan dat ze het gebied te ver weg vinden liggen. Maar tijdens hun activiteiten hebben ze wel vaker het logo gezien.

De bezoekers die meer met het motief 'fysieke uitdaging' recreëren, hebben geen specifieke wensen, maar ze zijn minder tevreden over de regelgeving in het gebied. Niet verbazingwekkend is dat zij meer sportieve recreatie activiteiten ondernemen, zoals mountainbiken, wielrennen, joggen en significant minder zitten/lezen/luieren. Ze besteden significant minder tijd aan de recreatieactiviteit in het Buijtenland van Rhoon en het gezelschap waarmee ze dat doen is ook kleiner. Ze gebruiken minder kaarten op smartphone/tablets en vragen minder informatie van accommodatieverstrekkers.

De bezoekers die meer met het motief 'fysieke uitdaging' recreëren, vinden meer dat het Buijtenland van Rhoon hen de vrijheid geeft die ze willen en bijdraagt aan hun persoonlijke gezondheid.

Om de bekendheid te vergroten, zou er meer informatie over sportieve mogelijkheden moeten worden gegeven, bijvoorbeeld op de website van het Buijtenland van Rhoon. Ook de bewegwijzering naar het gebied zou beter kunnen. De toegangspoorten zijn op dit moment nog niet goed voorzien om recreanten met dit motief te bedienen. Er zijn meestal geen toiletten of waterkranen of horeca en er is geen informatie over parcoursen. In het gebied zouden aparte paden voor diverse sportieve recreatieactiviteiten kunnen worden aangelegd. De aanwezige hoogteverschillen worden nauwelijks gebruikt en het gebied is niet uitdagend genoeg. Ook zijn er geen specifieke voorzieningen, zoals trimparcours, buitenfitnessapparaten, trekpontjes etc. om de fysieke uitdaging aan te gaan. Er zijn ook te veel prikkeldraad, verbodsborden, afzettingen en hekken aanwezig.

7.5 Finaal advies

Gezien het bovenstaande is het finale advies om meer bekendheid aan het gebied te geven en de Gebiedscoöperatie zal zich meer moeten richten op recreanten met de motieven Er even tussenuit, Interesse en Volledig opgaan in andere wereld.

Literatuur

- Bauman et al. (2002). In de ban van de Duivelsberg. Scriptie Sociaal-ruimtelijke Analyse. Wageningen. Wageningen Universiteit.
- Buijs, A. E. (2009a). Lay people's images of nature: Comprehensive frameworks of values, beliefs, and value orientations. *Society and Natural Resources*, 22(5), 417-432.
- Buijs, A. E. (2009b). Natuurbeelden. Publieke visies op natuur en de consequenties voor het natuurbeheer. Wageningen: Wageningen Universiteit.
- Buijs, A. E., & Elands, B. H. (2013). Does expertise matter? An in-depth understanding of people's structure of thoughts on nature and its management implications. *Biological Conservation*, 168, 184-191.
- Cottrell, S. P., Lengkeek, J., & Marwijk, R. V. (2005). Typology of recreation experiences: application in a Dutch forest service visitor monitoring survey. *Managing leisure*, 10(1), 54-72.
- Dirkx, G.H.P. (2014). Natuurlijk kapitaal: toestand, trends en perspectief (No. 1480). Planbureau voor de Leefomgeving.
- Elands, B. and J. Lengkeek (2000). Typical Tourists: Research into the theoretical and methodological foundations of a typology of tourism and recreation experiences. Leiden, Backhuys Publishers.
- Goossen C.M. en T.A. de Boer (2008). Recreatiemotieven en belevingssferen in een recreatief landschap, literatuuronderzoek, Alterra-rapport 1692, Wageningen.
- Goossen C.M., J. Kruit, J. Donders, B. van Rooij (2009). Smaakmakers voor landschappen op basis van recreatiemotieven, Alterra rapport 1932.
- Goossen, C.M. en T.A. de Boer (2012). Recreatieschouw: groengebieden schouwen op basis van recreatiemotieven. Wageningen, Alterra, Alterra-rapport 2301.
- Grauman, C.F. (2002). The Phenomenological approach to People-Environment Studies. In: Robert B. Bechtel en Arza Churchman (Eds). *Handbook of Environmental Psychology*. John Wiley & Sons, Inc., New York. 95-113.
- NBTC-NIPO Research (2017). Bezoek natuur- en recreatiegebieden Zuid-Holland 2017.
- Søndergaard Jensen, F. S. (1999). Forest recreation in Denmark from the 1970s to the 1990s. Miljø- og Energiministeriet, Forskningscentret for Skov & Landskab.

Bijlage 1 Lijst recreatievoorzieningen in en rond Buitenland van Rhoon

Opnamedatum: 22-7-19

Horeca

Theeschenkerij De Buytenhof
Stichting De Buytenhof
Rijdsdijk 98
3161 EW Rhoon

Tasman
Albrandswaardsedijk 196
3172 XB Poortugaal

Brasserie Rhoonse Polder (bij golfbaan)
Veerweg 2-A
3161 EX Rhoon

ThéCafé
Julianastraat 57-59
Rhoon

De Arend restaurant
Dorpsdijk 248
3161 CJ Rhoon

Het Wapen van Poortugaal
Dorpsstraat 16,
3171 EG Poortugaal

Hotels

Hotel Spui (12 kamers)
Havendam 3
3161 XB Rhoon

Het Wapen van Rhoon (10 kamers)
Dorpsdijk 42
3161 KG Rhoon

Bastion Hotel Rotterdam Zuid
Driemanssteeweg 5
3084 CA Rotterdam

Het Kasteel van Rhoon (Koetshuys, 1 kamer)
Dorpsdijk 63
3161 KD Rhoon

Bed & Breakfast

B&B Het Smitshoekje (2 kamers)
Smitshoek 3
2993 BG Barendrecht

B&B Buytenland (1 kamer)

Koedood 31

3161 GE Rhoon

Bed & Breakfast de Grienden (1 kamer)

Koedood 14

2993 AL Barendrecht

B&B Alpacaboerderij de Willemshoeve

Essendijk 68

3161 EG Rhoon

Camping

Recreatiepark de Oude Maas

Achterzeedijk 1A

2991 SB Barendrecht

Attracties

Abel klimbos

Albrandswaardsedijk 160

3172 XB Poortugaal

Albrandswaard Avonturen Park (AAP)

Albrandswaardsedijk 188

3172 XB Poortugaal

Zwembad Albrandswaard

Albrandswaardsedijk 188

3172 XB Poortugaal

Toeristische Overstap Punt TOP Rhoonse Grienden

Albrandswaardsedijk (parkeerterrein tegenover huisnummer 198)

Wandelen en fietsen

Weetpunt Fietsroute Rhoon - Zwijndrecht – Rhoon

Fietsroute Rond Griend en Polderoute ES2

Fietsroute Rondje Albrandswaard

Het Buitenland van Rhoon – Fietsroute kort

Wandeling door Rhoon, de Rhoonse Grienden en Klein Profijt

Wandelroute het Vossenpad

Wandelroute het Akkerpad

Wandelroute van Carnisse Grienden en Klein Profijt

Wandelroute in Klein Profijt

Lange wandelroute (15 km) door de Rhoonse Grienden, Klein Profijt en de Carnisse Grienden.

Wandelroute LAW 6; het Grote Rivierenpad.

Golf

Rhoon Golfcenter

Veerweg 2-A 3161 EX Rhoon

Cultuur

Oudheidskamer Rhoon

Dorpsstraat 27

3171 EE Poortugaal

Molenplaats; grondvesten van een de oude molen
Essendijk 38
3161EE Rhoon

Gemaal Breeman
Koedood
Barendrecht

Paardrijden

Stoeterij De Noordburg
Nieuweweg 7
3161EP Rhoon

Paardenpension en boerderijwinkel De Vossenburg
Korteweg 4
3161 EL Rhoon

Uitzichtpunten

Oude Maasheuvel
Koedood
Barendrecht

Klein Profijt

Uitzichtpunt Oude Maas
Oude Maaspad

Vogelkijkhut

Carnisse Grienden

Picknickplekken, bankjes

Oude Maaspad, Carnisse Grienden

Lageweg

Watersport

Trailerhelling
Havendam
Rhoon

Rhoonse jachthaven
Havendam 23. 3161
XB Rhoon

Kanoën

Kanoën op de Blauwe Verbinding

Parkeerterreinen

- Zevenmeent
- Oudeweg
- Carnisse Grienden
- Veerweg
- Schenkeldijk/Zegenpoldersedijk
- Havendam
- Albrandswaardsedijk

Gewasborden

Tijdens hun rondes kunnen de bezoekers de verschillende gewassen herkennen aan gewasborden in het veld, die het hele groeiseizoen zullen blijven staan. Zodoende kan men mooi de verschillende ontwikkelstadia en kleurwisselingen van de gewassen blijven volgen, tot en met de oogst aan toe.

Websites

<https://www.buitenland-van-rhoon.nl/blog/een-wereld-om-te-ontdekken/>
<http://www.heerlijkbuiten.nl/recreatiegebieden/deelgebied/oude-maas-west>
<https://ontdekijsselmonde.nl/>
<https://www.staatsbosbeheer.nl/natuurgebieden/ijsselmonde>
<https://www.zuid-holland.nl/onderwerpen/landschap/projecten-rijke/groen-index/groenprojecten/buitenland-rhoon/>
http://polderdag-rhoon.nl/default.asp?page_id=1

Bijlage 2 Bezoekaantallen

Aantal bezoekers op basis van inwoneraantal en participatie aan recreatie

Inwoners:		% recreatie	bezoekers
Rotterdam-rest	437.842	23	100.704
Rotterdam-zuid	205.785	43	88.488
Barendrecht	48.688	77	37.490
Albrandswaard	25.292	90	22.763
Totaal	717.607		249.444

Aantal bezoeken op basis van frequentie en factor Søndergaard Jensen

Frequentie	R'dam rest		R'dam zuid		Barendrecht		Albrandswaard		Totaal
	%	bezoeken	%	bezoeken	%	bezoeken	%	bezoeken	
0	21.9	0	10.2	0	6.1	0	4.9	0	
1	41.9	42195	14.4	12742	9.6	3599	2.4	546	
2	21	42296	15.3	27077	14.9	11172	11	5008	
4	7.6	30614	22.9	81055	22.8	34191	14.6	13293	
7	1	7049	7.6	47075	11.4	29917	4.9	7808	
10	1	10070	11	97336	9.6	35990	11	25039	
12	5.7	68881	9.3	98752	11.4	51286	30.5	83312	
52	0	0	5.9	271480	13.2	257330	15.9	188203	
365	0	0	3.4	1098130	0.9	123154	4.9	407113	
Totaal		201105		1733648		546638		730322	3211713
Factor Søndergaard Jensen							2		1.605.857

Bijlage 3 Recreatieactiviteiten

Ondernomen recreatieactiviteiten in het Buitenland Van Rhoon

Activiteit	N	%
Wandelen	239	60.1
Fietsen op gewone fiets	152	38.2
Fietsen op elektrische fiets	95	24.0
Bezoek aan restaurant/café/terras	69	17.3
Lokale producten kopen	51	12.8
Bezoek aan boerderij	45	11.4
Zitten/lezen/luieren	40	10.1
Natuurstudie/fotograferen/vogels observeren	28	6.9
Hond uitlaten	26	6.4
Trimmen/joggen/hardlopen	23	5.9
Spelen met kinderen	21	5.3
Wielrennen (in groepsverband)	17	4.3
Wielrennen (individueel)	15	3.8
Bezoek aan infocentrum/bezoekerscentrum	15	3.8
Picknicken/barbecueën	15	3.8
Mountainbiken (individueel)	11	2.9
Zwemmen	10	2.5
Golfen	10	2.5
Meedoen aan wandelexcursie	8	2.0
Evenement bezoeken	8	2.0
Skaten/skeeleren	8	1.9
Kanoën/roeien/suppen	7	1.8
Meedoen met een fietsexcursie	6	1.6
Balletje trappen, badmintonnen of andere sportieve activiteiten ter plekke	6	1.6
Paardrijden	5	1.4
Meedoen aan tocht per paard en wagen	3	0.8
Mountainbiken (in groepsverband)	3	0.7
Vissen	3	0.7
Schaatsen	1	0.2
Anders, namelijk...	5	1.2

Wageningen Environmental Research
Postbus 47
6700 AA Wageningen
T 0317 48 07 00
www.wur.nl/environmental-research

Wageningen Environmental Research
Rapport 2985
ISSN 1566-7197

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 5.000 medewerkers en 12.000 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

To explore
the potential
of nature to
improve the
quality of life

Wageningen Environmental Research
Postbus 47
6700 AB Wageningen
T 317 48 07 00
www.wur.nl/environmental-research

Rapport 2985
ISSN 1566-7197

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 5.000 medewerkers en 12.000 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.