



# SAMENVATTING

## NATUURBELEVING VAN JONGEREN

Na de eerste lockdown in maart 2020 nam de drukte toe in de natuurgebieden. Onder de bezoekers van de natuurgebieden waren veel jongeren van 13 tot en met 25 jaar. Een potentiële en belangrijke doelgroep voor VGNP. Door de toename van het aantal jongeren, ontstonden een aantal vragen. Zo was er niet duidelijk of de toename een hype was, aangewakkerd door de lockdown naar aanleiding van de Coronapandemie. Daarnaast moest er bekeken worden hoe het natuurbezoek van deze jongeren zou zijn na Corona, en op de welke manier de jongeren gestimuleerd konden worden om het aantal natuurbezoeken te verhogen en waar nodig te behouden.

Er is vooronderzoek gedaan naar VGNP en Vincent van Gogh. Het doel van het onderzoek was om **inzicht te verkrijgen in de natuurbeleving van jongeren om aanbevelingen te doen hoe jongeren naar VGNP aan te trekken en ze vervolgens ook te laten terugkeren.**

De hoofdvraag die hiervoor beantwoord moest worden was: **Wat is de natuurbeleving van jongeren?**

Om antwoord te kunnen geven op deze probleemstelling, zijn vijf onderzoeksvragen opgesteld:

- Wat is de vrijetijdsbeleving van jongeren voor/tijdens Corona?
- Wat zijn de motieven van jongeren om naar de natuur te trekken?
- Hoe ziet het social media gebruik van jongeren eruit?
- Welke samenwerkingen kan VGNP aangaan om het aantal bezoekende jongeren te verhogen?
- Hoe interpreteren jongeren het leven Vincent van Gogh?

Er is op drie verschillende manieren onderzoek gedaan. Ten eerste is er deskresearch verricht, doormiddel van het bestuderen en uitwerken van actuele nieuwsartikelen die betrekking hadden op het onderzoek.

Ten tweede is er een kwalitatief onderzoek gedaan doormiddel van diepte-interviews. In totaal zijn er 18 respondenten uit de doelgroep geïnterviewd.

Tot slot is er kwantitatief onderzoek gedaan doormiddel van het verspreiden van een enquête. De enquête is in totaal 388 keer ingevuld.

Aan de hand van de resultaten zijn er conclusies opgesteld. De conclusies geven antwoord op de probleemstelling en de onderzoeksvragen.

### **Wat is de natuurbeleving van jongeren?**

De jongeren gaan het liefst de natuur in voor hun ontspanning. Zij komen hier tot rust. Het hoofd kan hier worden leeggemaakt. Door de Coronamaatregelen wordt een natuurbezoek gezien als een moment van vrijheid. Het leven van de jongeren is drastisch veranderd en zitten voornamelijk thuis. Het moment dat zij naar buiten gaan geeft ze het gevoel vrij te zijn.

Verder gaan de jongeren graag de natuur in voor hun gezondheid. Door te sporten en te wandelen in de natuur zien zij hier een mogelijkheid om aan hun beweging te komen. Door de gesloten sportscholen, zijn de jongeren aangewezen op de natuurgebieden. Zodra het weer daarentegen tegenzit of de afstand te ver is, haken ze af. Tenzij het bezoek langer duurt, en te combineren is met een activiteit of horecabezoek.

Door de Coronacrisis zijn jongeren vaker te vinden in de natuur. De meerderheid gaat regelmatig een natuurgebied in. Dit doen zij vooral om familie en vrienden op te zoeken.

De jongeren doen vrijwel niet aan online-natuurbeleving op social media. Jongeren vinden social media accounts van natuurparken aantrekkelijker wanneer deze zijn samengevoegd met bepaalde aspecten. Zo geven zij aan foto's van de unieke plekjes in de natuur, de mooie routes, de wandelpaden en de horecagelegenheden interessant te vinden.

### **Wat is de vrijetijdsbeleving van jongeren voor/tijdens Corona?**

Er zijn twee onderscheiden te maken wat betreft de vrijetijdsbeleving van jongeren. Het eerste onderscheid is op basis van geslacht. Zo gamet de man het vaakst in zijn vrije tijd, waar de vrouwen de voorkeur geven aan het bezoeken van horecagelegenheden. Wat de jongeren allemaal gemeen hebben is, dat zij graag met vrienden afspreken. Dit doen zij door een festival of horecagelegenheid te bezoeken. Tot slot sporten de jongeren graag in hun vrije tijd.

De jongeren zijn erg gericht op de sociale contacten. Na de corona uitbraak is een duidelijke verschuiving in te zien in de favoriete activiteiten van de jongeren. Door de maatregelen zitten zij vaker thuis, waardoor ze vaker naar buiten gaan om te wandelen. Het sporten blijft belangrijk, maar is er een terugval te zien in het afspreken met vrienden buitenshuis. Dit is veelal verplaatst naar binnen doormiddel van het kijken van een serie of film, om de drukke plekken zo veel mogelijk te ontwijken.

### **Wat zijn de motieven van jongeren om naar de natuur te trekken?**

De jongeren komen tot rust in de natuur, het zorgt ervoor dat ze in beweging blijven en draagt bij aan een gezonde levensstijl. Een andere reden om de natuur in te gaan is, om er even tussenuit te zijn om hier hun familie of vrienden te ontmoeten. Vooral nu in tijdens de Corona pandemie, wordt hier veel waarde aan gehecht.

De jongeren gaan graag de natuur in als het lekker weer is. Het weer is dus een belangrijke factor om de natuur in te gaan. Voor een bezoek aan een mooi natuurgebied zijn de jongeren bereid grote afstanden af te leggen.

Deze natuurbezoeken kunnen worden gestimuleerd door:

- Goede sanitaire voorzieningen
- Wandel- en looproutes
- Leuke wegwijzers
- Picknick gelegenheden
- Mooie foto plekken

Daarnaast is een belangrijke beweegreden om de natuur in te gaan, als er een horecagelegenheid aanwezig is, of activiteiten georganiseerd worden.

### **Hoe ziet het social media gebruik van jongeren eruit?**

Onder de jongeren zijn er meer vrouwen dan mannen die social media gebruiken. Het populairste platform onder de jongeren is Instagram, met Facebook en Snapchat op de plekken twee en drie. De voornaamste reden voor het gebruik van deze social media platformen zijn het onderhouden van sociale contacten, beroemde mensen volgen en mooie plekken zien. Tot slot volgen de jongeren vaak beroemde mensen, of accounts die meme's plaatsen. Dit zijn accounts met grappige foto's en video's.

Een klein deel van de jongeren is geïnteresseerd in accounts gebaseerd op de natuur. De jongeren gaven aan dat doormiddel van interactie op de social media accounts van VGNP de profielen interessanter kunnen worden. Dit kan doormiddel van livevideo's of winacties.

VGNP zou dus vooral moeten inzetten op het verbeteren van de Instagram en Facebook accounts. Hierbij is het belangrijk om rekening te houden met de behoeften van de jongeren en dat is het plaatsen van unieke en interessante content gebaseerd op VGNP. Hierbij kan worden gedacht aan feitjes, routes, winacties of horecagelegenheden en activiteiten uit de omgeving.

### **Welke samenwerkingen kan VGNP aangaan om het aantal bezoekende jongeren te verhogen?**

In het onderzoek komt naar voren dat de jongeren veel accounts van influencers volgen op social media. Dit kan een kans bieden aan VGNP om eventueel op in te spelen, en hun profielen te vergroten.

Daarnaast is er een kans om een samenwerking aan te gaan met JNM. Dit is een vereniging voor jongeren van 11 tot en met 25 jaar, met als doel om kinderen en jongeren belangstelling voor en kennis van de natuur bij te brengen. JNM heeft tijdens een gesprek aangegeven open te staan voor een samenwerking. Hierdoor kunnen zij bijvoorbeeld kampen organiseren in de natuurgebieden, waar VGNP-gebruik kan maken van het grote netwerk jongeren waar de vereniging uit bestaat.

## Hoe interpreteren jongeren het leven van Vincent van Gogh?

De jongeren zijn bekend met Vincent van Gogh. Zo wist een aantal van de jongeren wat namen van schilderijen, en het verhaal van het afgesneden oor. Als het ging over het levensverhaal van Van Gogh, wisten de jongeren hier weinig over te vertellen.

Een derde van de jongeren gaf aan sneller de natuur in te gaan als zij hier de kunst van Van Gogh kunnen bewonderen. De jongeren waarderen het werk van Van Gogh. Er kan eventueel een koppeling gemaakt worden voor de marketing van het VGNP. De jongeren gaven aan dat de activiteiten en berichten over Vincent van Gogh aangrijpend en interactief moeten zijn.

## Aanbevelingen

Uiteindelijk zijn er een aantal aanbevelingen tot stand gekomen. De belangrijke aanbeveling die gedaan wordt is de aanbeveling over de social media van het VGNP.

Instagram en Facebook zijn de twee netwerken waar de jongeren het actiefste zijn. De grootste inspiratiebron en motivatie voor jongeren om activiteiten te ondernemen zijn hun vrienden. Door de invloed die het netwerk van jongeren op hen heeft, kan het effectief bereiken en enthousiast maken van een groep jongeren zorgen voor een aanzienlijke groei op de Social Media kanalen van VGNP.

De jongeren zien op de social media graag content in de vorm van mooie hotspots in de natuur en unieke dieren die er te vinden zijn. Daarnaast kan hier op eenvoudige wijze een koppeling gemaakt worden tussen Vincent van Gogh en de natuurgebieden. Door content te plaatsen die gericht is op de natuur in combinatie met de schilderijen van Van Gogh. Op deze manier kan de aandacht van de jongeren getrokken worden.

Uiteindelijk als er meer op de social media wordt ingezet, kunnen deze accounts gebruikt worden om de overige aanbevelingen te promoten. Zo kunnen er nieuwe sportgelegenheden zoals yogalessen, hardlooptrainingen, bootcamps of aerobiclessen worden aangeboden. Daarnaast kunnen de nieuwe wandelroutes bekend worden gemaakt of andere activiteiten die georganiseerd worden voor de jongeren.



*Eline Pronk*  
*Em.pronk@upcmail.nl*



*Maud van Eck*  
*Maudvaneckx@gmail.com*



*Gloria Groos*  
*Gwlgroos@gmail.com*



*Roderick Klijn*  
*Roderickklijn96@hotmail.com*



*Kimberly Passmore*  
*Kimberlydemeent@gmail.com*



*Sterre Doornekamp*  
*Sterredoornekamp@gmail.com*

Onderzoek Natuurbeleving Jongeren

Eline Pronk, Gloria Groos, Kimberly Passmore, Maud van Eck, Roderick Klijn, Sterre Doornekamp