

*Beleveniseconomie
vertaald naar natuur*

BRAM HUT

Natuurbeleving per belevingswereld: Een mooi wandelpark of liever een ruig bos?



Rood landschap. Ruige omgeving dat gevoel geeft van back to basic.

De ene recreant is de andere niet: recreanten hebben verschillende voorkeuren. Ook in het gebruik en de waardering van natuurgebieden zijn er verschillen tussen recreanten, zo blijkt uit onderzoek van Bram Hut, junior adviseur bij Bureau Buhrs. Welk type recreant past bij jouw natuurgebied? Hoe is er onderscheid te maken in de gewenste natuurbeleving en wat zijn de ruimtelijke consequenties? Voor wie is een natuurgebied?

De Nederlandse overheid heeft als beleidsopgave om groen in de stad en het buitengebied 'beleefbaar' te maken. Daarmee wordt het belang van de beleviseconomie steeds meer erkend in bestuurlijk én natuurlijk Nederland. In de beleviseconomie vervangen immateriële behoeften als emoties en ervaringen de materiële behoeften. De zoektocht naar belevissen blijkt de primaire drijfveer achter veel recreatieactiviteiten. Ook natuurlijke gebieden moeten een optimale beleving bieden. Maar een optimale beleving, voor wie?

Niemand wat bieden door iedereen wat te bieden

Steeds meer wordt ingezien dat doelgroepen onderscheiden nodig is bij de marketing en ontwikkeling van natuurgebieden. Toch is dit niet vanzelfsprekend: een doelgroepenbenadering lijkt in eerste instantie tegenstrijdig met de taak van overheden en natuurorganisaties. Zij dienen niemand uit te sluiten. Een gebied moet iedereen wat bieden, zo luidt de gedachte. De resultaten van het onderzoek laten echter zien dat de gewenste natuurbelevingen zodanig uiteenlopen, dat het onmogelijk is om in een uniform gebied iedereen een optimale natuurbeleving te bieden.

Onmogelijk om een uniform gebied aan te bieden

De ontwikkeling van recreatief aanbod in natuurgebieden gebeurde in het verleden door enkel naar de aanbodzijde te kijken. De mogelijkheden van een gebied waren leidend bij de ontwikkeling van een gebied voor buitenrecreatie. Zonder naar de wensen van gebruikers te kijken. Die speelden geen rol. Tegenwoordig zijn de behoeften en voorkeuren van bepaalde groepen recreanten, de vraagzijde, minstens zo belangrijk in de planvorming, merken wij bij Bureau Buhrs. En die behoeften en voorkeuren blijken te verschillen.

Belevingswerelden

Versillen in voorkeuren van recreanten zijn niet alleen te verklaren door leeftijd of opleidingsniveau. Het onderzoek van Bureau Buhrs wijst uit dat het ook zinvol is om naar belevingswerelden/leefstijlen van mensen te kijken. Belevingswerelden zijn een handige tool om doelgroepen te onderscheiden. Bureau Buhrs werkt met de indeling in

belevingswerelden (BSR-modellen) van onderzoeksbureau SAMR. Belevingswerelden geven inzicht in de waarden, drijfveren en motieven van mensen.

Het BSR-model gaat er vanuit dat mensen grofweg in te delen zijn in vier belevingswerelden. Het is een aanvulling op 'traditionele' verdelingen zoals leeftijd, opleidingsniveau en inkomen, om meer onderscheid te maken tussen consumenten. Elke belevingswereld staat anders in het leven en is gekoppeld aan een kleur: **rood** staat voor vrijheid en flexibiliteit, **geel** voor betrokkenheid en harmonie, **groen** voor geborgenheid en zekerheid en **blauw** voor ambitie en controle. Individuen in dezelfde belevingswereld delen behoeften en vertonen overeenkomstig (consumptie- en vrijetijds)gedrag.

Uitgebreid onderzoek

De optimale natuurbeleving bieden, begint eenvoudigweg bij het aanbieden van de juiste activiteiten en juiste inrichting van het landschap. Maar is het hierbij mogelijk om doelgroepen te onderscheiden op basis van belevingswerelden? Werken die verschillen in belevingswerelden echt door in recreatiemotieven, -activiteiten en zelfs in landschapsvoorkeuren? En is dat meetbaar? Voor Bureau Buhrs stortte deze adviseur zich een half jaar lang op deze vragen, omdat dit namelijk niet eerder wetenschappelijk onderzocht was.

Meeloopinterviews, een relatief nieuwe wetenschappelijke (maar erg leuke) onderzoeksmethode

Met behulp van 737 respondenten analyseerde hij of er statistisch significante verschillen bestaan in natuur- en recreatiebeleving tussen de vier belevingswerelden en wat die verschillen dan zijn. Vervolgens zijn bij recreanten 'meeloopinterviews' afgenomen. Het doel was om dieper in te gaan op verschillen in natuurbeleving. Meeloopinterviews is een relatief nieuwe wetenschappelijke (maar erg leuke) onderzoeksmethode, waarbij hij onbekende mensen vergezelde tijdens een uitje door de natuur. Deze onbekende mensen lieten de (volgens hen) mooiste plekken van Nederland zien: die varieerden van de duinen van Castricum en Vlieland tot veengebieden rondom Almelo, van bossen rondom Vught tot natte natuur in 'It Fryske Gea'.

Terrein voor de gele belevingsgroep. Gezellig drukte met veel mensen en een door de mens ingerichte omgeving.



Een rustige wandeling of gezellige drukte?

Inderdaad blijken er significante verschillen te bestaan tussen de recreanten in de vier belevingswerelden. De groepen gaan met verschillende redenen de natuur in en ze ondernemen andere activiteiten. Sportieve, uitdagende activiteiten passen vooral bij mensen met de rode en blauwe belevingswereld. Mensen met de groene belevingswereld kiezen liever rustige bezigheden, zoals een klein ommetje te voet of te fiets.

Bij mensen met de rode belevingswereld staat niet het gezelschap, maar de (sportieve) activiteit centraal tijdens een uitje. De gele belevingswereld onderneemt een activiteit vaak juist om andere mensen te ontmoeten. Zij hebben meer behoefte aan ontspanning en kiezen activiteiten die samen te ondernemen zijn, zoals fietsen of wandelen. De invulling van de activiteit is vaak ondergeschikt aan het gezelschap. "Ik hou eigenlijk helemaal niet van wandelen", vertelde een 69-jarige dame vanuit de gele belevingswereld die al acht jaar lang met dezelfde wandelclub op pad gaat. Puur voor de gezelligheid. Recreanten met de blauwe belevingswereld kiezen vaker de wat 'exclusievere' activiteiten als varen en mountainbiken, en minder vaak traditionele buitenrecreatieactiviteiten. Buitenrecreatie hoeft voor hen niet perse rustgevend te zijn, maar wel vaker vernieuwend, avontuurlijk en spannend. Waarbij ze altijd goed voorbereid op pad gaan.

De vraagzijde is minstens zo belangrijk in de planvorming

De echte rustzoekers zijn veelal mensen met de groene belevingswereld. Zij kiezen vaak een traditionele rustige activiteit tijdens buitenrecreatie. Deze groep heeft liever weinig prikkels en onderneemt een activiteit niet vaak om andere mensen te ontmoeten. Tekenend is dat de groene belevingswereld bovengemiddeld veel vogelspotters en andere natuurliefhebbers kent. Zij bezoeken vaak dezelfde, voor hen bekende, gebieden. Ook volgens recreant Gerard, één van de geïnterviewden: "Ik heb de ervaring dat je gewoon in een vertrouwd gebied voldoende beleving opdoet." Hoe anders is dit bij mensen met de rode belevingswereld, die op zoek zijn naar avontuurlijke ervaringen en graag nieuwe plekken ontdekken.

Gevolgen voor het landschap: back to basic of luxe restaurants?

Niet alleen de behoeften en recreatieactiviteiten verschillen per belevingswereld. Ook de voorkeuren voor de ruimtelijke omgeving zijn anders. De belevingswerelden waarderen andere landschapstypen en hebben afwijkende voorkeuren voor de inrichting van natuurlijke landschappen. Wat betreft de inrichting van het landschap heeft de rode belevingswereld een groter dan gemiddelde voorkeur voor de afwezigheid van menselijke invloeden. Back to basic. Het

landschap moet natuurlijk ogen. Qua paden passen geen of slechts onverharde paden in hun ideale natuurgebied. Ook de afwezigheid van rust- en eetvoorzieningen past vaker in hun ideaalbeeld dan gemiddeld bij doelgroepen. Recreanten met de rode belevingswereld hebben weinig behoefte aan toezicht op overtredingen en gaan graag hun eigen weg zonder paaltjesroutes of andere bewegwijzering. De ‘rode’ Annabel vertelde tijdens het meeloopinterview, struinend door de duinen: “Ik heb het liefst een ruige omgeving waar je gewoon zelf kan bepalen wat je wilt in plaats van dat je altijd een pad moet volgen”.

Rood zoekt spanning back to basic

Verharde wandel- en fietspaden passen juist meer in het straatje van mensen met de gele en groene belevingswereld. Zij zien ook graag rustvoorzieningen en horeca in het landschap. Mensen in de gele belevingswereld hebben behoefte aan een parkeerterrein, informatievoorzieningen als paaltjesroutes en informatiepanelen, zodat ze zich kunnen focussen op het gezelschap. Buitenrecreatie is voor iedereen: gezelligheid en drukte vinden zij prima. Ze hebben een groter dan gemiddelde voorkeur voor een verzorgde en zorgeloze omgeving.

De groene belevingswereld hecht belang aan een goede bereikbaarheid van het gebied en duidelijke informatievoorziening over het landschap en de route. Ze worden graag bij de hand genomen in het gebied, zodat ze weten waar ze aan toe zijn. Tijdens buitenrecreatie zijn ze op zoek naar een geborgen, rustige, omgeving die voldoende privacy biedt. Maar die omgeving mag best wat ruig zijn, want dan is er meer diversiteit aan flora en fauna om te bestuderen. De blauwe belevingswereld heeft een relatief grote voorkeur voor mountainbikeroutes. Ook zien zij graag dat een gebied niet al te makkelijk bereikbaar en toegankelijk is. Eenmaal in het gebied willen zij graag recreëren zonder gebonden te zijn aan regeltjes, net als de rode belevingswereld.

Uit de meeloopinterviews blijkt dat de eerder genoemde behoeften en motieven van de belevingswerelden doorwerkt in de voorkeur voor het landschapstype en landschapsinrichting. Neem bijvoorbeeld Ide, met de blauwe belevingswereld. Verrassing en spanning in de natuur vindt hij belangrijk. Die behoeften beantwoordt een bosrijke omgeving voor hem: “Op de een of andere manier word ik in het bos meer verrast. Met allerlei paadjes en onverwachte gebeurtenissen.” Zijn vrouw heeft de groene belevingswereld en houdt van een lange wandeling langs de Friese dijken in

PRAKTIJKPROJECT 1: NATUURPARK LELYSTAD

Bureau Buhrs maakte een positioneringstraject voor Natuurpark Lelystad. Wat voor natuurgebied wil het zijn en voor wie? In workshops analyseerde Bureau Buhrs samen met stakeholders welke doelgroepen kansrijk zijn waarbij de belevingswerelden centraal stonden. Daarbij is ook gekeken wat de ruimtelijke consequenties zijn van de keuze voor een bepaalde doelgroep. Kan de rustige natuurbeleving nog wel worden gegarandeerd als wordt ingezet op de gele belevingswereld? En op welke belevingswereld sluit de huidige ruimtelijke inrichting aan? De positionering, met een keuze voor bepaalde doelgroepen, geeft richting aan verdere ontwikkeling en programmering van het Flevolandse natuurgebied.

PRAKTIJKPROJECT 2: OOSTVAARDERSPLASSEN

In 2016 startte een traject voor de positionering en ontwikkeling van de Almeersepoort op basis van belevingswerelden. De Almeersepoort is het aan de Almeerse zijde gelegen deel van de Oostvaardersplassen. Bureau Buhrs trok hier samen op met de stedenbouwkundige experts van Bureau Nieuwe Gracht. Hoe moet je Almeersepoort neerzetten om kansrijke belevingswerelden aan te trekken? Gekozen is voor een focus op de blauwe en gele belevingswerelden. Op deze doelgroepen is een brand opgezet, dat vervolgens richting gaf aan het ruimtelijk ontwerp, bestaande uit vrijetijdskoncepten en -voorzieningen. In dit ruimtelijke ontwerp zijn de wensen van de belevingswerelden gekoppeld aan de ruimtelijke invulling van het landschap. In de loop van 2017-2018 worden deze concepten en voorzieningen gerealiseerd aan de rand van de Oostvaardersplassen.

het waddegebied. “Zij kan uren langs de dijk lopen. Mij niet gezien hoor, na tien minuten vind ik het al saai worden. Er is gewoon te weinig variatie in dat landschap,” vertelde Ide.

Kleurrijke, maar beperkte hokjes

Hoewel de verdeling op basis van belevingswerelden op grote lijnen een heldere segmentatie geeft, blijft het in de praktijk toch maatwerk. Bij recreanten is namelijk sprake van ‘zapgedrag’, waarbij men niet telkens zoekt naar dezelfde beleving. Het recreatiegedrag van een individu varieert, waardoor het recreatiegedrag in de praktijk niet altijd recht doet aan de ‘kleur’ van de persoon. Een ‘gele’ recreant zoekt dus vaker dan gemiddeld naar sociaal contact en vermaak. Maar ook mensen met deze belevingswereld verlangen soms juist naar rust en ontspanning. De verdeling in belevingswerelden geeft dus betrouwbaar inzicht in grote groepen, maar biedt geen garanties per individu.

Blauwe belevingswereld maar af en toe de voorkeur van de groene belevingswereld



Echt blauw: op de mountainbike. Uitdagingen opzoeken, maar wel met goede ‘gear’.

Daarnaast hebben de verschillende belevingswerelden soms dezelfde voorkeur, maar vanuit een andere drijfveer. Tijdens het meeloopinterview met Egbert (een ‘blauw persoon’) kwam dit ter sprake. Zijn voorkeuren kwamen overeen met de conclusies voor de blauwe belevingswereld. Maar hij vertelde dat hij af en toe ook de voorkeur van de groene belevingswereld heeft: “Als ik maar twee uur kan wandelen voordat ik een afspraak heb, volg ik liever ook een paaltjesroute. Zodat ik zeker weet dat ik niet te laat kom.” Een ‘groene’ voorkeur dus, maar wel vanuit een ‘blauwe’ drijfveer. Een persoon in de groene belevingswereld volgt een paaltjesroute om niet te verdwalen, om houvast te hebben. De ‘blauwe’ Egbert volgt de paaltjesroute uit efficiëntie.

Hoe kan deze kennis gebruikt worden?

Met behulp van data van onderzoeksbureau SAMR weet Bureau Buhrs precies hoe de verdeling van belevingswerelden is per gemeente, stad, wijk en zelfs per postcodegebied. De belevingswerelden van alle 7,5 miljoen Nederlandse huishoudens zijn in kaart gebracht. Daarnaast is bekend welke mensen met welke belevingswereld bijvoorbeeld het liefst een natuurlezing bezoeken, graag met ‘u’ worden aangesproken, wie gevoelig zijn voor kortingsacties en wie je hiermee juist afschrikt. Door deze kennis aan elkaar te koppelen, weet Bureau Buhrs bij welke belevingswereld een natuurgebied het beste aansluit. Met deze kennis is het ook mogelijk om een natuurgebied voor mensen met een andere belevingswereld aantrekkelijker te maken. Met bijvoorbeeld passende programmering, communicatie en promotie. Een ruig ontoegankelijk natuurgebied maak je door de vestiging van een bezoekerscentrum, de aanleg van wandelpaden en de organisatie en promotie van bepaalde evenementen bijvoorbeeld aantrekkelijker voor mensen met een gele of groene belevingswereld. Natuur is voor iedereen, maar de invulling van buitenrecreatie en waardering van natuurgebieden verschilt. Afstemming van vraag en aanbod op basis van belevingswerelden leidt tot een beleefbare natuur voor iedereen. 📍

Bram Hut, junior adviseur bij Bureau Buhrs. Voor vragen over dit artikel mail naar Bram: hut@bureaubuhrs.nl