De waardering van stedelijke en buitengebieden

Tekst: Tom Gosens en Maarten Kroesen

DE AUTEURS
Tom Gosens
Vrije Universiteit Amsterdam
Faculteit der Economische Wetenschappen en Bedrijfskunde
E-mail: t.gosens@vu.nl

Maarten Kroesen
Technische Universiteit Delft
Faculteit Techniek, Bestuur en Management
E-mail: m.kroesen@tudelft.nl

In 2012 ondernamen Nederlanders gezamenlijk 3,8 miljard vrijetijdsactiviteiten buitenshuis (CBS, 2012). Hierbij gaven zij gemiddeld 13 euro per ondernomen trip uit. De totale bestedingen lagen daarmee rond de 50 miljard euro, ruim 8 procent van het bruto binnenlands product. Van alle vormen van recreatie is buitenrecreatie – met name wandelen en fietsen voor het plezier – het meest populair (24% van alle activiteiten). Op ruime afstand volgen andere activiteiten als sport (17%) en winkelen voor het plezier (15%) (NBTC-NIPO Research, 2013).

HET BELANG VAN CULTUUR EN DIVERSITEIT

Gezien de grootte van de markt voor (buiten) recreatie en de bestedingen die hiermee gemoeid zijn, voeren veel en steeds meer gemeenten expliciet beleid op het gebied van recreatie en toerisme. Zo laat een survey van de Kamer van Koophandel onder Nederlandse gemeenten zien dat 71 procent van hen in 2008 een beleidsvisie op het gebied van recreatie en toerisme had. In 2011 was dit percentage gestegen naar 76 procent. Daarnaast gaf 36 procent van de gemeenten aan de visie in de komende twee jaar te willen vernieuwen (Kamer van Koophandel, 2011).

Om hun visie te ondersteunen is het voor gemeenten van belang om te weten welke factoren bijdragen aan de waardering van recreatieve bestemmingen, zoals hun (binnen) stedelijke gebieden en/of buitengebieden (natuurgebieden). Actieve sturing op deze factoren, bijvoorbeeld middels ruimtelijk beleid, kan de attractie van toeristen naar deze gebieden vergroten en daarmee een impuls betekenen voor de lokale markt.

Eerder onderzoek laat zien dat een aantal factoren de attractiviteit van een recreatiegebied beïnvloeden. Zo is zowel de grootte als de diversiteit van het betreffende gebied van belang. Ook het cultuurhistorische karakter wordt soms aangedragen als een belangrijke factor die de waardering van recreatieve bestemmingen beïnvloedt (Jansen, 2013). Intuïtief zijn de positieve effecten van deze factoren aannemelijk. Zo is recreatief winkelen in een cultuurrijk en uitgestrekt gebied met een ruime diversiteit aan winkels waarschijnlijk aantrekkelijker dan in een cultuurarm en beperkt gebied met weinig diversiteit aan winkels. Op eenzelfde manier zullen cultuurrijke natuurgebieden met een grote variatie aan landschappen waarschijnlijk meer gewaardeerd worden dan cultuurarme natuurgebieden met een beperkte variatie aan landschappen.

De relaties tussen diversiteit en cultuur enerzijds en de waarde van recreatieve gebieden anderzijds zijn voor de Nederlandse context echter nog niet eenduidig vastgesteld. Eerdere onderzoeken zijn ofwel anekdotisch van aard of hebben slechts betrekking op een bepaald recreatief gebied. Vanuit deze achtergrond beschrijft dit artikel een aantal econometrische studies die invulling geven aan deze kennislacune. Deze studies zijn uitgevoerd binnen het NWO-programma *The value of recreation: now, and in a completely different future*. De betrokken onderzoeker, Tom Gosens van de Vrije Universiteit Amsterdam, hoopt later dit jaar op dit onderwerp te promoveren (Gosens, 2014).

De waardering van recreatie in Nederlandse gemeenten

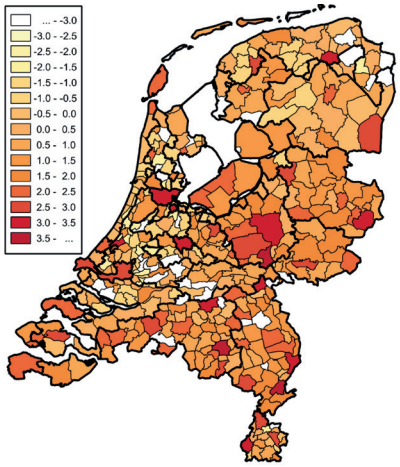
De onderzoeken zijn gebaseerd op data van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO), verzameld in de periode april 2006 tot maart 2007. De deelnemers van het onderzoek ondernamen in deze periode ruim 7.000 recreatieve trips die voor deze analyse relevant waren. Ervan uitgaande dat mensen activiteiten en bestemmingen kiezen die voor hen de meeste waarde hebben, is op basis van deze data en met geavanceerde econometrische modellen achterhaald in hoeverre zij Nederlandse gemeenten waarderen, zowel vanuit een stedelijk recreatief als vanuit een buitenrecreatief oogpunt.

Figuur 1 toont de relatieve waardering van de 443 Nederlandse gemeenten voor recreatie, gericht op stedelijke recreatie (links) en buiten-

Gemeenten doen er goed aan het cultuurhistorische karakter van hun omgeving te waarborgen

recreatie (rechts). De Nederlandse consument is in zijn recreatieve keuzes heel duidelijk: het ene gebied, of meer specifiek een gemeente, fungeert als geprefereerde locatie voor trips met een stedelijk recreatief doel (Amsterdam, Rotterdam en alle andere grote steden), het andere gebied trekt juist recreanten aan voor de soms noodzakelijke ontspanning in de buitenlucht (Texel, de Zeeuwse gemeenten, Apeldoorn). Er is dus in zekere zin sprake van specialisatie, en niet geheel verrassend hebben gemeenten de grootste kans recreanten aan te trekken door zich te focussen op het type recreatie dat aansluit bij de kenmerken van het gebied. Mensen maken dagtochten naar Texel om van de natuur te genieten, terwijl een stad als Utrecht vooral aangedaan wordt om een dagje te winkelen of te genieten van de talloze terrasjes op de Neude.

Relatieve waardering van gemeenten vanuit een stedelijk recreatief oogpunt **Figuur 1**



De schaal stelt een relatieve waardering voor van negatief (wit) naar positief (rood).

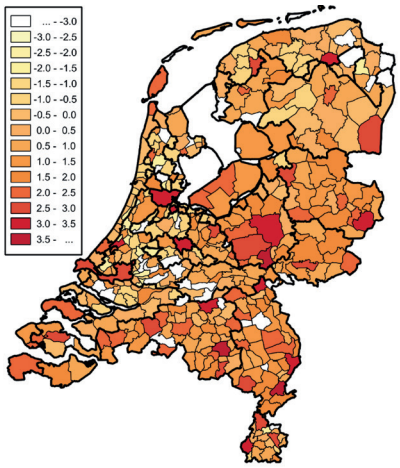
Bij veel gemeenten is er dus sprake van een inverse relatie tussen de twee typen waarderingen: gemeenten die sterk gewaardeerd worden vanuit een buitenrecreatief oogpunt doen het minder goed vanuit stedelijk recreatief oogpunt en andersom. Opvallend is echter dat sommige gemeenten op beide vormen van recreatief goed scoren (bijvoorbeeld Apeldoorn, Arnhem en Roermond) of juist op beide vormen slecht scoren. Veel gemeenten in het Groene Hart vallen in deze laatste categorie, hetgeen ook bestendigd wordt door onderzoek van De Boer (2012), dat laat zien dat dit gebied behoort tot de minder gewaardeerde gebieden in Nederland (op basis van een vragenlijstonderzoek). Voor deze gemeenten is het van belang om zich te specialiseren richting (ten minste) één vorm van recreatie en de attractiviteit van hun stedelijke dan wel buitengebied te verhogen. De vraag is echter hoe ze dit kunnen bewerkstelligen. Oftewel: welke factoren waarop gestuurd kan worden zijn bepalend in de waarderingen?

De waardering van stedelijke gebieden

In het onderzoek is de invloed van verschillende factoren op de waardering van gemeenten vanuit een stedelijk recreatief oogpunt onderzocht. In lijn met de verwachting blijkt het aanbod van restaurants en winkels een sterk bepalende factor in de waardering van recreanten. Bij een groter aanbod neemt de aantrekkelijkheid van het stedelijk gebied toe.

Een opvallende en relevante bevinding van het onderzoek is dat het cultuurhistorisch karakter van het stedelijke gebied, uitgedrukt in bijvoorbeeld het aantal musea, nationale monumenten en historische districten, ook een significante en positieve invloed heeft op de aantrekkelijkheid van een stedelijk gebied. Hoewel het niet eenvoudig is om het aanbod aan cultuurhistorische objecten te vergroten, zeker wat nationale monumenten en historische districten betreft, wordt de waarde van onderhoud van dergelijke objecten voor recreatieve doeleinden in het onderzoek bevestigd. De recreant is bovendien bereid langer te reizen wanneer de cultuurhistorie beter gewaarborgd wordt in een gemeente.

Relatieve waardering van gemeenten vanuit een stedelijk buitenrecreatief oogpunt **Figuur 2**



De schaal stelt een relatieve waardering voor van negatief (wit) naar positief (rood).

Een andere opvallende bevinding is dat er een negatief interactie-effect bestaat tussen het aanbod van winkels en restaurants enerzijds en de aanwezigheid van cultuurhistorische objecten anderzijds. Dit betekent dat de positieve invloed van cultuurhistorische objecten lager wordt als er veel winkels en restaurants zijn in een gebied. Het is dus belangrijk om de juiste balans te vinden in de mix van restaurants/winkels en cultuurhistorische objecten.
Samengevat laat het onderzoek zien dat investeringen in cultureel erfgoed extra bezoekers zullen genereren en het mogelijk maken om een stedelijke bestemming zich te laten onderscheiden van andere bestemmingen.

De waardering van buitengebieden

Het onderzoek heeft zich ook gericht op de factoren die bepalend zijn in de waardering van buitengebieden (natuurgebieden). Hier blijken drie factoren van belang. Allereerst is de grootte van het betreffende gebied (in vierkante kilometers) relevant. Grotere gebieden hebben, in lijn met de verwachting, meer recreatieve waarde.
Net als bij stedelijke gebieden blijkt het cultuurhistorisch karakter van een buitengebied, uitgedrukt in het aantal nationale monumenten, een positieve invloed te hebben op de waardering van recreanten. Het aantal monumenten kan gezien worden als reflectie van de identiteit van een buitengebied. Het positieve effect laat zien dat consumenten locaties met een specifiek karakter hoger waarderen.
De derde en meest opvallende factor die van belang is, is de diversiteit van het buitengebied in termen van het aantal verschillende landschapstypen waaruit het gebied bestaat. Hoe groter de diversiteit, hoe hoger de waardering van consumenten. Deze factor biedt een verklaring voor de relatief lage waardering voor buitengebieden als het Groene Hart of de Hoeksche Waard. Zo zijn dit redelijk monotone gebieden die voornamelijk bestaan uit agrarisch landschap en water. De waarde van deze gebieden zou relatief makkelijk vergroot kunnen worden door een minder dominant landschapstype toe te voegen.
Een laatste factor die onderzocht is betreft de ecologische waarde van het buitengebied, uitgedrukt in het aantal vierkante kilometers dat een ecologische indicatie heeft. Verbazingwekkend genoeg blijkt deze factor geen invloed te hebben op de waardering van recreanten voor een buitengebied.
Samengevat moeten gemeenten, om de aantrekkelijkheid van hun buitengebieden te vergroten, letten op de grootte, de diversiteit en het cultuurhistorisch karakter van het gebied. Vanuit een recreatief oogpunt hoeven ze geen aandacht te besteden aan de ecologische waarde van het gebied.

Conclusie

Nederlandse gemeenten zetten terecht hun middelen in om de recreatieve en toeristische attractie te vergroten: de markt is enorm en kan een grote impuls voor de lokale ondernemer betekenen. De recreant heeft echter duidelijke voorkeuren. Als gemeenten de juiste keuzes maken, is het mogelijk om de recreant (iets) langer te laten reizen, wat een impuls voor de lokale markt kan betekenen. Gemeenten doen er goed aan het cultuurhistorische karakter van hun omgeving te waarborgen, omdat dit de recreant aantrekt voor zowel buitenrecreatieve als stedelijk recreatieve trips. De diversiteit aan landschapstypen speelt daarnaast een belangrijke rol in de waardering van buitengebieden. Uiteraard is er een limiet aan de mogelijkheden, want elke gemeente heeft te maken met concurrentie in de omgeving en soms wil de consument ook niet meer van hetzelfde. Dit onderzoek heeft laten zien waar de mogelijkheden liggen, en in hoeverre de consument reageert op bepaalde beleidskeuzes. ■

REFERENTIES

Boer, T.A. de (2010). *Waardering en recreatief gebruik van Nationale Landschappen door haar bewoners*. Alterra, Wageningen.
CBS (2012). *Toerisme en recreatie in cijfers*. Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag/Heerlen.
Gosens, T.C.A.P. (2014). *The value of recreational areas in urban regions*. Vrije Universiteit, Amsterdam.
Jansen, J.C. (2013). Stadshart sterker door meer cultuur. *Recreatie en Toerisme*, Nieuwegein.
Kamer van Koophandel (2011). *Meer aandacht – minder financiën. Gemeentelijk beleidsonderzoek toerisme & recreatie 2011*. Gezamenlijke Kamers van Koophandel in Nederland, Den Haag.
NBTC-NIPO Research (2013). *ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) 2012-2013 Kerncijfers*. NBTC-NIPO Research, Den Haag.