

A scenic landscape featuring a dirt path that winds through tall, golden-brown grasses. In the background, a dense forest of evergreen trees is visible under a soft, hazy sky. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and a lens flare effect on the left side of the image. The overall atmosphere is peaceful and natural.

# Richting duurzamer toerisme in Nationale Parken

*Een verkenning van lessen uit  
bijzondere Europese praktijken*

**Channah Smith-Barneveld, Arjaan Pellis, Roel During en Machiel Lamers**

Introductie	Leeswijzer	Overzicht <i>best practices</i>	Relaties tussen <i>best practices</i> en generieke lessen				
5	7	8	10				
<b>Netzwerks Schweizer Pärke</b> Zwitserland	<b>Fulufjället National Park</b> Zweden	<b>Fundació Catalunya La Pedrera</b> Spanje	<b>Hoge Kempen National Park</b> België	<b>Hohe Tauern National Park</b> Oostenrijk	<b>Nuoksio National Park</b> Finland	<b>Oulanka National Park</b> Finland	
17	23	28	35	40	47	52	
<b>Parc National de Forêts</b> Frankrijk	<b>Peneda Geres National Park</b> Portugal	<b>Royal Society for the Protection of Birds</b> Verenigd Koninkrijk	<b>Sociale media monitoring</b> Duitsland	<b>Thingvellir National Park</b> IJsland	<b>Thy National Park</b> Denemarken	<b>Triglav National Park</b> Slovenië	<b>Yorkshire Dales National Park</b> Verenigd Koninkrijk
59	64	71	76	81	86	93	98
						Verantwoording	Annex 1: Shortlist essentiële aspecten duurzame ontwikkeling van toerisme rondom Nederlandse Nationale Parken
						104	105



**Figuur 1: Geografische verdeling van best practices**

- Nationaal park als *best practice*
- Nationaal initiatief/samenwerking als *best practice*



## Introductie

Toerisme en recreatie wordt meestal als noodzakelijk kwaad gezien in de context van Nederlandse natuurgebieden. Waar COVID-19 nog slechts een voorproefje is voor wat komen gaat, zal naar alle verwachting de recreatiedruk blijven toenemen. Hier is veel verzet tegen vanuit lokale belangenorganisaties, en ook binnen nationale parken wordt deze druk veelal onacceptabel geacht. Als het aan sommige natuurbeheerders ligt moet veel natuur dan ook beter beschermd worden tegen de komst van al die bezoekers.

Desalniettemin willen Nederlandse nationale parken zich meer gaan richten op de verbreding en opschaling richting Nationale Parken Nieuwe Stijl (NP+) opdat nationale en internationale bezoekers Nederlands natuurschoon kunnen komen bewonderen, de natuurkwaliteit kan worden verbeterd, en dat lokale gemeenschappen meer verbinding krijgen met de natuur. De nieuwe nationale parken zouden vooral iconische natuur moeten herbergen die (inter)nationale aantrekkingskracht hebben voor deze en toekomstige generaties.

Branding van de NP nieuwe stijl is gericht op het onderscheidende van het betreffende park. Ieder park en ieder landschap heeft zijn eigen karakter. Hierin komen zowel historische, landschappelijke, culturele en sociale aspecten naar voren. Ook toerisme en recreatie spelen hier een rol in. Er zijn ooit keuzes gemaakt voor bezoekerscentra, informatieborden met tal van regels, de aanleg van paden, parkeerplaatsen, et cetera. Maar die keuzes staan onder druk gezien veranderende ontwikkelingen in het recreatielandschap en de wens om op te schalen naar die nieuwe stijl.

Naast opschaling wordt er momenteel veel gesproken over het beter spreiden van bezoekers (ofwel recreatiezonering) om de druk op de natuur te verminderen. Echter, met verspreiding en zonering bevestig je niet alleen dat recreatie een probleem is, je verspreidt daarmee ook het probleem naar andere recreatielandschappen. De vraag is of dit op termijn een goede strategie zal blijken, of dat het een symptoombestrijding is. In deze gids argumenteren we dat het spreiden van het probleem niet noodzakelijk een oplossing hoeft te zijn. Door toerisme en recreatie beter te omarmen binnen Nederlandse natuurgebieden, kunnen we een reeks van alternatieve benaderingen inbeelden. Dergelijke alternatieven zijn geselecteerd door de auteurs van deze gids na een bestudering van talrijke recreatie- en managementpraktijken in en rondom verschillende Europese nationale parken.

Sommige van deze praktijken zijn al meer dan een eeuw oud, terwijl anderen meer recentelijk zijn ontstaan. Er zijn tal van manieren waarop toerisme en recreatie duurzamer kan worden, maar – en zo blijkt uit tal van 'best practices' in deze gids – deze duurzame manieren zijn zeer context gebonden. Het toerisme, de natuur, alsook de bredere samenleving, zijn daarbij in voortdurende ontwikkeling. Daarnaast is er nooit één best practice, maar zijn er velen waar we elementen van kunnen (h)erkennen ter inspiratie om het anders aan te pakken. Dit vergt wellicht ook

een loslaten van essentialistische opvattingen over de natuur. Dit vergt dat besluiten over de natuur niet alleen bij natuurparken zelf liggen; bewoners en andere stakeholders moeten mee kunnen besluiten over hoe de natuur sterker wordt opdat de verbinding met die natuur groter wordt.

# Leeswijzer

In deze gids bespreken we 15 toerisme management praktijken in de context van verschillende nationale parken of nationale initiatieven. Ieder park of initiatief kent haar eigen geschiedenis en inzichten die park managers graag delen met praktijkgenoten elders in Europa. Het is aan de lezer om te bepalen welke inzichten aanspreken en of deze toegepast kunnen worden in zijn of haar eigen parkcontext. Ter ondersteuning bespreken we hieronder alvast in het kort een reeks aan generieke inzichten die wij uit verschillende best practices hebben opgedaan. Ook bieden we een tabel aan waaruit duidelijk wordt in welk hoofdstuk verdere details staan uitgewerkt in de context van verschillende best practices in Europa. Ten slotte geven we een korte methodologische verantwoording ter uitleg van het proces waarin deze best practices verkregen zijn.

## Generieke inzichten

### INZICHT 1

#### Infrastructuur: meer of minder?

De infrastructuur in nationale parken evolueert logischerwijs met het verwachte aantal bezoekers om deze groei ook in de toekomst aan te kunnen. Logischerwijs wordt er dan vaak voor gekozen om de infrastructuur dan ook maar verder uit te breiden: meer en bredere paden voor voetgangers en fietsers, meer parkeerlocaties, bredere aanvoerwegen, etc. Het gevolg is dat bezoekers makkelijker in een groter deel van het park te vinden zijn. In deze gids laten we een reeks voorbeelden zien waaruit blijkt dat juist minder of geen infrastructuur kan leiden tot een beter management van het toerisme in nationale parken.

Er kan tegelijkertijd gekozen worden om sterke infrastructuur te ontwikkelen op plekken waar bezoekers – vanuit een ecologisch perspectief – welkom zijn in het park. Daar waar uitstekende in-

frastructuur is en extra voorzieningen worden aangeboden zullen bezoekers ook de belangrijkste ervaringen opdoen. Door de infrastructuur zo op een beperkt aantal plekken te bieden kan er dan ook een bepaalde mate van controle zijn op bezoekersstromen zonder dat dat ten koste hoeft te gaan aan de ervaring van de meeste bezoekers. Recreatie drukte – zo blijkt vaak – hoeft niet altijd een negatief effect te hebben op de ervaring van de beschikbare natuur. De ergernissen zitten hem vaak in de aanloop naar een gebied (toegangswegen, overvolle parkeerlocaties).

### INZICHT 2

#### Extensief of invasief bezoekersmanagement?

Nationale parken nieuwe stijl kunnen zelfs nog een stap verder gaan met de vraag of er meer of minder infrastructuur nodig is in of rond een nationaal park. Om met recreatiedruk om te gaan kan men ook totaal een ander designprincipe hanteren, namelijk dat van een meer extensief bezoekersmanagement. Dit kan bijvoorbeeld door de blik meer op de regio te richten en deze als (natuur)bestemming te zien. Zo hoeft je niet per se bezoekerscentra midden in een nationaal park te zetten, maar juist meer daarbuiten. Daarmee ontzorg je niet alleen het ecologische hart van het nationaal park, je biedt daarmee ook kansen om de natuur verder te vergroten naar verloop van tijd.

Ook geef je bezoekers in dergelijke buitenechtelijke bezoekerscentra dan de illusie dat ze in het nationale park zijn (geweest). Feitelijk gezien is dat ook zoals deze nieuwe onthaalpoorten onderdeel worden gemaakt van het nationale park concept ter plaatse. Tenslotte zijn extensieve bezoekerscentra een manier om logische verbindingen met de lokale cultuur en economie te maken, wat een stuk lastiger is in het geval van meer invasieve bezoekerscentra die zich midden in de natuur bevinden (nu vaak de gangbare manier). Door verder kijken dan de traditionele grenzen van het nationale park en de natuur te ontzorgen in de kern, bied je dus kansen voor regionale samenwerkingen met lokale gemeentes, ondernemers.





Minder infrastructuur in de kern kan daarnaast ook een middel zijn om de natuur meer ruimte te geven. Dit kan door bijvoorbeeld geen extra parkeerplaatsen aan te leggen en grote infrastructuur alleen te plaatsen rond strategische onthaalpoorten. Dit vergt doordenken omdat je hiermee een breder mobiliteitsprobleem dient aan te pakken in de huidige context. Het ontmoedigen van autoverkeer is hierbij een belangrijke overweging, maar dan moet je goede alternatieven bieden om bezoekers alsnog te ontvangen. Openbaar vervoeropties zouden meer aandacht kunnen krijgen en alternatieve ervaringen kunnen bieden. De ergernissen op huidige toegangswegen kun je bijvoorbeeld vervangen met thematische openbaar vervoer opties waarbij de ervaring al begint voordat men aankomt in het park. Nu is veel parkinfrastructuur vooral gebouwd rondom parkeerlocaties. Vervang je deze tot een bepaalde hoogte met openbaar vervoer mogelijkheden/routes rondom het nationaal park (bijvoorbeeld nabij de nieuwe onthaalpoorten), dan kun je op een

strategische wijze recreatievoorzieningen ontwikkelen en oude routes verwijderen om meer ruimte te bieden aan de natuur.

### INZICHT 3

#### De mens als productief deel van het ecosysteem

n plaats van de natuur puur als een ecosysteemdienst te zien die vooral ten goede moet komen van de mens, hebben Europese voorbeelden vaak laten zien dat het ook andersom kan. Zo kan recreatie en vrijwilligerswerk worden ingezet om juist iets bij te dragen aan de natuur. De natuur is dan niet zozeer een bestemming waar we naar toe gaan om kortstondig iets te ervaren (en puur te consumeren), maar juist ook een plaats waar we productief aan bijdragen, waar we iets achterlaten, naar terugkeren, en zien als onderdeel van ons dagelijkse leven. Als we bezoekers op deze manier serieuzer gaan nemen kunnen we ook anders gaan nadenken over hoe we de natuur samen met hen willen vormgeven, maar ook hoe de natuur een belangrijk(er) onderdeel

kan vormen in het dagelijkse leven. Op termijn zouden we zelfs afscheid kunnen nemen van de term bezoekers omdat die term impliceert dat men er tijdelijk 'op bezoek' is. terwijl het doel is de verbinding sterker en blijvender te maken.

Een belangrijk onderdeel is dat – bij een voorlopig gebrek aan een betere term – 'bezoekers' een gevoel van verantwoordelijkheid krijgen door te ervaren dat hun bijdrage, zowel in tijd als geld, een verschil kan maken. Al is toerisme en recreatie vaak niet toereikend als kostendekking van natuurontwikkeling en onderhoud, het kan zeker een belangrijke bijdrage leveren en dat mag ook best zichtbaar(der) gemaakt worden. Vaak voelen bezoekers ook de behoefte om niet alleen maar plaatsen te bezoeken, maar er ook iets te willen achterlaten of meenemen dat een betekenis genereert. Zo zouden plaatsgebonden teksten uit het verleden ('I was here') omgevormd kunnen worden naar teksten in het heden ('I contribute/connect/belonghere').

### INZICHT 4

#### Geef lokale bewoners en ondernemers een stem en communiceer

Beslissingen zouden niet alleen door park management gemaakt moeten worden maar in samenspraak en samenwerking met de omgeving. Dit kan alleen als park management op de hoogte is van wat er speelt in die omgeving, en andersom. Regelmatige onderlinge communicatie kan helpen om lastige en langdurige conflicten om te buigen naar een meer continue dialoog, om hoge verwachtingen of frustraties te temperen en ideeën en plannen te delen. Voor bewoners is het ook goed om te weten waar ze terecht kunnen als ze iets willen delen en samen verantwoordelijkheid willen nemen in een gebied. Soms leidt dat zelfs tot een gemeenschapsbesluit om een gebied een beschermde status te geven omdat de gemeenschap dat zelf ziet zitten.

Een vaak genoemd alsook symbolisch middel om deze communicatie te bevorderen is koffie. Persoonlijk contact middels een kopje koffie heeft in verschillende nationale parken de relatie met de omgeving positief beïnvloed. Dit zou ook mooi passen binnen de Nederlandse koffiecultuur. Echter wordt er wel eens gezegd dat Nederlanders vooral goed zijn in polderen en discussiëren, maar dat er weinig gezamenlijke actie ondernomen wordt. De actie die vanuit deze communicatie nodig is, is om lokale bewoners en organisaties ook meer verantwoordelijkheid te geven voor een deel van de activiteiten die in en rond het park georganiseerd worden. Dit vergt wel structurele financiering en lokaal leiderschap. Het drinken van koffie is een eerste symbolische stap op de route richting inclusieve besluitvorming en communicatie.

Veelal in de eerste fases van recreatieve en toeristische ontwikkelingen zien we het belang van met bewoners om de tafel te gaan zitten. Juist aan de keukentafel worden ideeën en frustraties gedeeld en kan hierop ingespeeld worden in het verder formaliseren van activiteiten en zonerings. Belangrijk bij het meekrijgen van bewoners is dat er open gecommuniceerd wordt en dat verwachtingen niet te groot worden gemaakt (bijv. met toerisme komen er vele banen in de regio). Dergelijke voorspiegelingen kunnen later tegen het park gebruikt worden. Daarnaast is het raadzaam om continuïteit te behouden in het onderling delen van ideeën alsook optrekken in de verdere ontwikkelingen rondom het toerisme, iets wat bijvoorbeeld sterk wordt gestimuleerd in de *Europarc Charter for Sustainable Tourism*.

Dit leidt in de praktijk niet alleen tot kopjes koffie drinken, maar ook tot het direct betrekken van bewoners die zich in willen zetten voor hun natuurlijke regio. Ook worden vaak forums ingezet waar met regelmaat gedachtes worden gewisseld met vele soorten stakeholders, soms zelfs op manieren waar vele lagen van de samenleving alsook politieke niveaus (tot aan de minister) aansluiten in een continue dialoog.

## INZICHT 5

### Duurzame ontwikkeling vraagt om helden(verhalen)

Duurzame ontwikkeling ontstaat niet vanzelf, zeker niet als daar vele partijen aan mee moeten doen die ieder hun eigen gedachten hebben over wat de problemen en mogelijke oplossingen zijn in de regio. In veel voorbeelden zien we dat er lokale trekkers met een visie nodig zijn die anders durven te denken en doen. Ze moeten omstanders kunnen overtuigen met een stoutmoedige visie om zo iedereen aan boord te krijgen. Maar daarnaast hebben dergelijke visionairs ook een netwerk nodig in de regio om gezamenlijk stappen mee te kunnen zetten. De lange looptijd van deze dialoog en dit gezamenlijke traject vergen uithoudingsvermogen en een lange termijn visie. In sommige voorbeelden heeft het soms wel 10 jaar geduurd voordat iedereen aan boord was en er begonnen kon worden met het formaliseren van een nieuw nationaal park en aanverwante toeristische zoneringsen en activiteiten.

In de ontwikkeling van toekomstvisies wordt er veel waarde gehecht aan de lokale context waarbinnen parken en toerisme een uniek karakter kunnen vormen. Dat karakter wil je het liefst aan laten sluiten bij de regionale cultuur en historie. Het lijkt dus niet logisch om zomaar een eiland aan natuur te ontwikkelen die misschien voldoet aan bepaalde functionele natuur, maar dat verder los staat van eeuwenoude gebruiken waar mensen op een of andere manier hebben geleefd van en met de natuur. Men is bereid om bijvoorbeeld te kijken naar minder intensieve boskap mits andere alternatieven beschikbaar komen. Daar is een sterke visie voor nodig die de belangen van meerdere partijen kan dragen en die ook verwijst naar wat er speelt in de sociaal-culturele context van het nieuwe nationale park. Het is uiteindelijk van belang dat betrokken partijen zich goed kunnen binden met een verhaal over toerisme en recreatie waar men onderling van profiteert en van een samenhangend branding van een unieke regio.

## INZICHT 6

### Natuureducatie en betekenisvolle interacties in de natuur

Wat vaak wordt vergeten is dat een belangrijke bijdrage van duurzaam toerisme de ervaringen in de natuur zijn die bezoekers meenemen naar huis. Om in deze ervaring ook een gevoel van bewustwording te leggen worden educatieve elementen vaak toegepast in nationale parken. Zo kan er op een speelse manier over het belang van het nationale park en natuur(behoud) worden verteld. Dat is op zich niets nieuws. Toch is het mooi om te zien hoe er in het buitenland op verschillende manieren gewerkt wordt aan natuureducatie, waarbij het soms zelfs tot de kern van het nationale park wordt verheven.

Voorbeelden hiervan zijnde ontwikkeling van nationale parkscholen waarbij bewoners, ondernemers en buitenstaanders langdurige cursussen kunnen volgen, tot het in vaste dienst nemen van park rangers die op vaste tijden beschikbaar staan voor het publiek om te vertellen over de natuur. Dat laatste element is niet altijd vanzelfsprekend. Bos en natuurbeheerders zijn veelal in de weer met het beheer, en niet noodzakelijk in interactie daarover met de bezoekers. Het zijn eerder vrijwilligers die op tijdelijke basis een dergelijke rol spelen, maar om de juiste informatie beschikbaar te stellen moeten ook vrijwilligers goed opgeleid worden. Een bijkomend risico is dat vrijwilligers na verloop van tijd wegvallen en kennis verloren gaat.

Het opleiden van bezoekers kan veel opleveren. Bezoekers kunnen zelfs tijdelijk vrijwilligers worden mits een park dat goed faciliteert. Door tijd en extra handen in te zetten kan een zinvolle bijdrage aan het beheer van het gebied worden geboden voor maatregelen waar wellicht in het park niet voldoende middelen voor zijn. Door zo actief een bijdrage te leveren (zie ook eerder inzicht 3) leren bezoekers niet alleen over de regio en de natuur, ze creëren ook een diepere connectie met het park wat vaak leidt tot herhaalbezoekers.

Ten slotte, in Nederlandse parken wordt al op verschillende manieren ingezet op natuureducatie, maar is er nog weinig bekend over wat de exacte effecten van die verschillende benaderingen zijn. Meer samenwerken en onderzoek op dit vlak zou kunnen lonen.

## INZICHT 7

### Samenwerken loont

Het klinkt misschien heel logisch, maar je hoeft het inderdaad niet allemaal alleen uit te vogelen! Door samen te werken met andere nationale parken kan er geleerd worden van fouten maar ook van de succesverhalen. Door regelmatig contact te hebben kunnen initiatieven die succesvol zijn gebleken (deels) elders overgenomen worden. Dat is in principe ook de hele essentie van dit *best practice*-initiatief. Het kan zowel tijd als kosten besparen. Dit kan ook bereikt worden door te werken met overkoepelende regionale of nationale organisaties waardoor losse initiatieven efficiënter en effectiever kunnen worden uitgezet.

Natuureducatie is een voorbeeld van zo'n initiatief, maar je kunt ook denken aan samenwerkingen tussen disciplines binnen een natuurbestemming, samenwerking tussen parken als het gaat over structureel monitoren van bezoekers (ter onderlinge vergelijking maar ook in de kostenbesparingen die daarbij komen kijken), of atypische samenwerkingen tussen sectoren. Een voorbeeld van het laatste is de financiering van een stuk natuur door een toeristisch initiatief elders. Zo zou je een koppeling kunnen maken tussen winst uit culturele instellingen in de stad en ontwikkelingen in de natuur buiten die stad. Bezoekers zouden zelfs daarmee concreet kunnen zien hoe hun bezoekerskaartje een directe bijdrage levert aan ontwikkelingen elders. Dat geeft misschien niet alleen een goed gevoel, het kan ook leiden tot concrete bezoeken aan die ontwikkelingen op termijn mits daar infrastructuur voor gemaakt wordt en dit wenselijk is.

Tenslotte is er uit alle gesprekken met Nederlandse en buitenlandse parkvertegenwoordigers gebleken dat er unaniem behoefte is aan kennisuitwisseling. Binnen Nederland is er een duidelijke vraag naar meer uitwisseling over hoe men omgaat met recreatieontwikkelingen. Ook in het buitenland wil men graag van andere parken leren wat wel of niet werkt en graag op de hoogte blijven van ontwikkelingen. Veel van de problemen en oplossingen zijn context specifiek, maar andere ontwikkelingen hebben overlap met wat er zich elders op soortgelijke wijze afspeelt. Zo is over-toerisme - of de vrees daarvoor - zeker niet iets wat alleen in Nederland speelt. Het is echter ook niet overal een issue. Door verwante problemen en oplossingen in verschillende Europese regio's te vergelijken kunnen we blijven leren van verschillende praktijken. Langdurige samenwerkingen kunnen helpen om structureel vorm te blijven geven aan reflectie en lessen in de toekomst.

### Leeswijzer

De volgende tabellen geven een beknopt overzicht van de inhoud (tabel 1) en de relatie tot generieke inzichten (tabel 2) zoals hierboven beschreven. Paginanummers staan vermeld ter referentie, en er zijn links ingevoegd waar u als lezer handig gebruik van kunt maken om direct meer te leren over een praktijk. Voorbeeldpraktijken worden in ieder hoofdstuk kort ingeleid middels relevante context, de recreatieve en toeristische uitdagingen die spelen of hebben gespeeld, ingezette strategieën alsook uitkomsten die daaruit zijn voortgekomen. Daarbij gaan we in op zowel de successen als verdere uitdagingen, waarbinnen strategieën ook in de toekomst verder zullen evolueren.

Tabel 1: Overzicht Best Practices

Hoofdstuk & Best Practice	Korte omschrijving	
<a href="#">Netzwerks Schweizer Pärke</a> Zwitserland	Bezoekers kunnen zakelijke bezoekers worden die niet zozeer voor een zakelijke activiteit naar een NP komen, maar ook een mogelijk interessante bijdrage aan een park leveren alsook kwaliteit van werk voor deze bezoekers. Voor betrokken bedrijven draagt een dergelijk initiatief toe aan sociaal en ecologisch verantwoord ondernemen. Een potentiële win-win-win dus voor bedrijven, medewerkers en aangesloten natuurparken.	17
<a href="#">Fulufjället National Park</a> Zweden	Om omwonenden de kans te geven om frustraties en vragen te uiten worden er regelmatig Fika (koffie) momenten georganiseerd met het park management. Belang van collectief optrekken met ondernemende bewoners kan toerisme binnen een netwerk versterken.	23
<a href="#">Fundació Catalunya La Pedrera</a> Spanje	De inkomsten van bezoek aan het Gaudi House in Barcelona worden gebruikt om verschillende natuurgebieden in de regio te verbinden alsook te onderhouden.	28
<a href="#">Hoge Kempen National Park</a> België	Een transitie van invasief naar extensief organiseren van park en bezoekers. De blik moet daarbij niet slechts op het nationaal park zijn, maar op de regio als bestemming. Op deze manier worden drukteproblemen elders opgelost en niet in de kern van het park, waar de natuur kwetsbaar is.	35
<a href="#">Hohe Tauern National Park</a> Oostenrijk	Fulltime rangers zijn aangenomen om in het park aanwezig te zijn en informatie over de natuur te delen met bezoekers. Daarnaast zijn onderwijs programma's en scholen van hoge kwaliteit opgezet.	40
<a href="#">Nuuksio National Park</a> Finland	Gebruik van kunstmatige intelligentie en parkeerinformatie om (potentiële) bezoekers bewust te maken van de mogelijke drukte die er op dat moment is. Eigenlijk is het een vorm van self-monitoring want door het delen van live camera beelden worden bezoekers bewust van hun eigen gedrag en de drukte die dat kan veroorzaken.	47
<a href="#">Oulanka National Park</a> Finland	Infrastructuur wordt in veel gebieden van het park zo veel mogelijk beperkt zodat bezoekers automatisch richting een bepaald gebied worden geleid. Om bezoekers verder te spreiden, weg van de fragiele natuur, is het park in nauw contact met andere natuurgebieden in de regio om ook daar bezoekers naartoe te verleiden.	52

<a href="#">Parc National de Forêts</a> Frankrijk	Een nieuw nationaal park dat ondanks veel verzet het overgrote merendeel van de bevolking heeft weten te overtuigen zich aan te sluiten bij dit nieuwe initiatief dat zichzelf een voorbeeld van duurzaam toerisme noemt.	59
<a href="#">Peneda Geres National Park</a> Portugal	Om het contact tussen bezoekers en lokale bewoners en ondernemers te bevorderen is een lange wandelroute opgezet waarbij de wandelaars worden aangemoedigd om niet alleen de natuur te ontdekken maar ook de cultuur die in de passerende dorpen te vinden is.	64
<a href="#">Royal Society for the Protection of Birds</a> Verenigd Koninkrijk	Het streamlinen van bezoekersmonitoring door een landelijk opererende stichting. Kostenbesparend en gespecialiseerd, tot en met het inzetten van satellieten om overal dekking te hebben waar gewenst. Maar ook interdepartementale samenwerkingen waarbinnen verschillende observaties aan elkaar gekoppeld worden en besluiten rondom bezoekersmanagement gemaakt kunnen worden.	71
<a href="#">Sociale media monitoring</a> Duitsland	Het is in toenemende mate mogelijk om bezoekersinformatie in te winnen via de sociale media door foto's en geo-data te analyseren. Dit lijkt handig voor afgelegen gebieden en zou kostenbesparend kunnen zijn in vergelijking met dure installaties of tijdrovende persoonlijke observaties in parken. Deze technologische benadering biedt perspectief voor de toekomst maar lijkt ook beperkt gezien de representativiteit en toegang tot een paar sociale media.	76
<a href="#">Thingvellir National Park</a> IJsland	In plaats van bezoekers het hele park te laten verkennen zorgen ze er in dit NP voor dat de infrastructuur de natuur ondersteunt op plekken waar bezoekersaantallen het hoogst zijn.	81
<a href="#">Thy National Park</a> Denemarken	Om vrijwilligers kennis op te laten doen over het park en een gevoel van trots mee te geven worden cursussen gegeven. Ook is een <i>National Park School</i> opgezet, een concept dat ook wordt gedeeld met andere Deense nationale parken.	86
<a href="#">Triglav National Park</a> Slovenië	Door lokale stakeholders verantwoordelijk te maken voor regionale parkactiviteiten is een sterker gevoel van eigendom en verbeterde samenwerking ontstaan.	93
<a href="#">Yorkshire Dales National Park</a> Verenigd Koninkrijk	Om de meest gebruikte wandelpaden te kunnen onderhouden is een <i>visitor payback scheme</i> opgezet. Om dit project persoonlijker te maken is een ranger aangesteld om zichtbaar te maken aan bezoekers wat voor onderhoud er aan de paden wordt gedaan en ze aan te moedigen hier financieel aan bij te dragen.	98



Tabel 2: Relaties tussen Best Practices en Generieke Lessen

Hoofdstuk en <i>best practice</i> voor inzicht	INZICHT 1 Infrastructuur: meer of minder?	INZICHT 2 Extensief vs invasief bezoekersmanagement	INZICHT 3 De mens als productief deel van het ecosysteem	INZICHT 4 Geef lokale bewoners en ondernemers een stem en communiceer	INZICHT 5 Duurzame ontwikkeling vraagt om lokale helden (verhalen)	INZICHT 6 Natuureducatie en betekenisvolle interacties in de natuur	INZICHT 7 Samenwerken loont
<a href="#">Netzwerks Schweizer Pärke</a>							
<a href="#">Fulufjället National Park</a>							
<a href="#">Fundació La Pedrera</a>							
<a href="#">Hoge Kempen National Park</a>							
<a href="#">Hohe Tauern National Park</a>							
<a href="#">Nuuksio National Park</a>							
<a href="#">Oulanka National Park</a>							
<a href="#">Parc National de Forêts</a>							
<a href="#">Peneda Geres National Park</a>							
<a href="#">Royal Society for the Protection of Birds</a>							
<a href="#">Sociale media monitoring</a>							
<a href="#">Thingvellir National Park</a>							
<a href="#">Thy National Park</a>							
<a href="#">Triglav National Park</a>							
<a href="#">Yorkshire Dales National Park</a>							



# Netwerks Schweizer Pärke

## *Sociaal verantwoord vrijwilligerswerk in Zwitserse parken*

Zwitserland kent interessant genoeg maar één nationaal park, het Schweizerischer Nationalpark. Dit park heeft zich momenteel (nog) niet aangesloten bij een breder Zwitserse initiatief waar corporate vrijwilligers ontvangen worden in de natuur. Andere Zwitserse parken zijn zogenaamde regionale natuurparken. Het voornaamste verschil tussen een nationaal park en een regionaal natuurpark is dat het nationaal park beschermde zones kent welke strikt genomen niet te vinden zijn in de regionale natuurparken. In de laatste parken ligt de focus veel meer op het vinden van een balans tussen het ondersteunen van natuurbehoud en de regionale economie.

### INFORMATIE

SAMENSTELLING 10 van de 19 (nationale) parken in Zwitserland hebben zich aangesloten bij het corporate volunteering initiatief van het 'Swiss Parks Network': Parc Jura Vaudois, Parc Régional Chasseral, Naturpark Gantrisch, Naturpark Diemtigtal, Naturpark Pfyn-Finges, Jurapark Aargau, Naturpark Schaffhausen, Naturpark Beverin, Parc Ela en Biosfera Val Müstair INITIATIEF OPGEZET 2013  
AANTAL CORPORATE VRIJWILLIGERS IN 2019 1173





## Achtergrond van nationale parken en vrijwilligerswerk in Zwitserland

Ongeveer een derde van de Zwitserse bevolking boven de 15 jaar is betrokken bij vrijwilligerswerk. Gemiddeld besteed een Zwitser een halve dag per week aan vrijwilligerswerk. Deze tijd wordt vooral besteed aan activiteiten bij sport verenigingen en culturele instanties. Het concept van vrijwilligerswerk is dus diep geworteld in Zwitserland. Ook in berggebieden werd de bescherming van de bossen tegen lawines en natuurrampen van oudsher door de gemeenschap zelf gedaan. Daarnaast was het in de 19e eeuw zo dat iedereen die iets van zichzelf wilde maken, werd geacht om een vrijwilligersrol op zich te nemen. En nog steeds zet een relatief groot deel van de bevolking zich op deze manier in voor de samenleving.

## De kans: koppel bedrijven aan natuurparken

Tien regionale natuurparken in Zwitserland hebben zich sinds 2013 aangesloten bij *Swiss Parks Network (Netzwerks Schweizer Pärke)*. Dit is de overkoepelende organisatie voor alle parken in het land die een programma heeft opgezet waarbij ze bedrijven koppelen aan parken. Dit biedt kansen voor zowel aangesloten bedrijven alsook de natuurparken. Er is namelijk een grote vraag vanuit de parken voor extra handen die kunnen helpen met al het onderhoud dat gedaan moet worden. Voordat dit initiatief met corporate volunteers bestond, werden vele taken, waar mogelijk, opgepakt door vrijwilligers uit de buurt. Het werven van deze vrijwilligers koste echter veel tijd voor het park, en het park moest opdraaien voor de kosten die op vrijwilligersdagen werden gemaakt zoals maaltijden en materialen. Parken worstelden verder met een gestructureerde coördinatie van deze eerder genoemde vrijwilligersdagen. Daarnaast was er de vraag vanuit bedrijven om iets voor hun werknemers te kunnen betekenen en tegelijkertijd iets bij te dragen aan de parken. Echter was er op dat moment geen vast contactpunt waar deze bedrijven terecht konden om met de parken in contact te komen.

Dit heeft er uiteindelijk toe geleid dat het corporate volunteering programma in 2013 is opgezet, waarbij een medewerker van de *Swiss Parks Network* als tussenpersoon fungeert tussen de parken en bedrijven. Vanuit dit initiatief worden sinds 2014 vrijwilligersdagen georganiseerd voor werknemers van grote bedrijven. Dit zijn bedrijven die ernaar streven om bij te dragen aan ecologische duurzaamheid en hun werknemers hier actief bij willen betrekken. Sinds steeds meer bedrijven duurzaamheid doelen opzetten is dit programma een uitgelezen kans geweest om op in te schrijven.



Vrijwilligers aan het snoeien (foto: Aline Oertli)

## De aanpak

*Swiss Parks Network* is een non-profit organisatie. Het corporate volunteering initiatief is zo opgezet dat het zichzelf financiert. De parken betalen een jaarlijkse contributie aan *Swiss Parks Network* voor de diensten die zij aanbieden, namelijk de parken en bedrijven met elkaar in contact brengen. De bedrijven draaien op voor de kosten van de vrijwilligersdagen waaronder transport, maaltijden en andere benodigde materialen. Dit bedraagt ongeveer €105 per persoon voor een groep van 30.

Het zijn vooral grote Zwitserse bedrijven die aangeven dat ze met hun werknemers aan de slag willen gaan in een park. Dergelijke grote bedrijven hebben vaak vanuit hun CSR afdeling als doel om enerzijds hun werknemers deel te laten nemen in activiteiten die iets terug geven aan de samenleving of natuur, en anderzijds teambuilding en personal development te faciliteren.

Nadat een bedrijf heeft aangegeven dat ze graag met hun werknemers willen meedoen aan een vrijwilligersdag (of soms zelfs dagen) in één van de parken, wordt er samen met het park een datum gekozen. Dit gebeurt via een centrale werknemer binnen het *Swiss Parks Network*. Diegene wordt de 'coordination unit' genoemd, één contact persoon tijdens het hele proces voor zowel de bedrijven als de parken. Na het kiezen van een datum wordt er een standaard contract opgesteld. De bedrijven doen zelf de communicatie over dit evenementen richting hun werknemers, maar het programma, foto's en teksten worden door de 'coordination unit' aangeleverd zodat dit altijd consistent en van hoge kwaliteit blijft. Een maand voor het evenement worden de laatste details en het volledige programma doorgenomen.

Een ander doel van dit initiatief is om de lokale economie rond een park te ondersteunen. Om dit doel te bereiken worden de vrijwilligersdagen altijd samen met lokale ondernemers georganiseerd. Zo zijn de maaltijden die worden geserveerd bereid door lokale ondernemers met producten uit de regio. Wanneer werknemers van een bedrijf langskomen voor twee aaneengesloten vrijwilligersdagen, dan worden kleine pensions en bed & breakfasts ter plaatse door *Swiss Parks Networks* aangedragen. Een vrijwilligers dag bestaat uit een korte presentatie over het park en een taak. Deze taken verschillen per seizoen en park maar voorbeelden zijn: het onderhoud van paden, het bouwen van hekken of muren, het aanleggen en onderhouden van waterplassen, het werken in wijngaarden en het bouwen van schuilplaatsen voor dieren. Voor elke 10 vrijwilligers is er een

## Highlights

In Zwitserland wordt corporate volunteering ingezet als een vorm van sociaal verantwoord ondernemen door bedrijven die hun werknemers de natuur in sturen. Zo worden medewerkers gekoppeld aan een nationaal park die een paar extra handen maar al te goed kan gebruiken. Dit zorgt voor een productieve stroom van bezoekers die feitelijk iets achterlaten in het park dat ze bezoeken.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Om de vergrijzing van vrijwilligers in de nationale parken aan te pakken biedt een samenwerking met bedrijven een mooie kans. Met beperkte economische middelen kan op deze manier toch veel mankracht worden ingezet. Daarnaast laten de resultaten in Zwitserland zien dat deze vrijwilligers met meer kennis over het park alsook belang van natuurbehoud naar huis gaan, en met deze kennis het bezochte park – of juist een andere – opnieuw bezoeken.

medewerker van het park aangesteld om te helpen met de taak die uitgevoerd wordt.

Na afloop van de vrijwilligersdagen worden alle werknemers die hebben meegedaan gevraagd om een vragenlijst in te vullen. Hierin wordt geëvalueerd in hoeverre hun kennis over de natuur, en inzicht over het belang van natuuronderhoud, heeft toegenomen door het vrijwilligerswerk dat ze hebben gedaan tijdens de vrijwilligersdag. Er wordt ook gevraagd naar hun algemene indruk en hoe ze het programma en de organisatie vonden. Deze gegevens worden aan het einde van het jaar wederom centraal verzameld en geanalyseerd door het *Swiss Parks Network*. Naast deze analyse van de vragenlijsten wordt er aan het einde van





het jaar ook geëvalueerd met de parken. Er wordt dan gevraagd naar hoe zij de vrijwilligersdagen van dat jaar hebben ervaren en wat er volgens hen verbeterd kan worden.

### Uitkomsten

In Zwitserland is deze manier van vrijwilligers werven een groot succes gebleken en het aantal bedrijven dat zich hierbij aansluit groeit elk jaar. In 2019 zijn er 62 vrijwilligersdagen georganiseerd met 1173 werknemers vanuit 13 verschillende bedrijven. In totaal zijn de vrijwilligers 6847 uur bezig geweest met natuur- en landschapsonderhoud in 2019. Het totaal aantal corporate vrijwilligers is sinds het begin jaarlijks gestegen, tot 2020 toen veel van de vrijwilligersdagen door COVID-19 moesten worden geannuleerd. COVID-19 zet daarbij de financiering van de corporate volunteering programma op scherp doordat bedrijfsafhankelijke bijdrages niet meer binnen komen tijdens de pandemie. Het programma wordt gefinancierd door zowel deze bijdrages als die vanuit de aangesloten parkbijdrages.

Met een aantal bedrijven wordt al een aantal jaar samengewerkt. Deze lange termijn samenwerking wordt erg gewaardeerd door de aangesloten parken omdat ze dan beter weten op hoeveel vrijwilligers ze ongeveer per jaar kunnen rekenen. Ook is het handig dat er vele regionale parken zijn aangesloten bij de *Swiss Parks Network* gezien de terugkeer van bedrijven die ook een keer naar een andere regio willen uitstappen middels het corporate volunteering programme.

Uit de jaarlijkse evaluatie in 2019 gaf 95.3% van de vrijwilligers aan dat ze door deze dagen meer ecologisch bewustzijn hebben gekregen. Daarnaast gaf 98.2% van de vrijwilligers aan meer inzicht te hebben gekregen over de doelen van het park en was 97.7% van plan om terug te keren voor een persoonlijk bezoek

< Corporate vrijwilligers (foto: Tony Oertli)

aan het park. Voor 48% van de vrijwilligers was dit hun eerste bezoek aan het park.

### Bronnen

- [www.parks.swiss/en/discover\\_the\\_parks/especially\\_for/corporate\\_volunteering.php](http://www.parks.swiss/en/discover_the_parks/especially_for/corporate_volunteering.php)
- [www.parks.swiss/ressourcen/pdf\\_dokumente/04\\_paerke\\_entdecken/coporate\\_volunteering/2018\\_das\\_wichtigste\\_in\\_kuerze\\_en.pdf](http://www.parks.swiss/ressourcen/pdf_dokumente/04_paerke_entdecken/coporate_volunteering/2018_das_wichtigste_in_kuerze_en.pdf)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze corporate aanpak kan contact opgenomen worden met Elisa Strecke (Coordinator Corporate Volunteering, *Swiss Parks Network*).

Email: [volunteering@parks.swiss](mailto:volunteering@parks.swiss)



## INFORMATIE

NAAM Fulufjället National Park  
LOCATIE Halverwege Zweden, aan de westkant grenzend aan Noorwegen  
OPGERICHT IN 2002  
FORMAAT 38.500 hectare  
AANTAL BEZOEKERS IN 2020 83.690  
LANDSCHAP Njupeskar Waterval (de hoogste waterval van Zweden)  
TOERISME ACTIVITEITEN Wandelen (zowel korte als lange wandelingen, waarbij bezoekers kunnen overnachten in hun eigen tent of hutten die ze tegenkomen), vissen (in zomer en winter), wandelen met sneeuwschoenen, vogel spotten, natuur fotografie, hondensletochten



# Fulufjället National Park

## *Het belang van Fika*

*Fulufjället National Park* is een zo goed als ongerept natuurgebied waar in zowel de zomer als winter tal van activiteiten aangeboden worden. Zo beschikt het park over 140 km aan gemarkeerde wandelpaden met een aantal hutten onderweg waar wandelaars kunnen overnachten. Als de hutten bezet zijn voor de nacht is het toegestaan om een eigen tent op te zetten rondom de hutten. Ook is het mogelijk om meer uitdagende wandelingen te maken door buiten de gemarkeerde wandelpaden een route uit te stippelen.

< *Njupeskar, de hoogste waterval van Zweden*





Fika met partners van het nationaal park

## Park achtergrond

Ongeveer 50% van de bezoekers is internationaal, voornamelijk uit Duitsland en Nederland. Recentelijk is er ook een hoger aantal bezoekers uit België en Frankrijk naar het park gekomen. Net zoals bij de andere Zweedse nationale parken, wonen er geen mensen in het park zelf. Dit wekt de indruk dat het park in een relatief afgelegen regio ligt. Rondom het park liggen echter meerdere dorpen waar bewoners betrokken zijn bij verschillende economische activiteiten, sommige hiervan zijn gerelateerd aan het toerisme in het nationale park. Betaalde toeristische activiteiten vinden allemaal buiten het nationale park plaats. In het park zelf bevindt zich een gratis bezoekerscentrum. Bezoekerscentra worden in Zweden 'Naturum' genoemd en deze moeten altijd in de buurt van een beschermd natuurgebied liggen. Bij het opzetten van een Naturum moet toestemming worden gevraagd bij de Zweedse Environmental Protection Agency (EPA). De Zweedse EPA geeft richtlijnen over hoe een Naturum vormgegeven moet worden en welke activiteiten er georganiseerd kunnen worden. Zo moet een Naturum activiteiten organiseren die

bezoekers helpen om de natuur beter te begrijpen en te ontdekken. De Naturum van Fulufjället National Park faciliteert dit door middel van rondleidingen en tentoonstellingen, maar ook door getraind personeel in te zetten met veel kennis van het park.

De Zweedse EPA heeft als doel gesteld dat de nationale parken in Zweden de meest populaire natuurbeleving van Europa moeten bieden. Ze hopen dit te bereiken door wereldleiders te worden in natuurinterpretatie; weten hoe bezoekers begeleid moeten worden in de natuur en bezoekers de natuur laten ontdekken. Om dit te bereiken zijn drie kernwoorden opgezet voor het Naturum waarin ze uiten dat ze 'gastvrij, inspirerend en toegankelijk' willen zijn. De drie kernwoorden zijn leidend voor het werk van het nationale park: ervaringen in de natuur, kwaliteit en kennis. Dit betekent dat aangeboden activiteiten van hoge kwaliteit moeten zijn, dat er verschillende manieren worden aangeboden om van de natuur te genieten, en dat het personeel gezien moet worden als 'de Wikipedias' van het park.

Naast het feit dat het personeel de nadruk legt op natuurinterpretatie en de ervaringen van bezoekers in het park, heeft het personeel ook de taak om lokale bezoekers te benadrukken wat het belang is van het nationale park is voor de regio aangezien dit niet altijd wordt gesteund door omwonenden.

## De kans: Fulufjället Omland

In 1989 werd besloten dat het gebied van Fulufjället een nationaal park zou moeten worden. Dit leidde tot veel kritiek van de bewoners die rond de berg woonden. De grootste frustratie was dat het gebied waar ze eerder kwamen om vrij te jagen, vissen en rond te rijden met sneeuwscooters, van hen zou worden afgenomen. Dit zorgde ervoor dat het proces rond de officiële oprichting van het nationale park in 2002 lang heeft geduurd. In de jaren tussen 1989 en 2002 werden verschillende projecten opgezet met als doel de lokale bevolking warm te maken

voor het feit dat de oprichting van het Fulufjället National Park een goed idee was. Een van deze projecten was het zogenaamde Fulufjället Omland. Tijdens dit project ging de Zweedse EPA en de raad van bestuur van Dalarna (provincie in midden-Zweden) langs omliggende dorpen om gesprekken te voeren met de bewoners om het genot van een kopje koffie. In Zweden staan deze koffiemomenten beter bekend als 'fika'.

De centrale vraag die tijdens deze fika momenten werd gesteld was wat bewoners dachten dat er met de regio zou gebeuren als er geen nationaal park zou komen. Door de beperkte economische kansen trokken bewoners namelijk al sinds de jaren zestig weg uit het gebied. Gezien dit feit waren de gesprekken met bewoners gericht op de toekomst van de dorpen die aan de voet van de berg liggen. Gaandeweg veranderde het perspectief van de bewoners toen ze begonnen in te zien dat het hebben van een nationaal park meer bezoekers en dus ook banen met zich mee zou brengen. Tegelijkertijd bleef er een groep kritische bewoners die vooral teleurgesteld waren over het verlies van hun jacht-, vis- en sneeuwscootergebieden. Een gevolg hiervan is dat in het huidige nationale park zones zijn ingericht waar deze activiteiten nog wel toegestaan zijn.

## De aanpak

Al is het gebied nu al bijna 20 jaar een nationaal park, er zijn nog steeds bewoners die boos zijn over de onvervulde beloften die ooit zijn gedaan voor de oprichting. Tot op de dag van vandaag organiseert de directie van het nationale park dan ook nog steeds fika momenten om bewoners de kans te geven hun vragen te stellen en frustraties rechtstreeks te uiten. Ook al zijn deze momenten niet structureel ingebouwd zoals eerder het geval was, en ook al was het vooral een besluit van de overheid om het nationale park op te richten, het parkmanagement ziet het als hun eigen verantwoordelijkheid om naar de bewoners te blijven luisteren aangezien dit gebied al generaties lang hun thuis is. Door regelmatig het gesprek aan te gaan worden niet alleen

frustraties van bewoners geuit, maar ontstaat er geleidelijk ook een plek waar ze hun waardering kunnen uitspreken voor wat er volgens hen ook goed gaat. Een terugkerend punt van kritiek was het gebrek aan beschikbare banen na de oprichting van het park. De uitleg nu is dat dit een misvatting is omdat dergelijke banen niet automatisch worden gecreëerd voor bewoners, maar dat ze hier zelf mee aan de slag kunnen door bijvoorbeeld een hotel of restaurant op te zetten dat profiteert van het nationaal park.

Nadat het Fulufjället Omland project was afgerond, werd een vereniging opgericht met alle ondernemers die rondom de berg werkten. Deze vereniging heette de Fulufjället Ring. Hier werden ook de ondernemers bij betrokken die aan de Noorse kant van het nationale park werkten. Hier werkten ondernemers samen om package deals aan te bieden aan bezoekers, inclusief accommodatie opties, diners en andere activiteiten die door de verschillende ondernemers uit de regio werden gefaciliteerd. Deze vereniging werd gesteund door Interreg-financiering maar door de beëindiging van de projecttijd en financiering bestaat dit initiatief inmiddels niet meer.

De Zweedse EPA kwam vervolgens met een andere oplossing om ervoor te zorgen dat ondernemers uit de regio betrokken blijven bij het nationale park. Het werd voor ondernemers mogelijk om partner te worden van het nationale park. Als ondernemers dit graag willen worden ze uitgenodigd voor een eendaagse cursus om te leren waar het nationale park voor staat. Hierna ondertekenen ze een contract waarin staat dat ze zullen werken volgens de waarden van het park. Deze ondernemers komen op de website van Fulufjället NP te staan en de activiteiten of diensten die de ondernemers aanbieden worden gepromoot. Ondernemers hoeven niets te betalen om partner van het nationaal park te worden. De aangeboden thema's in de cursus worden deels aangedragen door ondernemers zelf en deze zijn ook kosteloos te volgen.





Van 2016 tot 2018 werd een project opgezet waarbij de Zweedse kant van *Fulufjället NP* nauwer samenwerkte met het management aan de Noorse kant om een gemeenschappelijke bezoekersstrategie te creëren. Ook hier werden uiteraard fika momenten ingezet om de twee management teams samen te brengen en om in contact te blijven met bewoners. Er werden advertenties in lokale kranten geplaatst om bewoners uit te nodigen voor een fika en het delen van hun mening. Om beslissingen te nemen over de toekomst van het park en de gemeenschappelijke bezoekersstrategie werd aan bewoners gevraagd wat Fulufjället voor hen betekent. Een woord dat tijdens een van deze bijeenkomsten werd genoemd als antwoord hierop was 'mindfulufjellness', oftewel: een plek voor mindfulness, slow experiences, waar je kunt ontspannen en de natuur kunt ontdekken.

### Uitkomsten

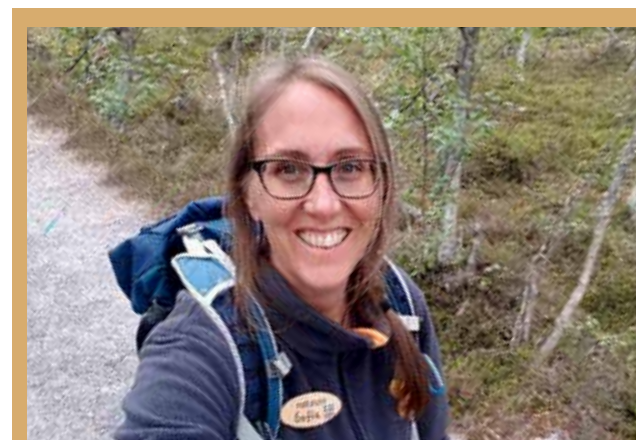
Hoewel nog niet alle bewoners rondom het park tevreden zijn met het feit dat het nationale park in 2002 is opgericht, zijn er ook veel bewoners die de afgelopen jaren van gedachten zijn veranderd. Eerder werden alleen negatieve geluiden gehoord en werd hieraan een podium gegeven in lokale media. Op een gegeven moment waren er een aantal bewoners die in de media begonnen te erkennen dat het nationale park het gebied zou helpen om het gebied te laten opbloeien. Dit veranderde het algemene geluid in een meer positief standpunt. Deze omslag heeft ervoor gezorgd dat de nadruk nu ligt op de positieve dingen die zijn voortgekomen uit oprichten van *Fulufjället NP*. Dit zijn aspecten die voor bewoners aan de rand van het nationale park belangrijk zijn waaronder herstelde wegen, meer banen voor huidige en toekomstige generaties en het verbeterde bereik van mobiele telefoons.

Nu het park bijna 20 jaar bestaat is het park management van plan om de oorspronkelijke parkgrenzen en de bijbehorende zonerings- en regels weer te herzien. Hier zullen bewoners opnieuw worden betrokken. Het wordt zo gezien dat alle belastingbe-

taalers in Zweden bijdragen aan de financiering van het nationale park, en dus mogen ook bewoners inspraak hebben. Wat zeker is, is dat dit proces opnieuw gepaard zal gaan met vele fika momenten. Enerzijds om nieuwe parkinitiatieven te bespreken, maar anderzijds biedt het bewoners ook de kans om blijvend zaken aan te kaarten zoals eerder ook het geval is geweest. Dat laatste is niet structureel opgezet maar is zo ontstaan door bewoners te laten uitten wat ze denken middels een kop koffie in het bezoekerscentrum.

### Bronnen

- [www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-5246-6.pdf?pid=2900](http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-5246-6.pdf?pid=2900)
- [www.lansstyrelsen.se/download/18.3494a051175c8731beefff1/1606743984891/2011-09%20H%C3%A5llbar%20turistutveckling%20Fulufj%C3%A4llet.pdf](http://www.lansstyrelsen.se/download/18.3494a051175c8731beefff1/1606743984891/2011-09%20H%C3%A5llbar%20turistutveckling%20Fulufj%C3%A4llet.pdf)
- [www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/6400/978-91-620-1294-6.pdf](http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/6400/978-91-620-1294-6.pdf)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze aanpak kan contact opgenomen worden met Sofia Tiger (manager van de *Naturum*). Email: [sofia.tiger@lansstyrelsen.se](mailto:sofia.tiger@lansstyrelsen.se)



# Fundació Catalunya La Pedrera

*Winst uit massatoerisme naar  
natuurbehoud*

*Fundació Catalunya La Pedrera is een Spaanse particuliere en onafhankelijke stichting die investeert in onderwijs, sociale zaken, natuurbescherming en de promotie van cultuur en voeding. Alle opbrengsten van aangeboden activiteiten worden geïnvesteerd in sociale, ecologische, educatieve en culturele projecten.*

*Planes de Son >*







## Achtergrond

De stichting fuseerde uit verschillende stichtingen (met de focus op cultuur, sociaal welzijn, onderwijs, milieu en voedsel, en voeding) voordat het in 2013 één stichting werd. Hun belangrijkste missie is om voor de meest kwetsbaren te zorgen, het vergaren en delen van kennis aan te moedigen, hun natuurgebieden te beschermen, gezonde eetgewoonten aan te moedigen en cultuur te promoten. Voor de fusie was het geld dat binnenkwam afkomstig uit bankactiviteiten. Dit betekende dat er veel bestedingscapaciteit was om in sociale zaken te investeren. Nu dat het een zelfstandige stichting is ontvangen ze deze financiering niet meer. Daarnaast krijgen en accepteren ze geen overheidssubsidies. In plaats daarvan hebben ze een intern beleid waarin staat dat ze ervoor zorgen dat ze hun eigen bestedingscapaciteit verhogen. Dit concept is vrij uniek in de context van natuurbescherming in Spanje gezien het feit dat de meeste natuurgebieden ondersteund worden door externe financiering. Toch is de beslissing genomen om op deze manier te werken om publiekelijk te laten zien dat de stichting succesvol en duurzaam kan werken, en niet afhankelijk is van publieke financiering of van een grote donor.

## De kans: Verdiensten van het Gaudi Huis naar natuurbehoud

De belangrijkste faciliteit die wordt beheerd door *Fundació Catalunya La Pedrera* is het Gaudi Huis in Barcelona, genaamd Casa Batlló. Voor de pandemie ontving het Gaudi Huis 1 miljoen bezoekers per jaar. Een bepaald percentage van de inkomsten die worden verdiend met verkochte toegangskarten wordt geïnvesteerd in natuurbehoud. De overige inkomsten gaan naar de overige programma's van de stichting. Deze investering in natuurbehoud gebeurt in alle natuurgebieden waarvan de stichting eigenaar is. Momenteel bezitten ze in totaal 27 natuurgebieden in de regio, goed voor 8000 hectare.

< *Casa Mila in Barcelona (foto: Jaroslav Moravcik)*

## Highlights

Duurzame financiering van beschermde natuurgebieden kan baat hebben bij lange termijn commitment en zelffinanciering in plaats van afhankelijk te zijn van korte termijn afhankelijkheden van externe financieringsmogelijkheden. De *Fundació Catalunya La Pedrera* is een stichting die zich bezighoudt met verschillende winstgevende activiteiten en gebruikt inkomsten vanuit toeristische activiteiten zoals het Gaudi huis in Barcelona om hun natuurgebieden elders in Spanje financieel te ondersteunen.

De pandemie heeft duidelijk gemaakt dat het afhankelijk zijn van internationaal toerisme echter ook riskant kan zijn. *Fundació Catalunya La Pedrera* onderzoekt daarom alternatieve financiële mogelijkheden om haar natuurconservatie doelen te blijven halen.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Het Nederlandse natuurbeheer heeft – net als elders in Europa – te maken met minder structurele financiering doordat de traditionele overheidssteun de laatste jaren aanzienlijk is afgenomen. Dit dwingt beschermde natuurgebieden om op zoek te gaan naar alternatieve vormen van inkomsten om kosten te blijven dekken. Dit Spaanse voorbeeld biedt een combinatie tussen cultureel erfgoed/ kunsttoerisme en natuurbehoud. Hier biedt massatoerisme een bijzondere ecosystemedienst. Niet in de traditionele zin waarin beschermde gebieden toeristische activiteiten aanbieden, maar juist andersom, en dan ook nog op afstand.





Vrijwilligers in Parc Natural Del Delta de l'Ebre

In 2019 was er in totaal 28 miljoen euro te investeren. Uiteraard gebruikt het Gaudi Huis een deel hiervan om eigen onderhoud te bekostigen. De gegenereerde inkomsten zijn echter veel groter dan het bedrag dat nodig is voor dit onderhoud, waardoor het mogelijk is om het overvloedige kapitaal te gebruiken voor natuurprojecten. Natuurbeschermingsprojecten en milieueducatie maken ongeveer 5,5% uit van de totale uitgaven. In 2019 bedroegen deze doelen ongeveer 2 miljoen euro als uitgave door de Fundació Catalunya La Pedrera.

### De aanpak

Een groot deel van het geld dat nodig is voor het behoud van de natuurgebieden is dus afkomstig van de toegangskaarten voor

het Gaudi Huis. Er is gekozen om de focus op het Gaudi Huis te richten aangezien dit het belangrijkste bezit is van de stichting met een zeer hoge economische waarde. Naast het Gaudi Huis dragen de inkomsten uit de natuurgebieden zelf ook bij aan de contributie voor natuurbehoud. Ongeveer 50-60% wordt gedekt door de directe inkomsten van de natuurgebieden (parkeerkaarten en activiteiten) en de resterende 40-50% wordt gedekt door de bezoekers van het Gaudi Huis (toegangskaarten en overige inkomsten van bezoekers).

Naast het investeren in natuurbehoud wil de stichting er ook voor zorgen dat bezoekers betrokken raken bij deze natuurontwikkelingen. Dit heeft de stichting aangepakt door bij de

uitgang van het Gaudi Huis borden te plaatsen waarop bezoekers worden bedankt voor het mogelijk maken van het behoud van deze natuurgebieden. Er is momenteel geen systeem dat bijhoudt of bezoekers van het Gaudi Huis ook een van de natuurgebieden bezoeken nu dat ze weten dat hun toegangkaart een bijdrage hieraan levert.

### Uitkomsten

*Fundació Catalunya La Pedrera* is momenteel niet van plan meer land te kopen. Soms is het ook niet nodig gebleken om de grond te kopen, omdat er ook afspraken gemaakt kunnen worden met de eigenaren om hen te helpen bij het herstel en onderhoud van het gebied. In andere gebieden betaalt de stichting voor 20 tot 30 jaar voor het onderhoud van een bepaald natuurgebied, zonder er dus eigenaar van te zijn. Op deze manier heeft de stichting kunnen helpen bij de instandhouding van veel gebieden. Om dit te blijven doen zijn ze van plan om vrijwilligerswerk actiever te promoten. Momenteel werken ze al samen met 800 vrijwilligers.

Tot 2019 zag alles er rooskleurig uit met jaarlijks een groeiend bedrag aan inkomsten en meer middelen en capaciteit om projecten te ontwikkelen. De pandemie heeft dit volledig veranderd aangezien er plotseling geen buitenlandse toeristen meer naar het Gaudi Huis kwamen. Hierdoor kregen ze niet het geld dat ze hadden verwacht en moesten budgetten en programma's worden aangepast, ook op de lange termijn. De pandemie heeft de stichting laten zien dat ze te afhankelijk waren van internationaal toerisme. Dit heeft geleid tot het opzetten van vier strategische stappen om extra inkomsten te verkrijgen. De eerste is om meer te focussen op het krijgen van Europese financiering. Dit is de enige uitzondering op de doelstelling van de stichting om geen publieke financiering te accepteren. De tweede stap is om de naam van de stichting sterker te branden, inclusief de verkoop van merchandising bestaande uit souvenirs van het Gaudi Huis. Ten derde wil de stichting de mogelijkheid creëren voor

supporters van de stichting om betaald lid te worden. Het vierde plan is om geld te gaan vragen voor de onderwijsprogramma's die tot u toe gratis werden aangeboden. Deze stappen zullen worden gezet om meer veerkracht op te bouwen voor een organisatie die sterk afhankelijk is geweest van toerisme.

De huidige manier van financiering heeft de mogelijkheid gegeven om te investeren in zowel de ecologische als sociale doelstellingen van de stichting. Specifiek hebben ze 8000 hectare natuurgebied kunnen onderhouden, grote restauraties kunnen uitvoeren, diersoorten kunnen herintroduceren en ongeveer 40.000 mensen per jaar laten deelnemen aan de onderwijsprogramma's.

### Bronnen

- [www.fundaciocatalunya-lapedrera.com/en](http://www.fundaciocatalunya-lapedrera.com/en)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze aanpak kan contact opgenomen worden met Miquel Rafa Fornieles (directeur van grondgebied en milieu bij *Fundació Catalunya La Pedrera*). Email: [miquel.rafa@fcatalunyalapedrera.com](mailto:miquel.rafa@fcatalunyalapedrera.com)



## INFORMATIE

NAAM Nationaal Park Hoge Kempen

LOCATIE In de Belgische provincie

Limburg OPGERICHT IN 2006 formaat

(hectare): 12.000 AANTAL BEZOE-

KERS PER JAAR 1.2 miljoen (In 2019:

360.000 wandelaars, 650.000 fiet-

sers, 100.000 mountain-bikers en

ruiters, 14.000 deelnemers aan ran-

ger-activiteiten, 355.000 bezoekers

aan Poort-attractie) LANDSCHAP Bos

(dennenbossen), stuivende duinen,

waterplassen en heide TOERISME AC-

TIVITEITEN Wandelen, fietsen, moun-

tainbiken, paardrijden



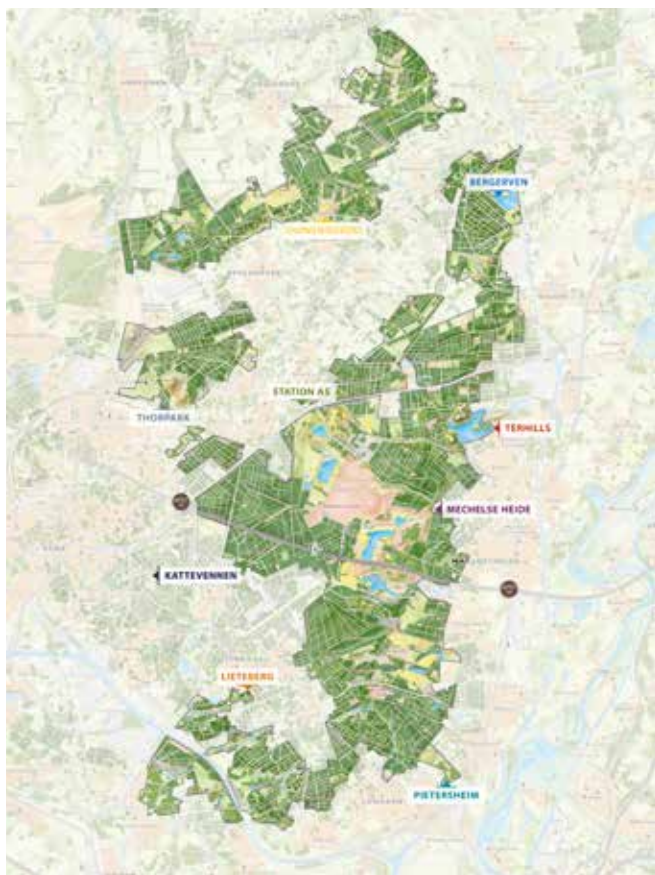
# Nationaal Park Hoge Kempen

*Op naar een expansief  
(Re)Connection Model*

Zes jaar lang heeft het Regionaal Landschap Kempen en Maasland (RLKM) bij de gemeenten, provincie en Vlaamse overheid gelobbyd voor het opzetten van een nationaal park. Dit heeft er uiteindelijk voor gezorgd dat een deel van het budget dat bestemd was voor economische projecten beschikbaar kon worden gesteld voor natuurbehoud. Zo zou het gebied dat tijdens het bestaan van de steenkoolmijnen zorgde voor ‘een stoflong’ nu als het ware de ‘groene long’ van de regio worden.

< *Mechelse Heide (foto: Peter Baas)*





Overzichtkaart Nationaal Park Hoge Kempen

### Park achtergrond

In 2002 gaf de minister van milieu toestemming om het natuurgebied in de Hoge Kempen als nationaal park te ontwikkelen met als voorwaarde dat er extra financiering zou worden binnengehaald en er een masterplan werd opgezet. Dit leidde in 2006 tot de opening van het eerste nationale park van België: Nationaal Park Hoge Kempen. Agentschap Natuur en Bos van de Vlaamse overheid beheert 70% van het nationale park, 10% wordt beheerd door derden zoals natuurverenigingen en gemeenten en 20% is privé-eigendom. Sinds de oprichting zijn de bezoekersaantallen in een constante lijn toegenomen, met op

dit moment 1.2 miljoen bezoekers per jaar. Deze groep bestaat voornamelijk uit fietsers en wandelaars die het park in gaan, en uit bezoekers die bij de toegangspoorten blijven.

Wat bezoekers vooral trekt om naar het nationale park te gaan is de schaal van de open ruimte. Vlaanderen is dichtbevolkt en snel verstedelijkt waardoor er nog weinig ongeschonden open ruimtes bestaan. De Hoge Kempen vormt daarop een uitzondering wat voor bezoekers een aangename verrassing is. Daarnaast geeft de geschiedenis van de streek een bijzonder karakter aan het park. Overal liggen keien en rotsblokken, en de relictten die nog zichtbaar zijn van de mijnen die daar ooit waren.

Sinds de oprichting van het park is het in België een bron van inspiratie geweest voor natuurbehoud en duurzaam toerisme. In de eerste vijf jaar na de opening van het park genereerde het park 40 miljoen euro per jaar, en heeft 400 banen gecreëerd voor de lokale gemeenschap. Naast de bestaande campings, souvenirwinkels en cafetaria zijn er extra attracties gepland om de inkomsten verder te verhogen.

### De kans: Reconnect!

Tijdens de ontwikkeling van het nationale park is een zogenaamd *(Re)Connection Model* – welke gedragen wordt door alle doelgroepen – opgezet vanuit een bottom-up initiatief. Dit model wordt wereldwijd, onder andere door de *International Union for the Conservation of Nature (IUCN)*, geprezen als een succesvol model om de biodiversiteit in nationale parken te beschermen. In dit model heeft het park zich niet door de grenzen van het park laten beperken. Hierin zijn ze geslaagd als wordt gekeken naar de biodiversiteit die door de aanleg van het park wordt beschermd, alsook de vele bezoekers die hier jaarlijks van komen genieten.

In het *(Re)Connection Model* is het woord 'reconnect' cruciaal. Bij de meeste Nationale Parken die worden opgezet gaat het

om bestaande natuurgebieden die aangewezen worden als nationaal park. De essentie van het *(Re)Connection Model* is dat wanneer je dit in West Europa zou willen doen je eerst bepaalde dingen opnieuw moet leren verbinden. Het gaat dan om het opnieuw verbinden van natuur met natuur, beleid met praktijk en mensen met natuur. In dit verbinden moet geïnvesteerd worden en je moet niet tevreden zijn met hoe de relatie tussen de twee vandaag de dag is. Deze manier van denken is een leidmotief geworden voor het park. Als dit ruimtelijk wordt vertaald dan komt het erop neer dat er een verandering plaatsvindt van het gebruik van een invasief model naar een expansief model. Vroeger was het in België zo dat wanneer mensen met natuur werden verbonden dit met een invasief model gebeurde. Hoge Kempen maakt er nu een expansief model van door bezoekers te onthalen in de dorpen of bestaande recreatie hotspots rondom het park. Dit heeft ertoe geleid dat dorpen hebben gevraagd of het nationale park groter gemaakt kan worden zodat ook hun dorp aan de rand komt te liggen. Het idee achter het model is dat de bezoekersfaciliteiten er uiteindelijk voor moeten zorgen dat het park en de natuur daarbinnen groeit.

### De aanpak

Sinds de oprichting van Hoge Kempen is het park niet geïsoleerd als attractie. In plaats daarvan wordt het zo gezien dat de attracties om het park heen liggen. Er wordt niet alleen naar het nationale park gekeken maar naar de bredere regio, Kempen en Maasland. Vanaf de start moet de regio meegenomen worden in het verhaal van het park. Daarnaast is het zo dat economische winst vooral net buiten het park te behalen is.

Met de expansieve aanpak van het park worden de toegangspoorten gezien als meer dan alleen parkings, ze moeten een attractie op zich zijn. Het park heeft de poorten zo ingericht dat bezoekers zich er een hele dag kunnen vermaken. Zo kunnen de bezoekersaantallen groeien zonder dat bezoekers feitelijk het park ingaan en de natuur daar aantasten.

Om de regio verder te betrekken bij het besturen van het park worden alle relevante stakeholders vertegenwoordigd en betrokken bij het nemen van beslissingen. Deze stakeholders zijn verdeeld in vier groepen:

#### 1 Stuurgroep

Elke partner die iets te betekenen heeft in het nationaal park heeft een stem, dat zijn 32 partners. Voorbeelden zijn gouverneur, ministers en burgemeesters. Op dit moment is de minister van Omgeving, Natuur en Landbouw voorzitter van de stuurgroep wat erg heeft geholpen om de streek enthousiast te maken over het park.

#### 2 Mastergroep

Dit zijn dezelfde 32 partners die in de stuurgroep vertegenwoordigd worden maar in de mastergroep zijn het de mede-

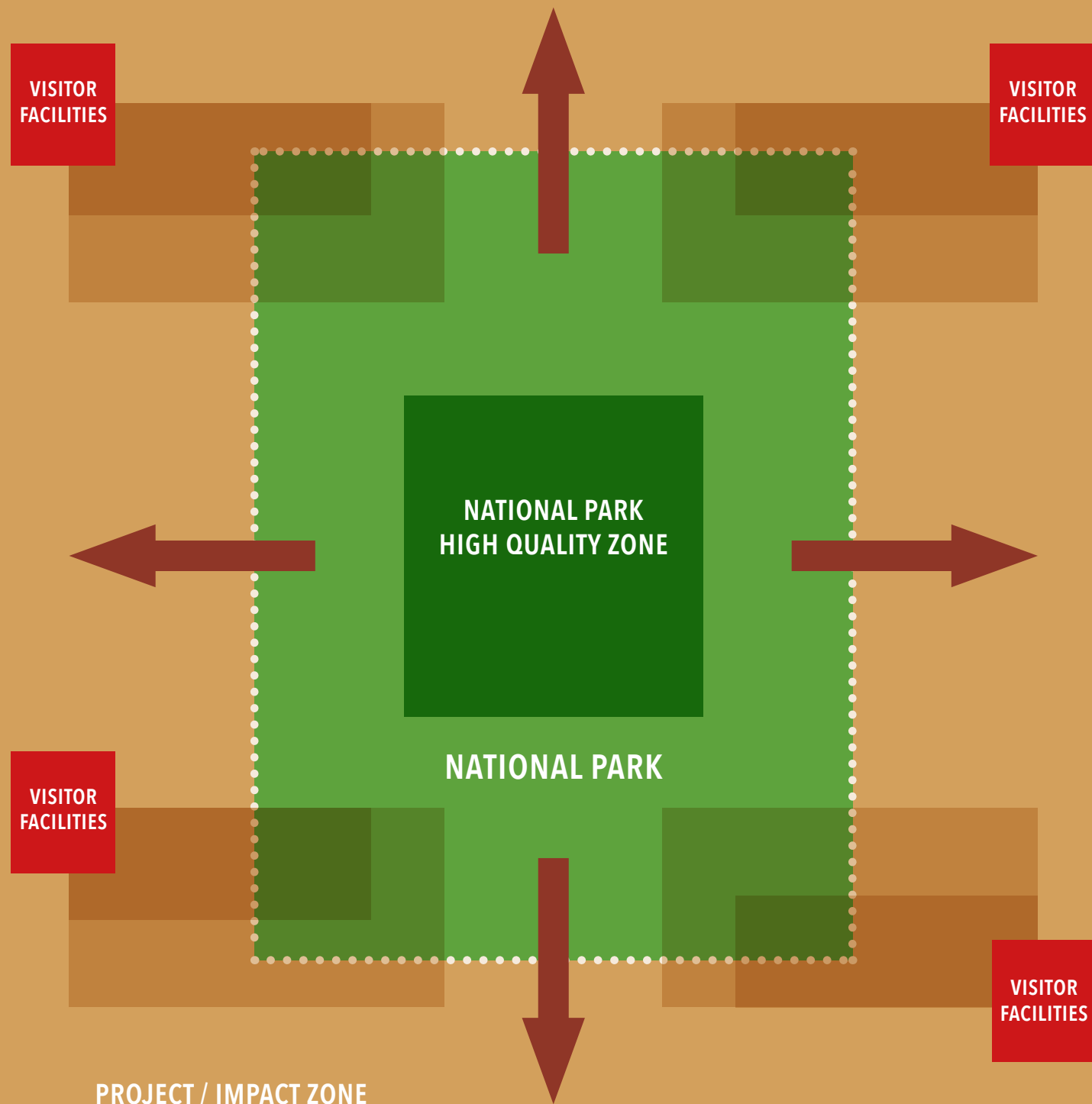
### Highlights

Door te focussen op de regio, en alle stakeholders te betrekken, probeert Nationaal Park Hoge Kempen verschillende dingen opnieuw met elkaar te verbinden; natuur met natuur, beleid met praktijk en mens met natuur. Het wijkt hierbij af van gebruikelijk invasief toerisme en recreatie ontwikkelingen die traditioneel de norm lijken in nationale parken.

### Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Het regionaal oriënteren kan Nederlandse nationale parken helpen om grensoverschrijdend op te schalen. Ook kan door middel van slimme toegangspoorten de kernnatuur beter beschermd worden via een expansieve benadering ipv de veelal invasieve aanpak van recreatie in Nederlandse natuurgebieden.





werkers, directeurs en ambtenaren die de leiding nemen.

### 3 Themagroepen

Deze groepen werken op het operationele vlak op het gebied van o.a. natuur en toerisme.

### 4 Bilaterale contacten met de partners

Partners haken snel af als er geen concrete acties volgen op wat er wordt besproken. Het is daarom van groot belang om in contact te blijven en plannen te bespreken.

### Uitkomsten

Door te focussen op de regio, staat de negatieve impact op de natuur niet noodzakelijk in relatie tot het groeiende aantal bezoekers. Het afgelopen jaar zijn er 50% meer bezoekers geweest, maar omdat een groot deel niet verder komt dan de toegangspoorten is de negatieve impact op de natuur niet met hetzelfde percentage toegenomen.

Aangezien geld dat bedoeld was voor een economisch herstelbeleid is gebruikt bij het opzetten van het park zijn ze vanaf het begin bezig geweest om alles te monitoren om de economische uitkomsten te kunnen terugkoppelen. Hiervoor worden de uitgaven van wandelaars, fietsers en bezoekers bij de toegangspoorten bijgehouden. In 2019 ging dit om een bedrag van 32 miljoen euro.

Toch blijven er vanuit de verschillende stakeholder groepen ook nog wel kritische reacties komen. Natuurbeschermers vinden de aanpak van het park te veel een toeristisch project, terwijl toeristische ondernemers het te veel een natuurproject vinden. Dergelijke verschillen zullen altijd blijven, maar kunnen blijvend besproken worden in de verschillende stakeholder platforms die het park momenteel kent.

< Overzichtskartaal Nationaal Park Hoge Kempen

### Bronnen

- [www.nationaalparkhogekempen.be/nl/groter-mooger-en-sterker](http://www.nationaalparkhogekempen.be/nl/groter-mooger-en-sterker)
- [www.nationaalparkhogekempen.be/nl/over-ons/master-plan-20-40](http://www.nationaalparkhogekempen.be/nl/over-ons/master-plan-20-40)
- [www.nationaalparkhogekempen.be/nl/over-ons/partner-plan-20-25](http://www.nationaalparkhogekempen.be/nl/over-ons/partner-plan-20-25)
- Goossen, M., Elands, B., & van Marwijk, R. (2010). *Recreation, tourism and nature in a changing world: proceedings of the fifth international conference on monitoring and management of visitor flows in recreational and protected areas*. Alterra, Wageningen University and Research Centre.



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze corporate aanpak kan contact opgenomen worden met Johan Van Den Bosch (Coördinator Nationaal Park Hoge Kempen).

Email: [johan.vandenbosch@rlkm.be](mailto:johan.vandenbosch@rlkm.be)



# National Park Hohe Tauern

## *Persoonlijk contact met ervaren Rangers*

Nationaal Park Hohe Tauern strekt zich uit over drie provincies: Salzburg, Karinthië en Oost-Tirol. In elk van deze provincies verschillen de wetten met betrekking tot het beheer van nationale parken, maar er is één hoofdkantoor dat grensoverschrijdende projecten samenbrengt. Van de in totaal 185.600 hectare vormt 121.300 hectare de kernzone en de overige 64.300 hectare de buitenzone van het nationale park. In de kernzone mag 75% van het gebied niet worden gebruikt voor economische doeleinden (volgens de IUCN-richtlijnen voor PA Cat.II). In de buitenzone zijn alpenlandbouwmaatregelen (seizoensbe grazing) van kracht om het karakteristieke landschap te behouden. Onderdeel van dit karakteristieke landschap zijn de vele bergtoppen in het park, waaronder enkele van de hoogste in Oostenrijk; de Grosslockner, de Grossvenediger en de Hoher Sonnblick. Ook zijn de grootste gletsjergebieden van de oostelijke Alpen te vinden in het nationale park. Daarnaast is het het grootste nationale park van de Alpen en een van de grootste beschermde gebieden van Midden-Europa.

*Uitzichten Hohe Tauern National Park >*



## INFORMATIE

NAAM National Park Hohe Tauern  
LOCATIE Omvat de Oostenrijkse deelstaten Salzburg, Karinthië en Oost-Tirol  
OPGERICHT IN 1981  
FORMAAT 185.600 hectare  
AANTAL BEZOEKERS PER JAAR 2 miljoen  
LANDSCHAP Berglandschap  
TOERISME ACTIVITEITEN Bergsport, wandelen (tussen alpenhutten), mountainbiken, langlaufen, sneeuw wandelen







Ranger neemt bezoekers mee voor een wandeling

## Park achtergrond

Al in 1913 overtuigde August Prinzinger, lid van het provinciale parlement van Salzburg, de vereniging voor nationale parken (Verein Naturschutzpark) dat dit berglandschap beschermd moest worden. Deze vereniging was op haar beurt overtuigd om 1100 hectare grond aan te kopen om er een beschermd gebied van te maken. In 1918 schonk Albert Wirth, die werkte in de Karinthische bos industrie, 4072 hectare grond aan de Oostenrijkse Alpenclub. Deze twee grote stukken land vormen nu de kernzone van het Nationaal Park Hohe Tauern. Na de Tweede Wereldoorlog zorgden wederopbouw en economische groei in het gebied

ervoor dat het gebied aantrekkelijker werd. Een gevolg hiervan was dat zowel de toerisme- als de energiesector potentieel zagen in de Hohe Tauern regio. Energiebedrijven waren van plan om hier elektriciteitscentrales en aanverwante infrastructuur te plaatsen. Omwonenden waren verdeeld over deze plannen en NGO's brachten deze discussie naar een nationaal niveau. Uiteindelijk ondertekende de gouverneurs van Salzburg, Karinthië en Tirol in 1971 een overeenkomst waarin stond dat ze samen een nationaal park in de Hohe Tauern regio wilden aanleggen. Voordat het nationale park kon worden opgericht moest een wettelijk kader worden opgesteld door de drie provincies en

moesten sceptici worden overtuigd. Dit proces duurde lang en het was pas in 1981 dat *Nationaal Park Hohe Tauern* officieel werd opgericht door de provincie Karinthië. In 1984 kwam hier de provincie Salzburg bij en in 1992 nam ook het provinciale parlement van Tirol de wetgeving aan. Tegenwoordig zijn de belangrijkste doelen van het park het beschermen van het natuurlijke alpiene ecosysteem en de totale bescherming van alle zoetwaterecosystemen.

De voornaamste motieven voor bezoekers om naar het nationale park te komen zijn dat ze willen recreëren in het ongerepte alpenlandschap, natuurervaringen willen opdoen, alpendieren en -planten zien, alsook ver weg te blijven van het massatoerisme. De grootste toeristische uitdaging waarmee het park momenteel wordt geconfronteerd is dat er een aantal hotspots zijn die, met name tijdens het winterseizoen, te veel onder druk staan. Zo heeft wild moeite om voedsel en onderdak te vinden tijdens de wintermaanden en zorgen toeristische activiteiten zoals skiën voor veel stress.

## De Kans: Vaste Rangers als natuurleiders

Nationaal Park Hohe Tauern gelooft dat de beste manier om mensen het belang van natuurbescherming te laten zien is om kennis met hen te delen. Naast natuurbehoud, natuurbeleving en onderzoek, wordt onderwijs gezien als een van de belangrijkste taken van het nationale park.

Het park heeft verschillende educatieve programma's en vier educatieve voorzieningen opgezet. Naast deze educatieve programma's en voorzieningen heeft het nationale park ongeveer 40 rangers die een 3-jarige opleiding krijgen. Deze opleiding is gebaseerd op een cursusprogramma dat is opgesteld voor alle nationale park rangers in Oostenrijk. Daarnaast krijgen ze cursussen aangeboden die specifiek over hun werkgebied gaan. Deze rangers zijn er om bezoekers door het park te leiden en kennis te delen over de omgeving en het belang van natuurbe-

houd. Hiermee wil het nationale park persoonlijk contact met bezoekers stimuleren. Deze rangers zijn fulltime in dienst en worden betaald door de overheid.

## De aanpak

De onderwijsprogramma's die zijn opgezet heten de Klimaat-school (*Klimaschule*) en de Waterschool. Deze zijn beide speciaal opgezet voor scholen. De Klimaat-school is gestart in 2010 en wordt als gratis educatieprogramma aangeboden om aandacht te besteden aan natuurlijke processen die een rol spelen buiten

## Highlights

Het is essentieel om contact te maken met de bewoners die in of nabij het nationale park wonen. Door fulltime rangers in te huren en verschillende educatieve programma's en faciliteiten op te zetten wil *National Park Hohe Tauern* zich verbinden met bewoners, maar ook met bezoekers van veraf. Deze verbinding is gebaseerd op het delen van kennis zodat alle bezoekers zich bewust zijn van het belang van het hebben van dit nationale park en van wat de natuur in het gebied uniek maakt.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

In plaats van te werken met freelance rangers of vrijwilligers toont deze *best practice* de waarde van het in dienst hebben van ervaren fulltime rangers die worden opgeleid volgens een vast programma. Deze rangers kunnen helpen bij het verbinden van mensen met de natuur en het delen van het belang van natuurbehoud. Tegelijkertijd verzamelen deze rangers veel waardevolle kennis over het park wat waardevol is voor de lange termijn.

de grenzen van het nationale park. Klimaatverandering is een relevant onderwerp en de Klimatschool nodigt leerlingen uit om na te denken over de gevolgen op lokale, regionale en mondiale schaal. *Nationaal Park Hohe Tauern* biedt de Klimatschool aan in samenwerking met VERBUND, het grootste elektriciteitsbedrijf van Oostenrijk. Sinds de start in 2010 hebben 25.000 kinderen en jongvolwassenen het programma gevolgd. Tegenwoordig wordt het ook aangeboden als een online programma voor iedereen die geïnteresseerd is in klimaatverandering en de gevolgen. Dit programma is te bekijken op [klima.schule](#) waar spellen worden aangeboden voor drie leeftijdscategorieën (tot 6 jaar, tot 11 jaar en volwassenen) met een focus op het delen van kennis over klimaatverandering en wat hieraan gedaan kan worden.

Het tweede onderwijsprogramma waar *Nationaal Park Hohe Tauern* bij betrokken is, is de *Waterschool*. De reden voor het hebben van een water onderwijsprogramma is dat water een centrale rol speelt in het nationale park met de vele gletsjers, watervallen, rivieren en meren die er te vinden zijn. Deze waterbronnen werden bedreigd door een plan om skiresorts en waterkrachtcentrales te bouwen. Het park is zich dan ook heel bewust van de noodzaak om deze waterbronnen te beschermen en er met zorg mee om te gaan. Water werd daarbij een focus in de onderwijsprogramma's. Het park maakt hiervoor gebruik van het [Swarovski Waterschool programma](#) dat kinderen van over de hele wereld in staat wil stellen om waterbeheerders in hun omgeving te worden. Scholen in de provincies Salzburg, Karinthië en Tirol krijgen dit programma gratis aangeboden. Zoals de naam al aangeeft, komt de financiering van dit programma voor 100% vanuit het bedrijf Swarovski. Ieder 5 jaar wordt het sponsor contract opnieuw bekeken. De scholen worden in de praktijk bezocht door rangers uit het nationale park die getraind zijn op het gebied van water. Deze rangers komen jaarlijks twee tot vier dagen per klas vertellen over het belang van water. Tijdens deze dagen wordt kennis gedeeld aan de hand van experimenten en

groepsopdrachten, maar er worden ook buitensessies georganiseerd. Het doel is om de leerlingen iets bij te brengen over het element 'water' met behulp van verschillende lesmethoden zodat ze begrijpen hoe waardevol het is en hoe het beschermd en duurzaam gebruikt kan worden.

Naast dat het nationale park deze twee onderwijsprogramma's aanbiedt, hebben ze ook vier onderwijsvoorzieningen opgezet. Deze onderwijsvoorzieningen zijn de kenniscentra van het park waar kennis wordt overgedragen. Voorbeelden van onderwerpen die hier centraal staan zijn de vorming van de Alpen en ecosystemen in de bergen. Informatie over deze onderwerpen wordt op een leuke manier gepresenteerd met als doel kinderen, jongeren en volwassenen enthousiast te maken om meer te leren over de natuur. De vier educatieve voorzieningen zijn de *Rangerlabs*, *House of Water*, *National Park Learning Workshop* en een *Science Center*.

### Rangerlabs

De Rangerlabs bevinden zich in het bezoekerscentrum van Mallnitz. In deze labs kunnen workshops worden geboekt met park rangers waarin wordt geëxperimenteerd op het gebied van klimaat, kruiden of natuur. Voor deze workshops wordt een entreeprijs gevraagd van €15 voor volwassenen en €9 voor kinderen van 6 tot 15 jaar.

### House of Water

In het House of Water gelegen in Oost-Tirol in de gemeente St. Jakob, staat wederom het belang van water voor mens en natuur centraal. Het is te bezoeken door gezinnen maar kan ook door schoolgroepen worden geboekt voor drie- tot vijfdaagse cursussen. Ook leraren kunnen hier terecht en zomerkampen worden aangeboden in samenwerking met de Oostenrijkse Alpenclub.

### National Park Learning Workshop

De natuur en cultuur van het nationale park worden met alle

zintuigen ervaren in het *National Park Learning Workshop*, gelegen in het Klausnerhaus in Hollersbach. Voorbeelden van activiteiten die hier worden georganiseerd zijn het identificeren van diersporen, het maken van boter en het proeven van lokale kruiden, bessen en schimmels. Deze workshops worden georganiseerd voor schoolklassen met een prijs per schoolklas van € 110.

### Science Center

Het Science Center in Mittersill is een plek waar jongeren en geïnteresseerden in wetenschap en technologie samen kunnen komen om oplossingen voor wetenschappelijke en technische fenomenen te bespreken en testen. Jonge onderzoekers kunnen gebruik maken van twee laboratoria waar ze worden geholpen door park rangers. Experimenten kunnen worden uitgevoerd op basis van 7 beschikbare modules van elk ongeveer 2 uur; sneeuwblokken en ijswerelden, weer en klimaatlaboratorium, nationaal park microkosmos, overleven in het hooggebergte, het ontstaan van een bergketen, rotsen en mineralen en alpenecologie.

### Uitkomsten

De prijs die betaald wordt om deel te nemen aan deze verschillende activiteiten dekt uiteindelijk slechts een fractie van de werkelijke kosten. Ongeveer 50% van de kosten wordt gefinancierd door de provincie Tirol en de andere 50% door de staat.

Sinds 2004 hebben in totaal 235.625 mensen deelgenomen aan de verschillende onderwijsprogramma's. Daarnaast is er een partnerschoolprogramma waarvan momenteel 73 scholen profiteren. Sommige hiervan zijn provinciale scholen, andere zijn staatscholen. Elk jaar krijgt elke klas in deze scholen bezoek van een ranger voor een paar dagen. Hierdoor komt elk kind tijdens de schooltijd in aanraking met het nationale park. Als deze educatieve activiteiten niet beschikbaar zouden zijn geweest, zou dit volgens het park hebben betekend dat de acceptatie van

het nationale park en de behoefte aan milieubescherming niet zou zijn toegenomen zoals nu het geval lijkt. Daarnaast zijn de educatieve activiteiten een populaire activiteit voor toeristen die naar de regio komen.

De onderwijsprogramma's worden jaarlijks geëvalueerd en gecontroleerd. Evaluatie gebeurt door middel van vragenlijsten die deelnemers invullen. Bezoekers die een rondleiding door een deel van het nationale park hebben gehad van een ranger krijgen aan het eind een kaart met een aantal vragen om hun ervaring te delen en evalueren. Controle wordt uitgevoerd door officiële instellingen, om ervoor te zorgen dat het ISO 9001 kwaliteitskeurmerk behouden kan worden wat iets zegt over de kwaliteit van de programma's.

### Bronnen

- [hohetauern.at/en/education.html](http://hohetauern.at/en/education.html)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze aanpak kan contact opgenomen worden met Florian Jurgeit (coördinator bij Tirol administratie van het nationale park).

Email: [florian.jurgeit@tirol.gv.at](mailto:florian.jurgeit@tirol.gv.at)



## INFORMATIE

NAAM Nuuksio National Park LOCATIE Finland  
OPGERICHT 1994 FORMAAT 5500 hectare  
AANTAL BEZOEKERS 2020 365.900 LANDSCHAP  
Bosgebied (heuvelachtig en rotsachtig) TOE-  
RISME ACTIVITEITEN Wandelen, geocaching,  
skiën, vissen, vogels spotten, kanoën, fiet-  
sen, paardrijden



# Nuuksio National Park

## *Mobiliteit verduurzamen*

In 1994 werd het park opgericht nadat plaatselijke scoutinggroepen hadden aangegeven bezorgd te zijn dat het *Nuuksio* gebied zou worden overgenomen door huisvestingsprojecten. Inmiddels wordt het park gezien als een uniek natuurgebied op slechts 35 km van Helsinki. Dit betekent dat er ruim een miljoen mensen binnen een uur rijden van het park wonen. Daarmee ontstaat er direct ook een enorme uitdaging, namelijk: verkeersinfarcten veroorzaakt door de vele auto's waarmee bezoekers naar het park komen. Volgens bezoekersonderzoek komt 84% van de bezoekers momenteel met de auto naar het park. Veel van de toegangswegen naar het park zijn smal. Al met al leidt dit tot regelmatige opstoppingen, bijbehorende frustraties en illegaal parkeeracties nabij het park. Het park heeft regelmatig aan lokale handhaving gevraagd om boetes uit te delen om verkeerd parkeren te ontmoedigen.

< Foto: Jukka-Pekka Ronkainen



## Park achtergrond

Vanuit de Finse cultuur is het normaal om uitstapjes met de auto te maken en hiervoor af te zien van openbaar vervoer mogelijkheden. Dit komt deels door de grote afstanden tussen bestemmingen en door de beperkte bereikbaarheid van natuurgebieden met openbaar vervoer. Daarnaast is er bij het aanleggen van de trails altijd gedacht vanuit beschikbare parkeerplaatsen. Trails beginnen en eindigen waar de auto's geparkeerd staan.



Foto : Rami Koskinen

## De Kans: Livestreams om bezoekers te informeren over drukke parkeerplaatsen

Om bezoekers meer inzicht te geven in de huidige drukte op de parkeerplaatsen van *Nuuksio National Park* hebben ze op de twee grootste parkeerplaatsen camera's opgehangen. Het doel is om bezoekers bewust te maken van de eventuele drukte die er op dat moment is, en ze vervolgens aan te sporen op een minder drukke plek te parkeren of om toch met het openbaar vervoer te komen. Dat laatste wordt extra aangemoedigd met de tweede service die tevens is opgezet, namelijk een website met extra informatie over startpunten en alternatieve vervoer mogelijkheden richting het park.

## De aanpak

Om gegevens over parkeerdrukke real time te kunnen delen zijn er camera's opgezet die periodieke momentopnames maken van de parkeerplaatsen. Hiervoor worden de camera's gevoed met zonne-energie. Dit is vanwege een gebrek aan elektra faciliteiten ter plaatse. Camera's zijn verder aangesloten op een 3G/4G verbinding. Via een speciaal opgezette website ([parkki-haukka.fi](http://parkki-haukka.fi)) kunnen bezoekers de beelden bekijken. Gezien het feit dat de camera's op zonne-energie draaien zijn de beelden alleen tijdens de zonnige zomermaanden te bekijken, de rest van het jaar ligt er sneeuw en is er weinig zon. Er is op dit moment geen reden voor het park om dat te veranderen aangezien de extreme drukte ook tijdens die zelfde maanden voorkomt. De kosten voor de website en camera installaties zijn ongeveer €10.000 - €20.000 per jaar. Op dit moment hangen er in totaal 3 camera's op de twee grootste parkeerplaatsen.

Naast het reguleren van de vele auto's die naar het park komen wil het park bezoekers aanmoedigen om gebruik te maken van het openbaar vervoer om naar het park te komen. Zoals eerder aangegeven is een van de lastige punten hier dat alle trails vanaf parkeerplaatsen beginnen. Het park is op dit moment bezig om dit te veranderen en geeft bezoekers via een website

([www.nuuksioon.fi](http://www.nuuksioon.fi)) tips over de trails die beginnen vanaf een bushalte. Op deze website kunnen bezoekers aangeven voor welke activiteit ze naar het park komen. Dit kan zijn voor een snelle stop, het maken van een lange wandeling, met kinderen langskomen, hardlopen in de natuur, fietsen, of paddestoelen en bessen plukken. De bezoeker vult in op welke dag en tijdstip ze dit van plan zijn en vullen eventueel een startpunt in, zoals een huisadres. De bezoeker ontvangt een overzicht van de verschillende routes en startpunten in het park, inclusief openbaar vervoer mogelijkheden. Zo heeft deze website als doel om de komst met openbaar vervoer aan te moedigen maar ook om de diversiteit aan routes te laten zien om bezoekers te spreiden naar andere delen van het park.

Om de grote aantallen bezoekers, en specifiek hun auto's, te kunnen blijven ontvangen is ook nagedacht over de optie om extra parkeerplaatsen aan te leggen. Hier is tot nu toe nog niet voor gekozen omdat hier bomen voor moeten worden gekapt, terwijl de oude bossen het park juist uniek maken.

## Uitkomsten

Een van de dingen die het park graag zou willen gaan inzetten is om artificiële intelligentie te gaan gebruiken om automatisch de huidige bezettingsgraad van de parkeerplaats in te schatten. Op de parkeerplaatsen wordt namelijk geen gebruik gemaakt van grondmarkering om de parkeerplaatsen aan te geven. Het komt dan ook regelmatig voor dat op een parkeerplaats geschikt voor 8 auto's er maar 5 auto's passen doordat er niet efficiënt wordt geparkeerd. Het gebruik van artificiële intelligentie helpt om ondanks het gebrek aan grondmarkering toch een goede indicatie te geven van de beschikbare parkeerplaatsen. Naast de indicatie van beschikbare parkeerplaatsen zou artificiële intelligentie ook gebruik kunnen maken van weervoorspellingen om een indicatie te geven van de te verwachten drukte.

## Highlights

Camera's op de grootste parkeerplaatsen van *Nuuksio National Park* maken het mogelijk voor bezoekers om eventuele drukte vanuit huis al te kunnen zien en hun bezoek daar op aan te passen.

Mobiliteit richting de natuur kan verder structureel aangepakt worden door parkactiviteiten minder vanaf parkeerplaatsen te faciliteren en bijvoorbeeld meer vanuit bushaltes nabij het park. Parkactiviteiten van OV locaties via website aan te bieden afgestemd op wensen bezoeker.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Met toenemende drukte op de parkeerplaatsen rond nationale parken kan deze manier van monitoren helpen om bezoekers voor een bezoek te informeren over mogelijke drukte op parkeerterreinen. Dit kan bijdragen aan het spreiden van bezoekers naar de verschillende parkeerterreinen of ze te motiveren om met het openbaar vervoer te komen. Hierdoor kan de drukte die tegenwoordig vaak voorkomt en de bijbehorende frustraties van omwonenden afnemen.

Bezoekers die gebruik hebben gemaakt van de camera's hebben aangegeven dat het ze heeft geholpen om drukte te vermijden. Wel geeft het park aan dat er nog veel te verbeteren is aan de bekendheid van de service. Veel bezoekers die gebruik maken van de camera's controleren deze als ze nog thuis zijn, maar de drukte op de parkeerplaatsen kan tijdens hun rit naar het park uiteraard veranderen. Op dit moment wordt er nagedacht over mogelijkheden om ook op de weg richting het park real-time informatie te delen over beschikbare parkeerplaatsen / alterna-





< Foto: Meri Martinen

tieven. Met borden langs de weg – zoals nu bij parkeergarages of winkelcentra worden gebruikt – kunnen mensen onderweg al tijdig geïnformeerd worden en in staat stellen andere keuzes te maken.

### Bronnen

- [www.metsa.fi/tiedotteet/parkkihaukka-auttaa-autoilijaa-ja-reittipalvelu-esittelee-uusia-vaihtoehtoja-nuuksoon](http://www.metsa.fi/tiedotteet/parkkihaukka-auttaa-autoilijaa-ja-reittipalvelu-esittelee-uusia-vaihtoehtoja-nuuksoon)
- [nuuksoon.fi/en](http://nuuksoon.fi/en)
- [parkkihaukka.fi](http://parkkihaukka.fi)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze corporate aanpak kan contact opgenomen worden met Joel Heino (Planner en ontwerper voor Nuukio National Park ).

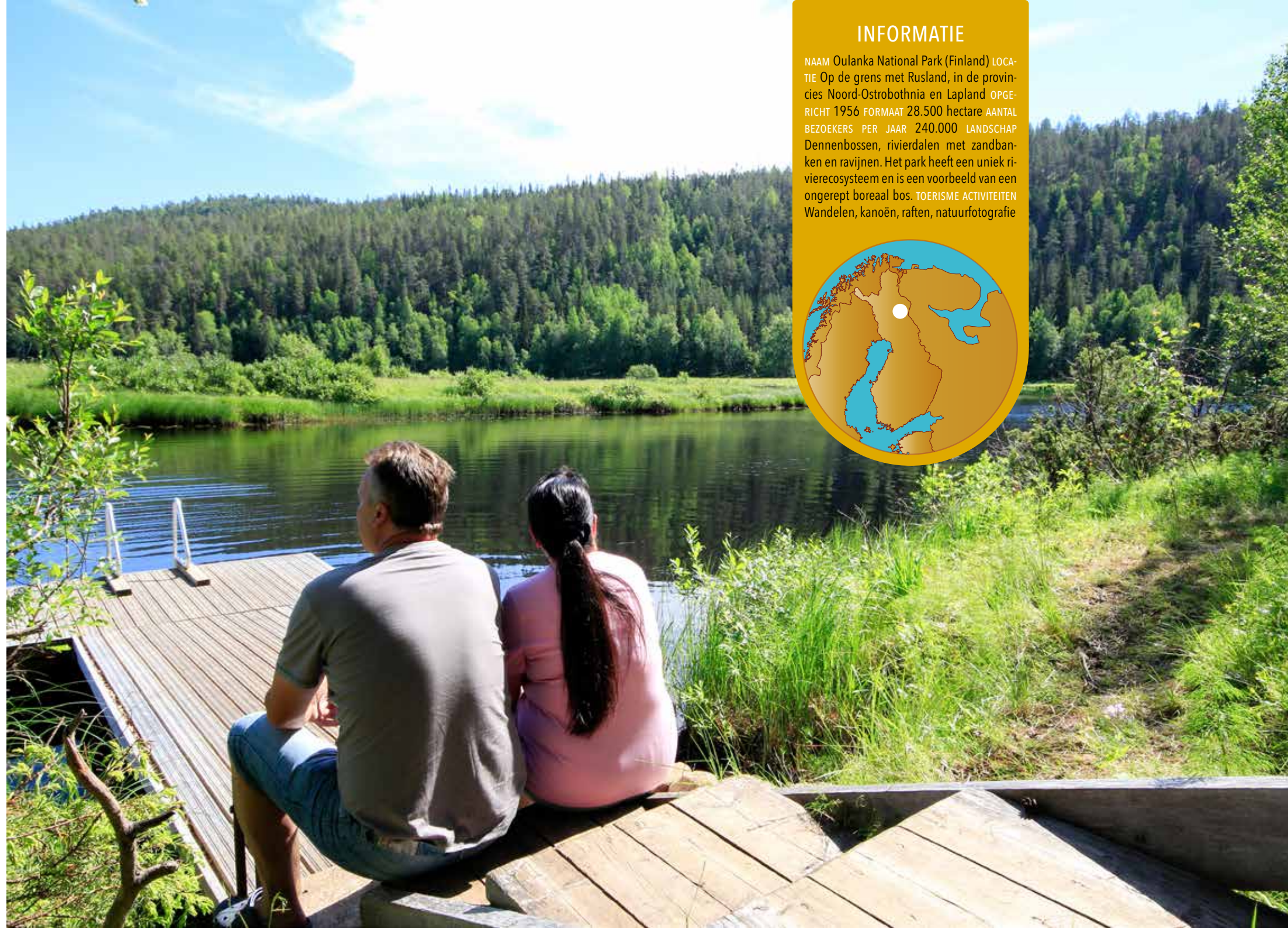
Email: [joel.heino@metsa.fi](mailto:joel.heino@metsa.fi)



# Oulanka National Park

## *Oulanka Wilderness*

In 1956 werden in Finland zeven nationale parken opgericht, waarvan *Oulanka National Park* er één was. Lang voor de oprichting was het gebied al een populaire bestemming voor wandelaars en onderzoekers, vooral vanwege de gevarieerde natuur. De regio waarin het park ligt is dunbevolkt en van oudsher afhankelijk van bosbouw, rendierkuddes, vissen en jagen. Sinds de oprichting van het nationale park is het een plaats voor ecotoerisme en staat het internationaal vooral bekend om de boreale bossen in het gebied.



### INFORMATIE

NAAM Oulanka National Park (Finland) LOCATIE Op de grens met Rusland, in de provincies Noord-Ostrobothnia en Lapland OPGERICHT 1956 FORMAAT 28.500 hectare AANTAL BEZOEKERS PER JAAR 240.000 LANDSCHAP Dennenbossen, rivierdalen met zandbanken en ravijnen. Het park heeft een uniek rivierecosysteem en is een voorbeeld van een ongerept boreaal bos. TOERISME ACTIVITEITEN Wandelen, kanoën, raften, natuurfotografie







### Park achtergrond

Van 2000 tot 2010 nam *Oulanka National Park* deel aan het *Pan Parks* initiatief. Om deel uit te maken van dit initiatief moest het park wildernisgebieden (wildernis zones) instellen. Dit begon vooral vorm te krijgen in 2007. Het idee was dat door niet in grijpen in de natuurontwikkeling van dergelijke wildernisgebieden ecologische processen worden beschermd. Voor bezoekers betekent dit een verbod op het gebruik van motorboten en op vissen in het hart van het natuurgebied. Kamperen blijft wel toegestaan net zoals plukken, met uitzondering van eetbare bessen en paddenstoelen.

Dat mensen deze wildernisgebieden desalniettemin blijven bezoeken is te danken aan het feit dat het in de Finse cultuur en manier van denken moeilijk is om het gebruik van een bepaald natuurgebied te beperken (het zogezegde 'right to roam' principe). Omdat de toegang tot de natuur hierdoor in principe altijd open is geweest en zal blijven, ziet het parkmanagement het als hun taak om het gebruik van de verschillende zones in het park in betere banen te leiden. Dit is dan vooral nodig in de druk bezochte locaties waar de meeste bezoekers naar toe willen komen, het merendeel van het park blijft – ondanks de *right to roam* – niet druk bezocht aangezien daar geen of weinig infrastructuur aanwezig is.

### De Kans: Oulanka Wilderness

Toen het wildernisgebied werd opgezet ging dit gepaard met een breder bestemmingsplan voor *Oulanka National Park*. Het nationale park heeft 4 zones; een toeristische zone, een beperkingszone, een grenszone en een wilderniszone. In de toeristische zone bevinden zich alle bezoekersfaciliteiten en door deze zone loopt het bekendste wandelpad van Finland, 'The Bear's Trail'. De beperkingszone vormt daarentegen een *no-go-area* met een rijke biodiversiteit. De grenszone grenst aan Rusland en is – net als de beperkingszone – ook een *no-go-area*. De vierde zone is de wilderniszone. Op dit moment wordt 85% van het

### Highlights

Om de *Wilderness Zone* zo veel mogelijk te beschermen heeft *Oulanka National Park* wandelpaden zo ingericht dat ze weggeleiden van de natuurgebieden die de meeste bescherming nodig hebben. Daarnaast wordt er voor gezorgd dat er zo weinig mogelijk services zijn in de *Wilderness Zone*. Om de natuur in het park verder te ontlasten en bezoekersstromen ook naar natuurgebieden in de regio te spreiden werkt het park nauw samen met deze gebieden.

### Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Deze *best practice* laat zien dat het niet alleen een optie is om binnen het park bezoekers te sturen middels beschikbare faciliteiten, maar dat samenwerken met de bredere regio helpt om de druk van toerisme op te vangen.

park bedekt door een wildernis area bestaande uit de beperkingszone, grenszone en wildernis zone.

### De aanpak

Zoals eerder aangegeven heeft de wilderniszone een nieuwe zoning aan het gebied toegevoegd. Om het gebruik van de verschillende gebieden te beïnvloeden zijn allereerst paden aangelegd die bezoekers naar de gebieden leiden waar ze door de natuur beter opgevangen kunnen worden in vergelijking met kwetsbare gebieden die meer bescherming nodig hebben. Het feit blijft dat, vanwege *the right to roam*, bezoekers in principe overal naartoe mogen. Het verschil in zones zit hem dan uiteindelijk vooral in de mate van services die er worden aangeboden ter plaatse. In sommige gebieden worden er wel services aangeboden, terwijl er ook plekken zijn waar dit niet het geval is.



Het is belangrijk gebleken om omwonenden te betrekken bij de inrichting van deze zones. Waar de meeste omwonenden een probleem mee hebben zijn de huidige rechten op jacht en visserij, aangezien dit niet meer voor iedereen is toegestaan in de beperkingszone. Naast nauw contact met omwonenden vindt het parkmanagement het belangrijk om contact te hebben met andere natuurgebieden in de buurt. Zo is *Oulanka National Park* begonnen met het promoten van dagtochten naar andere gebieden in de buurt wat ervoor heeft gezorgd dat de stroom van bezoekers naar deze plekken wordt geleid. Daarnaast investeert het parkmanagement meer in relaties met de lokale toeristische sector. Zo werkt het parkmanagement samen met het grootste Finse vakantiepark dat naast het nationale park ligt. Op deze manier kan de verantwoordelijkheid voor het inlichten van bezoekers over verantwoord gedrag in het nationale park gedeeld worden en kan het vakantiepark helpen bij het spreiden van bezoekers naar andere gebieden.

### Uitkomsten

Door tijd te investeren in de relatie met de toeristische sector is er een samenwerkingsverband ontstaan met een netwerk van 700 zakenpartners in heel Finland, waarvan *Oulanka National Park* 40 partners heeft. Een aantal van deze partners werken in het nationale park zelf, door bijvoorbeeld rondleidingen aan te bieden. Andere partners opereren buiten het nationale park, zoals accommodatie voorzieningen. Een aantal van de bedrijven waar het park mee samenwerkt heeft aangegeven dat ze graag meer services in het park zouden willen zien om het nog aantrekkelijker te maken voor bezoekers. Tegelijkertijd zien de meeste van deze bedrijven ook het belang in van het beschermen van de natuur en Oulanka en waarom bezoekers naar andere gebieden in de buurt geleid moeten worden. Tenslotte, een bijkomende uitdaging momenteel is dat een aantal van de mooiste plekken in de *Wilderness Zone* uitgebreid op sociale media zijn gedeeld. Dit heeft geleid naar een toename in het aantal bezoekers naar deze plekken. Dit benadrukt het belang van de paden die bezo-

kers weg leiden uit deze kwetsbare gebieden.

### Bronnen

- [european-wilderness.network/listing/oulanka-wilderness](http://european-wilderness.network/listing/oulanka-wilderness)
- [www.europarc.org/wp-content/uploads/2015/05/2009\\_Brochure\\_Pan\\_Parks\\_As\\_nature\\_intended\\_Best\\_practices\\_wilderness\\_management\\_N2000\\_network.pdf](http://www.europarc.org/wp-content/uploads/2015/05/2009_Brochure_Pan_Parks_As_nature_intended_Best_practices_wilderness_management_N2000_network.pdf)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze aanpak kan contact opgenomen worden met Matti Tapaninen (Manager *Oulanka National Park*).

Email: [matti.tapaninen@metsa.fi](mailto:matti.tapaninen@metsa.fi)





## INFORMATIE

NAAM Parc National de Forêts LOCATIE  
Ligt aan het Plateau van Langres in  
Noordoost-Frankrijk OPGERICHT 2019  
FORMAAT 242.148 hectare AANTAL BE-  
ZOEKERS PER JAAR 30.000 LANDSCHAP  
Bos (oud loofbos), moeras TOERISME  
ACTIVITEITEN (orchidee)wandelingen,  
boomklimmen, bijen-yoga, ezel rij-  
den



# Parc National de Forêts

## *Samenwerken met bewoners en boeren*

Het *Parc National de Forêts* is een zeer jong nationaal park en wordt – zeker gezien nabij gelegen populaire bestemmingen als Bourgondië en Champagne – nog maar zeer weinig bezocht. De verwachting is dat de 30.000 bezoekers van nu gaan groeien naar 100.000 binnen 2 a 3 jaar. Maar wellicht worden dat er zelfs meer als je beseft dat er 22 miljoen inwoners binnen 2 en 2,5 uur rijden van het park wonen en het nieuwe nationale park nabij eerdergenoemde wijnstreken ligt. Momenteel is het leven in en rond het park dus ook nog erg rustig en dat willen de lokale bewoners eigenlijk graag zo houden. Daar ligt direct een uitdaging voor de komende jaren gezien de verwachte stijging van bezoekersaantallen na verloop van tijd.

< Zwarte Ooievaar (foto: Ondrej Prosicky)



## Park achtergrond

Ongeveer een vijfde van het park vormt nu een kerngebied (*coeur*) waar economische exploitatie maatregelen gelden, met daarbinnen een zone die niet voor mensen toegankelijk is (*réserve intégrale*). Voorbij deze zones zijn er gebieden waar gemeentes zich hebben aangesloten bij de charter van het park (*aire d'adhésion*). Het nationale park ligt verspreid over 127 gemeentes waar zo'n 28.000 mensen wonen. Het gebied heeft als doel om het landgebruik duurzamer in te richten. Zo kan onder andere de zwarte ooievaar zich na een lange tocht uit West Afrika nestelen in circa 50 miljoen bomen die het park telt. Veel van deze bomen worden al sinds de Franse revolutie gekapt voor de bouw of verwarming van huizen, maar ook schepen. Er bestaat nog een oud loofbos dat nu beschermd is. Veel bomen groeien op een kalksteen ondergrond die niet erg geschikt is voor groot-schalige landbouw. Dit heeft ervoor gezorgd dat het gebied niet door intensieve landbouw is overgenomen. Dit maakt het een uniek park in Frankrijk omdat de meeste andere parken in de bergen zijn gevestigd. Er is geen ander park dat bosgebieden in de lage landen beschermt.

*"The 'national park' label allows people to change their vision of the territory, elevating it and giving it value," says Claire Colliat, mayor of the village of Saint-Loup-sur-Aujon, on the park's eastern border. Colliat helped champion the park's creation through the grassroots *Oui au Parc* campaign. "Residents now recognize its incredible wealth and resources: natural, cultural, human"*

Nicklin, 2020

## De kans

Het park ligt een paar uur rijden van Parijs en zal zomaar eens een belangrijke trekpleister kunnen worden voor eco-toeristen (*charter park*). Door het park te zien als een eco bestemming in wording heeft de regio een belangrijke *nature-based* impuls gekregen.

De grondslag van deze positieve parkbestemming kent een langere geschiedenis dan de recente park erkenning. Er is veel verzet geweest en de totstandkoming van het park ging gepaard met veel onderhandelen met o.a. NGOs, boeren, en vele gemeenteraden. Wat het park anders maakt dan andere Franse nationale parken is dat veel traditionele activiteiten zijn toegestaan in het hart van het park. In dit gebied is jagen, bosbouw en landbouw deels nog toegestaan. Het park is dan ook een soort van *'people's park'* geworden waar de nadruk niet alleen op natuur ligt, maar dus eerder op een grens vervagend samenspel van natuur en mens.

## De aanpak

Om tot een nieuw nationaal park te komen moesten initiatiefnemers plannen presenteren en bediscussiëren op verschillende (nationale/regionale en lokale) niveaus. Zo is er gesproken met mensen uit 250 gemeenten en is er een publieke survey uitgezet onder de 28.000 inwoners. Toen het uiteindelijke plan werd gepresenteerd stemde 91 % in (Hervé Parmentier, in Hanks, 2020).

De grootste uitdaging blijft hoe men om kan blijven gaan met traditionele activiteiten, met name houtproductie en jachtactiviteiten. Hiervoor heeft het parkmanagement gesprekken gevoerd met lokale jagers en houtbedrijven. Deze twee groepen waren bang dat ze hun activiteit niet meer zouden kunnen uitoefenen als het nationale park zou worden opgericht. Tijdens de gesprekken lag de focus op het specificeren welke activiteiten nog wel en welke niet meer toegestaan zouden zijn. Door deze

gedetailleerde discussies heeft het uiteindelijk 10 jaar geduurd voordat het nationale park werd geaccepteerd en opgericht.

De definitieve beslissing om het nationale park op te richten werd genomen door de Franse regering. Zij besloten dat – ook al waren niet alle lokale bewoners het ermee eens – de natuur in het gebied beschermd moest worden en dat daarom dit besluit aangenomen moest worden. Met het besluit is dit nieuwe nationale park een onderdeel van het Franse nationale parkensysteem inclusief nationale wetten en regelgeving. Gezien de bijzondere status van het gebied vergt dat ook op nationaal niveau afstemming.

Tenslotte worden er ook nu nog gesprekken gevoerd met lokale boeren, jagers, boswachters en houtbedrijven. Op dit moment zijn de verhoudingen met de jagers goed. Met de boeren lijkt het ingewikkelder. In eerste instantie was er bij de boeren veel verzet maar uiteindelijk begrijpt het merendeel het doel van het park om duurzaam met het land om te gaan. Parkmanagement is nu heel voorzichtig om geen beloftes te maken die ze niet kunnen waarmaken. Dergelijke optimistische toekomstbeelden zijn – achteraf gezien – een doorn in het oog. In de aanloop naar het NP formatieproces zijn er namelijk veel mooie beloften gedaan alsook positieve beelden geschetst die nu (nog) niet waargemaakt kunnen worden. Dit speelt nu het NP management parten in de gesprekken met boeren en bewoners. Het is desalniettemin essentieel om positief en eerlijk te blijven tijdens voortdurende interacties met sociale omgeving waarbinnen het park zich begeeft.

## Uitkomsten

Sinds de zomer van 2020 hebben 95 dorpen gestemd om deel uit te maken van het nationale park. Er heerst, ondanks de coronacrisis, een optimistische en hoopvolle kijk naar de toekomst van de regio waar vele lokale (en import) ondernemers kansen lijken te benutten om te leven binnen het nieuwe nationale

## Highlights

Omgaan met traditionele regionale praktijken en ideeën tijdens de oprichting van een nieuw nationaal park en bijkomend toerisme in een ruraal gebied kent continue uitdagingen. Er is gekozen om een nieuw nationaal park op te richten omdat unieke natuur in dit gebied bescherming nodig heeft en het gebied tal van mogelijkheden biedt voor regionaal toerisme in het Noorden/Noordoosten van Frankrijk (zeker gezien de nabijheid tot Parijs).

Voor en sinds de oprichting van het park is nauw contact met lokale bedrijven, omwonenden en burgemeesters opgezet om consensus te creëren over de noodzaak en (in)richting van het nieuwe nationale park. Het creëren van een eco-bestemming werd daarbij gezien als mogelijkheid om inwoners te overtuigen van het belang van het nieuwe nationale park. Een valkuil daarbij zijn te grote beloftes die niet waargemaakt worden in de praktijk.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Een aantal Nederlandse parken overweegt om natuur op te schalen buiten de grenzen van bestaande natuurgebieden. Dat vergt in de praktijk veel overleg welke soms tot fricties leiden. Inwoners/boeren kunnen bijvoorbeeld in verzet komen tegen plannen voor meer natuur.

Dergelijke fricties zijn niet per se problematisch, maar het is zaak om deze serieus te nemen en niet direct te ontwijken. Daarbij kan toerisme een uitkomst bieden om meer binding te genereren, maar ook dat is soms lastig in de praktijk.





park. Er worden bijvoorbeeld inmiddels yoga lessen gegeven die worden ondersteund door het gezoem van bijen. Ook zijn *bed & breakfasts* opgezet naast campingroutes waar men met een ezel op pad kan. Dergelijke toeristische initiatieven passen mooi binnen een nieuwe eco-bestemming waarmee inwoners enthousiast zich zouden kunnen binden aan een nieuw nationaal park.

De vraag waar het parkmanagement mee blijft zitten, is wat ze kunnen doen om de verschillende bedrijven in het gebied beter te betrekken. Naast de nog kleine bezoekersaantallen voor de nieuwe eco-toeristische initiatieven neemt de houtproductie altijd nog af. Het parkmanagement heeft toegezegd samen te zullen werken om de producten uit het gebied beter te promoten. Zo kijken ze bijvoorbeeld of een prijs premium af te dingen is voor een houtproducent aangezien hout nu op een duurzamere manier gekapt wordt. De commerciële houtkap blijft daarmee zijn doorgang vinden, maar wordt op een laag pitje gezet zodat het niet ten koste hoeft te gaan van oude bossen in de regio. Een gedeelte van 3000 hectaren is daarbij strikt verboden verklaard voor mensen behalve bosonderzoekers welke monitoren hoe flora en fauna evolueren in een strikt natuurlijke setting.

Naast prijspremies en strikte zonerings van de kern werkt het parkmanagement ook aan het opzetten van een platform waarin gesprekken kunnen worden gevoerd met omwonenden en bedrijven. De eerste fase is het in gesprek gaan met belanghebbende op een bilaterale manier. De volgende fase is om op een meer collectieve manier te discussiëren met bewoners. De reden om nu eerst nog steeds bilateraal te overleggen is dat het gebied erg landelijk is met kleine dorpen waar bewoners gewend zijn aan traditionele en persoonlijke vormen van contact. Daarnaast is het in deze fase (maar waarschijnlijk ook in de toekomst) belangrijk om vertrouwen te genereren (of te repareren)

< *Forêt d'Arc-en-Barrois en Haute-Marne*

met de vele betrokken partijen in een agrarische regio met veel landeigenaren en belanghebbende. Wil het nieuwe nationaal park inderdaad een eco-bestemming worden zoals afgespiegeld bij aanvang, dan zal dat in voortdurend overleg moeten gebeuren. Dat kan niet op puur sectoraal niveau waar je je richt op toerisme alleen, dit zal ook breder moeten met andere praktijken die een lange geschiedenis kennen met veel belangen. Duurzaam toerisme gaat in dit geval dus ook over het langzaam en eerlijk afbouwen van andere sectoren zoals de houthandel of traditionele jacht.

### Bronnen

- Nicklin, M.W. (2020) At France's newest national park, it's all about the trees, National Geographic, retrieved the 1st of march 2021 from [www.nationalgeographic.com/travel/article/burgundy-champagne-national-park-a-new-model-for-sustainable-tourism](http://www.nationalgeographic.com/travel/article/burgundy-champagne-national-park-a-new-model-for-sustainable-tourism)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze corporate aanpak kan contact opgenomen worden met Philippe Puydarrieux (Manager van het *Parc National de Forêts*).

Email: [philippe.puydarrieux@forets-parcnational.fr](mailto:philippe.puydarrieux@forets-parcnational.fr)



# Peneda-Gerês

## De GR50 Peneda-Geres lange afstandswandeling

*Peneda-Gerês Nationaal Park* werd opgericht als het eerste nationale park in Portugal om ervoor te zorgen dat de oude gebruiken van de regio intact zouden blijven. Het is vandaag de dag nog steeds het enige nationale park in Portugal. Dit gebied heeft een eeuwenoude geschiedenis van menselijke bewoning, waarvan de tekens nog zichtbaar zijn zoals een Romeinse weg, kastelen, kloosters en stenen graven uit de derde eeuw. Herderswerk en landbouwwerk zijn van oudsher de belangrijkste inkomstenbronnen geweest voor bewoners die in meer dan 100 dorpen in het park wonen. Deze traditionele praktijken zijn ook vandaag nog een bron van lokale inkomsten. In sommige dorpen zijn maar een paar huizen te vinden, terwijl in andere dorpen grotere accommodatie, winkels en restaurants zijn.



### INFORMATIE

NAAM Peneda-Gerês Nationaal Park  
LOCATIE Noord Portugal, grenzend aan het Spaanse natuurpark Baixa Limia – Serra do Xures  
OPGERICHT 1971  
FORMAAT (hectare): 72.000  
AANTAL BEZOEKERS PER JAAR 93.000  
LANDSCHAP Bergvlaktes, eikenbossen, groene valleien  
TOERISME ACTIVITEITEN Wandelen, dorpen bezoeken, wateractiviteiten (kanoën en raften), paardrijden







### Park achtergrond

Het park is opgedeeld in drie zones. De eerste zone is een integraal beschermd gebied zonder toegang voor bezoekers. Hier is alleen toegang voor de bewoners die betrokken zijn bij landbouwactiviteiten in dit gebied. De tweede zone is het totale beschermde gebied met beperkte infrastructuur. De derde zone is de landelijke zone waarin de dorpen en populaire trekpleisters zich bevinden.

De organisatie die het beheer van het nationale park ondersteunt is *Adere-Peneda Gerês*. *Adere-Peneda Gerês* is een particuliere non-profitorganisatie die werd opgericht in 1993. Deze organisatie organiseert activiteiten in de vijf gemeenten die binnen het nationale park vallen. De focus is op het ontwikkelen van projecten die kunnen bijdragen aan het verbeteren van zowel de leefomstandigheden van de lokale bevolking als het behoud van natuur en erfgoed. Daarnaast ontwikkelt deze organisatie trainingen voor buurtbewoners die meer kennis willen opdoen over toerisme, zodat zij naast hun agrarische baan een extra inkomstenbron kunnen creëren.

### De kans: Integratie van natuurlijk en cultureel erfgoed

De bewoners van de dorpen in het nationale park zijn niet allemaal bezig met toeristische activiteiten. De meesten van hen hebben dus een baan in de agrarische sector of werken in de steden rond het park. Toch merken de meeste inwoners dat er steeds meer bezoekers naar het nationale park komen en dat ze hieraan kunnen verdienen.

De organisatie *Adere-Peneda Gerês* wil dan ook bezoekers aanmoedigen om in contact te komen met inwoners van de vele dorpen in het nationale park. Dit wordt meegenomen in de communicatie opdat de focus niet alleen op de natuurlijke schoonheid van het park ligt, maar ook op het rijke culturele erfgoed en lokale gebruiken.

### Highlights

Om inwoners van het nationale park meer betrokken te laten zijn bij toeristische activiteiten die plaatsvonden in het park is een lange-afstandswandeling opgezet. Dit pad loopt door de verschillende dorpen waardoor bezoekers niet alleen in aanraking komen met de natuur in het park maar ook met de rijke cultuur die er te vinden is.

### Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Deze *best practice* laat zien hoe bewoners en ondernemers van in en rond een nationaal park meer in aanraking kunnen worden gebracht met bezoekers, en vice versa. Dit kan een rol spelen in het versterken van een bredere verbinding tussen het park, samenleving alsook bezoekers.

### De aanpak

Naast bezoekers te stimuleren om in contact te komen met bewoners, heeft dezelfde organisatie als doel gesteld om inwoners van de dorpen informatie te geven en bewust te maken van het belang van natuurbehoud alsook mee te kunnen profiteren van het toerisme. Hiervoor worden avond- en weekendactiviteiten georganiseerd waar bewoners hun ervaringen en wensen kunnen delen. De organisatie zet vervolgens projecten op die inspelen op deze wensen.

Om deze regionale binding verder aan te moedigen is een lange-afstand pad (GR50) aangelegd dat door de verschillende dorpen loopt. Wandelaars op dit pad komen zo in contact met lokale verhalen, eten, wijn en ambachten. Het volledige pad is 200 km waarvoor ongeveer 7 wandeldagen nodig zijn. Het parcours bestaat uit 19 etappes en verbindt de vijf gemeentes in het park.



Dit lange-afstand pad is voor het nationale park een manier geworden om samen te werken met lokale bedrijven maar ook om zichzelf te profileren. De totstandkoming van dit pad heeft meerdere doelen. Ten eerste om bezoekers aan te zetten tot interactie met bewoners, zodat bezoekers niet alleen de natuur maar ook de cultuur ervaren en de bewoners toerisme als positief ervaren. Ten tweede hoopt het park met deze *'grand trail'* bezoekers te overtuigen dat het belangrijk is om door middel van donaties natuurbehoud mede te financieren. Dit wordt gecommuniceerd op de website en op borden die rondom het park zijn geplaatst. Aangezien het pad afgelopen jaar is opgezet kan nog geen conclusie worden getrokken over hoe succesvol dit op de lange termijn zal zijn.

### Uitkomsten

De organisatie *Adere-Peneda Gerês* heeft geconstateerd dat het belangrijk is om een balans te vinden tussen het bieden van een beleving aan bezoekers en het behoud van het culturele erfgoed en de natuur van het park. Hoewel dit soms een uitdaging kan zijn, is het wel haalbaar gebleken.

De afgelopen jaren is er een toename van bezoekers die naar het nationale park komt. Parkmanagement heeft geprobeerd de bezoekersstroom onder controle te krijgen met behulp van boswachters en door verschillende gebieden te promoten in de regio. Dit is echter niet eenvoudig gebleken, vooral omdat het type bezoeker verandert. Bezoekers zijn niet langer alleen mensen die genieten van rust in de natuur zoals eerder vooral het geval bleek te zijn. In het afgelopen (corona) jaar kwamen mensen naar het nationale park omdat dit het enige mogelijke uitje in de regio was. Ze kwamen met radio's die luide muziek speelden en brachten hun eigen eten mee in plaats van de lokale restaurants te bezoeken. Dit leidde tot veel frustraties bij het park management en lokale bewoners. Er is op dit moment geen plan om deze specifieke groep bezoekers voor te lichten omdat de verwachting is dat zodra de pandemie voorbij is, deze

bezoekers niet meer naar het nationale park zullen komen. De aanleg van het GR50 lange-afstand pad is onlangs afgerond en nu zal het nationale park en de *Adere-Peneda Gerês* organisatie werken aan de verdere promotie ervan. Hoewel de reacties tot nu toe positief zijn van zowel bezoekers als de lokale bevolking is er nog niet genoeg tijd verstreken om dit goed te evalueren.

### Bronnen

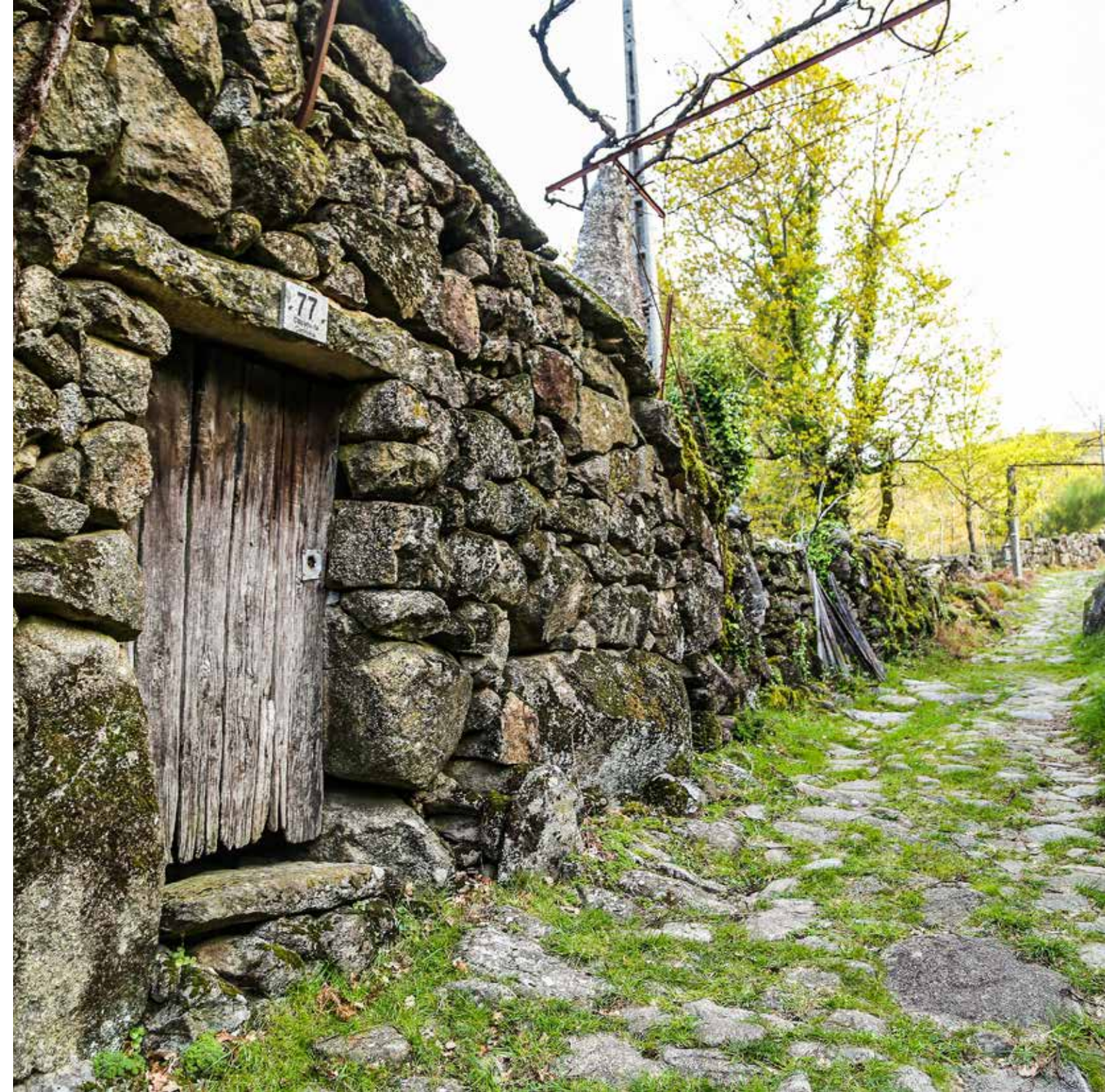
- [www.walkingpenedageres.pt/en](http://www.walkingpenedageres.pt/en)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze aanpak kan contact opgenomen worden met Sónia Almeida (CEO van *Adere-Peneda Gerês*).

Email: [sonia.almeida@adere-pg.pt](mailto:sonia.almeida@adere-pg.pt)





## INFORMATIE

Een samenwerking tussen meer dan 200 natuurreservaten in het Verenigd Koninkrijk



# Royal Society for the Protection of Birds

## *Collectieve bezoekersmonitoring binnen de RSPB*

*The Royal Society for the Protection of Birds (RSPB)* is verantwoordelijk voor meer dan 200 natuurreservaten in het Verenigd Koninkrijk. De RSPB is ofwel de volledige eigenaar van de grond, een partner hierin, of beheert gebieden voor een derde partij. Het verschil tussen natuurreservaten is groot als het om bezoekersaantallen; sommigen ontvangen helemaal geen bezoekers terwijl het er bij andere (te) veel zijn. De reservaten die veel bezoekers ontvangen worden 'visitor havens' of 'flagship sites' genoemd. Een aantal reservaten maken gebruik van technologie om het aantal bezoekers te tellen, terwijl anderen hier niet mee bezig zijn omdat het niet belangrijk wordt bevonden. Dit is met name in kleine reservaten die gedurende het hele jaar een laag aantal bezoekers ontvangen.

*Foto: RSPB Images*



## Achtergrond

Naast het verschil in bezoekersaantallen verschillen de reservaten ook in flora en fauna, van bossen tot natte graslanden tot inheemse naaldbossen. Deze verschillen zorgen ervoor dat de behoefte voor monitoring erg afhangt van het specifieke reservaat en de vragen en uitdagingen – o.a. het beschermen van bepaalde gebieden, behoefte aan vrijwilligers, problematisch gedrag van bezoekers, etc. – die er lokaal spelen

Op dit moment blijft het monitoren van bezoekers onnauwkeurig en inconsistent. Dit maakt het uitdagend om dit soort data in te zetten tijdens het plannen van activiteiten (waaronder de retail en horeca). Ook al is het niet nodig om het tellen van bezoekers 100% nauwkeurig te maken, het stroomlijnen van bezoekersmonitoring kan de RSPB en de verbonden natuurreservaten ten goede komen.

## De kans: Just in Place monitoring

Vorig jaar is de RSPB begonnen met een project dat als doel heeft om het monitoren van bezoekers in de drukst bezochte natuurreservaten in het Verenigd Koninkrijk te stroomlijnen. De vragen die ze willen beantwoorden door middel van bezoekersmonitoring zijn:

- Hoeveel bezoekers komen er naar de natuurgebieden? En kunnen de natuurgebieden deze aantallen aan?
- Hoeveel bezoekers maken gebruik van bezoekerscentra, horeca en/of winkels? Wat is de reden om hier wel of geen gebruik van te maken? Hoe kunnen deze locaties een betere connectie maken met bezoekers?

Door monitoring kan de RSPB niet alleen op deze vragen een antwoord geven, maar geeft ook de mogelijkheid om accurate cijfers te communiceren naar andere delen van de organisatie en aan andere partijen zoals financiers en overheidsinstanties. Omdat monitoring afhankelijk is van de kennisbehoeften in een bepaald gebied is het niet nodig om dit in elk natuurreservaat

uit te voeren of op elk punt binnen een reservaat. In plaats daarvan wordt monitoring gedaan op strategische plaatsen zodat bovenstaande vragen beantwoord kunnen worden. Een belangrijk aspect hierin blijft het beschermen van de natuur in de reservaten, die elk hun eigen gevoeligheden hebben. Dit maakt het zo belangrijk voor ecologen van de RSPB om te weten hoeveel bezoekers naar deze (gevoelige) plekken komen en op welke punten bezoekers vooral samenkomen en wat ze daar doen. Deze informatie zou dan gekoppeld kunnen worden aan de gegevens over de flora en fauna.

## De aanpak

De RSPB heeft ongeveer 47 natuurgebieden waar de bezoekersaantallen relatief hoog liggen. Onlangs zijn hier 6 reservaten van geselecteerd om hier zo veel mogelijk informatie over bezoekers te verzamelen. Het verzamelen van deze informatie is nog niet begonnen, maar een leverancier voor de monitoring apparatuur is inmiddels gekozen. De RSPB gaat nu een testfase in waarin de apparatuur in verschillende delen van het land getest zal worden om te kijken of deze overal goed functioneert. Zo is het bijvoorbeeld de vraag of de Wifi verbinding in alle reservaten gemaakt kan worden zodat gegevens live kunnen worden vastgelegd en online gedeeld kunnen worden. Na deze testfase kan elk reservaat, afhankelijk van de gegevens die ze willen verzamelen, de meest geschikte apparatuur kiezen. Deze apparatuur is ofwel handmatig, maakt gebruik van een tablet of laptop, of gebruikt Wifi om gegevens te downloaden. Als Wifi niet beschikbaar is biedt de gekozen leverancier ook de mogelijkheid om gebruik te maken van satelliettechnologie. Om conclusies te kunnen trekken op basis van de getelde bezoekersaantallen kan het monitoringsysteem ook patronen voorspellen door gebruik te maken van weersinformatie en activiteiten die plaats vinden in het natuurreservaat.

Met dit monitoringsysteem hoopt de RSPB meer inzicht te krijgen in wat bezoekers doen in het natuurgebied; hoeveel be-

zoeken alleen het gebied en hoeveel hebben contact met het personeel. Aan de hand van de data die in bezoekerscentra, winkel- en horecagelegenheden wordt verzameld kunnen conclusies worden getrokken over welke bezoekers hier gebruik van maken. Dit zou echter alleen werken voor de reservaten waar een bezoekerscentrum aanwezig is. Voor de reservaten zonder toegangspoort of bezoekerscentrum zou monitoring kunnen worden toegepast door het aantal auto's dat de parkeerplaats opkomt te tellen om zo alsnog een schatting te kunnen maken.

Op basis van deze gegevens kunnen ecologen beter inschatten in hoeverre het samenkomen van groepen bezoekers wel of niet is toegestaan in verschillende gebieden van het reservaat. Dit zal mogelijk leiden tot het actief spreiden van bezoekers richting minder gevoelige gebieden. Hierin zullen de ecologen zoveel mogelijk meedenken met de behoefte van bezoekers door ze te leiden naar gebieden met een mooi uitzicht of waar interessante activiteiten gedaan kunnen worden zonder dat dit een grote impact heeft op de natuur.

*“Variety keeps things interesting, with focus moving between close interest and vistas. For example, cutting gaps in vegetation so that people can see through to other areas (providing that this does not conflict with the conservation interest of the site)”*

RSPB Viewing Wildlife Visitor Trails

Gebieden die gevoelig zijn, of in toenemende mate bedreigd worden door de hoge aantal bezoekers, worden minder toegankelijk gemaakt door hier minder infrastructuur en informatieborden te plaatsen. Om te bepalen welke activiteiten wel mogelijk zijn werkt de RSPB met een activiteitenbesluitboom (*Activities Decision Tree*). Personeel van de bezoekerscentra en

## Highlights

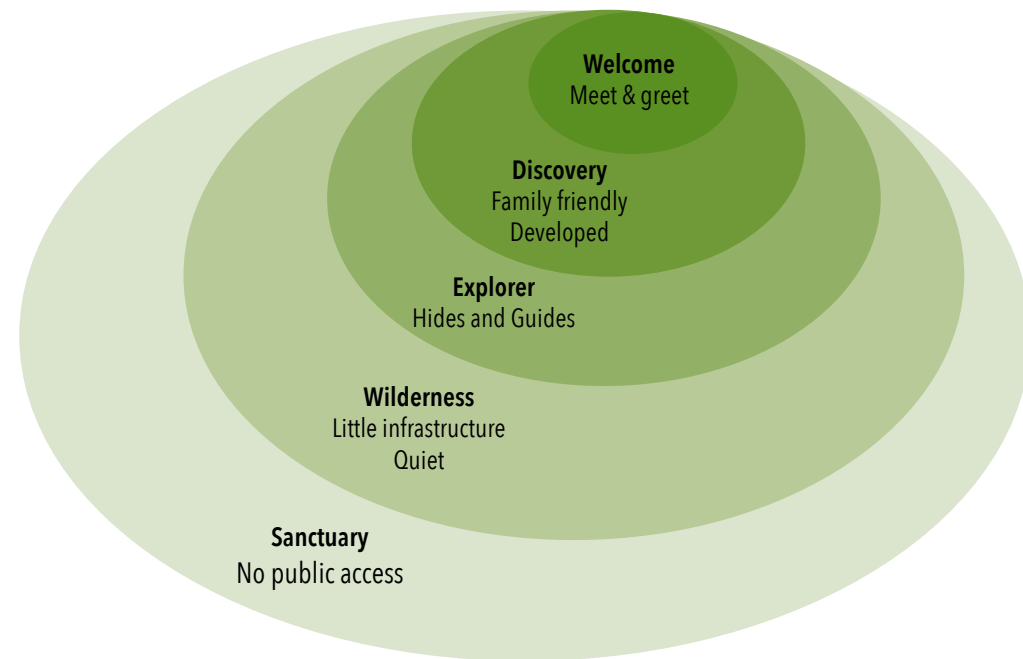
Een landelijke monitoring van bezoekersaantallen uitgevoerd door een natuurbeschermingsorganisatie (hier de RSPB) stelt de organisatie in staat om bezoekersaantallen nauwkeuriger en consistent te monitoren. Dit kan helpen bij besluitvorming over het natuurgebied als geheel maar ook over specifieke gebieden zoals bezoekerscentra, winkels en cafés. Door het op deze manier in te richten, en door monitoring door één organisatie te laten uitvoeren, kunnen kosten bespaard worden. Daarnaast kunnen samenwerkingsverbanden tussen organisatiedisciplines alsook meerdere natuurreservaten van de RSPB helpen bij plaats specifieke vragen en uitdagingen.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Momenteel experimenteren verschillende Nederlandse nationale parken met bezoekersmonitoring. Er wordt door ieder park gebruik gemaakt van verschillende tools. Door één organisatie hier verantwoordelijk voor te maken kunnen kosten worden bespaard en kunnen inzichten van en tussen verschillende gebieden gedeeld worden. Het is hierbij essentieel dat de juiste vragen worden gesteld voordat bezoekersmonitoring apparatuur wordt geïnstalleerd maar ook om na te denken over gerelateerde uitdagingen die mogelijk tegelijkertijd kunnen worden aangepakt.

horeca maken samen met ecologen gebruik van deze besluitboom om te onderzoeken wat er wel en niet mogelijk is binnen een reservaat. De besluiten die hieruit volgen hebben invloed op de zonering die door de RSPB is opgezet; *welcome zone* (waar verwachtingen worden gewekt), *discovery zone* (gezins-





Figuur 1. Reserve Zoning schematic diagram (source: RSPB Viewing Wildlife Reserve Zoning)

vriendelijk en ontwikkeld), *explorer zone* (minder ontwikkeld en vooral kansen om wild te zien), *wilderness zone* (geen of beperkte infrastructuur) en *sanctuary zone* (geen toegang).

### Uitkomsten

Het hebben van één organisatie de het monitoren voor meerdere natuurreservaten organiseert is een stuk goedkoper dan wanneer elk gebied dit voor zichzelf zou aanpakken. Dat is uiteraard gemakkelijker als dat binnen de eigen gebieden gebeurt zoals het geval van de RSPB. Daarnaast biedt het de kans om expertise en kennis over de apparatuur en methodes die wel of niet succesvol zijn geweest te delen. Bovendien zorgt het feit dat één organisatie vanaf het begin betrokken is bij het aanvragen van offertes en beslissingen maken over het monitoren ervoor dat als er een keuze wordt gemaakt die niet goed zou zijn voor een gebied dit snel kan worden opgepikt.

De apparatuur die de RSPB heeft gekozen wordt de komende 6 maanden geïnstalleerd in de 6 geselecteerde natuurgebieden. De apparatuur die is geselecteerd zijn radiotechnologie, draadloze en satellietloggers, directionele en niet-directionele dataloggers en Automag-autotellers. De apparatuur die uiteindelijk gekozen zal worden wordt bepaald door de behoeften en de natuur in het reservaat. Hiervoor wordt onder andere gekeken naar weersomstandigheden, verkeersdruk en het aantal toegangen tot het reservaat. Na de installatie zal er voortdurend gemonitord worden en als het nodig blijkt zal de apparatuur geplaatst worden om nog meer gegevens te kunnen verzamelen.

Nu dat het stroomlijnen van bezoekersmonitoring middels deze dataverzameling vorm kan krijgen, lijkt de RSPB verder te profiteren van intervisie tussen verschillende afdelingen en dus ook specialisaties binnen de organisatie. Zo profiteren ecologen van

de expertise van bezoekersmanagers om nieuwe kansen en risico's te identificeren in de reservaten en tegelijkertijd kan bezoekersmonitoring ook profiteren van ecologen van de RSPB. Het zorgt er bijvoorbeeld voor dat het creëren van leefgebieden voor gevoelige diersoorten op geschikte plaatsen wordt vormgegeven. Dit soort samenwerkingen tussen specialisten kan voordelig zijn voor de hele organisatie wanneer de RSPB personeel gezamenlijk verantwoordelijk maakt voor complexe processen.

Ecologen mogen bijvoorbeeld verantwoordelijk zijn voor het toezicht op een specifiek gebied binnen het RSPB netwerk. Tegelijkertijd delen ze van oudsher ook ecologisch advies met andere gebieden waar nodig. Op deze manier wordt personeel

met bepaalde expertise ingezet in verschillende gebieden wanneer bepaalde vragen opkomen en gespecialiseerde kennis nodig is. De ecologie afdeling van de RSPB heeft daarnaast tot nu toe veel ecologen maar weinig sociale wetenschappers. Op dit moment wordt onderzocht of het mogelijk is om meer sociale wetenschappers aan het team toe te voegen om beter te leren hoe bezoekers omgaan met de natuur. Een voorbeeld hiervan zijn de vele nieuwe, en onervaren, hondenbezitters die vooral tijdens COVID-19 hun weg naar de reservaten hebben gevonden. Hierdoor is de vraag gesteld hoe het beste om te gaan met deze onervaren gebruikers van het reservaat. Hoe gedragen ze zich? Waar bevinden ze zich? En welke effecten hebben honden en bezitters op het lokale ecosysteem dat ze samen bezoeken. Door daar met ecologen, bezoekersmanagers alsook sociale wetenschappers samen naar te kijken kun je zoeken naar een breed gedragen oplossing voor opkomende en complexe problemen.

### Meer weten?

Voor meer informatie over visitor monitoring kan contact opgenomen worden met Sue Beeching.

Email: [sue.beeching@rspb.org.uk](mailto:sue.beeching@rspb.org.uk)

Voor meer informatie over ecologische zonering of besluitvorming in RSPB natuurgebieden kan contact opgenomen worden met Vivienne Booth.

Email: [vivienne.booth@rspb.org.uk](mailto:vivienne.booth@rspb.org.uk)



### Bronnen

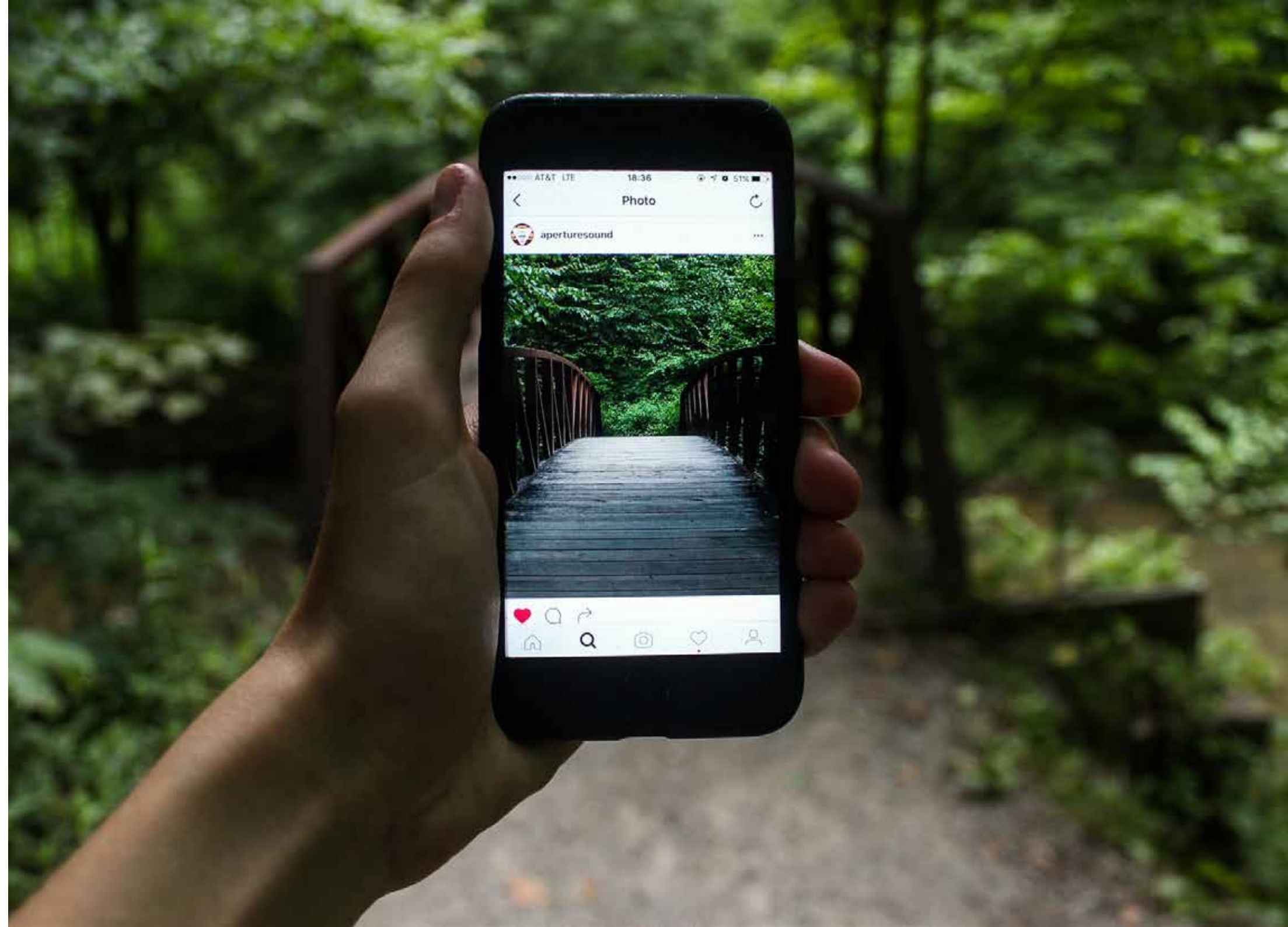
- [www.rspb.org.uk](http://www.rspb.org.uk)



# Social Media Monitoring

Daar waar geen ontvangstopoorten als ook entreegeld gevraagd wordt in nationale parken is het direct lastig te monitoren hoeveel bezoekers een dergelijk park precies ontvangt. Het monitoren van bezoekers kan verschillende doelen hebben zoals het krijgen van inzicht in bezoekersaantallen, achtergrond van bezoekers of gedrag van bezoekers. Het hebben van informatie over deze verschillende aspecten kan waardevol zijn voor het maken van voorspellingen voor toekomstige bezoekersaantallen. Ook kan deze informatie gebruikt worden om beslissingen te nemen over infrastructuurprojecten.

*Social media representatie van natuurervaring >*





## Achtergrond

Veel van de high tech monitoring tools (bijvoorbeeld via satelliet verbindingen) zijn meestal prijzig, vergen specifieke kennis alsook kostbare tijd van parkmedewerkers. Onderzoekers die monitoringtechnieken hebben toegepast in nationale parken hebben zowel de voor als tegens van deze methoden ondervonden. Het praktische gevolg is dat ze maar weinig (consequent) worden toegepast binnen nationale parken. Als het al gebeurt dan is het vaak voor even, als experiment, studie, op basis van een globaal onderbuikgevoel van een parkmedewerker. Dat het echter heel waardevol kan zijn om structureel monitoring uit te voeren wordt vaak onderstreept door mensen in de praktijk. Het kan inzichten geven in patronen, gedrag, voorkeuren, maar kan ook handig zijn in communicatie met regionale stakeholders, zoals bijvoorbeeld met lokale politici om park overschrijdende infrastructuur beter aan te pakken, of het belang en impact van toerisme in beeld te brengen naar verloop van tijd.

Dit hoofdstuk richt zich hier niet op een specifiek Europees nationaal park. In plaats daarvan geeft het een eerste inzage in de mogelijkheid om middels social media en het Internet gegevens van bezoekers te oogsten en te analyseren.

## De kans

Onderzoek in Duitsland heeft zich eerder al gericht op het gebruik van foto's op social media in het beter doorgronden van bezoekers in natuurgebieden zoals de Duitse Waddeneilanden. Dergelijke social media foto's worden gedeeld tijdens of na een bezoek aan een van deze nationale parken (Sinclair et al., 2020). Het doel van dit onderzoek was om inzicht te krijgen in waar bezoekers van een nationaal park globaal vandaan komen en welke plekken binnen het park het meest populair zijn om te bezoeken (en dus te delen op sociale media).

Hiervoor maakten de onderzoekers gebruik van foto's die geupload werden op Flickr en Vkontakte. Deze foto's zijn voorzien van geotags, wat kan helpen bij het voorspellen van drukke momenten op bepaalde locaties in een park, zelfs tot op het uur nauwkeurig. Daarnaast werd het profiel van de fotografen geanalyseerd om te zien uit welk land ze afkomstig waren en welke betekenis de natuur heeft voor deze social media gebruikers. Uit de resultaten van dit onderzoek bleek dat augustus de drukste maand is en dat over het algemeen de meeste bezoekers op zaterdag en zondag naar het nationale park komen. De tijden waarop het erg druk is ligt tussen 11:00 en 15:00 uur. Daarnaast kon een inschatting worden gemaakt van het percentage internationale toeristen.

Barros et al. (2020) hebben soortgelijk onderzoek gedaan met behulp van foto's met geotags en GPS-tracks in Teide Nationaal Park in Spanje. Met deze monitoringmethode analyseerden ze het bezoekersgedrag in nationale parken. Het nationale park zou ook enkele statistieken verzamelen via enquêtes, zodat de onderzoekers hun sociale netwerkgegevens konden vergelijken met parkstatistieken. Uiteindelijk konden de desbetreffende onderzoekers een advies uitbrengen over de optimale locaties in het park voor het plaatsen van informatieborden gezien de locaties waar bezoekers zich met name lijken te verzamelen.

De voordelen van het gebruik van social media monitoring zijn dat het als deskresearch kan worden uitgevoerd, heel kostenefficiënt is in vergelijking met monitoring ter plaatse en dat het kan worden gebruikt voor gebieden waar fysiek monitoren lastig is. Denk hierbij aan zeer afgelegen natuurgebieden waar bezoekers wel komen maar waar het lastig is om ook een oogje in het zeil te houden. Ook kan er dus naast geo-patronen inzicht komen in hoe men typische wijs de natuur interpreteert. Er zijn interessante vragen te bedenken in relatie tot wat een park doet aan natuureducatie. In hoeverre heeft dergelijke natuureducatie bijvoorbeeld het gewenste effect? Beïnvloedt het onze kennis

en attitude tot de natuur? Brengt het de bezoeker dicht bij de natuur? En in hoeverre kun je antwoorden op deze vragen via social media beantwoorden?

Verder heeft deze monitoring methode ook zo duidelijke nadelen. Zo kost het veel tijd en specifieke kennis over een geografisch informatiesysteem (GIS). Een tweede nadeel is dat de methode veel aannames bevat, omdat alleen iets over de foto zelf kan worden gezegd maar niet wat de bezoeker verder deed in het park, zoals wat de exacte route was om daar te komen. Ten derde werkt deze methode alleen goed in gebieden waar veel foto's worden gemaakt. Een vierde nadeel is dat je niet weet hoe representatief de gegevens zijn, aangezien niet alle bezoekers tijdens hun bezoek foto's maken of deze op de onderzochte platforms delen. En tenslotte moet er tegenwoordig goed gekeken worden naar hoe dergelijke dataverzameling gelimiteerd dienen te worden gezien strenge privacywetgeving.

Desalniettemin biedt het Internet en bredere big data verzameling steeds meer kansen. Er zijn tal van technologische ontwikkelingen in omloop en hoe meer open access is (in termen van data) hoe gemakkelijker het wordt om met die data te werken. Nationale parken zouden daar samen in kunnen optrekken (zie ook hoofdstuk Royal Society for the Protection of Birds op pagina 71) en zelf een eigen sociale media kunnen inrichten die bezoekers kunnen gebruiken om enerzijds meer informatie over het gebied te verkrijgen en anderzijds parken toestemming verlenen om handig gebruik te maken van bezoekers-patronen op een dergelijke media naast hun getraceerde bewegingspatronen. Dit vergt een sterke samenwerking tussen parken en bezoekers maar biedt wellicht kansen binnen de routines van een nationaal parkensysteem in de toekomst.

## Highlights

Huidige ICT ontwikkelingen maken het steeds eenvoudiger om mensen te surveilleren, zo ook bezoekers in nationale parken. Sociale media en onze drang naar het vastleggen van onze bezoeken aan de natuur middels mooie plaatjes (waar we ook steeds vaker onszelf in portretteren) bieden niet alleen gratis promotie voor de natuur, ze bieden in potentie een zee aan (deels gratis) data waaruit we meer kunnen leren over onze bezoekers. Echter gemakkelijk is het nog niet en er lijken ook haken en ogen aan te zitten.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

In veel Nederlandse parken is er belang bij beter inzicht in hoe bezoekers zich bewegen naar en in een nationaal park, maar ook wat deze bezoekers precies zoeken en hoe besluiten worden gemaakt mbt een bezoek aan de natuur. Echter, er is meestal geen gefundeerd onderzoek. Dit is veelal te wijten aan het kostenplaatje dat bij bezoekersmonitoring komt kijken terwijl er steeds meer technische oplossingen het gemakkelijker kunnen maken om hier structureel inzicht in te krijgen.

## Bronnen

- Barros, C., Moya-Gómez, B., & Gutiérrez, J. (2020). Using geo-tagged photographs and GPS tracks from social networks to analyse visitor behaviour in national parks. In: *Current Issues in Tourism* 23(10), 1291-1310.
- Sinclair, M., Mayer, M., Woltering, M., & Ghermandi, A. (2020). Using social media to estimate visitor provenance and patterns of recreation in Germany's national parks. In: *Journal of Environmental Management* 263, 110418.





# Thingvellir National Park

*Less is More - Infrastructuur dat overtoerisme temt*

Thingvellir National Park werd in 1928 opgericht en werd in 2004 op de Werelderfgoedlijst gezet. Vanwege de geschiedenis (IJslandse parlement zat hier) en het landschap, is het gebied altijd populair geweest onder internationale toeristen. Het landschap is daarbij wel sterk beïnvloed door het toenemende toerisme. Op dit moment ontvangt het park ongeveer 1.5 miljoen bezoekers per jaar, waarvan 98% uit het buitenland komen.



## INFORMATIE

NAAM Thingvellir National Park LOCATIE In het zuidwesten van IJsland, ongeveer 35km van de hoofdstad Reykjavik  
OPGERICHT 1928 FORMAAT 23.700 hectare AANTAL BEZOEKERS PER JAAR 1.5 miljoen LANDSCHAP Riftvallei, lava TOERISME ACTIVITEITEN Wandelen, watervallen bezoeken

< Uitzicht platform (foto: Kristi Blokhin)





### Park achtergrond

Aangezien het nationale park op het noordelijk halfrond ligt, zou men kunnen stellen dat natuurkwetsies daar anders zijn dan op het zuidelijk halfrond door de kwetsbaarheid van de natuur en de kortere groeiperiode voor herstel. In de afgelopen 8 jaar is het toerisme in IJsland ook in de wintermaanden sterk toegenomen, wat betekent dat toerisme in IJsland niet langer een seizoensgebonden uitdaging is. Veel van de plekken die door toeristen bezocht worden in IJsland zijn one-stop-locaties, zo ook de spectaculaire watervallen in Thingvellir. Bezoekers blijven hier een korte tijd, maken een foto en gaan door naar een volgende must-see one-stop-locatie. Het gevolg hiervan is dat veel van de problemen veroorzaakt worden door de pieken in bezoekersaantallen in specifieke gebieden op bepaalde tijden.

### De kans

De belangrijkste doelstellingen van het beheerplan van Thingvellir National Park voor 2004-2024 zijn zowel de bescherming van de natuur en erfgoed in het park als de voorbereiding op vele toeristen. Hiervoor is het belangrijk om het aantal bezoekers en hun gedrag continu te monitoren. Een van de grootste uitdagingen was de parkeersituatie alsook de bezoekersstromen die hieruit voortkwamen. In 2018 hebben parkmedewerkers een oplossing weten te bedenken voor de parkeerproblematiek op de plek waar de meeste bezoekers samenkomen. Al snel werd duidelijk dat er iets anders voor problemen zorgde, namelijk het grote aantal toeristen dat tegelijkertijd arriveerde. Om dit te monitoren werden elektronische tellers geplaatst. Hierdoor heeft het parkmanagement een duidelijker – en zo goed als op het uur verifiërende – beeld gekregen van bezoekerspatronen.

Het park ligt ongeveer 35 kilometer ten noordoosten van Reykjavik. Door monitoring heeft parkmanagement kunnen concluderen dat de meeste bezoekers ontbijten in Reykjavik waarna

< Drukke in de Thingvellir vallei (foto: Salajejan)

ze tussen 08:00 en 08:30 op een bus stappen. Om 08:55 zijn er nauwelijks bezoekers in het nationale park en om 09:05 zijn er ineens veel. Dit soort momenten zorgen dus voor extreme piekmomenten. Parkmanagement is erin geslaagd een aantal problemen op te lossen voor bezoekers die met de auto komen en zoeken naar een parkeerplek. Om het echter nog ingewikkelder te maken komen veel bezoekers tegenwoordig ook vanaf de cruiseterminal. Op de dagen dat cruiseschepen de havens binnenkomen, krijgt het nationale park ongeveer 1000 extra bezoekers, wat zichtbaar leidt tot verdere opstoppingen.

### De aanpak

Met al het monitoren krijgt het parkmanagement dus langzaam maar zeker een completer beeld van hoe mensen zich naar en door het park bewegen en gedragen. Een van de uitdagingen

### Highlights

Selectieve en eenvoudige infrastructuur (lijnen, promenades en uitkijkplatforms) helpen in dit IJslandse nationale park om de drukte en schade aan de natuur onder controle te houden. 99% van de bezoekers bezoekt hier maar een klein deel van het nationale park, waardoor andere gebieden relatief onaangetaast blijven.

### Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Veel beschermde gebieden in Nederland hebben te maken met toenemende drukte, vooral in de buurt van of in stedelijk gebied. Veelal zijn oplossingen gericht op het verspreiden van bezoekers – en dus het probleem genaamd toerisme – naar een andere plek. Deze *best practice* laat zien dat relatief eenvoudige veranderingen binnen het beschermde gebied ook kunnen bijdragen aan duurzamere interacties tussen mens en natuur.





Ingang naar Thingvellir National Park (foto: b-hide the scene)

die komt kijken bij het omgaan met het gedrag van bezoekers, is de manier waarop het park is opgezet. Om het park binnen te komen moeten alle bezoekers door een smalle ingang lopen. Parkmanagement is dan ook bezig met de vraag of ze moeten investeren in meer infrastructuur om de natuur in dit gebied te beschermen.

Hoewel het nationale park een groot gebied beslaat, is er duidelijk een centrale locatie waar 99% van alle bezoekers naartoe of binnen bewegen. Voor de meeste bezoekers is dit zelfs de enige plek die ze bezoeken. Je zou kunnen stellen dat dit zowel een welkome als uitdagende observatie is. Op dit moment heeft het parkmanagement zich hierbij neergelegd en

concluderen ze vooral dat op deze manier de bezoekers geen schade aanrichten aan de rest van het park. Alle infrastructuur aanpassingen wordt dan ook op dit specifieke gebied gericht.

Om het stijgende aantal bezoekers aan te kunnen, moet een balans gevonden worden tussen het ongerept houden van het nationale park, maar ook het opzetten van infrastructuur voor toeristen. Wat de infrastructuur betreft heeft het heel goed gewerkt om eenvoudige touwen langs de weg te plaatsen. Dit heeft ervoor gezorgd dat de stroom van toeristen beter gestroomlijnd wordt. Bezoekers begrijpen door deze aanduiding ook beter dat ze echt op het pad moeten blijven.

Een ander infrastructuurproject om de druk op de natuur te beperken is de bouw van promenades. Deze promenades zijn houten constructies die een pad boven de grond vormen. Daarnaast zijn er uitkijkplatforms gebouwd. Eerder verzamelden zich grote groepen toeristen op dezelfde locaties, maar nu halen deze promenades en platforms de druk van die locaties af. Dit is winst voor de natuur doordat bezoekers feitelijk door deze houten constructies niet meer direct zich voort kunnen bewegen op het natuurlandschap zelf.

### Uitkomsten

De touwen langs de paden, de promenades en uitkijkplatforms zijn succesvol gebleken. Er moet wel nog verder worden gekeken nu hoe het gebied met de meeste bezoekers verder kan worden gestroomlijnd. Om dit aan te pakken is nu het idee om te schakelen van specifieke locatieplanning (site planning) naar grootschaliger landschapsplanning (larger scale planning).

In de huidige situatie zijn er veel verschillende plekken waar geparkeerd kan worden en de voetgangersstromen die hier vandaan komen zijn nog steeds ongereguleerd. Het plan is om het aantal parkeerplaatsen in te dammen en om de overgebleven parkeerplaatsen verder te plaatsen van waar nu de meeste bezoekers samenkomen. Een van de nieuwe parkeerplaatsen zal naast de nieuwe ingang komen te liggen zodat niet alle bezoekers via één smalle ingang het park in kunnen.

Naast deze infrastructuurplanning is het park management bezig om een draagkracht analyse uit te voeren om iets te kunnen zeggen over de maximale bezoekersaantallen die het park en de natuur aankan. Dit gebeurt specifiek op de plek waar de meeste bezoekers samenkomen. In 2020 hebben ze hiervoor een nulpunt waarde kunnen vastleggen vanwege Covid-19 en het bijbehorende gebrek aan internationale bezoekers. Uiteindelijk hopen ze te concluderen wat het optimale aantal bezoekers is voor deze plek. Dit kan in de toekomst leiden tot een beperkt

aantal parkeerplaatsen die vooraf gereserveerd moeten worden. Het toevoegen van meer parkeerplaatsen is geen optie omdat dit de natuur te veel zal belasten.

### Locatieplanning nu:

- Continue precisie monitoring
- Bezoekers stroomlijnen met touwen langs de paden
- Houten promenades en uitkijkplatforms

### Landschapsplanning in toekomst:

- Reduceren en verplaatsen parkeerlocaties
- Nieuwe ingang om meerdere entrees te genereren
- Draagkrachtanalyse ter ondersteuning van toekomstig bezoekersbeleid (bijvoorbeeld verplichte parkeerreserveringen)

### Bronnen

- [www.thingvellir.is/en](http://www.thingvellir.is/en)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze aanpak kan contact opgenomen worden met Einar Sæmundsen (Directeur van *Thingvellir National Park*).

Email: [ainar.a.e.saemundsen@thingvellir.is](mailto:ainar.a.e.saemundsen@thingvellir.is)



# Thy National Park

## Nationaal Park School

In 2007 werd *Thy National Park* officieel benoemd tot eerste nationale park van Denemarken door de minister van milieu. De minister vond het belangrijk dat dit zou gebeuren om verschillende redenen. Zo heeft de natuur – bestaande uit uitgestrekte landschappen met duingebied – een grote nationale en internationale betekenis. Daarnaast werd op dat moment al ingezien dat er de mogelijkheid zou zijn om een groot verbonden natuurgebied te creëren, waardoor de flora en fauna zou worden versterkt. Vanaf het begin was er een breed lokaal draagvlak wat ook heeft bijgedragen aan het benoemen van het nationale park. Dat draagvlak is ontstaan uit het feit dat in eerste instantie het ministerie op zoek ging naar geschikte locaties voor de eerste nationale parken voor Denemarken (inmiddels telt Denemarken er overigens 5). Lokale bewoners hebben zich in een vroegtijdig stadium zelf verenigd om te laten zien dat ze het NP idee in hun regio omarmen (en dat nog steeds doen ook als vrijwilligersorganisatie).

*Duingebied >*



## INFORMATIE

NAAM Thy National Park LOCATIE In het noordwesten van Denemarken, langs de kust OPGERICHT 2007 FORMAAT 24.400 hectare AANTAL BEZOEKERS PER JAAR 1.2 miljoen LANDSCHAP Duingebied en veel meren TOERISME ACTIVITEITEN Wandelen, fietsen, paardrijden







Begeleide wandeling

## Park achtergrond

In Denemarken kan een gebied een nationaal park worden als het gebied kan worden gebruikt om de natuur, het landschap en de geschiedenis te ervaren alsook kennis daarover kan worden opgedaan door bezoekers. In principe is er geen wettelijke bescherming van de status nationaal park via Deense wetgeving. Er verandert dan feitelijk ook niets als een gebied een nationaal park vormt. Het voornaamste is dat je een groep mensen bij elkaar zet, je ze geld geeft, en ze laat werken aan natuurontwikkeling en educatie. Ook is het essentieel dat deze groep mensen het eens worden met de landeigenaar of eigenaren binnen het nationale park. Zo zijn bepaalde activiteiten zoals boskap vaak gewoon geoorloofd omdat een landeigenaar daar van profiteert. Veel land is in handen van het Deense natuuragentschap, een overheidsinstantie. Het feit dat er zo wordt gehamerd op het creëren van consensus over landgebruik en toegang alsook het stimuleren van natuurontwikkeling op vrijwillige basis, maakt dat natuureducatie voor omwonenden van cruciaal belang is in het Deense systeem.

## De kans

Een paar jaar terug heeft de Deense regering onderzocht op welke manier bezoekers invloed kunnen uitoefenen op het beschermen van de natuur in *Thy National Park*. Hier kwam uit dat betrokkenheid van de lokale bevolking cruciaal is. Om betrokkenheid te creëren zou de focus moeten liggen op het vergroten van bewustwording, natuurbeleving en natuurkennis. Deze conclusie heeft er in 2019 toe geleid dat het National Park School project is ontwikkeld. In dit relatief recente project krijgen betrokkenen die in direct contact staan met bezoekers lessen over gastvrijheid en communicatie zodat ze natuurbehoud kennis over kunnen dragen op bezoekers. Deze lessen zijn verplicht voor vrijwilligers die zich als gids willen inzetten voor het park. De lessen zijn ook beschikbaar voor private gidsen waarvan de organisatie zich als partner verbindt met het park.

## De aanpak

Het motto van het National Park School project is 'jouw pad naar kennis, vaardigheden en betekenis' (din vej til viden, kunnen og mening). Op dit moment wordt de National Park School aangeboden aan vijf doelgroepen:

- Vrienden van het nationale park, waaronder eigenaren van vakantiehuizen en lokale burgers
- Frontline medewerkers in de toeristische sector
- Gastheren van het nationale park
- Tussenpersonen zoals vrijwilligers
- Leraren op basisscholen

Deze doelgroepen kunnen gebruik maken van 4 cursussen:

1. **Introductie tot het nationale park:** Waarom is het park opgezet, historie van het park, Deense wetgeving en land eigendom, natuurbescherming en restauratie, bedreigde diersoorten, geologie en verschillende vormen van vrijwilligerswerk.
2. **Guided Tour** waarbij dezelfde onderwerpen uit cursus 1 aanbod komen maar dan in de praktijk te zien zijn en ervaren worden.

3. **Regels en gedragsnormen:** Waar mag je wel komen en waar niet in het park? Wat is toegestaan en wat niet? Sommige gebieden zijn altijd toegankelijk, anderen maar beperkt gedurende het jaar
4. **Eerste hulp cursus**

De cursussen worden gratis aangeboden aan lokale bewoners die zich willen inzetten voor het park. Hiermee kan het park direct ook meer vrijwilligers werven. De financiering voor de *National Park School* komen uit een projectfinanciering, maar komen vooral neer op de tijd die 1 medewerker (hier: Catherine) steekt in het verzorgen van de cursussen.

Aangezien betrokkenheid zo belangrijk is om het natuurgebied te beschermen, is het park zich ook gaan richten op het overdragen van kennis op kinderen. Dit gebeurt via *National Park Thy Classroom* waarvoor cursussen zijn ontwikkeld waarbij het park letterlijk als klaslokaal gebruikt wordt. Op de website van het nationale park staan meer dan 80 georganiseerde cursussen die leraren kunnen downloaden om te gebruiken tijdens een les in het park. Er zijn cursussen gericht op alle niveaus en over een breed scala aan onderwerpen zoals planten maar ook het soldatenleven tijdens de Tweede Wereldoorlog in het bunkermuseum. Maar ook reguliere wiskundelessen kunnen bijvoorbeeld in het nationaal park verzorgd worden. Naast de te downloaden cursussen is op de website ook een kaart te vinden die interessante en geschikte plaatsen om les te geven aangeeft in het park.

## Uitkomsten

De cursussen lijken een groot succes te zijn. Alle plaatsen – zo'n 30-40, afhankelijk van de activiteit – zijn iedere keer volgeboekt. De meeste deelnemers zijn met pensioen en hebben meer tijd om zich ook in te zetten als gids voor het park. Een uitdaging waar de *National Park School* coordinator zich nu over wil buigen is hoe ze meer jonge mensen kunnen bereiken om ook

## Highlights

Deense nationale parken zijn sterk afhankelijk van natuureducatie om lokale bevolking in relatief jonge parken bewust en betrokken te maken bij natuurontwikkeling en herstel. De *National Park School* vormt een nieuw pakket aan cursussen die verplicht gesteld worden aan alle vrijwilligers die als gids aan de slag willen gaan in dit park. Hiermee wordt niet alleen meer kennis vergaard over o.a. het park, geschiedenis, samenstelling, regels, maar zouden lokale mensen ook meer trots kunnen worden op het park waar ze in leven.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Deense nationale parken zijn net als Nederlandse parken kleinschalig. Gestructureerd aanbieden van natuureducatie binnen een *National Park School* systeem kan gezamenlijk met andere parken geïnitieerd worden waarmee middelen, kennis en ideeën gedeeld kunnen worden. Zo kan er in potentie gewerkt worden aan een trotsere binding met de natuur in onze achtertuinen, bezoekers beter geïnformeerd worden, en vrijwilligers aan het park verbonden worden.

meer te leren over de natuur. De ambitie is dan ook om meer 1 daags-cursussen te ontwikkelen in de toekomst voor mensen die niet noodzakelijk gids willen worden maar wel meer willen leren over het park. Voor de cursussen zou in principe geen tegenprestatie verwacht worden zoals dat eigenlijk wel het geval is bij het eerder beschreven aanbod van 4 cursussen. Het idee is dat hoe meer men leert over het gebied hoe trotser ze worden om er te wonen en hoe meer gedreven ze zijn om het park verder te ondersteunen en dus ook vrijwilligerswerk te doen. Het kost wel een hoop tijd om de cursussen in elkaar te zetten, maar





### Nationalpark – fra USA og Verden til Danmark

- Yellowstone var den første i verden (1872)
- Fænomenet spredte sig hurtigt til Australien, Canada, New Zealand,
- Abisko, Stora Sjöfallet, Sarek, Pieljekaise, Sänfjället, Hamra, Angso, Garphyttan og Gotska Sandön var de første 9 i Europa (1909)
- OECD's evaluering af dansk naturforvaltning (1999)
- Wilhelmudvalget: En rig natur i et rigt samfund (2001)
- Nationalpark Thy – den første i DK (2007/2008)



na verloop van tijd lijkt het zijn vruchten af te werpen. Het verband tussen de cursussen/school en de trots/binding is echter nog niet onderzocht en vergt een lange-termijnstudie die dat in kaart kan brengen.

Binnen de *National Park Thy Classroom* zijn de uitkomsten verder gemixt. Waar het een mooie context vormt om onderwijs te faciliteren in de natuur, is het reizen naar het park voor veel docenten en scholen kostbaar, zowel in tijd als in kosten voor het openbaar vervoer. Ook voelen niet alle docenten zich op hun gemak om in de natuur les te geven omdat ze dat simpelweg niet gewend zijn. Een idee is om voor dergelijke docenten een dag samen in het park met de parkschool te organiseren en ze zo te laten wennen aan de context en mogelijkheden om lesstof te behandelen via activiteiten in het park. Een soort van 'teach the teacher' concept dus. De droom is om uiteindelijk te werken naar een soort van 'licence to nature' waar ieder Deens kind gedurende een paar jaar tenminste een dag in de natuur moet komen leren. Dit moet breeduit vanuit docenten en kinderen geaccepteerd worden opdat het een nationaal concept gaat worden.

Als het *National Park School* project een succes blijkt dan zal dit worden overgenomen door de andere nationale parken in Denemarken. Dit zal eind van 2021 worden geëvalueerd door drie betrokken nationale parken, maar de verwachting is dat een aantal zaken zeker doorgang zullen vinden ook in de toekomst en in andere parken. Wat wel duidelijk is geworden is dat de samenwerking met andere parken op dergelijke thema's loont. Een Deens gezegde stelt dat '2 hoofden beter kunnen denken dan 1 alleen' (*To hoveder tænker bedre end ét*), en dit is ook gebleken in de regelmatige uitwisseling tussen de parken op dit gezamenlijke thema. Ieder aangesloten park heeft zijn eigen focus waar het verantwoord voor neemt, afhankelijk van welke noodzaak er is in het park. In het meer zuidelijk gelegen *Nati-*

< *Introductie tot het nationale park*

*onaal park Vadehavet* (Waddenzee nationaal park) is van oudsher al veel meer toerisme ontwikkeld en zijn er al veel gidsen beschikbaar. Ze focussen in dit park dan ook meer op gidsen en niet op vrijwilligers want daar is minder behoefte aan. In Thy is er wel meer behoefte aan gidsen en richten ze zich op het opleiden van vrijwilligers.

### Bronnen

- [nationalparkthy.dk/media/219670/oplaeg-trainhettrainer110917pptx.pdf](https://nationalparkthy.dk/media/219670/oplaeg-trainhettrainer110917pptx.pdf)
- [nationalparkthy.dk/undervisning](https://nationalparkthy.dk/undervisning)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze corporate aanpak kan contact opgenomen worden met Catherine Lykke Sørensen (project manager *National Park School*).

Email: [catls@danmarksnationalparker.dk](mailto:catls@danmarksnationalparker.dk)



## INFORMATIE

NAAM Triglav National Park LOCATIE Julijsche Alpen in Slovenië OPGERICHT 1961  
FORMAAT 83.982 AANTAL BEZOEKERS PER JAAR Meer dan 2 miljoen LANDSCHAP Alpegebied met watervallen, bergkloven en -toppen, rivieren en meren  
TOERISME ACTIVITEITEN Bergbeklimmen, wandelen, raften, fietsen, kajakken, wintersport, geotoerisme, en kleinschalige dorpjes



# Triglav National Park

## *Op zoek naar de balans tussen mens en natuur*

Het enige nationale park in Slovenië, *Triglav National Park*, bestaat uit 83.982 hectare waarvan ruim 64.000 hectare beschermd natuurgebied is. De overige 20.082 hectare vormen een ontwikkelingsgebied waar bezoekers kunnen recreëren. In dit toegankelijke gebied liggen 33 dorpen waar in totaal 2300 inwoners wonen. Het park is een van de oudste in Europa en dankt zijn naam aan de Triglav berg in het midden van het park, met 2.864 meter tevens de hoogste berg van het land. Het hoofddoel van het park is om de natuur en het cultureel erfgoed in het park te beschermen. *Triglav National Park* en de omliggende regio zijn tevens onderdeel van de Julian Alps Biosphere Reserve (Unesco MAB). De Julian Alps Biosphere Reserve omvat drie administratieve eenheden; Tolmin, Radovliica en Jesenice. Dit gebied beslaat ongeveer 10 procent van heel Slovenië (195.723 ha). Het beheer van het gebied gebeurt in transboundary samenwerking met het Italiaanse natuurpark *Prealpi Giulie*.





### Park achtergrond

In 2007 werd een initiatief gelanceerd om een grensoverschrijdend park aan te leggen en twee jaar later de *Julian Alps Transboundary Ecoregion* opgericht. Dit omvat het hele grondgebied van *Man and Biosphere Julian Alps* in Slovenië en natuurpark *Prealpi Giulie* aan de Italiaanse kant. In 2019 werd de Sloveense Julian Alps Biosphere Reserve vergezeld door het nieuw aangevoegde Biosphere Reserve Italian Julian Alps met als doel een uniform grensoverschrijdend biosfeerreservaat in de Julische Alpen tot stand te brengen.

Meer dan 2 miljoen bezoekers bezoeken jaarlijks het *Triglav NP*, met name vanwege het diverse aanbod aan buitenactiviteiten. Sportactiviteiten zijn populair, zowel in de zomer als de winter, met als resultaat dat een groot deel van de bevolking daar nu werk in heeft. De snelle ontwikkeling van het toerisme heeft echter ook negatieve invloed op het landschap. Zo moesten de laatste jaren vele bomen worden gekapt om ruimte te maken voor parkeerplaatsen en moesten extra faciliteiten gebouwd worden (Koderman, 2017). Ook zijn de toenemende hoeveelheden auto's op de beperkte toegangswegen naar het park een groot probleem geworden en zorgt voor stevige verkeersopstoppingen. Het aantrekken van bezoekers, iets wat 10 jaar geleden nog normaal was, is vandaag de dag ook niet meer aan de orde. Het blijkt tegenwoordig erg gemakkelijk om informatie via het Internet te vinden over bijzondere plaatsen zoals in Triglav. Daarnaast is Slovenië de laatste jaren vaak neergezet als een zeer groene en mooie bestemming. De Lonely Planet noemde het daarmee dan ook één van de *'best places to visit'*.

Dat het park veel bezocht wordt is op zich niets nieuw, het park kent een lange geschiedenis dat deels gekenmerkt is door de botanisten en schrijvers die al in de 18de en 19de eeuw het gebied kwamen verkennen. Bijbehorende verhalen werden alom bekend en begonnen zo steeds meer bezoekers naar het gebied te trekken. Voorheen was Slovenië onderdeel van voormalig

### Highlights

Door lokale stakeholders direct verantwoordelijk te maken voor regionale parkactiviteiten en verwante vormen van toerisme krijg je een sterker gedeeld eigendom en samenwerking binnen het nationale park. Het gaat dan niet meer om participatie waarbij stakeholder meningen geogst worden binnen initiatieven van het nationale park, maar juist om het faciliteren van initiatieven die door stakeholders zelf gedragen worden.

Dat geldt dus ook voor branding activiteiten die het park zelf niet uitvoert, maar wel in dialoog met gemeentes en DMOs bespreekt opdat natuuraspecten goed meegenomen worden. Het park heeft een meer adviserende rol genomen om de natuur te blijven vertegenwoordigen.

Daarnaast is door weinig investeringen in de infrastructuur het gebied lastig te doorgronden en is veel van de natuur ongeschonden gebleven en daarmee een blijvende aantrekkingskracht.

### Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Deze *best practice* vormt met name een illustratie van hoe een park deel kan nemen aan de *Charter for Sustainable Tourism* binnen Europarc. Het vergt een waardering van de bredere regio als een bestemming, wat vaak verder gaat dan het beschermen van de natuur alleen. Parken die moeten opschalen zouden baat kunnen hebben bij het inzetten van een stakeholderforum en zo gezamenlijk een agenda formuleren en uitvoeren. Ook is er baat bij samenwerken met andere nabijgelegen parken of soortgelijke parken elders om gezamenlijk lessen te blijven delen.



Joegoslavië en was het land relatief gemakkelijk te bezoeken voor buitenlandse bezoekers. Bezoekers komen van oudsher uit West-Europa, maar de laatste 20 jaar steeds vaker ook uit Oost-Europa. Een belangrijk probleem is het achterblijven van een sterke toeristische infrastructuur waar in tijden van het Joegoslavische bestuur niet veel in is geïnvesteerd. Dit heeft er interessant genoeg wel voor gezorgd dat grote delen van de natuur intact gebleven zijn omdat ze juist zo lastig te bereiken blijven. Bezoekers waarderen dan ook dat de natuur lijkt te zijn wat het vroeger ook was.

### De kans

Om natuurbehoud en lokale ontwikkeling te blijven stimuleren wordt er in toenemende mate samen gewerkt aan duurzaam toerisme tussen nationale park autoriteiten, lokale gemeentes alsook verscheidene organisaties en bewoners. Het Sloveens biosfeerreservaat heeft als doel om een onderdeel te worden van een wereldwijd netwerk aan reservaten waarbij constant wordt gezocht naar een balans tussen mens en natuur, biodiversiteit en duurzame ontwikkeling, en instandhouding van culturele waarden. Om dit te bereiken zijn vier doelstellingen opgesteld waar *Triglav National Park* aan meewerkt:

1. De samenwerking met lokale toeristenorganisaties versterken
2. Een netwerk aan informatiesites opzetten om bezoekers te informeren over de bijzondere kwaliteiten van het gebied
3. Het natuurlijke en culturele erfgoed van het gebied beschermen en versterken door middel van toerisme
4. Activiteiten promoten die de natuur en het cultureel erfgoed niet aantasten

Sinds 2016 heeft het park zich aangesloten bij de *Europarc Charter for Sustainable Tourism*. Een belangrijke vereiste hiervoor was het opzetten van een regionale strategie, het definiëren van een gezamenlijk actieplan en het betrekken van partners. Om partners te betrekken moesten ze eerst gevonden worden, en

zo alleen al vormt de charter for sustainable tourism een uitdaging om verder te kijken dan de gebruikelijke partnerships. Zo zijn o.a. culturele instellingen, musea, jonge mensen, en boeren in beeld gekomen.

### De aanpak

In het park is een jaarlijks forum opgezet waar lokale stakeholders / bewoners doelen en strategieën kunnen bespreken met het park. Hier komen zo'n 40 a 50 mensen op af. Het doel van het forum is om meningen te verzamelen, leads op te volgen en *best practices* van betrokken partners te delen. Het park management wil niet alleen plannen voorleggen, maar ook luisteren naar wat de verwachtingen van stakeholders zijn met betrekking tot verschillende thema's die ieder jaar aan bod komen.

Om de 5 jaar moet de charter aanvraag opnieuw worden aangevraagd wat in de praktijk een duwtje in de rug vormt om daadwerkelijk ook actie te ondernemen in het gezamenlijk aanpakken van toerisme en natuurbescherming in het reservaat. Waar in de eerste charter aanvraag vooral de twee betrokken nationale park besturen het voortouw namen in het uitwerken en coördineren van 30 activiteiten binnen de charter, is in de tweede aanvraag die verantwoordelijkheid voor 34 activiteiten neergelegd bij andere stakeholders in de regio. Zo neemt de ene gemeente de verantwoordelijkheid over activiteit 1, en een andere gemeente, ondernemer of instelling de verantwoording over een andere activiteit. Zoveel mogelijk mensen en organisaties worden zo actief betrokken om zich in te zetten voor het nationale park, voor hun regio.

De *Julian Alps Community* is een informele vereniging van beheerautoriteiten van toeristische bestemmingen in de Julische Alpen. Sommigen van hen behoren tot de meest bezochte bestemmingen van het land. De pilot case van duurzaam toerismebeheer was gebaseerd op de ontwikkelingsplan voor MAB Julische Alpen als bestemming voor duurzaam toerisme, dat in

2015 werd bedacht en in de jaren daarna is geïmplementeerd. Het eerste op duurzaamheid gebaseerde plan op nationaal niveau was gericht op het omleiden van bezoekers uit gebieden waar de impact op natuur gevaar liep naar locaties waar deze druk lager was. Het ontwikkelingsplan beschouwt toerisme niet als een op zichzelf staande activiteit, maar eerder als een product van een omgeving die zowel gunstig is voor de bewoner als aantrekkelijk voor bezoekers in termen van natuurbehoud en ecologische, sociale, culturele en economische aspecten. In het kader van het ontwikkelingsplan zijn de afgelopen jaren meerdere succesvolle producten geïntroduceerd zoals de *Juliana Trail*.

### Uitkomsten

Er zijn 10 gemeenten binnen het reservaat die elk hun eigen toerismebureau hebben. Het nationale park werkt met hen samen, maar wanneer promotie van toerisme nodig is, gebeurt dit door deze toerismebureaus. De afgelopen jaren werken deze bureaus steeds meer samen om deze regio op de kaart te zetten omdat ze dezelfde doelen nastreven en er veel kosten bespaard kunnen worden wanneer dit gezamenlijk wordt gedaan. Branding van het park gebeurt dus niet door het park, maar ze gaan wel in nauw overleg om zoveel mogelijk het groeiende toerisme en behoud van de natuur op één lijn te krijgen. Door gezamenlijk de verantwoordelijkheid te nemen, en dus ook eigendom te genereren over het park en aanverwante toerisme activiteiten lijken ontmoetingen immer centraal te staan. Mensen zijn over het algemeen nieuwsgierig naar wat de bureaus doen en te horen over soortgelijke uitdagingen. Ook zien ze dan vaak kansen die door anderen gedeeld worden en dat stimuleert wederom het aantrekken van andere stakeholders. In tijden van Covid gebeurt dit veel meer online dan voorheen en dat beperkt de stimuleringskracht van het forum.

Aan de Italiaanse kant van de *Transboundary Area Julian Alps* lijkt het aantrekken van stakeholders iets gemakkelijker te gaan

dan aan de Sloveense zijde omdat toerisme daar nog onderontwikkeld lijkt te zijn. Er is daar nog weinig infrastructuur alsook toeristen te vinden. Daarentegen zijn er wel veel middelen om het toerisme aan te pakken, terwijl ze in Triglav vooral moeten omgaan met de drukte in termen van aantallen toeristen die tot het gebied aangetrokken zijn. De problemen die ontstaan bij drukte in Triglav zijn vergelijkbaar met wat elders ook tot veel problemen heeft geleid. De verstoppingen van lokale wegen zijn bijvoorbeeld een grote doorn in het oog en er lijkt daarom in versneld tempo ingezet te worden om openbaar vervoer mogelijkheden te realiseren richting het park. Maar ook andere problemen worden gezamenlijk opgepakt in het forum of via activiteiten die door verschillende stakeholders worden beheerd in de regio.

### Bronnen

- Koderman, M. (2017). *Second homes in protected areas of Slovenia – The case of the Triglav national park. Tourism in protected areas of nature in Serbia and Slovenia*, pp 87-101.
- Triglav National Park Authority and Julian Prealps Nature Park Authority (2018). *Transboundary Ecoregion Julian Alps, Triglav National Park with UNESCO MAB Julian Alps Area – Prealpi Giulie Nature Park, A New Vision Trenta*. At: [www.tnp.si/assets/Partnerji/Ekoregija-Julijske-Alpe/vizija-ang-6-2018.pdf](http://www.tnp.si/assets/Partnerji/Ekoregija-Julijske-Alpe/vizija-ang-6-2018.pdf)
- Triglav National Park Authority (2020). *Triglav National Park, Public Transport in Biosphere Reserve Julian Alps*. At: [www.tnp.si/assets/Spoznajte/Publikacije/Odkrivaj-Discover/Javni-prevozi-v-Biosfernem-obmocju-Julijske-Alpe-2020.pdf](http://www.tnp.si/assets/Spoznajte/Publikacije/Odkrivaj-Discover/Javni-prevozi-v-Biosfernem-obmocju-Julijske-Alpe-2020.pdf)

### Meer weten?

Voor meer informatie over deze corporate aanpak kan contact opgenomen worden met *Triglav National Park*.

Email: [Triglavski-narodni-park@tnp.gov.si](mailto:Triglavski-narodni-park@tnp.gov.si)



# Yorkshire Dales National Park

## *Three Peaks project en visitor payback scheme*

Yorkshire Dales National Park werd in 1954 opgericht om de natuurlijke schoonheid, de diverse leefgebieden van wilde dieren, de mogelijkheden voor openluchtrecreatie en het rijke culturele erfgoed in het gebied te beschermen.

Meer dan 95% van het park is in particulier bezit, een groot deel daarvan is geen wildernis gebied want er wonen ook 24.000 mensen binnen de grenzen van het park. De *National Park Authority* is eigenaar van minder dan 0,4% van het park. Dit gedeelte bestaat voornamelijk uit parkeerplaatsen en kleinere natuurgebieden.

Foto: Andy Kay



## INFORMATIE

NAAM Yorkshire Dales National Park  
LOCATIE Omvat de Central Pennines in North Yorkshire en Cumbria en een klein deel van Lancashire  
OPGERICHT 1954  
FORMAAT 217.900 hectare  
AANTAL BEZOEKERS PER JAAR 3.2 miljoen  
LANDSCHAP Grotten, landbouwgrond en weiden, watervallen, bossen  
TOERISME ACTIVITEITEN Wandelen, mountainbiken, paardrijden





## Park achtergrond

Een van de voornaamste redenen voor bezoekers om naar *Yorkshire Dales National Park* te komen is om er te gaan wandelen. De Three Peaks; Wharfedale, Ingleborough en Pen-y-Ghent beslaan 16.000 hectaren en elk jaar beklimmen ongeveer 250.000 wandelaars deze toppen. Hiervan gaan grofweg 80.000 wandelaars de uitdaging aan om alle drie de toppen binnen 12 uur te beklimmen.

## De kans

Halverwege de jaren tachtig concludeerde het *British Institute of Terrestrial Ecology* (ITE) dat het Three Peaks gebied niet alleen een van de meest bezochte gebieden was van het *Yorkshire Dales National Park*, maar vooral ook een van de meest geërodeerde gebieden in Groot-Brittannië. Het parkmanagement begon daarom de erosie en aangetaste habitat in het nationale park verder te onderzoeken. Voor dit onderzoek hebben ze financiering gekregen uit verschillende bronnen om restauratiewerkzaamheden te starten. In 2008 concludeerde het parkmanagement dat de meeste zwaar beschadigde wandelroutes en habitats waren aangepakt, maar nu jaarlijks moesten worden onderhouden. Voor dit onderhoud was echter geen financiering beschikbaar.

In 2009 is een *visitor payback scheme* project opgezet genaamd 'Three Peaks Project'. Tijdens dit project heeft het parkmanagement samengewerkt met bedrijven, merchandise ontwikkeld en zowel een '*corporate friends*' als een '*Friends of the Three Peaks*'-organisatie opgericht. Het project heeft vier doelen om ervoor te zorgen dat het onderhoud en verbetering van het Three Peaks gebied op lange termijn kan worden voortgezet. Deze doelen zijn dat het parkmanagement:

- Eigenaarschap zal aanmoedigen
- Mogelijkheden zal creëren voor bezoekers om te doneren en betrokken te raken (zowel bestaande als nieuwe doelgroepen)

- Een bron van inkomsten zal genereren die kan helpen bij het beheer van het gebied
- De bijzondere kwaliteiten van het gebied zal promoten zodat mensen hier begrip voor krijgen

In Groot-Brittannië worden nationale parken gezien als iets dat voor de natie is. Er zou een bepaalde mate van eigenaarschap gecreëerd moeten worden opdat mensen inzien dat het voor hen zelf en anderen belangrijk is dat deze gebieden continue worden onderhouden. Hierop voortbouwend heeft het parkmanagement de *Three Peaks* een eigen merk gegeven binnen de branding van het hele nationale park. Het is ongebruikelijk om een bepaald gebied te kiezen en het te promoten, maar dit gebied heeft zijn eigen uitdagingen en het parkmanagement wil dat bezoekers dit inzien en ondersteunen met als doel dat bezoekers zich deels verantwoordelijk voelen voor het gebied.

Vanaf het begin was het parkmanagement zich bewust van het feit dat dit project minstens 2 tot 3 jaar nodig had om op te zetten en waarschijnlijk een beperkte opbrengst zou genereren tot jaar 4 of 5. Met 250.000 jaarlijkse bezoekers was de eerste gedachte van het parkmanagement dat het mogelijk zou moeten zijn om 1 pond van elke bezoeker te ontvangen, wat een aanzienlijk bedrag aan financiering zou opleveren. Hoewel dit de ambitie was, wisten ze ook dat niet elke bezoeker zich betrokken zou voelen bij dit project maar wellicht dat betrokken bezoekers wel bereid waren juist meer te geven. Dit simpele streven bleek in de praktijk echter veel gecompliceerder.

## De aanpak

Nadat het *Three Peaks visitor payback scheme* was opgezet werd al snel duidelijk dat maar weinig bezoekers bereid waren om financieel bij te dragen aan het onderhoud van de wandelpaden. Dit leidde ertoe dat een Three Peaks Ranger in dienst werd genomen. Deze Ranger is een fulltime medewerker die samen met vrijwilligers de paden op de Three Peaks onderhoudt. De

werkzaamheden die gedaan worden zijn onder andere het opknappen van hekwerk, verhardingen aanbrengen en bewegwijzeringen plaatsen. Het aanstellen van deze Ranger gaf het project een persoonlijk gezicht en betekende dat bezoekers beter konden zien en begrijpen waar hun donaties voor worden ingezet.

Het doel is nu om het *Three Peaks Project* wederom naar een volgend niveau te tillen door pragmatisch meer inkomen uit het project te halen. Een manier waarop dit zou kunnen is door extra personeelsuren in het project te steken of door een volledig nieuwe functie op te zetten die puur gewijd is aan het exploreren van huidige financieringsstromen binnen het project en deze uit te breiden waar mogelijk. Dit zou ideaal zijn, maar blijkt toch kostbaar in de opstartende fase 'waar het project zich nu nog in bevindt'. Er zijn mogelijkheden om samenwerkingen aan te gaan met instanties die al in deze sector werken. Ook hiervoor geldt dat ze interessant lijken op papier, maar dat de uitvoering van deze samenwerkingen in de praktijk hoge kosten met zich meebrengen. Mede hierdoor kijkt het parkmanagement dus naar mogelijkheden die ze routinematig op een dagelijkse basis kunnen integreren in het bestaande parkmanagement zonder dat dit significant arbeidsintensiever is voor het huidige personeelsbestand.

In 2009 werd bijvoorbeeld de '*Friends of the Three Peaks*' gelanceerd wat bestaat uit een groep individuen die het belangrijk vinden dat het gebied wordt beschermd. De contributie is 10 pond per jaar waarvoor ze worden uitgenodigd voor evenementen in het park zoals een begeleide wandeling, maar ook regelmatig nieuwsbrieven ontvangen waarin wordt uitgelegd wat er met hun donatie wordt gedaan. Momenteel heeft het *Three Peaks Project* ongeveer 365 vrienden, waarvan sommigen zich zelfs zo verbonden voelen dat ze zelf acties opzetten om nog meer geld op te halen.

## Highlights

Onderhoud van beschermde gebieden kost vaak veel geld, en externe financieringsmogelijkheden kunnen deze onderhoudskosten niet dekken. Het is daarom belangrijk om andere opties te verkennen die een rol kunnen spelen bij de financiering van parkbeheer, het liefst zonder te veel personeelstijd te investeren.

Een belangrijk maar kwetsbaar gebied in het *Yorkshire Dales National Park* zijn de drie bergtoppen (*The Three Peaks*). Dit gebied is erg populair bij bezoekers, maar de bijbehorende infrastructuur vereist voortdurende onderhoudskosten. Om gebruikers van deze wandelpaden te vragen voor donaties is tijdrovend en bleek niet veel op te leveren. In plaats daarvan is er een zogenaamd 'visitor payback scheme' opgezet waarbij het werk van een in dienst genomen Ranger wordt ondersteunt. Deze Ranger geeft een gezicht aan het project en geeft bezoekers een duidelijk idee wat er met hun donaties gebeurt. Op deze manier kan de bezoekersbetrokkenheid worden vergroot en lijkt er meer transparantie wat betreft financiële ondersteuning.

## Relevantie voor Nederlandse nationale parken

Versillende Nederlandse Nationale parken zijn geïnteresseerd om meer te weten te komen over manieren waarop natuur onderhoud gefinancierd kan worden middels toerisme activiteiten in of rond het park. Creatieve kansen creëren bij ondernemers en bezoekers is al een uitdaging an sich, maar duidelijk en transparant maken hoe deze kansen bijdragen aan natuur onderhoud is ook een kunst.





Foto: Paul Harris

De *Three Peaks* zijn verder populair bij grootschalige wandelevenementen die meestal worden georganiseerd door grote liefdadigheidsinstellingen. Hier heeft het park management op in gespeeld door contact op te nemen met deze instellingen om een donatie te vragen per deelnemer aan de wandelevenementen. Iedereen is vrij om het gebied te gebruiken, dus het is geen verplichte bijdrage. Wel hoopt het park management dat de goede doelen in zien dat bij evenementen van deze omvang het nodig is dat de natuur wordt hersteld. Veel van de goede doelen

die zijn benaderd hebben positief op dit verzoek gereageerd en een aantal heeft deze kosten toegevoegd aan de inschrijfkosten voor het wandelevenement dat ze organiseren.

Om de tijd te beperken die nodig is om dergelijke samenwerkingen op te zetten, wordt de tijd genomen om middels het Internet uit te vinden welke evenementen er de komende maanden georganiseerd zullen worden in het *Three Peaks* gebied, en wie dat regelt. Er wordt dan via email contact gezocht. Op deze

manier is er weinig inspanning nodig om toch een aanzienlijk bedrag te ontvangen. Naast dat de goede doelen worden gevraagd voor een bijdrage per deelnemer om het onderhoud van de wandelpaden te financieren, deelt het park management ook **wandelrichtlijnen**. Op deze manier worden deelnemers op de hoogte gebracht van hoe te gedragen tijdens hun tijd in het *Three Peaks* gebied.

De afgelopen jaren is de belangrijkste inkomstenbron deze grootschalige wandelevenementen geweest. Dit is echter niet de enige manier waarop geld is binnengekomen. Een andere manier is via bedrijfssponsors. Zo doneert een ondernemer in de buurt een bepaald bedrag voor elke verkochte portie friet. Ook is merchandise gemaakt waaronder mokken, truien, magneten en medaillons die goed verkopen. Er zijn donatieknoppen geïnstalleerd op parkeerautomaten, evenals QR-codes die ook op de drie toppen te vinden zijn. Om het nog zichtbaarder te maken waar de donaties voor worden gebruikt staan er nu ook tonnen op de plekken waar gewerkt wordt waar bezoekers contant geld in kunnen deponeren. Hier kunnen bezoekers met eigen ogen zien welke werkzaamheden worden verricht en krijgen ze foto's te zien van voor en na het verrichtte onderhoud.

### Uitkomsten

Al had het parkmanagement graag gezien dat het *Three Peaks* Project volledig zelf gefinancierd zou worden, is dit idee enigszins ambitieus gebleken. Toch is er de afgelopen jaren een flink bedrag binnen gekomen. Het doel is om 20.000-25.000 pond per jaar op te halen. In 2019-2020 hebben ze 31.000 pond opgehaald (60,9% uit donatie van sponsoring, 24,6% uit retail verkopen, 7,4% uit overige inkomsten, 4,2% uit verkoop van de *Three Peaks* mobiele app, 2,3% uit persoonlijk lidmaatschap en 0,6% uit bedrijf lidmaatschap). Het resterende geld dat nodig is voor onderhoudswerkzaamheden komt uit het budget van het gehele nationale park.

Uit het *Three Peaks* Project heeft het parkmanagement de les getrokken dat het gaat om het identificeren van kansen die zo weinig mogelijk tijd vragen van het personeel maar wel een aanzienlijk bedrag opleveren. Het plan is dan ook om contact te blijven zoeken met de partijen die grote evenementen organiseren in het *Three Peaks* gebied van het nationale park aangezien dit zorgt voor een aanzienlijk deel van de huidige inkomsten.

### Bronnen

- [3peaks.yorkshiredales.org.uk/Three%20Peaks%20Code%20of%20Conduct.pdf](https://3peaks.yorkshiredales.org.uk/Three%20Peaks%20Code%20of%20Conduct.pdf)



### Meer weten?

Voor meer informatie over deze corporate aanpak kan contact opgenomen worden met Alan Hulme (Hoofd parkmanagement).

Email: [Alan.Hulme@yorkshiredales.org.uk](mailto:Alan.Hulme@yorkshiredales.org.uk)



# Verantwoording

## Oorsprong van de Lessen

Deze lessen komen voort uit een QuickScan zoals uitgevoerd door 6 Wageningse MSc teams van November tot December 2020 onder 6 Europese regio's (Scandinavië, Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk/België, Zuid-Europa en Oost-Europa). Door middel van puur desk research is er door deze teams gekeken naar uit het oog springende initiatieven rondom het gebruik van toerisme in bekende nationale/natuurparken. Hier is een longlist aan indicatoren gemaakt die tezamen voorbeelden geven van hoe toerisme rondom gevonden parken kan worden georganiseerd.

Deze longlist is vervolgens besproken tijdens een belronde met Nederlandse vertegenwoordigers die zich reeds inzetten voor de ontwikkeling van toerisme binnen zijn of haar nationale park. Uit deze belronde kwam centraal naar voren dat 2020 (als COVID-19 jaar) zeker tot toegenomen recreatiedruk heeft geleid in veel nationale parken. Dat blijkt niet alleen zo in Nederland maar ook voorbij onze nationale grenzen. Door recreatiedruk centraal te stellen komen we al snel tot een sortering van aspecten waar men momenteel graag meer over wilt leren alsook oplossingen voor verwacht. Dit heeft tot de volgende shortlist aan aspecten geleid die mede ook overeen komen met criteria die het Nationale Parken Bureau aanhaalt in hun leidraad voor Duurzaam Toerisme in Nederlandse nationale parken:

1. Bezoeker-monitoring: hoe kunnen we bezoekers en hun gedrag in kaart brengen?
2. Ecologische draagkracht en zonerings: hoe kun je recreatiedruk sturen in relatie tot de ecologische draagkracht van een gebied?
3. Sociale draagkracht en participatie: hoe ga je om met sociale spanningen rondom een gebied?
4. Toerisme als ecosysteem service: hoe kan toerisme bijdrage

aan de natuur?

5. Regionale samenwerking en branding: hoe kun je op een breder landschapsniveau samenwerken met meerdere partners?
6. Natuureducatie: hoe verbind je mensen en creëer je meer bewustzijn over de natuur?

Wat deze aspecten kunnen betekenen binnen de Nederlandse context is terug te lezen in Annex 1. Deze annex is afgeleid van wat Nederlandse vertegenwoordigers van 4 uiteenlopende nationale parken hebben aangeduid in relatie tot kennisvragen die zij momenteel hebben. De beschreven aspecten zijn dan ook sturend geweest in het zoeken naar 2 tot soms zelfs 4 inspirerende voorbeelden uit Europese nationale parken of nationale parksystemen (bijvoorbeeld nationale parken consortia). De inzichten uit deze voorbeelden zijn met name gebaseerd op gesprekken met initiatiefnemers of toerisme/recreatie experts betrokken bij geselecteerde best practices, en deels aangevuld met beschikbare rapporten/websites. Een overgrote deel van de best practices in deze gids is geselecteerd op basis van de eerste QuickScan, andere cases zijn geselecteerd in samenspraak met gesproken experts op het vlak van toerisme in Europese nationale parken. De omschrijvingen van best practices vormen uiteindelijk een pragmatische afspiegeling van langdurige ervaringen met toerisme, maar kunnen nooit een volledige representatie geven van alle direct betrokkenen die wellicht beschreven praktijken anders interpreteren. Waar de gesprekken zeker meer diepgang bieden dan de eerste QuickScan op basis van rapporten, zou in de toekomst zeker uitvoeriger gekeken kunnen worden naar hoe besproken initiatieven verder evolueren en impacts genereren. Daarvoor is langdurig veldwerk vereist ter plaatse en zullen ook meer gesprekken de ins en outs van deze praktijken moeten vastleggen.

## ANNEX 1

# Shortlist essentiële aspecten duurzame ontwikkeling van toerisme rondom Nederlandse Nationale Parken

## 1. Bezoeker-monitoring

Er zijn vele vormen van bezoeker-monitoring (*visitor-monitoring*) in omloop. Niet alleen zijn er talloze methodes, er zijn ook vele praktijken die vaak lastig met elkaar te vergelijken zijn. Nationale parken houden niet altijd systematisch (vaak soms maar sporadisch) bij hoeveel bezoekers zich waar en wanneer in het nationale park begeven, waarom bezoekers naar het park komen, hoe bezoekers zich gedragen en wat de impacts van hun aanwezigheid is (voor ervaring van natuur, of op de natuur zelf). Een veel gehoord argument is de hoge tijdsintensiteit en financiële kostenplaatje dat bij veel vormen van bezoeker-monitoring komt kijken. Echter, doordat bezoekersstromen zelden duidelijk in beeld komen, wordt het lastig om goed geïnformeerd besluiten te maken die bezoekerstromingen beter zouden kunnen leiden door het park. Veel besluiten worden nu gemaakt op basis van globale schattingen door parkmedewerkers die niet overal en altijd aanwezig kunnen zijn. Welke inspirerende alternatieven vinden we zoal binnen de EU?

## 2. Ecologische draagkracht en zonerings

Meer bezoekers in een nationaal park kan ten koste gaan van de ecologische integriteit van nationale parken. Deze staat traditioneel vooraan in de Nederlandse context waar vaak beargumenteerd wordt dat zonder kernkwaliteit van de natuur we ook geen toerisme in de natuur kunnen organiseren. Sommigen argumenteren zelfs dat het misschien beter is om helemaal geen toerisme te organiseren of het zelfs zo te limiteren dat we de kern van de natuur kunnen blijven beschermen. Dit is uiteraard context afhankelijk en gaat ook tezamen met de sterkte van de recreatiedruk in een gebied. In een aantal Nederlandse natio-

nale parken staan ze te springen om extra bezoekers, in andere parken lijkt de grens daarentegen al lang gepasseerd en staan de kranten vol met uitpuilende parkeerterreinen, bezoekers die hun afval achterlaten of spanningen tussen verschillende recreanten die samen vaak hetzelfde gebied gebruiken doordat er simpelweg te weinig plek is om deze verschillende recreatiestromen van elkaar te scheiden. Maar wat voor voorbeelden zijn er hoe we dit kunnen beperken zodat de natuur (zich) veerkrachtig kan blijven (herstellen)? Tot wat voor recreatiezoneringspraktijken zou dit kunnen leiden?

## 3. Sociale draagkracht en participatie (regionale verbondenheid)

Dat ecologische draagkracht belangrijk is voor natuurorganisaties mag logisch zijn, maar het behouden van een sociale verbinding mag zeker niet ontbreken. De natuur bevindt zich onlosmakelijk in een culturele en sociale context waar naast parkmanagers ook andere menselijke actoren iets vinden en willen met de natuur. Het is essentieel om op te trekken met omwonenden en bedrijven, zeker in context van opschalende nationale parken waarbinnen eerder afgescheiden culturele landschappen zich in de toekomst binnen een nationaal park kunnen gaan begeven. Daar kan verzet bij optreden door bijvoorbeeld landeigenaren die zich wellicht druk maken over de toenemende natuur inclusieve regelgeving of onteigening. Voor omwonenden kan toenemende recreatiedruk tevens leiden tot verstopping van de infrastructuur en wordt hun dagelijkse ommetje in de rust verstoord door nieuwe hordes van belangstellenden die ook gebruik willen maken van dezelfde natuur maar daar misschien anders mee omgaan. Dergelijke sociale



spanningen vragen om sterke sturingsmaatregelen binnen en buiten de grenzen van een nationaal park.

#### 4. Toerisme als culturele ecosysteem dienst

Toerisme wordt vaak gezien als een financieel wondermiddel om natuurbehoud te financieren. Op veel plaatsen biedt toerisme inderdaad kansen voor aanvullende financiële opbrengsten die niet alleen aan lokale ondernemers ten goede hoeven te komen. Een bijdrage kan inderdaad gereserveerd worden voor natuurbehoud mits daar ruimte voor is in de marges van de toerisme/recreatie onderneming die zo een stukje teruggeeft aan het lokale/regionale ecosysteem. Deze teruggave lijkt logisch als deze onderneming er baat bij heeft dat het nationale park goed beheerd wordt en daarmee de waarde van zijn of haar onderneming behoudt/vergroot. De natuur biedt zo dus waarde aan bedrijven alsook omwonenden die baat hebben bij kwaliteit van leven, waarde van woningen, luchtkwaliteit, et cetera. De vraag is echter in hoeverre en op wat voor manieren toerisme en recreatie iets terug kunnen doen voor het ecosysteem in kwestie? En zou dat ook meer kunnen zijn dan in financiële termen?

#### 5. Regionale samenwerking

Samenwerken met andere gebieden is de sleutel in het opschaalen van relatief kleine natuurgebieden. Het biedt tal van mogelijkheden. Niet alleen kan het bijvoorbeeld belangrijk zijn voor het verbinden van ecologische zones, maar ook het verbinden met een regionale identiteit en cultuur. Tot op zekere hoogte kunnen er logische links gemaakt worden met de ecosysteem diensten die toerisme en recreatie bieden binnen het verhaal van de natuur ter plaatse (bijv. het serveren van bourgondische natuurgerechten in lokale restaurants in typisch bourgondische regio's, of het aanbieden van actieve trektochten binnen meer avontuurlijke recreatiebestemmingen). Centraal is dat er een duidelijk regionaal verhaal verteld wordt dat omarmt wordt door betrokken actoren in de desbetreffende regio. Er moet dan dus minder geredeneerd worden vanuit een eigen park of orga-

nisatie, maar meer samengewerkt worden om met elkaar een regionaal verhaal te vormen/dienen.

Daarnaast, bij parken die kampen met hevige recreatiedruk, kan een samenwerking met andere regionale parken kansen bieden om bezoekers te verleiden naar andere gebieden af te reizen. Zo komen bezoekers als het ware naar een soortgelijke plaats, maar vindt een fysiek bezoek dus elders plaats. De druk op één kerngebied wordt dan niet alleen verlaagd, ook biedt dit kansen voor aangesloten gebieden die juist zitten te springen om bezoekers. Samen vormen aaneengesloten gebieden zo een gezamenlijke regionale identiteit.

#### 6. Natuureducatie

Een belangrijk onderdeel van toerisme en recreatie binnen nationale parken is kennisontwikkeling over de natuur. Dit is zeker in Nederland van essentieel belang doordat we in verloop van de geschiedenis in toenemende mate het Nederlands landschap hebben opgedeeld in functioneel verschillende landgebruiken. De mens woont relatief gescheiden van de nationale parken en de meeste ervaring met de natuur vindt daarmee plaats in onze eigen achtertuinen, het stadspark om de hoek of het agrarische landschap naast onze snelwegen. Tot een bepaalde hoogte zorgt dit voor een vervreemding van de natuur voor de samenleving die – ook al staan we daar misschien niet vaak bij stil – een essentiële rol speelt in ons bestaan. Een bezoek aan een nationaal park, mits goed gefaciliteerd, kan onze kennis over de natuur versterken alsook meer leren hoe we de natuur kunnen beleven. Maar ook voorafgaand aan een dergelijk bezoek wordt er vaak al veel georganiseerd om onze kennis van de natuur te versterken, bijvoorbeeld door informatiebijeenkomsten op scholen. Dit kan onze fascinatie voor de natuur vergroten, maar kan ook tot een besef leiden hoe ons handelen buiten onze natuurgebieden effecten kan hebben op de vitaliteit van onze natuur. Er zijn uiteraard vele manieren waarop dit gedaan kan worden, afhankelijk ook van de leerdoelen die je wilt bereiken als nationaal park.

## Colofon

Design: [www.studiots.nl](http://www.studiots.nl)

### Disclaimer

De informatie in deze gids is met name gebaseerd op interviews welke deels samen zijn uitgevoerd door betrokken onderzoekers. Naast interviews is er regelmatig overleg geweest om relaties tussen best practices beter te kunnen duiden. De gevonden best practices en lessen die naar boven kwamen zijn dus enerzijds onderdeel van dergelijk overleg, maar vertellen vooral het verhaal van de verschillende respondenten en hun ervaringen met het verduurzamen van toerisme en recreatie in of nabij nationale parken. Wat respondenten zien als een succes of uitdaging staat hierbij immer centraal, maar deze kunnen ook anders geïnterpreteerd worden door de lezer. Er is ook getracht om de interviews te combineren met additioneel desk research, maar veel beschrijvingen staan niet gedocumenteerd of worden nauwlettend gemonitord door de praktijk. Willen we de *best practice* ervaringen verder toetsen in de praktijk dan zal langdurig onderzoek naar de werking en effecten van besproken praktijken verder gedocumenteerd moeten worden. Mochten lezers nu al meer details willen krijgen, dan kan er altijd rechtstreeks contact worden opgezocht met betrokkenen zoals vermeld in ieder hoofdstuk.



