Ontwikkelperspectief Bezoekerscentrum Leudal



'Een weg ontstaat door erop te lopen'.

BESCHRIJVING VAN DE TRANSITIE NAAR HÉT INFORMATIE- EN INSPIRATIECENTRUM VAN HET LEUDAL.

Leisurebrains
THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY



Leisurebrains
Thijs Vossen
December 2023

Leisurebrains
THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY

INHOUD

1. Aanleiding, opdrachtformulering en werkwijze 3
2. De strategische doelen van Bezoekerscentrum Leudal 4
3. Ambitie om te komen tot hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal 6
4. Onze visie op de beoogde ambities 10
5. Aanbevelingen aan het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal 15
6. Aanbevelingen aan de gemeente Leudal 19
7. Het beoogde bedrijfsmodel 21
   - 7.1 Waardepropositie 21
   - 7.2 Uitwerking kernactiviteiten 22
   - 7.3 Uitwerking partners 26
   - 7.4 Uitwerking klantsegmenten 26
   - 7.5 Uitwerking kanalen 35
   - 7.6 Uitwerking klantrelaties 35
   - 7.7 Uitwerking bronnen 36
   - 7.8 Uitwerking inkomstenstromen en kostenstructuur 36
     - 7.8.1 Staat van baten en lasten 2021 36
     - 7.8.2 Staat van baten en lasten 2022 37
     - 7.8.3 Balans 31 december 2022 38
     - 7.8.4 Begroting 2024 38
8: Andere bezoekerscentra in Limburg 39
9. Leisure leefstijlvinder segmentatie 41

1. Aanleiding, opdrachtformulering en werkwijze

Aanleiding

Het pand waarin Bezoekerscentrum Leudal is gevestigd (Roggelseweg 58 te Haelen) vergt groot onderhoud. Hiervoor is op initiatief van Stichting Bezoekerscentrum Leudal al eerder een ambitiedocument opgesteld en werd aan de gemeente Leudal en de provincie Limburg een bijdrage gevraagd ter financiering van het plan. Het gebouw is in eigendom van de gemeente Leudal. Het college van B&W heeft besloten het gebouw te willen behouden t.b.v. een natuur-educatieve functie en als toegangspoort tot natuurgebied het Leudal.

Het college van B&W heeft ook besloten vooralsnog niet te investeren in het aangeboden plan omdat onvoldoende is onderbouwd dat het aansluit op de toekomstige ontwikkelingen binnen het gebied. De gemeente wil graag inzicht krijgen in een toekomstbestendig ontwikkelperspectief van het gebied rondom het bezoekerscentrum, de functie die Bezoekers-centrum Leudal als natuureducatiecentrum en toegangspoort tot het Leudal kan vervullen en de daaruit voortvloeiende noodzakelijke en gewenste aanpassingen aan de constructie en de inrichting en het gebruik van het bezoekerscentrum.

Opdrachtformulering

De gemeente vraagt om in samenwerking met het bestuur van Bezoekers-centrum Leudal een plan op te stellen dat het toekomstbestendig ontwikkel-perspectief toont met als hoofdvraag: Hoe ziet Bezoekerscentrum Leudal eruit als zijnde hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal?

BEZOEKERSCENTRUM LEUDAL

Punten die hierbij een rol spelen:

- Een toekomstbestendig ontwikkelperspectief van het gebied rondom Bezoekerscentrum Leudal;
- De functie die het bezoekerscentrum als natuureducatiecentrum en toegangspoort tot het Leudal kan vervullen en de daaruit voortvloeiende noodzakelijke en gewenste aanpassingen aan de constructie en de inrichting en het gebruik van Bezoekerscentrum Leudal;
- Wensen en eisen van bijpassende doelgroep-segmenten;
- Ontwikkelingen in de omgeving;
- Belangen van direct betrokkenen;
- Adviezen om de kwaliteit van de natuurbeleving te verbeteren (optimaliseren bezoekerservaring);
- Adviezen om de bezoekduur te verlengen;
- Adviezen om de spreiding van bezoekers te stimuleren;
- Het rapport gaat vergezeld van een financiële paragraaf met een investerings- en exploitatiebegroting.

Werkwijze

We hebben Bezoekerscentrum Leudal meerdere malen bezocht, relevante stukken bestudeerd en gesprekken gevoerd met het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal. Ook hebben we een enquête uitgezet onder alle vrijwilligers om een beter beeld te krijgen van de beoogde doelstellingen. Vervolgens hebben we een strategische sessie georganiseerd met een kleinere groep stakeholders waarbij we hebben gereflecteerd op de eerdere keuzes in het ambitiedocument. Tenslotte hebben de resultaten geleid tot dit rapport.



2. De strategische doelen van Bezoekerscentrum Leudal

Bezoekerscentrum Leudal is een stichting die als doel heeft:

1. Het (doen) organiseren en faciliteren van activiteiten ter bevordering van het behoud, ontwikkelen, vergroten, uitdragen en vergaren van kennis over cultuurhistorie, natuur, milieu en landschap in het brede kader van duurzame ontwikkeling.
2. Bewustwording te initiëren bij bewoners en bezoekers van de gemeente Leudal op het terrein van:
   a. Natuur, cultuur, historie, erfgoed en de streek;
   b. Mogelijkheden van toerisme en recreatie in de gemeente Leudal;
   c. Duurzaam gebruik van natuur, cultuur, historie, erfgoed en de streek.
3. Verbindingen te leggen tussen lokale en regionale organisaties, actief in relatie tot voornoemde doelen.

De stichting tracht haar doel te bereiken door:

1. Beheer en exploitatie van Bezoekerscentrum Leudal;
2. Onderdak te bieden aan rechtspersonen, die als interne partner van de stichting in en nabij het gebouw activiteiten ontwikkelen met een nauwe relatie tot genoemde doelstellingen;
3. Ontwikkelen en onderhouden van samenwerkings- en activiteitenconvenanten met haar partners;
4. Het leggen van verbindingen met en tussen lokale en regionale organisaties, actief in relatie tot de genoemde doelen en het stimuleren en faciliteren van een gemeenschappelijk beleid;
5. Zoveel mogelijk samen te werken met andere instellingen en organisaties die op vergelijkbare en/of aansluitende terreinen werkzaam zijn;
6. Het realiseren en onderhouden van contacten met de gemeente Leudal en aangrenzende gemeentes, provincie Limburg, exploitant restaurant St. Elisabethshof en alle andere personen en organisaties relevant voor de realisatie van de doelstellingen van de stichting;
7. Het bevorderen van museale activiteiten en tentoonstellingen;
8. Alle andere middelen die aan het doel dienstig zijn.

Deze doelstelling wordt ingevuld door de vele partners die van het gebouw gebruik maken:

- Stichting Studiegroep; die o.a. het Museum beheert
- Stichting Groen Hart Leudal; die met zijn vrijwilligers de balie bemenst en zorgdraagt voor vele excursies
- Stichting St. Elisabethmolen; die de watermolen beheert
- Stichting van het Monument van Verdraagzaamheid; die zorg draagt voor de jaarlijkse herdenking van de slachtoffers van WOII in het Leudal
- Imkervereniging Roer- en Leudal; die hier hun imkeropleiding verzorgt en open dagen verzorgt
- De Vereniging Ecologisch Tuinieren; die hier hun opleidingen verzorgt, lezingen geeft en een deel van de tuin verzorgt.

Verder werkt men nauw samen met:

- IVN Roermond en omgeving; die met ons het onderhoud rondom het gebouw en de rolstoelpaden verzorgt
- SBB, de eigenaar van de grond; die ons ondersteunt bij onze activiteiten
- Restaurant St. Elisabeths Hof; waar veel bezoekers een versnapering nuttigen
- Duboisfoundation; waar de Studiegroep het beheer van de Uilentoren en IJskelder verzorgt



3. Ambitie om te komen tot hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal

Bezoekerscentrum Leudal en het museum liggen in het hart van natuurgebied Leudal. Het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal vindt het daarom van belang de huidige functie als toeristisch informatiecentrum te versterken, uit te breiden en daarmee toekomstbestendig te maken. Er zal een modernisering van het bezoekerscentrum, de tuin en het museum doorgevoerd worden. Dit zal de zichtbaarheid en toegankelijkheid verbeteren waardoor de locatie aantrekkelijker wordt. De plannen voor de verbouwing staan al enkele jaren op de agenda, maar de benodigde financiën zijn tot nu toe de bottleneck. Onder de naam *'Samen geworteld voor de toekomst',* heeft men al eerder ambities geformuleerd die de transitie weergeven. Deze ambities zijn in de afgelopen maanden opnieuw tegen het licht gehouden en hier onder (vanuit de stichting) geactualiseerd geformuleerd.

Inleiding

De gemeente Leudal heeft het gebouw bijna 25 jaar geleden, met een forse financiële ondersteuning van de Studiegroep, ingericht als natuur-educatief centrum. Afgelopen jaar heeft het college van B&W van de gemeente Leudal nogmaals dat besluit onderschreven en besloten het gebouw te behouden voor een natuur-educatieve functie en als toegangspoort tot natuurgebied 'Het Leudal'. Het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal ziet daarbij de volgende ontwikkelingsrichtingen als voorwaardelijk.



Het gebouw is duurzaam en energieneutraal

Een natuureducatiecentrum moet natuurlijk een voorbeeld zijn van duurzaamheid. Het bezoekerscentrum gaat voor nul op de meter met een warmtepomp (aardwarmte), aansluiting op de St. Elisabethmolen en zonnepanelen. Zonnepanelen hebben hun grootste rendement in de zomer terwijl de watermolen vooral in de wintermaanden het meest kan produceren. De groene elektriciteit die de St. Elisabethmolen nu opwekt, gaat alleen naar het restaurant en is niet doorgeschakeld met het bezoekerscentrum. Graag ziet het bestuur van het bezoekerscentrum dan ook de aansluiting op de molen gerealiseerd.
Deze aansluiting en een voor het publiek zichtbare actuele- en jaarproductie kunnen bijdragen aan de duurzaamheid van het gebouw en de duurzame uitstraling naar de bezoekers. Daarbij willen zij de bezoekers ook laten zien hoe het werkt. Verder dient de hemelwaterafvoer afgekoppeld te worden van de riolering en benut te worden voor toepassing in en om het gebouw. Het bestuur van het bezoekerscentrum wil op een natuur-educatieve manier laten zien hoe de hemelwaterafvoer werkt en hoeveel groene energie er wordt opgewekt door watermolen, zonnepanelen en warmtepomp.

Upgrade museum

Het museum verdient een aanpassing aan de tijd. Meer interactief en met digitale ondersteuning. De plannen hiervoor liggen klaar, maar het vraagt wel een aanpassing van het gebouw opdat het museumklimaat voldoet aan de eisen van de tijd. Nu vragen we een kleine vergoeding voor een bezoek en de 125 donateurs kunnen het museum gratis bezoeken. Aansluiting bij de Museumjaarkaart is een van de wensen die alleen mogelijk is als het museum ook die uitstraling krijgt. Onder de noemer 'Nieuwe beleving van het Leudal' heeft de Studiegroep recent een beleidsplan geschreven voor de periode 2023-2025. Intussen is met de uitvoering van deze plannen gestart en zijn nadere ideeën voor de modernisering van het museum ontwikkeld. Relevant daarbij is de steeds verdergaande digitalisering die binnen de museumwereld is gestart.

Om hierbij te kunnen aansluiten heeft de Studiegroep stappen gezet die in 2024 verder worden uitgerold. Voordeel van die digitale ontsluiting is dat het museum een bredere aansluiting met andere musea gaat krijgen dan nu het geval is. De fysieke inrichting zal, rekening houdend met de wens van de moderne bezoeker, een beleving worden, waarbij het eigen karakter van de Studiegroep niet wordt losgelaten. Bij de herinrichting wordt rekening gehouden met de mogelijkheid om, met behulp van diverse objecten, leerprojecten te ontwikkelen die voor leerlingen basisonderwijs en voortgezet onderwijs relevant zijn. De ideeën hiervoor zijn in ontwikkeling.

Met het Sociaal Historisch Centrum te Maastricht is contact gezocht. Er wordt gewerkt aan een samenwerking waardoor onderzoekers gebruik kunnen gaan maken van het materiaal dat binnen de Studiegroep aanwezig is.

Tegelijkertijd zijn er stappen gezet om het door de Studiegroep in 52 jaren opgebouwde erfgoed te gaan ontsluiten. Ook dit zal in 2024 zijn beslag gaan krijgen.

Het zijn vooral de wisseltentoonstellingen die de bezoekers trekken. Deze tentoonstellingen zijn een samenwerking van de stichtingen Studiegroep Leudal en Groen Hart Leudal. Het bezoekerscentrum streeft daarom ook naar een open en actieve inrichting van de tentoonstellingsruimte beneden. Juist dat deel moet vanuit de entreeruimte uitnodigend zijn om te bezoeken. Hier kan een (binnenhuis)architect waarschijnlijk een goed advies geven.

Toegankelijkheid voor mindervaliden creëren

Bezoekerscentrum Leudal is minder geschikt voor rolstoelgebruikers. De ingang is smal en ook in het gebouw zijn de deuren en toiletten niet echt geschikt voor rolstoelgebruikers. Daarbij is de ontvangstruimte erg klein. Met 4 mensen is het vol en kunnen de bezoekers zich nauwelijks bewegen. Bezoekerscentrum Leudal wil dan ook naar minstens een verdubbeling van de huidige ruimte opdat minstens 15 personen gelijktijdig binnen kunnen rondkijken en informatie kunnen ophalen. Wettelijk is de gemeente sinds 2017 verplicht het gebouw aan de eisen voor rolstoelgebruik te laten voldoen.

De breedte die iemand in een rolstoel nodig heeft om rechtdoor te kunnen rollen is 90 centimeter. Voor een openbare ruimte waar meerdere mensen tegelijkertijd aanwezig kunnen zijn en elkaar moeten passeren, zijn paden met een breedte van minimaal 120 centimeter aan te bevelen. Toegankelijkheid van de 1e verdieping via een lift blijft een wens van Bezoekerscentrum Leudal voor de bereikbaarheid van het museumdeel op de 1e etage.

Zichtbaarheid vanaf de weg vergroten

De ingang van Bezoekerscentrum Leudal is nauwelijks zichtbaar voor de bezoekers. Willen we de natuur-educatieve functie en informatiefunctie goed kunnen vervullen, moet deze vanaf de weg en parkeerplaats zichtbaar zijn. Wij willen het gebouw “meer smoel” geven.

De voorzijde van het gebouw bepaalt mede het gezicht van het historische gebouw. Het beeld boven de deur heeft dan ook een gezichtsbepalende waarde die we adviseren te behouden, evenals de ingang aan die zijde. We vinden het belangrijk dat het gebouw zoals het er nu staat zoveel mogelijk in ere gehouden wordt. De zijkant van het gebouw kent een tweede ingang die zonder veel ingrijpen geschikt gemaakt kan worden om de entreeruimte beter toegankelijk te maken.

Een dakkapel aan de zijkant, voor extra licht op de 1e verdieping, kan de bruikbaarheid en uitstraling van de ‘vergaderzaal’ daar verbeteren. Hiervoor is een aanvullend technisch- en architectonisch advies nodig.



Verder kan de zichtbaarheid van Bezoekerscentrum Leudal vanaf de parkeerplaats op veel andere manieren worden vorm gegeven:
- Verlichte naamgeving, duidelijk op de gevel en zichtbaar vanaf de weg;
- Informatiebord met partners die werkzaam zijn in het gebouw;
- Juiste bebording;
- Et cetera.

Ook de tuin, die nu maar sporadisch bezocht wordt, wordt twee keer zo groot en krijgt een nieuwe inspirerende natuur-educatieve functie. Bezoekerscentrum Leudal wil daarbij aantrekkelijk zijn voor kinderen en de tuin ook geschikt maken voor mensen met een rolstoel of visuele beperking. In de directe omgeving ligt immers al bijna 4 kilometer rolstoel pad. We willen daarbij aansluiten.

Vergroten en revitaliseren entreeruimte

De ingangsruimte moet groter worden gemaakt. In de oorspronkelijke plannen is de muur met de tentoonstellingsruimte met meer dan 2 meter verplaatst. Als de huidige grens wordt aangehouden, is het noodzakelijk de muur tussen de huidige balieruimte en de labruimte te verwijderen en de bekisting rondom de pilaren te verwijderen.

Beide ingangen, aan voorzijde en zijkant, dienen daarbij te voldoen aan de wettelijke eisen. Bij voorkeur 120 cm, omdat mensen elkaar moeten kunnen passeren (zie ook het Bouwbesluit 2012). Verder blijkt uit onderzoek dat een toegankelijk gebouw/bedrijf zorgt voor 20-25% meer klanten.

In het gebouw dienen de toiletten en keuken gerenoveerd te worden en verder dient het volledige gebouw een meer eigentijdse inrichting te krijgen.

Samenwerking met de horeca

De huidige uitbaters van de horeca, Mary en Martin Baetsen, ondernemen hier al sinds 1992. In eerste instantie hebben ze het pand twee jaar gehuurd van Staatsbosbeheer en vanaf 1994 zijn ze eigenaar. Bezoekerscentrum Leudal was er toen nog niet en is pas in 1996 geopend. Men heeft de horeca-locatie grotendeels vanuit het niets ontwikkeld. Er is een concurrentiebeding opgenomen bij de verkoop, waardoor Bezoekerscentrum Leudal geen horeca-activiteiten mag ontplooien. De samenwerking is niet altijd optimaal. Bezoekerscentrum Leudal steekt de hand uit om samen te werken, but it takes two to tango. Het restaurant is bijvoorbeeld iedere woensdag gesloten en voor de interne activiteiten betaalt het bezoekerscentrum horecaprijzen. De mooiste oplossing zou zijn om de horecafunctie volledig te integreren in Bezoekerscentrum Leudal.

Relatie met recreatie en toerisme

Bezoekerscentrum Leudal is gevestigd midden in natuurgebied 'het Leudal' en een populaire uitvalsbasis voor bezoekers van dit deels natura 2000 gebied. Niet voor niets is Bezoekerscentrum Leudal één van de vier Leudalse Natuurpoorten. Dit betekent dat een groot deel van de bezoekers de locatie gebruikt om te parkeren en vervolgens op eigen gelegenheid het natuurgebied in te trekken. De recreatieve functie van Bezoekerscentrum Leudal is nog onvoldoende bekend en wordt te weinig gebruikt.



In de regionale visie Recreatie & Toerisme wordt aangegeven dat de aanwezigheid van vijf grote natuurgebieden een sterke USP van de regio Midden-Limburg kan zijn. Behalve de omvang is het bijzonder dat de landschappelijke kwaliteiten van de zogenaamde The Big Five (NP De Meinweg, NP De Groote Peel, Kempen~Broek, Rivierpark Maasvallei én het Leudal) divers zijn. Door The Big Five fysiek en thematisch met elkaar te verbinden en conceptmatig te ontwikkelen, worden deze gebieden samen een drager voor de ontwikkeling van recreatie en toerisme in en rondom deze gebieden (regio Midden-Limburg). De gemeenten zien deze kans en willen deze ontwikkeling samen op gang brengen door uitvoering te geven aan de regionale visie. Het voorgaande is ook verankerd in het onlangs vastgestelde Beleidsplan Recreatie en Toerisme gemeente Leudal. Wij zien zelfs extra kansen. Het Leudal vormt namelijk het middelpunt van de The Big Five, het centrale knooppunt waar de verbindingen van de natuurgebieden samenkomen.

Wij hebben de kans om Bezoekerscentrum Leudal te ontwikkelen tot een Natuurpoort met een uitgebreid kwalitatief voorzieningenniveau en bovenlokale aantrekkingskracht. Niet alleen als wandel- en fietsknooppunt van The Big Five, maar vooral ook als centraal knooppunt van de lokale natuurgebieden in de gemeente Leudal, inclusief de Maasoever.

De Natuurpoorten in het Leudal (Heide, Water, Bos en Weide) verbinden met een diversiteit aan routestructuren de andere (kleinere) Natuurpoorten, parkeervoorzieningen, ondernemers, dorpskernen, erfgoed én mensen. In onze beleving dient een aantrekkelijk vormgegeven Natuurpoort een scala aan (gethematiseerde) routestructuren om het Leudal en de omgeving al wandelend, fietsend of te paard te ontdekken.
Routes geschikt voor diverse doelgroepen; van kinderen tot liefhebbers van erfgoed, van minder validen tot MTB'ers en van mensen die de natuur het liefst alleen beleven tot mensen die de natuur in clubverband ontdekken. In de Natuurpoort wordt op een uitnodigende manier informatie gepresenteerd over de The Big Five natuurgebieden met uitgebreide informatie over de landschappelijke en ecologische waarden van het Leudal. Het voorzieningenaanbod is afgestemd op de recreatieve functie met oplaadpunten voor elektrische fietsen en auto's, een watertappunt, picknickplaatsen, routeinformatie en algemene toeristische informatie, een wasplaats voor MTB's met kleine reparatiefaciliteiten, lockerruimtes en het liefst zelfs een omkleedruimte. Deze voorzieningen, in combinatie met het museum, de aanwezige horecafaciliteiten en beschikbaarheid van een multifunctionele vergaderruimte, maken Natuurpoort Het Leudal tot hét ontmoetingscentrum voor diverse lokale verenigingen en clubs en tot een kwalitatief hoogwaardig recreatief knooppunt voor het Leudal, de omgeving en The Big Five.



4. Onze visie op de beoogde ambities

De eerder geformuleerde ambitie was: 'Men beoogt Bezoekerscentrum Leudal te ontwikkelen tot Natuurpoort, kenniscentrum en belevingscentrum met een uitgebreid kwalitatief voorzieningenniveau en bovenlokale aantrekkingskracht. Niet alleen als wandel- en fietsknooppunt van The Big Five, maar vooral ook als centraal knooppunt van het Leudal en de omliggende natuurgebieden met verbindingen naar de Maasoever en de dorpskernen. Ook is het de thuisbasis en het kenniscentrum voor natuurbehoud en recreatie gerelateerde stichtingen, verenigingen, ondernemers, erfgoed én mensen. Stakeholders hebben de afgelopen jaren al veel gepresteerd om te komen tot **hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal.** We denken dat daar ook de sleutel ligt tot een toekomstbestendig ontwikkelperspectief. Op hoofdlijnen betreft de verandering:

- Het pand verduurzamen;
- Toegankelijkheid voor mindervaliden creëren;
- Ingang verleggen of verbeteren;
- Entreeruimte vergroten;
- Herinrichting expositie museum.

Hieronder geven we per beoogde ambitie onze visie.

Het gebouw is duurzaam en energieneutraal

De verduurzaming van het pand vinden we niet meer dan logisch. Wij onderschrijven dit als een gewenste ambitie en we adviseren de gemeente Leudal om het centrum daarin te faciliteren. Feitelijk hoort elk (publieks)gebouw in 2023 verduurzaamd te zijn, zeker een gebouw met een dergelijke voorbeeldfunctie. We denken dat de mogelijkheid om het opwekken van energie via de watermolen zichtbaar te maken, zeer educatief kan zijn voor kinderen.

Upgrade museum

We onderschrijven deze ambitie als hard nodig. We hebben met de partners verkend of het een optie is om het museum naar beneden te verplaatsen, als onderdeel van een grotere beleving. Dit blijkt niet haalbaar te zijn, wat we begrijpen. Hieronder staat waarom dit niet wenselijk is.

Onderdeel van het tentoonstellen van objecten is dat hiervoor voldaan moet worden aan lichtwaarden. Een verplaatsing naar bijvoorbeeld de panoramazaal zou betekenen dat voor die zaal een verduistering zou moeten worden aangebracht. Gezien de prachtige lichtinval die in deze zaal aanwezig is, is dat de wereld op zijn kop. Daaraan toegevoegd, tijdens de zomermaanden loopt de temperatuur, vanwege de vele ramen, (veel) te hoog op voor de objecten, dus dat vergt een grotere inspanning op het gebied van temperatuurregeling dan nu nodig is voor de bovenverdieping.

Verder betwijfelt men of de bovenverdieping wel geschikt te maken is voor grote groepen. Er worden avonden georganiseerd met 50 deelnemers. Deze moeten allemaal met de trap omhoog en naar beneden. In geval van een calamiteit wordt dit gezien als een onveilige situatie. De trap is ook met catering een struikelblok. Juist voor dat soort bijeenkomsten is er boven onvoldoende daglicht. De bovenverdieping heeft daarbij ook geen toiletvoorziening en mindervaliden kunnen lastiger deelnemen aan die activiteiten. Verder komt de trap onhandig uit in het midden van de zaal en grenst de bovenruimte niet aan de tuin, waardoor activiteiten binnen-buiten lastiger te organiseren zijn.

Herinrichting van de expositie

De herinrichting van de expositie vinden we eveneens logisch. Dat is een periodieke aangelegenheid. We adviseren herhaald te onderzoeken of het museum meer geïntegreerd kan worden in het geheel, waarbij ook niet langer entree betaald hoeft te worden.

De opbrengsten zijn zeer gering en het betalen van een entree werpt absoluut een drempel op, hoe mooi de collectie dan ook mag zijn.

Toegankelijkheid voor mindervaliden creëren

Ook deze ambitie onderschrijven we en vinden we niet meer dan logisch anno 2023. Het zijn basale faciliteiten die nodig en gewenst zijn. We zetten echter vraagtekens bij de lift naar de eerste etage waaraan in eerste instantie werd gedacht. Er is momenteel al een stoellift aanwezig. We kregen de indruk, toen we ter plekke waren, dat deze al voorziet in de oplossing. We adviseren het bestuur van het bezoekerscentrum in haar afweging de museumnormen m.b.t. toegankelijkheid te hanteren om te voldoen aan de eisen zonder dat de kosten qua investeringen daardoor fors oplopen.

Wij lezen hierover in de museumnormen: Het museumgebouw dient bij voorkeur toegankelijk te zijn voor mindervaliden, bijvoorbeeld voor personen in een rolstoel door de aanwezigheid van liften, rolstoel, stoelliften e.d. Als een museum niet toegankelijk kan zijn voor mensen met een beperking mag deze eis beredeneerd en onderbouwd worden uitgesloten. Als het museumgebouw beperkt toegankelijk is, dient men dit te communiceren. Dit kan door op de website en bij de entree aan te geven dat het museum beperkt toegankelijk is voor mindervaliden.

Zichtbaarheid vanaf de weg vergroten

We begrijpen deze ambitie op basis van de aanvullende gesprekken die we met de partners hebben gevoerd. Wat we mee willen geven als aanvullend advies is om de verbinding met de Sint Elisabeths hof en de St. Elisabeth molen te optimaliseren. Het zijn nu twee gescheiden werelden die volgens ons juist tot een integraal concept moeten worden gesmeed. Denk aan de website, de ingang, de look and feel en de samenwerking. Door de ingang te verleggen richting de parkeerplaatsen moet hoe dan ook voorkomen worden dat de horecazaak en de watermolen optisch nog verder van de ingang van Bezoekerscentrum Leudal komen te liggen. Voor wat betreft de omgeving is een nieuwe bewegwijzering cruciaal. De huidige aanwijzingen zijn niet uitnodigend en nauwelijks leesbaar. Ons advies: kom tot uniformiteit.

Vergroten en revitaliseren entreeruimte

Het vergroten van de entreeruimte heeft volgens ons een enorme meerwaarde als dit leidt tot integraliteit tussen informatiebalie, museum en horeca. We zien de toekomstige bezoekerstoename daarbij in mindere mate ontstaan bij de informatiebalie. De behoefte aan informatie zal alleen maar verder afnemen en verschuiven naar digitale informatie. De nadruk van de verandering moet aansluiten bij een grotere beleving. Zien, voelen, ruiken, horen en proeven zijn essentieel voor een blijvende ervaring.

De interesse om het museum te bezoeken, kan volgens ons worden vergroot door de entree gratis te maken en in te zetten op exposities die bezoekers verleiden vervolgens het museum op de 1e etage te bezoeken. We adviseren het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal om externe expertise in te huren om tot een optimale beleving te komen van de entreeruimte.

Daarbij biedt de interne doorgang naar het restaurant een mooie kans voor beide partijen om één gezicht uit te stralen.

Samenwerking met de horeca

Samenwerking met de horeca-uitbater zal een relevante doelstelling moeten worden om te komen tot hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal. We denken dat hier een cultuurverandering en de nodige wilskracht en creativiteit voor nodig is. Mogelijk gaat dit beter als er op termijn sprake is van een andere uitbater, maar ook in de tussentijd moet de hand naar elkaar worden uitgestoken.

We verwachten op termijn een grotere groep bezoekers in de Sint Elisabeths hof, als deze wordt gerevitaliseerd, waarbij gasten vervolgens ook geïnteresseerd zijn in het informatiecentrum en het museum. We denken dat een deel van de collectie (de minder kwetsbare delen) van het museum zelfs in de horeca kan worden geëtaleerd. Ons advies: maak het meer beleefbaar voor iedereen.

Er is nu feitelijk sprake van twee werelden. Rechts een restaurant dat (zonder oordeel over de kwaliteit) overal zou kunnen liggen. De keuken oriënteert zich rondom het Middellandse zeegebied met wijnen van het Zuid-Amerikaanse Chili via het Spaanse Tarragona naar Zuid-Afrika en aanvullend Franse wijnen. Links een bezoekerscentrum dat een noodzakelijke horeca soms mist als integraal onderdeel van het geheel en daardoor weinig financiële omzet kan genereren.

Bij de meeste bezoekerscentra/musea komt het erop neer dat de combinatie van een bezoekerscentrum/museum en een goede horecavoorziening de ingrediënten vormen voor een realistisch verdienmodel dat zonder subsidie kan renderen. Onderstaande definities, die we tegenkomen bij andere concepten, laten zien hoe belangrijk de horecafunctie is.



Natuurmonumenten:
Een bezoekerscentrum is het informatiepunt van een natuurgebied. Je vindt hier informatie over de natuur in het gebied en over wandel-, fiets- of kanoroutes. Bij een bezoekerscentrum start of eindigt je natuuractiviteit of excursie en vind je kinderactiviteiten en een lekkere kop koffie. Natuurmonumenten heeft zes bezoekerscentra in Nederland. Tot 2016 was daar De Brunssummerheide bij. Inmiddels heeft men formeel geen bezoekerscentrum meer in Limburg.

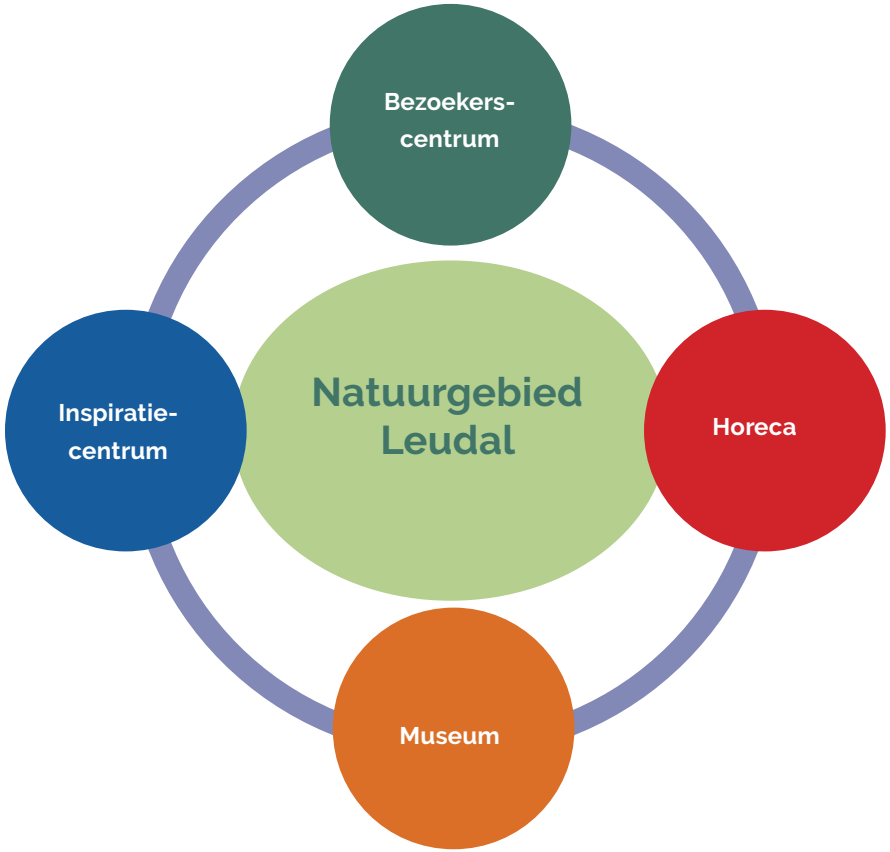
Staatsbosbeheer:
De 8 Buitencentra van Staatsbosbeheer zijn hét vertrekpunt voor je dag naar buiten. Je kunt er het hele jaar terecht voor activiteiten, wandelroutes, inlichtingen over onze natuurgebieden en vaak ook een hapje en een drankje. Maar ook voor vergaderen en groene bedrijfsuitjes. In de winkels kun je terecht voor originele groene cadeaus. Formeel runt men alleen het bezoekerscentrum nabij Nationaal Park De Groote Peel.

Limburgs Landschap:
Bij verschillende natuurgebieden heeft het Limburgs Landschap info-plekken gecombineerd met horeca. Hier kunt u informatie krijgen over de omgeving en na een mooie tocht door het Limburgse landschap terecht voor koffie met vlaai, lunch, diner of borrel. Deze hebben we opgenomen in de bijlagen.

Particulier bezit:
Bezoekerscentrum Brunssumerheide en De Meinweg zijn voorbeelden van particulier bezit of exploitatie. Voor de bezoeker van het gebied wordt de indruk gewekt dat het een 'officieel' bezoekerscentrum is, het gaat echter om een horecapunt waar ook informatie over het gebied voorhanden is.

Relatie met recreatie en toerisme

Ons werd gevraagd ook te beoordelen hoe de kwaliteit van de (natuur) beleving verbeterd kan worden. Het gaat daarbij om het optimaliseren van de bezoekerservaring. Het is daarbij de kernvraag hoe je tegen het bestaande concept (inclusief omgeving) aankijkt.



Op basis van de gesprekken die we hebben gevoerd, trekken we de conclusie dat de potentie enorm groot is gezien het aanbod aan activiteiten, maar dat er ook nog een forse uitdaging ligt om alle gebieden met elkaar te verbinden. Enerzijds onderling, maar anderzijds ook het centrum met de omgeving. Denk aan de relatie tussen de binnen- en buitenactiviteiten.
We denken dat de spreiding van bezoekers die het Leudal bezoeken redelijk vanzelf plaatsvindt. Deels vanwege de horecapunten op meerdere plaatsen.

We zijn ook van mening dat er niet nog meer bezoekers (aanvullend) voor het natuurgebied Leudal geworven dienen te worden om het bezoekerscentrum of het museum succesvol te laten zijn. Het natuurgebied Leudal kent 206.000 bezoekers die met enige regelmaat terugkeren. Parkeerplaatsen zijn in het weekend overal bezet.

Het aantal bezoekers aan Bezoekerscentrum Leudal bedroeg 4525 (opgave Bezoekerscentrum) over de periode januari tot en met juni 2023. Dat zijn er ongeveer 10.000 per jaar. Het museum ontvangt 1000 betalende bezoekers per jaar.

Dit is ongeveer 5%. Het is logisch dat hier nog potentie is om het aantal fors uit te breiden. Gebruikmakend van kennis die we hebben opgebouwd op basis van andere opdrachten, kunnen we de volgende indeling maken voor een aantal vergelijkbare gebieden.

Gebied	Aantal bezoekers in het gebied	Aantal bezoekers bezoekers-centrum	% dat iets nuttigt in de horeca	Gemiddeld bedrag per gebruiker
Nationaal park De Groote Peel	362.000	160.000(44%)	58%	€ 4,00
De Meinweg	199.000	83.000(42%)	41%	€ 4,00
Brunssummerheide	344.000	145.000(42%)	48%	€ 4,00



De vergelijkingen gaan echter snel mank als je naar de grootte van de gebieden en het aantal horecapunten nabij het gebied kijkt. Nabij het Leudal liggen meer horecapunten en is het streven naar een bezoekerspercentage van boven de 40% daarom niet realistisch volgens ons. Stel, men weet een percentage van 25% te realiseren, dan zou er sprake zijn van 50.000 potentiële bezoekers. In bovenstaande gevallen gaat het echter vooral om gasten die de horeca bezoeken. We denken dat een ambitie van 20% t.w. 40.000 bezoekers aan het bezoekerscentrum/museum ambitieus genoeg is. (Het natuur- en milieucentrum De ijzeren Man in Weert haalt dit jaar naar verwachting 35.000 bezoekers, inclusief de scholen.)

Het is natuurlijk wel belangrijk om daarbij appels met appels te vergelijken. Worden alleen de bezoekers geteld die het gebouw betreden of alle mensen die deelnemen aan activiteiten die georganiseerd worden door de partners? Hoe dan ook is er potentie om dit aantal fors te laten groeien.

Het zal de kunst zijn om geïnteresseerden in Bezoekerscentrum Leudal en/of museum te detecteren tussen de unieke bezoekers aan het Leudal en die te verleiden Bezoekerscentrum Leudal en/of het museum te bezoeken.

Op doordeweekse dagen zou ingezet kunnen worden op het verleiden van gasten die op Recreatiepark De Leistert verblijven. Het natuur- en milieucentrum De ijzeren Man in Weert heeft daar goede ervaring mee in relatie tot De Weerterbergen.

5. Aanbevelingen aan het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal

Op basis van bovenstaande verkenning en beschouwing komen we tot de volgende SWOT-analyse.

STERKE PUNTEN

- Locatie historisch bekend in de grote regio
- Iconisch gebouw
- Veelzijdig aanbod
- Grote betrokkenheid vrijwilligers

ZWAKKE PUNTEN

- Beperkte parkeerplaats
- Geen eenduidige bewegwijzering
- Geen integraliteit van de producten/ diensten/concepten
- Geen moderne expositie opstelling

KANSEN

- Betere positionering is mogelijk
- Integraliteit in aanbod en positionering
- Horeca betrekken bij het bezoekerscentrum

BEDREIGINGEN

- Blijven denken vanuit eilanden i.p.v. een wij-land
- Cultuurverschillen tussen het bezoekerscentrum en de horeca uitbater (afwijkende missie en visie)



Naast het maken van een SWOT-analyse bepalen we bij een dergelijke beoordeling de vitaliteit van een organisatie. We maken daarbij gebruik van het nevenstaand model. Een vitaal bedrijf heeft volgens ons alle kenmerken van constante groei en verandering in zich en de verandering begint en eindigt met de missie en visie en de strategie.

	Structuur Processen & Organisatie	**Cultuur** Leiderschap & basisvoor-waarden	**Mensen** Competenties Vaardigheden	**Middelen** ICT, geld & faciliteiten	**Resultaten** Producten & effecten	=	**Verwarring** Geen samenhang & visie
Strategie Scenario's & architectuur		**Cultuur** Leiderschap & basisvoor-waarden	**Mensen** Competenties Vaardigheden	**Middelen** ICT, geld & faciliteiten	**Resultaten** Producten & effecten	=	**Chaos** Geen besturing & beheersing
Strategie Scenario's & architectuur	**Structuur** Processen & Organisatie		**Mensen** Competenties Vaardigheden	**Middelen** ICT, geld & faciliteiten	**Resultaten** Producten & effecten	=	**Weerstand** Geen binding
Strategie Scenario's & architectuur	**Structuur** Processen & Organisatie	**Cultuur** Leiderschap & basisvoor-waarden		**Middelen** ICT, geld & faciliteiten	**Resultaten** Producten & effecten	=	**Ongerustheid** Geen vaardigheden
Strategie Scenario's & architectuur	**Structuur** Processen & Organisatie	**Cultuur** Leiderschap & basisvoor-waarden	**Mensen** Competenties Vaardigheden		**Resultaten** Producten & effecten	=	**Frustratie** Geen voorzieningen
Strategie Scenario's & architectuur	**Structuur** Processen & Organisatie	**Cultuur** Leiderschap & basisvoor-waarden	**Mensen** Competenties Vaardigheden	**Middelen** ICT, geld & faciliteiten		=	**Nuttelоosheid** Geen toegevoegde waarde
Strategie Scenario's & architectuur	**Structuur** Processen & Organisatie	**Cultuur** Leiderschap & basisvoor-waarden	**Mensen** Competenties Vaardigheden	**Middelen** ICT, geld & faciliteiten	**Resultaten** Producten & effecten	=	**GROEI & VERANDERING**

Strategie
In een vitale organisatie is er sprake van een duidelijke missie en visie en een heldere strategie die voor iedereen die er werkt herkenbaar is. Als dat ontbreekt ontstaat er verwarring en ontbreekt de samenhang in de bedrijfsvoering. Wil je als bezoekerscentrum blijven groeien en veranderen, dan is dit dus de minimale basis. Naast de vraag waar je voor staat en waar je voor gaat zijn de kernwaarden (intern gericht) heel belangrijk. Het is een soort filter waar je keuzes in moeten passen. Tegelijkertijd is het belangrijk gastbeloften (extern gericht) te formuleren. Waar kan de gast je op afrekenen?

We zijn van mening dat het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal dit onderdeel scherp in beeld heeft. Samen met ons is gereflecteerd op de ambities en zijn op onderdelen keuzes bijgesteld. De uitdaging die we zien is dat men alle stakeholders en vrijwilligers aangehaakt houdt bij de missie en visie. Als de organisatie erin slaagt de vrijwilligers blijvend te verbinden aan missie en visie van Bezoekerscentrum Leudal, ontstaat er een nog grotere betrokkenheid en neemt de kans op gedeeld leiderschap toe.

Structuur
Denk hierbij aan taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden van iedereen die bij het bezoekerscentrum is betrokken. Ontbreekt de structuur, dan is er geen sprake van beheersing en besturing. Alles gebeurt dan ad-hoc en chaotisch. De uitkomst kun je raden.

We zijn van mening dat de structuur complex is binnen Bezoekerscentrum Leudal als geheel. Dat hoort echter bij een dergelijke samenwerking en we zien ook dat het bestuur nog steeds stappen zet om de structuur transparanter en eenvoudiger weer te geven. Wederom is dat belangrijk om alle stakeholders en vrijwilligers aangehaakt te houden.

Cultuur
Dit aspect gaat over respect, vertrouwen, waardering, samenwerking en aanspreken. Als bovenstaande aspecten niet aanwezig zijn, zien we weerstand in organisaties en gebrek aan binding. Groei en veranderingen stagneren dan.

"Cultuur eet strategie als ontbijt" is een beroemd citaat. Hier zien we uitdagingen voor het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal. Op basis van de gesprekken die we hebben gevoerd, merken we dat hier nog 'winst' te behalen valt. Dit in relatie tot de naastgelegen horeca. We stellen vast dat het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal zich dit realiseert en er open voor staat om daaraan te werken.

Mensen
Hier maakt een organisatie altijd het verschil in onze sector. De juiste mensen met de juiste houding en de vereiste vaardigheden. Weet iedereen wat zijn of haar taak is binnen de bedrijfsvoering?

We hebben enorm respect voor de wijze waarop Bezoekerscentrum Leudal als geheel door vrijwilligers wordt gerund. Hiermee wordt het centrum veel meer dan zomaar een centrum, het is een pareltje op het gebied van leefbaarheid, saamhorigheid en burgerparticipatie. Menige gemeente zou jaloers zijn op de manier waarop dit wordt opgepakt. Tegelijkertijd is het complex om zoveel organisaties met zoveel belangen samen te laten werken onder een dak. Zie in dat kader onze eerdere opmerkingen bij het aspect cultuur.

Middelen
Denk daarbij aan de juiste faciliteiten en voldoende geld. Denk aan de juiste gereedschappen en de beste prioriteiten. Zonder de juiste voorzieningen, geen vitale organisatie.

Naast de mensen die het doen, is dit de kern van Bezoekerscentrum Leudal. Feitelijk gaan hier ook de geformuleerde ambities over. We hebben daar al in een apart hoofdstuk op ingezoomd.

Resultaten
Het aandachtsgebied resultaten gaat over het rendement van de activiteiten. Meestal gaat dit over omzet, maar het is vaak meer dan dat. Het kan per organisatie verschillen, maar ook hier geldt dat het traject begint met een missie en visie. Pas dan weet je waar je naar toe wilt werken en zie je of je succesvol bent in het behalen van je resultaten.

We willen benadrukken dat het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal verminderde mogelijkheden heeft ten opzichte van andere centra omdat men geen horeca-activiteiten mag en kan ontplooien. Het is belangrijk om dan ook niet alleen naar rendement te kijken in euro's, maar juist in de meerwaarde die het centrum heeft in het maatschappelijk verkeer. Het advies aan Bezoekerscentrum Leudal om ook de tevredenheid van gasten te meten. Vraag meteen de postcodes op. Het geeft inzicht in de gastsegmenten.

We zijn van mening dat Bezoekerscentrum Leudal voldoende vitaal is en dat de ambities bijdragen aan het behoud en de versterking van de vitaliteit. Tegelijkertijd realiseert het bestuur van het bezoekerscentrum zich dat er een kink in de kabel komt als de gemeente niet meegaat in een forse bijdrage aan de benoemde investeringen en aanpassingen. Mogelijk moet men keuzes maken in de uitvoering. Een hulpmiddel om de goede keuze te kunnen maken is het opstellen van een uitvoeringsprogramma, gebaseerd op een impact-analyse.



Hoge impact	2	1
Lage impact	3	4
	Moeilijk	**Gemakkelijk**

1. Dit zijn de kansen of oplossingen voor knelpunten met de beste combinatie qua impact en gemak. Hier ligt in de uitvoering de focus.
2. Het is belangrijk deze kansen of oplossingen voor knelpunten wel te verkennen om mogelijk op termijn uit te voeren als de moeilijkheidsgraad wellicht afneemt.
3. Het is onlogisch om kansen of oplossingen voor knelpunten op te nemen in een uitvoeringsprogramma die een zeer lage impact hebben en/of moeilijk uit te voeren zijn.
4. In de uitvoering wordt gekeken of deze items direct om te zetten zijn in tastbaar resultaat.

Kortom:

Lage impact en moeilijk = niet doen
Lage impact en gemakkelijk = direct doen
Hoge impact en moeilijk = onthouden, maar niet direct oppakken
Hoge impact en gemakkelijk = cruciaal, hier maken jullie het verschil mee

In een vervolgsessie met stakeholders zullen jullie zelf deze keuzes moeten maken.

6. Aanbevelingen aan de gemeente Leudal

Ondersteun Bezoekerscentrum Leudal bij de transitie naar hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal. We zijn van mening dat dit rapport meer dan duidelijk maakt wat er tegenover staat. We geven daarbij de volgende adviezen
.

Exploitatiebegroting

Het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal stelt het volgende: 'De energiekosten zijn de afgelopen jaren de pan uit gerezen. Wij hebben in 2022 bijna 38% van onze gemeentelijke subsidie uitgegeven aan gas en elektra. Wij komen de laatste jaren structureel bijna €10.000 tekort. Wij hebben de gemeente gevraagd om de subsidie aan te passen aan de inflatie, maar tot op heden geen antwoord.'

We adviseren de gemeente om hierover met het bestuur van Bezoekers-centrum Leudal in overleg te treden. Mogelijk is dit probleem opgelost door te investeren in duurzaamheid. Ons advies: geef hier prioriteit aan.

Investeringsbegroting

Bij de eerste aanvraag vanuit Bezoekerscentrum Leudal naar de gemeente werd een begroting meegestuurd, welke in 2021 door het bestuur geactuali-seerd werd. Medio 2023 hebben we deze wederom op basis van de hieronder genoemde index bijgesteld. We hebben duurzaamheid opgenomen als een pro memoriepost die verkend moet worden door de gemeente Leudal.
De modernisering van het Leudal museum komt voor kosten van de Studie-groep. Daarom hebben we die ook als pro memoriepost opgenomen.

Beoogde investeringen exclusief BTW (afgerond)	
Het pand verduurzamen	PM gemeente
Toegankelijkheid voor mindervaliden creëren Ingang verleggen of verbeteren Entreeruimte vergroten	€ 528.314,00
Herinrichting expositie museum	PM Studiegroep
Actualisatie prijspeil augustus 2021 + 9 %	€ 575.862,00
Actualisatie prijspeil juli 2023 + 17,7% (gebaseerd op index nieuwbouwwoningen waarbij index eind 2021 op 116,9 stond en in mei 2023 op 134,6). Voor Utiliteitsbouw hebben we geen actuele en betrouwbare cijfers kunnen vinden. Dit is dus een globale inschatting. Actuele offertes moeten dit bedrag uiteindelijk concretiseren.	€ 677.789,00
Afgerond	**€680.000,00**

We adviseren het college van B&W van de gemeente Leudal in overleg te treden met het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal en een maximaal bedrag af te spreken voor de gehele transitie waar ook politiek draagvlak voor is. Het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal realiseert zich dat niet alles kan en dat er mogelijk keuzes gemaakt moeten worden. Op basis van een richtinggevende uitspraak rondom een taakstellende begroting, kan het bestuur van Bezoekers-centrum Leudal actuele offertes opvragen.

Mogelijk kan er een ambitie aan worden gekoppeld om aantoonbaar meer bezoekers te trekken nadat de aanpassingen zijn doorgevoerd. Zie onze eerdere opmerkingen over de haalbaarheid die wij zien, zeker als meer scholen gebruik maken van de locatie en voorzieningen.

St. Elisabeth hof

We geven de gemeente Leudal als advies mee om te overwegen St. Elisabeth hof te verwerven als onderdeel van het geheel, mocht dit te koop komen. Niet om zelf uit te baten, maar om daarmee nieuwe ruimte te laten ontstaan voor de doorontwikkeling van hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal of om er versneld het kettingbeding af te halen rondom de exclusiviteit voor verkoop horecaproducten.

Onderwijs

Kijkend naar het natuur- en milieucentrum De ijzeren Man in Weert dan steunen wij het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal bij de gedachte dat er een grote kans ligt bij het verleiden van scholen in de regio om het inspiratiecentrum te bezoeken en er actief lessen te verzorgen. Het zou een ambitie kunnen zijn om elke klas in de gemeente Leudal een keer per jaar een dagdeel les te geven in het inspiratiecentrum, aansluitend bij de diverse onderwerpen van het museum of de (directe) omgeving.

Er zijn naar we begrijpen 15 scholen voor regulier en bijzonder primair onderwijs in de gemeente Leudal. Veel scholen hebben een gering aantal leerlingen, waardoor klassen vaker gecombineerd worden. Momenteel maken (te) weinig scholen gebruik van het educatieve aanbod van het bezoekerscentrum. Veelal is dat het gevolg van een vervoersprobleem. Het zou fijn zijn wanneer de gemeente het voortouw zou nemen en scholen zou verplichten minimaal een x aantal lessen/excursies af te nemen in het bezoekerscentrum en mee zou willen denken in de vervoersuitdaging die daarbij komt kijken.



7. Het beoogde bedrijfsmodel

Met behulp van het canvas businessmodel zijn we, samen met het bestuur van Bezoekerscentrum Leudal, tot de volledige omschrijving van hét beoogde informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal gekomen.

Onderdeel	Samenvatting op hoofdlijnen
Waardepropositie	De unieke waarde die hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal te bieden heeft aan bezoekers en gebruikers.
Kernactiviteiten	De belangrijkste activiteiten om geld te verdienen, een meerwaarde te creëren of om de relatie met de bezoekers en gebruikers te behouden
Strategische partners	Overzicht van alle gebruikers van hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal.
Klantsegmenten	De groepen gebruikers die hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal wil bereiken.
Kanalen	De kanalen die gebruikt worden door het hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal om potentiële bezoekers en gebruikers te bereiken.
Klantrelaties	De wijze waarop hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal contact houdt met de bezoekers en gebruikers.
Kernmiddelen	De belangrijkste middelen om hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal te laten functioneren.
Inkomstenstromen	Denk bij hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal aan inkomsten, maar ook aan subsidies of bijdragen vanuit de strategische partners.
Kostenstructuur	Denk bij hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal aan kosten op basis van de reguliere exploitatiebegroting.

7.1 Waardepropositie

Wij grijpen de kans aan om Bezoekerscentrum Leudal te ontwikkelen tot Natuurpoort, kenniscentrum en belevingscentrum, met een uitgebreid kwalitatief voorzieningenniveau en bovenlokale aantrekkingskracht. Niet alleen als wandel- en fietsknooppunt van The Big Five, maar vooral ook als centraal knooppunt van het Leudal en de omliggende natuurgebieden met verbindingen naar de Maasoever en de dorpskernen. Ook is het de thuisbasis en het kenniscentrum voor natuurbehoud en recreatie gerelateerde stichtingen, verenigingen, ondernemers, erfgoed én mensen.

De vele vrijwilligers van Bezoekerscentrum Leudal ervaren een professionele en prettige werkomgeving en ontwikkelen en borgen de natuurhistorische kennis van het gebied. Zij ontsluiten hun kennis als kundige adviseurs om relevant beleid en plannen van de gemeenten en andere partijen mee vorm te geven.

Met deze ingrijpende verbouwing zal Bezoekerscentrum Leudal beter toegankelijk en aantrekkelijker worden. Daarnaast wordt het energieneutraal en duurzaam, passend bij de toeristische ambitie van de gemeente Leudal.

Onze ambitie is een goed en optimaal functionerend bezoekerscentrum, inclusief een gemoderniseerd streekmuseum. Een centrum waar de bezoeker zich prettig voelt, waar de vraag van de bezoeker zo goed mogelijk wordt beantwoord en bovenal een centrum waar de bezoeker graag terugkomt. Om de organisaties binnen Bezoekerscentrum Leudal goed te laten functioneren in de toekomst is er voortdurend vernieuwing, maar zeker ook verjonging nodig.

Een gebouw met uitstraling is essentieel voor het behoud en aanvulling van vrijwilligers.

Zonder vrijwilligers geen toekomst voor de stichtingen en verenigingen!

7.2 Uitwerking kernactiviteiten

Het bezoekerscentrum is het toeristisch centrum van Midden-Limburg

De gezamenlijke Midden-Limburgse gemeentes promoten 5 natuurgebieden als de Big Five. De bezoekersaantallen in deze gebieden zijn in 2016 gemeten door NBTC-NIPO in opdracht van SBB, Natuurmonumenten en Limburgs Landschap. Het Leudal ligt in het centrum van deze gebieden en telt jaarlijks bijna net zoveel bezoeken als Meinweg en Groote Peel samen! Al deze bezoekers maken gebruik van de horeca in en om het Leudal; velen verblijven op de campings in de omgeving en doen hun inkopen bij de winkels in onze gemeente.

	Bezoekers x 1000	Aantal bezoekers x miljoen
Grenspark Kempen-Broek	167	0,5 - 0,75
Rivierpark Maasvallei	388	1,5 - 1,75
Nationaal Park de Meinweg	199	0,75 - 1,0
Nationaal Park de Groote Peel	362	0,5 - 0,75
Het `Leudal	206	1,0- 1,25

Het bezoekerscentrum is VVV-vertrekpunt voor het Leudal

De parkeerplaats bij het bezoekerscentrum staat vrijwel dagelijks vol. Mensen kunnen op bezoek gaan in het museum om te kijken naar de wisseltentoonstelling men kan de natuur-educatieve tuin bezoeken. En natuurlijk starten vanuit het Bezoekerscentrum ook meerdere wandelingen door deze prachtige natuur. Bij het Bezoekerscentrum zijn zelfs twee rolstoelpaden aangelegd waardoor ook mensen met een beperking van deze mooie omgeving kunnen genieten. Het Bezoekerscentrum is aangesloten bij Hart van Limburg die de VVV-belangen in Limburg vertegenwoordigt en bij het Promotie Platform Leudal dat dit specifiek voor de gemeente Leudal doet. Wij vervullen de functie van VVV-informatiepunt en kunnen de bezoekers doorverwijzen naar andere activiteiten in de regio en ze wegwijs maken met folders en wandel of fietskaarten. Zo kregen we dit jaar bijna 8000 vragen om informatie.



Het bezoekerscentrum is vectorpunt in de liberation route Europe

De Liberation Route Europe is een route door negen landen langs gedenkplekken uit de Tweede Wereldoorlog. Vanuit Zuid-Engeland ga je via Frankrijk, Luxemburg en België naar Nederland. Vanuit hier kun je de route vervolgen door Duitsland, Tsjechië en Polen of naar Italië.

Onderweg kun je naar diverse musea, herdenkingsplekken, monumenten en oorlogsbegraafplaatsen. Via een app of luisterplekken luister je naar de verhalen uit de Tweede Wereldoorlog. Op de muur van het Bezoekerscentrum is een 50 cm grote vector aangebracht als herkenningspunt en op de site van het Bezoekerscentrum wordt aandacht besteed aan de gebeurtenissen in het Leudal tijdens de Tweede Wereldoorlog.

Het bezoekerscentrum wil ook mensen met een beperking van de natuur laten genieten

Rondom het bezoekerscentrum is meer dan 4 kilometer rolstoelpad aangelegd. En ook de tuin bij het bezoekerscentrum wordt in 2023 geschikt gemaakt voor rolstoelgebruikers, blinden en slechtzienden. Daarbij biedt Bezoekerscentrum Leudal een prachtige service: het uitlenen van 'Off Road' rolstoelen om ons prachtige Leudal voor iedereen bereikbaar te maken! Met grote regelmaat worden ook wandelingen voor mensen met een beperking in het Leudal georganiseerd.





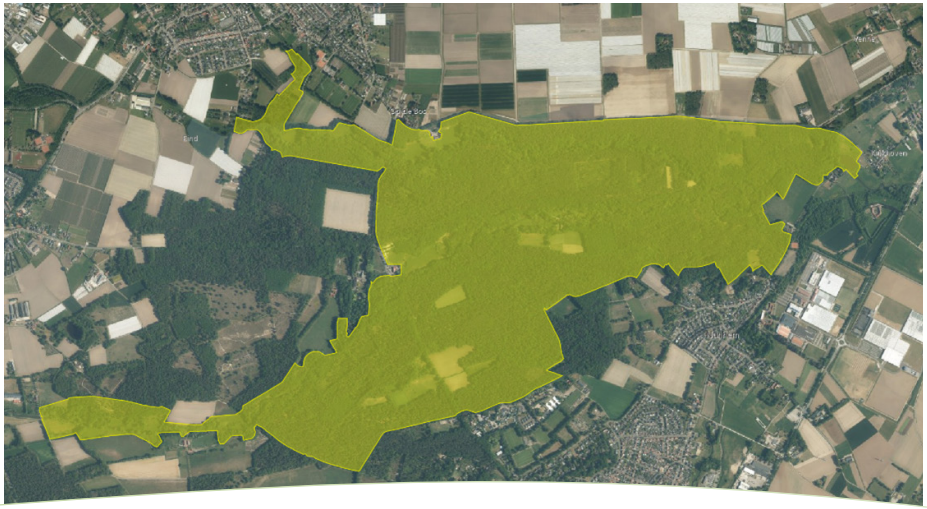
Het bezoekerscentrum is het milieu- en natuureducatiecentrum in Midden-Limburg

Wekelijks zijn er meerdere excursies in het natuurgebied Leudal. Zoals vogelexcursies, bomenfietstochten, plantenexcursies, landschapswandelingen, allemaal onder de leiding van deskundige gidsen. Deze gidsen bezoeken ook de scholen om daar les te geven in het belang van onze natuur. Jaarlijks bezoeken vele honderden kinderen het Bezoekerscentrum voor de slootjesdagen of een educatieve wandeling met een gids door het gebied. Ook het Bezoekerscentrum in Weert vervult een dergelijke rol. We werken nauw met hen samen, bijvoorbeeld in de uitwisseling van materialen voor tentoonstellingen. In 2022 hebben ongeveer 1250 mensen deelgenomen aan excursies en lezingen en hebben we voor bijna 900 leerlingen van basisscholen natuureducatie verzorgd

Het bezoekerscentrum is beschermer van Natura 2000 Leudal

De Zelsterbeek, de Roggelsebeek, de Leubeek en Tungelroysebeek zijn diep ingesneden in dit landschap waardoor grote hoogteverschillen zichtbaar zijn. De bijzondere natuur die hierdoor ontstaan is, heeft dit gebied een Europese status gegeven van beschermd natuurgebied. Bescherming vraagt voorlichting. De vrijwilligers in het Bezoekerscentrum zijn volledig voorbereid op die taak. Ze geven voorlichting tijdens de excursie en vragen op de juiste momenten aandacht voor kwetsbare planten en dieren. Tevens verzorgen ze het beheer in het gebied en adviseren ze de gemeente, provincie en boseigenaren over beheermaatregelen en verdere ontwikkeling.





Het bezoekerscentrum huisvest het Leudalmuseum

Het Leudalmuseum is een door de landelijke Museumvereniging erkend museum. De collectie kent vier aandachtsgebieden:

Archeologie
Met voorwerpen gevonden in het Leudal daterend van de steentijd tot en met de Romeinse tijd. Pronkstuk is het in 1999 in Neer gevonden wierookvat.

Tweede Wereldoorlog
In en nabij het Museum zijn diverse activiteiten geweest tijdens deze oorlog. Het museum laat voorwerpen en foto's zien van het verzet, de bezetting en de bevrijding.

Heemkunde
Vooral het verenigingsleven is te zien met een groot aantal voorwerpen van schutterijen, zoals schuttersmedailles, een schuttersbuks, vaandels en Koningszilver.

Flora en Fauna
Met natuurlijk aandacht voor de bijzondere natuur in het Leudal. Veel dieren kun je hier van dichtbij zien en ook aanraken.
Het Museum houdt de geschiedenis van het Leudal levend en voor toekomstige generaties zichtbaar. Dit jaar hebben 837 mensen het museum bezocht.





7.3 Uitwerking partners

Op dit moment werken onderstaande partners in meer of mindere mate samen binnen Bezoekerscentrum Leudal:

- Bezoekerscentrum Leudal
- Stichting Bezoekerscentrum Leudal
- Stichting Studiegroep Leudal
- Stichting Groen Hart Leudal
- Vereniging Velt
- Imkervereniging Roer- en Leudal
- Stichting Herdenkingsmonument Militairen
- Stichting Elisabethmolen Partners
- Restaurant St. Elisabethshof
- Staatsbosbeheer
- Gemeente Leudal
- IVN Roermond
- Samenwerkingsconvenant Duboisfoundation (tussen DF Eijsden, Klein Zwitserland Tegelen en Studiegroep Leudal Haelen)

Wij verzorgen de publiciteit rondom het Natura2000 gebied Leudal voor de provincie. De kosten worden door de provincie vergoed. Wij werken nauw samen met het SBB die het grootste deel van het natuurgebied Leudal in eigendom heeft.

Wij zijn aangesloten bij Hart van Limburg https://www.hartvanlimburg.nl

Wij zijn aangesloten bij het Promotieplatform Leudal https://promotieplatformleudal.nl/

Wij zijn aangesloten bij Liberation Route Europe. Het gebouw is aangemerkt als markant punt op deze route en voorzien van een Vector aan de muur. https://www.liberationroute.com/nl/pois/822/leudal-museum

Onze Imkers werken provinciaal samen in de Stichting Bijenhouders Limburg en Groep Limburg van de Nederlandse Bijenvereniging.

7.4 Uitwerking klantsegmenten

Wij willen de bezoekersaantallen van de tentoonstellingen fors zien te verhogen.

We liggen aan 4 kilometer rolstoelpad wat we in de afgelopen jaren in samenwerking met IVN en de gemeente hebben vormgegeven. Voor deze groep willen we ook zichtbaar en toegankelijk zijn. We breiden de tuin uit en maken die geschikt voor rolstoelgebruik. Mede daarom willen we graag aansluiting op het openbaar vervoer.

Wij willen iedere groep van de 15 basisscholen in het Leudal minstens 1x per jaar op bezoek; dat wil zeggen 3000 kinderen uit het Leudal die we de liefde voor de natuur mee kunnen geven. Meer dan een vertienvoudiging t.o.v. de huidige situatie.

De mogelijkheden tot uitbreiding die nu zijn ingezet zijn:

- Een overleg met Kerngezond staat ingepland;
- Er is een nieuwe brochure en webpagina gemaakt voor het educatieve aanbod van het primair onderwijs;
- De brochure is naar alle scholen verstuurd. Er zijn reeds positieve reacties. Het versturen van een brochure geschiedt jaarlijks 2 keer.

Scholen krijgen heel veel aanbod, waardoor ons aanbod wel eens aan de aandacht ontsnapt;

- We proberen via de leerkrachten die bij excursies betrokken zijn bij scholen binnen te komen om ons aanbod aan het onderwijsteam te presenteren. Nadruk: geen lessen stapelen, maar in plaats van.

Daarnaast worden in de schoolvakanties zogenaamde Buitenschoolse Activiteiten georganiseerd. Kinderen in de leeftijd tot 12 jaar kunnen hier op inschrijven. Onder leiding van schoolgidsen worden nestkastjes getimmerd, pompoenen uitgehold, wordt er vogelvoer gemaakt, wateronderzoek gedaan, een modderdag georganiseerd et cetera.

Slechts 10% van de kinderen op de basisscholen in het Leudal krijgt van ons educatie. Wij zijn bij uitstek de partij die zorg kan dragen voor natuureducatie, voorlichting over duurzaamheid en een geschiedenisles over WOII. Die rol nemen wij met onze 500 vrijwilligers met groot enthousiasme op ons. Een communicatiegroep benadert scholen persoonlijk voor contact. Doel is hetzelfde als hierboven.

We beschikken niet over een gedetailleerde analyse van de bezoekers en de herkomst van de bezoekers aan het bezoekerscentrum. Grofweg denken we dat wandelaars uit een gebied met een actieradius van 50 kilometer komen. Bij fietsers zal het om 100 kilometer gaan. Er komen weinig Duiters of Belgen. De verblijvende gasten op de Leistert zijn ook een belangrijke groep. Waar mogelijk putten we qua inzichten over klantsegmenten uit het rapport 'Bezoekersonderzoek natuurgebieden, Limburg 2016'. In dit rapport wordt inzicht gegeven in de omvang en de structuur van het bezoek aan 35 natuurgebieden in de provincie Limburg. Dit zijn verschillende soorten gebieden zoals bos, natuurgebieden en recreatieplassen. Het onderzoek is uitgevoerd door NBTC-NIPO Research in opdracht van Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten en Limburgs Landschap.

Aantal bezoekers Leudal

De definitie die de respondenten ontvingen als het gaat om een bezoek aan een recreatiegebied:

"Het gaat zowel om het bezoeken van het gebied zelf, alsmede het langs of door het gebied heen wandelen, fietsen etc. Ook het uitlaten van uw hond in het desbetreffende gebied of het maken van een ommetje rekenen wij tot een bezoek in uw vrije tijd."

Het aantal bezoeken in dit rapport is gebaseerd op de gemeten participatie (heeft men een gebied bezocht) en de gemeten frequentie (het aantal keer dat men het betreffende gebied heeft bezocht). Doordat de steekproef waarop de resultaten zijn gebaseerd is herwogen en opgehoogd naar de Nederlandse bevolking, kunnen uitspraken worden gedaan over het totaal aantal bezoeken. Om het effect van uitschieters te minimaliseren, is het aantal bezoeken onder meer gecorrigeerd op basis van woonregio. Hoe verder men van het gebied woont, hoe meer de bezoekfrequentie is afgetopt. Belangrijk is verder om te realiseren dat rond het aantal bezoeken marges zitten. Om deze redenen worden de bezoeken niet gerapporteerd als 'hard' getal, maar in een categorie. Enige voorzichtigheid is dus gewenst bij de interpretatie van het aantal bezoeken.

De resultaten in dit rapport hebben betrekking op Nederlandse bezoekers. Bezoekers vanuit het buitenland zijn dus buiten beschouwing gelaten.

In deze rapportage wordt gesproken over unieke bezoekers en bezoeken.

- Unieke bezoekers; een persoon die een bepaald gebied meerdere keren heeft bezocht, telt een keer mee in de resultaten.
- Bezoeken; de resultaten hebben betrekking op alle bezoeken die de respondent heeft afgelegd.

Zeer specifieke gebruikers van gebieden, zoals ruiters of kitesurfers, kennen een lage penetratie onder de Nederlandse bevolking. De kans dat zij in een steekproef rond het bezoek aan recreatiegebieden voorkomen is daarmee relatief klein. Hierdoor kan het zijn dat zij niet expliciet uit de cijfers naar voren komen.



Bezoekaantallen natuurgebieden Limburg

Natuurgebied	Aantal Nederlandse bezoekers (x. 1.000)	Aantal Nederlandse bezoeken (x miljoen)
Anstelvallei (Kerkrade)	179	0,5 - 0,75
Bemelerberg (Cadier en Keer/ Bemelen)	206	0,5 - 0,75
Boshuizerbergen / Landgoed Geysteren	94	0,25 - 0,5
Brunssummerheide	344	2,0 - 2,25
Bunderbos	148	0,5 - 0,75
Dubbroek (Baarlo)	91	0,25 - 0,5***
Eijsder Beemden	102	0,25 - 0,5
Geleenbeekdal	191	1 - 1,25
Genneperhuis	142	0,25 - 0,5***
Geuldal (Bergse Heide en De Dellen)	249	0,5 - 0,75
Geuldal bij Epen en Mechelen	739	1 - 1,25
Geuldal en Gerendal tussen Valkenburg en Schin op Geul	672	1,25 - 1,5
Grenspark Kempen~Broek	167	0,5 - 0,75
Groote Heide (Venlo)	254	0,75 – 1
Gulpdal (Slenaken)	516	0,75 – 1
Koelbroek/ Blerickse Heide	85	**
Landgoed Arcen	498	0,5 - 0,75
Landgoed Exaten (Baexem)	110	<0,25***

Natuurgebied	Aantal Nederlandse bezoekers (x. 1.000)	Aantal Nederlandse bezoeken (x miljoen)
Landgoed Rozendaal / Schrevenhof (Montfort)	65	<0,25***
Leudal	206	1 - 1,25
Maasplassen	388	1,5 - 1,75
Molenplas	72	**
Mulderskop/ Mookerheide/ Sint-Jansberg	451	1 - 1,25
Nationaal Park De Groote Peel	362	0,5 - 0,75
Nationaal Park De Maasduinen	590	1,25 - 1,5
Nationaal Park De Meinweg	199	0,75 – 1
Ravenvennen	39	<0,25***
Sarsven en De Banen	46	<0,25***
Savelsbos	192	0,5 - 0,75
Schadijkse Bossen	94	0,25 - 0,5***
Schuitwater	57	0,25 - 0,5***
Sint-Pietersberg	618	1,5 - 1,75
Vijlenerbos	747	1 - 1,25
Waterbloem	14	**
Zwart Water-Venkoelen	155	0,25 - 0,5

Bezoekfrequentie (in % en aantal unieke bezoekers)

aantal keren bezocht op jaarbasis in 2016		
1 bezoek	48%	99.000
2 - 3 bezoeken	24%	49.000
4 - 9 bezoeken	15%	31.000
10 - 24 bezoeken	6%	12.000
25 - 49 bezoeken	1%	1.000
50+ bezoeken	5%	11.000
Onbekend	1%	1.000



Waardering Leudal

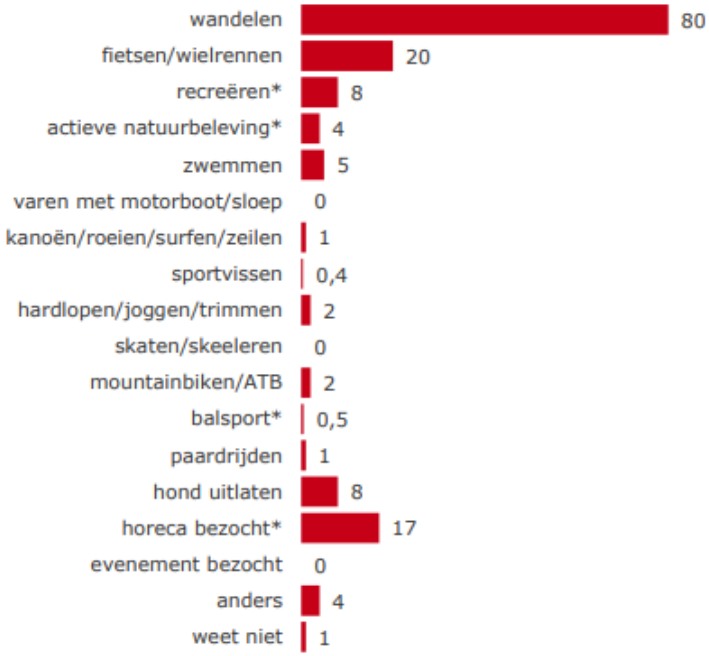
Het Leudal wordt hoog gewaardeerd, maar er zijn geen grote verschillen in de waarderingen.



Waardering natuurgebieden Limburg*

Natuurgebied	Gemiddeld rapportcijfer
Anstelvallei (Kerkrade)	7,5
Bemelerberg (Cadier en Keer/ Bemelen)	7,8
Boshuizerbergen / Landgoed Geysteren	7,7
Brunssummerheide	8,0
Bunderbos	7,9
Dubbroek (Baarlo)**	7,4
Eijsder Beemden	7,6
Geleenbeekdal	7,6
Genneperhuis**	7,6
Geuldal (Bergse Heide en De Dellen)	7,9
Geuldal bij Epen en Mechelen	8,0
Geuldal en Gerendal tussen Valkenburg en Schin op Geul	8,0
Grenspark Kempen~Broek	7,7
Groote Heide (Venlo)	7,6
Gulpdal (Slenaken)	8,3
Landgoed Arcen	7,8
Landgoed Exaten (Baexem)**	7,8
Landgoed Rozendaal / Schrevenhof (Montfort)**	7,5
Leudal	8,0
Maasplassen	8,0
Mulderskop/ Mookerheide/ Sint-Jansberg	7,9
Nationaal Park De Groote Peel	8,1
Nationaal Park De Maasduinen	8,1
Nationaal Park De Meinweg	8,0
Ravenvennen**	7,4
Sarsven en De Banen**	7,7
Savelsbos	7,7
Schadijkse Bossen**	8,0
Schuitwater**	7,9
Sint-Pietersberg	7,9
Vijlenerbos	8,0
Zwart Water-Venkoelen	7,7
Gemiddelde gebieden in Limburg	**7,9**

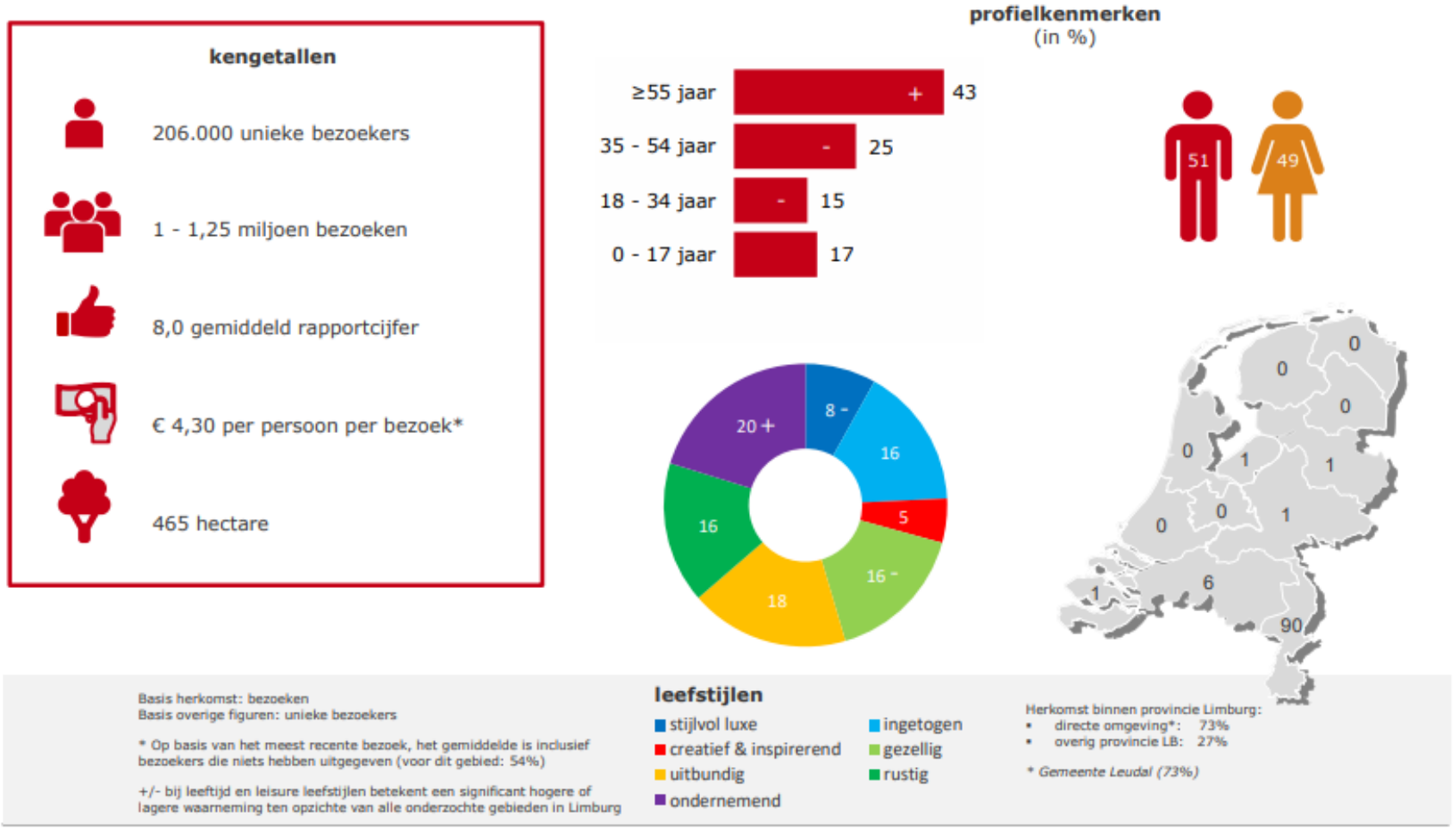
Ondernomen activiteiten tijdens de bezoeken (in %)



Opvallend is dat de horeca wel wordt genoemd met 17%. Het bezoek aan het bezoekerscentrum zal genoemd zijn bij anders, t.w. 4%.

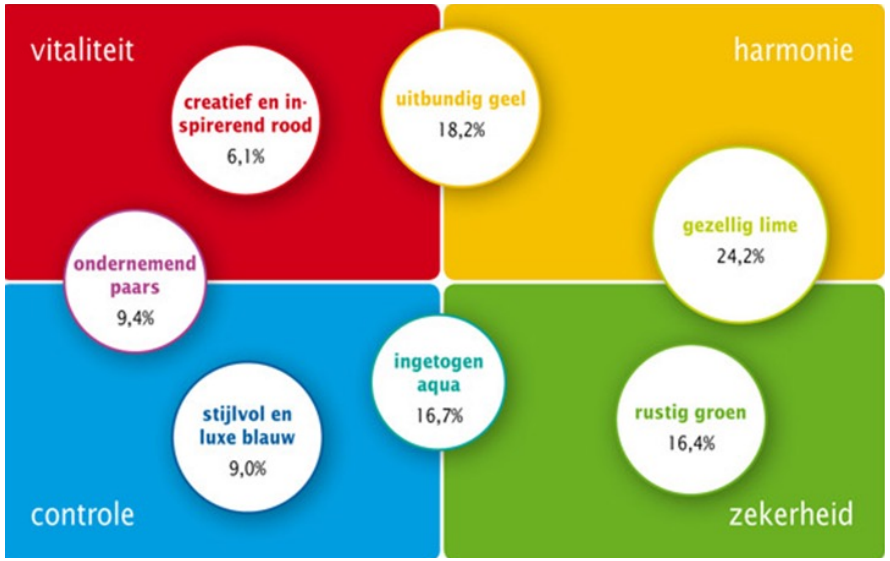
Actueel zijn de belangrijkste horecapunten rondom het Leudal:
https://elisabethshof.nl/
https://www.debusjop.nl/
https://cafedennenoord.nl/
https://www.facebook.com/st.servaas/

Bestaande bezoekers Leudal en hun leefstijlen



In de studie 'Bezoekersonderzoek natuurgebieden, Limburg 2016' van NBTC-Leefstijlen segmentatie. Leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben en wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie.

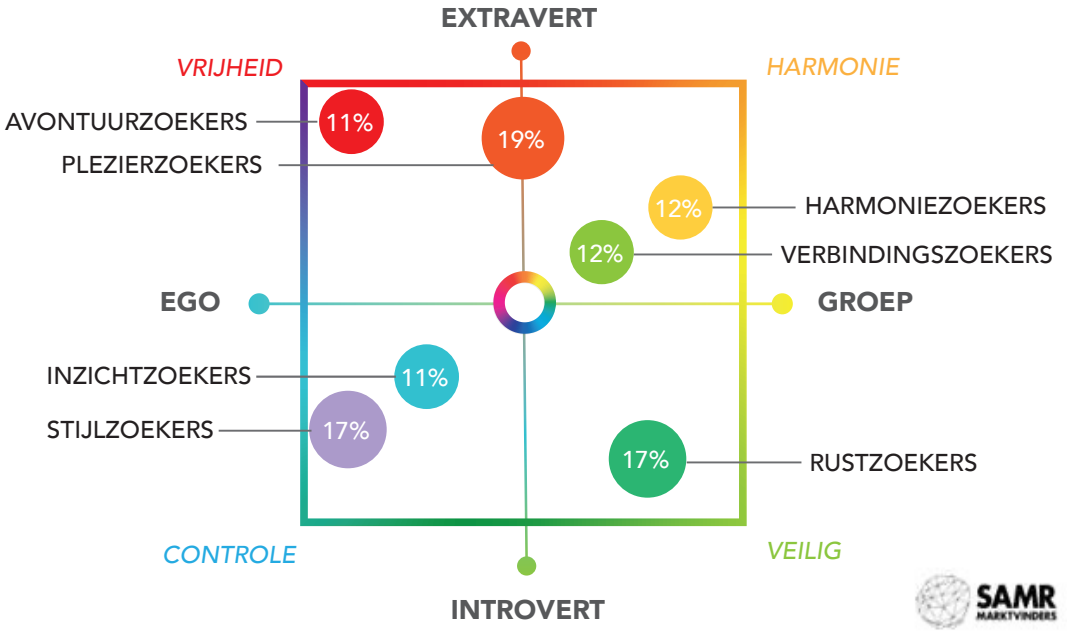
De Leefstijlvinder geeft inzicht in het gedrag, de waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Dit maakt het mogelijk om beter in te spelen op de gewenste beleving van inwoners en (potentiële) bezoekers.



In het geval van het Leudal springt er geen groep opvallend uit. Ondernemend paars scoort het hoogst (20%), daarna uitbundig geel (18%), vervolgens ingetogen aqua (16%), gezellig lime (16%) en rustig groen (16%). Stijlvol luxe blauw blijft duidelijk achter (5%).

Sinds enkele jaren wordt er meer en meer gewerkt met een andere methode. Zie in dat kader de website *www.leefstijlvinder.nl.*

De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel. De zeven leefstijlen zijn: avontuurzoeker, plezierzoeker, harmoniezoeker, verbindingszoeker, rustzoeker, inzichtzoeker en stijlzoeker.



In een andere bijlage is per type leefstijl een beschrijving opgenomen.
De vertaling van de Leisure Leefstijlen naar de Leefstijlvinder is niet een op een te maken. In het algemeen kan wel gesteld worden dat op basis van de resultaten geconcludeerd kan worden dat de bezoekers een redelijke mix vormen.

Potentiële bezoekers Leudal en Bezoekerscentrum Leudal

Het aantal bezoeken aan het Leudal bedraagt 1 tot 1,25 miljoen. Het betreft 206.000 unieke bezoekers (2016). Wetende dat deze unieke bezoekers geteld zijn per jaar, is de kans groot dat een groot deel elk jaar in het Leudal te vinden is. Wetende dat slechts een deel geïnteresseerd is in het bezoeken van een bezoekerscentrum (en dat niet elk jaar opnieuw) maakt het de spoeling op aanwas geringer dan het grote getal van 1 tot 1,25 miljoen doet vermoeden. In 2021 zijn de eerdergenoemde leefstijlen vertaald naar een toolkit natuurbeleving.

De toolkit is gebaseerd op de genoemde leefstijlvinder in de vorige paragraaf, maar vertaald naar het gedrag en de wensen van consumenten rondom natuur, natuurbeleving en de gewenste faciliteiten. Wederom hebben we de leefstijlen (op basis van de toolkit) opgenomen in de bijlagen en komen we tot de volgende doelgroepanalyse voor het Leudal, het bezoekerscentrum en de aanvullende horeca. Voor de duidelijkheid, we hebben het over een bezoekerscentrum en niet specifiek over een museum.

Leefstijlen in relatie tot natuurbeleving			
Soort leefstijl	**Potentiële bezoekers Leudal**	**Potentiële bezoekers bezoekers-centrum en museum Leudal**	**Potentiële bezoekers horeca**
Avontuurzoeker	Deels, hooguit een keer, graag alleen. Zoekt geen drukte. Liefst alleen unieke plekken en struinen.	Deels, cultuurhistorische feiten over de bestemming vinden ze interessant. Maar men kan die kennis ook vooraf via internet vergaren.	Alleen noodzakelijk en functioneel. Bij voorkeur niet.
Plezierzoeker	Ja, graag samen en actief. Graag natuur met veel voorzieningen.	Hier ligt niet hun primaire interesse. Men zal er een keer doorheen lopen als het entertainment betreft	De aanwezigheid van horeca is relatief vaak leidend of medebepalend in keuze voor een gebied.
Harmoniezoeker	Ze bezoeken natuurgebieden minder vaak dan andere leefstijlen. Ze hebben ook niet de intentie om dit vaker te doen. Liefst korte routes. Men komt vaker terug.	Ze waarderen plekken om te luieren en een bezoekerscentrum, maar ze zijn hier niet uitgesproken enthousiast over.	Harmoniezoekers combineren natuurbezoek graag met een bezoek aan horeca. De aanwezigheid van horeca is echter geen voorwaarde om een natuurgebied te bezoeken.

Leefstijlen in relatie tot natuurbeleving			
Soort leefstijl	**Potentiële bezoekers Leudal**	**Potentiële bezoekers bezoekers-centrum en museum Leudal**	**Potentiële bezoekers horeca**
Verbindingszoeker	De verbindingszoeker is een echte natuur-liefhebber. Ze gaan vaak buiten op pad, meer dan anderen, vaker dan eens per week. Ze vinden het lekker om er even helemaal uit te zijn en hun regio of streek te verkennen. Ze zoeken graag nieuwe plekken op om nog meer van de natuur te kunnen genieten.	De aanwezigheid van een bezoekers-centrum, uitkijkpost en pleisterplaatsen waarderen ze sterk. De aanwezigheid van bewegwijzering, info over routes, informatie over de aanwezige natuur, geschiedenis en/of cultuur vinden verbindingszoekers prettig, maar niet noodzakelijk.	De aanwezigheid van horeca speelt vaker dan bij andere leefstijlen geen rol in de keuze voor een gebied.
Rustzoeker	Rustzoekers blijven graag dicht bij huis. Het is prettig als het gebied bekend is; echt nieuwe gebieden ontdekken is voor hen niet nodig. Het gaat om het ervaren van de rust.	Als het gaat om de aanwezigheid van bankjes, prullenbakken, bewegwijzering, informatie etc. dan vinden de rustzoekers de meeste voorzieningen wel prettig, maar niet noodzakelijk.	De aanwezigheid van horeca is voor rust-zoekers niet bepalend in de keuze voor een natuurgebied.
Inzichtzoeker	Ze genieten van de natuur en het land-schap; het liefst in al zijn ongereptheid. Vaak zijn deze recreanten wat ouder en ze benutten natuurbezoek ook om aan hun conditie en gezondheid te werken. Een deel van hen doet nieuwe inzichten op en ervaart een stukje zingeving.	Leuke activiteiten en plekken om de natuur te beleven: vogels/wild spotten, bezoekerscentrum, observatie hut/uitkijk-post, natuurlezing, themaroute, pleis-terplaats/rustplaats, maatschappelijke activiteiten (natuurwerkdag, zwerfafval opruimen).	De aanwezigheid van horeca is voor de inzichtzoeker niet bepalend in de keuze voor een natuurgebied.
Stijlzoeker	De stijlzoeker is graag actief bezig in de natuur. Zoals het de stijlzoeker betaamt, moet ook in een natuurgebied alles goed geregeld en op orde zijn. Goed georga-niseerde activiteiten spreken hen aan; zo kun je optimaal van de natuur genieten en is alles voor je geregeld.	Aantrekkelijke voorzieningen geven de stijlzoeker actie: waterspeelplaats, zwem-plek, klimbos, speelbos, boomkroonpad, trimparcours en de kinderboerderij. Een themaroute of natuurlezing vinden zij bovengemiddeld interessant. Ook georga-niseerde activiteiten vinden zij leuk. Liever niet: een rustplaats, picknickbankje.	De aanwezigheid van horeca is voor de stijlzoeker van groot belang; want na het actief bezig zijn mag je uiteraard ook even relaxen.

7.5 Uitwerking kanalen

Behoudens maandag is het bezoekerscentrum iedere dag open. In de zomer 's ochtends en 's middags. Daarbuiten alleen 's middags. Wekelijks zijn er meerdere excursies die voor iedereen open staan. Minstens 4x per jaar wisselt het thema van de tentoonstelling op de begane grond. Minstens 10x per jaar worden er lezingen gehouden over verschillende onderwerpen. Deze lezingen worden druk bezocht, vaak door meer dan 40 deelnemers. Verder worden er jaarlijks diverse opleidingen verzorgd zoals: natuurgids, imker en ecologisch tuinieren. Over al deze activiteiten communiceren we via Facebook, directe mailing en met persberichten naar L1, de Limburger en de huis-aan-huisbladen. Onze activiteiten en nieuwsberichten worden verspreid onder de digitale kanalen die actief zijn in Midden-Limburg, zoals Delta, Buienradar, Hart van Limburg, Uitzinnig, Uitwijzer, Hallo Online et cetera.

Verder is de volgende informatie van belang.

- 19.000 bezoeken website
- 46.000 bezoeken Facebook
- Maandelijkse nieuwsbrief 610 abonnees
- 10.000 informatievragen
- 1.500 deelnemers aan excursies, lezingen en activiteiten
- Voor 200 kinderen natuureducatie verzorgd op de scholen zelf en vanaf het bezoekerscentrum
- 1.000 betalende bezoekers (inbegrepen donateurs) aan het museum

Nog niet geregistreerd zijn de mensen die de tuin bezoeken of enkel de Molen en het Monument komen bezoeken.

7.6 Uitwerking klantrelaties

Wij zijn het informatie- en inspiratiecentrum dat bijdraagt aan duurzaam toerisme in het Leudal. Daarbij staat het behoud van dit unieke en kwetsbare ecosysteem voorop, zodat toekomstige generaties ook van deze natuurlijke pracht kunnen genieten.

Daartoe verzorgen wij excursies, tentoonstellingen en lezingen over deze onderwerpen. Daarnaast leiden wij gidsen op die over deze onderwerpen excursies kunnen geven en lessen kunnen verzorgen voor basisscholen. Daarnaast presenteren wij in ons museum een unieke collectie over de cultuur en geschiedenis van het Leudal.

Op alle denkbare manieren onderhouden wij deze relatie. Zie ook de andere bouwstenen voor een verduidelijking.

7.7 Uitwerking bronnen

Een goed gebouw, middelen en vrijwilligers zijn essentieel voor het succes en de effectieve werking van hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal. Het biedt enerzijds voldoende ruimte om kunstwerken, historische artefacten of andere tentoonstellingsstukken op een effectieve manier te presenteren. Het gebouw draagt daarnaast bij aan de algehele ervaring van de bezoekers. Een aantrekkelijke en goed ontworpen ruimte kan de nieuwsgierigheid stimuleren, het leren vergemakkelijken en bezoekers aanmoedigen om terug te keren. Het is daarnaast de thuisbasis voor de vrijwilligers en de stakeholders.

Vrijwilligers dragen bij aan alle denkbare aspecten in en rondom hét informatie- en inspiratiecentrum van het Leudal. Ze maken een soepel verloop van de dagelijkse activiteiten mogelijk. Vrijwilligers slaan ook een brug tussen het bezoekerscentrum en de gemeenschap. Ze kunnen evenementen organiseren, educatieve programma's ondersteunen en de betrokkenheid van het publiek vergroten. Hun enthousiasme en kennis kunnen de bezoekerservaring verrijken.

We komen van een situatie waarin een beroepskracht met ondersteuning (2,5 fte) vanuit de gemeente was aangesteld. Deze taken worden nu allemaal door vrijwilligers uitgevoerd. Meer dan 400 vrijwilligers zijn op een of andere manier verbonden aan dit Bezoekerscentrum. Het lukt ons nog steeds om de juiste persoon te vinden voor de werkzaamheden die we willen doen. We

hebben iemand aangetrokken en die is inmiddels verantwoordelijk voor de organisatie van de tentoonstellingen.

7.8 Uitwerking inkomstenstromen en kostenstructuur

De stichtingen en verenigingen in Bezoekerscentrum Leudal zijn niet uit op winst. Ons doel ligt bij educatie, verduurzaming, beleving en bewustwording. Onze inkomsten gebruiken wij om de excursies en lessen voor te bereiden.

De energiekosten zijn de afgelopen jaren de pan uit gerezen. Wij hebben in 2022 bijna 38% van onze gemeentelijke subsidie uitgegeven aan gas en elektra. Wij komen de laatste jaren structureel bijna €10.000 tekort. Wij hebben de gemeente gevraagd om de subsidie aan te passen aan de inflatie, maar kregen tot op heden geen antwoord.

De volledige jaarrekening is separaat ingediend bij de gemeente Leudal. ▶

7.8.1 Staat van baten en lasten 2021

Staat van baten en lasten 2021		
	Baten	Lasten
Huur interne partners	€ 2.500,00	
Subsidie gemeente Leudal	€ 39.000,00	
Buitengewone baten-BTW herziening vrijval	€ 3.481,00	
Huur gebouw		€ 6.196,00
Onderhoud en beveiliging		€ 1.762,00
Schoonmaakkosten		€ 5.180,00
Energie en water		€ 4.130,00
Belastingen en heffingen		€ 686,00
Telecommunicatiekosten/internet		€ 1.134,00
Kantoorkosten		€ 1.646,00
Verzekeringen		€ 352,00
Kosten Natuur- en Milieueducatie		€ 1.000,00
Bankkosten		€ 206,00
Vergader- en representatiekosten		€ 326,00
Onkosten		-
PR kosten		€ 1.374,00
Afschrijving inventaris		€ 1.546,00
Contributie en heffingen		-
Accountantskosten/ Belastingadviseur		€ 1.000,00
Notariskosten		€ 576,00
Totaal	€ 44.991,00	€ 27.114,00
Exploitatieresultaat	+€ 17.877,00	

7.8.2 Staat van baten en lasten 2022

Staat van baten en lasten 2022		
	Baten	Lasten
Huur interne partners	€ 7.985,00	
Subsidie gemeente Leudal	€ 39.000,00	
Huur gebouw		€ 6.196,00
Onderhoud en beveiliging		€ 1.841,00
Onderhoud tuin		€ 1.111,00
Kosten nieuwbouw/verbouwing		€ 8.470,00
Schoonmaakkosten		€ 8.728,00
Energie en water		€ 13.586,00
Belastingen en heffingen		€ 687,00
Telecommunicatiekosten/internet		€ 1.483,00
Kantoorkosten		€ 1.715,00
Verzekeringen		€ 399,00
Kosten Natuur- en Milieueducatie		€ 1.369,00
Bankkosten		€ 218,00
Vergader- en representatiekosten		€ 288,00
Onkosten vrijwilligers		€ 2500,00
PR kosten		€ 1.281,00
Afschrijving inventaris		€ 2.029,00
Contributie en heffingen		€ 1.310,00
Accountantskosten/Belastingad-viseur		€ 110,00
Notariskosten		-
Totaal	**€ 46.985,00**	**€ 53.321,00**
Exploitatieresultaat	-€ 6.336,00	

7.8.3 Balans 31 december 2022

Balans 31 december 2022		
	Debet	Credit
Vaste activa	11.004,00	
Vorderingen en overlopende activa	3.462,00	
Liquide middelen	81.137,00	
Eigen vermogen		73.088,00
Schulden op korte termijn		22.515,00
Totaal	**€ 95.603,00**	**€ 95.603,00**

▲ *De volledige jaarrekening is separaat ingediend bij de gemeente Leudal.*

◀ *De volledige jaarrekening is separaat ingediend bij de gemeente Leudal.*

7.8.4 Begroting 2024

Begroting 2024		
	Baten	**Lasten**
Huur interne partners	€ 7.750	
Vergoeding gebruik Panorama restaurant	€ 500,00	
Subsidie gemeente Leudal	€ 39.000,00	
Huur gebouw		€ 6.190,00
Onderhoud en beveiliging		€ 2.500,00
Onderhoud tuin		€ 2.500,00
Bezetting Balie		€ 2.500,00
Kosten nieuwbouw/verbouwing		-
Schoonmaakkosten		€ 8.000,00
Energie en water		€ 15.000,00
Belastingen en heffingen		€ 850,00
Telecommunicatiekosten/internet		€ 1.000,00
Kantoorkosten		€ 2.500,00
Verzekeringen		€ 750,00
Kosten Natuur- en Milieueducatie		€ 1.500,00
Bankkosten		€ 260,00
Bestuur-, vergader- en representatiekosten		€ 1.000,00
PR kosten		€ 7.000,00
Afschrijving inventaris		€ 4.500,00
Contributie en heffingen		-
Accountantskosten/ Belastingadviseur		-
Notariskosten		-
Verzorgen rondleidingen		€ 600,00
Herdenkingsdag monument		€ 600,00
Totaal	**€ 47.250,00**	**€ 57.250,00**
Exploitatieresultaat	-€10.000,00	

◀ *Volgens opgave bestuur Bezoekerscentrum Leudal.*

8: Andere bezoekerscentra in Limburg

De Brunssumerheide (natuurmonumenten)

Bezoekerscentrum Brunssummerheide wordt vanaf 2019 Natuurmonumenten in 't Veld. Natuurmonumenten gaat vanaf dit jaar de ontvangst van haar bezoekers in een aantal gebieden anders organiseren. Zo ook op de Brunssummerheide in Heerlen en Brunssum. De vrijwilligers en medewerkers ontmoet je vanaf dit voorjaar niet meer achter de balie van het bezoekerscentrum. Je komt ze voortaan tegen in het veld of tijdens een van de vele activiteiten die Natuurmonumenten in het veld organiseert. Dit heeft tot gevolg dat de balie van het bezoekerscentrum vanaf 1 april 2019 is gesloten, er geen souvenirtjes meer gekocht kunnen worden en er geen speurtochten of kinderfeestjes meer geboekt kunnen worden. Je kunt in het gebouw natuurlijk wel terecht voor een hapje of drankje bij restaurant Schrieversheide. Ook vind je er nog informatie over het gebied en alle routes.

De Pastorie (Limburgs Landschap)

Aan de Oude Pastorie in het Zuid-Limburgse Beek ligt het gelijknamige bezoekerscentrum van Het Limburgs Landschap. Op basis van bouwhistorisch onderzoek is de Oude Pastorie in 2016-2017 gebouwd rond een restant van een vroenhof uit het eind van de 18e eeuw. Je vindt er informatie over de geschiedenis van de streek, de (Zuid-)Limburgse natuur en er is een speciale kinderhoek ingericht. Tevens is het een prima startpunt voor een wandeling in de omgeving of een fietstocht door Zuid-Limburg. De tuin fungeert als ontmoetingsplek of als rustmoment voor u alleen. De informatie is deels te vinden op de tafelbladen wanneer u gebruik maakt van de gastvrijheid van de Oude Pastorie. Het Limburgs Landschap heeft hier een pareltje toegevoegd aan Zuid-Limburg. Waar niet veel meer dan een vervallen schuurtje restte, is de Oude Pastorie liefdevol gerestaureerd en met respect voor het verleden herbouwd. Een plek waar de Limburgse natuur, de geschiedenis van de Duitse Orde en Bourgondische gastvrijheid elkaar treffen.

De Meinweg (Particulier bezit)

Bezoekerscentrum de Boshut van Nationaal Park De Meinweg is hét startpunt van de verschillende wandel-, fiets- en menroutes. Zowel buiten als binnen tref je informatie aan over het nationaal park. In het weekend zijn er tussen 11 en 15 uur baliemedewerkers aanwezig die je kunnen adviseren waar in de regio jouw natuur- en landschapswensen vervuld kunnen worden. Natuurlijk kun je er ook routekaarten kopen. Daarnaast starten bij het bezoekerscentrum excursies en is het vaak het startpunt voor de Meinweg Kidsrangers en de Juniorrangers. Met kleine kinderen kun je hier een knapzak huren om het Kabouterpad te lopen. De Boshut ligt midden in een speelbos met picknickbanken. Kinderen vermaken zich er uitstekend met verschillende speelaanleidingen zoals een kinder-klimbos, een huttenbouwplaats en een waterspeelplaats. Verder is het bezoekerscentrum een rustplaats. Je kunt er terecht voor een drankje en hapje, een stuk heerlijke Limburgse vlaai, een Gagelbiertje (uit ons eigen nationaal park), maar ook een lunch of diner is mogelijk op het terras of gezellig bij het haardvuur. Daarom wordt het ook wel Brasserie De Boshut genoemd.



Groote Heide (Limburgs Landschap)

Ten oosten van Venlo, grenzend aan Duitsland, ligt de Groote Heide. Dit ruim 250 hectare grote gebied heeft meer in petto dan heide alleen. De grootste oppervlakte is weliswaar heide, maar de aanwezigheid van akkertjes, schrale graslanden en bos (en de soms nog zichtbare sporen van militair gebruik) maakt het gebied enorm gevarieerd en rijk aan planten en dieren. Door het gebied lopen diverse wandel- en fietspaden. Drie routes zijn gemarkeerd. Het infocentrum aan de zuidzijde van het gebied is een prima locatie om meer informatie over het gebied te krijgen. Daar starten ook twee van de drie wandelroutes. Tevens ligt in die omgeving een loslooopterrein voor honden. In 2019 werd het infocentrum op de Groote Heide bij Venlo volledig gerenoveerd en deed de Gasterij Groote Heide zijn intrede. Geniet in de wintermaanden van een dampende kop koffie in de sfeervol ingerichte gasterij of een verkwikkende verfrissing tijdens een van de zonovergoten zomerdagen op het schaduwrijke terras. Wat wil een mens nog meer!

Landgoed De Hamert (Limburgs Landschap)

Bij deze ontvangstlocatie van Landgoed De Hamert vindt u informatie om te kunnen dwalen over de heide, te genieten van het uitzicht over het Pikmeeuwenwater of zich te verbazen over het snelstromende Geldernsch-Nierskanaal. Uitgebreide wandelmogelijkheden door topnatuur, met als afsluiting een heerlijke pannenkoek in de voormalige jachthut, maken het tot een van de meest geliefde wandellocaties van het Limburgs Landschap.

Maasduinen (Limburgs Landschap)

Aan het Reindersmeer, tussen de dorpen Nieuw-Bergen en Well, ligt Bezoekerscentrum De Maasduinen. Het gebouw is op zichzelf al bijzonder. Het staat niet, maar het hangt in een oude sluis. Het uitzicht vanaf het pand is spectaculair. Binnenin zijn culinair en informatief geïntegreerd. Het Bezoekerscentrum De Maasduinen ligt middenin Nationaal Park De Maasduinen en is gebouwd in de oude sluis die het Reindersmeer met het Leukermeer verbond.

Het is vanzelfsprekend dé startplek om het Nationaal Park te verkennen. Naast uitgebreide info over de Maasduinen kunt u hier terecht voor een heerlijke versnapering. Het grote terras biedt u een prachtig uitzicht over het water. In en rondom het bezoekerscentrum is voor jong en oud van alles te beleven. Diverse korte en lange wandelroutes, een speelbos en een trekveer liggen voor u klaar. Dit is niet de enige locatie waar Het Limburgs Landschap informatie verstrekt over Nationaal Park De Maasduinen. Ook in Jachthut Op den Hamer vindt u daaarover informatie. Deze ontvangstlocatie ligt in het zuidelijke deel van het Nationaal Park. Ook de Jachthut is een perfecte uitvalsbasis om via diverse wandel- en fietsroutes het zuidelijk deel van het Nationaal Park te verkennen.

Buitencentrum De Pelen (Staatsbosbeheer)

Buitencentrum De Pelen ligt aan de rand van Nationaal Park De Groote Peel. Het is het start- en eindpunt van verschillende wandel- en fietsroutes. In het bezoekerscentrum zijn fiets- en wandelkaarten, boeken en souvenirs te koop. Bij de informatiebalie worden doe- en ontdektochten verhuurd en starten diverse leuke activiteiten.



9. Leisure leefstijlvinder segmentatie

Uitbundig geel
Recreanten in de gele belevingswereld zijn echte levensgenieters die graag samen met anderen actief en sportief recreëren. Recreatie is voor deze groep genieten, uitgaan en lekker eten. Actief, sportief, gezellig en verrassend zijn de kernwoorden bij de vormen van recreatie die zij kiezen. Contact met anderen – familie, vrienden of kennissen – is belangrijk. Zij gaan ook regelmatig met een grotere groep dan alleen het eigen gezin op pad. Ze zijn energiek en enthousiast en letten er bij het uitkiezen van een activiteit op dat iedereen het naar de zin kan hebben. Recreatief winkelen behoort zeker ook tot hun favoriete bezigheden. Ze beschikken over iets meer budget dan gemiddeld.

Gezellig lime
Gezellig lime recreanten zijn gewone, gezellige mensen die recreëren om zo even weg te zijn van de dagelijkse beslommeringen. Recreëren is "even lekker weg met elkaar". Daarbij staat samen zijn, gezelligheid en (sportieve) ontspanning centraal. De lime recreant stelt daarbij niet van die bijzondere eisen. Een braderie of rommelmarkt is heel gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen! Lekker vrij zijn, rust en doen waar je op dat moment zin in hebt, dat telt voor de recreanten uit de lime belevingswereld. Daarbij wordt wel een beetje op de kosten gelet, je kunt tenslotte je geld maar één keer uitgeven.

Rustig groen
Recreanten uit de groene belevingswereld zijn kalm en serieus. Recreëren is voor hen niets anders dan uitrusten, ontspannen en tijd hebben voor je hobby's. Even rust nemen in eigen omgeving en niets aan je hoofd hebben. In eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Lekker tijd hebben voor je hobby en omgaan met bekenden die dezelfde hobby hebben. Groene recreanten omschrijven zichzelf relatief vaker als gewoon, nuchter, bedachtzaam en kalm. Zij gaan graag hun eigen gang en vinden dat de maatschappij van vandaag toch wel erg hard aan het veranderen is. Hun gevoel is dat het "vroeger vaak beter was". De dagrecreatieactiviteiten die zij kiezen, passen vaak goed bij deze beleving. Eén- en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdsklassen zijn in deze groep relatief oververtegenwoordigd.

Ingetogen aqua
Recreanten uit de aqua belevingswereld zijn bedachtzaam en geïnteresseerd in cultuur en wat zij kunnen betekenen voor de maatschappij. Ze beschrijven zichzelf als ruimdenkend, rustig, geïnteresseerd in anderen en serieus. In deze groep vinden we relatief vaker empty nesters, die weer tijd hebben voor hun eigen interesses. Inspirerende, maar vaak rustige, activiteiten horen daarbij.
Zij verdiepen zich graag in kunst en cultuur, willen nog volop meedoen met de maatschappij van vandaag en alle veranderingen die zij daarin zien.
Deze recreanten houden ook wel van sportieve activiteiten. Wandelen, fietsen, nordic walking: dat houdt je fit!

Ondernemend paars

Recreanten uit de paarse belevingswereld laten zich graag verrassen en inspireren, met name door cultuur. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg voor de ondernemend paars ingestelde recreant. Zij zijn op zoek naar een bijzondere ervaring. Met name cultuur, maar ook activiteit en sportiviteit staan daarbij centraal. Toch zien we na een drukke (werk)periode dat deze recreanten ook erg kunnen genieten van een sauna- of wellness arrangement. Het zijn relatief veel jonge één- of tweepersoonshuishoudens.

Creatief en inspirerend rood

Recreanten uit de rode belevingswereld zijn over het algemeen erg creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Ze gaan graag buiten de gebaande paden. Karakterkenmerken als onafhankelijk, intelligent, zelfbewust, artistiek en ruimdenkend passen goed bij deze recreanten. Het onbekende is juist spannend en prikkelend. Recreatie betekent, naast sportiviteit en ontspanning, ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

Stijlvol en luxe blauw

Recreanten uit de blauwe belevingswereld zijn zelfverzekerd en vinden dat ze in hun vrije tijd wel wat luxe en stijlvol ontspannen verdienen. Ze zijn zakelijk en intelligent. Ze houden van stijl en klasse, zijn wat meer gericht op de exclusievere vormen van recreatie. Recreëren betekent voor hen zich even ontspannen en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Dit doen zij door actief te sporten maar ook door aandacht te besteden aan het 'social network'. In hun vrije tijd zoeken zij graag "ons soort mensen" op. Meer exclusieve vrijetijdsbestedingen als wellness en bijeenkomsten met VIP-arrangementen, zijn populair bij deze belevingswereld

Profiel Nederlandse bevolking



Bron: SAMR, 2016

De toewijzing van de leefstijlen aan de bezoekers gebeurt door SAMR aan de hand van de antwoorden die de bezoekers op vraag 14 t/m 17 hebben gegeven (zie de vragenlijst in het hoofdstuk 'Onderzoeksmethode).

Profiel bezoekers aan 35 natuurgebieden in Limburg	
lime	21%
geel	19%
aqua	16%
groen	16%
paars	9%
blauw	12%
rood	7%

Bron: Bezoekersonderzoek Limburg 2016

Onderverdeling soorten bezoekers (toolkit natuurbeleving)

AVONTUURZOEKER

De avontuurzoeker is:

- Avontuurlijk
- Creatief
- Assertief
- Gericht op zelfontwikkeling
- Extravert
- Eigenwijs

11% van de Nederlanders is een avontuurzoeker. Avontuurzoekers zijn iets vaker vrouw (57%), en relatief vaak 50+ (57%) en alleenstaand (34%).
Ze zijn relatief hoog opgeleid (65%)

Kenmerken van de ideale vakantie:

- Op zoek naar avontuur, uitdaging, kennis, inspiratie, nieuwe ervaringen en nieuwe mensen, creatief bezig zijn en het lokale leven ervaren, iets unieks.
- Kiezen significant vaker voor vakanties met veel culturele activiteiten en kunst, stedentrip, natuurvakantie, rondtrekken en sportieve vakantie.
- Avontuurzoekers trekken graag hun eigen plan, liever niet met grote groepen.

Avontuurzoeker motieven

De avontuurzoeker gaat de natuur in om avonturen te beleven en nieuwe plekken te ontdekken. Ze vinden het fijn om rond te struinen en van de gebaande paden af te gaan, dat is écht lekker de natuur in. Daarbij zijn ze graag alleen of met een partner of vriend. Ze komen liever geen andere mensen tegen. Sporten zoals hardlopen of kennis opdoen over de natuur doen ze ook graag. De avontuurzoeker heeft minder de behoefte om in de natuur reuring te vinden, plezier te hebben of buiten te spelen met kinderen.

Avontuurzoeker natuur

Waardeert dit natuurtype bovengemiddeld: alles, behalve functioneel bos.
Kenmerken: liefst omvangrijke gebieden, hoge mate van ongereptheid, zonder voorzieningen. Wildernis- of oernatuur vinden ze erg aantrekkelijk, net als natuur zonder wegen en paden. Avontuurzoekers gaan niet graag naar een gebied dat ze al kennen en komen ook niet graag terug op hetzelfde plekje.
Wandelpaden: voorkeur voor geen paden (natuurlijke ondergrond) of onverharde paden (gras, zand of klei), smalle paden en gemarkeerde routes. Fietspaden: liefst geen gebieden met veel verhard pad (asfalt, stenen, beton), of half verhard pad (grind, schelpjes, houtsnippers). Voorkeur voor smalle paden.

Avontuurzoeker activiteiten & voorzieningen

- Avontuurzoekers gaan vaker dan gemiddeld één keer per week op pad in de natuur, maar zouden dat wel vaker willen doen. Er zijn relatief weinig avontuurzoekers die nooit de natuur in gaan.
- Ze gaan graag alleen of met partner op pad, niet vaak met kinderen.
- Avontuurzoekers lopen langer dan gemiddeld: 2-4 uur op gemarkeerde routes. Ideale dag: 4 uur of langer.
- Leuke activiteiten: boomkroonpad, themaroute, georganiseerde sportieve outdoor activiteiten, culturele activiteiten (buitentheater, creatieve workshop), maatschappelijke activiteiten (zwerfafval opruimen).
- Niet leuk: kinderboerderij, speelbos, georganiseerde tochten en routes.
- Als avontuurzoekers met kinderen de natuur in gaan dan passen ze hun programma niet aan.
- De aanwezigheid van horeca is voor hen niet belangrijk in de keuze voor een natuurgebied.
- Natuur met veel voorzieningen vinden avontuurzoekers minder aantrekkelijk.

Redenen om een gebied wel/ niet te bezoeken:

- Redenen voor de avontuurzoeker om weg te blijven uit een natuurgebied zijn overlast van andere gebruikers, zoals mountainbikers of ruiters of gezondheidsrisico's als blauwalg of eikenprocessierups.
- Betaald parkeren wordt door de avontuurzoeker niet gezien als een reden om weg te blijven. Ze zijn bereid te betalen voor toegang en ook voor voorzieningen (actieve mogelijkheden) en speciale paden (zoals MTB).

PLEZIERZOEKER

De plezierzoeker is:

- Spontaan
- Avontuurlijk
- Eigenwijs
- Vrolijk
- Impulsief
- Sociaal

17% van de Nederlanders is een plezierzoeker. Veelal jongeren tussen 18 en 34 jaar (67%), en veel minder 50+ (14%). Veel gezinnen met kinderen (38%).

Kenmerken van de ideale vakantie:

- Op zoek naar plezier, gezelligheid, entertainment en avontuur: er moet wel voor iedereen wat te beleven zijn.
- Plezierzoekers kiezen vaak voor een zon-, zee- en strandvakantie, een feestvakantie of een avontuurlijke vakantie.
- Ze gaan graag met een groep en relatief vaak op vakantie: hoe meer, hoe beter.

Plezierzoeker motieven

Als de plezierzoeker de natuur in gaat, dan is dat zelden in zijn of haar eentje, en niet alleen om te genieten van het natuurschoon. Tijd in de natuur is tijd met vrienden en familie, voor gezelligheid. Tijdens de lockdown kwamen ze erachter dat je dat ook prima in de natuur kan doen. Plezier hebben, nieuwe plekken ontdekken, avonturen beleven, dat willen ze. Net als activiteiten ondernemen, reuring, spelen met de kinderen en dan tot slot nog even een terrasje pakken. Hoe die natuur er dan precies uit ziet, dat maakt ze niet zo gek veel uit. En is het iets verder reizen? Dat vinden ze ook niet erg.

Plezierzoeker natuur

Waardeert dit natuurtype bovengemiddeld: vaker dan andere leefstijlen neutraal over natuurtypen, maar open agrarisch landschap vinden ze wel echt minder aantrekkelijk. Kenmerken: bewegwijzering is niet zo belangrijk, horeca en prullenbakken juist wel. Graag natuur met veel voorzieningen. Wandelpaden: liefst verhard óf onverhard, maar halfverhard vinden ze minder fijn. Fietspaden: liever geen brede of verharde paden.

Plezierzoeker activiteiten & voorzieningen

- Plezierzoekers zijn niet de grootste fans van 'normaal' fietsen, maar zitten des te liever op de mountainbike of wielrenfiets. Of ze trekken de hardloopschoenen aan voor een rondje door het bos.
- Waterrecreatie doen ze graag, zowel rustig als actief. Met een barbecue of picknick erbij is het een mooie dag.
- Vroeg opstaan om wild te spotten? Daar maak je de plezierzoeker niet blij mee.
- Wandelen of fietsen (met normale fiets) doen ze graag wat korter dan anderen: 1-2 uur wandelen of 30 min-1 uur fietsen.
- Ze wandelen graag met een app. Als ze gaan fietsen, dan liever geen routes of dagje met stops om plekken te bezoeken.
- Als plezierzoekers met kinderen de natuur in gaan dan passen ze de dag op hen aan, al ondernemen ze vaak wel dezelfde activiteiten. Ze kiezen bijvoorbeeld een kortere route.

Redenen om een gebied wel/ niet te bezoeken

- De aanwezigheid van horeca is relatief vaak leidend of medebepalend in keuze voor een gebied.
- Bij slecht weer blijft de plezierzoeker thuis: het moet wel leuk blijven.
- Van drukte, overlast van andere gebruikers of een 'teveel' aan activiteiten hebben ze weinig last: dit is minder vaak een reden om thuis te blijven.
- Betalen voor parkeren of andere zaken? Dat begrijpen ze, ze zijn vaker 'neutraal' dan anderen.

HARMONIEZOEKER

De harmoniezoeker is:

- Sociaal
- Vrolijk
- Hartelijk
- Zachtaardig
- Gemoedelijk
- Iemand van 'doe maar normaal'

12% van de Nederlanders is een harmoniezoeker. Vaker vrouwen (79%), in de leeftijd 35-54 jaar (47%), laag-midden opgeleid. Vaker tweepersoonshuishoudens 50-64 jaar (21%) of met kinderen tot 12 jaar (25%).

Kenmerken van de ideale vakantie:

- Vakantie betekent tijd voor het gezin! Om samen te genieten, te ontspannen en plezier te maken.
- Goede balans tussen dingen ondernemen (shoppen, zwemmen, bezoekje aan dierenpark of pretpark) en rustig aan doen (sauna, spelletje spelen).
- Voor iedereen wat te doen, niet te duur.
- Vrienden- of familieweekend.

Harmoniezoeker motieven

Harmoniezoekers houden ervan om er even helemaal tussen uit te zijn. De frisse buitenlucht en het landschap/de natuur trekken hen aan, maar zij waarderen bovenal de gezelligheid en tijd met vrienden/familie. Ze vinden het belangrijk dat een natuurbezoek hen plezier oplevert. Als gezelligheidsdieren vinden harmoniezoekers het dan ook niet erg als natuurgebieden wat drukker bezocht zijn. Voor de harmoniezoeker hoeft een natuurbezoek niet per se in het teken te staan van het beleven van avonturen of het ontdekken van nieuwe plekken. Ze gaan graag terug naar hetzelfde plekje.

Harmoniezoeker natuur

Waardeert dit natuurtype bovengemiddeld: geen echte uitschieters. Waardeert open agrarisch landschap meer dan gemiddeld en riviernatuur en heuvellandschap minder dan gemiddeld. Kenmerken: nette, goed onderhouden natuur. Vlak, goed toegankelijk met wegen en paden. Veel voorzieningen. Wandelpaden: verharde paden waar geen auto's kunnen rijden. Liever geen smalle paden. Fietspaden: fietsen graag op verharde paden waar geen auto's kunnen rijden. Voorkeur voor brede paden. Ze zijn minder dan andere leefstijlen liefhebber van half verharde of onverharde paden.

Harmoniezoeker activiteiten & voorzieningen

- Harmoniezoekers bezoeken natuurgebieden minder vaak dan andere leefstijlen. Ze hebben ook niet de intentie om dit vaker te doen.
- Harmoniezoekers houden enorm van fietsen, maar alleen met de gewone fiets. Mountainbiken of wielrennen spreekt ze juist relatief weinig aan.
- Ze gaan relatief weinig alleen op pad. Ze gaan niet per se opvallend vaak in een specifiek gezelschap en, net als de meeste Nederlands, gaan ze het vaakst met partner.
- Wandelen vinden harmoniezoekers prima, maar ze zijn geen liefhebber van struinen, lange afstanden of meerdaags wandelen. De wandelingen van de harmoniezoekers zijn bovengemiddeld vaak kort (tussen 30 minuten en een uur). Ze zijn niet te porren voor hardlopen of trailrunnen.
- Harmoniezoekers combineren natuurbezoek graag met een bezoek aan horeca. De aanwezigheid van horeca is echter geen voorwaarde om een natuurgebied te bezoeken. Ook barbecueën en/of picknicken in de natuur doen ze graag.
- Ze houden niet zo van georganiseerde activiteiten, tochten of excursies.

Redenen om een gebied wel/ niet te bezoeken:

- Harmoniezoekers stellen de aanwezigheid van pleisterplaatsen, bankjes en rustplaatsen opvallend vaak op prijs. Net als andere Nederlanders waarderen ze ook plekken om te luieren en een bezoekerscentrum, maar ze zijn hier niet uitgesproken enthousiast over.
- Andere voorzieningen waarderen zij juist minder, in het bijzonder klimbossen, trimparcours, natuurlezingen en zwemplekken. Te veel voorzieningen is echter geen reden om weg te blijven.

- Reisafstand kan een beperking zijn om een natuurgebied te bezoeken. Ze zijn meer dan andere leefstijlen bereid om maximaal 30 minuten te reizen voor natuurbezoek en juist minder bereid om verder (1 uur tot 3 uur) te reizen.
- Harmoniezoekers betalen niet graag voor toegang tot natuurgebieden of specifieke paden. Betalen voor specifieke voorzieningen (zoals een uitkijktoren of bezoekerscentrum) staan ze echter wel voor open.
- Als er kinderen mee gaan, dan kiezen ze relatief vaak voor een kortere route.

VERBINDINGZOEKER

De verbindingszoeker is:

- Behulpzaam
- Gewoon
- Geïnteresseerd in anderen
- Evenwichtig
- Hartelijk
- Rustig

12% van de Nederlanders is een verbindingszoeker. Evenwichtige verdeling tussen mannen en vrouwen in de leeftijd van vooral 60+ (66%). Vaker twee-persoons-huishoudens (57%) en relatief weinig gezinnen met kinderen.

Kenmerken van de ideale vakantie:

- Vakantie is ontspanning, genieten en gezelligheid, rust en stilte, tijd voor elkaar.
- Ze willen het gevoel hebben dat je het 'echte, normale leven' ervaart.
- Ze houden van vakanties in de natuur, en rondtrekken.
- Een groepsreis is gezellig en makkelijk om veel te kunnen doen en beleven.

Verbindingszoeker motieven

De verbindingszoeker is een echte natuurliefhebber. Ze gaan vaak buiten op pad, meer dan anderen vaker dan eens per week. Dat deden ze ook al vóór corona, ze zijn door de lockdown niet vaker de natuur in gegaan. Integendeel, ze zijn juist minder vaak de natuur in gegaan, waarschijnlijk om de drukte te vermijden: drukte en activiteit hoort voor de verbindingszoekers niet per se bij de natuur. Verbindingszoekers gaan meestal met hun partner op pad, minder dan anderen met familie of gezin. Ze genieten van de natuur, van de gezonde en frisse buitenlucht. Ze vinden het lekker om er even helemaal uit te zijn en hun regio of streek te verkennen. Ze zoeken graag nieuwe plekken op, om nog meer van de natuur te kunnen genieten. Daarnaast geeft buiten zijn hen ook de mogelijkheid hun hobby uit te oefenen.

Verbindingszoeker natuur

Waardeert dit natuurtype bovengemiddeld: met name enthousiast over natuurlijk bos en heide. Maar ook riviernatuur en uiterwaarden, kleinschalig cultuurlandschap, dorpslandschap, veenweidegebied en open agrarisch landschap vinden ze vaker mooi dan andere leefstijlen. Kenmerken: wildernis, oernatuur, bosrijk en begroeid, goed toegankelijk met wegen en paden, heuvelachtig, weinig voorzieningen. Met wild en grote grazers. Wandelpaden: onverharde of smalle paden. Liever geen brede paden. Fietspaden: het liefst geen verhard pad waar auto's ook kunnen rijden, liever half verhard pad. De breedte van het pad maakt verbindingszoekers niet uit.

Verbindingszoeker activiteiten & voorzieningen:

- Verbindingszoekers zijn echte fans van wandelen en fietsen met de normale fiets of e-bike. Fietsen vinden ze het vaakst van alle leefstijlen (heel) leuk, voor wandelen delen ze die eerste plaats met de avontuurzoekers.
- Als ze gaan wandelen dan is dat meestal 30 min – 2 uur, een willekeurig wandeltochtje of een gemarkeerde route en doen dit niet met een app of voor meerdere dagen.
- Fietsen doen ze het liefst minimaal 1-2 uur, niet minder. Een willekeurig stukje, of via knooppunten.

- Ook opvallend is hun enthousiasme over het spotten van vogels en wild: dat vinden ze leuker dan alle andere leefstijlen. Daarnaast laten ze graag de hond uit, houden ze van rustige waterrecreatie en bezoeken ze graag een natuurspeelbos met kinderen.
- Actievere activiteiten zoals mountainbiken/ wielrennen of hardlopen/ trailrunnen is niet echt iets voor de verbindingszoeker. Ook toeren met de auto of motor, of barbecueën en picknicken doen zij minder graag dan anderen.
- De aanwezigheid van een bezoekerscentrum, natuurlezing, observatie-hut/ uitkijkpost en pleisterplaatsen waarderen ze sterk. Een waterspeel-plaats of klimbos sluit minder goed aan bij hun behoeftes.
- Georganiseerde activiteiten vinden ze niet opvallend meer of minder interessant dan anderen, met de uitzondering van activiteiten als paint-ballen: dat vinden ze niet interessant.

Redenen om een gebied wel/ niet te bezoeken:

- De aanwezigheid van bewegwijzering, info over routes, informatie over de aanwezige natuur, geschiedenis en/of cultuur vinden verbindings-zoekers prettig, maar niet noodzakelijk.
- De aanwezigheid van horeca speelt vaker dan bij andere leefstijlen geen rol in de keuze voor een gebied. Drukte is voor verbindingszoekers een belangrijke reden om weg te blijven uit een gebied. Ze vinden het niet erg om iemand tegen te komen, maar zijn er ook niet enthousiast over.
- Als er kinderen mee gaan, dan past de verbindingszoeker zijn of haar activiteiten aan.

RUSTZOEKER

De rustzoeker is:

- Kalm
- Behulpzaam
- Gewoon
- Bedachtzaam
- Zachtaardig
- Huiselijk

19% van de Nederlanders is een rustzoeker. Ze zijn meestal 50 jaar of ouder (60%). Meestal laag- of middelbaar opgeleid (33% en 42%).

Kenmerken van de ideale vakantie:

- Gaan relatief weinig op vakantie, ze blijven graag thuis.
- Als ze op vakantie gaan dan is het doel om uit te rusten en bij te komen.
- Een huiselijke, vertrouwde omgeving.
- Geen 'gekkigheid', gewoon een rondje fietsen, wandeling maken, beetje tv kijken en thuis zijn is al goed genoeg.
- Rust en stilte.

Rustzoeker motieven

De rustzoeker komt uiteraard vooral voor de rust in een natuurgebied. Ze kunnen daar mooi de drukte vermijden en het hoofd even leeg maken en in alle stilte genieten van de natuur en het landschap. Lekker een tochtje wandelen of fietsen doen ze graag. Voorzieningen zijn niet noodzakelijk, hoewel soms best prettig natuurlijk. Maar het belangrijkste is dat er goed gefietst en gewandeld kan worden op brede, verharde paden. Het liefst wel zonder auto's, wel zo veilig. Rustzoekers blijven graag dicht bij huis. Het is prettig als het gebied bekend is; echt nieuwe gebieden ontdekken is voor hen niet nodig. Het gaat om het ervaren van de rust.

Rustzoeker natuur

Waardeert dit natuurtype bovengemiddeld: heide en natuurlijk bos. Kenmerken: het liefst gaan ze terug naar hetzelfde plekje, dicht bij huis en naar gebieden die ze al kennen, naar toegankelijke gebieden met goede paden en wegen. Vlakke gebieden hebben een lichte voorkeur. Wandelpaden: een (willekeurig) wandeltochtje, het liefst op verharde, brede paden zonder auto's. Fietspaden: een (willekeurig) fietstochtje, het liefst op verharde, brede paden zonder auto's.

Rustzoeker activiteiten & voorzieningen

- Rustzoekers gaan minder vaak dan gemiddeld op pad in de natuur, en vinden dat prima zo.
- Ze gaan meestal met partner of alleen op pad.
- Ze wandelen en fietsen gemiddeld kortere stukken.
- Leuke activiteiten/ plekken om de natuur te beleven: rustplaatsen/ bankjes, observatiehut en in sommige gevallen een speel- of klimbos. Maar de meeste voorzieningen vinden zij niet aantrekkelijk.
- Liever niet: georganiseerde activiteiten en tochten, geen waterplekken, themaroutes, boomkroonpad, blotevoetenpad, bezoekerscentrum of lezing.
- Als het gaat om de aanwezigheid van bankjes, prullenbakken, bewegwijzering, informatie etc. dan vinden de rustzoekers de meeste voorzieningen wel prettig, maar niet noodzakelijk.
- Wanneer rustzoekers met kinderen de natuur in gaan kiezen ze andere activiteiten en een kortere route.
- De aanwezigheid van horeca is voor rustzoekers niet bepalend in de keuze voor een natuurgebied.

Redenen om een gebied wel/ niet te bezoeken:

- Redenen voor de rustzoeker om weg te blijven uit een specifiek natuurgebied zijn de drukte in het gebied en betaald parkeren. De bereikbaarheid en kosten kunnen ook redenen zijn, evenals overlast van anderen.
- Ze zijn geenszins bereid om te betalen voor de toegang, het parkeren of andere zaken rondom een natuurgebied.

INZICHTZOEKER

De inzichtzoeker is:

- Bedachtzaam
- Rationeel
- Introvert
- Leergierig
- Op zoek naar zelfontplooiing
- Serieus

13% van de Nederlanders is een inzichtzoeker. Relatief vaak mannen (81%), 50 jaar of ouder (60%) en veelal alleenstaand (27%) of stellen (45%). Relatief vaak hoogopgeleid (61%).

Kenmerken van de ideale vakantie:

- Een moment om jezelf te ontwikkelen, tijd die je bewust en nuttig besteed.
- Rust en stilte.
- Tijd voor kunst en cultuur: museumbezoek, bekijken van bezienswaardigheden of vakantie in de natuur.
- Inzichtzoekers trekken graag rond.
- Doen waar je zelf zin in hebt.

Inzichtzoeker motieven

Rust en ontspanning, het hoofd leeg maken en drukte vermijden, dat zijn dé motieven van de inzichtzoekers om lekker de natuur in te gaan. Ze genieten van de natuur en het landschap; het liefst in al zijn ongereptheid. Vaak zijn deze recreanten wat ouder en ze benutten natuurbezoek ook om aan hun conditie en gezondheid te werken. Tevens is er een deel van hen die weer nieuwe inzichten opdoet en een stukje zingeving ervaart. Inzichtzoekers zijn echte wandelaars. Daarbij wandelen ze graag in de wilde, ongerepte natuur op onverharde, smalle paadjes. De ultieme natuurbeleving. Andere activiteiten in de natuur doen zij opmerkelijk minder vaak. Inzichtzoeker gaan graag alleen of met partner op pad. Het gaat hen zeker niet om de grote gezelligheid. Voorzieningen hebben ze niet per se nodig.

Ze zoeken zelf alles wel uit en hebben geen behoefte aan georganiseerde activiteiten. Dit zou kunnen komen doordat deze doelgroep vaak zelf veel kennis in huis heeft. Een bezoekerscentrum kunnen ze overigens wel waarderen.

Inzichtzoeker natuur

Waardeert dit natuurtype bovengemiddeld: heide, moeras- of waternatuur, riviernatuur en uiterwaarden, veenweidegebied, natuurlijk bos, heuvelachtig landschap, duinen en zee en strand. Kenmerken: liefst naar oernatuur zonder voorzieningen, en met aanwezigheid van wild en grote grazers. Wandelpaden: op half of onverharde, smalle paden. Een (willekeurige) wandeltocht, gemarkeerd, LAW. Fietspaden: verharde, brede paden zonder auto's. Een (willekeurig) fietstochtje, af en toe afstappen voor iets interessants, gemarkeerde routes

Verbindingszoeker activiteiten & voorzieningen

- Inzichtzoekers gaan minder vaak dan gemiddeld op pad in de natuur, maar zouden dat wel vaker willen doen.
- Ze gaan graag alleen of met partner op pad, niet met het gezin.
- Inzichtzoekers houden meer van wandelen dan van fietsen en lopen iets langer dan gemiddeld: 1-2 uur en soms langer. Op een ideale dag wandelen ze liever nog langer.
- Leuke activiteiten en plekken om de natuur te beleven: vogels/ wild spotten, bezoekerscentrum, observatiehut/ uitkijkpost, natuurlezing, themaroute, pleisterplaats/rustplaats, maatschappelijke activiteiten (natuurwerkdag, zwerfafval opruimen).
- Liever niet: georganiseerde activiteiten en tochten, speel- of klimbos, blotevoetenpad of waterspeelplaats/zwemplek.
- Als inzichtzoekers met kinderen de natuur in gaan dan wordt het programma daar veelal wel op aangepast: ander(e) activiteiten, gebied, voorzieningen.
- De aanwezigheid van horeca is voor de inzichtzoeker niet bepalend in de keuze voor een natuurgebied.

Redenen om een gebied wel/ niet te bezoeken

- Redenen voor inzichtzoekers om weg te blijven uit een specifiek natuurgebied zijn overlast van honden en van andere gebruikers (mountainbikers, paarden, anderen). Ook drukte in het gebied en zwerfafval noemen zij als reden om een natuurgebied niet te bezoeken.
- De kosten zijn relatief vaak een reden om een gebied niet te bezoeken. Een groot deel van de inzichtzoekers is niet bereid te betalen voor het parkeren, de entree of voorzieningen of gebruik van paden in het gebied.

STIJLZOEKER

De stijlzoeker is:

- Gedreven
- Doelgericht
- Ambitieus
- Zelfverzekerd
- Ondernemend
- Sportief

16% van de Nederlanders is een stijlzoeker. Relatief vaak mannen (65%). Evenwichtige spreiding qua leeftijd, de groep 18 t/m 29 jaar is iets groter dan gemiddeld.

Kenmerken van de ideale vakantie:

- Vakantie is tijd die je optimaal moet besteden: sporten, feesten, jezelf uitdagen je laten verwennen, maar ook uitrusten.
- Ze houden van exclusiviteit, luxe en comfort.
- Ze willen tijdens de vakantie geprikkeld worden dus er mag veel te doen zijn.
- Houden van zon- en strandvakanties, stedentrip, luxe resort, rondtrekken en all-inclusive vakanties.

Stijlzoeker motieven

De stijlzoeker is graag actief bezig in de natuur. Het meer standaard wandelen en fietsen doen zij uiteraard ook, maar minder dan gemiddeld. En als ze het doen, dan goed: lange afstanden, meerdaags. Ze zijn vaker dan gemiddeld actief en sportief bezig (mountainbiken, hardlopen) of zoeken de gezelligheid op (horeca, barbecue, waterrecreatie). Ook actief met de kinderen de natuur in doen zij graag. De stijlzoeker houdt van sportiviteit en actie, maar wil ook wel graag kennis opdoen. En de gezelligheid opzoeken met anderen, vaak met de kinderen, is voor hen echt belangrijk. Zoals het de stijlzoeker betaamt, moet ook in een natuurgebied alles wel goed geregeld en op orde zijn. Goed georganiseerde activiteiten spreken hen aan; zo kun je optimaal van de natuur genieten en is alles voor je geregeld. De aanwezigheid van horeca is voor de stijlzoeker van groot belang; want na het actief bezig zijn mag je uiteraard ook even relaxen.

Stijlzoeker natuur

Waardeert dit natuurtype bovengemiddeld: heuvelachtig landschap, zee en strand en functioneel bos. Kenmerken: zoeken graag nieuwe plekken/ gebieden op, zijn bereid daarvoor te reizen. Gaan graag naar omvangrijke gebieden. Heuvelachtig spreekt hen aan en vaker dan gemiddeld geven ze aan dat natuur zonder paden en wegen aantrekkelijk vinden. Wandelpaden: een (willekeurig) wandeltochtje is niet kenmerkend voor de stijlzoeker. Maar juist het sportieve van wandelen: LAW, wandelen tijdens een evenement en meerdaags op pad zijn. Halfverharde, smalle paden hebben hun lichte voorkeur. Fietspaden: ook voor fietsen geldt de sportieve kant: lange afstand of tijdens evenementen of met een route-app. Zowel verharde als onverharde paden spreekt hen aan. Wellicht bepaalt het vervoermiddel de voorkeur voor het type pad.

Stijlzoeker activiteiten & voorzieningen:

- Stijlzoekers gaan relatief vaak op pad in de natuur, maar zouden dat nog wel vaker willen doen. Door corona zijn ze vaker naar natuurgebieden gegaan.
- Ze zijn relatief vaak bereid om wat verder te reizen en gaan gaan vaak met de partner op pad, maar relatief vaak ook met het gezin of met vrienden.
- Wandelen en fietsen doen zij, net als alle Nederlanders, graag. Maar ze houden ook van actie, bijvoorbeeld mountainbiken/wielrennen of hard-lopen/trailrunnen.
- Aantrekkelijke voorzieningen geven de stijlzoeker actie: waterspeelplaats, zwemplek, klimbos, speelbos, boomkroonpad, trimparcours en de kin-derboerderij. Een themaroute of natuurlezing vinden zij bovengemiddeld interessant. Ook georganiseerde activiteiten vinden zij leuk. Liever niet: een rustplaats, picknickbankje.
- Stijlzoekers gaan graag met kinderen de natuur in. Niet voor niks gaan ze ook graag naar een speel- of klimbos. Als er kinderen mee zijn dan passen ze de activiteiten en routes daar ook op aan.
- De aanwezigheid van horeca is voor de stijlzoeker belangrijk. Het is mede-bepalend, en soms zelfs leidend, in de keuze voor een natuurgebied.

Redenen om een gebied wel/ niet te bezoeken:

- Stijlzoekers hebben geen uitgesproken redenen waarom ze een natuur-gebied niet zouden bezoeken. Als meer algemene redenen noemen zij ook: drukte en zwerfafval en rommel. Ongeveer een op de vijf noemt als reden betaald parkeren en kosten.
- Toch geeft deze doelgroep meer dan de andere leefstijlen aan dat ze bereid zijn te betalen voor entree, parkeren, voorzieningen (40 – 50% is daartoe bereid) of, in mindere mate, voor specifieke paden

THINKING
AHEAD
IN LEISURE AND
HOSPITALITY

Westhoven 7 | 6042 NV ROERMOND
www.leisurebrains.nl

Leisurebrains | THINKING AHEAD IN LEISURE AND HOSPITALITY