Belevings- en gebruiksonderzoek Buijtenland van Rhoon 2022

Tweede meting over het recreatief functioneren

C.M. Goossen

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Belevings- en gebruiksonderzoek Buijtenland van Rhoon 2022

Tweede meting over het recreatief functioneren

C.M. Goossen

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen Environmental Research in opdracht van en gefinancierd door de Gebiedscoöperatie Buijtenland van Rhoon.

Wageningen Environmental Research
Wageningen, november 2022

Gereviewd door:
S. de Vries, senior onderzoeker

Akkoord voor publicatie:
C. van As, teamleider van (ROR) Regionale Ontwikkeling en Ruimtegebruik

Rapport 3208
ISSN 1566-7197

WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Goossen, C.M., 2022. *Belevings- en gebruiksonderzoek Buijtenland van Rhoon 2022; Tweede meting over het recreatief functioneren.* Wageningen, Wageningen Environmental Research, Rapport 3208. 38 blz.; 9 fig.; 14 tab.; 13 ref.

Tussen Rhoon en Barendrecht ligt het Buijtenland Van Rhoon. Uit een tweede meting via een online-enquête met 1003 respondenten blijkt dat 71% (net als in 2019 bij de eerste meting) van de inwoners de naam Buijtenland van Rhoon niet kent en niet weet waar het ligt. 31% recreëert er wel eens. Op basis van het onderzoek wordt het bezoekersaantal geschat op 91.000 unieke bezoekers per jaar. Corona heeft enige invloed gehad op het bezoek in de zin dat het Buijtenland van Rhoon afgelopen jaar 30% minder bezoek heeft gehad dan in 2019. Er is wel meer gewandeld dan in 2019 en ook de sportievere activiteiten zijn iets toegenomen, maar andere recreatieactiviteiten allemaal minder. Het totaaloordeel over recreatie in het Buijtenland van Rhoon van de bezoekers scoort (net als in 2019) gemiddeld een 7,3. De Gebiedscoöperatie zou meer bekendheid aan het gebied moeten geven en zich daarbij meer richten op de wensen van recreanten met de motieven 'gezelligheid', 'interesse' en 'fysieke uitdaging'. Een verdubbeling van het aantal bezoekers lijkt dan mogelijk.

Trefwoorden: bezoek, recreatie, beleving, gebruikswaarde, inrichting, motieven

Dit rapport is gratis te downloaden van https://doi.org/10.18174/580450 of op www.wur.nl/environmental-research (ga naar 'Wageningen Environmental Research' in de grijze balk onderaan). Wageningen Environmental Research verstrekt *geen* gedrukte exemplaren van rapporten.

🅭 2022 Wageningen Environmental Research (instituut binnen de rechtspersoon Stichting Wageningen Research), Postbus 47, 6700 AA Wageningen, T 0317 48 07 00, www.wur.nl/environmental-research. Wageningen Environmental Research is onderdeel van Wageningen University & Research.

- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking van deze uitgave is toegestaan mits met duidelijke bronvermelding.
- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking is niet toegestaan voor commerciële doeleinden en/of geldelijk gewin.
- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking is niet toegestaan voor die gedeelten van deze uitgave waarvan duidelijk is dat de auteursrechten liggen bij derden en/of zijn voorbehouden.

Wageningen Environmental Research aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Wageningen Environmental Research werkt sinds 2003 met een ISO 9001 gecertificeerd kwaliteitsmanagementsysteem.
In 2006 heeft Wageningen Environmental Research een milieuzorgsysteem geïmplementeerd, gecertificeerd volgens de norm ISO 14001.
Wageningen Environmental Research geeft via ISO 26000 invulling aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Wageningen Environmental Research Rapport 3208 | ISSN 1566-7197

Foto omslag: T. de Boer

Inhoud

Verantwoording **5**

Samenvatting **7**

1 Inleiding **9**

1.1 Onderzoeksvragen 9
1.2 Covid-periode 10
1.3 Onderzoeksopzet 10

2 Algemene kenmerken respondenten **12**

2.1 Inleiding 12
2.2 Persoonlijke kenmerken en representativiteit 12
2.3 Recreatiemotieven 12

3 Het recreatief gebruik **14**

3.1 Inleiding 14
3.2 Bekendheid 14
3.3 Bezoek aan Buijtenland van Rhoon 15
3.4 Educatieve mogelijkheden 19
3.5 Het gebruik 19

4 De recreatieve beleving **23**

4.1 Inleiding 23
4.2 De zintuigelijke aantrekkelijkheid van het gebied 23
4.3 Het gevoel van verbondenheid met het gebied 24
4.4 Emotie 25
4.5 Betekenisgeving 25

5 Oordeel huidige situatie en belang inrichtingsaspecten van het streefbeeld **27**

5.1 Inleiding 27
5.2 Totaaloordeel huidige situatie 27
5.3 Inrichtingsaspecten van het streefbeeld 28
5.4 Inrichtingsaspecten die ertoe doen 29
5.5 Bezoeker en geen bezoeker 30

6 Conclusies en adviezen over recreatie **31**

6.1 Inleiding 31
6.2 Conclusies 31
6.3 Adviezen over recreatief gebruik 32
6.4 Adviezen over recreatieve beleving 33

Literatuur **34**

Bijlage 1 Bezoekersaantallen **35**

Bijlage 2 Recreatieactiviteiten **36**

Verantwoording

Rapport: 3208
Projectnummer: 5200047518

Wageningen Environmental Research (WENR) hecht grote waarde aan de kwaliteit van zijn eindproducten. Een review van de rapporten op wetenschappelijke kwaliteit door een referent maakt standaard onderdeel uit van ons kwaliteitsbeleid.

Akkoord referent die het rapport heeft beoordeeld,

functie: senior onderzoeker

naam: S. de Vries

datum: 27/10/2022

Akkoord teamleider voor de inhoud,

naam: C. van As

datum: 08/11/2022

Samenvatting

Ten zuiden van Rotterdam, tussen de plaatsen Rhoon en Barendrecht, ligt het landbouwgebied het Buijtenland Van Rhoon. Voor dit gebied van 600 ha is door de Gebiedscoöperatie Buijtenland van Rhoon een streefbeeld vastgesteld, waarin onder andere staat welke recreatiedoelen behaald moeten worden, zoals 600.000 bezoekers. De Gebiedscoöperatie Buijtenland van Rhoon heeft een monitoringsopgave om elke drie jaar het recreatieve gebruik en de beleving van het gebied te meten en wil met deze tweede meting antwoord geven op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de bezoekersaantallen en hoe wordt het gebied gebruikt?
- Hoe is de recreatieve beleving?
- Wat is het oordeel over de recreatieve voorzieningen?

Met behulp van een online-enquête onder bewoners die wonen binnen een straal van 10 km rond dit gebied is het bezoek aan dit landbouwgebied achterhaald. In totaal zijn 1003 enquêtes ingevuld.

Bezoekersaantallen

De bezoeker in 2022 komt in grote lijnen overeen met de bezoeker in 2019. De respondenten zijn gemiddeld 59 jaar, hebben geen thuiswonende kinderen en een redelijk hoog opleidingsniveau. Van de respondenten heeft 23% geen beschikking over een auto. 71% van de inwoners uit de Rotterdamse regio kent de naam 'Buijtenland van Rhoon' niet en weet niet waar het ligt. De bekendheid is hoger bij de direct aangrenzende gemeenten. Een meerderheid van de inwoners uit de Rotterdamse regio (69%) heeft nog nooit gerecreëerd in het Buijtenland van Rhoon en 31% wel eens. Inwoners nabij het landbouwgebied, zoals die uit Rhoon, Barendrecht en Rotterdam-Zuid, recreëren er vaker. De respondenten die het gebied weleens bezoeken, komen er meestal (17%) 3 tot 5 keer per jaar. Met behulp van deze resultaten is een schatting gemaakt van 91.000 unieke bezoekers aan het Buijtenland van Rhoon per jaar, die ook de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht. Dat is 30% minder dan in 2019. De meerderheid van de bezoekers bezoekt het gebied per fiets (47%). 38% komt met de auto, wandelend komt 6% naar het gebied en 7% neemt het openbaar vervoer. In 2022 is de bezoeker ten opzichte van 2019 meer met de auto en het ov gekomen dan met de fiets of wandelend. Er is wel meer gewandeld dan in 2019 (door 70% en gestegen met bijna 10 procentpunten) en wandelen is daarmee de populairste activiteit. Fietsen komt op de tweede plaats met 49% (was 62% in 2019). Wellicht door corona zien we dat bijna alle recreatieactiviteiten in 2022 zijn teruggelopen ten opzichte van 2019. Alleen de sportievere activiteiten zijn procentueel toegenomen. Gemiddeld wordt € 11,68 per persoon besteed aan recreatie; € 1 meer dan in 2019.

Omdat het motief een belangrijke reden is om ergens te gaan recreëren, is er geanalyseerd of er een verschil is tussen de bezoekers en de niet-bezoekers. Opvallend is dat respondenten die overwegend met het motief 'gezelligheid' gaan recreëren, significant minder het Buijtenland van Rhoon bezoeken dan respondenten met andere motieven. Blijkbaar is dit gebied voor hen niet 'gezellig' genoeg. Er is geen verschil in bezoek tussen recreanten die met de motieven 'er even tussenuit' en 'volledig opgaan in andere wereld' gaan recreëren. Er is wel een significant verschil met de motieven 'interesse' en 'fysiek uitdaging'. Recreanten met deze motieven gaan eerder naar het Buijtenland van Rhoon. De bezoeker is ook ouder dan de niet-bezoeker. Een vrij grote groep niet-bezoekers geeft aan nog niet aan een bezoek gedacht te hebben en bijna de helft hiervan woont in de directe omgeving. De gemiddelde leeftijd van deze groep is 46 jaar en het blijken vooral vrouwen te zijn en respondenten voor wie het motief 'gezelligheid' het belangrijkst is.

Recreatieve beleving

Een oordeel over de recreatieve beleving is alleen gevraagd aan de bezoekers en is gemeten aan de hand van de volgende graadmeters:

1. De zintuigelijke aantrekkelijkheid van het gebied.
2. Het gevoel van verbondenheid met het gebied.
3. Emotie.
4. De betekenisgeving.

De bezoekers geven gemiddeld een 7,5 voor de zintuigelijke aantrekkelijkheid van het Buijtenland van Rhoon. Het gevoel van verbondenheid met het gebied scoort matig, gemiddeld een 6,5. Als uiting van emoties geeft de meerderheid van de bezoekers aan een gevoel van frisse lucht/uitwaaien te ervaren en zich ontspannen te voelen. Buijtenland van Rhoon heeft voor de bezoekers vooral een visuele en relationele betekenis. De bezoekers vinden dat het gebied redelijk mooi is vormgegeven en dat het gebied een betekenis heeft als verbinding tussen landbouw, natuur en recreatie.

Er zijn geen onderdelen in de beleving waar men *niet* tevreden of *zeer* tevreden over is. Het tevredenst zijn de bezoekers over de rustgevendheid in de gebieden en relatief het minst over het aantal aanwezige unieke planten en dieren. Het educatieve aanbod krijgt van de bezoekers een 6,7 en de recreatieve gebruikswaarde een 7,1. Het totaaloordeel van de inwoners die het gebied bezoeken, is gemiddeld een 7,3 en gelijk aan dat in 2019. De belevingswaarde, de gebruikswaarde en de educatieve waarde verklaren voor 76% het totaaloordeel over recreatie.

Recreatieve voorzieningen volgens de bezoekers
Uit de enquête blijkt dat de voorgestelde inrichtingsaspecten uit het streefbeeld gemiddeld (zeer) belangrijk worden gevonden door de bezoekers. Bezoekers hechten veel waarde aan de bescherming van de natuur, de rust en de ruimte in het gebied, de bloemrijke bermen en goed onderhouden fiets- en wandelpaden. Het gemiddelde oordeel van alle aspecten is ruim voldoende en ligt hoger dan in 2019. De oordelen over 'landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert' en 'velden met bloeiend gewas' scoren het hoogst, evenals 'goed onderhouden fiets- en wandelpaden' en 'bescherming van de natuur'. Dit zijn ook beoogde kenmerken volgens het concept natuurlandbouw zoals in het streefbeeld is verwoord.

De belangrijkste inrichtingsaspecten die bij de bezoekers goed scoren, zijn de bewegwijzering, het aantal paden, de mogelijkheid om iets van de natuur te leren, de rustgevendheid van het gebied, het aantal agrarische verkooppunten, bereikbaarheid vanuit huis, de landschappelijke afwisseling en de informatieborden over landbouw, natuur en/of cultuur. Deze aspecten verklaren voor 59% het totaaloordeel over recreatie. De bewegwijzering en informatieborden zijn tussen 2019 en 2022 verder ontwikkeld of geplaatst en hebben dus direct effect op de waardering.

Adviezen
De naamsbekendheid kan worden verbeterd door regelmatig artikelen over het Buijtenland van Rhoon in lokale kranten te plaatsen, actief te zijn op social media en de beeldmerken te blijven hanteren. Ook kan een bewegwijzering naar het gebied vanuit het centrum van omringende steden worden ontwikkeld. Ook de recreatieve toegangspoorten zouden verder ontwikkeld kunnen worden om de bereikbaarheid (ook via het openbaar vervoer) voor de (nu nog) niet-bezoeker te vergroten. Daarmee kan de relatief grote groep inwoners wellicht verleid worden tot een bezoek die nu aangeeft er nog niet aan gedacht te hebben om het gebied te bezoeken en/of het gebied niet kennen. Gezien het belang dat wordt gehecht aan bewegwijzering, de samenhang met een positiever oordeel én de populariteit van wandelen en fietsen, is een uitbreiding van routes en ommetjes met vrij liggende fiets- en wandelpaden met bloemrijke bermen, velden met bloeiend gewas en bloemrijke hooilandjes een logische stap.

Wil men een substantiële toename van het aantal bezoekers, dan zal het gebied anders moeten worden ingericht om de inwoners met het motief 'gezelligheid' (dat het belangrijkste motief is in de regio) te trekken. Een uitbreiding van de recreatiepoorten met meer vertier en activiteit past dan ook goed bij deze doelgroep. Maar dan moet er wel in de directe omgeving van de poorten iets te doen zijn met een landschap dat gewenst wordt. En de poorten moeten een duidelijk profiel hebben en niet gericht zijn op te veel doelgroepen gelijktijdig met tegengestelde wensen.

De huidige bezoekers passen in het gebiedsprofiel het Buijtenland van Rhoon en de grienden zoals dit in de Recreatievisie XL is beschreven. Maar gezien de afname in het bezoek is het de vraag of met deze doelgroepen de gewenste bezoekersaantallen worden gehaald. Het contrast tussen een rustig binnengebied en randen met meer vertier biedt afwisseling die past bij een goed recreatief functioneren, omdat recreanten dan keuzes hebben. Dan komen er wellicht ook meer recreanten.

1 Inleiding

1.1 Onderzoeksvragen

Het Buijtenland van Rhoon is een gebied van 600 ha waar hoogwaardige natuur en recreatie met agrarisch medegebruik ontwikkeld wordt. Voor het gebied is in 2018 een streefbeeld opgesteld. Het streefbeeld wordt gerealiseerd door de Gebiedscoöperatie Buijtenland van Rhoon, waarin natuurpartijen, agrarisch ondernemers en recreatieondernemers op een gelijkwaardige manier samenwerken. De inspanningen van de gebiedscoöperatie zijn erop gericht de doelen uit het streefbeeld binnen tien jaar te realiseren.
In het streefbeeld is onder meer vastgesteld welke recreatiedoelen behaald moeten worden en binnen welke termijn. Het oorspronkelijke streefaantal bezoekers is de afgelopen jaren aangepast en het streven is nu om 600.000 bezoekers te halen. Hoewel het streefbeeld veel (inrichtings)maatregelen noemt om de doelen te halen, is het uiteindelijk aan de coöperatie om te bepalen op welke manier de ambitieuze doelen gerealiseerd worden. Gezien de zoektocht naar synergie tussen soms conflicterende doelstellingen van recreatie, natuur en landbouw, is zowel de inrichting als het beheer van het Buijtenland van Rhoon een dynamisch leerproces. In dit leerproces zal veel ruimte moeten worden gecreëerd voor experimenteren en monitoren van de resultaten, terwijl tegelijkertijd zo concreet mogelijk geformuleerde doelen voor het gebied goed in het oog moeten worden gehouden. Lerend inrichten, beheren en monitoren vormen dan ook een centraal onderdeel waar dit onderzoeksproject deel van uit maakt. De Gebiedscoöperatie Buijtenland van Rhoon wil meer weten over het huidige recreatief gebruik en de beleving van het gehele gebied en wil antwoord op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de bezoekersaantallen en hoe wordt het gebied gebruikt?
- Hoe is de recreatieve beleving?
- Wat is het oordeel over de recreatieve voorzieningen?

Bij de belevingswaarde gaat het om zintuigelijk waarnemen, ervaren, betekenis geven en waarderen. In dit rapport gaan we vooral uit van de zintuigelijke waarneming gedurende het fysieke gebruik van het gebied door recreanten. Door deze waarneming ervaart een recreant het gebied op een bepaalde manier en geeft daar betekenis aan. Betekenisverlening is een actief proces dat zich in een specifieke persoonlijke, sociale en landschappelijke context afspeelt (Grauman, 2002).

De betekenis die de omgeving heeft, wordt dus geconstrueerd door de mens zelf. De verhalen over een gebied, de recreatieve ervaringen en de betekenissen die het heeft (gehad) voor recreanten zijn van belang voor de beleving. Op basis van deze subjectieve kenmerken met betrekking tot een landschap krijgt een gebied zijn eigen identiteit, wordt het van een willekeurige ruimte (space) een specifieke plek (place). Deze Sense of place, of plekidentiteit, speelt ook een belangrijke rol in de binding die mensen voelen met specifieke plekken. De persoonlijke verbondenheid met een plek speelt vooral in de eigen woonomgeving. Naarmate personen vaker naar een gebied gaan, meer ervaringen opdoen of zich meer verdiepen in het gebied, zullen zij steeds meer persoonlijke betekenissen toekennen aan die plek. De plek wordt steeds meer 'toegeëigend'. Het visuele aspect wordt hierbij minder belangrijk, terwijl de historische en narratieve kant steeds meer in belang toeneemt. Deze plekidentiteit is niet alleen een eigenschap van het gebied zelf, maar krijgt dus betekenis door de omgang van mensen met het gebied of in het verleden heeft gedaan. Op deze manier ontstaat een gevoel van verbondenheid met een gebied die geen samenhang hoeft te hebben met de fysieke inrichting.

De recreatieve beleving wordt gemeten aan de hand van de volgende graadmeters:

1. De zintuigelijke aantrekkelijkheid van het gebied.
2. Het gevoel van verbondenheid met het gebied.
3. Emotie.
4. De betekenisgeving.

1.2 Covid-periode

Tussen de laatste meting uit 2019 en nu zit drie jaar. Gedurende deze periode heeft het coronavirus toegeslagen in Nederland waardoor veel bewoners hun recreatiegedrag gingen aanpassen. Bestemmingen en activiteiten waar veel mensen op af komen, werden verboden of vermeden in verband met mogelijke besmettingen. Gelijktijdig gingen er veel mensen thuis werken met als gevolg een behoefte om er even uit te zijn. Dit had als gevolg dat het 'ommetje' en bezoek aan parken en natuurgebieden wel toenamen. In Zuid-Holland was er een toename van wandelen van 46% ten opzichte van een basisjaar (Apple mobility trend 2021) en een toename van 60% in bezoek aan parken in Zuid-Holland (Google mobility trend 2021). Mogelijk hebben deze effecten van thuis blijven en ommetjes maken ook plaatsgevonden in het onderzoeksgebied en kunnen de resultaten in vergelijking met 2019 dus iets anders zijn.

Daarnaast zijn er enkele ontwikkelingen geweest in het aanbod van recreatievoorzieningen gedurende deze periode die van invloed kunnen zijn op de waardering voor recreatie. Er zijn informatieborden geplaatst langs routes met informatie over landbouw en natuur. Er zijn op diverse plekken stickers met QR-codes aangebracht waarmee informatie kan worden opgevraagd en een podcast kan worden beluisterd. Er is een knapzakroute van 5 km en een beschreven fietsroute van 22,5 km ontwikkeld vanaf zorgboerderij de Buytenhof in Rhoon.

Ook is er een extra beeldmerk 'Lekker naar Buijten' ontwikkeld.

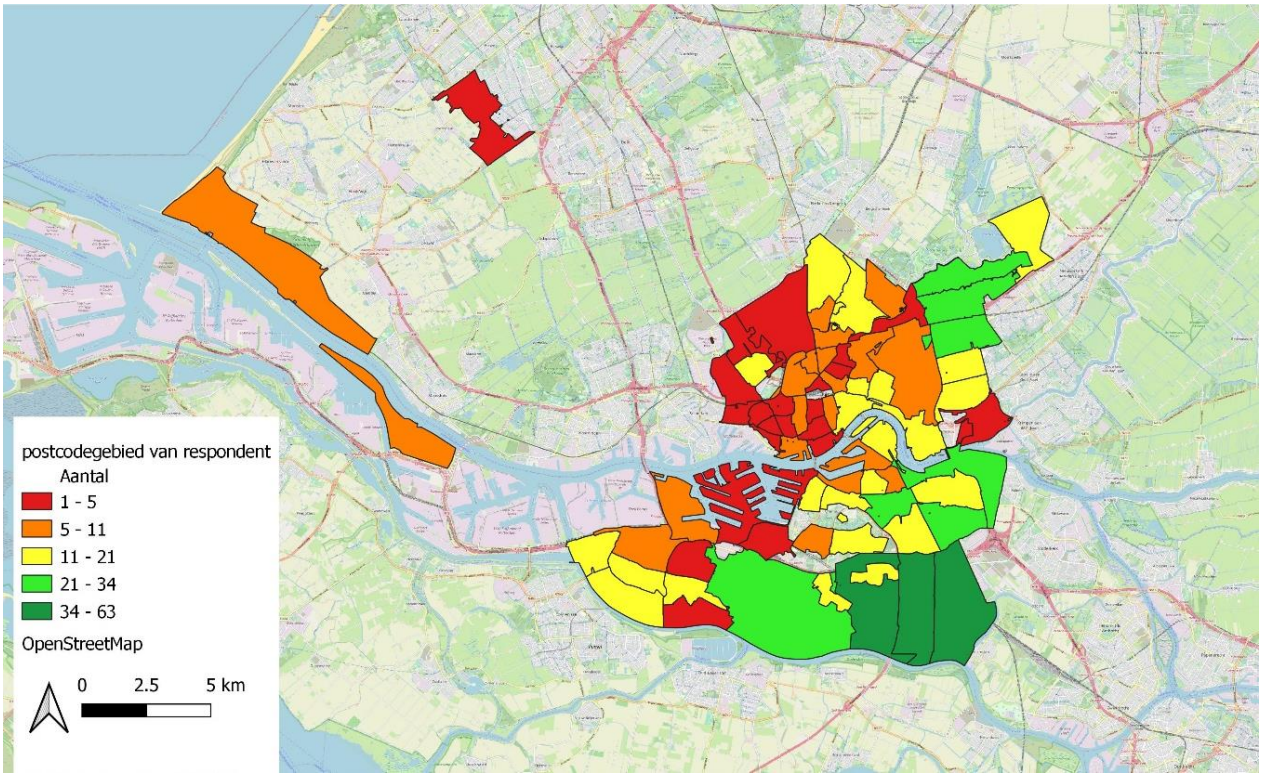
1.3 Onderzoeksopzet

De vorige (eerste) meting was in 2019. De vragenlijst uit 2019 is wederom gebruikt als monitoringsinstrument met een paar kleine aanpassingen. Via een (wederom) onlineonderzoek zijn respondenten via een schriftelijke vragenlijst thuis ondervraagd. Er is daarbij gebruikgemaakt van het Flycatcher panel. De ruimtelijke afbakening is gevormd door gemeenten binnen een straal van 10 km (boven de Oude Maas) rond het Buijtenland van Rhoon, omdat dit de afstand is waarbinnen de meeste recreanten recreëren (Goossen & de Boer, 2012). Er wonen hier bijna een miljoen mensen. Er is een steekproef genomen onder mensen van minimaal 18 jaar, woonachtig in gemeente Barendrecht, gemeente Albrandswaard, Rotterdam-Zuid (Charlois, Feijenoord, Hoogvliet, Pernis en IJsselmonde) en overig Rotterdam. In 2019 waren er bijna geen respondenten uit Vlaardingen, Schiedam en ten zuiden van de Oude Maas. Daarom zijn deze gebieden nu niet geselecteerd. De vragenlijst is verstuurd op dinsdag 7 juni en kon ingevuld worden tot donderdag 30 juni 2022. Dit is dezelfde periode als bij eerste meting in 2019.

Tabel 1 *Aantal respondenten in het panel per gemeente in 2022 en 2019.*

	2022		2019	
Gemeente	**Aantal (N)**	**Percentage**	**Aantal (N)**	**Percentage**
Barendrecht	159	15,8	147	14,6
Rotterdam Zuid	266	26,5	219	21,8
Rotterdam rest	495	49,3	542	53,9
Albrandswaard	83	8,2	97	9,7
Totaal	**1.003**	**100**	**1005**	**100**

Dit heeft geleid tot 1003 ingevulde vragenlijsten, vergelijkbaar met 2019. Er blijkt een duidelijke scheiding te zijn tussen dicht bij het Buijtenland van Rhoon en verder weg. Een ruime meerderheid komt uit Rotterdam, vooral uit wijken in Rotterdam-Zuid (fig. 1): Charlois, Feijenoord, Hoogvliet en IJsselmonde. In de rest van Rotterdam komen er relatief veel respondenten uit stadsdeel Prins Alexander. De verdeling in 2022 over de gemeenten komt redelijk overeen met die van 2019.



Figuur 1 *Aantal respondenten per vierpositiepostcodegebied dat meegedaan heeft aan het onderzoek.*[1]

[1] Waarvan postcode bekend is.

2 Algemene kenmerken respondenten

2.1 Inleiding

Om het recreatiegedrag te kunnen verklaren, wordt vaak gebruikgemaakt van de kenmerken leeftijd, sekse, opleidingsniveau en aantal inwonende kinderen. De leeftijd van het jongste kind en het hebben van een auto zijn belangrijk bij de actieradius van een recreant. Maar ook het motief om te gaan recreëren, kan bepalend zijn voor het recreatiegedrag. Motieven worden in dit onderzoek ook gebruikt om de recreatiemarkt te segmenteren.

2.2 Persoonlijke kenmerken en representativiteit

De respondenten uit de steekproef zijn gemiddeld 59 jaar en de steekproef bestaat uit iets meer vrouwen (55%) dan mannen. Ongeveer 63% heeft geen inwonende kinderen onder de 18 jaar. De gemiddelde leeftijd van het jongste kind is 9 jaar en bij 20% van de respondenten met (minstens) een kind onder de 18 jaar is het kind 2 jaar of jonger. 50% heeft een hoog opleidingsniveau[2] en 24% een laag opleidingsniveau. Een belangrijk element bij recreatiebezoek is het hebben van een auto. Het blijkt dat 23% geen beschikking heeft over een auto.

De steekproef bestaat dus voornamelijk uit wat oudere respondenten, zonder thuiswonende kinderen en een redelijk hoog opleidingsniveau. Ook dit is vergelijkbaar met 2019. Om de steekproef representatief te maken voor de inwoners uit de gehele regio is de steekproef met een wegingsfactor verrijkt op basis van de variabelen geslacht en leeftijd.[3]

2.3 Recreatiemotieven

Recreatiemotieven
Een belangrijk onderdeel dat vaak bepalend is voor het recreatiegedrag is het motief waarmee recreanten gaan recreëren. Op basis van diverse onderzoeken (Elands & Lengkeek, 2000; Bauman et al., 2002; Cottrell et al., 2005) heeft Wageningen Environmental Research in het verleden (Goossen & de Boer, 2008) vijf korte verhaallijnen rond motieven opgesteld en gevalideerd om te achterhalen waarom recreanten gaan recreëren. Er worden vijf motieven onderscheiden: Gezelligheid, Er even tussenuit, Interesse, Volledig opgaan in andere wereld en Fysieke uitdaging. De motieven worden als volgt omschreven:

Gezelligheid
Lekker in de zon zitten, terrasje pikken of luieren. Recreatieve activiteiten worden georganiseerd en zijn vooral gezellig en leuk om te doen. De activiteiten duren niet te lang en zijn niet te inspannend. Pret hebben met elkaar en gezelligheid zijn belangrijk.

Er even tussenuit
Genieten, lekker bijkomen en weg uit de dagelijkse omgeving. Stress verdwijnt door lekker buiten te zijn en nergens meer aan te denken. Het bezoek aan een groene omgeving is een ontsnapping aan het dagelijks leven en een groene omgeving is hét decor om tot rust te komen.

[2] Minstens hbo.
[3] Met de volgende klasse-indeling voor leeftijd: 18-39 jaar; 40-59 jaar; 60-79 jaar en 80 jaar ouder.

Interesse
Interessante dingen te weten komen over de natuur en cultuur en ook bekijken. Informatiebordjes met beschrijvingen en interessante verhalen en weetjes geven invulling aan de interesse. Een excursie met iemand die veel over de omgeving kan vertellen, geeft een extra dimensie aan het bezoek.

Volledig opgaan in andere wereld
De liefde voor de natuur uit zich in het alles willen weten over vogels, zoogdieren, andere fauna of flora. Als er eventueel soorten zijn die niet worden herkend, dan worden ze opgezocht in een handboek. Eigenlijk wil men kunnen struinen door de natuur. Het liefst alleen, of met iemand die ook dezelfde interesse en liefde voor natuur heeft.

Fysieke uitdaging
Gezond blijven door sportieve activiteiten, zoals mountainbiken, wandeltochten, nordic walking, hardlopen of een andere vorm van inspanning; als het maar inspannend, uitdagend en gezond is. Een groene omgeving is een mooi decor, maar de beleving richt zich vooral op de uitdaging.

De inwoners blijken vooral met het motief 'gezelligheid' te gaan recreëren, gevolgd door het motief 'er even tussenuit'. De volgorde van de verdeling van de motieven komt zeer sterk overeen met de verdeling in 2019 (Tabel 2).

Tabel 2 *Verdeling (%) recreatiemotieven in 2022, 2019 en landelijk.*

Recreatiemotief	Buijtenland van Rhoon		Landelijk
	2022	2019	
Gezelligheid	35	33	42
Er even tussenuit	28	29	25
Interesse	13	14	8
Volledig opgaan in andere wereld	13	13	7
Fysieke uitdaging	11	11	17

Wat wel opvalt in vergelijking met het landelijke beeld (Dirkx, 2014), is het relatief grote aandeel inwoners dat met het motief 'interesse' erop uitgaat. Dit heeft wellicht te maken met het hogere opleidingsniveau ($p<0,01$) en de hogere leeftijd ($p<0,05$), want daarmee is een significante relatie met het motief. Maar ook het relatief grote aandeel inwoners dat met het motief 'volledig opgaan in andere wereld' is afwijkend ten opzichte van het landelijke beeld. Er is een significante relatie tussen leeftijd en dit motief gevonden ($p<0,01$). Hoe ouder, hoe meer dit motief is gekozen. Dit alles betekent dat de motieven 'gezelligheid' en 'fysieke uitdaging' door de inwoners rond het Buijtenland van Rhoon in vergelijking met het landelijke beeld minder zijn gekozen. Het is niet duidelijk wat hiervan precies de reden is. Jongere, hoger opgeleiden en mannen kiezen significant ($p<0,01$) meer voor het motief 'fysieke uitdaging'. Vrouwen en lager opgeleide inwoners kiezen significant ($p<0,05$) meer voor het motief 'er even tussenuit'.

3 Het recreatief gebruik

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk behandelt de bekendheid van het gebied en de bekendheid van het beeldmerk dat voor dit gebied ontwikkeld is, het al dan niet bezoeken van het gebied en de redenen van geen bezoek. Ook wordt ingegaan op de educatieve waarde van het gebied, het gebruik, de recreatieve voorzieningen en de bestedingen.

3.2 Bekendheid

Een zeer belangrijke factor om een gebied te bezoeken, is de bekendheid met dat gebied. Het blijkt dat de bekendheid van het Buijtenland van Rhoon niet erg hoog is. Van de respondenten heeft 76% nog nooit van de naam gehoord. Dit is hoger dan in 2019, toen het nog 64% was. De promotiemiddelen hebben dus blijkbaar nog geen voldoende effect gehad tot nu toe. In de gemeente waar het Buijtenland van Rhoon ligt en in direct aangrenzende gemeenten is de naamsbekendheid hoger, met 64% voor Albrandswaard en 52% voor Barendrecht. Maar ook dit is lager dan in 2019. In Rotterdam-Zuid en de rest van Rotterdam is de naamsbekendheid veel lager, respectievelijk 29% en 15%, eveneens lager dan in 2019.

De inwoners uit het herkomstgebied die wel van de naam Buijtenland van Rhoon hebben gehoord, kennen dit meestal van de plaatselijke krant, omdat ze dicht bij het gebied wonen, via vrienden, familie en kennissen, via bewegwijzering, via de gemeente of via een vorig bezoek aan het gebied (Tabel 3). De percentages van de eerste vier zijn in 2022 evenwel lager dan in 2019. Een interessant kanaal om de naamsbekendheid te vergroten, zijn de social media. Bijna 15% heeft via social media van de naam gehoord. Dat is meer dan in 2019 en verklaart wellicht de afname via vrienden en kennissen. Ook de oogstmarkt in Rotterdam speelt een rol van betekenis en is van invloed op de naamsbekendheid, evenals de brochures en folders. Die doen het in 2022 beter dan de eigen website, waarbij de bekendheid met het gebied via dit kanaal zelfs is afgenomen ten opzichte van 2019.

Tabel 3 *Kanalen (%) die inwoners hebben gebruikt waardoor ze van de naam Buijtenland van Rhoon hebben gehoord in 2022 (N=241) en 2019.*

	2022		2019
Kanaal	**N**	**%**	**%**
Plaatselijke krant	71	29,4	42,5
Ik woon er (dichtbij)	62	25,5	35,3
Van vrienden, familie, kennissen, etc.	46	18,9	19,6
Bewegwijzering	38	15,7	16,8
Informatie van gemeente	38	15,6	14,1
Vorige bezoeken aan Buijtenland van Rhoon	37	15,3	21,1
Social media (Facebook, Twitter etc.)	35	14,7	11,7
Brochures / folders	21	8,5	11,3
Via Google etc. op internet	19	7,8	6,5
Oogstmarkt Rotterdam	16	6,7	-
Website Buijtenland van Rhoon	15	6,3	10,6
Beeldmerk gezien	15	6,3	6,2
Informatie van accommodatie	14	6,0	6,2
Radio en/of televisie	14	6,0	4,7
Weet niet	12	4,8	5,6
Advertenties	11	4,7	7,4
E-mails / nieuwsbrieven	9	3,7	9,7
Anders	6	2,4	1,5

De Gebiedscoöperatie Buijtenland van Rhoon heeft de afgelopen jaren veel gepubliceerd over het gebied in een plaatselijke krant die alleen wordt verspreid in Barendrecht en Albrandswaard. Daarom is een uitsplitsing gemaakt voor deze twee gemeenten en dan blijkt (Tabel 3a) dat dit kanaal door de respondenten die in Barendrecht wonen in 2022 vaker is gebruikt en door de respondenten uit Albrandswaard iets minder vaak dan in 2019. In verhouding wordt de plaatselijke krant wel vaker aangehaald door respondenten uit Albrandswaard dan die uit Barendrecht.

Tabel 3a *Respondenten (%, N, ongewogen) die de plaatselijke krant hebben gebruikt waardoor ze van de naam Buijtenland van Rhoon hebben gehoord in 2022 en 2019.*

Gemeente	2022		2019	
	N	%	N	%
Barendrecht	55	56,7	50	53,8
Albrandswaard	48	75,0	60	76,9

Beeldmerk
Voor het gebied zijn beeldmerken ontwikkeld. De bekendheid van het gebied via de beeldmerken begint te lopen, want van alle respondenten herkent 19% een of beide beeldmerken. Het beeldmerk Buijtenland van Rhoon is het bekendst, want 10% herkent dit beeldmerk, 4% herkent het beeldmerk Lekker naar Buijten en 6% herkent beide. In 2019 had slechts 6% het beeldmerk Buijtenland van Rhoon gezien.

3.3 Bezoek aan Buijtenland van Rhoon

Van de inwoners die van de naam Buijtenland van Rhoon gehoord hebben, weet 85% ook waar het ligt. In Albrandswaard weet 100% van deze inwoners dat, in Barendrecht 97%, in Rotterdam 69% en in Rotterdam-Zuid 83%. Van het totaalaantal inwoners van 20 jaar en ouder (574.476 inwoners) van Rotterdam, Barendrecht en Albrandswaard samen heeft 71% niet van de naam het Buijtenland van Rhoon gehoord **en** weet niet waar het gebied ligt. Dat is hetzelfde percentage als in 2019.

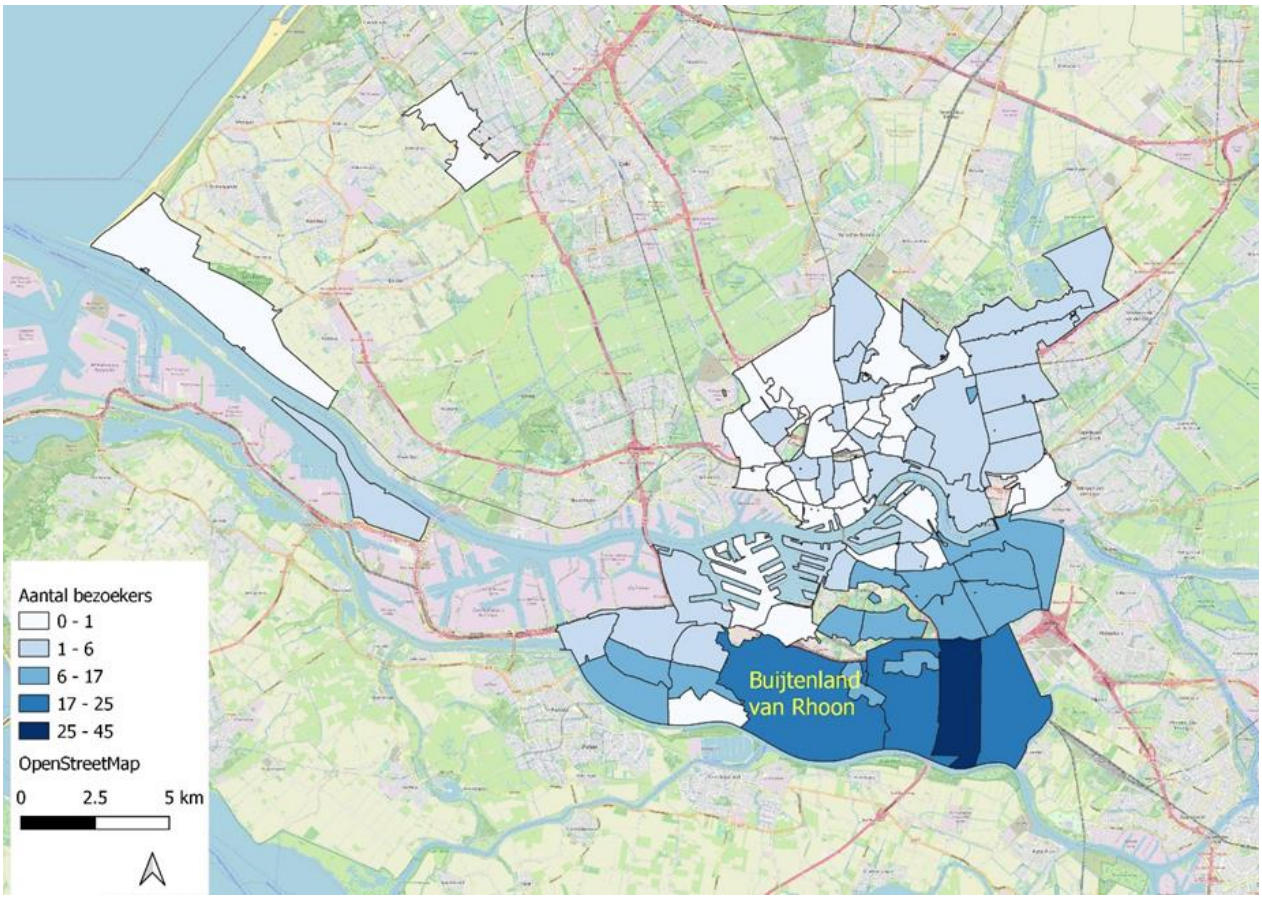
Soms weten respondenten niet altijd een naam of waar een gebied precies ligt. Daarom is een kaart met omschrijving van het landbouwgebied aan de respondent voorgelegd en gevraagd of ze weleens in het gebied gerecreëerd hebben. Het gebied is het rood omlijnde landbouwgebied (Figuur 2) en is exclusief de natuurgebieden langs de Oude Maas.

Figuur 2 *Begrenzing onderzoeksgebied Buijtenland van Rhoon.*

Dan blijkt dat de meerderheid van de inwoners (69%) er niet gerecreëerd heeft en 31% wel. Dat is minder dan in 2019, toen nog 43% er weleens had gerecreëerd. Ook nu blijkt dat in directe aangrenzende gebieden de inwoners er meer gerecreëerd hebben dan in gebieden verder weg. Zo zegt 81%, 69% en 40% van de inwoners van respectievelijk Albrandswaard, Barendrecht en Rotterdam-Zuid er weleens gerecreëerd te hebben en 18% van de inwoners uit de rest van Rotterdam. Dit is ook op Figuur 3 te zien.

Het blijkt dat inwoners die het Buijtenland van Rhoon weleens hebben bezocht tot 15 km ver weg wonen, gelet op de (ruimtelijk begrensde) steekproeftrekking. Er kan daarom gesteld worden dat het potentiële herkomstgebied van bezoekers voor het Buijtenland van Rhoon op 15 km ligt.

Op basis van het totaalaantal inwoners van Rotterdam, Barendrecht en Albrandswaard is berekend dat het aantal unieke bezoekers (bezoekers die weleens in het Buijtenland Van Rhoon hebben gerecreëerd) ongeveer 227.000[4] is (zie Bijlage 2). Dit is een daling – ondanks de bevolkingstoename in het gebied – ten opzichte van 2019, toen het nog 250.000 was.



Figuur 3 *Aantal bezoekers aan Buijtenland van Rhoon per vierpositiepostcodegebied.*

Van de inwoners die er weleens gerecreëerd hebben, blijkt dat men er gemiddeld 8 jaar komt. Van de inwoners die er weleens gerecreëerd hebben, heeft 15% afgelopen jaar niet in het gebied gerecreëerd; dat is 3 procentpunt meer dan in 2019. Wellicht dat corona hier de oorzaak van is, maar het is niet in lijn met wat bekend is over het effect van corona op het 'ommetje'. De meesten komen er 3 tot 5 keer per jaar (17%) of één keer per jaar (16%).

Wanneer we de frequentiegegevens (Tabel 4) toepassen op het aantal inwoners, dan zouden er afgelopen jaar meer dan 3 miljoen bezoeken zijn geweest. Maar dit wordt vooral veroorzaakt door een aantal respondenten uit overig Rotterdam, die aangeven elke dag in het Buijtenland van Rhoon te hebben

[4] De percentages aan recreatie zijn gebaseerd op de steekproef van 20 jaar en ouder, maar toegepast voor alle leeftijden. Op basis van 20 jaar en ouder zouden er 181.000 bezoekers zijn.

gerecreëerd. Dat lijkt niet erg aannemelijk en bovendien is uit internationaal onderzoek bekend (Søndergaard Jensen, 1999) dat respondenten het aantal bezoeken over een heel jaar via thuisonderzoek overschatten met een factor 2. De schatting van het aantal bezoeken afgelopen jaar is daarom rond 1,5 miljoen (gemiddeld 7 bezoeken per unieke bezoeker), ofwel ruim 4.000 bezoeken per dag. Dat is hetzelfde als in 2019. Dit lijkt erg veel en blijft een heel ruime schatting, want de (soms grote) wegingsfactoren zijn toegepast op soms heel kleine aantallen respondenten.

Tabel 4 *Bezoek (%) aan Buijtenland van Rhoon in de afgelopen 12 maanden in 2022 en 2019.*

	2022		2019
Frequentie	**N**	**%**	**%**
dagelijks/ meerdere bezoeken per dag	5	1,6	2,1
1 of enkele bezoeken per week	22	7,1	8,5
1 of enkele bezoeken per maand	40	12,8	13,0
9 tot 11 bezoeken per jaar	27	8,5	8,1
6 tot 8 bezoeken per jaar	29	9,2	6,4
3 tot 5 bezoeken per jaar	52	16,7	17,3
2 bezoeken per jaar	44	13,9	16,0
1 bezoek per jaar	49	15,7	17,3
niet gerecreëerd in de afgelopen 12 maanden	46	14,7	11,3

Bovendien is het de vraag of de respondenten zich daadwerkelijk aan het rood omlijnde gebied van Figuur 2 hebben gehouden. Op de vraag waar ze veel recreëren, komen juist de groengebieden ten zuiden van het rood omlijnde gebied van Figuur 2 naar voren. Uit Tabel 5 blijkt bijvoorbeeld dat van de inwoners die het gebied hebben bezocht, 63% (ook) naar het natuurgebied de Rhoonse grienden is gegaan.

Tabel 5 *Bezoek (%) afgelopen jaar per type gebied in 2022 en 2019.*

	2022		2019
Type gebied	**N**	**%**	**%**
Rhoonse grienden	179	63	60
Carnisse grienden	122	43	44
Klein profijt	83	29	34
Buijtenland[5]	66	23	29
Koedoodzone	61	21	24
Johannapolder	48	17	19
Portlandpolder	34	12	14
Molenpolder	31	11	11
Golfbaan	28	10	15
Zegenpolder	26	9	13
Berenkade/groene verbinding	23	8	6
Skibrilplas	12	4	5
Allemaal	9	3	10
Weet niet	25	9	5

Ook het natuurgebied Carnisse grienden krijgt met 43% veel bezoek, evenals Klein Profijt (29%). Van het onderzoeksgebied scoort het deelgebied Buijtenland het best met 23%. De verdeling wijkt weinig af van die in 2019. Alleen Berenkade is in 2022 meer bezocht dan in 2019, evenals de Rhoonse grienden.

Als daadwerkelijk alleen het rood omlijnde gebied wordt geselecteerd, dan zijn de bezoekgegevens anders. Dan blijkt dat 3% alleen in het onderzoeksgebied is geweest (was 7% in 2019) en 60% alleen in de natuur- en recreatiegebieden (was 50% in 2019). In beide gebieden is 37% geweest (was 38% in 2019). De 3% die

[5] Het hele onderzoeksgebied heet Buijtenland van Rhoon (rood omlijnd in Figuur 2). Een klein deel van dit onderzoeksgebied heeft ook de naam Buijtenland, maar dat is dus een onderdeel van het grotere Buijtenland van Rhoon.

alleen het onderzoeksgebied heeft bezocht, is te klein in omvang (N=9) om als een aparte groep te analyseren. Toch kan het zijn dat de mening van recreanten die alleen de natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht anders is dan recreanten die ook het onderzoeksgebied hebben bezocht. Vandaar dat we de groep die alleen het onderzoeksgebied heeft bezocht samen hebben gevoegd bij de groep die beide gebieden heeft bezocht.

Op basis van de steekproef blijkt dan dat 6.813 inwoners alleen het onderzoeksgebied bezoeken. Beide gebieden (zowel onderzoeksgebied als natuur- en recreatiegebieden) trekken dan 84.023 inwoners. Dit zou betekenen dat 90.836 inwoners het Buijtenland van Rhoon weleens bezoeken. Dit is 12,5% van alle inwoners uit de regio en bijna driekwart minder ten opzichte van 2019. Naar alleen de natuur- en recreatiegebieden gaan dan 136.254 inwoners (18,5% van alle inwoners uit de regio).

Inwoners zien dus het gebied tussen de bebouwde kommen van Barendrecht en Rhoon en tussen de Oude Maas en de snelweg A15 als het Buijtenland van Rhoon.

Geen bezoek
Op de vraag waarom men niet (vaker) het Buijtenland van Rhoon bezoekt, blijkt dat voor de meeste respondenten het gebied onbekend is (46%). Dat is meer dan een verdubbeling vergeleken met 2019. Ook wisselt 13% een bezoek aan het gebied af met een bezoek aan andere gebieden. Dat is minder dan in 2019. Hoopvol is dat 23% er nog niet aan gedacht heeft. Daar zit dus nog potentiële groei in als de bekendheid wordt vergroot en via promotie bekend wordt wat er allemaal te doen valt. Wellicht wordt het gebied dan meegenomen in de keuzes van mensen waar te gaan recreëren. Een deel van de inwoners zal echter moeilijk overgehaald worden om in het Buijtenland van Rhoon te recreëren, omdat ze liever naar andere gebieden gaan of in hun eigen (volks)tuin of op hun balkon zitten of er geen behoefte aan hebben en/of geen tijd.

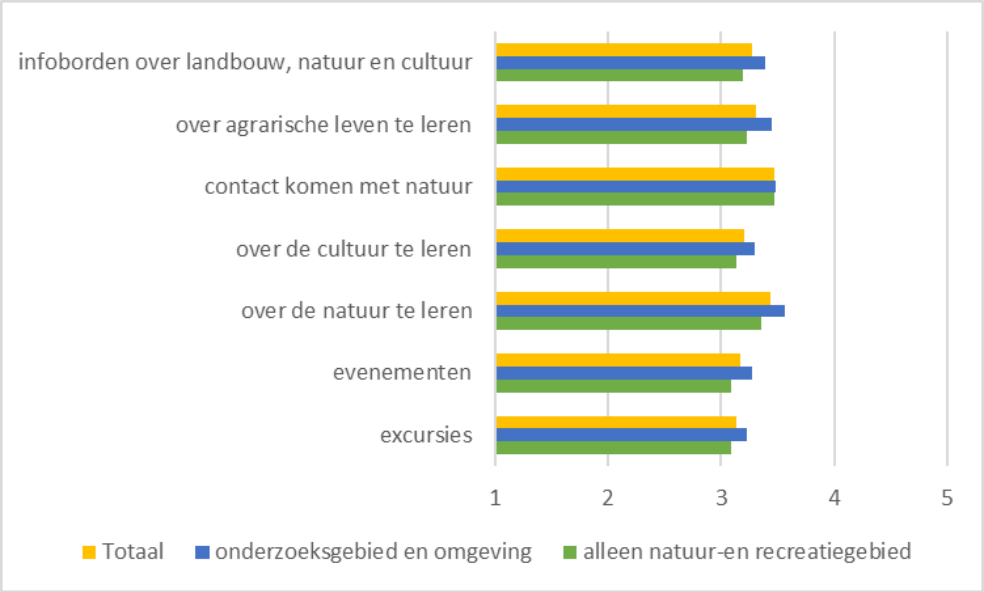
Tabel 6 *Redenen (%) voor geen of niet vaker bezoek in 2022 en 2019.*

	2022		2019
Reden	**N**	**%**	**%**
Ik ken het niet	464	46	18
(nog) niet van gekomen/aan gedacht	231	23	2
Ik vind het te ver weg	149	15	22
Ik wissel mijn bezoek aan Buijtenland van Rhoon af met een bezoek aan andere natuur- en recreatiegebieden	135	13	19
Ik ga liever naar andere natuur- en recreatiegebieden	107	11	16
Ik heb er niet zoveel behoefte aan	97	10	15
Ik heb geen tijd	78	8	15
Ik kan er niet komen door mijn (fysieke) beperking	64	6	6
Ik zit liever in mijn eigen (volks)tuin of op het balkon	55	5	6
Ik kom er al heel vaak	45	4	8
Ik houd niet van aangelegd groen	26	3	3
Ik vind dat er niks te beleven is	20	2	4
Ik vind dat het er stinkt	15	2	2
Slecht bereikbaar (met ov)	10	1	-
Anders	8	8	0

Geschat wordt dat van de 46% die nog nooit van het gebied gehoord heeft, ongeveer 10% wel een bezoek gaat brengen na een bekendheidscampagne. Ook is de 23% die aangeeft er nog niet aan gedacht te hebben en de 2% als er meer te beleven valt, wellicht over te halen tot een bezoek. Bij elkaar zou dat een potentieel van 30% zijn. Op een totaalaantal van bijna 730.000 inwoners zouden dat ongeveer 220.000 extra bezoekers zijn; een verdubbeling van het huidige aantal.

3.4 Educatieve mogelijkheden

Het Buijtenland van Rhoon telt diverse educatieve mogelijkheden om iets te leren over de cultuurhistorie van het gebied of over de landbouw of de natuur. Er is de bezoekers gevraagd in hoeverre ze tevreden zijn over het educatieve aanbod. Gemiddeld genomen is men redelijk tevreden, met een rapportcijfer van een 6,7 (vergelijkbaar met 2019). Er is een significant verschil tussen de twee gebieden geconstateerd (fig. 6). Op het aspect 'in contact komen met natuur en excursies' na, is er een significant verschil voor alle aspecten over het educatieve aanbod tussen de gebieden. Bezoekers die zowel het onderzoeksgebied het Buijtenland van Rhoon als de natuur- en recreatiegebieden in de omgeving bezoeken, zijn significant iets meer tevreden om over de natuur te leren, om over het agrarisch gebied te leren, over de informatieborden, om over de cultuur te leren en over het aantal evenementen vergeleken met bezoekers die alléén de natuur- en recreatiegebieden bezoeken.



Figuur 4 *Gemiddelde tevredenheid over het educatieve aanbod per gebied (1=zeer ontevreden; 5=zeer tevreden).*

3.5 Het gebruik

De meerderheid van de bezoekers bezoekt in 2022 (evenals in 2019) het gebied per fiets (47%). De gewone fiets is meer gebruikt (25%) dan de elektrische fiets (17%) om het gebied te bereiken. En 4% pakt de racefiets of mountainbike. In 2019 nam nog 55% de fiets. Deze afname komt waarschijnlijk doordat in 2022 meer bezoekers de auto hebben genomen (38% versus 32% in 2019). Per voet gaat 6% naar het gebied (versus 7% in 2019). In 2019 wordt meer het openbaar vervoer gebruikt (7% versus 3% in 2019).

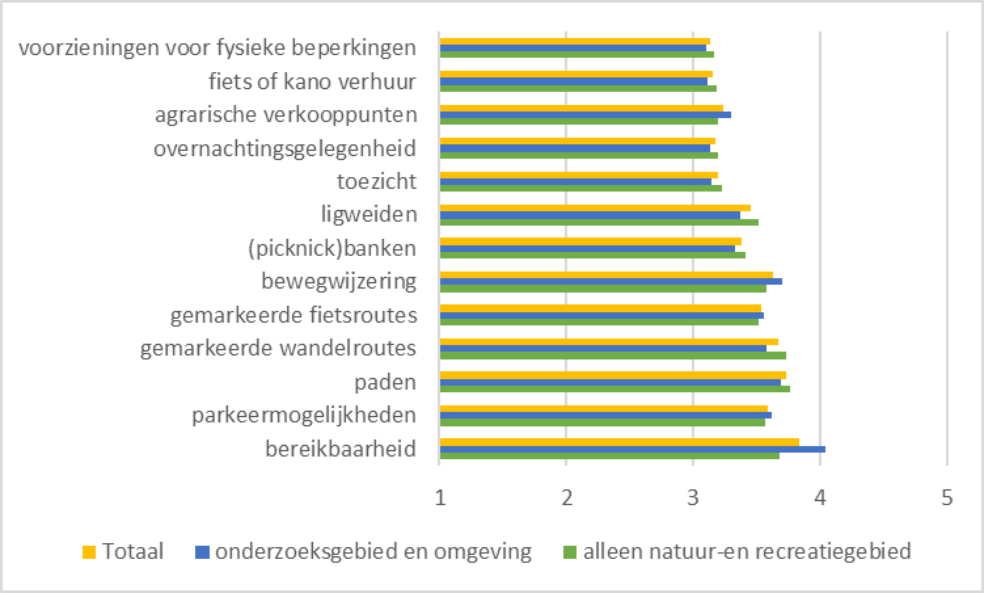
De meeste recreanten (13%) parkeren hun auto in de Johannapolder bij de parkeerterreinen in de omgeving van de jachthaven (Tabel 7). Ook het noordelijke parkeerterrein bij de Rhoonse Baan wordt veel gebruikt (9%).

Tabel 7 *Verdeling (%) gebruik parkeerterreinen van de bezoekers per auto.*

Parkeerterrein	N	%
Noord bij Rhoonse Baan	25	8,7
Oost bij Koedood haven	14	4,8
Zuid bij Rhoon golfcenter	13	4,6
West bij omgeving jachthaven	36	12,7
Ergens anders	11	3,9
Weet niet	17	5,9

Een ruime meerderheid is (zeer) tevreden over de bereikbaarheid van het totale gebied vanuit hun huis (69%, was 75% in 2019). Ongeveer 8% (was 9% in 2019) is (zeer) ontevreden. Er is wel een verschil in tevredenheid van bezoekers ten aanzien van de gebieden. Bezoekers die het onderzoeksgebied en omgeving weleens hebben bezocht, zijn significant[6] meer tevreden over de bereikbaarheid dan de bezoekers die alleen de natuur-en recreatiegebieden bezoeken. Een meerderheid is (zeer) tevreden over het aantal parkeermogelijkheden en daarin is tussen de gebieden geen verschil.

De bezoekers zijn het meest tevreden over de bereikbaarheid, het aantal paden, het aantal gemarkeerde wandel- en fietsroutes, parkeermogelijkheden en de bewegwijzering.



Figuur 5 *Gemiddelde tevredenheid over recreatieve voorzieningen per gebied (1=zeer ontevreden; 5=zeer tevreden).*

De mate van tevredenheid over de recreatieve voorzieningen zit voor alle aspecten boven het gemiddelde op de schaal van 1 (zeer ontevreden) tot en met 5 (zeer tevreden). De bezoekers geven een gemiddeld rapportcijfer van een 7,1 (was 7,3 in 2019) voor de recreatieve gebruiksmogelijkheden.

Er is wel een significant verschil in tevredenheid tussen de gebieden.[7] De mate van tevredenheid over de gebruiksmogelijkheden is met 7,46 voor het onderzoeksgebied en omgeving hoger dan voor alleen de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden met een 7,12.

Ook zien we de populariteit van het 'ommetje' in de covidperiode terug bij het recreatief gebruik van het Buijtenland van Rhoon. Wandelen is ten opzichte van 2019 gestegen met bijna 10 procentpunten naar 70% en is daarmee de populairste activiteit. Fietsen met gewone of elektrische fiets komt op de tweede plaats met 49%. Dit was in 2019 nog 62%. Wellicht door corona zien we dat bijna alle recreatieactiviteiten in 2022 zijn teruggelopen ten opzichte van 2019 (zie Bijlage 2). Alleen de meer sportieve activiteiten zijn procentueel ten opzichte van 2019 toegenomen.

Een meerderheid (64%) van de bezoekers besteedt niet langer dan 2 uur aan de recreatieactiviteiten in het Buijtenland van Rhoon, waarvan 4% minder dan een halfuur; 18% tussen een ½-1 uur en 42% tussen de 1-2 uur.

[6] P < 0,001.
[7] P< 0,011 niveau.

Ongeveer 49% van de bezoekers brengt met een partner een bezoek aan het Buijtenland van Rhoon en 24% gaat met het gezin. 20% gaat alleen, 12% met vrienden en 9% met familie. De gemiddelde groepsgrootte is 2,6 personen.

Bij het laatste bezoek aan het Buijtenland van Rhoon heeft 48% van de bezoekers geen uitgaven gedaan in het Buijtenland van Rhoon. Dit percentage is gelijk aan 2019 (49%) en gezien de corona-maatregelen opvallend, aangezien veel winkels en horeca beperkt open waren. Gemiddeld heeft het gezelschap samen € 29,90[8] per bezoek uitgegeven. Uit Tabel 8 blijkt dat dit voornamelijk in de horeca is geweest, maar ook aan producten die bij een boerenbedrijf zijn gekocht, in winkels, vervoer en parkeerkosten en aan activiteiten.

Tabel 8 *Gemiddelde uitgaven (euro) per categorie bij het laatste bezoek aan het Buijtenland van Rhoon per gebied in 2022.*

Categorie	Totaal	onderzoeksgebied en omgeving	Alleen natuur- en recreatiegebied
Restaurants en cafés, inclusief theetuinen	9,43	14.74	7,08
Producten gekocht bij boerenbedrijf	2,93	4,99	1,98
Overige uitgaven	2,50	4,23	0,92
Winkels incl. supermarkt	2,09	4,96	0,45
Parkeergeld	2,05	4,29	0,79
Vervoerskosten	2,03	2,62	1,61
Activiteiten	1,76	4,03	0,48
Brochures/folders/kaarten	1,56	3,97	0,20
Onderhoud en reparatie	1,37	3,16	0,38
Excursie (vaar, fiets, wandel etc.)	1,36	3,49	0,19
Huur van goederen (zoals fiets, fluisterboot, kano etc.)	1,30	3,28	0,19
Overnachting (omgerekend naar prijs per nacht)	0,86	2,15	0,13
Souvenirs	0,66	1,67	0,09
Totaal	**29,90**	**57,58**	**14,49**
Totaal per persoon	**11,68**	**22,49**	**5,66**

Dit betekent grofweg dat er gemiddeld € 11,68 per persoon wordt besteed (inclusief recreanten die niets hebben uitgegeven). Dat is € 1,00 per persoon meer dan in 2019. Wanneer wordt gekeken naar de bestedingen van bezoekers die het onderzoeksgebied Buijtenland van Rhoon en omgeving bezoeken, dan blijkt dat de gemiddelde uitgave hoger is, namelijk € 22,50 per persoon en € 1,00 per persoon hoger dan in 2019. Dit is veel meer en ook voor alle categorieën (ook significant) dan de gemiddeld € 5,65 per persoon (incl. bezoekers die niets hebben uitgegeven) door bezoekers die alleen de natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht. De bezoekers die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezocht hebben in 2019 gaven ook gemiddeld meer uit, namelijk € 15,82 per persoon.

Het blijkt dat de meeste inwoners (44%) geen informatiebron gebruiken bij de laatste keer dat het Buijtenland van Rhoon is bezocht (Tabel 9). Diegenen die dat wel doen, gebruiken vooral bewegwijzerde routes, het knooppuntensysteem voor fietsen en wandelen en informatieborden. Gedrukte informatiebronnen worden ook in 2022 minder gebruikt dan de digitale versies. Aan de nieuwe QR-codes ter plekke moet men wellicht nog wennen.

[8] Inclusief gezelschappen zonder bestedingen aan de categorie.

Tabel 9 *Verdeling (%) gebruik van informatiebronnen in 2022 en 2019.*

Informatiebron	2022	2019
geen	43,8	45,5
bewegwijzerde routes	16,5	15,7
wandelknooppunt	15,5	12,5
informatieborden	15,5	-
fietsknooppunt	15,2	19,4
kaarten op smartphone/tablets	10,3	11,0
navigatiesysteem	6,8	10,9
papieren kaarten	6,1	2,5
informatie van vrienden/bekenden	2,6	5,5
QR-codes ter plekke	2,6	-
brochures met wandel- en fietsroute	2,4	3,0
anders	1,6	0,9
informatie van accommodaties	0,3	3,2

4 De recreatieve beleving

4.1 Inleiding

De recreatieve beleving wordt gemeten aan de hand van de volgende graadmeters:
1. De zintuigelijke aantrekkelijkheid van het gebied.
2. Het gevoel van verbondenheid met het gebied.
3. Emotie.
4. De betekenisgeving.

4.2 De zintuigelijke aantrekkelijkheid van het gebied

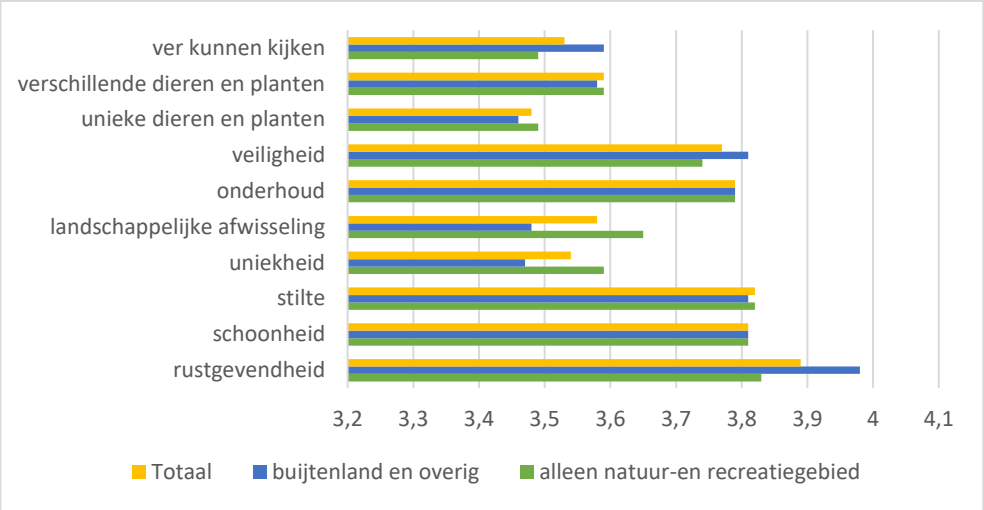
De inwoners die het gebied hebben bezocht voor recreatie, geven gemiddeld een 7,5 voor de zintuigelijke aantrekkelijkheid voor het totale gebied tussen de A15 en Oude Maas. Dat is gelijk aan 2019. Er is echter wel een verschil tussen de gebieden (Tabel 10), waarbij recreanten of alleen de natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht of zowel het onderzoeksgebied als de natuur- en recreatiegebieden (onderzoeksgebied en omgeving). Inwoners die het onderzoeksgebied en omgeving hebben bezocht, geven significant[9] een hogere score voor de zintuigelijke aantrekkelijkheid dan de inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht.

Tabel 10 *Gemiddelde score zintuigelijk aantrekkelijkheid per gebied.*

Aantrekkelijk	**2022**
Alleen natuur- en recreatiegebied	7,40
Onderzoeksgebied en omgeving	7,70
Totaal	**7,52**

Het tevredenst zijn de bezoekers over de rustgevendheid in de gebieden en relatief het minst over de unieke planten en dieren. Maar ook over dat aspect is men gemiddeld tevreden. Er zijn geen onderdelen in de zintuigelijke aantrekkelijkheid waar men niet tevreden over is, maar ook niet waar de bezoekers zeer tevreden over zijn (Figuur 6). Er is geen significant verschil tussen de afzonderlijke aspecten van zintuigelijke aantrekkelijkheid en de gebieden.

[9] P< 0,026.

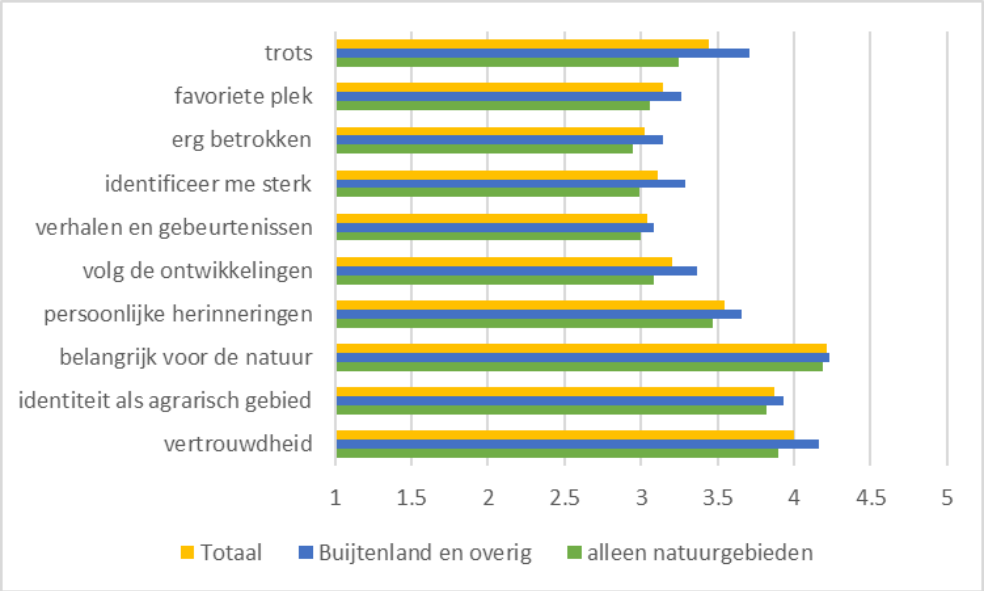


Figuur 6 *Gemiddelde tevredenheid over zintuigelijke aantrekkelijkheid per gebied (1=zeer ontevreden; 5=zeer tevreden).*

4.3 Het gevoel van verbondenheid met het gebied

Een gevoel van verbondenheid met een gebied kan invloed hebben op de beleving van een gebied. Op een schaal van 10, waarbij een 1 staat voor niet verbonden en een 10 voor zeer sterk verbonden, scoren de bezoekers een 6,5; ze voelen zich dus matig verbonden met het gebied. Inwoners die het onderzoeksgebied en omgeving hebben bezocht voelen zich significant[10] meer verbonden (gemiddeld een 7,1) met het Buijtenland van Rhoon dan de inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden hebben bezocht (6,2).

Het meest zijn de bezoekers het erover eens dat het gebied belangrijk is voor de natuur, maar ook dat het gebied een identiteit heeft als agrarisch gebied. Dat geeft blijkbaar een gevoel van vertrouwdheid en een zekere mate van trots, wellicht door de persoonlijke herinneringen. De bewoners kennen relatief weinig verhalen en gebeurtenissen over het gebied en ze identificeren zich niet erg sterk met het gebied, ze zijn het niet erg eens met het gebied als favoriete plek en ze zijn relatief weinig betrokken.



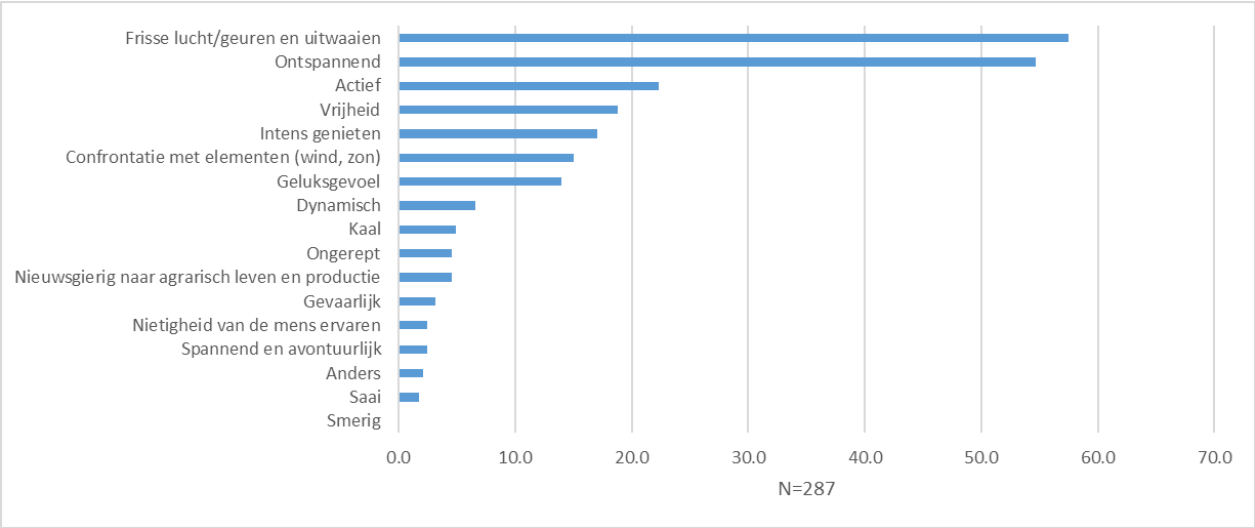
Figuur 7 *Gemiddelde steun voor aspecten van verbondenheid per gebied (1=zeer mee oneens; 5=zeer mee eens).*

[10] P< 0,001.

Wel zien we dat bezoekers die het Buijtenland van Rhoon en omgeving bezoeken over de hele linie het meer eens zijn met de aspecten van verbondenheid dan inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken, maar dit is niet significant, op de aspecten trots[11] en vertrouwdheid[12] na.

4.4 Emotie

Voor de emotie gebruiken we een lijst bestaande uit diverse onderdelen die een positief dan wel negatief gevoel meet dat iemand heeft bij een bezoek aan het Buijtenland van Rhoon. De verdeling in 2022 lijkt erg op die van 2019. Uit Figuur 8 blijkt dat weinig bezoekers een negatief gevoel overhouden bij een bezoek aan het Buijtenland van Rhoon. Aspecten als kaal, saai, gevaarlijk en smerig worden nauwelijks genoemd. De meerderheid van de bezoekers geeft aan een gevoel van frisse lucht/uitwaaien te ervaren (58%) en ze voelen zich ontspannen (55%). Een kwart voelt zich actief en een aantal ervaart de vrijheid (19%) en geniet intens (17%) van het bezoek. Ongeveer 15% ziet zich geconfronteerd met de elementen van wind en zon en bij 14% geeft het bezoek een geluksgevoel. Van de bezoekers zegt 4% nieuwsgierig te zijn naar het agrarisch leven en wat er geproduceerd wordt. Dat was in 2019 nog 8%. Maar bijna niemand vindt het Buijtenland van Rhoon spannend en avontuurlijk.



Figuur 8 *Verdeling (%) emotie-aspecten.*

4.5 Betekenisgeving

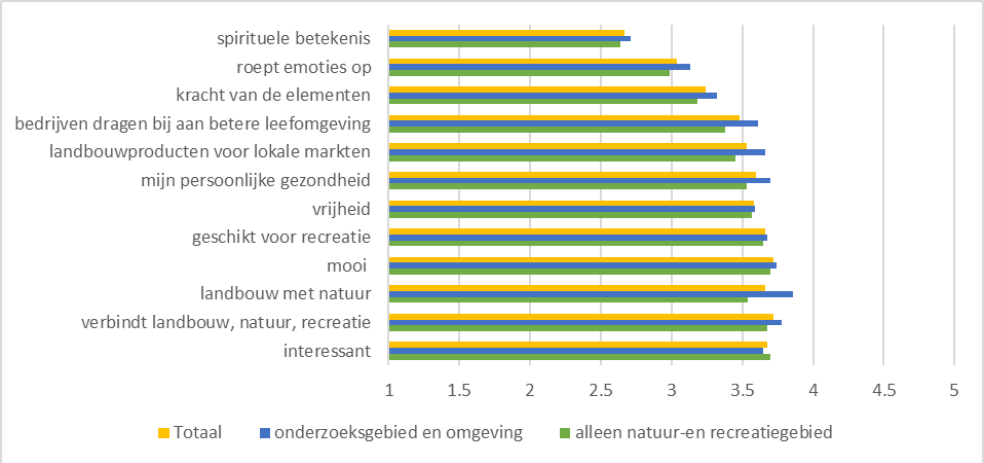
In de literatuur (Grauman, 2002) worden twaalf verschillende basisvormen van betekenisgeving onderscheiden; twaalf verschillende manieren waarop we als mens – en dus ook als merk – van betekenis kunnen zijn. Deze vormen in de betekeniseconomie twaalf actuele basisstrategieën voor het bouwen van sterke, betekenisvolle merken. Deze twaalf betekenissen zijn: functioneel, visueel, emotioneel, reëel, intellectueel, individueel, relationeel, financieel, experimenteel, principieel, corporeel en spiritueel.

De bezoekers aan het Buijtenland van Rhoon dichten geen extreme betekenissen aan het gebied toe, maar zijn het wel met de meeste betekenissen eens, behalve de spirituele en emotionele betekenisgevingen (Figuur 9). De belangrijkste betekenissen zijn de visuele en relationele betekenis van het gebied. De bezoekers vinden dat het gebied redelijk mooi is vormgegeven. Ze zijn het er ook redelijk mee eens dat het gebied een betekenis heeft als verbinding tussen landbouw, natuur en recreatie. Deze relationele betekenis is belangrijk bij het verbinden van bezoekers aan het gebied. Bedrijven kunnen hier een rol in spelen en een

[11] P< 0,001.
[12] P< 0,01.

relationele betekenisstrategie hanteren door bezoekers met interesse voor landbouw, natuur en recreatie producten en diensten aan te bieden.

De bezoekers zien een zekere mate van intellectuele betekenis van het gebied. Bij intellectuele betekenisgeving wordt bezoekers iets nieuws geleerd dat relevant kan zijn. Er wordt betekenis gegeven door bezoekers slimmer en wijzer te maken, bijvoorbeeld over de kansen die de combinatie landbouw en natuur geeft. Als bezoekers eenmaal iets relevants hebben geleerd, zal de verworven kennis hen wellicht veranderen in hun oordeel over het gebied. Educatie is daarmee betekenisvol voor bepaalde groep bezoekers, zoals de bezoekers met het motief interesse. Educatie kan ook in de vorm van entertainment gegeven worden en dan meer gericht op bezoekers met het motief gezelligheid. Kennis verwerven wordt daarmee een vorm van – intellectueel – vermaak. Het wordt laagdrempelig. Bedrijven kunnen educatie actief als vorm van betekenismarketing hanteren, bijvoorbeeld door het aanbieden van uiteenlopende cursussen en workshops.



Figuur 9 *Gemiddelde steun voor betekenissen van het gebied (1=zeer mee oneens; 5=zeer mee eens).*

De betekenis dat het gebied zich leent voor landbouw waarbij meer rekening wordt gehouden met de natuur levert een significant verschil op. Met deze meer experimentele betekenis zijn inwoners die het onderzoeksgebied en omgeving bezoeken meer eens dan inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken. Bedrijven kunnen betekenis geven door mensen op ideeën te brengen en/of verbeeldingskracht te faciliteren door te laten zien hoe natuurgerichte landbouw eruitziet. Bijvoorbeeld voor recreanten, want deze meer functionele betekenis als 'geschikt voor recreatie' scoort ook redelijk hoog, evenals de corporele betekenis. Het bewerkstelligen of behouden van een gezond lichaam wordt door de inwoners als betekenisvol ervaren, evenals de individuele betekenis dat het gebied de vrijheid geeft om te doen wat ze willen.

Inwoners zien ook de financiële betekenis van het gebied doordat er landbouwproducten worden geproduceerd die op lokale markten te koop zijn. Inwoners die het onderzoeksgebied en omgeving bezoeken, zijn het met deze betekenis significant meer eens dan inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken. Inwoners zijn het ook eens met de principiële betekenis dat het gebied bedrijven bevat die bijdragen aan een betere leefomgeving. Ook nu zijn inwoners die het onderzoeksgebied en omgeving bezoeken het met deze betekenis significant meer eens dan inwoners die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken.

De afhankelijkheid van het gebied van de kracht van de elementen (wind, zon) is een vorm van reële betekenis waar – gemiddeld – de inwoners het ook mee eens zijn.

5 Oordeel huidige situatie en belang inrichtingsaspecten van het streefbeeld

5.1 Inleiding

Het streefbeeld wordt gerealiseerd door de Gebiedscoöperatie Buijtenland van Rhoon, waarin natuurpartijen, boeren en recreatieondernemers op een gelijkwaardige manier samenwerken. De inspanningen van de gebiedscoöperatie zijn erop gericht de doelen uit het streefbeeld binnen tien jaar te realiseren. Het streefbeeld noemt veel (inrichtings)maatregelen. Gezien de zoektocht naar synergie tussen soms conflicterende doelstellingen van recreatie, natuur en landbouw, is zowel de inrichting als het beheer van het Buijtenland van Rhoon een dynamisch leerproces. In dit leerproces zal veel ruimte moeten worden gecreëerd voor experimenteren en monitoren van de resultaten, terwijl tegelijkertijd zo concreet mogelijk geformuleerde doelen voor het gebied goed in het oog moeten worden gehouden. Dit betekent ook dat er informatie moet zijn over het oordeel over recreatie van de bezoekers in de huidige situatie, zodat bekend is wat behouden moet blijven en wat moet worden aangepast.

5.2 Totaaloordeel huidige situatie

Slechts 5% van de bezoekers geeft een onvoldoende (rapportcijfer 5 of lager) aan het Buijtenland van Rhoon. Het totaaloordeel over recreatie is gemiddeld een 7,3 en is gelijk gebleven vergeleken met 2019. Er is geen significant verschil tussen de bezoekers die alleen de natuur- en recreatiegebieden bezoeken en bezoekers die ook het Buijtenland van Rhoon bezoeken.

Het totaaloordeel is gerelateerd aan de subtotaaloordelen over de belevingswaarde, de gebruikswaarde, de educatieve waarde en de verbondenheid. Via een 'lineaire stapsgewijze regressieanalyse' blijkt dat van deze vier subtotaaloordelen de belevingswaarde, de gebruikswaarde en de educatieve waarde (in deze volgorde) voor 76% het totaaloordeel over recreatie verklaren. De verbondenheid blijkt niet (extra) bij te dragen aan het totaaloordeel.

Belevingswaarde
Via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse blijken vier variabelen de belevingswaarde voor 34% te verklaren. De variabele 'de landschappelijke afwisseling van het gebied' verklaart het meest, gevolgd door 'stilte', 'schoonheid van het gebied' en 'veiligheid'. Via deze variabelen is het mogelijk om de belevingswaarde te verhogen. Maar blijkbaar zijn er nog meer variabelen die niet in het onderzoek zijn opgenomen, omdat deze vier variabelen slechts 34% verklaren.

Gebruikswaarde
Via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse blijken vier variabelen de gebruikswaarde voor 50% te verklaren. Dit is met name het aantal paden, de bewegwijzering, de bereikbaarheid vanuit huis en het aantal voorzieningen voor mensen met een fysieke beperking.

Educatieve waarde
Er zijn vijf variabelen die via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse voor 36% de educatieve waarde verklaren. Vooral de mogelijkheid om iets over het agrarisch leven te leren, draagt daar sterk aan bij. Maar ook het aantal excursies, de mogelijkheid om iets over de natuur te leren, informatieborden over landbouw, natuur en/of cultuur, de mogelijkheden om in contact te komen met de natuur dragen daaraan bij.

5.3 Inrichtingsaspecten van het streefbeeld

In het streefbeeld worden diverse inrichtingsaspecten voorgesteld. Het is dan van belang om te weten hoe de bezoekers daarover denken. Sluit dit aan bij hun wensen of niet? En hoe waarderen ze de huidige situatie van deze inrichtingsaspecten? Het belang is gevraagd door middel van een likert-schaal waarbij een 1 staat voor zeer onbelangrijk en een 5 voor zeer belangrijk.

Alle aspecten worden gemiddeld wel belangrijk gevonden. Soms is het belang meer richting neutraal en soms meer naar zeer belangrijk. Geen enkel aspect wordt gemiddeld (zeer) onbelangrijk genoemd (Tabel 11). In vergelijking met 2019 zijn er geen grote verschuivingen.

Tabel 11 *Belang van inrichtingsaspecten per jaar van 1 (zeer onbelangrijk) tot 5 (zeer belangrijk).*

Aspect	Totaal 2022	Totaal 2019
Bescherming van de natuur	4,22	4,20
Rust en ruimte	4,08	4,18
Bloemrijke bermen	4,07	4,06
Goed onderhouden fiets- en wandelpaden	4,03	4,18
Gedragingen van mede-recreanten	4,03	4,20
Veiligheid op de wegen	3,98	4,14
Vogels en reeën op de akkers en weilanden	3,92	4,01
Bos	3,88	3,88
Landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert	3,84	3,85
Velden met bloeiend gewas	3,77	3,90
Bloemrijke hooilandjes	3,75	3,86
Rondtrekkende schaapskudde	3,67	3,62
Cultuurhistorische elementen zoals molens en boerderijen	3,64	3,67
Hoogstamboomgaarden	3,60	3,57
Heggen en hagen	3,54	3,58
Regelgeving	3,53	3,86
Drassige gebieden	3,41	3,49
Voorzieningen voor kinderen	3,33	3,45
Horeca	3,32	3,21
Plekken om bloemen en fruit te plukken	3,30	3,40
Herkenbare Napoleonroute	3,26	3,33
Bezoekerscentrum	3,22	3,34
Duidelijke entree met toegangspoorten	3,14	3,28

Grofweg hechten de huidige bezoekers meer belang aan natuur en natuurlandbouw dan aan voorzieningen. Gemiddeld wordt door de bezoekers het meeste belang gehecht aan de bescherming van de natuur, de rust en de ruimte in het gebied, bloemrijke bermen, goed onderhouden fiets- en wandelpaden, vogels en reeën op de akkers en weilanden, bos en landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert. Ook gedragingen van mederecreanten en veiligheid op de wegen zijn belangrijke onderdelen. Blijkbaar zijn er ergernissen tussen de diverse gebruikersgroepen. Dit is echter niet direct door een bepaalde inrichting op te lossen, tenzij gebruikersgroepen van dezelfde voorziening gebruik moeten maken, zoals racefietsers en wandelaars die gebruik moeten maken van een weg. Gescheiden voorzieningen voor diverse gebruikersgroepen is dan de beste oplossing. Ook kan gedacht worden aan regelgeving. Dit aspect wordt ook redelijk belangrijk gevonden.

Gemiddeld is men neutraal over het belang van duidelijke entrees met toegangspoorten. Dit komt wellicht omdat de bezoekers de weg wel weten.

Er is van dezelfde aspecten ook een oordeel gevraagd over de huidige situatie door een rapportcijfer te vragen. Een aantal aspecten is echter in de huidige situatie nog niet aanwezig. Zo is de Napoleonroute nog een voorstel en nog niet geïmplementeerd. Ook zijn er nog geen duidelijke toegangspoorten gemaakt of een bezoekerscentrum. Het ontwikkelen van hoogstamboomgaarden zit ook nog in de ideefase en voorzieningen voor kinderen zijn er ook nog niet in het onderzoeksgebied. Ook de mogelijkheid van een rondtrekkende

schaapskudde zit nog in de onderzoeksfase. Belangrijk is wel om te realiseren dat de inwoners waarschijnlijk het hele gebied tussen de A15 en de Oude Maas in gedachten hadden bij het beantwoorden van deze vragen.

Het gemiddelde oordeel van de bezoekers over alle aspecten is ruim voldoende en ligt hoger dan in 2019. Er zijn geen aspecten die een onvoldoende scoren. Er zijn twee uitschieters naar boven. Het gemiddelde oordeel over de 'landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert' en dat voor 'velden met bloeiend gewas' zijn het hoogst. Dit is een belangrijke uitkomst, want de bezoekers hechten hier ook relatief veel waarde aan. Hetzelfde geldt voor de aspecten goed onderhouden fiets- en wandelpaden en bescherming van de natuur (Tabel 12).

Tabel 12 *Oordeel (gemiddeld rapportcijfer) van inrichtingsaspecten per jaar.*

Aspect	Totaal 2022	Totaal 2019
Landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert	7,99	7,07
Velden met bloeiend gewas	7,97	6,85
Goed onderhouden fiets- en wandelpaden	7,86	7,35
Bescherming van de natuur	7,86	7,32
Plekken om bloemen en fruit te plukken	7,79	6,53
Bloemrijke hooilandjes	7,78	6,82
Bloemrijke bermen	7,72	6,91
Heggen en hagen	7,71	6,82
Rust en ruimte	7,64	7,55
Regelgeving	7,58	6,82
Veiligheid op de wegen	7,56	7,15
Cultuurhistorische elementen zoals molens en boerderijen	7,55	6,65
Vogels en reeën op de akkers en weilanden	7,51	6,74
Horeca	7,41	6,12
Bos	7,30	6,65
Gedragingen van mederecreanten	7,26	6,72
Drassige gebieden	6,65	6,55

De 'gedragingen van mederecreanten' scoort gemiddeld een voldoende, maar voor 20% van de bezoekers scoort dit een onvoldoende. Dit aspect wordt ook belangrijk gevonden. Er is ook een significant verschil te zien. De gemiddelde score voor inwoners die alleen het natuur- en recreatiegebied bezoeken ligt lager dan elders. Blijkbaar vinden er daar gedragingen plaats die ergernissen opwekken (en is het er drukker) die niet of minder optreden in het onderzoeksgebied, want het oordeel over de gedragingen is daar gemiddeld hoger. Het oordeel over de aanwezigheid van bos is ook relatief minder in vergelijking met andere aspecten, terwijl men er wel belang aan hecht.

Het minst tevreden is men over de horeca en drassige gebieden, maar het belang daarvan is ook minder hoog.

5.4 Inrichtingsaspecten die ertoe doen

Wanneer de variabelen die een onderdeel zijn van de gebruikswaarde, belevingswaarde en educatieve waarde worden gecombineerd met het oordeel over de inrichtingsaspecten, dan blijkt dat via een lineaire stapsgewijze regressieanalyse het totaaloordeel over recreatie voor 59% wordt verklaard door acht variabelen. Blijkbaar zijn dit de variabelen die ertoe doen. Deze variabelen zijn (in volgorde van belangrijkheid):

- Bewegwijzering.
- Aantal paden.
- De mogelijkheid om iets van de natuur te leren.
- Rustgevendheid van het gebied.
- Het aantal agrarische verkooppunten.
- De bereikbaarheid vanuit huis.
- Landschappelijke afwisseling.
- Informatieborden over landbouw, natuur en/of cultuur.

Dit zijn dus variabelen die goed passen in de beoogde kenmerken volgens het concept van natuurlandbouw zoals in het streefbeeld is verwoord.

5.5 Bezoeker en geen bezoeker

Omdat een redelijk groot deel van alle respondenten het gebied (nog) niet bezoekt, kan het zijn dat de inwoners die het gebied wel bezoeken een aparte groep zijn. Om daar meer zicht op te krijgen, wordt daar in deze paragraaf verder op ingegaan.

Omdat het motief een belangrijke reden is om ergens te gaan recreëren, is er geanalyseerd of er een verschil is tussen de bezoekers en de niet-bezoekers (Tabel 13).

Tabel 13 *Verdeling (%) recreatiemotieven en persoonlijke kenmerken (N) per bezoekcategorie.*

Recreatiemotief	Bezoeker	Niet-bezoeker
Gezelligheid*	29	38
Er even tussenuit	28	28
Interesse*	15	12
Volledig opgaan in andere wereld	15	13
Fysieke uitdaging*	14	9
Gemiddelde leeftijd*	51	48
Kinderen*	minder	meer
Geslacht*	Man	Vrouw
Auto*	Ja	Nee

* $p < 0,01$.

Opvallend is dat respondenten die vaker met het motief 'Gezelligheid' gaan recreëren, significant minder het Buijtenland van Rhoon bezoeken dan respondenten met andere motieven. Blijkbaar is dit gebied voor hen niet 'gezellig' genoeg. Dit is een belangrijke constatering, want dit motief is wel het populairst bij de niet-bezoekers. Als het gebied meer aansluit bij de wensen van de 'gezelligheidsgroep', dan is bezoek van deze groep wellicht mogelijk.

Er is geen verschil in bezoek tussen recreanten die met de motieven 'er even tussenuit' en 'volledig opgaan in andere wereld' gaan recreëren. Er is wel een significant verschil met de motieven 'interesse' en 'fysiek uitdaging'. Recreanten met deze motieven gaan eerder naar het Buijtenland van Rhoon. Wat daarnaast opvalt, is dat de gemiddelde leeftijd hoger is bij de bezoeker dan de niet-bezoekers en mannen meer dan vrouwen het gebied bezoeken. De niet-bezoeker heeft daarentegen minder de beschikking over een auto. De bereikbaarheid van het gebied kan voor hen een issue zijn.

Een interessante subgroep onder de niet-bezoekers zijn inwoners die hebben aangegeven er nog niet aan gedacht te hebben. Dit is een vrij grote groep (N=231) en bijna de helft hiervan woont in de directe omgeving (43% waarvan 34% Rotterdam-Zuid, 6% Barendrecht en 3% in Albrandswaard). Het blijken vooral vrouwen te zijn (64%) en de gemiddelde leeftijd van deze groep is 46 jaar. Dat is jonger dan van de totale steekproef. Ongeveer 53% heeft inwonende kinderen onder de 18 jaar. De gemiddelde leeftijd van het jongste kind is 8 jaar. 59% heeft een hoger opleidingsniveau en 41% een lager opleidingsniveau. Het blijkt dat 80% de beschikking heeft over een auto. Gezelligheid is het belangrijkste motief (34%) bij deze groep, gevolgd door Er even tussenuit (29%), Volledig opgaan in andere wereld (14%), Interesse (14%) en Fysieke uitdaging (9%).

6 Conclusies en adviezen over recreatie

6.1 Inleiding

Op basis van de resultaten uit het onlineonderzoek worden in dit hoofdstuk de conclusies en de daaraan gelinkte adviezen beschreven. Daarbij worden de voorgestelde inrichtingsaspecten uit het Streefbeeld betrokken en wordt er gekoppeld aan doelgroepen met een bepaald recreatiemotief.

6.2 Conclusies

Van de inwoners uit de regio kent 71% (gelijk aan 2019) de naam Buijtenland van Rhoon niet en weet niet waar het ligt. De bekendheid is wel hoger in Albrandswaard en Barendrecht. De meerderheid van de inwoners in deze regio (69%) heeft nog nooit gerecreëerd in het Buijtenland van Rhoon en dat is meer dan in 2019. Inwoners nabij het gebied recreëren er wel. Geschat wordt dat er een potentieel van 30% extra bezoekers is.

Corona heeft wellicht enig invloed gehad op het bezoek in de zin dat het Buijtenland van Rhoon afgelopen jaar minder bezoek heeft gehad dan in 2019. Er is een schatting van 91.000 unieke bezoekers aan het Buijtenland van Rhoon per jaar, waarbij ook de aangrenzende natuur- en recreatiegebieden zijn bezocht. Dat is een sterke daling (30%) ten opzichte van 2019. Er zijn 136.000 unieke bezoekers alléén naar de natuur- en recreatiegebieden aan de randen van het gebied geweest. Inwoners zien dus het gebied tussen de bebouwde kommen van Barendrecht en Rhoon en tussen de Oude Maas en de snelweg A15 als het Buijtenland van Rhoon. Er is wel meer gewandeld dan in 2019 (gestegen met bijna 10 procentpunten) naar 70% en is daarmee de populairste activiteit. Fietsen komt op de tweede plaats met 49%. Dit was in 2019 nog 62%. Wellicht door corona zien we dat bijna alle recreatieactiviteiten in 2022 zijn teruggelopen ten opzichte van 2019, zoals bezoek aan restaurants en boerderijen. Alleen de meer sportieve activiteiten zijn procentueel ten opzichte van 2019 toegenomen.

De meerderheid van de bezoekers bezoekt het gebied per fiets (47%). 38% komt met de auto, wandelend komt 6% naar het gebied en 7% neemt het openbaar vervoer. In 2022 is de bezoeker ten opzichte van 2019 meer met de auto en ov gekomen dan met de fiets of wandelend. In deze regio beschikt 23% van de inwoners niet over een auto.

Gemiddeld wordt er € 11,68 per persoon besteed aan recreatie in het Buijtenland van Rhoon, vooral aan horeca, maar ook aan producten die bij een boerenbedrijf zijn gekocht, in winkels, vervoer en parkeerkosten en aan activiteiten. Dat is iets meer dan in 2019. Van de bezoekers heeft 48% (gelijk aan 2019) geen uitgaven gedaan.

Het totaaloordeel over recreatie van de bezoekers is gemiddeld een 7,3 en is gelijk gebleven vergeleken met 2019. Een gevoel van verbondenheid scoort een 6,5, het educatieve aanbod krijgt van de bezoekers een 6,7, de recreatieve gebruikswaarde een 7,1 en de belevingswaarde een 7,5. Dit is vergelijkbaar met 2019. De belevingswaarde, de gebruikswaarde en de educatieve waarde verklaren voor 76% het totaaloordeel over recreatie.

De meerderheid van de bezoekers geeft aan een gevoel van frisse lucht/uitwaaien en ontspanning te ervaren bij een bezoek. Weinig bezoekers houden een negatief gevoel over na een bezoek.

Buijtenland van Rhoon heeft voor de bezoekers vooral een visuele en relationele betekenis. De bezoekers vinden dat het gebied redelijk mooi is vormgegeven. Ze zijn het er ook redelijk mee eens dat het gebied een betekenis heeft als verbinding tussen landbouw, natuur en recreatie.

Bezoekers hechten veel waarde aan de bescherming van de natuur, de rust en de ruimte in het gebied, bloemrijke bermen en goed onderhouden fiets- en wandelpaden. Het gemiddelde oordeel van alle aspecten is ruim voldoende en ligt hoger dan in 2019. 'Landbouw die gezond voedsel voor de streek produceert' en 'velden met bloeiend gewas' scoren het hoogst, evenals goed onderhouden fiets- en wandelpaden en bescherming van de natuur.

De belangrijkste inrichtingsaspecten die bij de bezoekers goed scoren en ertoe doen, zijn de bewegwijzering, het aantal paden, de mogelijkheid om iets van de natuur te leren, de rustgevendheid van het gebied, het aantal agrarische verkooppunten, de bereikbaarheid vanuit huis, de landschappelijke afwisseling en de informatieborden over landbouw, natuur en/of cultuur. Deze aspecten verklaren voor 59% het totaaloordeel over recreatie. De bewegwijzering en informatieborden zijn tussen 2019 en 2022 verder ontwikkeld of geplaatst en hebben dus direct effect op de waardering.

Tussen 2019 en 2022 zijn er weinig nieuwe recreatievoorzieningen gerealiseerd die gericht zijn op doelgroepen die nu minder het gebied bezoeken. Dit zou kunnen verklaren dat de bezoekers in 2022 nog sterk lijken op die uit 2019. Bezoekers worden gekenmerkt door een hogere leeftijd, een hoger opleidingsniveau, en interesse als een relatief vaak voorkomend recreatiemotief.

6.3 Adviezen over recreatief gebruik

De naamsbekendheid kan worden verbeterd door regelmatig artikelen over het Buijtenland van Rhoon in lokale kranten te plaatsen, actief te zijn op social media en de beeldmerken te blijven hanteren. Ook kan een bewegwijzering naar het gebied vanuit het centrum van omringende steden worden ontwikkeld. Ook de recreatieve toegangspoorten zouden verder ontwikkeld kunnen worden om de bereikbaarheid voor de niet-bezoeker te vergroten. Daarmee kan de relatief grote groep inwoners wellicht verleid worden tot een bezoek, een groep die nu aangeeft er nog niet aan gedacht te hebben om het gebied te bezoeken en/of het gebied niet kent.

De bereikbaarheid via het openbaar vervoer van het Buijtenland van Rhoon voor deze groep moet nader bestudeerd worden, want er is alleen een openbaar vervoerhalte nabij de jachthaven, maar niet in het gebied zelf.

Het streefbeeld gaat uit van een substantiële toename van het aantal bezoekers, met een voorlopig streefgetal dat in 2022 gesteld is op 600.000 unieke bezoekers per jaar. Met een totaalaantal inwoners van bijna een miljoen mensen in de regio, is dit erg ambitieus en wellicht niet realistisch. Dat zou betekenen dat bijna iedereen in de regio het Buijtenland van Rhoon bezoekt. Wil men deze substantiële toename van het aantal bezoekers, dan zal het gebied anders moeten worden ingericht om de inwoners met het motief 'gezelligheid' (het belangrijkste motief in de regio) te trekken. Gezien de sfeer van het streefbeeld is het realistischer om de gewenste toename van het aantal unieke bezoekers aan te passen. Dat is wel afhankelijk van voor welke doelgroep gekozen wordt.

Omdat inwoners het Buijtenland van Rhoon zien als het gebied tussen de bebouwde kommen van Barendrecht en Rhoon en tussen de Oude Maas en de snelweg A15, is het goed de randen nadrukkelijker te betrekken bij de verdere invulling van de recreatieve ontwikkeling van het Buijtenland.

Gezien het belang dat wordt gehecht aan bewegwijzering (dat samenhangt met een positiever oordeel) en de populariteit van wandelen en fietsen, is een uitbreiding van routes en ommetjes met vrij liggende fiets- en wandelpaden een logische stap.

6.4 Adviezen over recreatieve beleving

Afwisseling van het landschap is een belangrijk onderdeel bij het totale oordeel over recreatie bij de huidige bezoeker. Het gebied kent nu een vrij open polder met aan de randen meer natuur. Om nieuwe bezoekers te trekken, zou onderzocht kunnen worden of de huidige verhouding tussen open polders en natuur voldoende is, aangezien landschapsbeleving een belangrijk aspect is bij de keuze om ergens te gaan recreëren. Dit kan van invloed zijn om het gewenste aantal bezoekers te halen waarvoor de gebiedscoöperatie aan de lat staat.

In de Recreatievisie XL staat weinig over gewenste type landschappen of hoe het landschap rond routes en ommetjes kan worden ingericht. Bloemrijke bermen, velden met bloeiend gewas en bloemrijke hooilandjes zou een mogelijkheid zijn om routes en ommetjes aantrekkelijker te maken gezien het belang dat recreanten hieraan hechten.

Gezelligheid is het belangrijkste recreatiemotief van de inwoners binnen het relevante herkomstgebied en is ook een belangrijk onderdeel bij de in de Recreatievisie XL genoemde Harmonie- en Stijlzoekers en de Plezierzoekers. Inwoners die met het motief 'Gezelligheid' recreëren, bezoeken significant minder het Buijtenland van Rhoon. Blijkbaar is dit gebied voor hen niet 'gezellig' genoeg. Een uitbreiding van de recreatiepoorten met meer vertier en activiteit past dan ook beter bij deze doelgroep. Daarmee zijn wellicht de voorgestelde aantallen te halen. Maar dan moet er wel in de directe omgeving van de poorten iets te doen zijn in een landschap dat gewenst wordt. En de poorten moeten een duidelijk profiel hebben en niet gericht zijn op te veel doelgroepen gelijktijdig met tegengestelde wensen (gezelligheid tegenover natuurvorser). Belangrijk is om te realiseren dat het type recreant met het gezelligheidsmotief minder geïnteresseerd is in cultuurhistorie, educatie en afstemming natuur en landbouw en meer gericht is op horeca, gemarkeerde routes, evenementen, voldoende parkeerplaatsen en activiteiten die samen (met kinderen of vrienden) gedaan kunnen worden. De zuidoostelijke recreatiepoort (Carnisse) is minder geschikt voor de gezelligheidszoeker, want de natuurgebieden eromheen zijn vooral interessant voor recreanten met de motieven Er even tussenuit, Interesse en Opgaan in andere wereld (natuurvorsers).

De huidige bezoekers passen in het 'gebiedsprofiel het Buijtenland van Rhoon en de grienden' zoals dit in de Recreatievisie XL is beschreven. Maar gezien de afname in het bezoek is het de vraag of met deze keuze de gewenste bezoekersaantallen worden gehaald. Het contrast tussen een rustig binnengebied en aan de randen meer vertier zoals voorgesteld in de Recreatievisie XL, biedt de recreatieve afwisseling die past bij een goed recreatief functioneren, omdat recreanten dan keuzes hebben. Dan komen er wellicht ook meer recreanten.

Literatuur

Apple, (2022). Mobility trend 2021.

Bauman et al (2002). In de ban van de Duivelsberg. Scriptie Sociaal-ruimtelijke Analyse. Wageningen. Wageningen Universiteit.

Cottrell, S. P., Lengkeek, J., & Marwijk, R.van (2005). Typology of recreation experiences: application in a Dutch forest service visitor monitoring survey. Managing leisure, 10(1), 54-72.

Dirkx, G.H.P., 2014. Natuurlijk kapitaal: toestand, trends en perspectief (No. 1480). Planbureau voor de Leefomgeving.

Elands, B. and J. Lengkeek (2000). Typical Tourists: Research into the theoretical and methodological foundations of a typology of tourism and recreation experiences. Leiden, Backhuys Publishers.

Google, (2022). Mobility trend 2021.

Goossen C.M. en T.A. de Boer (2008). Recreatiemotieven en belevingssferen in een recreatief landschap, literatuuronderzoek, Alterra-rapport 1692, Wageningen.

Goossen, C.M. en T.A. de Boer (2012). Recreatieschouw: groengebieden schouwen op basis van recreatiemotieven. Wageningen, Alterra, Alterra-rapport 2301.

Goossen, C. M., & de Boer, T. A. (2020). Belevings-en gebruiksonderzoek Buijtenland van Rhoon 2019: Nulmeting omtrent het recreatief functioneren (No. 2985). Wageningen Environmental Research.

Grauman, C.F. (2002). The Phenomenological approach to People-Environment Studies. In: Robert B. Bechtel en Arza Churchman (Eds). Handbook of Environmental Psychology. John Wiley & Sons, Inc., New York. 95-113.

Søndergaard Jensen, F. S. (1999). Forest recreation in Denmark from the 1970s to the 1990s. Miljø-og Energiministeriet, Forskningscentret for Skov & Landskab.

ZKA, (2020). Recreatievisie 2030 voor het Buijtenland van Rhoon. Den Bosch.

ZKA, (2021). Recreatievisie XL Buijtenland van Rhoon; De recreatievisie ingebed in de omgeving. Den Bosch.

Bijlage 1 Bezoekersaantallen

Aantal bezoekers op basis van inwoneraantal 2022 en participatie aan recreatie.

Inwoners:		**% recreatie**	**bezoekers**
Rotterdam rest	407.802	18	99.066
Rotterdam-Zuid	247.666	40	73.404
Barendrecht	48.714	69	33.613
Albrandswaard	25.934	81	21.007
Totaal	**730.116**		**227.090**

Aantal bezoeken per jaar op basis van frequentie in 2022 en factor Søndergaard Jensen.

Frequentie	**R'dam rest**		**R'dam zuid**		**Barendrecht**		**Albrandswaard**		**Totaal**
	%	**bezoeken**	**%**	**bezoeken**	**%**	**bezoeken**	**%**	**bezoeken**	
0	28,9	0	10,3	0	4,4	0	4	0	
1	25,8	18938	14,4	14266	6,7	2252	0	0	
2	9,3	13653	15,8	31305	20	13445	8	3361	
4	16,5	48447	16,4	64988	20	26890	16	13444	
7	6,2	31857	11	76281	8,9	20941	12	17645	
10	0	0	11,6	114917	15,6	52436	8	16805	
12	7,2	63421	12,3	146222	13,3	53646	36	90748	
52	2,1	80158	8,2	422419	11,1	194012	12	131081	
365	4,1	1098496	0	0	0	0	4	306695	
Totaal		**1354971**		**870397**		**363622**		**579781**	**3168771**
Factor Søndergaard Jensen							2		**1584385**

Bijlage 2 Recreatieactiviteiten

Ondernomen recreatieactiviteiten in het Buijtenland Van Rhoon in 2022 en 2019.

	2022		2019
Activiteit	**N**	**%**	**%**
Wandelen	200	69,7	60,1
Fietsen op gewone fiets	83	29,1	38,2
Fietsen op elektrische fiets	57	19,7	24,0
Bezoek aan restaurant/café/terras	36	12,7	17,3
Lokale producten kopen	33	11,5	12,8
Bezoek aan boerderij	28	9,7	11,4
Zitten/lezen/luieren	23	8	10,1
Spelen met kinderen	21	7,2	5,3
Hond uitlaten	15	5,2	6,4
Wielrennen (individueel)	14	4,9	3,8
Meedoen aan wandelexcursie	14	4,8	2,0
Balletje trappen, badmintonnen of andere sportieve activiteiten ter plekke	11	4	1,6
Skaten/skeeleren	11	3,9	1,9
Mountainbiken (individueel)	10	3,5	2,9
Natuurstudie/fotograferen/vogels observeren	10	3,5	6,9
Meedoen met een fietsexcursie	9	3,1	1,6
Wielrennen (in groepsverband)	8	2,9	4,3
Zwemmen	8	2,8	2,5
Picknicken/barbecueën	7	2,4	3,8
Trimmen/joggen/hardlopen	6	2,2	5,9
Evenement bezoeken	6	1,9	2,0
Golfen	5	1,7	2,5
Mountainbiken (in groepsverband)	4	1,4	0,7
Paardrijden	4	1,4	1,4
Meedoen aan tocht per paard en wagen	4	1,2	0,8
Kanoën/roeien/suppen	3	1,2	1,8
Vissen	1	0,4	0,7
Schaatsen	0	0,1	0,2
Anders, namelijk…	4	1,2	1,2

Wageningen Environmental Research
Postbus 47
6700 AA Wageningen
T 0317 48 07 00
wur.nl/environmental-research

Wageningen Environmental Research
Rapport 3208
ISSN 1566-7197

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

To explore the potential of nature to improve the quality of life

Wageningen Environmental Research
Postbus 47
6700 AB Wageningen
T 0317 48 07 00
wur.nl/environmental-research

Rapport 3208
ISSN 1566-7197

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 7.200 medewerkers (6.400 fte) en 13.200 studenten en ruim 150.000 Leven Lang Leren-deelnemers behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.