

Algemeen Beleidsplan 2020 – 2025

“internationale allure”

Hoofdpijnen van beleid en randvoorwaarden

Vastgesteld op 6 september 2019 versie maart 2021



stichting het nationale park
DE HOGE VELUWE

1. Inleiding

Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe is in 1935 opgericht om zelfstandig het Park duurzaam in stand te houden en open te stellen voor publiek.

Dit Beleidsplan 2020-2025 geeft de hoofdlijnen aan van het beleid, de strategie en de randvoorwaarden. De Missie en Positionering zijn, onder de titel “Tot nut en genot der gemeenschap bijeengebracht” in 2013 vastgesteld.

De missie (waar het Park voor staat) luidt:

- I. Het duurzaam beheren en openstellen van het Park en het aanbieden en organiseren van een brede diversiteit aan eigentijdse activiteiten en faciliteiten.
- II. Vanuit gedrevenheid zo veel Parkbezoekers als mogelijk inspireren en onbekommerd laten genieten van de eenvoud en authenticiteit van het unieke drieluik:
 - natuur & landschap,
 - kunst & architectuur,
 - historische verhalen.
- III. Duurzaam investeren in het behouden, versterken en vernieuwen van het drieluik.

Voor liefhebbers van natuur & landschap, kunst & architectuur en historische verhalen die onbekommerd willen genieten, willen ontspannen en mogelijk iets mee willen krijgen, is het Park **dé (inter)nationale expositie van natuur, kunst en overlevering** (positionering).

De corebusiness is natuur. De hoge biodiversiteit in combinatie met het drieluik onderscheiden het Park ten opzichte van andere nationale parken, natuurgebieden en dagattracties. Het omheinde Park biedt geborgenheid; het landschap is ongestoord en de landschapsgeschiedenis goed zichtbaar; het is veilig en goed toegankelijk voor bezoekers.

De relatief kleine organisatie kenmerkt zich door consistent beleid en beheer, eigenzinnigheid en modern ondernemerschap. Het Park is een stichting met bedrijfsmatige aanpak op basis van maatschappelijk verantwoord ondernemen. De Stichting is financieel en bestuurlijk zelfstandig. Het Park staat bekend als goed werkgever, is een erkend leerbedrijf en heeft een zeer uitgebreid netwerk: Europees, nationaal en regionaal.

Leeswijzer:

De volgende drie hoofdstukken beschrijven achtereenvolgens doel en ambitie, strategie en organisatie. In hoofdstuk 5 zijn de doelen en ambities uitgewerkt in twee delen: respectievelijk de instandhouding van het Park (beheer) en de openstelling voor publiek (bezoekers). Dit beleidsplan sluit af met hoofdstuk 6 randvoorwaarden en hoofdstuk 7 risico's en kansen. Om de organisatiedoelen SMART te maken, zijn Kritische Prestatie Indicatoren voor 2020-2025 opgenomen in bijlage 1.

2. Doel en ambitie

Als doelstelling (wat het Park wil bereiken) geldt:

Het in zelfstandigheid, duurzaam in stand houden en versterken van het Park als cultureel erfgoed met een zo hoog als mogelijke biodiversiteit en zoveel bezoekers als mogelijk hiervan laten genieten.

Doelgroep:

Het Park richt zich op liefhebbers van het drieluik die onbekommerd willen genieten, willen ontspannen en mogelijk iets mee willen krijgen. De focus van het Park ligt op de doelgroep 45+ en kinderen uit Nederland en buurlanden, aangevuld met de zakelijke markt.

Ambitie:

Het Park wil in 2025 hét Nederlandse nationale park van internationale allure zijn. Zo wil het Park zijn naam 'Het Nationale Park De Hoge Veluwe' waarmaken.

Het Park wil collegiaal bijdragen aan de zoektocht van anderen (collega organisaties en nationale parken) naar de balans tussen ecologie en economie. Het Park wil laten zien dat zijn (continuïteit in) beleid en beheer leidt tot een goede balans tussen ecologie en economie en resulteert in een hoge biodiversiteit. Het Park stelt prijs op internationale erkenning voor zijn beheer en beleid.

Het Park wil de hoge biodiversiteit behouden en versterken. Het Park is een hotspot van biodiversiteit op de Veluwe. Deze beleidsperiode zet de Stichting zich in om de vele bijzondere, zeldzame soorten die in het Park voorkomen te behouden en waar mogelijk te versterken.

Het Park wil actief zijn kennis en ervaring op het gebied van natuur- en landschapsbeheer delen met de wetenschap, politiek, nationale parken en collega-organisaties. Door educatie en kennisdeling over nut en noodzaak van beheer wil het Park bijdragen aan de bewustwording van het publiek.

Aandachtspunten:

Omdat het Park een private stichting is die nagenoeg geen exploitatiesubsidies ontvangt, heft het Park entree. De inkomsten uit bezoek komen ten goede aan de exploitatie van het Park (profijtbeginsel). Uitgangspunt is om financieel gezond en zelfstandig te blijven. Voorwaarde voor een gezonde exploitatie is de ontvangst van jaarlijks voldoende betalende bezoekers en een verantwoord investeringsbeleid. In plaats van meer bezoekers naar het Park te halen, wil het Park deze beleidsperiode meer aan bezoekers verdienen.

Het Park stuurt op 600.000 (betalende) bezoekers per jaar ten behoeve van de exploitatie. Op basis van berekening van de stikstofbelasting in het kader van de Wet natuurbescherming voor gebieden heeft het Park ruimte voor groei naar 800.000 bezoekers in piekjaren. De Parkkwaliteiten en de Hoge Veluwe beleving staan centraal. Het anticiperen op een toename van bezoek is een aandachtspunt voor deze beleidsperiode.

In deze beleidsperiode wil het Park investeren in kwaliteit van beheer, medewerkers en voorzieningen. Het Park wil in alle organisatieonderdelen vernieuwen, bijvoorbeeld door productinnovatie of het gebruik van (big)data. Duurzaam denken en doen zit het Park in de genen en maakt deel uit van de dagelijkse bedrijfsvoering. Het Park wil inzetten op energietransitie. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is vanzelfsprekend voor het Park. Het versterken van de maatschappelijke betekenis (o.a. welzijnsfunctie) van het Park voor de regio is een aandachtspunt. De focus qua wetgeving en beleid is gericht op de provincie en Europa.

3. Strategie

Uitgangspunt van het Parkbeleid is een goede balans tussen de missie en de economische doelstellingen.

De instandhouding van dit cultureel erfgoed met hoge biodiversiteit was niet mogelijk geweest zonder deskundig (actief) beheer en een op zelfstandigheid gericht en afgewogen economisch beleid. De Stichting zonder winstoogmerk werkt op basis van een sluitende begroting. Het Park dekt de exploitatie in grote mate uit inkomsten van bezoekers en werkt continu aan productontwikkeling. De publieksvoorzieningen van het Park en het Kröller-Müller Museum zijn, naar Amerikaans model, in het hart van het Park geplaatst en vormt een belangrijke economische drager voor de Stichting. Het Park wil de kennis en ervaring op het gebied van behoud van een goede balans tussen ecologie en economie en verdienmodellen uitdragen.

De strategie van het Park blijft deze beleidsperiode onveranderd:

a. Integraal werken op de lange termijn

Binnen het Parkbeleid is er permanent aandacht voor (de wisselwerking tussen) vijf thema's:

- ecologie: zo hoog als mogelijke biodiversiteit, door actief beheer en het versterken van het ecosysteem door herstel op landschapsschaal;
- erfgoed: behouden en ontwikkelen van het cultureel erfgoed in de traditie van het echtpaar Kröller-Müller;
- economie: het voortbestaan van het Park (exploitatie) is afhankelijk van economische dragers;
- onderzoek: meten is weten. Het uitvoeren van onderzoek en monitoring in het Park draagt bij aan effectiviteit van beleid, beheer en gastheerschap;
- educatie: de Parkbeleving versterken en bezoekers (en consumenten) inspireren en bewust maken van de waarden van het Park.

b. Consistent beleid en continuïteit van actief beheer

Het besturen en beheren van een nationaal park is gediend met een consistent beleid. Het Park heeft ruim honderd jaar kennis en ervaring op het gebied van natuurbeheer door continuïteit van actief beheer van Veluwe landschappen vanaf begin 20^e eeuw (1909: eerste grondaankoop door het echtpaar Kröller-Müller).

Het Park zoekt continu naar een goed evenwicht tussen natuur en cultuur; tussen actief ingrijpen en natuurlijke ontwikkeling en tussen recreatie en de draagkracht van de natuur. Het hieruit voortkomende actief beheer heeft afgelopen decennia geresulteerd in hoge biodiversiteit, met de aanwezigheid van vele bijzondere soorten.

Het duurzaam in stand houden van een gevarieerd landschap met een hoog ecologisch niveau en een rijke cultuurhistorische gelaagdheid vereist nauwkeurig en consistent actief beheer met daartegen afgewogen gedegen bezoekersmanagement.

c. (Ruimtelijke) zonerings van recreatief gebruik

De ruimtelijke zonerings is de sleutel voor enerzijds bescherming van de belangrijkste en meest kwetsbare soorten en gebieden en anderzijds hoogwaardige Hoge Veluwebeleving voor bezoekers. Het Park onderscheidt drie zones: rustig, matig druk en druk (zie bijlage 2). Het recreatief zwaartepunt, de drukke zone, ligt in het hart van het Park. In de meest natuurlijke zone, de (oorspronkelijke) Wildbaan, kunnen bezoekers de idylle en de natuur het sterkst ervaren. Hier heeft natuur de eerste prioriteit en mag recreatie geen blijvende sporen achterlaten. In deze zone plaatst het Park bij voorkeur geen informatieborden of routepaaltjes, om de Hoge Veluwe beleving zo min mogelijk te verstoren.

Om de huidige zonerings te versterken wil het Park de autowegen door de rustige zone afwaarderen. Deze beleidsperiode wil het Park op basis van onderzoek de (ecologische en beheertechnische) consequenties van deasfaltering in beeld brengen en afwegen of realisatie haalbaar en betaalbaar is.

Het Park houdt rekening met een autonome groei van het aantal bezoekers. Er komen meer internationale toeristen naar de Veluwe, het Park Paviljoen biedt meer mogelijkheden voor ontvangsten en het aantal activiteiten in het Park groeit. Ook de door het Kröller-Müller Museum gewenste uitbreiding van het museumgebouw biedt in de toekomst meer ruimte voor bezoekers. Het Park ziet dit als een kans, maar tevens als een aandachtspunt. De effecten van deze uitbreidingsplannen zijn nog niet in kaart gebracht of meegenomen in het bestemmingsplan en de vergunning Wet natuurbescherming. Om Parkkwaliteiten te beschermen en de Hoge Veluwe beleving te garanderen zal het Park in deze beleidsperiode heldere richtlijnen opstellen en zo nodig de zonerings aanscherpen. Het Park gaat de effecten van bezoekers monitoren en kan een maximum aantal bezoekers per dag gaan hanteren. Waar mogelijk zet het Park in op spreiding van bezoekers in tijd en fysieke scheiding van bezoekersstromen en verschillende doelgroepen (o.a. schoolklassen versus zakelijke markt).

d. Balans tussen praktijk en wetenschap

Het Park hecht grote waarde aan een eigen goed doordacht en zorgvuldig geïmplementeerd wetenschapsbeleid en wil deze beleidsperiode onderzoek opnemen als structureel onderdeel van de bedrijfsvoering. De strategie is gericht op een goed evenwicht tussen (zelf opgebouwde) praktijkkennis en wetenschappelijke kennis als basis voor (toekomstig) beleid, beheer en gastheerschap. Kwalitatief goed wetenschappelijk onderzoek vergroot de kennis, zorgt voor nieuwe ideeën en helpt bij het toetsen van de effectiviteit. Onderzoek biedt tevens kansen voor externe profilering van het Park als autoriteit op het gebied van natuurbeheer en om stellingnames van het Park wetenschappelijk te onderbouwen.

Het Park richt zich vooral op praktische onderzoeksvragen. Met een onderzoeksprogramma op het gebied van ecologie, erfgoed en economie (bezoekers) wil het Park sturen op relevante en bruikbare onderzoeksresultaten. Het Park voert zelf onderzoek uit indien onderzoeksvragen de instandhouding van het Park raken. Voor het door het Park gewenste onderzoek bestaat een actieve samenwerking met universiteiten, hogescholen en onderzoeksinstituten in binnen- en buitenland.

Deze beleidsperiode is er meer aandacht voor educatie. Het Park wil de komende jaren onderzoeksresultaten meer publiceren, delen en waar mogelijk benutten voor educatie van bezoekers, bijvoorbeeld Snapshot Hoge Veluwe.

Het Park kan kennisdeling door anderen faciliteren met bijeenkomsten in het Park Paviljoen. In Jachthuis Sint Hubertus wil het Park exclusieve bijeenkomsten over wetenschappelijke onderwerpen en thema's gaan organiseren. Dit past in de ambitie van het Park om zich te ontwikkelen tot een kenniscentrum voor natuur- en landschapsbeheer.

4. Organisatie

Binnen een snel veranderende samenleving is permanent aandacht nodig voor de eisen die dit stelt aan de organisatie. Professionele, gemotiveerde en betrokken medewerkers en vrijwilligers maken het verschil en zijn onmisbaar voor de uitvoering van het beleid. Medewerkers en vrijwilligers zijn ambassadeurs van het Park.

De ontwikkelingen op de arbeidsmarkt zijn aanleiding om te investeren in werving en behoud van medewerkers en een strategische personeelsplanning. Met name de krapte op de arbeidsmarkt in de sectoren horeca en recreatie is deze periode een aandachtspunt. Erfgoed krijgt een plek in de organisatie.

Het vrijwilligersbeleid krijgt gestalte in samenwerking met de Vereniging van Vrijwilligers. Belangrijk uitgangspunt bij de inzet van vrijwilligers is dat er sprake is van toegevoegde waarde voor het Park en dat die onbetaalde arbeid geen bedreiging vormt voor de werkgelegenheid die het Park biedt.

In het streven naar de hoogste kwaliteit wil het Park deze beleidsperiode investeren in kwalitatief hoogwaardige dienstverlening en in kwaliteit en vitaliteit van medewerkers. Het Park besteedt extra zorg aan de professionaliteit van de (betaalde en vrijwillige) medewerkers, met name op het vlak van beheer, veiligheid, gastheerschap en kennis over het Park. Het Park wil de vakkennis binnen de organisatie op peil houden. Aandachtspunten zijn kennismanagement en kennisdeling, integraal denken en doen en duurzaamheid. Het Park wil de kritische prestatie indicatoren meer laten leven bij de medewerkers.

Vanuit maatschappelijke betrokkenheid biedt het Park mensen met een grotere afstand tot de arbeidsmarkt de mogelijkheid om een vak te leren en werkervaring op te doen. Het Park biedt stageplekken op alle opleidingsniveaus en in alle geledingen van de organisatie.

5. Uitwerking per pijler

a. Beheer

Het beheer is gericht op het in stand houden en versterken van het Park als cultureel erfgoed met een zo hoog als mogelijke biodiversiteit.

Het erfgoed bestaat uit een cultuurhistorisch rijk gelaagde reeks van Veluwe cultuurlandschappen, verrijkt met een uitgestrekt 20^e-eeuws landgoed waarin natuur en cultuur verenigd zijn. De Cultuurhistorische Visie hanteert een gebiedsgerichte benadering en biedt een afwegingskader voor beleid en toekomstige ontwikkelingen. Het Park wil deze beleidsperiode de Cultuurhistorische Visie actualiseren en blijven integreren in het beheer.

Het natuur- en landschapsbeheer richt zich op het in stand houden en versterken van ecosystemen behorend bij het beeld van Veluwe (half natuurlijke) landschappen van begin 1900 door actief beheer van voor die landschappen kenmerkende vegetaties. De continuïteit van dit beheer heeft geresulteerd in een hoge biodiversiteit.

Het Park wil in deze beleidsperiode het actief beheer continueren. De invloed van de klimaatverandering en de draagkracht van natuur ten opzichte van publiek vragen om alertheid. Om de hoge biodiversiteit te behouden werkt het Park aan herstel van het natuurlijk systeem op landschapsschaal. Systeemherstel levert al goede resultaten voor de natte natuur. Het Park volgt de effecten van de toediening van steenmeel om te zien of dit kan bijdragen om de bodem te herstellen.

De kwaliteit van flora en fauna wordt constant gevolgd door monitoring. Daarnaast initieert het Park onderzoek om beheervragen te beantwoorden. Op basis van onderzoeksresultaten wil het Park gericht maatregelen nemen. Ten behoeve van het behoud en versterking van bijzondere, zeldzame soorten voert het Park waar nodig ook maatregelen uit op soortniveau. In deze beleidsperiode is er extra aandacht voor een goede balans tussen biodiversiteit en wildzichtbaarheid. Aanleiding zijn de effecten van de wild in- en uitsprongen o.a. op de bosverjonging.

Beheer en onderhoud van gebouwen en infrastructuur vindt plaats op basis van een meerjarenonderhoudsplan (MJOP) met permanente aandacht voor kwaliteit. Het Park verplicht zich tot zorgvuldig beheer en onderhoud om de veiligheid van bezoekers, medewerkers en vrijwilligers te garanderen. Beheer van monumenten vindt plaats op basis van professionaliteit en kwaliteit. Herstelwerk wordt uitgevoerd door specialisten.

Bij (ver)bouwprojecten staat de functionaliteit voorop. Aanpassingen aan de eisen van deze tijd gebeuren altijd met aandacht voor de cultuurhistorische en belevingswaarde, maar evenzeer voor veiligheid en duurzaamheid. Voor zover mogelijk maakt het Park gebruik van eigen hout. Het Park wil investeren in ruimtelijke ontwikkeling en kwaliteit, terwijl de exploitatiekosten, het verbruik (van grondstoffen, energie, gas en water) en de milieubelasting verminderen. Het Park realiseert nieuwbouw zonder aardgasaansluiting. Door grondstoffen zoveel als mogelijk te hergebruiken is er minder restafval.

Waar mogelijk zet het Park in op energietransitie. Het Park kiest voor duurzame energieopwekking, daar waar dat praktisch en economisch haalbaar is. Duurzaam bouwen

staat centraal. Het Park kiest voor duurzaam materiaalgebruik. Bij renovatie en nieuwbouw worden zoveel als mogelijk kansen benut om energie- en waterverbruik terug te dringen. De vanuit historie aanwezige aandacht voor architectuur is verwoord in de Architectuurvisie. Ook bij toekomstige ontwikkelingen dient de architectuur in het Park samenhangend en van topkwaliteit te zijn. Bij nieuwbouw is de Architectuurvisie leidend.

Projecten die binnen deze planperiode opgepakt worden:

- vervolg herinrichting omgeving Sint Hubertus;
- vervolg steenmeelproject (opschaling en onderzoek);
- snapshot Hoge Veluwe (citizen science voor onderzoek);
- bosinventarisatie en evaluatie tien jaar bosmonitoring (2022);
- gerichte maatregelen voor behoud en versterking van specifieke soorten;
- projecten in het kader van de Cultuurhistorische Visie.

b. Bezoekers

Het Park biedt bezoekers al sinds de oprichting gelegenheid te genieten van de combinatie natuur, kunst en architectuur, rust en ruimte. De combinatie van drie musea (museum Jachthuis Sint Hubertus, het Museonder en het Kröller-Müller Museum) binnen het waardevolle natuur en landschap maakt het Park tot een grote toeristische attractie.

Het Park verwacht de komende jaren een toename van (inter)nationale toeristen en zakelijke bezoekers. In dat licht is de bereikbaarheid van het Park en het Kröller-Müller Museum met openbaar vervoer een belangrijk aandachtspunt. De entrees zijn 'de poorten van het Park'. De Hoge Veluwebeleving begint hier. Het Park wil door herinrichting van de entrees de doorstroming en informatievoorziening verbeteren. De nieuwe toegangscontrole biedt het Park relevante managementinformatie over aantal en herkomst van bezoekers.

Deze periode is er extra aandacht voor de welzijnsfunctie van het Park voor de regio (gezondheid, leefstijl, rust en ruimte), bijvoorbeeld in het activiteitenprogramma. Gebouwen, terrassen en de speeltuin dienen rookvrij te zijn. Het Park streeft naar optimale toegankelijkheid en Hoge Veluwebeleving voor al zijn bezoekers. Het Witte Fietsenplan en het scheiden van bezoekersstromen (auto's, fietsers, wandelaars en ruiters), dragen bij aan de Hoge Veluwe beleving. Het Park biedt speciale voorzieningen voor minder validen. Hoewel het gebruik van de auto in het Park mogelijk is, stimuleert het Park het gebruik van milieuvriendelijke alternatieven. Het Park wil elektrisch rijden faciliteren met laadpalen.

In het kader van goed gastheerschap wil het Park dat bezoekers zich welkom voelen. Uitgangspunt is het gastvrij ontvangen van bezoekers en het bieden van een hoogwaardige Hoge Veluwebeleving, in balans met de bescherming van de kwaliteiten van het Park. Het Park streeft naar hoge en betaalbare kwaliteit. Gastheerschap is gericht op het verzorgen van een onvergetelijke ervaring. Het Park wil deze beleidsperiode de informatievoorziening en de interactie met bezoekers verder optimaliseren, o.a. door doelgroepgericht te communiceren. Zo kan meer maatwerk geboden worden. Het Park streeft naar een goede

balans tussen digitalisering en persoonlijk contact. Het Park zal niet alle trends volgen, maar zich vooral richten op rust, ruimte en 'even geen prikkels'.

In de communicatie naar de bezoeker gaat het Park de focus leggen op de inhoud. Deze beleidsperiode wil het Park meer inzetten op kennisdeling en bewustwording. Educatie speelt een belangrijke rol. Educatie (iets meekrijgen / leren) moet bijdragen aan de Hoge Veluwebeleving en richt zich op alle bezoekers. Het educatiebeleid is erop gericht om de betrokkenheid van bezoekers te vergroten door hen te inspireren en meer bewust te maken van de waarden van het Park. Het Park wil uitdragen waar het voor staat, wat het doet en waarom. Ook wil het Park vaker successen en resultaten delen met het publiek. Dit kan bijvoorbeeld door lezingen in het activiteitenprogramma en meer educatief inhoudelijke content op social media. Het beleid is gericht op een evenwichtige afwisseling van thema's in de media (o.a. beheer, onderzoek, biodiversiteit, erfgoed en bezoekersactiviteiten).

Het Park wil de jeugd vroeg betrekken bij (de waarden van) het Park en optimaal gebruik maken van innovatieve technieken om de jeugd aan te spreken. Het Park wil deze beleidsperiode een educatief programma ontwikkelen, zodat alle (basisschool)kinderen het Park leren kennen. Basisschoolklassen hebben gratis toegang tot het Park en kunnen in de daluren gebruik maken van ontvangtzalen voor educatieve programma's. Om jongeren (12 t/m 18 jaar) actief te betrekken bij natuur, cultuur en erfgoed werkt het Park samen met middelbare (partner)scholen en ontwikkelt het een Junior Rangers programma.

Ook deze beleidsperiode gaat het Park investeren in bezoekersfaciliteiten. De komende jaren krijgt het project verbouwing van het Museonder en vernieuwing van de expositie gestalte. Het thema voor de nieuwe expositie is bodem en ondergrond. Het vernieuwde Museonder gaat een belangrijke rol vervullen om de bezoekers op een stimulerende, interactieve, zintuiglijke en creatieve wijze te informeren. Met de verbouwing en vernieuwing van de expositie komt er naar verwachting ruimte om in het Museonder educatieve ruimtes te realiseren.

Het Park besteedt permanent aandacht aan het versterken van de attractie- en de belevingswaarde van het Park, om bezoekers te (blijven) trekken en de concurrentiepositie te behouden. Merkwaarden van het Park zijn: *authentiek, veelzijdig en inspirerend*. Met (inter)nationale marketing wil het Park het merk Hoge Veluwe door ontwikkelen en het onderscheidend vermogen versterken. Alle marketingactiviteiten zijn erop gericht om voor het beleid benodigde inkomsten te genereren zonder de landschappen (en de daarbij behorende flora en fauna) te beschadigen of in gevaar te brengen en zonder de Hoge Veluwe beleving te verstoren.

De komende periode wil het Park de bezoek gerelateerde inkomsten verhogen. Het Park Paviljoen biedt meer mogelijkheden om de zakelijke markt te bedienen. Uitgangspunt is een goed evenwicht tussen de dienstverlening aan de bezoeker en de inkomsten voor het Park. Om bezoekers te trekken, is het belangrijk de wensen en motivatie van bezoekers te koppelen aan de 'Unique Selling Points' (USP's) van het Park:

- combinatie van natuur en cultuur (samenhang tussen Park en Museum);
- drie musea: Jachthuis Sint Hubertus, Museonder en het Kröller-Müller Museum;

- verscheidenheid aan (oud Veluwe) landschappen;
- (gratis) Witte Fietsen;
- mogelijkheid om wild te zien;
- toegankelijkheid, ook voor mensen met een beperking.

Het Park volgt veranderende trends en behoeften van bezoekers, onder meer door het structureel houden van markt- en bezoekersonderzoeken. Het Park kan daarop anticiperen in de dienstverlening en bij de ontwikkeling van nieuwe activiteiten, arrangementen en producten.

Met onder meer innovatieve productontwikkeling en branding wil het Park de omzet per bezoeker vergroten. De Parkiconen zijn: *Jachthuis Sint Hubertus*; *Moeflon*; *Witte Fietsen*; *Stuifzand* en *Stenen Hert*. Het Park wil deze iconen, als beeld van het Park, inzetten voor communicatie, marketing en branding. Het Park werkt aan een eigen Hoge Veluwe productlijn. Uitgangspunt bij productinnovatie is dat nieuwe producten, activiteiten en gerechten aansluiten bij de uitstraling (ecologie) van het Park. In het kader van duurzaamheid zal het Park zoveel als mogelijk gebruik maken van verantwoorde, biologische, fairtrade, lokale en streekproducten en hergebruik van grondstoffen. Met nieuwbouw bij Hoenderloo wil het Park de verblijfsrecreatie uitbreiden met een hotelconcept.

Projecten die deze planperiode verder vorm krijgen zijn:

- fase 3 Centrumgebied (verplaatsing en uitbreiding fietsenherstelwerkplaats en fietsenstalling, aanleg ontsluitingsweg en –fietspad en herinrichting Marchantplein);
- herinrichting drie entrees;
- verbouwing Museonder en vernieuwing expositie;
- educatief programma voor basisscholen;
- conceptontwikkeling en voorbereiding nieuwbouw hotel bij Hoenderloo;
- bezoekers/marktonderzoek;
- toekomstige nieuwe functie gebouw 20.

6. Randvoorwaarden

Voor de instandhouding en verdere ontwikkeling van het Park is het noodzakelijk om samen te werken met strategische partners. Het Park en het *Kröller-Müller Museum* vormen een twee-eenheid voortgekomen uit gedeeld erfgoed en samen sterk op de toeristische markt. De samenwerking met de *Vereniging Vrijwilligers van De Hoge Veluwe* resulteert in professionalisering van het vrijwilligerswerk. Voor het Jachthuis Sint Hubertus is de relatie met onder meer het *Rijksvastgoedbedrijf* en de *Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed* van groot belang. Strategische samenwerking vindt verder plaats in samenwerkingsverbanden en op bepaalde thema's, zoals natuurbeheer, marketing & promotie, belangenbehartiging, onderwijs en wetenschap.

Het Park mag dan zelfstandig zijn, het blijft afhankelijk van de komst van bezoekers, van draagvlak in de omgeving (lokaal, regionaal en nationaal niveau) en goed relatiebeheer. De opkomst van de participatiesamenleving, zorgt voor toenemende betrokkenheid van burgers. Het Park zet de komende periode in op binding van bezoekers, onder andere met activiteiten en heeft daarbij speciaal aandacht voor de welzijnsfunctie voor omwonenden (inwoners van de gemeenten Ede, Arnhem en Apeldoorn).

Voor de realisering van de in dit plan beschreven ambities is het Park (deels) afhankelijk van overheidsbeleid en wet- en regelgeving. Hierbij gaat het onder meer om:

- Vogel- en habitatrictlijn (Natura 2000) en de Wet natuurbescherming;
- Omgevingswet gaat in 2021 in werking;
- Nationaal programma energietransitie.

Investeringsprojecten zijn alleen haalbaar met externe financiering. Hiervoor zet het Park in op fondsenwerving en het benutten van mogelijkheden voor projectsubsidies. Alleen met bijdragen van fondsen, loterijen, particulieren, bedrijven en de overheid kan het Park (blijven) investeren in natuur en landschap, onderzoek, educatie, innovatie en energietransitie.

De arbeidsmarkt en de beschikbaarheid van personeel zijn belangrijke randvoorwaarden. Met name in de horeca is al sprake van een krapte op de arbeidsmarkt. Het niveau van beroepsopleidingen sluit steeds minder goed aan op de praktijk.

7. Risico's en kansen

De toekomst van het Park is sterk afhankelijk van zijn omgeving. Belangrijke invloeden van buiten zijn de stand van de conjunctuur, gezondheidsrisico's, stikstofdepositie, klimaatverandering, verstoring, trends en bereikbaarheid.

a. Conjunctuur

De conjunctuur heeft gevolgen voor de bezoekersaantallen en het bestedingsgedrag. Tijdens een recessie is fondsenwerving lastiger dan in tijden van hoogconjunctuur. Ook het natuurbeleid is conjunctuur gevoelig. Natuurorganisaties zijn genoodzaakt om nieuwe verdienmodellen te zoeken. Het Park heeft hier een voorbeeldfunctie. Er is sprake van concurrentie op het vlak van fondsenwerving. De strijd tussen dagrecreatiebedrijven wordt nu vooral op de prijs gevoerd. Het belang van diversiteit in recreatieaanbod neemt toe. Kwaliteit, gastvrijheid en beleving zijn essentieel om meerprijs te realiseren. Een lagere werkloosheid zorgt voor meer concurrentie bij de werving van personeel in de sectoren horeca en recreatie.

b. Gezondheid

Er is een groeiend bewustzijn van de gezondheidseffecten van groen en natuur. Dit, samen met een toenemende aandacht voor een gezonde leefstijl (sport, beweging, voeding), biedt kansen. Het Park kan door het bieden van faciliteiten en activiteiten, zoals de Hoge Veluwe Loop en Wandeldag, bijdragen aan een gezonde leefstijl. Hiermee versterkt het Park zijn welzijnsfunctie voor de regio en kan het (nieuwe) bezoekers trekken.

Aan de andere kant moet het Park tijdig anticiperen op gezondheidsrisico's, zoals de Afrikaanse varkenspest. De sluiting van het Park tijdens de MKZ-crisis maakte duidelijk hoe groot de impact van dit soort calamiteiten is. Veiligheid van bezoekers, medewerkers en vrijwilligers staat voorop.

c. Stikstofdepositie

De stikstofdepositie is vooral een probleem voor het stikstofgevoelige Natura 2000 gebied Veluwe. Hoewel het Park niet direct invloed heeft op de stikstofuitstoot, heeft dit wel de aandacht. Stikstofdepositie heeft een negatieve invloed op de biodiversiteit en vraagt om extra inzet in beheer. Met het steenmeelonderzoek kan het Park een positieve bijdrage leveren. Met o.a. het Witte Fietsenplan en door het plaatsen van elektrische laadpalen blijft het Park bezoekers stimuleren om de auto te laten staan of om elektrisch te rijden.

d. Klimaatverandering

Klimaatverandering heeft effecten zoals temperatuurstijging, droogte, meer extreme neerslag en wateroverlast, smog of fijnstof. Er is meer risico op natuurbranden. Door de verwachte temperatuurstijging schuift de verspreiding van soorten op naar het noorden. Invasieve soorten kunnen meer overlast veroorzaken. Het Park heeft niet direct invloed op de klimaatverandering, maar kan, met gerichte (beheer)maatregelen, zoals herstel van het watersysteem, bijdragen aan een meer robuuste en klimaatbestendige inrichting. Ook het huidige bosbeleid van het Park, gericht op een sterkere horizontale en verticale gelaagdheid van het bos, draagt daaraan bij. Voor het uitvoeren van maatregelen gericht op CO₂ reductie ziet het Park kansen voor samenwerking met bedrijven die CO₂ willen compenseren.

e. Verstoring van de natuur

De prognose is dat het aantal toeristen fors groeit de komende jaren, dit vraagt om een betere spreiding over Nederland, o.a. naar de Veluwe. Het Park houdt daarom rekening met een autonome groei van bezoekers met meer verstoring van de natuur tot gevolg. Deze beleidsperiode gaat het Park de effecten van bezoekers op natuur monitoren, om zo gerichte maatregelen te kunnen nemen. Een eerste stap is het versterken van de recreatieve zoning, door het afsluiten van de Prins Hendriklaan voor auto's.

f. Marktontwikkelingen en trends

Het belang van mobiele dataverbindingen en bereikbaarheid neemt toe. De technologische ontwikkelingen en digitale innovaties bieden ook kansen. De trend verschuift van beleving naar zingeving, gericht op een betekenisvolle ervaring. Storytelling, authenticiteit en gastheerschap blijven belangrijk. De bezoeker wil topkwaliteit in beleving en wil persoonlijk benaderd worden. Eten en drinken wordt steeds belangrijker binnen de recreatiesector, de consument eet bewuster.

Veranderende behoeften op het gebied van leefstijl en vrijetijdsbesteding bieden kansen voor het aantrekken van bezoekers en om bezoekers te binden aan het Park. Het Park speelt hier op in met zijn marketingactiviteiten.

g. Bereikbaarheid

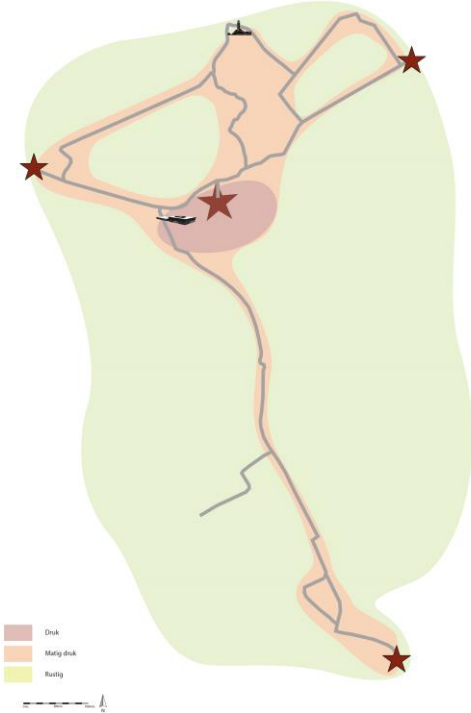
De buslijn door het Park staat steeds opnieuw ter discussie. Om de verwachte toestroom van (inter)nationale toeristen naar de Veluwe in het Park op te vangen, is een goede bereikbaarheid van het hart van het Park en het Kröller-Müller Museum met openbaar vervoer essentieel. Dit is tevens van belang voor (horeca)personeel. Voor de veiligheid van bezoekers en bereikbaarheid voor hulpdiensten is een goede dekking van het mobiele netwerk van belang. Het Park wil deze periode uitwerken hoe plaatsing van zendmasten realiseerbaar is, zonder de idylle te schaden en met behoud van de Parkkwaliteiten.

Bijlage 1 Kritische prestatie indicatoren

1. Ecologische kwaliteit behouden: meer dan 80% van alle beheertypen scoort in 2025 'goed' op structuurkenmerken en doelsoorten;
2. Aantallen per Rode lijstsoort in het Park blijven constant of nemen toe;
3. Een implementatie- en monitoringsplan voor erfgoed;
4. Sturen op 600.000 betalende bezoekers per jaar;
5. Minimaal 75% van de Parkexploitatie wordt gedekt uit inkomsten van bezoek;
6. Totale uitgaven per bezoeker stijgen van € 14 naar € 20 in 2025;
7. Jaarkaarthouders en andere Parkbezoekers bewegen om Vriend te worden: 2.000 Vrienden in 2025;
8. Stijging van de NPS (Net Promotor Score) van +40 in 2019 naar minimaal +50 in 2025;
9. Groei van het aantal basisschoolleerlingen van 15.000 naar 20.000 per jaar;
10. Het publiekbereik vergroten:
 - a. Groei van het aantal social mediavolgers van ruim 30.000 naar 60.000 in 2025;
 - b. Groei van het aantal nieuwsbriefabonnees van ruim 22.000 naar 40.000 in 2025.
11. Aandacht voor het Park door deelname in internationale fora en door minimaal twee publicaties per jaar in internationale uitgaven.
12. Een samenhangend Onderzoeksprogramma als basis voor onderzoek, met:
 - a. Minimaal twee (inter)nationale publicaties over onderzoek per jaar;
 - b. In 2025 voor iedereen toegankelijke en bruikbare (GIS) data;
13. Een lange termijn strategie van het Park op duurzaamheid en energietransitie;
14. In 2025 is geïnvesteerd in ruimtelijke kwaliteit door realisatie van de volgende investeringsprojecten (zie Totaalplan 2010-2025):
 - afronding herinrichting Centrumgebied;
 - herinrichting entrees;
 - verbouwing Museonder en vernieuwing expositie;
 - afronding herinrichting omgeving van het Jachthuis Sint Hubertus;
 - vervolg steenmeelproject (opschaling en onderzoek);
 - projecten in het kader van de Cultuurhistorische Visie.

Bijlage 2 Zonering

huidig



toekomstig

