

# Bezoekersmanagementplan 2015 - 2020

## “vernieuwend en gastvrij”

Hoofdlijnen van beleid, doelstellingen en randvoorwaarden

Eindconcept maart 2015



stichting het nationale park  
**de Hoge veLuwe**

## **1. Inleiding**

Het Bezoekersmanagementplan 2015-2020 geeft de hoofdlijnen weer van het bezoekersmanagement binnen Het Nationale Park De Hoge Veluwe. Bezoekersmanagement krijgt gestalte binnen de beleidskaders van het Park. Uitgangspunt voor het beleid van het Park is de balans tussen ecologie en economie. Met name de invloed van (grote aantallen) bezoekers op natuur en landschap vereist een ruimtelijke zonering.

Het bezoekersmanagement wordt uitgewerkt in de volgende vier onderdelen:

- Gastvrijheid en educatie;
- zonering en beleving;
- bereikbaarheid en toegankelijkheid;
- recreatieve voorzieningen.

De ambitie van het bezoekersmanagement te weten: het streven naar tevreden bezoekers die terugkomen voor een herhaalbezoek, kan slechts waargemaakt worden binnen bepaalde randvoorwaarden.

## **2. Doel en doelgroep**

Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe is in 1935 opgericht om het cultureel erfgoed van het echtpaar Krölller-Müller te behouden.

Als doel geldt het in zelfstandigheid in stand houden en versterken van het drieluik van natuur & landschap, kunst & architectuur en historische verhalen en zoveel bezoekers als mogelijk hiervan te laten genieten.

Als doel voor bezoekersmanagement geldt het gastvrij ontvangen van bezoekers en het bieden van hoogwaardige Hoge Veluwebeleving, in balans met de bescherming van de kwaliteiten van het Park. Het Park biedt bezoekers al sinds de oprichting gelegenheid te genieten van de combinatie van natuur, kunst en architectuur, rust en ruimte.

Omdat het Park een private stichting is die nagenoeg geen exploitatie subsidies ontvangt, heft het Park entree. Het ontvangen van betalende bezoekers is nodig voor de exploitatie . De komende jaren streeft het Park naar structurele groei van het aantal betalende bezoekers naar 600.000 per jaar.

Er wordt permanent aandacht besteed aan het versterken van de attractie- en de belevingswaarde van het Park om de concurrentiepositie te behouden. Het unieke drieluik maakt het Park onderscheidend ten opzichte van andere attracties en nationale parken.

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+ met kinderen, kleinkinderen, familie en vrienden uit Nederland en BRD/Noordrijn-Westfalen, aangevuld met gezinnen met kinderen.

### **3. Gastvrijheid en educatie**

Het Park wil dat bezoekers zich welkom voelen. De komende jaren richt het beleid zich op voortzetting van opleiding en training van medewerkers en vrijwilligers op het gebied van gastheerschap en veiligheid. Het Park streeft naar hoge kwaliteit en excellente gastvrijheid.

Educatie speelt een belangrijke rol en De Hoge Veluwe wil hét Park zijn waar zoveel als mogelijk basisscholen komen. De opvang en begeleiding van scholen (met name voorgezet onderwijs) vraagt extra aandacht, opdat andere bezoekers geen overlast ervaren en gebruik van voorzieningen en materialen met zorg geschiedt. Om de bezoeker op een stimulerende, interactieve, zintuiglijke en creatieve wijze te informeren speelt het Museonder een centrale rol.

De informatievoorziening in het Park en de interactie met bezoekers worden verder geoptimaliseerd, ondermeer door gebruik te maken van nieuwe (digitale) technieken. Het Park streeft naar een goede balans tussen digitalisering en persoonlijk contact. Vrijwilligers worden mede ingezet om informatie te verstrekken bij de ingangen van het Park. De bezoekersinformatie wordt drietalig (Nederland, Engels en Duits) aangeboden.

Om onderscheidend te zijn, het gastheerschap te verbeteren en meer bezoekgerelateerde inkomsten te genereren, ontwikkelt het Park voortdurend nieuwe (Hoge Veluwe)producten en activiteiten. Het Park werkt ook de komende jaren aan een aanbod dat aansluit bij zijn uitstraling. Dit moet leiden tot een hoger rendement op verkoop van producten en activiteiten. Het kwaliteitsniveau dat wordt nagestreefd geldt ook voor de horeca binnen het Park. Het Park neemt de horeca in eigen beheer en zal het horecaconcept aanscherpen in een apart beleidsplan.

Belangrijk aspect van de gastvrijheid is (het gevoel van) veiligheid van bezoekers. Het Park garandeert ook de komende jaren zorgvuldig onderhoud en beheer van recreatieve voorzieningen, natuur en landschap en toezicht.

De komende periode zal het Park de tevredenheid en waardering van bezoekers ten aanzien van gastvrijheid, kwaliteit en veiligheid continu monitoren.

### **4. Zonering en beleving**

Het Park wil bezoekers binden met het unieke en onderscheidende drieluik. Om bezoekers te trekken, is het belangrijk de wensen en motivatie van bezoekers te koppelen aan de 'unique selling points' van het Park, zijnde:

- combinatie van natuur en cultuur;
- drie musea: Jachthuis Sint Hubertus, Museonder en het Kröller-Müller Museum;
- verscheidenheid aan (oud Veluwse) landschappen;
- (gratis) Witte Fietsen;
- toegankelijkheid, ook voor mensen met een beperking;

- mogelijkheid om wild te zien.

De parkiconen zijn: Landschappen, Moeflon, Korhoen, Jachthuis en Witte Fiets.

De inrichting van het Park richt zich op enerzijds een hoogwaardige Hoge Veluwebeleving voor bezoekers en anderzijds op de bescherming van kwetsbare soorten en gebieden.

Het Nationale Park De Hoge Veluwe onderscheidt zich van andere nationale parken in Europa door het Amerikaanse model. De belangrijkste recreatieve voorzieningen (Kröller-Müller Museum, het Museonder en het nieuw te bouwen landhuis) liggen niet aan de rand, maar in het Hart van het Park. We onderscheiden drie zones (zie bijlage 1):

- druk: het recreatief zwaartepunt, de drukke zone, waar de meeste bezoekers zich bevinden, ligt in het centrumgebied;
- matig druk: aan noord- en zuidzijde liggen matig drukke zones vanuit de ingangen richting centrum en in de omgeving van het Jachthuis Sint Hubertus;
- rustig: de rustige zone, waar bezoekers de idylle en natuur het sterkst ervaren, ligt in het midden van het Park.

Het recreatief zwaartepunt wordt versterkt door een herinrichting van het centrumgebied. Het centrum moet nog sterker gaan functioneren als ontmoetingsplek en startpunt voor activiteiten in het Park. De herinrichting betekent een kwalitatieve verbetering van de recreatieve voorzieningen in het centrum. De plaatsing van informatieborden zal beperkt blijven tot het recreatieve zwaartepunt (centrumgebied, Jachthuis Sint Hubertus) en de fiets- en wandelroutes. Om de wildzichtbaarheid op basis van natuurlijk gedrag te bevorderen en verstoring te beperken, wordt de infrastructuur herzien. Betreding van het Park buiten wegen en paden (struinen) – al dan niet met GPS - is dan alleen onder leiding van een natuurgids van het Park toegestaan.

Om de zonering nog nadrukkelijker te onderstrepen en de Hoge Veluwebeleving zo min mogelijk te verstoren is de rustige, meest natuurlijke zone, de (oorspronkelijke) Wildbaan, waar mogelijk ontdaan van onnatuurlijke elementen. Het Park zal in deze zone geen routepaaltjes en informatieborden meer gebruiken.

## **5. Bereikbaarheid en toegankelijkheid**

Bezoekers moeten het Park goed kunnen vinden en bereiken. Het Park richt zich op behoud van de (ANWB)bewegwijzering vanaf snelwegen, provinciale wegen en vanuit de centra van Arnhem, Ede en Apeldoorn. Daarnaast is ook de bereikbaarheid met openbaar vervoer een belangrijk aandachtspunt voor bestuurlijke/politieke beïnvloeding. De buslijn door het Park moet gehandhaafd blijven om het Park met OV vanuit Ede, Arnhem en Apeldoorn bereikbaar te houden. Het Park laat de bezoeker vrij in de keuze van vervoer, zowel naar het Park als in het Park. Hoewel het gebruik van de auto in het Park mogelijk is, wordt het gebruik van milieuvriendelijk vervoer gestimuleerd. Het Park stelt gratis (1800) Witte Fietsen beschikbaar. Het aantal Witte Fietsen is gebaseerd op de capaciteit van de fietspaden, het onderhoud en het gebruik. Daarnaast zijn er voor alle doelgroepen op maat gesneden

fietsen (te huur), waaronder speciale fietsen voor minder validen. Uitbreiding van dit assortiment wordt mede bepaald aan de hand van de vraag en de (fiets)innovatie.

De beoogde structurele groei van het aantal bezoekers per jaar, vraagt om een betere spreiding van bezoekers over het jaar (laagseizoen) en over de verschillende ingangen.

De entrees zijn 'de poorten van het Park'. De Hoge Veluwebeleving begint hier. De doorstroming en informatievoorziening, bij de entrees (met name grote groepen en bezoekers met e-tickets) krijgt extra aandacht in de komende periode. Het Park wil de toegangscontrole benutten voor relevante managementinformatie over aantal en herkomst van bezoekers.

Het Park streeft naar optimale toegankelijkheid en Hoge Veluwebeleving voor al haar bezoekers. Het Park biedt speciale voorzieningen voor minder validen. De beleving van de perfecte idylle, staat aan de basis van de structuur van wegen en paden. Wegen en fietspaden leiden naar het centrumgebied, waar de voorzieningen gesitueerd zijn en waar bezoekers informatie kunnen krijgen. Van daaruit kan de bezoeker het Park verder verkennen. Door bezoekersstromen (auto's, fietsers, wandelaars, ruiters) zoveel mogelijk fysiek te scheiden, wordt ieders parkbeleving geoptimaliseerd. Bij publieksvoorzieningen of waar de buitenwereld nadert (centrumgebied, Jachthuis Sint Hubertus, entrees) komen de verkeersstromen weer bij elkaar. Met de uitvoering van het Totaalplan 2010-2020 zal het Park de komende jaren deze visie gestalte geven.

## **6. Recreatieve voorzieningen**

Het Park trekt samen met het Kröller-Müller Museum jaarlijks veel bezoekers. Het is in het belang van het Park dat bezoekers met een goed gevoel terugkijken op hun bezoek. Dit draagt in belangrijke mate bij aan de bekendheid van het Park en stimuleert herhaalbezoek. Het Park streeft daarom naar een constante, hoge kwaliteit van haar recreatieve voorzieningen die voldoet aan de (veranderende) behoeften van haar bezoekers. Om dit kwaliteitsniveau te behouden wil het Park de komende jaren extra investeren in de kwaliteit van haar recreatieve voorzieningen:

- vervangende nieuwbouw landhuis met restaurant, ontvangstruimten, informatiebalie, Parkwinkel en toiletvoorzieningen;
- verbouwing Museonder en vernieuwing expositie.

Met de herinrichting van het Centrumgebied streeft het Park naar de ontwikkeling van een nieuw beeldbepalend Hart met moderne, multifunctionele en duurzame voorzieningen. Het nieuw te bouwen landhuis wordt dé ontmoetingsplek en het vertrekpunt voor activiteiten in het Park. Het landhuis biedt faciliteiten voor diverse activiteiten: van zakelijke bijeenkomsten en familie-uitjes tot bijeenkomsten met een educatief karakter. Het Park zal de horeca in eigen beheer gaan nemen. Het Museonder krijgt een nieuwe, interactieve expositie van internationaal niveau. Deze expositie daagt uit, prikkelt en zet aan tot denken en doen. Het vertaalt de wetenschap naar de (beheer)praktijk en maakt de bezoeker bewust van het belang van de bodem voor het leven.

Het Park heeft speciale aandacht voor architectuur. Uitgangspunten voor nieuwbouw zijn architectonische topkwaliteit, esthetiek en samenhang tussen gebouwen. Het Park maakt gebruik van duurzame (bouw)materialen. Kansen om energie- en waterverbruik terug te dringen worden zoveel als mogelijk benut.

Het Park streeft naar een hogere bezettingsgraad van rondleidingen in het Jachthuis. De restauratie van het Jachthuis draagt daar toe bij. Na het opwaarderen van de camping streeft het Park naar een stijging van het aantal overnachtingen op de camping.

## **7. Randvoorwaarden**

Sinds de oprichting in 1935 ontvangt dit Park al betalende bezoekers en wordt dit bezoek afgestemd op de draagkracht van het Park.

Om bovenstaande ambities waar te kunnen maken dient de eigen organisatie daarop toegesneden te zijn. Continue afstemming met de discipline Marketing & Communicatie (het aantrekken van bezoekers) en de afdeling Bedrijfsvoering (terreinwerkzaamheden en onderhoud van voorzieningen) is nodig om de bezoekersaantallen te behouden en te verhogen binnen de draagkracht van het Park.

Een constructieve samenwerking met het Kröller-Müller Museum is vanzelfsprekend. Er liggen kansen op het gebied van service en gastgerichtheid, beveiliging en toegangscontrole.

Er dient veelvuldig afstemming plaats te vinden (op uitvoeringsniveau) met ondermeer toeristische partners en onderwijsinstellingen (onderzoek en monitoring, beveiliging, organisatie evenementen). De nieuwe expositie in het Museonder krijgt gestalte in nauwe samenwerking met kenniscentra en universiteiten.

De realisering van de ambitieuze kwaliteitsverbetering van recreatieve voorzieningen is gebaat bij goede communicatie met de omgeving. Daarbij moet tevens rekening worden gehouden met de (natuur)wet- en regelgeving. De uitvoering is mede afhankelijk van vergunningverlening en financiële mogelijkheden.

Om goed geïnformeerd te zijn over onze bezoekers en hun behoeften en ervaringen én om resultaten van ingezet beleid te kunnen meten zal het Park de komende periode continu monitoren. Het Park gaat zelf de tevredenheid van bezoekers over activiteiten continu monitoren. Elke drie jaar wordt er een breed extern bezoekersonderzoek uitgevoerd. De bezoekersmonitoring zal tijdens deze beleidsperiode nieuwe managementinformatie genereren. Deze informatie zal bijdragen aan de ontwikkeling en realisering van de doelen van het bezoekersmanagementbeleid.

# Bijlage 1 Zonering

huidig

toekomstig



## **Bijlage 2      Kritische prestatie indicatoren**

1. Structurele groei naar 600.000 bezoekers in 2020;
2. Verdubbeling van het aantal basisscholen dat Park bezoekt in 2020 t.o.v. 2014;
3. Standaard aanbieden van bezoekersinformatie in drie talen;
4. Buslijn door het Park verbindt het Park via OV met Ede, Arnhem en Apeldoorn en blijft tussen 2015-2020 gehandhaafd;
5. Bezetting van rondleidingen Jachthuis groeit van 60% in 2014 naar 75% in 2020;
6. Het aantal overnachtingen op de camping groeit met 30% in 2020 t.o.v. 2014;
7. Omzet per bezoeker op de verkoop van producten en activiteiten verhogen met 10%;
8. In 2020 is de kwaliteit van recreatieve voorzieningen verbeterd door realisatie van de projecten:
  - a. nieuwbouw landhuis metrestaurant, ontvangstruimten, bezoekersinformatiebalie, Parkwinkel en toiletvoorzieningen;
  - b. Verbouwing Museonder en vernieuwing expositie;
9. Continue monitoring van tevredenheid van bezoekers over activiteiten;
10. Elke drie jaar een breed extern bezoekersonderzoek.