

CONSUMENT WIL RECREATIE DICHTBIJ HUIS

2 maart 2015

Aanleg van stadsparken, meer diversiteit in – liefst waterrijke – landschappen en een focus op cultureel erfgoed maken recreatie voor verschillende typen consumenten beter bereikbaar. Dit concludeert NWO-onderzoeker Tom Gosens die op zijn dissertatie over recreatiekeuzegedrag promoveerde aan de Vrije Universiteit Amsterdam op 2 maart.

Van alle gereisde kilometers die de Nederlander op jaarbasis maakt, gaat zo'n 44% op aan recreatie. Daarbij is de verscheidenheid aan activiteiten en voorkeuren zo groot dat het van belang is de juiste faciliteiten op de juiste plek aan te bieden. Gosens onderzocht dan ook voorkeuren van verschillende typen consumenten rond buiten- en stedelijke recreatie en modelleerde hun keuzegedrag.

Cultureel erfgoed hoog gewaardeerd

De te bereizen afstand is van cruciaal belang in de voorkeuren van consumenten, zo blijkt. Mensen prefereren buitenrecreatieve locaties in de nabijheid van hun woning. Ook heeft de oppervlakte van het buitengebied een positieve uitwerking op de kans dat deze locatie bezocht wordt voor buitenrecreatie, wat in lijn is met eerder onderzoek. Nieuw is dat de diversiteit aan landschappen van belang blijkt te zijn voor de locatiekeuze van de consument, evenals de aanwezigheid van cultureel erfgoed. Dit laatste geldt ook voor stedelijke recreatie. Gosens: 'Dit erfgoed valt uiteraard niet in korte tijd te creëren, maar de overheid kan wel faciliteiten ontwikkelen in de nabijheid van bestaande cultuur-historisch waardevolle objecten. Dit is juist in een tijd waarin het winkelgedrag verandert heel belangrijk voor de leefbaarheid in steden.'

Vooraf buitenrecreatie met water favoriet

In tegenstelling tot de verwachtingen hangt de kans dat de consument bij een nieuwe trip voor buitenrecreatie kiest niet af van de mate aan toegang die de consument heeft tot deze faciliteiten. 'Ook wie verder van een mooi gebied af woont, gaat daar toch een keer naar toe,' verklaart Gosens. 'Maar het zou natuurlijk beter zijn als de bereikbaarheid van deze gebieden verbetert.' Als de bereikbaarheid verbetert, brengen consumenten buiten ook meer tijd door. Dit geldt minder voor stadsparken en agrarisch gebied dan voor waterrijke gebieden en bos- en heiderijke gebieden. De verzadiging die de consument ervaart, is bovendien kleiner tijdens trips naar waterrijke gebieden, wat er op wijst dat stimulering van deze gebieden een behoorlijk effect kan hebben.

Stadsparken van belang

Consumenten met een hoger huishoudinkomen ondernemen vaker buitenrecreatieve trips. Oudere consumenten prefereren ook buitenrecreatie, terwijl consumenten die niet afkomstig zijn uit een Nederlandse cultuur vaker voor stedelijk-recreatieve trips kiezen: vooral naar stadsparken. Gosens: 'Gemeenten zouden nieuwe stadsparken kunnen aanleggen om nieuwe gebruikers aan te trekken. Bijkomend voordeel is dat deze gebruikers vaak de auto thuis laten staan en voor een minder vervuilende manier van reizen kiezen.'

Buitengebied divers houden

Sommige consumenten zullen echter altijd voorkeur geven aan recreatie buiten de bebouwde kom, en ook daarmee dient rekening gehouden te worden, stelt Gosens. 'Het groter worden van stedelijke agglomeraties kan ervoor zorgen dat de bereikbaarheid van de buitengebieden afneemt. Deze gebieden kunnen attractief blijven door de bestaande buitengebieden divers te houden.'

Achtergrondinformatie

Het promotie-onderzoek 'The value of recreational areas in urban regions' door Tom Gosens maakt deel uit van het programma 'The Value of Recreation: now, and in a completely different future', een

onderdeel van het NWO-programma Duurzame Bereikbaarheid van de Randstad. Promotoren zijn prof. dr. Piet Rietveld (overleden in 2013) en prof. dr. Jan Rouwendal.

<https://research.vu.nl/en/publications/the-value-of-recreational-areas-in-urban-regions>

Video lekenpraatje:

<https://youtu.be/M0SOZaoMw-A>