

Bekendheid nationale parken kan veel beter

TEKST NICO VAN DER WEL

Onlangs verscheen de ‘Nulmeting bekendheid nationale parken’, een onderzoek van Kenniscentrum Recreatie in opdracht van het Samenwerkingsverband Nationale Parken (SNP). Het onderzoek moest de mate van bekendheid van de nationale parken in Nederland vaststellen en inzicht geven in het profiel van mensen die een park bezoeken.

Waarom een nulmeting naar de bekendheid van nationale parken?

Tanja Emonts van Kenniscentrum Recreatie was één van de onderzoekers. “De nationale parken zijn vrij onbekend onder de Nederlandse bevolking,” zegt Emonts. “Daarbij moet gezegd dat we in dit onderzoek geen vergelijking maken met andere instellingen in de sector natuur en landschap. Dit is een nulmeting puur voor de nationale parken. Wanneer we over drie of vijf jaar weer een meting doen is het de bedoeling dat de bekendheid is vergroot. Om dat te bereiken zit er maar één ding op: hard werken aan marketing en communicatie. Dat is belangrijk, omdat met de bekendheid ook het draagvlak bij de bevolking voor de nationale parken kan toenemen. Neem Nationaal Park

“Veel bezoekers beseffen niet dat ze in een nationaal park zijn.”

Zuid-Kennemerland. Dat ligt in een dichtbevolkte regio en ontvangt veel bezoekers. Paradoxaal genoeg komt het park in onze nulmeting als één van de minst bekende parken naar voren. Dat kan alleen maar betekenen dat veel mensen niet weten dat ze een nationaal park bezoeken.”

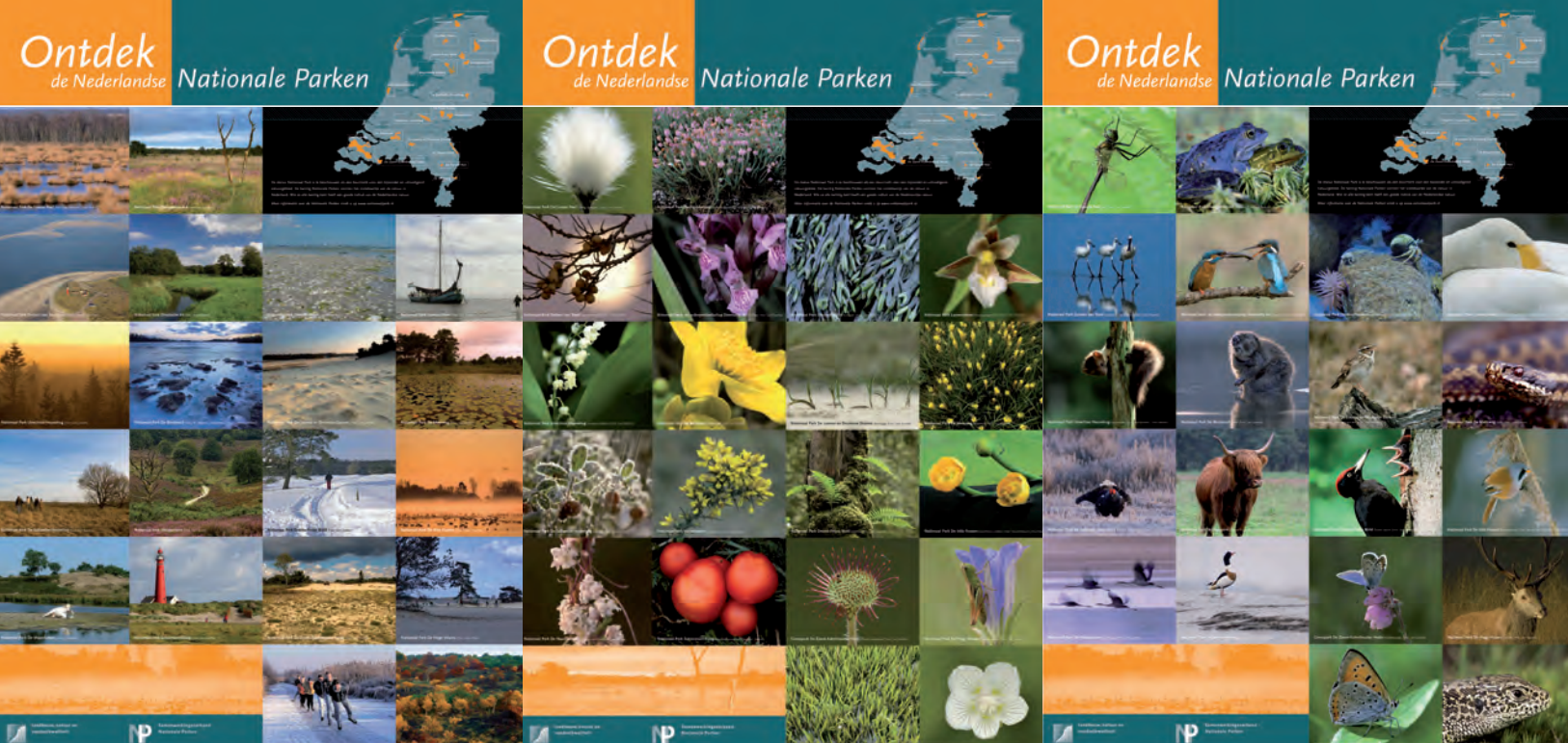
Wat vraagt dat van de nationale parken?

“Om te beginnen is het belangrijk dat iedereen logo en huisstijl van de nationale parken gebruikt in alle uitingen. Dat is een absolute voorwaarde voor een betere naamsbekendheid. Verder moet je de marketing en communicatie van een goede invulling voorzien, afgestemd op je doelgroep. Uit ons onderzoek blijkt dat ruim de helft van de bezoekers van een nationaal park als motief noemt ‘ertussenuit willen’. Slechts 3% komt voor de natuur en 18% komt uit interesse voor het gebied. De meeste voorzieningen en activiteiten zijn gericht op mensen met interesse in de natuur. Ook de communicatie, bijvoorbeeld via de websites, richt zich op de echte natuurliefhebbers. De nationale parken bieden natuurgerichte recreatie, dat is natuurlijk duidelijk. Maar er is een wereld te winnen als ze hun productontwikkeling en communicatie meer op de grote groep gaan richten.”

Productontwikkeling voor de grote groep, wat moet ik me daarbij voorstellen?

“Het kan aantrekkelijker en flitsender, met gevarieerde voorzieningen voor de veelzijdige recreant. En meer inspelen op trends. Op het gebied van nieuwe media valt bijvoorbeeld nog veel te verbeteren. De websites van de nationale parken geven vrij






summiere informatie over het aanbod en zijn weinig interactief. Filmpjes, logboeken, webcams, je vindt ze daar niet terug. Wat dat betreft hebben Staatsbosbeheer en Natuurmonumenten een flinke voorsprong. Ook in de Verenigde Staten wordt hier veel meer mee gedaan. Mensen kunnen bijvoorbeeld podcasts downloaden die informatie geven tijdens een wandeling. Er is natuurlijk een spanning tussen recreatie en natuur, maar er is met een goede zonering echt meer mogelijk dan nu. Voorzieningen en activiteiten komen nu voor het overgrote deel voort uit een aanbodgerichte benadering, maar het moet vraaggericht. Aansluiting bij het concept 'Gastvrij Nederland'

(een innovatieplatform voor de Nederlandse recreatiesector van RECRON) lijkt me bijvoorbeeld een goede mogelijkheid."

Reactie van SNP

Het onderzoek naar de bekendheid van de nationale parken wordt over vijf jaar herhaald. Dan kan worden gezien of de vele activiteiten van het Samenwerkingsverband Nationale Parken daadwerkelijk hebben bijgedragen aan verbetering van de zichtbaarheid en bekendheid van de nationale parken bij de Nederlandse bevolking. 

Resultaten nulmeting bekendheid en bezoek nationale parken

Via het internet vulde een representatieve groep van 525 Nederlanders boven de 18 jaar een enquête van 16 vragen in.

- Ruim tweederde van de respondenten weet dat er in Nederland nationale parken bestaan. Een kleine minderheid (11%) van deze mensen herkent het logo.
- De bekendheid met het begrip nationaal park neemt toe met de leeftijd, en met het opleidingsniveau.
- Mensen die dicht bij een park wonen, kennen de nationale parken niet beter dan anderen.
- Slechts 5% van alle respondenten weet dat Nederland 20 nationale parken heeft.
- Bijna de helft van alle respondenten kan geen namen noemen van nationale parken. Een kwart kent er één, waarbij het Nationale Park De Hoge Veluwe het bekendste is.
- Ruim de helft van de mensen die bekend zijn met nationale parken kennen deze door een bezoek, een kwart door de aanwezigheid van een nationaal park in hun nabije omgeving.

- De meeste mensen (58%) bezoeken een nationaal park om 'er even tussenuit' te zijn. 'Bestuderen van de natuur' is het minst voorkomende motief (3%).
- Mensen bezoeken het vaakst een nationaal park met hun partner (44%) of hun gezin (28%), het minst vaak met de eigen kinderen zonder partner (4%).
- Tweederde van de mensen die bekend zijn met nationale parken komt maximaal 1x per jaar in een nationaal park. 31% komt twee keer per jaar of vaker.

Het complete onderzoeksrapport is te lezen op www.nationaalpark.nl.