

VISIE ONTWIKKELING RECREATIEPARKEN TWENTE

Januari 2024

Opdrachtgever:



**Recreatieschap
Twente**



INHOUD

1	Inleiding	3
	1.1 Aanleiding – waarom een visie?	4
	1.2 Uitgangspunten	5
	1.3 Proces	6
2	Huidige situatie	7
	2.1 Beschrijving van de drie recreatieparken	9
	2.2 Omvang en spreiding bezoek	12
	2.3 Doelgroepenanalyse	17
	2.4 Wat vinden inwoners van de parken?	20
	2.5 Wat vinden ondernemers en organisatoren?	21
	2.6 Financiële paragraaf: kosten en opbrengsten	23
3	Perspectief	24
	3.1 Trends en ontwikkelingen	25
	3.2 Samenvattende SWOT-analyse	27
	3.3 Belangrijkste opgaven en ontwikkelkansen	29
4	Ontwikkelrichtingen	31
	4.1 Ambitieniveau	32
	4.2 Toekomstbeeld per recreatiepark	42
	4.3 Afwegingen	45
	Bijlagen	46

1

Inleiding



1.1 AANLEIDING – WAAROM EEN VISIE?

De vrijetijdsector is belangrijk voor Twente. Deze draagt actief bij aan het Bruto Twents Geluk van de eigen inwoners, de Tukkers. De recreatiegebieden Het Hulsbeek, Het Rutbeek en Het Lageveld zijn plekken met veel ruimte, ontspanningsmogelijkheden en levendigheid. Daarmee vervullen ze een belangrijke plek in het vrijetijdsaanbod van de regio. Het Recreatieschap Twente voorziet in de exploitatie en het beheer van deze parken.

Landelijk is de druk op recreatiegebieden aanzienlijk toegenomen. Lokale, regionale en (inter-)nationale trends en ontwikkelingen hebben tot gevolg dat de druk op de ruimte toeneemt. De verschillende belangen van partijen zorgen daarnaast voor een complexe situatie. Om in te kunnen spelen op deze nieuwe vraagstukken en uitdagingen is het hebben van een heldere visie een vereiste. Een visie die

richting geeft, partijen bij elkaar brengt en nieuwe ontwikkelingen – passend bij het gewenste doel- stimuleert. Essentieel hierbij is dat de visie gedragen wordt, realistisch is, als leidraad voor toekomstige ontwikkelingen kan dienen en financieel én ruimtelijk-planologisch haalbaar is.

De nieuwe visie moet de verouderde visie uit 2014 vervangen en richting geven aan toekomstige ontwikkelingen en duidelijke keuzes maken. Daarnaast moet de visie concreet zijn en aanzetten tot actie. Want alleen gezamenlijk kunnen de kansen die er zijn op de drie parken worden verzilverd. Voorop staat dat de drie parken voor alle inwoners van heel Twente zijn en ook op een dusdanige manier doorontwikkeld moeten worden. Waarbij leefomgeving, economie en de samenleving in balans zijn.



1.2 UITGANGSPUNTEN

Uitgangspunten

Voor het Recreatieschap Twente en de toekomst van de recreatieparken is het belangrijk om komende jaren een duidelijke koers te varen. Voorliggende visie biedt de basis om keuzes te maken. Om hier meer richting aan te geven, zijn op basis van overleggen met het bestuur van het Recreatieschap Twente en andere betrokken stakeholders, een viertal uitgangspunten geformuleerd. Deze vormen gezamenlijk de basis waarbinnen deze visie is opgesteld:

- **Draagvlak essentieel.** Een visie wordt vandaag de dag niet langer voor stakeholders ontwikkeld, maar ook en vooral sterk met en door hen. Zij zijn immers degenen die ondernemen in de parken, er activiteiten organiseren en/of er naartoe gaan voor bijv. een wandeling of strandbezoek. Participatie is een belangrijk onderdeel geweest om te komen tot voorliggende visie (op de volgende pagina staan de processtappen omschreven). Een goed proces levert de meeste input op en zorgt -naast draagvlak- ook voor eigenaarschap. Zo wordt het proces gebruikt om een goede basis te creëren voor de uiteindelijke uitvoering.
- **Denken vanuit Bruto Twents Geluk.** Door toerisme en recreatie integraal te benaderen, draagt het niet alleen bij aan het economische profijt van de regio, maar ook aan bredere sociaal-maatschappelijke opgaven. In het verder ontwikkelen van de drie recreatieparken staat de balans tussen economie, leefbaarheid en omgeving centraal. Dit betekent dat de parken een belangrijke rol vervullen in het behouden en/of versterken van het leefklimaat van inwoners, het voorzieningenniveau, de Tukkertrots en het bieden van een aantrekkelijke

leefomgeving.

- **Parken primair voor inwoners uit Twente.** Al vanaf het ontstaan van de recreatieparken lag de focus primair op het bedienen van de eigen inwoners van Twente. Vandaag de dag vervullen de recreatieparken nog steeds een belangrijke rol in het vrijetijdsproduct van Twente en zijn de inwoners de voornaamste bezoekers van de parken. Het (groeiende) belang van recreatie in nabije omgeving, maakt dat de rol van de parken voor eigen inwoners alleen maar groter wordt. Ook naar de toekomst toe blijven de recreatieparken primair bedoeld voor eigen inwoners. Dat betekent overigens niet dat bezoekers van verder uitgesloten worden. Inwoners vormen de basis, maar juist bezoekers van buiten de regio kunnen voor een plus in draagvlak en inkomsten voor voorzieningen zorgen.
- **Laagdrempelig te bezoeken.** Kenmerkend voor de drie recreatieparken in Twente is dat ze vrij toegankelijk zijn. Dit maakt dat alle inwoners gratis gebruik kunnen maken van de recreatieve voorzieningen. Dit is landelijk niet altijd het geval, daar waar soms gekozen wordt voor een commerciële exploitatie van de parken. Voor de leefbaarheid van Twente is het echter belangrijk dat de parken laagdrempelige te bezoeken blijven. Dit vraagt om een passende exploitatie- en financieringsvorm ook naar de toekomst toe.

1.3 PROCES

Proces

Ginder is door het Recreatieschap Twente gevraagd het proces zowel inhoudelijk als procesmatig te begeleiden. Om te komen tot voorliggende visie hebben we de volgende stakeholders betrokken:

- Interne projectgroep Recreatieschap Twente;
- Ambtenaren werkgroep VTE Twente via diverse (digitale) bijeenkomsten
- Bestuur van het Recreatieschap Twente via diverse (digitale) bijeenkomsten
- Inwoners van Twente via een digitale enquête
- Parkmanagers van de drie parken tijdens een schouw door en langs de drie parken
- Ondernemers en organisatoren, door middel van interviews en werksessies
- Twente Marketing, door middel van een interview

De opbrengst van bovenstaande stappen is in de voorliggende visie verwerkt en samengevat in een SWOT-analyse. Daarnaast zijn verschillende ambitieniveaus en aandachtspunten opgesteld.

Leeswijzer

Na dit inleidende hoofdstuk gaat hoofdstuk 2 in op de huidige situatie van de drie recreatieparken. De opbrengst van onder andere het bezoekersonderzoek, de inwonersenquête en de gesprekken met ondernemers en evenementenorganisatoren zijn in dit hoofdstuk samengevat.

Het derde hoofdstuk gaat in op het perspectief van de recreatieparken. Allereerst door vanuit trends en ontwikkelingen te bepalen met welke externe factoren rekening gehouden kan worden. Dit wordt samen met de opbrengst van hoofdstuk 2 samengevat in een SWOT-analyse.

Hoofdstuk 4 gaat vervolgens in op de mogelijke ontwikkelrichtingen van de drie recreatieparken. Vanuit de belangrijkste opgaven en aandachtspunten worden drie mogelijke ambitieniveaus opgesteld en beschreven en is een afwegingsmatrix met toelichting opgesteld.

Tot slot is aanvullende achtergrond informatie opgenomen in de bijlagen.

Definities

Inwoners: mensen woonachtig in Twente.

Toerist: personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale leefomgeving.

Bezoeker: iemand die een bezoek brengt aan één van de Recreatieparken. Het kan hier gaan om inwoners uit Twente, maar ook om bezoekers van buiten de regio (zowel verblijfstoeristen als mensen die voor één dag een bezoek brengen aan de parken bijv. voor een evenement).

2

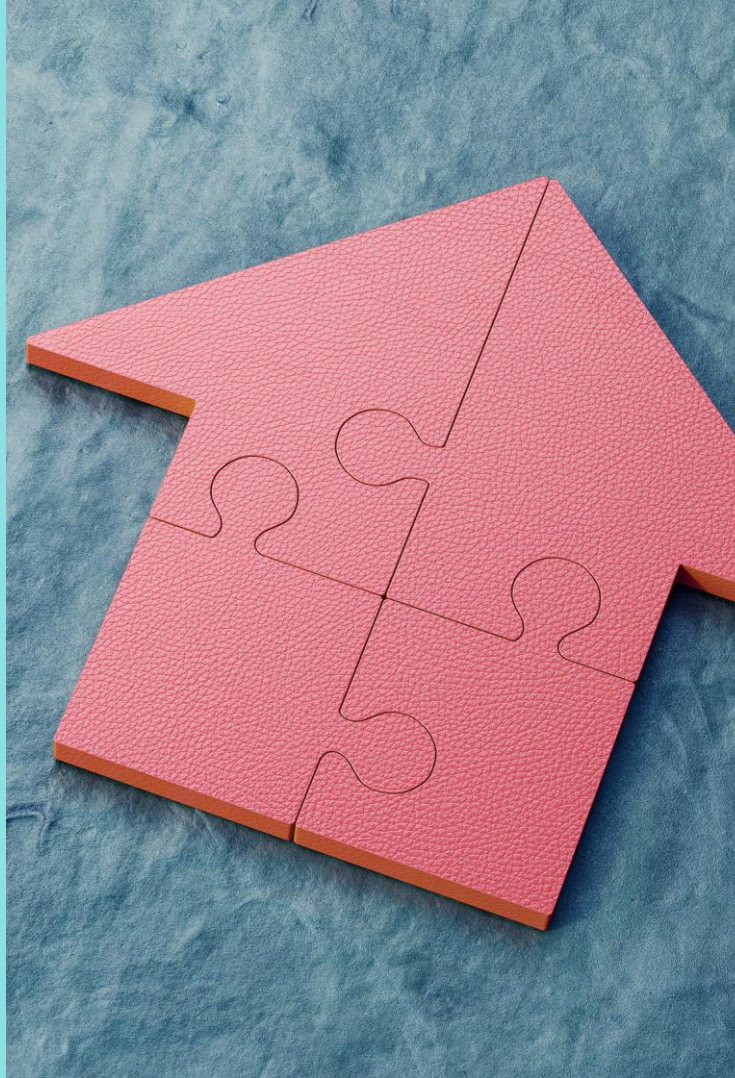
Huidige situatie



Leeswijzer hoofdstuk 2

Hoofdstuk 2 is het analysehoofdstuk en bestaat uit de volgende onderdelen:

- › **2.1 Beschrijving van de drie recreatieparken**
- › **2.2 Omvang en spreiding bezoek**
- › **2.3 Doelgroepenanalyse**
- › **2.4 Wat vinden inwoners van de parken?**
- › **2.5 Wat vinden ondernemers en organisatoren?**
- › **2.6 Financiële paragraaf: kosten en opbrengsten**

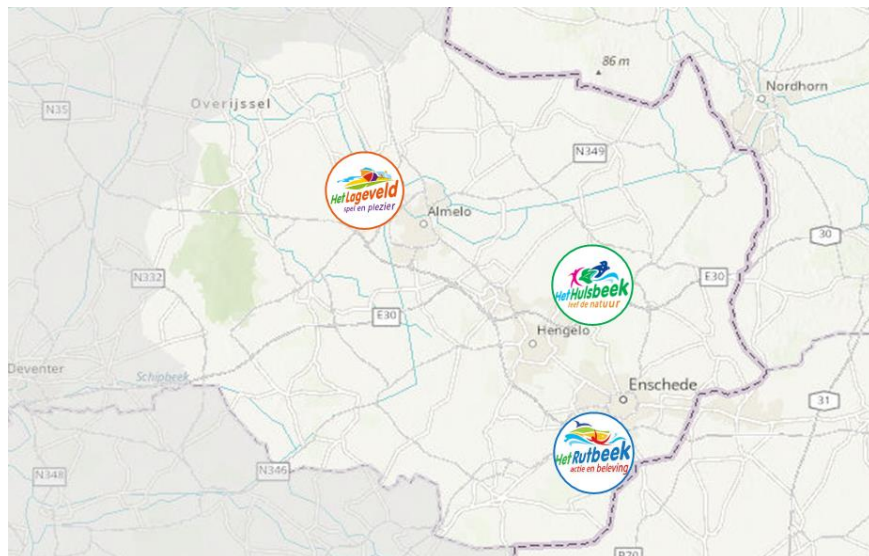


2.1 BESCHRIJVING VAN DE DRIE RECREATIEPARKEN

Achtergrond recreatieparken

Het Hulsbeek, Het Lageveld en Het Rutbeek hebben elk hun eigen ontstaansgeschiedenis en unieke kenmerken. Vanaf de oprichting van (wat nu) het Recreatieschap Twente (is) in 1968 is gewerkt aan het realiseren van enkele grootschalige recreatieparken. Het doel van deze parken was om kwetsbare natuurgebieden te ontzien. De parken bieden inwoners van Twente een aantrekkelijk alternatief voor het recreëren in de natuur. Doordat de parken gratis toegankelijk zijn, bieden deze laagdrempelige recreatieve mogelijkheden voor alle inwoners in Twente. Dit is belangrijk voor een regio waarvan een meer dan gemiddeld deel van de inwoners tot de lagere inkomensgroepen behoren.

Door de jaren heen zijn de parken uitgegroeid tot een belangrijk onderdeel van het vrijetijdsproduct van Twente. Afbeelding 1 toont de spreiding van de parken.



Afbeelding 1. De drie recreatieparken liggen verspreid door Twente

Recreatiepark Het Hulsbeek, gelegen nabij Oldenzaal, heeft een rijke geschiedenis die teruggaat tot in de middeleeuwen. Het gebied was oorspronkelijk een landgoed en had verschillende functies, waaronder landbouw en visserij. In de loop der jaren heeft Het Hulsbeek verschillende transformaties ondergaan. Tijdens de Tweede Wereldoorlog diende het als een militair oefenterrein, terwijl het landgoed in de jaren 70 is omgevormd tot recreatiepark. Door middel van zandafgraving zijn drie recreatieplassen ontstaan, die werden voorzien van stranden en andere faciliteiten. De kenmerken van Het Hulsbeek zijn daarbij niet verloren gegaan: de prachtige ligging in een bosrijke omgeving.

Vandaag de dag heeft het park zich ontwikkeld tot een populaire bestemming met goed onderhouden voorzieningen (o.a. het toiletgebouw is recent vernieuwd). Voor kinderen zijn er verschillende (natuurlijke) speeltuinen en parcoursen, evenals een peuter- en kleuterbad. Jongeren kunnen genieten van de outdoor skateboardbaan en voetbalveldjes. Naast het zwemgedeelte, biedt het water ook ruimte voor watersportliefhebbers. Rondom de plas strekt zich een uitgebreid netwerk van wandel- en fietspaden uit, waardoor natuurliefhebbers volop kunnen genieten. Op Het Hulsbeek is daarnaast een verscheidenheid aan dagrecreatieve bedrijven gevestigd, o.a. een klimbos, lasergamen, karten, midgetgolfen en quad rijden. Naast de meer sportieve adventure aanbieders, richt een deel van het aanbod zich op ontspanning (o.a. een sauna). Toeristen kunnen op het Hulsbeek overnachten bij één van de verblijfsaanbieders, waarvan sommige over (ondersteunende) horecagelegenheden beschikken.

Recreatiepark Het Rutbeek ligt aan de rand van Enschede en kent zijn oorsprong in de jaren '70. Het gebied was voorheen een zandwinningsplas, wat resulteerde in de vorming van het prachtige Rutbeekmeer. In 1975 werd besloten om het gebied te ontwikkelen tot een recreatiegebied met zwem- en watersportmogelijkheden. Het Rutbeek groeide snel in populariteit en werd een plek waar mensen samenkwamen om te genieten van sportiviteit en avontuur. Qua dagrecreatief aanbod kunnen bezoekers o.a. terecht bij een survivalbaan, paintball- en klimbos, waterskibaan en skibaan. Het park heeft een grootschalige opzet met grote open terreinen, waardoor het zich leent voor het organiseren van evenementen en festivals. In tegenstelling tot Het Hulsbeek, zijn de ondersteunende voorzieningen (zoals speelvoorzieningen, BBQ-plekken, etc.) op Het Rutbeek beperkt.

Recreatiepark Het Lageveld is het kleinste recreatiepark, gelegen aan de rand van Wierden, nabij Almelo. Ook hier is het gebied in eerste instantie ontstaan door zandwinning, om vervolgens door de jaren heen uit te groeien tot een recreatiepark met zwemplas, inclusief bijbehorende faciliteiten. Naast een zwemgedeelte is er ook ruimte om te surfen en kanoën. In tegenstelling tot beide andere recreatieparken zijn er relatief weinig dagrecreatieve aanbieders gevestigd op Het Lageveld. Wel lopen er wandel- en fietsroutes door de omliggende groene weiden en bossen. De kleinschaligheid van dit recreatiepark, maakt het gebied overzichtelijk en geschikt voor (jonge) gezinnen.

Recreatieparken belangrijk voor Bruto Twents Geluk

De drie recreatieparken vervullen gezamenlijk een grote sociaal-maatschappelijke rol in Twente. De parken hebben een positieve invloed op de gezondheid van mensen, zowel fysiek als mentaal. Wandelen, joggen of fietsen in een natuurlijke omgeving bevordert de lichamelijke activiteit en draagt bij aan het welzijn van inwoners. Bovendien biedt het park ruimte voor sociale interactie, waardoor het de sociale cohesie versterkt.

Doordat de recreatieparken vrij toegankelijk zijn, kan iedere inwoner van Twente laagdrempelig gebruik maken van deze voorzieningen. De aanbieders op de drie parken vervullen daarnaast een belangrijke recreatieve functie voor de regio qua dagrecreatief aanbod. Evenementen en festivals dragen onder andere bij aan de levendigheid van Twente. Zowel het dagrecreatieve aanbod als de evenementen/festivals zijn belangrijk voor het woonklimaat van (jongere) inwoners.

Naast het sociaal-maatschappelijke belang, hebben de recreatieparken ook een aanzienlijk economisch belang voor de regio. Ze dragen bij aan verschillende aspecten van de lokale economie, waaronder:

- *Toerisme en behoud voorzieningen:* De recreatieparken zijn belangrijk voor het vrijetijdspaan van Twente. Het water is uniek in Twente en heeft daarmee ook een grote trekkracht voor toeristen. Het aantrekken van toeristen, leidt tot een toenemende vraag naar

verblijfsaccommodaties, restaurants, dagrecreatie en andere diensten. Dit zorgt voor extra draagvlak voor voorzieningen, iets waar ook inwoners van profiteren. Daarnaast leidt het tot extra inkomsten en werkgelegenheid in de regio.

- ▶ *Werkgelegenheid:* De recreatieparken creëren directe en indirecte werkgelegenheid, variërend van personeel voor het beheer en onderhoud van de parken tot werknemers van de gevestigde aanbieders.

Kortom, de drie recreatieparken verschillen onderling van elkaar in opzet en programmering, maar vervullen een belangrijke sociaal-maatschappelijke en economische rol voor Twente. Dit maakt dat de drie recreatieparken een belangrijke (in)directe bijdrage leveren aan het Bruto Twents Geluk van eigen inwoners.

Marketing Recreatieparken

Tot op heden verzorgt het Recreatieschap Twente de marketing van de drie recreatieparken. Elk park heeft een eigen website en social media kanalen, maar actieve marketing om bezoekers te trekken ontbreekt. Er liggen kansen om de marketing van de drie recreatieparken verder te professionaliseren. Dit is nodig om inwoners en toeristen nog meer bewust te maken van de unieke kenmerken van de drie parken en te verleiden tot een bezoek.



2.2 OMVANG EN SPREIDING BEZOEK

Achtergrond bezoekersonderzoek

Doordat de recreatieparken vrij toegankelijk zijn, is het lastig om bezoekers¹⁾ te monitoren. Dit is anders voor gebieden waar entree geheven wordt en het aantal verkochte kaarten het aantal bezoekers representeert. Om alsnog inzicht te krijgen in de bezoekers van de drie parken is gebruik gemaakt van big data van bureau Resono. Aan de hand van telefoondata kan (anoniem) worden vastgesteld waar een persoon zich bevindt en hoelang. Belangrijk hierbij is om zorgvuldig de afbakening van het gebied te kiezen. Een bezoeker wordt immers pas geteld als deze zich binnen het gebied begeeft. Belangrijke kanttekening hierbij is dat de methode gebruik maakt van app-data. Hierdoor zijn fietsers, hardlopers en wielrenners niet altijd onderdeel van de tellingen (deze groepen maken immers tijdens hun aanwezigheid niet altijd gebruik van hun telefoon of hebben deze zelfs niet mee).

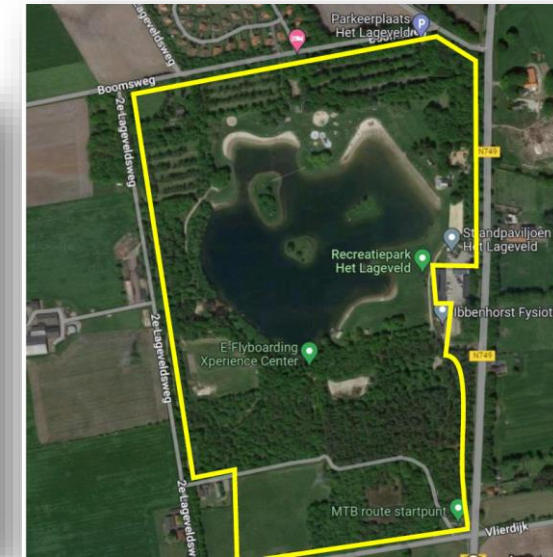
Afbeelding 2 t/m 4 toont de gebiedsafbakening voor achtereenvolgens Het Hulsbeek, Het Lageveld en Het Rutbeek. Voor Het Hulsbeek geldt dat de doorgaande weg (in het rood weergegeven) geen onderdeel uitmaakt van de gebiedsafbakening. Dit om vervuiling in de cijfers te voorkomen. Meer uitleg over de methodiek is opgenomen in bijlage 1.

Wat vertellen de cijfers

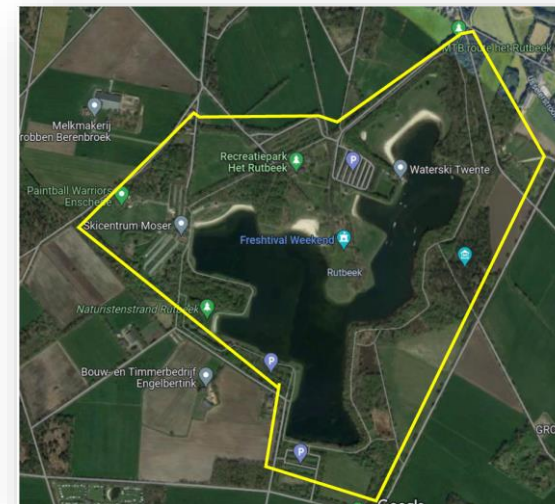
Per park is het aantal bezoeken inzichtelijk gemaakt. Dit is gedaan op jaarniveau (2022), maar kan tot op maandniveau worden uitgesplitst. Van de beschikbare data is op pc-4 niveau bekend waar de bezoekers woonachtig zijn. Dit geeft belangrijke inzichten wanneer het gaat om de herkomst van bezoekers. De volgende pagina's tonen de belangrijkste uitkomsten van het bezoekersonderzoek.



Afbeelding 2. Gebiedsafbakening Het Hulsbeek



Afbeelding 3. Gebiedsafbakening Het Lageveld



Afbeelding 4. Gebiedsafbakening Het Rutbeek

1. Bezoekers refereert hier naar mensen die de parken bezoeken. Het gaat hier om zowel inwoners uit Twente als inwoners uit gemeenten buiten de regio.

Aantallen bezoeken

In 2022 werden er bijna 1,5 miljoen bezoeken aan de drie parken afgelegd. Het Hulsbeek trok de grootste hoeveelheid bezoekers, met meer dan 900.000 bezoeken. Het Rutbeek volgde met bijna 400.000 bezoeken, terwijl Het Lageveld goed was voor ruim 155.000 bezoeken.

Het betreft aantallen van bezoekers die met verschillende motieven de parken bezoeken. Dat kunnen wandelaars of fietsers zijn, bezoekers die komen voor het strandbad, of bezoekers die een dagrecreatieve activiteit ondernemen of overnachten bij één van de aanbieders. Op de parken worden per jaar ook meerdere evenementen georganiseerd.

Spreiding bezoeken

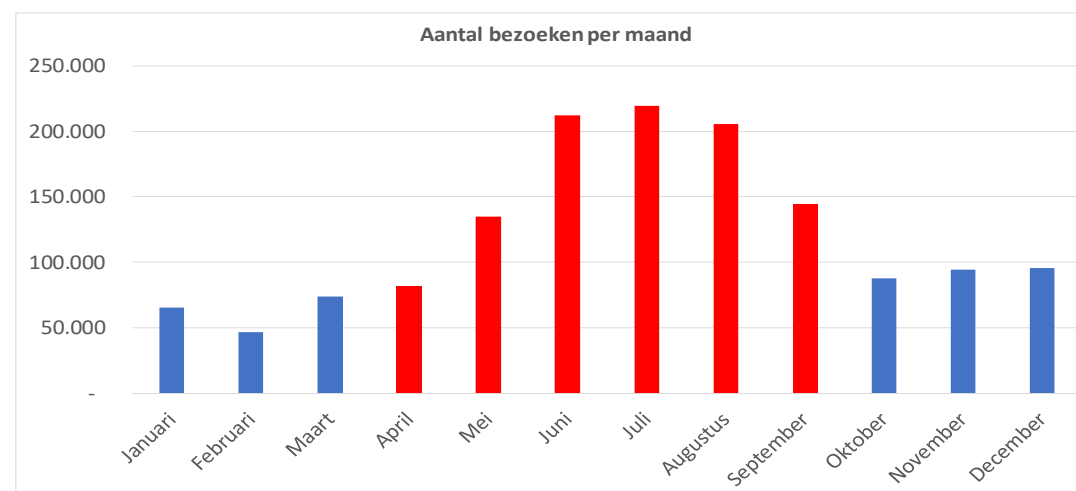
Figuur 1 toont dat juli de maand met de meeste bezoeken was, met circa 220.000 bezoeken verdeeld over de drie parken. Dit komt neer op 15% van het jaarbezoek. Van juni tot en met augustus komt in de drie parken in totaal 44% van het jaarbezoek. Wat dat betreft zijn er weinig verschillen tussen de parken. Februari was de minst bezochte maand.

De nadruk op de zomermaanden lijkt logisch gezien de strandfunctie die elk park (ook) heeft. Dit geldt met name voor Het Lageveld (zie tabel 1 op de volgende pagina). Voor het Rutbeek en Het Hulsbeek is deze strandfunctie één van de functies in het gebied. Op het Rutbeek worden daarnaast meerdere evenementen per jaar georganiseerd. Dit heeft direct invloed op de topdagen en de meest drukke maanden. Voor het Rutbeek was dat de maand juni (18% van het jaar bezoek ten opzichte van 10% in juli), vanwege het driedaagse evenement het Freshtival op 3-5 juni. Op de zaterdag en zondag van dit weekend trok het Rutbeek ongeveer tien keer

zoveel bezoek als tijdens een gemiddelde dag in juni. Deze twee dagen en 10 september (toen het festival Tuckerville plaatsvond) vormen de top-3 van de drukste dagen in het jaar voor Het Rutbeek. Deze twee festivals samen trokken circa 64.000 bezoeken.

Op het Hulsbeek zijn een behoorlijk aantal toeristische bedrijven gevestigd. Het Hulsbeek is qua oppervlakte het grootste park, met o.a. vele wandel- en fietsroutes. Voor Het Hulsbeek en Het Rutbeek zou dus een meer jaarrond bezoek verwacht kunnen worden, waarbij tenminste in de schouderseizoenen (april-mei en september-oktober) het bezoek niet veel lager zou hoeven zijn dan in de echte zomermaanden. Hier is echter geen sprake van: de focus ligt op het hoogseizoen in de zomer.

Figuur 1. Seizoensverdeling bezoeken totaal drie recreatieparken



Wat verder opvalt is dat het naseizoen (oktober tot en met december) per maand wel ongeveer twee keer zo veel bezoeken trekt dan het voorseizoen (circa 93.000 per maand in januari t/m maart t.o.v. 62.000 per maand in oktober t/m december). Dit kan deels te maken hebben met de beperkingen die er als gevolg van de COVID-19 pandemie nog waren in januari en februari 2022, en mogelijk nog langer in het voorjaar doorwerkten in bezoeken. Het bezoek in september en oktober blijft met gemiddeld circa 125.000 per maand duidelijk achter bij de maand juni tot en met augustus (gemiddeld 200.000 bezoeken per maand).

Tussen de locaties zijn er wel verschillen te zien in spreiding per maand. Het wordt duidelijk dat Het Hulsbeek al vanaf april meer bezoekers per maand trekt t.o.v. januari tot en met maart, terwijl in de andere twee parken het seizoen pas echt begint in juni.

Herkomst

De recreatieparken worden voornamelijk bezocht door inwoners uit Twente (tabel 2). Bijna driekwart (74%) van de bezoeken aan Het Hulsbeek is afkomstig uit Twente. De overige 233.000 bezoeken zijn afkomstig van inwoners uit gemeenten buiten Twente, waarvan het overgrote deel (circa 210.000 bezoeken) afkomstig is uit gemeenten buiten de provincie Overijssel. Het Hulsbeek heeft dus ook nog een aantrekkende werking op toeristen. Dat kunnen dagrecreanten zijn die van buiten de provincie afkomstig zijn, maar het kan ook om verblijfstoeristen gaan of bezoekers aan evenementen.

Bij Het Rutbeek en Het Lageveld zien we dat slechts een klein deel van de bezoeken afkomstig is van gemeenten buiten Twente. Ook daar geldt dat dit voor het overgrote deel bezoeken zijn die afkomstig zijn van buiten Overijssel. Ook hier is de verwachting dat het gaat om toeristen.

Tabel 1. Verdeling bezoeken per maand (% van het jaarbezoek)

Maand	Het Hulsbeek	Het Rutbeek	Het Lageveld
April	6%	5%	4%
Mei	10%	8%	8%
Juni	12%	18%	17%
Juli	17%	10%	16%
Augustus	16%	10%	16%
September	8%	13%	10%

Uit de analyse per dag blijkt dat de grote drukte (top-10 dagen) vrijwel altijd samenhangt met het plaatsvinden van evenementen op die dag. Buiten deze top-10 dagen is nog relatief veel ruimte voor extra bezoekers: het gemiddelde bezoekersaantal per dag in de drukke maanden juni en augustus is slechts 2-2,5 keer zo hoog als een gemiddelde dag in een wintermaand als januari.



Tabel 2 Herkomst bezoeken

Gemeente (herkomst)	Het Hulsbeek	Het Rutbeek	Het Lageveld
Almelo	26.000	5.000	31.000
Borne	29.000	3.000	2.000
Dinkelland	46.000	9.000	1.000
Enschede	81.000	276.000	3.000
Haaksbergen	6.000	17.000	-
Hellendoorn	4.000	1.000	9.000
Hengelo (O)	134.000	18.000	2.000
Hof van Twente	12.000	4.000	2.000
Losser	23.000	4.000	-
Oldenzaal	289.000	1.000	1.000
Rijssen-Holten	4.000	2.000	6.000
Tubbergen	13.000	1.000	4.000
Twenterand	5.000	1.000	18.000
Wierden	6.000	1.000	48.000
Overig NL	233.000	51.000	29.000
Totaal	911.000	394.000	156.000

Kruisbezoek

De cijfers laten zien dat circa 1,2 miljoen van de circa 1,5 miljoen bezoeken aan de parken afkomstig is uit de regio Twente zelf. De inwoners van Twente maken dus gemiddeld circa twee keer per jaar gebruik van één of meerdere parken.

Er is ook een analyse gemaakt van het kruisbezoek. Dat betekent dat een bezoeker gedurende een periode meerdere parken bezoekt. Indien we kijken naar de cijfers per week, is dat kruisbezoek erg laag. De analyse op jaarniveau levert andere inzichten op, zie tabel 3.

Tabel 3 Kruisbezoek (per jaar)

Bezoek aan park	Bezoekt ook	Het Hulsbeek	Het Rutbeek	Het Lageveld
Het Hulsbeek	-	-	7%	2%
Het Rutbeek	-	15%	-	2%
Het Lageveld	-	9%	4%	-

Over het algemeen geldt dat er zeer weinig kruisbezoek plaatsvindt. Uit de tabel blijkt dat het meeste combinatiebezoek plaatsvindt tussen het Rutbeek en het Hulsbeek. Omgerekend zijn er zo'n 60.000 bezoeken per jaar die beide parken bezoeken in één jaar. Het kruisbezoek tussen de andere parken is (zeer) beperkt.



Samenvattend:

Het Hulsbeek

- 912.000 bezoeken per jaar
- 69% van het bezoek komt van april-september
- Juli was de topmaand
- Topdag was 18 juni
- 74% van bezoeken komt uit Twente

Het Lageveld

- 156.000 bezoeken per jaar
- 71% van het bezoek komt van april-september
- Juni was de topmaand
- Topdag was 25 juni tijdens het evenement Boulevard Outdoor
- 82% van bezoeken komt uit Twente

Het Rutbeek

- 394.000 bezoeken per jaar
- 64% van het bezoek komt van april-september
- Juni was de topmaand
- Topdag was 5 juni tijdens het evenement Freshtival
- 87% van bezoeken komt uit Twente

Conclusie bezoekersonderzoek

Op basis van het bezoekersonderzoek zijn belangrijke conclusies te trekken::

- De drie parken trekken in totaal **circa 1,5 miljoen bezoeken**. Door verschillende omvang, inrichting en exploitatie trekken de parken zeer uiteenlopende bezoekersaantallen van circa 156.000 voor Het Lageveld tot circa 912.000 voor Het Hulsbeek. Met zo'n 394.000 bezoeken neemt Het Rutbeek daarmee een middenpositie in;
- Door verschillen in inrichting en exploitatie worden mensen met **verschillende bezoekmotieven** aangetrokken. Ondanks het aantal aanwezige bedrijven op het Hulsbeek en de vele evenementen op het Rutbeek is het bezoek op de drie parken **niet jaarrond** te noemen. De strand- en natuurfunctie domineert dus in alle parken (bijna de helft van het bezoek in de drie parken komt in de maanden juni tot en met augustus). Dit biedt het Recreatieschap kansen om het bezoek meer jaarrond te ontwikkelen door bijvoorbeeld in maanden als april/mei en september/oktober bijvoorbeeld meer evenementen te ontwikkelen of recreatieve voorzieningen te ontwikkelen die juist met minder warm weer aantrekkelijk zijn;
- Verreweg de meeste **bezoeken komen uit Twente**. Dat is in lijn met wat het Recreatieschap beoogt: een voorziening voor de eigen inwoners. De meeste gasten daarbuiten komen van buiten de provincie Overijssel. De parken (met name Het Hulsbeek) vervullen daarmee ook een **toeristische functie** voor dag- of verblijfstoeristen. Het is met name voor Het Hulsbeek belangrijk deze functie te behouden omdat dit forse extra bezoekersaantallen (en daarmee draagvlak voor voorzieningen) met zich meebrengt). Gemiddeld brengt elke inwoner van Twente in totaal 2 bezoeken per jaar aan één van de drie parken. Verder is opmerkelijk dat elk park bezocht wordt door inwoners uit (bijna) alle Twentse gemeenten.

2.3 DOELGROEPENANALYSE

Om te bepalen wat de huidige doelgroepen en kansrijke doelgroepen zijn voor de drie recreatieparken kijken we zowel naar het aanbod bij de drie parken als naar de leefstijlen van de inwoners van Twente. De inwoner vormt immers een zeer belangrijke doelgroep van het vrijetijdsaanbod. Dit doen we aan de hand van de Leefstijlvinder. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. Meer informatie over de Leefstijlvinder is te vinden in bijlage 2.

Doelgroepen - inwonersanalyse

In onderstaande tabel is de verdeling van de leefstijlen weergegeven voor de inwoners van Twente en Nederland. Een aantal zaken vallen op:

- › De **verbindingszoeker** is in de regio Twente meer dan gemiddeld vertegenwoordigd. Deze groep gaat in de vrije tijd graag op pad om nieuwe dingen te ontdekken en houdt erg van erfgoed, met name kastelen en landgoederen. Recreatieparken zijn minder interessant voor deze doelgroep.
- › Ook de **rustzoekers** zijn goed vertegenwoordigd in Twente. Dit zijn mensen die graag dichtbij huis blijven en vanuit daar de gebaande paden volgen. Deze doelgroep bezoekt de recreatieparken die dichtbij huis liggen met name om een mooie wandeling of fietstocht te maken

- › Ten slotte zijn er in Twente meer **stijlzoekers** dan het gemiddelde van Nederland. Dit maakt deze doelgroep interessant voor de recreatieparken. De stijlzoeker houdt van luxe en unieke ervaringen die goed georganiseerd zijn. Zij waarderen met name ook natuurgebieden en recreatieparken waar de voorzieningen netjes op orde zijn en aantrekkelijke en kwalitatief goede horeca aanwezig is. Stijlzoekers vinden het doorgaans heerlijk om zichzelf te laten verwennen, en te genieten van exclusieve activiteiten.
- › In de regio Twente wonen minder **avontuurzoekers** dan gemiddeld in Nederland. De avontuurzoekers vormen een groep die van actieve uitstapjes houdt en graag van de gebaande paden gaat. Deze leefstijl komt minder onder inwoners voor, maar is desondanks wel interessant voor de recreatieparken vanwege de actieve en bijzondere activiteiten in de natuur, wat toeristen aanspreekt. De avontuurzoeker is daarnaast een doelgroep waar regionaal door Twente Marketing op gestuurd wordt.
- › Het aandeel **plezierzoekers** is in Twente wat lager dan in de rest van Nederland. Alleen in Enschede zijn er bovengemiddeld veel plezierzoekers (23,4%). Dit is een doelgroep die erg interessant is voor recreatieparken, omdat zij graag in een groep erop uit gaan om (actieve) dingen te beleven en plezier te maken met elkaar.

Tabel 4. Doelgroepen

	Totaal huishoudens	Avontuurzoekers	Plezierzoekers	Harmoniezoekers	Verbindingszoekers	Rustzoekers	Inzichtzoekers	Stijlzoekers
Nederland	8.009.966	11.2%	18.1%	12.0%	12.5%	17.2%	13.3%	15.7%
Regio Twente	281.771	5.4%	17.1%	14.1%	15.5%	18.5%	13.7%	17.6%

DOELGROEPEN - AANBODANALYSE

Het Hulsbeek

Op basis van de slogan 'Leef de Natuur' zou verwacht mogen worden dat dit park aantrekkelijker is voor de rustzoeker of verbindingszoeker. Wanneer we naar het aanbod kijken zien we echter dat dit een mix is van diverse activiteiten. Er zijn veel mogelijkheden voor actieve activiteiten, zoals paintball, karten en lasergamen, maar er is ook een wellness centrum wat de luxere doelgroep aantrekt. Dit aanbod sluit qua leefstijlen het beste aan op de **stijlzoeker** en **avontuurzoeker**. Deze doelgroepen houden van reuring en bijzondere ervaringen. De avontuurzoeker is actief en gaat op zoek naar uitdaging, terwijl de stijlzoeker op zoek gaat naar luxe en wellness. Het diverse aanbod en de goed onderhouden voorzieningen zijn belangrijke trekkers voor deze twee doelgroepen.

Het Rutbeek

De slogan 'Actie en Beleving' spreekt met name de avontuurzoeker en ook wel de plezierzoeker aan. Het Rutbeek is grootschalig opgezet en het aanbod is sterk gericht op recreatie voor groepen, waaronder verschillende watersporten, paintball, skibaan, een klimbos en een escaperoom. Dit is erg geschikt voor de **plezierzoeker**. Ook de **harmoniezoeker** is erg op zijn/haar plek, het aanbod is geschikt voor hele families om zich te vermaken. Daarnaast worden op het Rutbeek grote evenementen, zoals het Freshtival georganiseerd. Dit zijn evenementen die met name ook de plezierzoeker aanspreekt.

Het Lageveld

De slogan 'Spel en Plezier' spreekt met name de plezierzoeker, harmoniezoeker en in zekere mate de avontuurzoeker aan. Het aanbod bij het Lageveld is met name gericht op gezinnen met jonge kinderen. Zo is er een speeltuin, zijn er BBQ plekken en is er een peuter- en kleuterbad. Dit aanbod is met name geschikt voor de **harmoniezoeker**. De laagdrempelige voorzieningen en het overzichtelijke park maakt dat het voor jonge gezinnen een aantrekkelijke plek is.

Conclusie doelgroepanalyse

Wanneer het aanbod op de parken en de vraag vanuit inwoners bij elkaar gebracht worden, blijkt dat het vraag en aanbod van de parken momenteel niet geheel overeenkomt. De doelgroepen die meer dan gemiddeld voorkomen in Twente komen niet geheel overeen met de doelgroepen waar het huidige aanbod van de recreatieparken op aansluit. Daarnaast liggen er nog kansen voor de parken om de profilering beter aan te laten sluiten op de gewenste doelgroep in relatie tot het huidige aanbod. Een aantal afzonderlijke conclusies vallen op:

- › Voor het Hulsbeek liggen er kansen om in te zetten op vernieuwing en innovatie. Doelgroepen die hiervoor interessant zijn, zijn met name de **avontuurzoeker** en de **stijlzoeker**. Deze doelgroepen zijn zogezegde trendsetters en 'early adopters': zij zitten aan het begin van de product life cycle en zijn vaak de eersten die een nieuw product ontdekken. Voor zowel de avontuurzoeker als de stijlzoeker is er al wat passend aanbod op het Hulsbeek. Door in te zetten op deze doelgroepen wordt daarbij passend aanbod verder ontwikkeld en innovatie gestimuleerd. Aanbod passend bij deze doelgroepen zijn over het algemeen vaker vernieuwende en experimentele concepten. Vooral het toevoegen van passende horeca biedt kansen.
- › Het Rutbeek is bij uitstek geschikt voor groepen en gezinnen. De grootschalige opzet van het park en de bijbehorende voorzieningen zijn met name interessant voor de **harmoniezoeker**. Het aanbod en de grote evenementen zijn ook voor de **plezierzoeker** aantrekkelijk. Er is

veel vermaak en deze doelgroepen gaan graag met vrienden en familie naar recreatieparken. Daarnaast zijn dit ook doelgroepen die veel voorkomen onder de inwoners van Twente.

- › Door de kleinschalige opzet en de rust ruimte als sterke kracht is het Lageveld vooral geschikt voor de **harmoniezoeker**. Jonge gezinnen uit Twente komen naar het park om te BBQ'en of te zwemmen. Om het park in de toekomst ook aantrekkelijk te houden voor deze doelgroep is het belangrijk dat de voorzieningen een kwaliteitsimpuls krijgen, zodat de jonge gezinnen kunnen genieten van de ruimte en elkaar.
- › De **verbindingszoeker** is een doelgroep die meer dan gemiddeld voorkomt in Twente, maar die niet direct een geschikte doelgroep voor de recreatieparken is. Voor de verbindingszoeker is er namelijk in de rest van Twente al veel aantrekkelijk aanbod. Zo is er veel cultureel erfgoed in de vorm van landgoederen en kastelen waar de verbindingszoeker graag naar toe gaat. Voor de recreatieparken is dit dus niet de meest interessante doelgroep.
- › Hoewel er veel **rustzoekers** in Twente wonen, is dit voor aanbodontwikkeling op de parken niet de meest interessante doelgroep. Deze groep maakt graag gebruik van de wandel- en fietspaden, dus het is voor deze doelgroep met name belangrijk om de routes op orde te houden. Wanneer het gaat om het ontwikkelen van aanbod is dit geen primaire doelgroep.

2.4 WAT VINDEN INWONERS VAN DE PARKEN?

Uit de inwonersenquête die in de zomer van 2023 is afgenomen, blijkt dat inwoners erg tevreden zijn over de parken. Met name de mooie, groene omgeving en de wandel- en fietsroutes door de natuur worden erg gewaardeerd. Maar ook de zwemmogelijkheden en de mogelijkheden voor kinderen om te spelen worden benoemd als pluspunten van de parken. Voor het Hulsbeek en Rutbeek zijn inwoners ook nog erg te spreken over de diversiteit van het aanbod; er is voor ieder wat wils. Op het Lageveld worden met name de kleinschaligheid en rust gewaardeerd.

Bezoekmotieven

De meeste bezoekers komen naar de parken om te wandelen of fietsen. Voor het Hulsbeek geldt dat ruim 63% van de respondenten het Hulsbeek bezoekt om te wandelen of fietsen, voor het Rutbeek is dat 61% en voor het Lageveld 52%. Daarnaast geeft 45% van de bezoekers aan dat zij de parken bezoeken om te zwemmen, wat laat zien dat dit ook een belangrijk bezoekmotief is. Bij het Hulsbeek en het Rutbeek geven ook nog ruim een kwart van de respondenten aan dat ze voor de evenementen komen. Over het aantal evenementen op de parken heeft een groot deel van de respondenten (30%) geen mening. Ruim 40% van de respondenten vindt dat het aantal evenementen op het Hulsbeek en het Rutbeek precies goed is, 15% vindt dat er te weinig evenementen georganiseerd worden en 10% vindt dat er juist teveel evenementen zijn. Op het Lageveld vindt 20% van de respondenten dat te weinig evenementen worden georganiseerd.

Voorzieningen op de parken

Bezoekers aan de drie parken zijn het meest tevreden over de recreatieve voorzieningen op de parken en de parkeergelegenheid. Het aanbod aan

activiteiten wordt op het Hulsbeek het best beoordeeld, ruim 70% van de respondenten is hier (zeer) tevreden over. Op het Rutbeek en het Lageveld heeft de meerderheid van de respondenten geen mening of staat neutraal tegenover het aanbod aan activiteiten. De overige respondenten op het Rutbeek (40%) zijn (zeer) tevreden over het aanbod. Op het Lageveld is zo'n 30% van de bezoekers (zeer) tevreden. Het Hulsbeek en het Lageveld worden daarnaast goed gewaardeerd als het gaat om mogelijkheden voor jonge kinderen en tieners.

Over het parkeren bij de parken zijn de respondenten het met elkaar eens. Het merendeel is (zeer) tevreden over de parkeergelegenheid bij de parken, maar over het parkeertarief is een groot deel van de respondenten ontevreden. Daarnaast mist het overgrote deel van de respondenten niks op de parken. Voor alle parken geldt echter wel dat inwoners graag een ruimer horeca aanbod zouden willen zien. Daarnaast wordt voor het Hulsbeek en Rutbeek ook veelvuldig de optie geopperd om ruimte te creëren voor honden in de zomerperiode. Voor het Rutbeek wordt verder nog gesuggereerd om meer speeltoestellen voor (jonge) kinderen toe te voegen, bijv. een waterspeeltuin zoals bij het Hulsbeek. Op het Lageveld missen respondenten vooral sport en spel toestellen voor alle leeftijden.

De parken zijn bij de meeste respondenten wel bekend en door het grootste deel ook bezocht. Een zeer klein percentage van de respondenten (0.2%) heeft de parken nog nooit bezocht. De belangrijkste reden hiervoor is dat de parken te ver weg liggen.

Een verdere uitwerking van de enquête is opgenomen in bijlage 3.

2.5 WAT VINDEN ONDERNEMERS EN ORGANISATOREN?

Interviews ondernemers en organisatoren

Ondernemers en evenementenorganisatoren maken beide –in wisselende mate– gebruik van de recreatieparken. Ondernemers pachten in de meeste gevallen de grond van het Recreatieschap, terwijl evenementenorganisatoren tegen een vergoeding tijdelijk gebruik mogen maken van de evenemententerreinen gelegen op het park.

Ondernemers zijn van vaste waarde voor de recreatieparken. Ze zijn van grote invloed op de totale beleving van de parken en daarmee de identiteit van het gebied. Niet alleen nu, maar ook als het gaat om toekomstige ontwikkelingen. De meeste evenementen zijn minder structureel van aard, maar een aantal is van vaste waarde voor de parken.

Om een goed beeld te krijgen van de huidige situatie, zo ook de wensen, kansen en knelpunten, zijn semigestructureerd interviews gevoerd met ondernemers en evenementenorganisatoren. In totaal zijn ruim 15 ondernemers en 5 evenementenorganisatoren gesproken. De gesprekken met ondernemers op Het Hulsbeek hebben gedeeltelijk in groepsverband plaatsgevonden, overige interviews zijn individueel gevoerd. In bijlage 4 is een overzicht van de gesprekspartners opgenomen.

Terugkerende thema's

Uit de gesprekken met ondernemers en organisatoren komt een aantal voor de visie belangrijke thema's met bijbehorende aandachtspunten naar voren:

› **Voorzieningen en onderhoud:** Voorop staat dat de drie parken als erg netjes worden bestempeld. Het onderhoudsniveau van de openbare ruimte wordt als zeer hoog gewaardeerd door ondernemers. Grote

verschillen zijn er echter wanneer het gaat om het voorzieningenniveau op de parken, zoals toiletten, speelplekken, bankjes, etc. Afgelopen jaren zijn vooral de voorzieningen van Het Hulsbeek vernieuwd. Dit is terug te zien in het aanbod, wat ruimte biedt voor experimenteren en ontdekken. Het Rutbeek is voornamelijk functioneel opgezet, met beperkte openbare voorzieningen. Voorzieningen op Het Lageveld worden gezien als ouderwets, waarbij gezegd moet worden dat een deel ervan op de nominatie staan om opgeknapt te worden. Vooral innovatief aanbod voor kinderen waarbij spelen en ontdekken centraal staat wordt gemist.

› **Functie recreatieparken:** De drie recreatieparken verschillen van elkaar in omvang en uitstraling. Daarom geldt voor elk park de vraag wat de rol en functie van het park is. Vooral de tegengestelde belangen van ondernemers en evenementenorganisatoren staat ter discussie. Een aantal ondernemers is genoodzaakt te sluiten tijdens evenementen en/of lopen behoorlijke omzetten mis (oplopend tot enkele tienduizenden euro's). Duidelijkheid over de functie van de parken qua programmering en invulling is gewenst.

› **Aanbod:** Het dagrecreatieve aanbod op de drie recreatieparken verschilt per park. Het aanbod op Het Hulsbeek is divers. Nieuw aanbod toevoegen, is alleen wenselijk wanneer het kwalitatief iets toevoegt aan (de visie van) Het Hulsbeek. Kwalitatief goede horeca dat jaarrond open is, wordt wel gemist. Dit laatste geldt ook voor Het Rutbeek. Naast horeca is er op Het Rutbeek ruimte om complementair aanbod toe te voegen. Dit zou de totaalbeleving volgens ondernemers kunnen versterken. Vooral qua verblijfsaanbieders is er relatief weinig aanbod (in de nabijheid) van Het Rutbeek, waardoor het draagvlak voor

voorzieningen beperkt is. Het Lageveld heeft enkel kleinschalige dagrecreatieve aanbieders. Dit past bij het kleinschalige karakter van Het Lageveld. Ook hier wordt (jaarrond) horeca gemist.

- › **Parkeren:** De recreatieparken zijn allen voorzien van diverse parkeerplaatsen, veelal verspreid rondom de plas. Betaald parkeren is op alle parken aan de orde, waarbij een vast tarief wordt gehanteerd. Een uitrijkaart kost € 6 in het hoogseizoen (april t/m september) en € 3 de rest van het jaar. Een alternatief van de uitrijkaart is de Vriendenpas. Hoewel ondernemers begrijpen dat er betaald parkeren is ingevoerd, wordt de manier waarop het systeem werkt als onplezierig ervaren. Ondernemers treffen met regelmaat bezoekers die vragen stellen en/of onvrede uiten over het parkeersysteem. In de meeste gevallen kan men de betaalautomaten niet vinden, staan deze te ver weg van de parkeerplaats of heeft men alleen cash geld (wat niet geaccepteerd wordt.). Daarnaast wordt door ondernemers aangegeven dat het huidige systeem –met één tarief en betalen bij een automaat- niet van deze tijd is. Wanneer bezoekers een hele dag gebruik maken van de voorzieningen op

het park, is het huidige tarief aan de lage kant. Tegelijkertijd maakt het huidige tarief het onaantrekkelijk om voor een kort bezoek naar de parken te gaan. Hierdoor lopen ondernemers inkomsten mis, maar verwacht wordt dat dit ook geldt voor het Recreatieschap.

- › **Bereikbaarheid:** Voornamelijk de twee grotere parken zijn relatief slecht zichtbaar vanaf de doorgaande wegen. Het Hulsbeek ligt verscholen in het bos, waardoor een duidelijk start en eindpunt van het gebied gemist wordt. Voor het Rutbeek geldt dat de toegangswegen die richting het park lopen, onvoldoende gemaakt zijn om de capaciteit aan te kunnen. Vooral tijdens evenementen leidt dit tot ongunstige situaties.
- › **Governance:** Het Recreatieschap Twente is vooral voor ondernemers nog onvoldoende zichtbaar. Er is behoefte aan duidelijke communicatie, bijvoorbeeld als het gaat om evenementen. Evenementenorganisatoren zijn doorgaans positief over de onderlinge communicatie met het Recreatieschap Twente. Een ander aandachtspunt is de marketing en online uitstraling van de parken. Meer uniformiteit en waar mogelijk connecties met het aanbod is gewenst.



2.6 FINANCIËLE PARAGRAAF: KOSTEN EN OPBRENGSTEN

De drie parken worden geëxploiteerd door het Recreatieschap, wat betekent dat alle kosten en opbrengsten van de exploitatie voor rekening van het Recreatieschap komen. Uitzondering hierop zijn de ondernemers op de verschillende parken: zij zijn verantwoordelijk voor hun eigen exploitatie en betalen erfpacht en/of huur.

Naast de exploitatie van de parken vervult het Recreatieschap ook nog taken op het gebied van onderhouden en instandhouding van (fiets)paden en routenetwerken. Deze kosten zijn niet in de tabel opgenomen.

Tabel 5 Overzicht kosten en opbrengsten (begroting 2024)

Post	Het Hulsbeek	Het Rutbeek	Het Lageveld	Totaal
Kosten				
Directe kosten	€ 700.982	€ 646.088	€ 309.110	€ 1.656.080
Overhead				€ 61.027
DVO				€ 193.562
<i>Totale kosten</i>				€ 1.910.669
Opbrengsten				
Erfpacht/huur	€ 219.840	€ 75.560	€ 43.341	€ 338.741
Parkeren	€ 150.896	€ 141.803	€ 83.868	€ 376.567
Evenementen	€ 78.300	€ 99.970	€ 11.192	€ 189.462
Overig	€ 74.103	€ 79.702	€ 20.348	€ 174.153
<i>Totaal opbrengsten</i>	€ 523.139	€ 397.035	€ 158.749	€ 1.078.923
Totaal				- € 831.746

Er volgt hierna alleen een analyse van de kosten en opbrengsten van de parken, die separaat inzichtelijk zijn. Het directe kostenniveau van de parken bedraagt circa € 1,7 miljoen. Daarnaast is een deel van de overheadkosten toegerekend aan de parken. Op verzoek van Recreatieschap Twente heeft deze verdeling plaatsgevonden op basis van het aantal FTE dat aan de parken kan worden toegerekend. Het gaat dan om kosten voor het management (Recreatieschap) en kosten voor managementondersteuning (die Samen Twente doorberekent aan het Recreatieschap via de DVO). In totaal is circa € 250.000 toegerekend aan de parken (kosten overhead+DVO). De totale jaarlijkse kosten van de parken bedragen daarmee circa in totaal € 1,9 miljoen. De bijdrage aan Marketing Oost is buiten beschouwing gelaten in de analyse van de parken.

De analyse geeft het volgende beeld:

- Het bedrag van circa € 1,7 miljoen directe kosten omvat met name personeelskosten, uitbestede werkzaamheden en kosten voor diensten;
- De inkomsten zijn onderverdeeld in 31% uit erfpacht en huur, 35% uit parkeeropbrengsten en 18% uit evenementen. De overige 16% bestaat uit verschillende posten, zoals de verkoop van routekaarten, het verhuren van het terrein voor een dagevenement, materiaalverhuur, enzovoort.
- Wat betreft de opbrengsten genereert Het Hulsbeek het grootste deel van zijn eigen inkomsten uit erfpacht vanwege het aanzienlijke aantal erfpachters op die locatie (12). Voor Het Rutbeek en Het Lageveld vormen parkeeropbrengsten de voornaamste inkomstenbron.
- Al met al resulteert er een gecombineerd negatief saldo van ongeveer € 830.000 voor de drie parken. Dit tekort wordt aangevuld met financiële bijdragen van de gemeenten (die niet in de tabel zijn opgenomen). De gemeentelijke bijdrage voor de exploitatie van de drie parken bedraagt daarmee circa € 1,30 per inwoner per jaar.

3

Perspectief

Waar het vorige hoofdstuk de huidige situatie van de drie parken omschreef, gaat dit hoofdstuk dieper in op het toekomstperspectief voor de drie parken. Trends en ontwikkelingen schetsen de externe factoren waar rekening mee gehouden moet worden. Een SWOT-analyse vat vervolgens alle eerder getoonde informatie samen. Het hoofdstuk wordt afgerond met een overzicht van de belangrijkste opgaven en ontwikkelkansen.



3.1 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Algemeen, vanuit maatschappelijke trends:

- › **Recreatiebehoefte neemt toe.** De recreatiemogelijkheden dichtbij huis zijn door Corona 'herontdekt'. Het aantal bezoekers van natuur- en recreatiegebieden is enorm toegenomen. Uit onderzoek van de ANWB¹⁾ blijkt dat het aantal recreatieve activiteiten in de directe woonomgeving en in recreatiegebieden nog verder zal toenemen. Dit komt onder meer door bevolkingsgroei, hogere kosten voor mobiliteit en toenemende aandacht voor gezondheid en bewegen.
- › **Toenemende recreatiedruk op de natuur.** Vanwege de toenemende recreatiebehoefte neemt de druk op de natuur ook toe. Aan de ene kant wordt de natuur op sommige plaatsten verstoord door recreatie, bijv. door het wandelen of fietsen buiten de gebaande paden, loslopende honden of picknicken op plekken die daar niet voor bedoeld zijn. Aan de andere kant ontstaat er een negatievere bezoekerservaring door o.a. drukte, toenemend zwerfafval en filevorming bij parkeerplaatsen. In sommige natuurgebieden is hierdoor een scheve verhouding ontstaan tussen recreatie en natuur.
- › **Toenemende behoefte aan nieuwe groene recreatieruimte.** Verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat er een tekort is aan recreatieruimte in de directe woonomgeving van de Nederlandse inwoners. De vraag naar groene ruimte is groot, maar in de praktijk wordt hier nog te weinig op ingezet. Nieuwe natuur en recreatieruimte is noodzakelijk om de toenemende recreatiedruk op te vangen en om in te zetten op herstel van de biodiversiteit. Dit betekent ook dat het belangrijk is om de bestaande natuur te behouden en versterken.
- › **Recreatie en toerisme wezenlijk voor brede welvaart.** In Nederland is sinds enkele jaren meer aandacht voor brede welvaart. De drie planbureaus (CPB, PBL en SCP) werken daarom aan manieren om brede welvaart beter

te integreren in de begrotings- en verantwoordingssystematiek. Hiernaast brengt het CBS sinds 2018 jaarlijks een Monitor Brede Welvaart uit. Deze trend zet door binnen gemeenten en zo ook in de vrijetijdseconomie. De vrijetijdseconomie moet niet alleen zorgen voor meer bestedingen, maar moet ook bijdragen aan de welvaart in brede zin. Denk bijvoorbeeld aan een hoog voorzieningenniveau tot aan maatschappelijk verantwoord ondernemen met de creatie van toekomstbestendige banen. De brede welvaart gedachten sluit aan bij het in 2022 opgestelde Perspectief Vrijetijdseconomie Twente 2030. Daarin wordt gestreefd om de vrijetijdseconomie bij te laten dragen aan het Bruto Twents Geluk.

- › **Integraal denken wordt de standaard.** Nederland staat voor grote opgaven. Als alle ruimteclaims opgeteld worden hebben we 1,8x de ruimte nodig die we nu benutten. Alleen al om die reden is een integrale aanpak nodig en deze wordt met de nieuwe omgevingswet ook gefaciliteerd. Daarnaast kan deze manier van denken leiden tot een leefomgeving die meer aanzet tot bewegen, met minder en duurzamere mobiliteit en per saldo een bredere welvaart en een betere gezondheid.
- › **Transitie van het landelijk gebied.** De toekomst van het landelijk gebied is aan het veranderen. Agrariërs staan voor de uitdaging de transitie te maken naar een meer circulaire, duurzame vorm van landbouw. De transitie van de agrarische sector biedt aan de ene kant kansen om het landschap een extra functie te geven als aangename en toegankelijke plek om te recreëren, maar aan de andere kant gaat dit ook over de vraag hoe om te gaan met de schaarse ruimte in ons land, ook bijv. in relatie tot de woningbouwopgaven en energietransitie.
- › **Aandacht voor gezondheid:** zowel vanuit de overheid als vanuit de bevolking is er steeds meer aandacht voor fysieke en geestelijke

1. <https://www.anwb.nl/belangenbehartiging/recreatie/zorgen-om-groeiend-tekort-aan-recreatieruimte>

gezondheid. Dit als reactie op de toenemende bewegingsarmoede, obesitas en/of gevoel van eenzaamheid bij grote delen van de bevolking.

- › **Consumenten oriënteren zich steeds meer via digitale kanalen.** Dit betekent dat organisaties voortdurend op zoek moeten naar slimme, innovatieve manieren van marketing en promotie om hun product aan de man te brengen. En hoe ze niet alleen zoveel mogelijk, maar vooral de gewenste bezoekers aantrekken.

Specifiek, naar deelsectoren in de recreatie:

- › **Toename populariteit buitensporten.** Mede door Corona hebben veel buitensporten een enorme impuls gezien. Dit is ook terug te zien in de ledenaantallen, zo zijn de Koninklijke Wandel Bond Nederland, de Survivalrun Bond en de Golffederatie allen sterk gegroeid qua ledenaantal. Sport en spel in het buitengebied, zoals lasergamen, paintballen, suppen en het klimbos, is ook populair. Vriendengroepen, families, maar steeds vaker ook zakelijke uitjes doen een dergelijke activiteit
- › **Groeiende behoefte sport- en spelmogelijkheden voor alle generaties.** Mooie en uitdagende speelplekken voor alle generaties zijn populair. In Enschede is bijv. een speeltuin getransformeerd naar een uitdagende speel-, sport- en ontmoetingsplek voor alle generaties. De locatie is verdeeld in spelzones, waar verschillende bewegingsvaardigheden aan bod komen. Onderzoek heeft aangetoond dat het totaal aantal gebruikers in een jaar tijd met 85% is gestegen, zowel onder de jongere als oudere generatie. Het Motorikpark, een bewegingsconcept uit Oostenrijk, is een ander goed voorbeeld om alle -ook de oudere generatie -op een uitdagende, maar laagdrempelige manier aan het bewegen te krijgen.
- › **Veel dynamiek in evenementenbranche.** Uit onderzoek blijkt dat de evenementenbranche onevenredig hard getroffen is door Corona en prijsstijgingen. Daarnaast heeft de sector te maken met uitbreidende

regelgeving en speelt ook personeelsgebrek een steeds grotere rol voor organisatoren. Dit stelt organisatoren voor nieuwe uitdagingen, maar wakkert ook de innovatie in de sector verder aan. Verder van belang dat evenementen aansluiten bij karakter gebied en hiervoor niet alleen financiële meerwaarde hebben

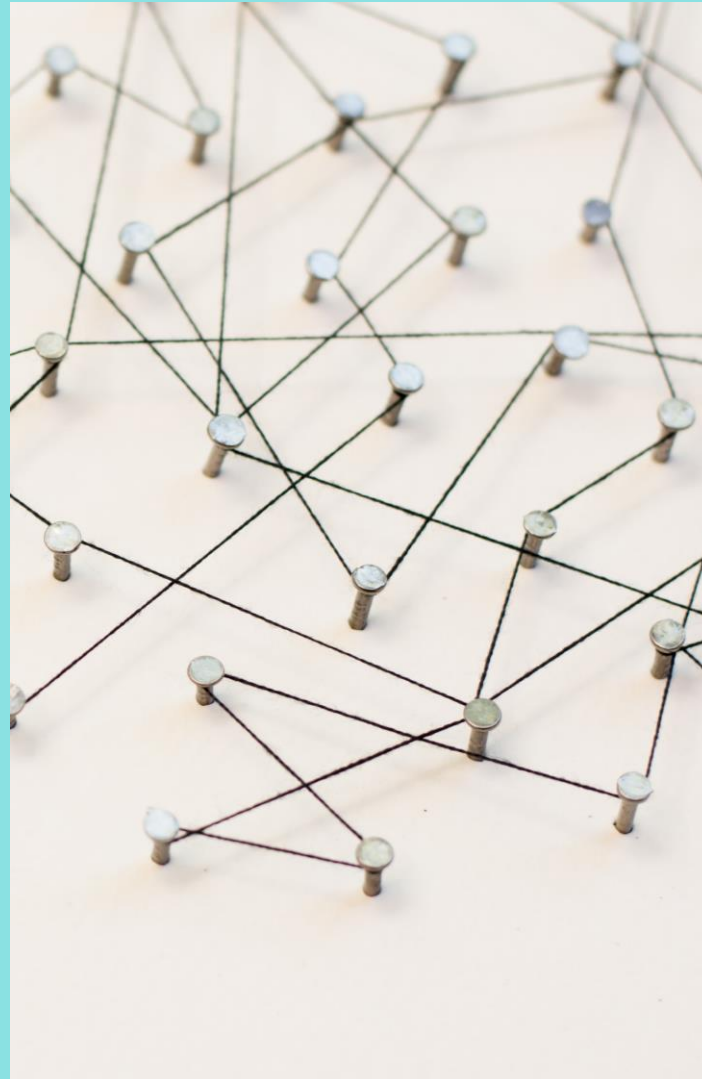
- › **Belangstelling voor recreatiewater is groot.** In de zomermaanden willen mensen graag het water op zoeken. Dat is nu zo, maar vanwege klimaatverandering en toenemende droogte wordt verwacht dat dit de komende jaren verder gaat toenemen. Uit onderzoek is gebleken dat de zoekterm 'Recreatieplas' het hardste is toegenomen, vergeleken met termen als zwembad/subtropisch zwemparadijs/ buitenzwembad. Dit komt gedeeltelijk omdat men steeds meer op zoek is naar verkoeling in natuurlijke omgevingen. Zo blijkt ook uit diverse onderzoeken over bezoekersaantallen dat er al sinds jaren een recorddrukke is bij diverse recreatieplassen (tot wel 70% meer bezoekers).
- › **Verblijfsrecreatie in eigen land groeit,** mede onder invloed van Corona en de stijgende energieprijzen heeft de verblijfsrecreant het eigen land herontdekt. De vraag naar kampeerplekken, camperplaatsen en vakantiebungalows is gegroeid in de afgelopen jaren en ook de verblijfgasten uit België en Duitsland hebben de weg terug gevonden naar Nederland
- › **Grote stijging recreatief wandelen en fietsen,** door Corona en de trend van meer bewegen zijn beide sterk gegroeid. Bij het fietsen valt ook de steeds verdere differentiatie in soorten fietsen op (e-bikes, race- en toerfietsen, mountainbikes etc.).
- › **Inhaalslag markt van groepsuitjes, feesten en bedrijfsbijeenkomsten,** hierbij wordt vaak gezocht naar locaties met bijzonder aanbod met een mix van grootschalige horeca, recreatiemogelijkheden en een interessant bijzonder programma.

3.2 SAMENVATTENDE SWOT-ANALYSE

De vorige pagina's tonen de meest relevante externe trends en ontwikkeling. Dit zijn kansen en bedreigingen waar de Recreatieparken komende jaren mee te maken krijgen. Naast deze externe factoren, zijn de interne factoren van invloed op de recreatieparken, ook wel de sterkten en zwakten genoemd. Hoofdstuk 2 vormde de basis van deze interne factoren.

De volgende pagina toont de SWOT-analyse voor de drie recreatieparken, waarin de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen voor de recreatieparken van Twente in één beeld zijn samengevat.

De SWOT-analyses per recreatiepark zijn opgenomen in bijlage 5.



SWOT

Sterkte

- › Vrij toegankelijke dagrecreatieve functie voor eigen inwoners.
- › Water met recreatieve functie is sterke USP voor Twente omdat de regio verder 'waterarm' is.
- › Clusters van dag- en verblijfsrecreatieve aanbieders, met name in en rondom Het Hulsbeek.
- › Fysieke ruimte rondom de recreatieplas, met ruime mogelijkheden voor wandelen en fietsen (routegebonden buitenrecreatie) in en rondom de recreatieparken.
- › De parken zien er groen, aantrekkelijk en goed onderhouden uit
- › Bijdrage per inwoner voor de exploitatie van de parken relatief laag (circa € 1,30 per inwoner per jaar)

Zwakte

- › Er is geen uniforme uitstraling en actieve vermarkting van de parken en gebrek aan onderlinge samenhang
- › Voorzieningenniveau bij Lageveld en Rutbeek beperkt en gedateerd.
- › Seizoengebondenheid, focus voornamelijk op hoogseizoen.
- › Zeer beperkt horeca-aanbod op de parken.
- › Belangen ondernemers en evenementenorganisatoren staan in sommige gevallen haaks op elkaar.
- › Communicatie tussen Recreatieschap Twente, ondernemers en/of evenementenorganisatoren.
- › Vindbaarheid van de parken, zowel fysiek qua uitstraling en borden, als online qua marketing.
- › Parkeersysteem met vaste tarieven en automaten.

Kans

- › Toerisme en recreatie als middel om Bruto Twents Geluk te verhogen.
- › Nederlanders gaan vaker en korter op vakantie in eigen land.
- › Toenemende recreatiebehoefte inwoners en behoefte aan groene recreatieruimte.
- › Toename populariteit (actieve) buitensporten en uitdagende speelplekken voor alle generaties. Dit sluit ook aan bij de door Twente Marketing gewenste doelgroepen.
- › Transitie agrarisch gebied rondom de parken biedt kansen om het gebied rondom de parken in samenhang te ontwikkelen.

Bedreiging

- › Klimaatverandering met watergebrek en dalende waterstanden tot gevolg.
- › Strijd om de ruimte; ruimtebehoefte niet-recreatieve functies in de nabijheid.
- › Toekomstige kosten voor groot onderhoud (wegen, beschoeiing, etc.).
- › Toekomst evenementbranche onzeker door stijgende kosten en grote verschillen tussen evenementen.

3.3 BELANGRIJKSTE OPGAVEN EN ONTWIKKELKANSSEN

De SWOT-analyse biedt handvatten om de belangrijkste opgaven en ontwikkelkansen voor de recreatieparken te bepalen. Dit wordt gedaan door de interne sterkten en zwakten met externe kansen en bedreigingen te confronteren. Hiermee geven we antwoord op de vragen:

1. Wat moet worden verdedigd?
2. Wat kan worden verbeterd?
3. Wat zijn de extra groeimogelijkheden?
4. Waar moet mee gestopt worden?

Verdedigen

- Het in stand houden van het onderhoudsniveau van de parken.
- Blijven investeren in kwaliteit waterplassen om de waterrecreatieve functie te behouden, zowel de primaire functie (zwemmen, etc.) als de ondersteunende functie van het water (decor andere recreatievormen).
- Bewaken balans tussen toeristisch-recreatieve aanbieders en evenementen. Daarbij is het uitgangspunt dat ze complementair aan elkaar moeten zijn en evenementen een aanvulling vormen op het vaste aanbod.

Verbeteren

- Verbreding toeristisch seizoen, om draagvlak te behouden voor voorzieningen en jaarrond aantrekkelijker te zijn voor inwoners. Daarnaast het verbeteren van de klantbeleving. Dit kan o.a. door:
 - Verbeteren voorzieningenniveau op (met name) Het Rutbeek en Het Lageveld om ook in de toekomst de bezoekers te kunnen verrassen/bedienen, ook buiten het hoogseizoen.
 - Toevoegen kwalitatief hoogwaardiger horeca-aanbod dat jaarrond toegankelijk is en dat ook een autonome trekkracht heeft om ook buiten het zomerseizoen groepen te trekken (incl. zakelijk, feesten).



Ter inspiratie: Het motoriekpark biedt zowel kinderen als volwassenen de gelegenheid om hun balans, coördinatie, kracht en conditie te verbeteren en te oefenen.

- › Verbeteren open, uitnodigende uitstraling recreatieparken en verbinding met omliggende steden/woonwijken.
- › Communicatie en onderlinge samenwerking Recreatieschap en (externe) partners verbeteren met als doel elkaar kennis te benutten en om gezamenlijk het gebied op een hoger plan te brengen.
- › Verbeteren en optimaliseren van parkeersysteem, met als doel het gebruiksvriendelijk houden.
- › Water als basis voor gezamenlijke profilering recreatieparken in Twents recreatief product om aantrekkelijkheid Twente ook in de toekomst te borgen. Voor eigen inwoners en als middel om toeristen aan te trekken en vast te houden.
- › Promoten en beter onder de aandacht brengen van de recreatieparken via gerichte marketing.

Groeikansen

- › Actief nieuwe doelgroepen aantrekken door vernieuwing en innovatie. Met name gericht op de avontuurzoeker en de stijlzoeker. Bijkomend effect hiervan is dat de parken een impuls krijgen waardoor deze ook voor de huidige bezoekers op termijn aantrekkelijk blijven. Gedacht kan ook worden aan all weather voorzieningen die ook buiten het traditionele hoogseizoen bezocht kunnen worden.
- › Uitbreiden mogelijkheden (actieve) buitensporten in en/of rondom de parken waarbij wederom aandacht is voor innovatie.
- › Verblijfsrecreatief aanbod (in de nabijheid parken) toevoegen, met

als doel jaarrond draagvlak voor voorzieningen creëren en extra inkomsten genereren (erfpacht, toeristenbelasting etc).

- › Ruimte rondom de recreatieparken betrekken (meer ha toevoegen met recreatieve functie), inspeland op groeiende ruimtevraag vanuit recreatie en de transitie van de landbouw.

Terugtrekken

- › Afbouwen van evenementen waarbij de lusten niet opwegen tegen de lasten (in brede zin). In het nog op te stellen evenementbeleid wordt dit nader uitgewerkt. Daarbij staat voorop dat het evenement complementair moet zijn aan het bestaande aanbod, een positieve bijdrage levert aan het gebied, een positieve bijdrage levert aan het imago van het gebied en bijdraagt aan de spreiding over het jaar.

Evenementen buiten de scope van deze visie

In deze visie wordt nog geen definitieve koers uitgezet met betrekking tot het aantal of de aard van evenementen die op de recreatieparken plaatsvinden of plaats zullen gaan vinden. Dit komt voort uit een aantal overwegingen welke beschreven zijn in bijlage 6.

4

Ontwikkelrichtingen

Dit hoofdstuk gaat in op de verschillende ambitieniveaus die mogelijk zijn voor de parken. In eerste instantie voor de drie parken als geheel, maar ook op individueel parkniveau worden uitspraken gedaan.

4.1 AMBITIENIVEAU

De drie recreatieparken behouden, onderhouden en laten floreren. Zodat ze in de toekomst een nog grotere bijdrage leveren aan het Bruto Twents Geluk van inwoners. Dat is de ambitie waar we voor willen gaan. Met als doel om alle inwoners van Twente ook in de toekomst te laten genieten van de recreatieve mogelijkheden die de drie recreatieparken bieden. We weten dat de recreatieve behoefte van inwoners alleen maar verder toe gaat nemen. En om in die behoefte te voorzien, zijn de drie recreatieparken belangrijker dan ooit. Zeker omdat de plassen/het water in de parken een unique selling point (USP) vormen dat alleen maar belangrijker wordt in de komende jaren.

Op welke manier en in welke mate invulling gegeven wordt aan de ambitie, hangt mede af van de keuzes die gemaakt worden. Daarbij is het een continue afweging tussen enerzijds het positieve effect dat de parken hebben op inwoners van Twente en anderzijds de kosten-baten afweging bij bepaalde keuzes.

Om u mee te nemen in de keuzes zijn verschillende ambitieniveaus uitgewerkt:

1. Fundament op orde – dit is het basis ambitieniveau waarbij vooral het fysieke behoud van de parken centraal staat. Hierbij wordt gedacht aan het op peil houden van de waterkwaliteit en het op orde brengen van de beschoeiing. Zodat gasten nu en in de toekomst kunnen genieten van een zorgeloos verblijf in een prachtige omgeving.

2. Gastbeleving optimaliseren – dit ambitieniveau ligt wat hoger, waarbij de focus ligt op het versterken van de hele customer journey¹⁾ van bestaande bezoekers. Er wordt primair gericht op de eigen inwoners van Twente. Het versterken van de bezoekmogelijkheden en beleving jaarrond staat centraal.

3. Marktvergroting – het meest vergaande ambitieniveau, waarbij de parken zich als een sterk merk (onder één passende naam) presenteren en niet alleen de eigen inwoners bedienen, maar ook nieuwe doelgroepen van buiten Twente aantrekken. Dit heeft als voordeel dat er extra draagvlak ontstaat voor voorzieningen (waar ook inwoners van profiteren), de recreatieparken een nog prominentere plek innemen in de bestemming Twente en voor extra opbrengsten kunnen zorgen.

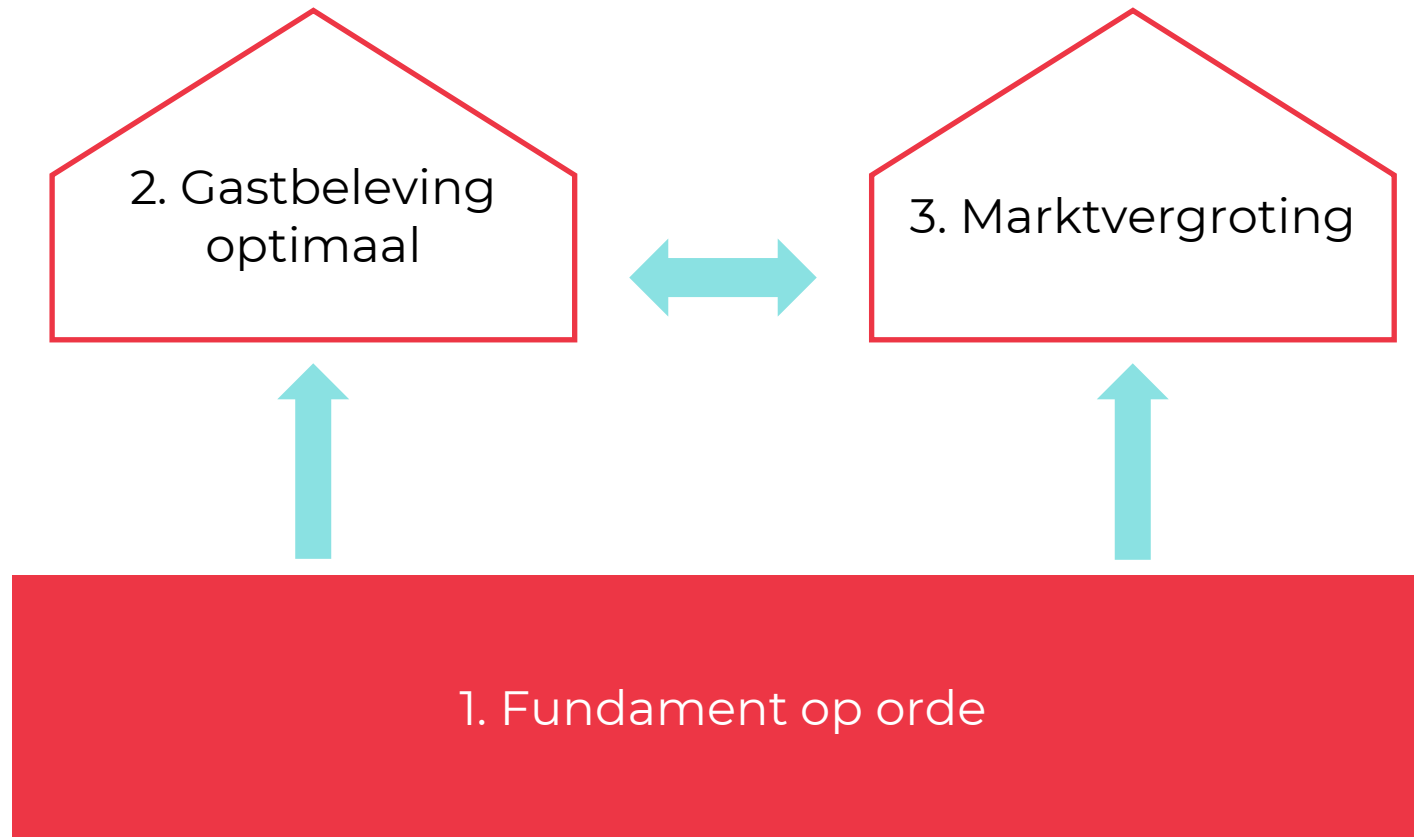
Op volgende pagina staat per ambitieniveau aangegeven wat er wel (en niet) onder valt. De pagina's daarna geven een uitgebreidere uitleg, inclusief een tabel met de globale investerings- en financieringsconsequenties. Ook is het toekomstbeeld voor de individuele parken beschreven. Uiteraard zijn ook combinaties of tussenvormen denkbaar bij de verschillende ambitieniveaus. Zo kan er gekozen worden om voor het Fundament op orde te gaan, maar wel elementen uit de andere ambitieniveaus toe te voegen. Hierbij moet wel rekening gehouden worden met de bijbehorende investeringskosten. De ambitieniveaus geven richting, maar de precieze invulling vraagt nadere uitwerking.

1. De reis die een bezoeker maakt, van oriëntatie (online), reis (goed bereikbaar en comfortabel parkeren), bezoek zelf (met veel beleving en keuzemogelijkheden) tot na het bezoek (het vertellen over het bezoek aan vrienden).

Tabel 7 Overzicht ambitieniveaus

	1. Fundament op orde	2. Gastbeleving optimaal	3. Marktvergroting
Beoogde doel			
Onderhoudsniveau parken	<ul style="list-style-type: none"> • Verbetering beschoeiing • Wegen en paden op orde houden • Bosbeheerplan loopt • Opstellen MJOP 	Zie 'Fundament op orde'	Zie 'Fundament op orde'
Behoud waterkwaliteit	<ul style="list-style-type: none"> • Borging waterkwaliteit • Waterpeil op orde houden 	Zie 'Fundament op orde'	Zie 'Fundament op orde'
Communicatie en samenwerken met (externe) stakeholders	<ul style="list-style-type: none"> • Extra aandacht verhouding pachters en evenementen 	Zie 'Fundament op orde', aangevuld met: <ul style="list-style-type: none"> • Heldere, (pro-)actievere communicatie en samenwerking met stakeholders (o.a. organisatoren en ondernemers) 	Zie 'gastbeleving optimaal', aangevuld met: <ul style="list-style-type: none"> • Proactieve acquisitie van nieuw passend aanbod
Herkenbaarheid parken vergroten	--	<ul style="list-style-type: none"> • Eén huisstijl voor alle parken • Meer herkenbare entrees 	Zie 'gastbeleving optimaal'
Meer jaarrond aantrekkelijk maken	--	<ul style="list-style-type: none"> • Meer sport-/spelvoorzieningen • 4 seizoenen horeca aan het water • Beperkt toevoegen elkweervoorzieningen 	Zie 'gastbeleving optimaal'
Optimaliseren parkeersysteem	--	<ul style="list-style-type: none"> • Makkelijker en gastvrijer • Tarieven eerlijker (bijv. real time) 	Zie 'gastbeleving optimaal'
Marketing meer marktgericht	--	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing gericht op het versterken van de bekendheid onder Twentse inwoners 	Zie 'gastbeleving optimaal', aangevuld met: <ul style="list-style-type: none"> • Qua doelgroepen ook mikken op bezoeker van buiten regio • Parken gezamenlijk ontwikkelen tot één sterk merk met daarbinnen drie complementaire parken
Marktontwikkeling	--	--	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling en/of uitbreiding verblijfsaccommodatie • Toevoeging dagrecreatieve aanbieder met bovenregionaal publieksbereik

Visualisatie ambitieniveaus



Een schematische weergave van de drie ambitieniveaus

1. Fundament op orde

Bij dit ambitieniveau ligt de focus op het behouden van de recreatieparken. Het realiseren van een uitstekende basis omvat drie essentiële componenten:

- › Het handhaven van het onderhoudsniveau van de parken (ligweiden, stranden, speelvoorzieningen, toiletgebouwen, etc.).
- › Het waarborgen van de waterkwaliteit van de plassen.
- › Het nemen van verantwoordelijkheid jegens pachters en (tijdelijke) huurders door de balans tussen diverse functies op de parken, zoals dag- en verblijfsaanbod vs. evenementen, te bewaken.

Binnen dit ambitieniveau, waarbij gestreefd wordt naar het bereiken van een solide en kwalitatieve basis, is er tegelijkertijd de ambitie om uiteindelijk het maximale te verwezenlijken binnen de grenzen van wat haalbaar is in termen van menskracht en financiële middelen. Het is immers zaak om altijd te gaan voor het maximaal haalbare maar dat moet uiteindelijk passen binnen datgene wat (financieel) mogelijk is.

Wat mag de gast verwachten?

- › Een ontspannende ervaring in een veilige, schone en groene omgeving.
- › Diverse activiteiten die aansluiten bij verschillende interesses en leeftijdsgroepen, zoals wandel- en fietspaden, watersporten, speeltuinen, en (culturele) evenementen.
- › Kwalitatieve voorzieningen, waaronder toegankelijke en schone toiletten, diverse speelvoorzieningen die passen bij het karakter van het recreatiepark en goede parkeerfaciliteiten.
- › Heldere, transparante en eenvoudige informatievoorziening middels social media en de website.
- › Gasten van onze recreatieparken mogen zonder twijfel een consistent niveau van onderhoud, kwaliteit en netheid verwachten.

Indien voor dit ambitieniveau gekozen wordt, zijn onder andere investeringen nodig op het Rutbeek en het Lageveld om het fundament volledig op orde te krijgen. Met de huidige begroting van het Recreatieschap is het mogelijk om noodzakelijke investeringen te financieren, maar er is geen ruimte voor grootschalige projecten. Daarnaast is het belangrijk om duidelijke afspraken te maken over het onderhoudsniveau en dit jaarlijks te monitoren. Het bieden van kaders helpt om duidelijkheid te geven aan ondernemers en organisatoren.

Momenteel wordt het Recreatieschap Twente geconfronteerd met achterstallig onderhoud op het gebied van beschoeiing. Dit betreft een kwestie van fundamenteel onderhoud en veiligheid wat dringend aangepakt moet worden en staat hiermee los van deze visie en dit ambitieniveau. Meer informatie over de beschoeiing is te lezen in bijlage 7.

Rol/organisatiemodel Recreatieschap Twente: Uitvoeringsorganisatie¹⁾.

Indicatie groei bezoekers: 0-5%. Dit ambitieniveau is immers vooral bedoeld ter behoud van de kwaliteit. In dat geval zal dus stabilisering tot lichte groei optreden als gevolg van de groei van de bevolking van Twente en een iets hogere participatie.

Gedurende het proces ontstond de behoefte om meer duidelijkheid te krijgen over dit minimum ambitieniveau dat noodzakelijk is voor de toekomstbestendigheid van de recreatieparken. Op de volgende pagina is dan ook een uitgebreidere toelichting bij dit ambitieniveau beschreven.

1. Een uitvoeringsorganisatie is een entiteit die specifieke taken namens een overheidsinstantie uitvoert. De belangrijkste rol van een uitvoeringsorganisatie is om operationele verantwoordelijkheden op zich te nemen en concrete resultaten te behalen op basis van vastgesteld beleid en doelen, terwijl de opdrachtgever zich kan concentreren op beleidsvorming en toezicht.

Nadere toelichting 'Fundament op orde'

- › **Gastvrijheid:** Het Recreatieschap Twente heeft als doel om een warm welkom te bieden aan iedereen die de recreatieparken bezoekt. Of je nu een lokale inwoner bent of van verder weg komt, ongeacht je achtergrond of inkomen, deze parken zijn vrij toegankelijk voor iedereen. Hierdoor worden de parken niet alleen plekken van ontspanning en vermaak, maar ook van inclusie en saamhorigheid. In een wereld waar de drukte van het dagelijks leven soms overweldigend kan zijn, bieden deze parken een welkome ontsnapping. Of je nu wilt wandelen, fietsen, picknicken, of gewoon wilt genieten van de natuur, de parken zijn een plek waar Tukkers en bezoekers van buiten de regio zich kunnen verbinden met de prachtige omgeving van Twente.
- › **Toegankelijkheid:** Alle parken zijn gemakkelijk en gratis¹⁾ toegankelijk voor een breed publiek, ongeacht hun en portemonnee en inclusief voorzieningen voor mindervaliden. De parken zijn ontworpen om bezoekers van alle leeftijden en achtergronden aan te spreken.
- › **Duurzaamheid:** Duurzaamheid staat bij de recreatieparken centraal. Er wordt gestreefd naar een ecologisch verantwoorde benadering waarbij zorg voor de natuur en duurzaam beheer hoog in het vaandel staan. Dit omvat onder andere het gebruik van groene energie, elektrificatie van het machinepark en het behoud van de lokale biodiversiteit. Tegelijkertijd zijn de parken bedoeld voor recreatie, vertier, ontspanning en vermaak. Op alle parken worden ook festivals/evenementen georganiseerd, zodat zowel de inwoners van Twente als toeristen hier kunnen genieten, ontspannen en zo nu en dan een feestje kunnen

vieren te midden van deze natuurlijke schoonheid. Het welzijn van de bezoekers staat voorop, maar tegelijkertijd wordt er bij het beheer en onderhoud naar gestreefd om zoveel mogelijk rekening te houden met de natuurlijke omgeving. Zodat iedereen nu, maar ook in de toekomst, kan genieten van een groene en plezierige omgeving.

- › **Veiligheid en Netheid:** Binnen de parken worden de hoogste normen op het gebied van veiligheid en netheid gesteld. Veiligheid is belangrijk in het parkbeheer. O.a. door te zorgen voor goede veilige paden en faciliteiten, duidelijke bewegwijzering om gasten gemakkelijk door het park te leiden, en huisregels om ervoor te zorgen dat iedereen zich op zijn gemak voelt tijdens hun verblijf. Wat betreft netheid is het doel een parkomgeving die altijd fris en opgeruimd is. Dit betekent dat er regelmatig grondige schoonmaakrondes uitgevoerd worden om zwerfvuil te verwijderen en dat alle voorzieningen, zoals bijvoorbeeld de toiletgebouwen, in uitstekende staat verkeren. Gasten worden aangemoedigd om verantwoordelijk met hun afval om te gaan en gebruik te maken van de aanwezige vuilnisbakken. Om zo een veilige en schone omgeving te creëren waarin bezoekers met volle teugen van hun tijd bij de parken kunnen genieten.
- › **Faciliteiten en Voorzieningen:** Basisvoorzieningen zoals toiletten, speelplaatsen, en BBQ-plaatsen zijn van hoge kwaliteit en goed onderhouden. Horecagelegenheden bieden diverse producten aan en er zijn voldoende zit- en rustplekken.

1. De toegang tot de parken is kosteloos, maar bezoekers dienen voor het parkeren op de aanwezige parkeerplaatsen een vergoeding te betalen, namelijk €6,- tijdens het hoogseizoen en €3,- gedurende het laagseizoen.

Tabel 8 Financiële consequenties ambitieniveau 1

Acties ambitieniveau 1. Fundament op orde	Effect op investeringen RT	Financiering	Effecten en gevolgen
<ul style="list-style-type: none"> Op orde houden van de beschoeiing Wegen, paden en bossen op orde houden Opstellen MJOP 	Nee Nee Nee	<ul style="list-style-type: none"> Zie bijlage 7 voor een nadere toelichting Bosplan loopt 	Oude Almeloseweg (Hulsbeek) vraagt nog aandacht en nadere afstemming met andere gebruikers (is nu in onderhoud bij het Recreatieschap, maar vervult ook een functie voor andere gebruikers)
<ul style="list-style-type: none"> Borging waterkwaliteit Waterpeil op orde houden 	Ja Nee	<ul style="list-style-type: none"> Putten uit risico-reserve indien ingrepen nodig Waterpeil op niveau via Waterschap 	Belangrijk dat dit punt op orde is en blijft omdat water zowel qua bezoekmotief als qua USP in de marketing en communicatie heel belangrijk is
<ul style="list-style-type: none"> Extra aandacht verhouding pachters en evenementen 	Nee	Wellicht enige verhoging personele inzet (0,5 fte)	<ul style="list-style-type: none"> Vooral inzetten op evenementen die passen bij karakter en kwaliteiten parken

Toelichting tabel

Dit ambitieniveau gaat over de basis op orde brengen. Voor de verdere ambitieniveaus geldt dat deze acties in ieder geval uitgevoerd moet worden om de parken toekomstbestendig te maken.

2. Gastbeleving optimaliseren

De focus van dit tweede ambitieniveau ligt op het optimaliseren van de gastbeleving voor de Twentse bezoeker. Dat betekent dat we inzetten op herhaalbezoek en het bereiken van nieuwe bezoekers uit de eigen regio.

Het optimaliseren van de gastbeleving vraagt om het toevoegen van beleving voor de gast in de hele customer journey. Daarbij ligt de focus op het creëren van een uniforme uitstraling van de parken, het jaarrond aantrekkelijk maken ervan, een gastvrije uitstraling richting bezoekers (incl. inwoners) zowel in de marketing als in de fysieke ruimte én het actief bouwen aan een duurzame relatie met stakeholders.

Om de klantbeleving te versterken en de drie recreatieparken op hetzelfde kwaliteitsniveau te krijgen, wordt het voorzieningenniveau van Het Lageveld en Het Rutbeek versterkt. Denk daarbij aan het toevoegen van (innovatieve) speelvoorzieningen of BBQ-plekken op het Rutbeek, maar ook aan (het toestaan van) kwalitatief goede horeca.

Er wordt daarnaast geïnvesteerd in de zichtbaarheid en herkenbaarheid van de parken zodat duidelijk is waar de recreatieparken beginnen en eindigen. Een eenduidige huisstijl en bebordingsplan is nodig.

Vanuit het Recreatieschap wordt actief ingezet om de onderlinge samenwerking met stakeholders te versterken. Dit vraagt om duidelijke communicatie, maar ook om structurele overleggen om gezamenlijk punten aan te pakken. Daarbij biedt het ook kansen om gebruik te maken van elkaars kennis. Zo wordt met ondernemers samen bekeken hoe het

gebruiksgemak van het huidige parkeersysteem in de toekomst verhoogd kan worden.

Tot slot wordt ingezet op actieve marketing en promotie, waarbij de samenwerking wordt gezocht met bestaande gremia zoals Twente Marketing en de ondernemers in de parken. Dit maakt het mogelijk om de drie parken verder onder de aandacht te brengen bij inwoners en bezoekers van buiten Twente.

Rol/organisatiemodel Recreatieschap Twente: Een klantgerichte organisatie die –naast onderhoudswerkzaamheden- sterk de connectie zoekt met zijn (potentiële) bezoekers uit Twente en sterk denkt vanuit de customer journey.

Indicatie groei bezoekers: 5-15%. Deze groei komt vooral vanuit de regio Twente zelf. Deels vanuit een hogere participatie onder de circa 630.000 inwoners (streven 5-10%), deels door meer bezoeken door gasten die de parken nu ook al bezoeken (streven 5-10% x de 1,2 mln bezoeken uit Twente). Ofwel 90.000-180.000 per jaar.



Tabel 9 Financiële consequenties ambitieniveau 2

Acties ambitieniveau 2. Gastbeleving optimaal	Effect op investeringen RT	Financiering	Effecten en gevolgen
<ul style="list-style-type: none"> Heldere, (pro-)actievere communicatie en samenwerking met stakeholders (o.a. organisatoren en ondernemers) 	Nee	<ul style="list-style-type: none"> Past binnen begroting 	<ul style="list-style-type: none"> Zowel richting stakeholders als (potentiële) gasten. Belangrijk instrument voor betere customer journey
<ul style="list-style-type: none"> Eén huisstijl voor alle parken Meer herkenbare entrees 	Nee Nee	<ul style="list-style-type: none"> Past binnen begroting, tenzij ontwerp op maat Wel hoger jaarbudget, omvang n.t.b. 	
<ul style="list-style-type: none"> Meer sport-/spelvoorzieningen 4 seizoenen horeca aan het water Beperkt toevoegen elkweervoorzieningen 	Ja Nee Nee	<ul style="list-style-type: none"> Investering sport-/spelvoorziening buiten begroting van € 700.000- € 800.000 voor Het Rutbeek en het Lageveld Investeringen horeca en elkweervoorziening door ondernemers 	<ul style="list-style-type: none"> Draagt bij aan meer beleving en meer jaarrond bezoek/verlenging seizoen Zet bezoeker aan tot meer en aantrekkelijke manieren van bewegen
<ul style="list-style-type: none"> Makkelijker en gastvrijer Tarieven eerlijker (bijv. real time) 	Ja Ja	<ul style="list-style-type: none"> Uitgangspunt: minimaal budgettair neutraal in exploitatie Uitgangspunt: minimaal budgettair neutraal in exploitatie 	Bij uitwerking speciale aandacht voor doelgroepen met kleine beurs die alleen met auto de parken kunnen bereiken
<ul style="list-style-type: none"> Marketing gericht op het versterken van de bekendheid onder Twentse inwoners 	Nee	<ul style="list-style-type: none"> Past binnen begroting 	

Toelichting tabel

In deze tabel zijn alleen de acties en investeringen die extra gedaan worden bij dit ambitieniveau opgenomen. Het is belangrijk om op te merken dat het uitvoeren van het ambitieniveau 'Fundament op orde' als voorwaarde geldt om dit ambitieniveau goed uit te voeren. De acties en investeringen tellen dus bij elkaar op.

3. Marktvergroting

Eén pakkende naam, drie complementaire goed onderhouden recreatieparken. Elke inwoner van Twente kent de drie recreatieplassen in eigen regio en weet ze te vinden. Toeristen van buiten de regio bezoeken de parken ook graag en zien deze als een belangrijk onderdeel van bestemming Twente.

Er wordt actief ingezet op groei van bezoekers van buiten de regio en het onderscheidende vermogen per park. Het Hulsbeek heeft alles in zich om nog beter de avontuur- en stijlzoeker te bedienen. Dat vraagt niet om veel meer aanbod, maar vooral om meer focus op vernieuwender en verrassender aanbod. Het grootschalige, actieve en sportieve karakter van Het Rutbeek leent zich om de doelgroep jong, actief en avontuurlijk beter te bedienen. Het toevoegen van verblijfsaanbod is wenselijk om draagvlak voor voorzieningen te versterken. Het Lageveld ontwikkelt zich tot slot verder als recreatieplas voor (jonge) gezinnen, waarbij de focus ligt op spelen en ontdekken.

Om bovenstaande te realiseren is productontwikkeling in de vorm van nieuw en onderscheidend aanbod nodig, maar ook marktontwikkeling waarbij de focus ligt op het aantrekken van nieuwe markten. Door verblijfsaanbod toe te voegen, worden bijvoorbeeld nieuwe doelgroepen bereikt. Dit vergroot het draagvlak van voorzieningen waar ook inwoners van profiteren. Afhankelijk van de daadwerkelijke keuzes en aangrenzende mogelijkheden, vraagt dit ambitieniveau wellicht ook om uitbreiding in oppervlak.

Rol/organisatiemodel Recreatieschap Twente: Ondernemende netwerkorganisatie die naast de uitvoerende onderhoudstaken ook in samenwerking met andere partners bezoekers van buiten Twente probeert binnen te halen.

Indicatie groei bezoekers: 25-30% (incl. de 5-15% uit het tweede ambitieniveau). Extra groei grotendeels afkomstig uit de groei van het aantal overnachtingen. Ter indicatie: elke 100 extra huisjes (of een equivalent hiervan in hotelbedden of kampeerplaatsen) levert circa 80.000 extra overnachtingen op. Ofwel ruim 5% groei t.o.v. bezoekersaantal nu.



Tabel 10 Financiële consequenties ambitieniveau 3

Acties ambitieniveau 3. Marktvergroting	Effect op investeringen RT	Financiering	Effecten en gevolgen
<ul style="list-style-type: none"> • Proactieve acquisitie van nieuw passend aanbod 	Nee	<ul style="list-style-type: none"> • Past binnen begroting 	
<ul style="list-style-type: none"> • Kwalitatief goede horeca (aan het water) 	Nee	<ul style="list-style-type: none"> • Investerings horeca en elkeveervoorziening door ondernemers 	<ul style="list-style-type: none"> • Draagt bij aan meer beleving en meer jaarrond bezoek/verlenging seizoen
<ul style="list-style-type: none"> • Qua doelgroepen ook mikken op bezoeker van buiten regio • Parken gezamenlijk ontwikkelen tot één sterk merk met daarbinnen drie complementaire parken 	Nee Nee	<ul style="list-style-type: none"> • Vraagt hoger jaarbudget marketing en communicatie, omvang n.t.b. • Vraagt hoger jaarbudget marketing en communicatie, omvang n.t.b. 	<ul style="list-style-type: none"> • Levert een bijdrage aan het versterken van de 'destinatie Twente' en het aantrekken van nieuwe doelgroepen • Vraagt een meer ondernemende organisatie

Toelichting tabel

In deze tabel zijn alleen de acties en investeringen die extra gedaan worden bij dit ambitieniveau opgenomen. Het is belangrijk om op te merken dat het uitvoeren van het ambitieniveau 'Fundament op orde' als voorwaarde geldt om dit ambitieniveau goed uit te voeren. De acties en investeringen tellen dus bij elkaar op. Ook is het aan te raden om de acties uit het tweede ambitieniveau uit te voeren om de gehele beleving van de recreatieparken te vergroten, maar dit is niet 100% noodzakelijk.

4.2 TOEKOMSTBEELD PER RECREATIEPARK

› **Het Hulsbeek: unieke en avontuurlijke belevenissen**

Het Hulsbeek beschikt van de drie recreatieparken op dit moment over de meeste voorzieningen en de grootste verscheidenheid qua aanbod. Groei betekent voor het Hulsbeek niet zozeer veel meer aanbod maar wel kwaliteitsimpulsen en kleinschalige uitbreidingsmogelijkheden per aanbieder. En goed inspelen op de wensen van de gast. Daarbij komt de focus te liggen op het (nog beter) bedienen van de avontuur- en stijlzoeker. Voor avontuurzoekers is het belangrijk dat het aanbod vernieuwend en verrassend is, maar ook dat er spontane activiteiten geregeld kunnen worden (bijv. verhuur sups.). Ook qua verblijfsaanbod liggen er kansen om nog meer in te spelen op deze doelgroep. De avontuurzoeker overnacht het liefst in kleinschalige accommodaties, waarbij de verbinding met de natuur ervaren wordt.

Stijlzoekers daarentegen houden voornamelijk van meer luxe. Ook hier lenen de omgevingskwaliteiten van het Hulsbeek zich uitermate. Door het toevoegen van kwalitatief goede horeca wordt deze doelgroep bediend en wordt een jaarrond bezoekmotief toegevoegd.

De focus van het Hulsbeek ligt sterk op het dag- en verblijfsaanbod van private partijen. Kleinschalige evenementen die passen bij de identiteit en opzet van het Hulsbeek blijven, waar mogelijk, behouden. Grootschalige evenementen zijn enkel onder duidelijke regels en in goed overleg met ondernemers en het Recreatieschap Twente toegestaan. Daarbij is het belangrijk dat ze een direct positief effect hebben op het gebied en voorkomen wordt dat deze het reguliere publiek tot overlast zijn.



› **Het Rutbeek: waar plezier en sport samenkomen**

Vanuit de ligging nabij Enschede en veel fysieke ruimte kan het Rutbeek in tal van deelmarkten groeien. Vooral markten die te maken hebben met jong, actief en avontuurlijk. Dit vraagt vanuit het Recreatieschap om het toevoegen van (innovatieve) sportvoorzieningen die verder gaan dan het basisniveau aan voorzieningen, zowel privaat als publiek

Het verder ontwikkelen van Het Rutbeek is ook nodig om in de toekomst te kunnen voldoen aan de toenemende recreatiebehoefte van inwoners. Enerzijds door de voorzieningen op het niveau van Het Hulsbeek te brengen (o.a. door speelvoorzieningen en/of BBQ-plekken toe te voegen), anderzijds door het eigen profiel van Het Rutbeek een impuls te geven.

Grootschalige actieve en sportieve activiteiten passen bij Het Rutbeek. Dit geldt voor zowel het dagrecreatief aanbod als voor evenementen. Belangrijk daarbij is dat bestaand aanbod blijft vernieuwen. Dit vraagt om voldoende draagvlak

zodat investeringsruimte ontstaat.

Om het draagvlak jaarrond te versterken is het kansrijk om in (de nabijheid van) het Rutbeek een verblijfsaanbieder toe te voegen. Hierover lopen al enige tijd gesprekken. Extra opbrengsten die hieruit voortkomen, kunnen gebruikt worden om de recreatieplas verder te versterken, maar ook om –samen met de gemeente- te investeren in bijvoorbeeld de bereikbaarheid en toegankelijkheid van het gebied.

Naast sportieve evenementen is er op het Rutbeek ruimte voor enkele grootschalige evenementen per jaar. Belangrijk daarbij is dat dit in goed overleg met bestaande ondernemers wordt afgestemd en de overlast voor de omgeving beperkt blijft.

Het is wenselijk om ook bij het Rutbeek horeca toe te voegen. Passend bij de doelgroep, kan dit bijvoorbeeld een beachclub zijn aan het water.

Qua doelgroep richt Het Rutbeek zich op het aantrekken van de plezier- en avontuurzoeker.



› **Het Lageveld: Familieplezier voor jong en oud**

De kleinschaligheid en overzichtelijkheid van het Lageveld is typerend voor het gebied en maakt het uitermate geschikt voor (jonge) gezinnen. Een flinke kwaliteitsimpuls is echter nodig om het gebied toekomstbestendig te maken.

Groei zit hem hier allereerst in het beter bedienen van de (jonge) gezinnen. Wil het Lageveld zich onderscheiden als recreatiepark voor gezinnen, dan is het belangrijk om naast goede (basis) voorzieningen ook nieuw en onderscheidend (openbaar toegankelijk) aanbod toe te voegen. Dat kan in de vorm van grotere speelvoorzieningen, maar ook meer educatief in de vorm van een voedselbos waarbij oog is voor duurzaamheid en de herkomst van voedsel. In algemeenheid geldt dat er extra oog is voor veiligheid. Een goede en laagdrempelige horecazaak voor het hele gezin is gewenst.

Naast de jonge gezinnen, richt het Lageveld zich op de sportieve bezoeker die zijn grenzen wil verleggen en een gezonde leefstijl belangrijk vindt. Net als bij het Rutbeek vraagt dit om voorzieningen die verder gaan dan het basisniveau van wandel- en fietsroutes. Door de verbinding te maken met lokale aanbieders van (gezond) voedsel kan zowel de actieve als gezonde leefstijl van bezoekers aangesproken worden.

Qua verblijfsaanbod ligt de focus op het toevoegen van kleinschalige aanbieders ((gezins-)camping/glamping, camperplaatsen, etc.). Grootschalige ontwikkelingen zijn niet gewenst omdat deze het gevaar met zich meebrengen dat de sfeer en ambiance in het park te sterk beïnvloedt worden gezien de relatief kleine oppervlakte/capaciteit van park en plas. De belangrijkste doelgroep voor het Lageveld is de harmoniezoeker.



Bron: Natuurspeeltuin Beverbos

4.3 AFWEGINGEN

Welk ambitieniveau het beste bij Recreatieschap Twente past, hangt af van een aantal afwegingen. In Tabel 11 is een overzicht weergegeven waarin de uitwerking van de ambitieniveaus op een aantal aspecten kwalitatief is beoordeeld.

	1. Fundament op orde	2. Gastbeleving optimaal	3. Marktvergroting
Voorzieningen-niveau	+/- <i>Onderhoudsniveau en waterkwaliteit op orde, geen extra recreatieve voorzieningen</i>	+ <i>Impuls dagrecreatie binnen en buiten het hoogseizoen voor inwoners van Twente</i>	++ <i>Meer dag- en verblijfsrecreatie voor bezoekers van buiten de regio</i>
Indicatie groei	0-5%	5-15%	25-30%
Private investeringen	-	+/-	++
Extra inkomsten	+/-	+	++
Extra investeringen Recreatieschap	Past binnen huidige begroting	€700.000 - €1.000.000	€200.000 – 750.000

Tabel 11. Afwegingstabel ambitieniveaus

Toelichting tabel

- › **Voorzieningenniveau:** de mate waarin het (recreatieve) voorzieningenniveau toeneemt. Dit gaat over het aanbod aan dag- en verblijfsrecreatie, maar ook om het orde hebben van de basisvoorzieningen. Zo
- › **Indicatie groei:** de verwachte groei van het bezoekersaantal.
- › **Private investeringen:** de mate waarin investeringen door private partijen toenemen. Bij het tweede en met name het derde ambitieniveau worden nieuwe recreatieve bedrijven aangetrokken waardoor deze investeringen toe zullen nemen.
- › **Extra inkomsten:** de extra inkomsten voor het recreatieschap die gegeneerd worden bij de drie ambitieniveaus, bijv. door een verandering van het parkeersysteem met eerlijkere tarieven of door een hogere opbrengst van de erfpacht.
- › **Range extra investeringen Recreatieschap:** dit geeft globaal weer wat de range is van de extra investeringen die het Recreatieschap moet doen om een betreffend ambitieniveau te behalen. In het tweede ambitieniveau zijn de extra investeringen met name bedoeld voor kwalitatief goede sport- en spelvoorzieningen. In het derde ambitieniveau wordt met name ingezet op het aantrekken van nieuwe ondernemers en daarmee gepaarde private investeringen.



BIJLAGEN

BIJLAGE 1. DATA BEZOEKERSSTROMEN

Analyses op basis van Resono-data

Voor het tellen van bezoekers is gebruik gemaakt van het Mobile Panel van Resono, waarmee direct en doorlopend inzicht is vergaard in de drukte en het bezoekersgedrag op en in fysieke locaties. Het Panel bestaat uit ca. 2 miljoen mensen uit Nederland. Voor verschillende tellocaties is een zogenaamde hyperfence (geografische afbakening van een gebied) aangemaakt. Op deze locaties kijken we voor de jaren 2022 en 2023 naar het aantal bezoeken en unieke bezoekers. De hyperfence is aangemaakt voor de drie recreatieparken, zoals weergegeven in de visie.

Voor het tellen van het bezoek of bepalen van drukte op een locatie past Resono een statistische analyse toe waarbij gebruik gemaakt wordt van clustermodellering en andere geavanceerde statistische methodes. Deze techniek is in de loop der jaren steeds verder door Resono ontwikkeld en verfijnd. Op basis van een classificatiemodel wordt een positief bezoek aan een locatie vastgesteld. De bezoekaantallen worden vervolgens gebruikt om het werkelijk aantal bezoeken aan de locatie te kunnen schatten. Dit schattingsmodel is gekalibreerd door dit regelmatig te vergelijken met diverse honderdprocents metingen (bv. fysieke tellingen). Op basis hiervan wordt de werkelijke drukte geschat. Doordat het tellingen betreft op basis van een steekproef kunnen afwijkingen (met name op dagniveau) plaatsvinden ten opzichte van de daadwerkelijke drukte.

DEFINITIES:

Bezoeken

Een bezoeker is iemand die die in een locatie wordt geteld. Een bezoeker kan in een periode meerdere malen worden meegenomen in een telling. Wanneer een bezoeker een locatie verlaat en later weer terugkomt wordt kan deze twee keer worden geteld als bezoeker. Dit gebeurt niet als dat twee keer in 1 uur plaatsvindt.

Unieke bezoekers

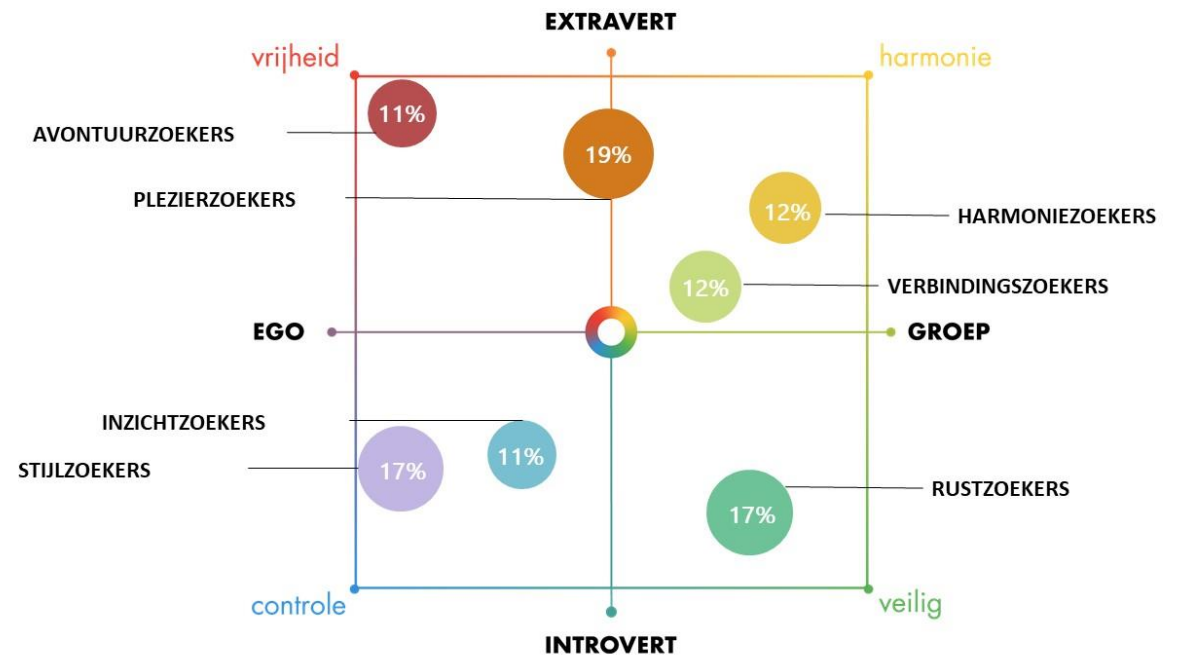
Een unieke bezoeker is iemand die in een locatie één keer wordt geteld. Een unieke bezoeker wordt bij een volgend bezoek niet meer geteld.

BIJLAGE 2. DE LEEFSTIJLVINDER

Voor de doelgroepen analyse wordt gebruik gemaakt van de Leefstijlvinder. Dit is een model wat helpt om mensen in te delen in groepen die sterk op elkaar lijken en is tot stand gekomen op basis van uitgebreid onderzoek van MarketResponse. Het figuur aan de rechterkant geeft het leefstijlenmodel weer. Deze is ingedeeld op basis van twee indelingen:

- De mate waarin iemand gericht is op het individu versus de groep. Mensen aan de 'ego' kant overwegen vooral de impact op de eigen persoon bij het maken van beslissingen in hun leven. Mensen aan de 'groep' kant overwegen juist meer het belang van de groep in hun beslissingen en gedrag.
- De manier waarop mensen met emoties omgaan. Mensen aan de introverte kant van het model zijn wat meer ingetogen en houden hun emoties dicht bij henzelf. Mensen aan de extraverte kant van het model zijn juist naar buiten gericht en gaan op een open manier met hun emoties om.

In het leefstijlenmodel komen zeven onderscheidende doelgroepen naar voren gekomen, namelijk **Avontuur-**, **Plezier-**, **Harmonie-**, **Verbindings-**, **Rust-**, **Inzicht-**, en **Stijlzoekers**. Deze doelgroepen zijn onderscheidend op het gebied van gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd. Hoewel iemand nooit helemaal tot één leefstijl behoort, is er meestal wel een dominante groep waar de waarden van een persoon het meest bij passen.



BIJLAGE 3. RESULTATEN INWONERSENQUÊTE

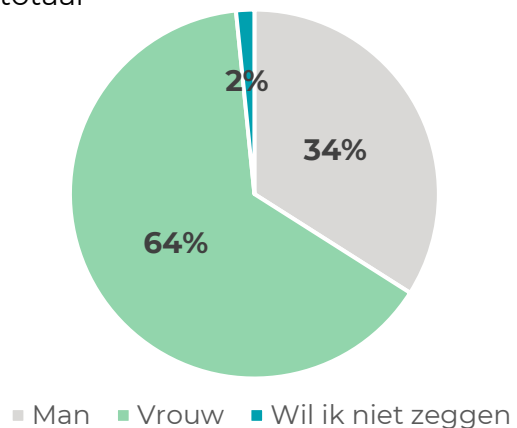
Gedurende de periode van eind mei tot eind juli is een enquête verspreid onder de inwoners van Twente. Verschillende communicatiekanalen van zowel het Recreatieschap Twente als de Twentse gemeenten zijn ingezet. Het is belangrijk op te merken dat de respondenten niet uit een steekproef komen, maar dat respondenten zelf konden kiezen om de enquête in te vullen. Dit leidt er toe dat mensen die de recreatieparken kennen en bezoeken eerder geneigd zijn deze in te vullen dan mensen die de parken niet kennen. Dit verklaart ook het lage aantal respondenten die de parken nooit bezoekt (N=2).

Aantal respondenten

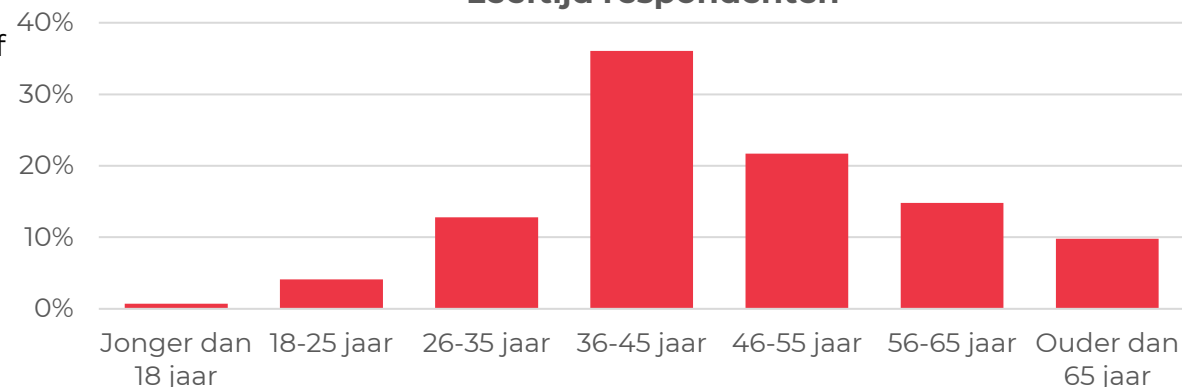
562 volledig ingevulde enquêtes

366 deels ingevulde enquêtes

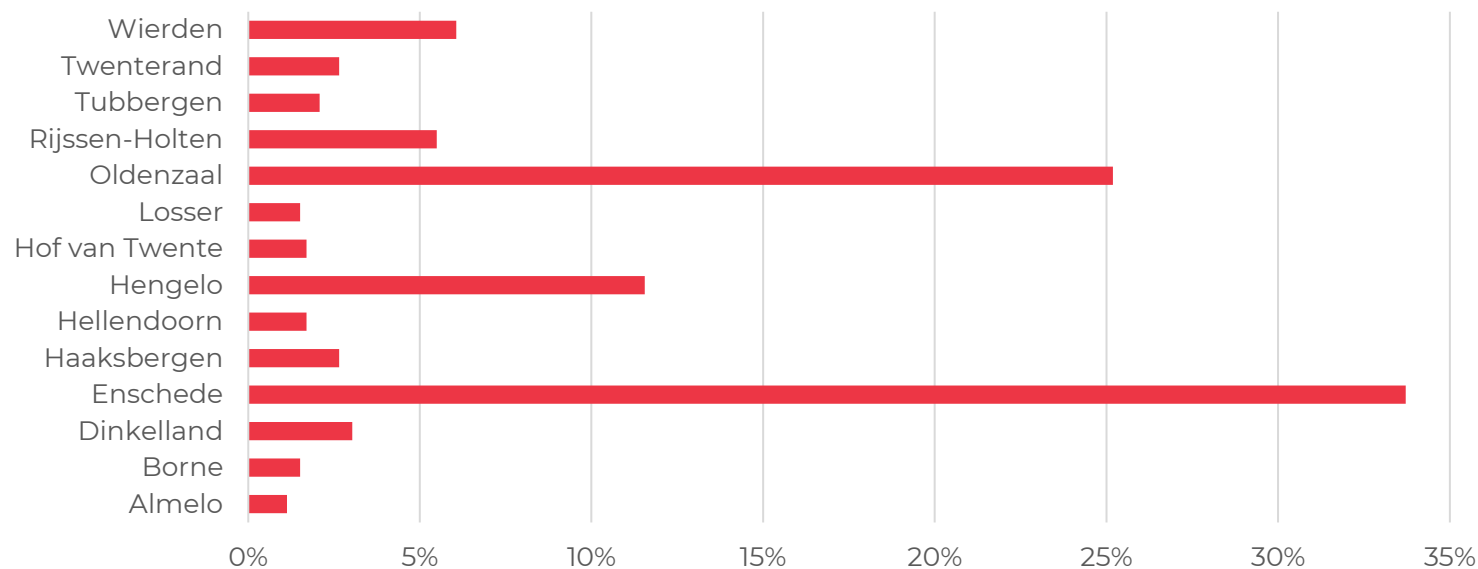
928 enquêtes in totaal



Leeftijd respondenten

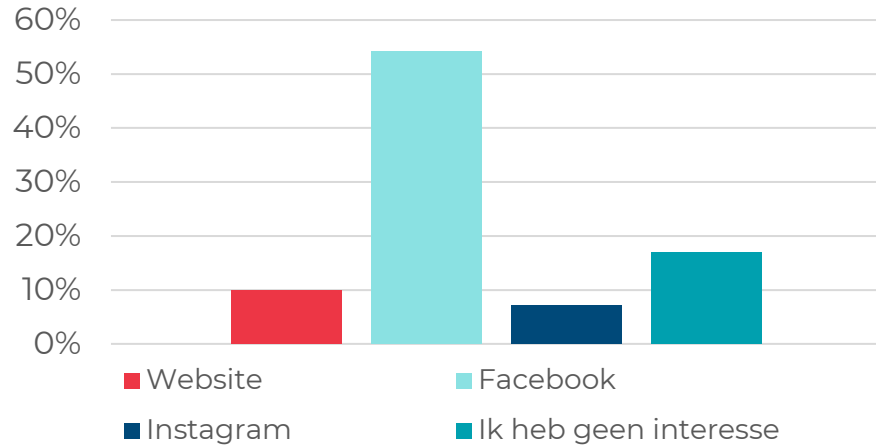


Herkomst respondenten

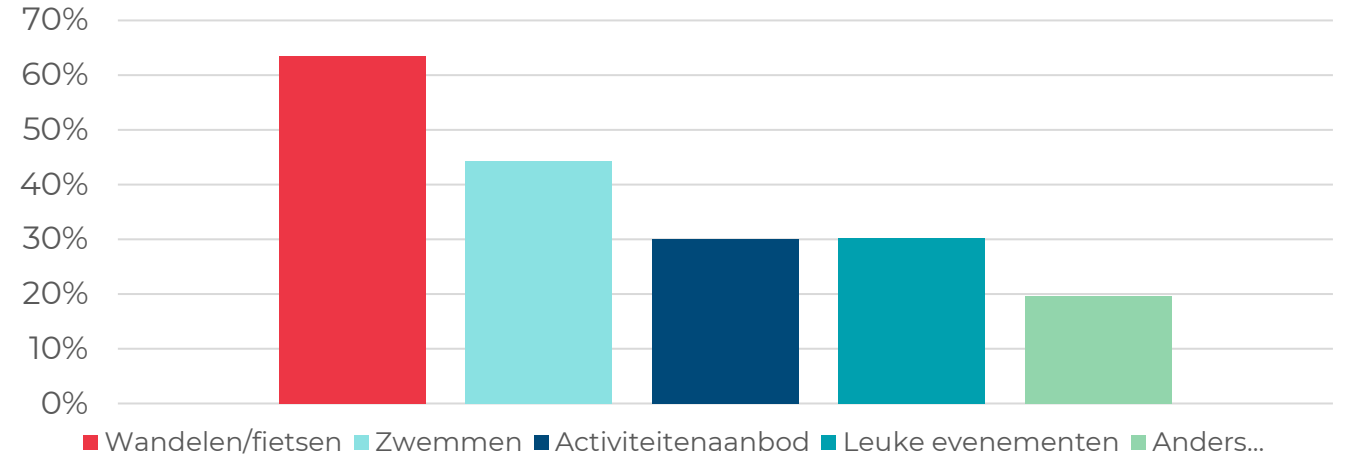


RESULTATEN ENQUÊTE HULSBEEK

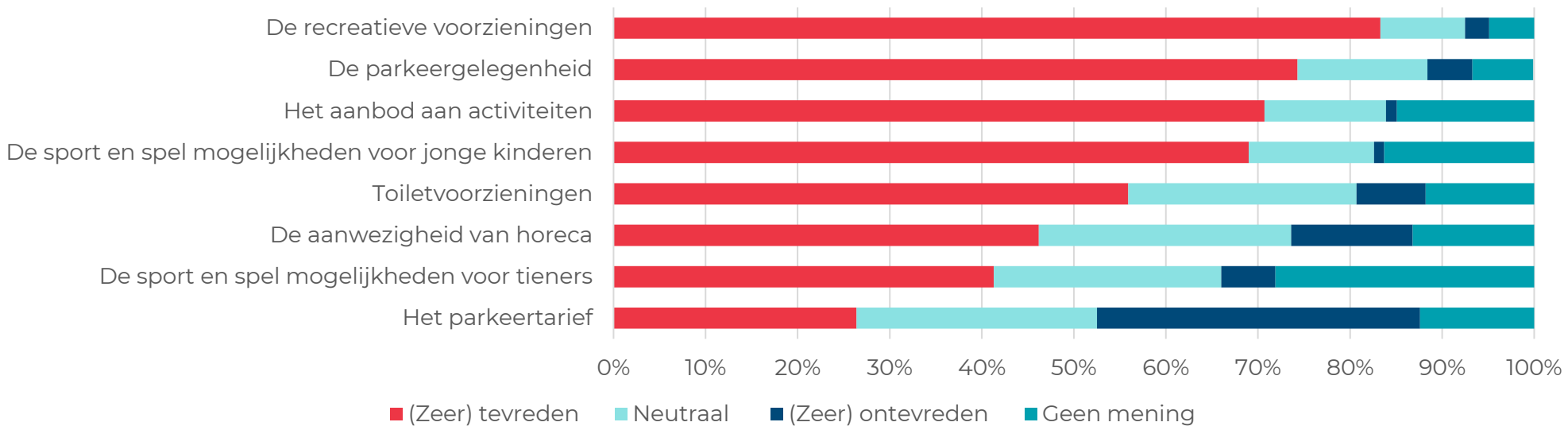
Hoe blijft u op de hoogte van activiteiten op het Hulsbeek?



Wat is voor u de reden om het Hulsbeek te bezoeken?

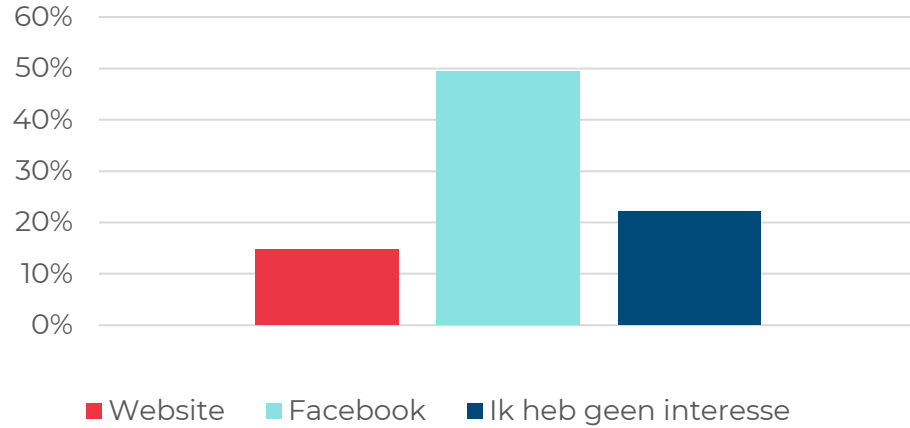


Hoe tevreden bent u over de volgende aspecten op het Hulsbeek?

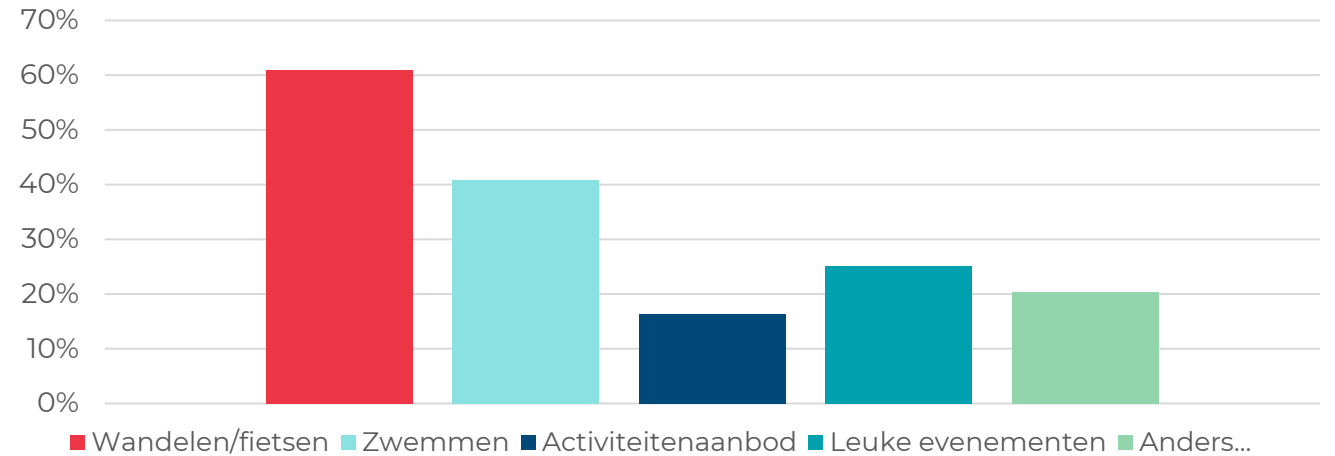


RESULTATEN ENQUÊTE RUTBEEK

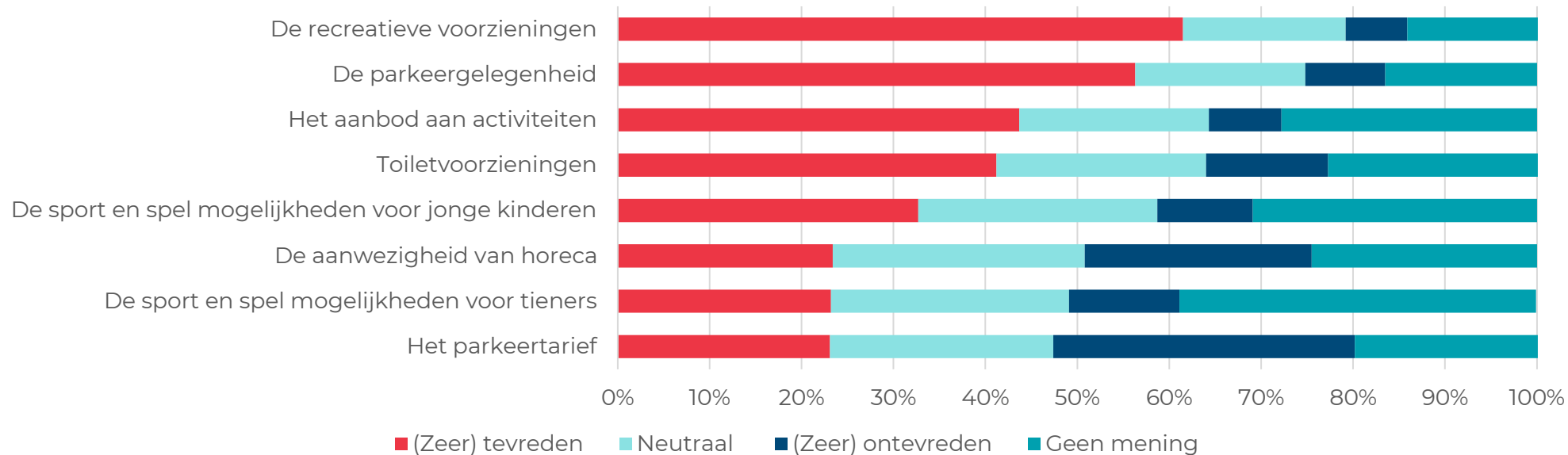
Hoe blijft u op de hoogte van activiteiten op het Rutbeek?



Wat is voor u de reden om het Rutbeek te bezoeken?

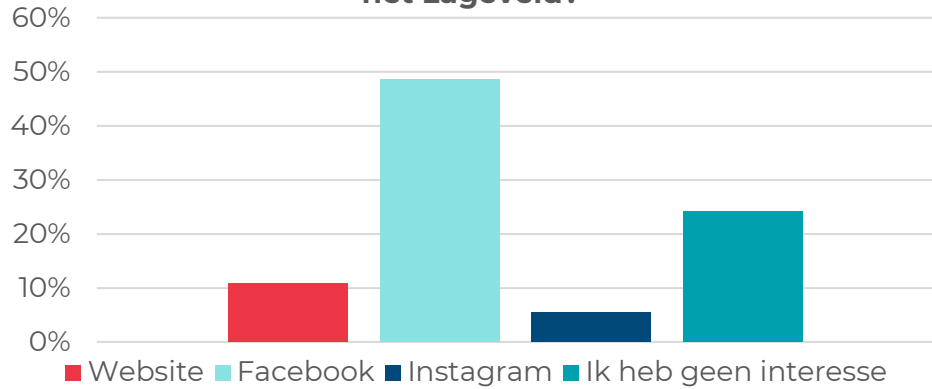


Hoe tevreden bent u over de volgende aspecten op het Rutbeek?

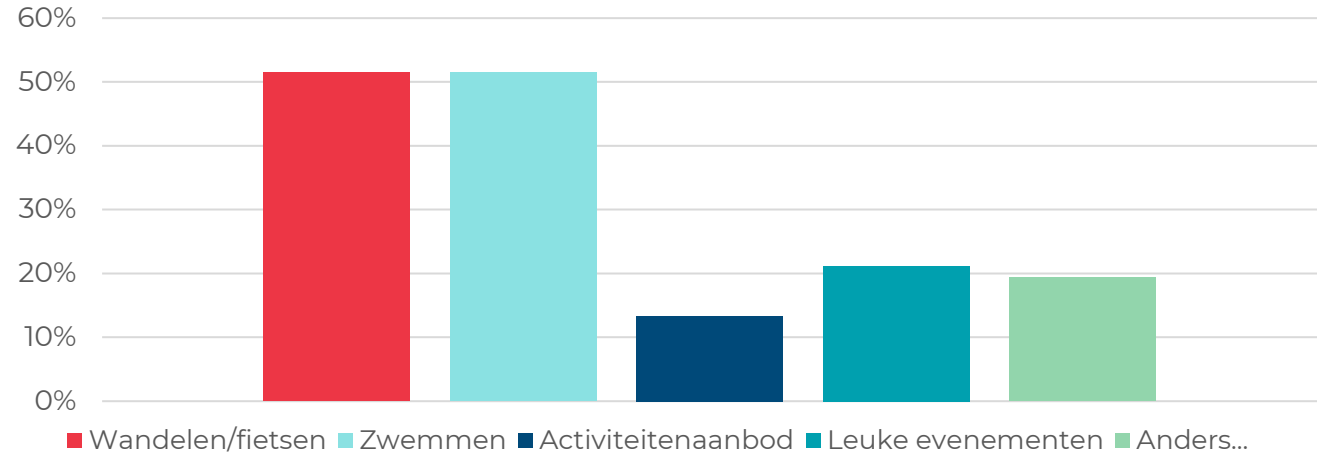


RESULTATEN ENQUÊTE LAGEVELD

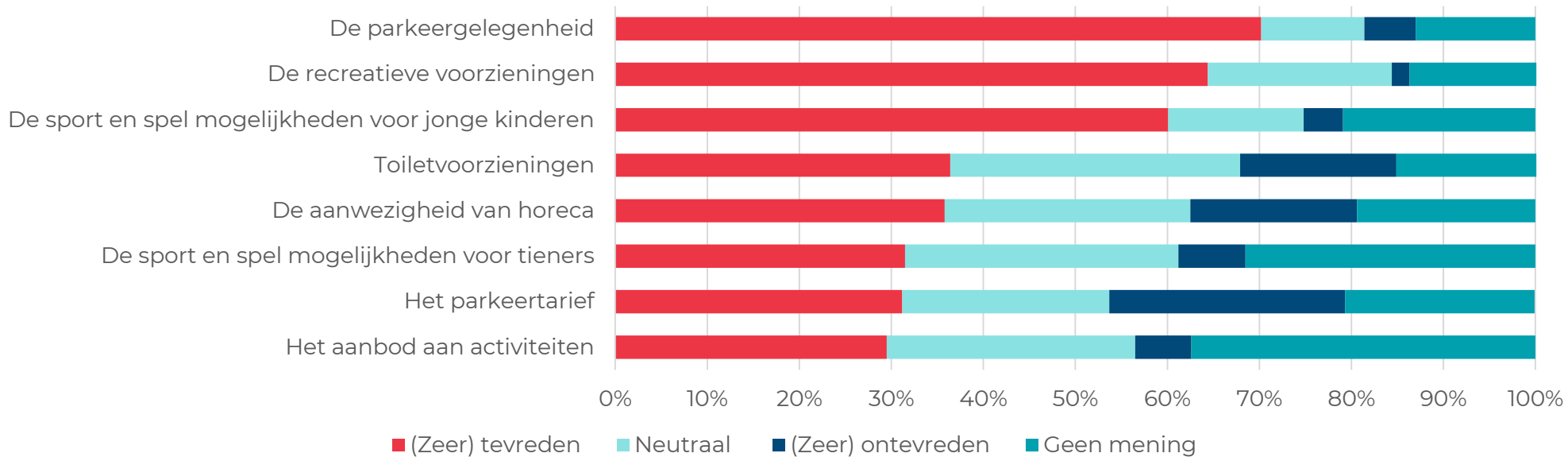
Hoe blijft u op de hoogte van activiteiten op het Lageveld?



Wat is voor u de reden om het Lageveld te bezoeken?



Hoe tevreden bent u over de volgende aspecten op het Lageveld?



BIJLAGE 4. OVERZICHT GESPREKSPARTNERS

Recreatieschap Twente

- › Interne projectgroep (inclusief directeur van het Recreatieschap_
- › Ambtelijke projectgroep VTE Twente
- › Bestuur

Werkatelier Ondernemersvereniging Hulsbeek

- › Toppark 't Hulsbeek
- › Restaurant/camping Siemerink
- › Erve Hulsbeek
- › Paintball Warriors
- › Villapark Eureka
- › Avatarz
- › Stichting Erve Huiskes
- › Erve Het Klaashuis
- › Oud secretaris OVH

Individuele gesprekken Het Hulsbeek

- › Koi Show
- › Sare Thermen & Beauty
- › Hulsbeach

Individuele gesprekken Het Rutbeek

- › Skicentrum/outdoor + klimbos
- › Triathlon
- › Waterski Twente
- › Tuckerville Friendly Fire

Individuele gesprekken Het Lageveld

- › Strandpaviljoen Het Lageveld
- › Control Club
- › Outdoor Boulevard

Overige externe gesprekspartners

- › Twente Marketing

BIJLAGE 5: SWOT PER PARK

Het Hulsbeek

Sterkte

- › Veel, divers en kwalitatief goed aanbod
- › Overlegorgaan ondernemers onderling via OVH
- › Natuurlijke omgeving
- › Verzorgd park met voldoende basisfaciliteiten voor bezoekers
- › Bereikbaarheid en ligging t.o.v. de steden

Zwakte

- › Beperkte horeca
- › Weinig waterrecreatie
- › Toegankelijkheid invaliden
- › Geen uniforme uitstraling (entrees, bebording etc)
- › Toezicht en handhaving
- › Communicatie ondernemers en Recreatieschap Twente

Bedreiging

- › Evenementen vs dagrecreatie (tegengestelde belangen)
- › Toekomstige onderhoudskosten (wegen, beschoeiing, etc.)
- › Door klimaatsverandering komen voor het Hulsbeek typerende bomensoorten onder druk te staan

Kans

- › Behoefte aan recreatie in eigen omgeving
- › Vaker op vakantie in eigen land, waarbij rust en ruimte wordt gezocht
- › Waterrecreatie, zeker onder jongeren, steeds populairder

Het Rutbeek

Sterkte

- › Duidelijk profiel, ook qua doelgroep
- › Ligging nabij Enschede
- › Fysieke ruimte voor activiteiten die veel ruimte vragen zoals evenementen

Zwakte

- › Voornamelijk gericht bezoek waardoor traffic gemist wordt
- › Beperkte horeca en relatief beperkte voorzieningen (speelplekken, BBQ-plaatsen, sportfaciliteiten, etc.)
- › Bereikbaarheid via landwegen
- › Beperkte verblijfsmogelijkheden in nabije omgeving
- › Aanbod zeer weersafhankelijk
- › Toezicht en handhaving
- › Communicatie ondernemers, Recreatieschap, etc.

Bedreiging

- › Evenementen vs dagrecreatie (tegengestelde belangen)
- › Toekomstige onderhoudskosten (wegen, beschoeiing, etc.) ??

Kans

- › Initiatief nieuw bungalowpark aan zuidkant plas
- › Behoefte aan jaarrond recreatie in eigen omgeving
- › Vaker op vakantie in eigen land, waarbij rust en ruimte wordt opgezocht
- › Waterrecreatie, zeker onder jongeren, steeds populairder
- › Nieuwe technologieën
- › Nieuwe activiteiten laten bijdragen aan de identiteit van het gebied.

Het Lageveld

Sterkte

- › Mogelijkheden routegebonden recreatie
- › Overzichtelijke en kleinschalig opgezette plas
- › Ligging nabij Wierden en Almelo / oriëntatie regio noord/oosten Twente

Zwakte

- › Beperkt aanbod en bezoekaanleidingen
- › Aanbod zeer weersafhankelijk en beperkt open
- › Beperkte horeca
- › Relatief verouderde voorzieningen (speelplekken, sportfaciliteiten, etc.)
- › Toezicht en handhaving
- › Samenwerking tussen ondernemers ontbreekt

Bedreiging

- › Klimaatverandering met dalende waterstanden tot gevolg
- › Ruimtebehoefte niet-recreatieve functies in de nabijheid (zonnepark, windmolens, woningbouw, etc.).
- › Ontwikkelen van dagrecreatieve functies in omgeving (o.a. Zwembad Het Sportpark)

Kans

- › Behoefte aan recreatie in eigen omgeving
- › Groeiende campermarkt
- › Waterrecreatie, zeker onder jongeren, steeds populairder
- › Ongebruikte ruimte ten zuiden van de plas

BIJLAGE 6. NOTITIE EVENEMENTEN

In deze visie wordt nog geen definitieve koers uitgezet met betrekking tot het aantal of de aard van evenementen die op de recreatieparken plaatsvinden of plaats zullen gaan vinden. De reden voor het niet uitzetten van deze koers komt voort uit enkele belangrijke overwegingen.

Allereerst is uit gesprekken met ondernemers en andere belanghebbenden gebleken dat evenementen, hoewel waardevol, vaak gepaard gaan met enige belasting en overlast voor de omgeving. Desondanks zijn evenementen van essentieel belang voor het handhaven van een gezonde begroting voor het recreatieschap, ze dragen bij aan het welzijn en vermaak van onze inwoners en bezoekers en leveren daarmee een bijdrage aan het behoud van jongeren in Twente.

Bovendien zijn er in de regio Twente (nog) niet veel alternatieve locaties beschikbaar voor grootschalige evenementen, waardoor de parken een unieke rol vervullen in het faciliteren van dergelijke gebeurtenissen. De parken zijn ook vanuit historisch perspectief al mooi verdeeld over Twente en dat houdt in dat elke inwoner binnen afzienbare tijd een park, en dus een evenement, kan bezoeken.

In overweging nemend dat de evenementenbranche voortdurend evolueert en eendaagse evenementen financieel steeds uitdagender worden, leidt dit tot een grotere vraag naar meerdaagse festivals. Het niet toestaan van grote festivals op de parken kan aanzienlijke gevolgen hebben voor de begroting van het Recreatieschap. Het is belangrijk op te merken dat de festivals meestal in lijn zijn met het bestemmingsplan van de gemeente waarin het park zich bevindt, terwijl het beleid met betrekking tot de recreatieparken wordt bepaald door de 14 Twentse gemeenten gezamenlijk.

Het is wenselijk om de evenementen en beschikbare locaties in Twents verband te inventariseren en reguleren. Dit is voor het Recreatieschap Twente

ook een kans om grote, stabiele festivals aan te trekken en te behouden, met als doel deze inkomsten op lange termijn structureel in de begroting te kunnen blijven opnemen. Het vinden van een evenwicht tussen de belangen van verschillende stakeholders en het waarborgen van zowel financiële stabiliteit als een aangename leefomgeving blijft een cruciale uitdaging in dit proces van besluitvorming. Het opstellen van een Twents festivalbeleid zou met als doel om de evenementenbranche in de regio te reguleren, te stimuleren en te coördineren kan hier een bijdrage aan leveren.

Huidige bestemmingsplannen voor de drie parken bieden nog steeds ruimte voor festivals, waardoor evenementen kunnen plaatsvinden. Echter, bij grootschalige meerdaagse festivals beginnen knelpunten te ontstaan binnen deze bestaande kaders. Dit vraagt om een meer gedetailleerde analyse en, waar wenselijk en/of noodzakelijk, aanpassingen in de bestemmingsplannen om de ruimte voor dergelijke evenementen te waarborgen.

Elke gemeente kan individueel overwegen om ontheffingen te verlenen om aan de vraag naar grootschalige festivals te voldoen. Dit kan tijdelijke oplossingen bieden, maar voor de lange termijn kan het noodzakelijk zijn om nieuwe bestemmingsplannen te ontwikkelen die specifiek rekening houden met de behoeften van deze evenementen.

Het vraagstuk rondom de bestemmingsplannen voor festivals is complex en vereist nauwe samenwerking tussen het bestuur en de desbetreffende gemeenten. Het vinden van een balans tussen het faciliteren van evenementen en het behoud van de leefbaarheid en het welzijn van de lokale gemeenschap en ondernemers vergt zorgvuldige afwegingen en mogelijk beleidsaanpassingen. Hierbij dienen de belangen van alle betrokken partijen te worden meegewogen om tot weloverwogen beslissingen te komen.

BIJLAGE 7. NOTITIE BESCHOEIING

Bij het Recreatieschap Twente hebben we altijd gestreefd naar het bieden van de best mogelijke recreatieve ervaring voor onze bezoekers.

Gastvrijheid, toegankelijkheid en het behoud van de natuurlijke schoonheid van Twente staan hoog in het vaandel. Om deze doelen te bereiken en te behouden, is het cruciaal om het fundament goed op orde te hebben. Helaas hebben we momenteel te maken met een uitdaging die aandacht behoeft en dringend moet worden aangepakt.

Het Recreatieschap Twente wordt geconfronteerd met achterstallig onderhoud op het gebied van beschoeiing. Deze onderhoudsachterstand betreft de recreatiegebieden Het Hulsbeek en Het Rutbeek. De problemen met de beschoeiing, zoals verzakkingen en noodzakelijke reparaties, hadden al eerder moeten worden aangepakt.

Deze kosten, die als neveneffect zijn meegekomen vanuit de ontvlechting met de Regio Twente, kunnen niet binnen de bestaande begroting van het Recreatieschap worden opgevangen. Om het fundament van het Recreatieschap goed op orde te krijgen, is het dringend noodzakelijk om te investeren in het herstel en verbetering van de beschoeiing in de betreffende recreatiegebieden.

Het is wel van belang om te benadrukken dat investeringen in beschoeiing los moeten staan van deze visie. Dit is een kwestie van fundamenteel onderhoud en veiligheid die dringend aangepakt moet worden. Het gaat om kosten die al in een eerder stadium, zelfs nog voor de ontvlechting, hadden moeten worden gemaakt om de kwaliteit en

veiligheid van onze recreatiegebieden te waarborgen.

Echter, het is van groot belang om te realiseren dat het verleden niet het heden is, en dat we nu geconfronteerd worden met de directe gevolgen van het uitblijven van investeringen in beschoeiing. Verzakkingen, reparaties en risico's voor de veiligheid van onze recreatiegebieden vereisen dringend aandacht.

In plaats van te blijven stilstaan bij het verleden, is het nu tijd om actie te ondernemen. Het Recreatieschap Twente is vastbesloten om deze uitdaging als nieuwe organisatie aan te gaan en ervoor te zorgen dat het fundament goed op orde komt, ongeacht wat er in het verleden is gebeurd.

Daarom zal het Recreatieschap Twente binnenkort een gedetailleerde memo presenteren die losstaat van deze visie en die alle aspecten van het beschoeiingsprobleem zal toelichten. We zijn vastbesloten om dit achterstallige onderhoud aan te pakken en ervoor te zorgen dat onze recreatieparken, met goede en veilige beschoeiing als basis, een welkome en veilige omgeving blijven voor al onze bezoekers. Het fundament moet stevig zijn, zodat we kunnen blijven bouwen aan de toekomst van recreatie in Twente.



Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

Sanne Westerink
Gré Beekers
Saskia Veenstra
Ronald Haagen
info@wijzijnginder.nl

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS 's-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wijzijnginder.nl
I: wijzijnginder.nl

