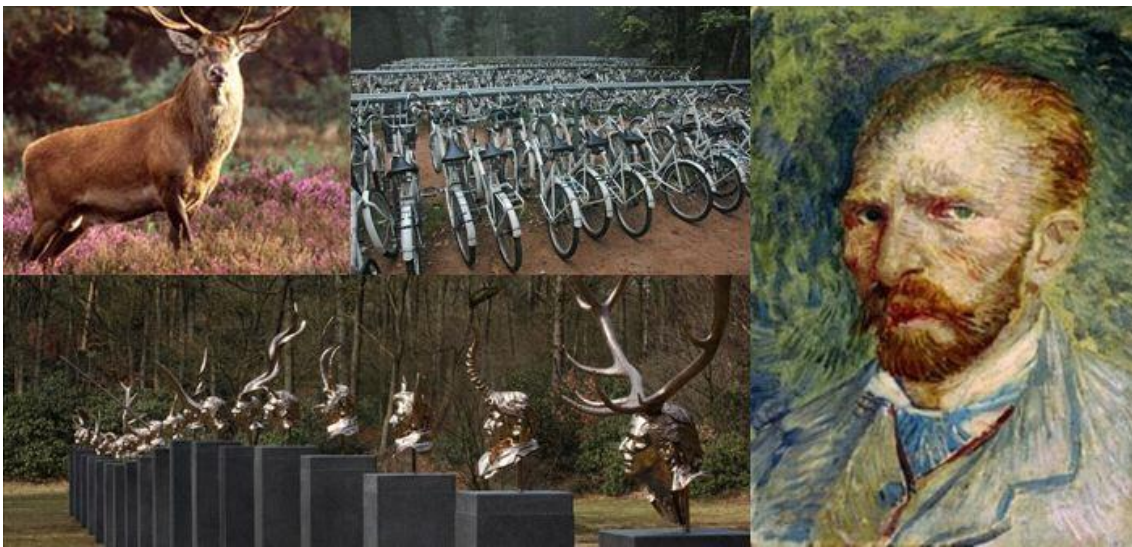


# Parels van de Veluwe

Betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum  
voor toerisme en economie van de regio



Rapportage in opdracht van  
Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe en Stichting Kröller-Müller Museum

April 2013

Projectnummer  
12.137

**ZKA** *Consultants & Planners*  
Biesbosweg 16C  
5145 PZ Waalwijk  
088-2100250  
e-mail: [info@zka.nl](mailto:info@zka.nl)  
[www.zka.nl](http://www.zka.nl)

## **Inhoudsopgave**

<b>FACTSHEET</b>	<b>1</b>
<b>SAMENVATTING</b>	<b>2</b>
<b>1. INLEIDING</b>	<b>7</b>
1.1. Aanleiding	7
1.2. Doelstelling onderzoek	7
1.3. Leeswijzer	8
1.4. Werkzaamheden	8
<b>2. DE HOGE VELUWE</b>	<b>9</b>
2.1. Inleiding	9
2.2. Het Nationale Park De Hoge Veluwe	9
2.3. Het Kröller-Müller Museum	10
2.4. Bezoek	10
2.5. Exploitatie	12
2.6. Afbakening	12
<b>3. MOTOR VOOR TOERISTISCHE ECONOMIE</b>	<b>14</b>
3.1. Inleiding	14
3.2. Economische betekenis van toerisme NPDHV en KMM	14
3.3. Spin-off	15
3.4. Aandeel in betekenis toerisme regio	17
<b>4. AANTREKKELIJK LABEL VOOR REGIO</b>	<b>20</b>
4.1. Inleiding	20
4.2. Promotiebetekenis	20
4.3. Imagobetekenis voor regio	22
<b>5. VESTIGINGSPLAATSFACOR VAN FORMAAT</b>	<b>28</b>
5.1. Inleiding	28
5.2. Waarde onroerend goed	28
5.3. Vestigingsplaatsfactor	31
5.4. Overige afgeleide betekenis	32

## FACTSHEET

In opdracht van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum is onderzoek gedaan naar de betekenis van het Park en Museum voor toerisme en economie in de regio. Uit deze studie blijkt duidelijk dat Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum van onschatbare waarde zijn:

### Motor voor (toeristische) economie regio

- In totaal genereren het Park en Het Museum ongeveer € 70 miljoen bestedingen van toeristen per jaar. Dit schept een werkgelegenheid van circa 1.400 banen (925-950 FTE);
- Het grootste deel hiervan vloeit voort uit de spin-off voor verblijfsaccommodaties in de omgeving. Bijna een derde van de toeristen in de gemeenten waarin het Park ligt, blijkt mede voor het Park en het Museum te komen;
- Met deze bestedingen hebben het Park en het Museum een aandeel van meer dan de helft in de totale toeristische bestedingen in de directe omgeving (Otterlo, Hoenderloo en Schaarsbergen). Voor de gemeenten waarin het Park ligt, is dit bijna een kwart.

**Tabel S.1. Economische betekenis toerisme NPDHV en KMM 2011**

Onderdeel	Bestedingen (€)	Werkgelegenheid (FTE)
Op het Park	€ 10,3 miljoen	142
Spin-off camping + dagbezoek	€ 3,9 miljoen	41
Spin-off verblijfstoerisme	€ 55,7 miljoen	749
Totaal	€ 69,9 miljoen	933

### Grote bekendheid en internationale faam

Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum zijn belangrijke 'labels' en beeldbepalend (icoonfunctie) voor de Veluwe, zowel nationaal als internationaal. Het Park en Museum hebben een grote merkwaarde voor de verblijfsrecreatieve bedrijven in de regio. Dit blijkt onder meer uit het gegeven dat 90% van de verblijfsaccommodaties in de regio wijst op de nabijheid van het Park en het Museum.

### Vestigingsplaatsfactor

Het Park en het Museum dragen bij aan de ruimtelijke kwaliteit en leefbaarheid van regio. Zij zorgen door het bieden van natuur en cultuur van formaat voor een gunstig woon- en leefklimaat en dragen daarmee (naast de bijdrage aan bekendheid en imago van de regio) bij aan een beter vestigingsklimaat. Ook hebben het Park en Museum een waardeverhogend effect op de woningen in de omgeving. Dit levert de gemeenten waarin het Park ligt directe inkomsten uit OZB op (naast inkomsten uit toeristenbelasting en het gemeentefonds).

## SAMENVATTING

### 1. Inleiding: toekomst maken we samen

Het Nationale Park De Hoge Veluwe (NPDHV) en het Kröller-Müller Museum (KMM) functioneren in een omgeving met verschillende partners/stakeholders zoals overheden (gemeenten, provincie, etc.), investeerders, financiers, belangengroepen, omwonenden, (toeristische) bedrijven, etc. Om goed te functioneren is samenwerking met de verschillende stakeholders van groot belang.

In het kader van een duurzame, constructieve samenwerking willen Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum graag een objectief beeld krijgen van de (economische) betekenis van Het Nationale Park en het Kröller-Müller Museum voor de regio. Hierom hebben de directies van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum aan **ZKA Consultants & Planners** opdracht gegeven om (net als in 2004) een onderzoek te doen naar de betekenis van het Park en het Museum voor toerisme en economie in de regio. Het gaat hierbij om de economische betekenis, spin-off voor het (toeristisch) bedrijfsleven, de beeldvorming, etc. De insteek is toeristisch. Andere invalshoeken zijn ook mogelijk, maar vallen buiten de scope van deze studie.

*Het Nationale Park De Hoge Veluwe is een natuurgebied waarin economie en ecologie in evenwicht met elkaar zijn gebracht. Dat betekent dat het Park niet alleen ecologische waarden en een grote biodiversiteit heeft, maar ook dat de verschillende landschappen waarin deze waarden voorkomen in combinatie met een goede infrastructuur een goed toeristisch product tot stand brengen. Uit bezoekersonderzoeken blijkt dat deze combinatie mensen er mede toe brengt om naar het Park te komen.*

*Omdat het Park economie en ecologie in evenwicht heeft gebracht en dat zowel in beleid als uitvoering laat blijken, moeten haar financiële stromen vanuit dat evenwicht worden geïnterpreteerd. Immers het landschap in het Park kan op basis van bovenstaande niet alleen worden toebedeeld aan of de biodiversiteit of het toeristisch product. Voor de leesbaarheid van dit rapport is er voor gekozen om de waarden van bovenstaand evenwicht uit te drukken in de toeristische waarde van het Park, immers het overgrote deel van de inkomsten komen daaruit voort.*

### 2. Resultaten

#### Bron van directe werkgelegenheid

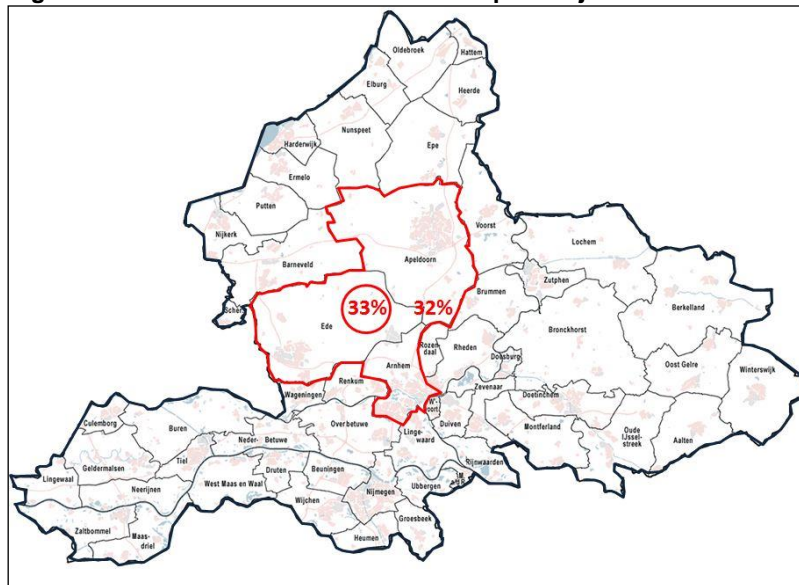
Jaarlijks trekken het Kröller-Müller Museum en Het Nationale Park De Hoge Veluwe met de bijbehorende bezienswaardigheden meer dan een half miljoen betalende bezoekers. Deze bezoekers geven jaarlijks ruim € 10 miljoen uit. Deze bestedingen in het Park en het Museum leveren omgerekend circa 140 voltijdbanen werk op. Door het (deels) seizoensmatige karakter en deeltijdwerk zijn dit ongeveer 200 banen. Daarnaast zijn er bij de Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe nog ongeveer 400 vrijwilligers actief.

### NPDHV en KMM creëren omzet voor bedrijven in regio!

De aantrekkingskracht van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum reiken verder dan alleen de "Parkpoorten". Door de aantrekkingskracht van het Park en het Museum op toeristen en recreanten komen jaarlijks grote aantallen mensen naar de Veluwe voor een dagtocht of vakantie/kort verblijf. Deze toeristen besteden ook buiten het Park (camping, bungalowpark, horecagelegenheden, etc.). Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum hebben hiermee duidelijk een toegevoegde waarde voor de regionale economie:

- De spin-off van de dagbezoekers die voorafgaand of aansluitend aan hun bezoek aan het Park en/of het Museum nog geld besteden in de omgeving (m.n. aan horeca) én de bestedingen van de kampeergasten van de natuurcamping in Het Nationale Park De Hoge Veluwe bedragen circa € 3,9 miljoen per jaar;
- Uit het onderzoek blijkt dat Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum een belangrijke generator zijn voor overnachtingen in de regio. In de dichtstbijzijnde kernen (Otterlo, Hoenderloo en Schaarsbergen) komt bijna 7% van de verblijfs-gasten speciaal voor het Park en/of Museum (motief) naar een verblijfsaccommodatie in de omgeving en circa komt 33% mede voor het Park en/of het Museum. In de gemeenten Ede, Apeldoorn en Arnhem is dit laatste percentage nog ongeveer 32%. Deze gasten besteden gezamenlijk ruim € 55 miljoen per jaar. Dit correspondeert met 750 FTE werkgelegenheid.

**Figuur S.1. Invloed NPDHV en KMM op verblijfstoerisme**



### NPDHV en KMM zijn motor voor toeristische economie

De totale economische betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum komt uit op ongeveer € 70 miljoen bestedingen per jaar. Dit schept een werkgelegenheid van circa 1.400 banen (925-950 FTE).

**Tabel S.1. Economische betekenis toerisme NPDHV en KMM 2011**

Onderdeel	Bestedingen (€)	Werkgelegenheid (FTE)
Op het Park	€ 10,3 miljoen	142
Spin-off camping + dagbezoek	€ 3,9 miljoen	41
Spin-off verblijfstoerisme	€ 55,7 miljoen	749
<b>Totaal</b>	<b>€ 69,9 miljoen</b>	<b>933</b>

Hiermee vormen Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum een belangrijke motor voor toeristische bestedingen én werk in de regio. Binnen de directe omgeving van het Park en het Museum (Otterlo, Hoenderloo en Schaarsbergen) is het aandeel in de totale toeristische bestedingen ruim de helft, voor de gemeenten waarin het Park ligt is het aandeel bijna een kwart.

**Tabel S.2. Aandeel NPDHV en KMM in economische betekenis regio**

	Bestedingen NPDHV + KMM (incl. spin-off <sup>1</sup> )	Bestedingen regio (incl. NPDHV+KMM)	Aandeel NPVH + KMM in bestedingen regio
Directe omgeving	€ 19,9 miljoen	€ 38,0 miljoen	52%
Gemeenten	€ 68,4 miljoen	€ 281,7 miljoen	24%
Veluwe	€ 69,9 miljoen	€ 555,2 miljoen	13%
Gelderland	€ 69,9 miljoen	€ 872,8 miljoen	8%

Geconcludeerd kan worden dat Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum – inclusief verblijfstoeristen die mede vanwege deze twee trekkers van formaat naar de regio komen – een zeer groot aandeel hebben in de regionale toeristische bestedingen.

Indien alleen de spin-off wordt meegenomen van verblijfstoeristen die speciaal vanwege Het Nationale Park De Hoge Veluwe en/of het Kröller-Müller Museum naar de regio zijn gekomen, varieert het aandeel van ruim 2% voor heel Gelderland tot meer dan een derde deel (34%) voor de directe omgeving.

#### **Promotionele betekenis: Parels van de Veluwe**

Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum zijn van grote promotionele waarde en belangrijke 'labels' voor de regio en de provincie:

- Het Park en het Museum geven beiden jaarlijks enkele tonnen uit aan promotie en publiciteit. Bij het Park c.a. zijn daarnaast nog eens bijna 6 FTE aan het werk om bezoekers in binnen- en buitenland naar het Park te trekken. Voor het Museum zijn dit 2,5 FTE;
- Zowel Het Nationale Park De Hoge Veluwe als het Kröller-Müller Museum zijn zeer bekend: de spontane naamsbekendheid van beide is circa 25%, hetgeen hoog is. De geholpen naamsbekendheid van het Museum bedraagt bijna 90%;
- Uit het onderzoek blijkt ook dat veel andere in Gelderland gevestigde bedrijven en organisaties de bekendheid en uitstraling van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum voor het eigen commercieel beleid actief benutten. Campings, hotels en bungalowparken wijzen op de nabije ligging van het Park en het Museum en gemeenten gebruiken de kwaliteit en het imago van het Park en het Museum voor de promotie van hun gemeente.

Hoe belangrijk de "merkwaarde" van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller-Müller Museum zijn voor de verblijfsrecreatieve bedrijven in de regio blijkt ook uit de frequentie en wijze waarop zij in hun promotie gebruik maken van de aanwezigheid en de bekendheid en het imago van het Park en het Museum. Het relatieve belang van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum voor verblijfsaccommodaties is bepaald door een inventarisatie van websites van bijna 50 accommodaties op de Veluwe. Hierbij is het aantal verwijzingen van verblijfsaccommodatieverschaffers (hotels, bungalows, campings) naar attracties in de omgeving geanalyseerd.

<sup>1</sup> De verdeling van de spin-off van de gasten van de natuurcamping en de spin-off op het dagtoerisme is ingeschat op basis van ervaringscijfers.

Hoewel Het Nationale Park De Hoge Veluwe zeker niet de grootste attractie van Gelderland is, scoort het wel als hoogste in de verwijzingslijst van recreatieondernemers. Bij verwijzing naar dagattracties wordt namelijk in 90% van de gevallen verwezen naar Het Nationale Park De Hoge Veluwe en in 60% van de gevallen naar het Kröller-Müller Museum. In vergelijking met de eerdere studie uit 2004 is het percentage ondernemers dat naar Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum verwijst toegenomen (respectievelijk 75% en 45% in 2004). Geconcludeerd kan worden dat het promotionele belang van het Park en het Museum aanzienlijk is en groeit.

### **Internationale aantrekkingskracht**

Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum zijn beide topattracties binnen hun segment. In internationale promotie-uitingen worden het Park en het Museum dan ook stevast meegenomen (o.a. door het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen en incomming touroperators). De bekendheid en aantrekkingskracht van het Kröller-Müller Museum (met als icoon Van Gogh) in het buitenland is groter dan dat van Het Nationale Park De Hoge Veluwe. Dat is tevens zichtbaar in het percentage buitenlandse bezoekers. Ongeveer 25% van de bezoekers van het Kröller-Müller Museum komt uit het buitenland, tegenover 12% van de bezoekers van Het Nationale Park (en 10% van de verblijfstoeristen op de Veluwe).

### **Hogere woningwaarde door nabijheid natuur en cultuur**

Uit verschillende nationale en internationale studies blijkt dat de aanwezigheid van groen in de directe omgeving een waardeverhogend effect heeft op de omliggende woning. Ook de aanwezigheid van cultuur heeft een positief effect. De nabijheid van een museum voor beeldende kunst, met horecavoorziening, werkt waardeverhogend.

Uit een steekproefsgewijze verkenning van de huidige woningmarkt op de Veluwe blijkt dat vergelijkbare woningen in de directe nabijheid van het Park en het Museum gemiddeld 7% duurder zijn dan vergelijkbare woningen elders op de Veluwe. Dit is minder dan in 2004 (10%) en wordt door makelaars ook niet direct gerelateerd aan de aanwezigheid van Het Nationale Park de Hoge Veluwe of het Kröller-Müller Museum.

### **Aantrekkelijk woon- en werkklimaat is vestigingsplaatsfactor van formaat**

Uit literatuurstudie blijkt dat natuur en cultuur steeds belangrijker worden in het vestigingsklimaat. Met name voor kennisintensieve bedrijven zijn cultuur en de omgevingskwaliteit van belang. Ook een gevarieerd vrijetijdsaanbod maakt een regio aantrekkelijk om te wonen en te werken. Dat het Park en het Museum een positief effect hebben op het vestigingsklimaat wordt ook gevoelsmatig herkend door de door ons geïnterviewde regionale marktkenners.

Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum, dragen bij aan de ruimtelijke kwaliteit en leefbaarheid van de regio. De aanwezigheid van een kwalitatief hoogwaardige groene omgeving en cultuur van internationale allure dragen bij aan bekendheid en imago van de regio en zorgen voor een gunstig vestigingsklimaat voor met name kenniswerkers.

### 3. Conclusies en aanbevelingen

#### **NPDHV en KMM van onschatbare waarde**

Geconcludeerd kan worden dat Het Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller-Müller Museum van zeer grote waarde zijn voor de regio. Beide partijen samen zorgen voor directe werkgelegenheid en vormen tevens een bezoekmotief voor talrijke verblijfsgasten in de directe omgeving en op de Veluwe. De bekendheid van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller-Müller Museum is groot en met name het Kröller-Müller Museum is internationaal befaamd. Deze bekendheid en uitstraling wordt dan ook door talrijke partijen – zowel overheden als marktpartijen zoals het NBTC, regionale promotieorganisaties en verblijfs-toeristische bedrijven – aangewend in de eigen promotie. Ook zorgen het Park en het Museum met de geboden cultuur en natuur van formaat voor een aantrekkelijker woon- en werkklimaat en daarmee een gunstiger vestigingsklimaat voor met name kennisintensieve bedrijven.

#### **Toegevoegde waarde verder vergroten**

De grote betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum is evident. Desalniettemin zouden beide partijen de betekenis en de toegevoegde (merk)waarde voor de directe omgeving en regio ons inziens verder kunnen vergroten:

- De toeristische markt wordt gekenmerkt door verzadiging en vraagt impulsen om te zorgen voor groei van het bezoek en de bestedingen. Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum kunnen met product-innovaties die aansluiten op de beleavingswereld van de hedendaagse vrijetijdsconsument zorgen voor groei binnen het Park en het Museum (meer bezoekers, meer leden, etc.) maar ook een extra impuls geven aan het toerisme op de Veluwe;
- Het Kröller-Müller Museum is van internationale naam en faam en trekt beduidend meer buitenlandse bezoekers dan Het Nationale Park De Hoge Veluwe en de directe omgeving. Gerichtte samenwerking tussen het Museum, het Park en kwalitatief hoogwaardige verblijfsaccommodaties zou kunnen zorgen voor een verbetering van de internationale marktpositie van de regio (bijvoorbeeld lekker rustig en luxe op de (Hoge) Veluwe verblijven en ook een dag Amsterdam bezoeken in plaats van andersom);
- De samenwerking met overheden en bedrijven in de regio versterken en samen meerwaarde aan de gastbeleving bieden waardoor het bezoek aan zowel Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum toeneemt als aan de andere bedrijven (zoals verblijfsaccommodaties maar wellicht ook het MKB in de omliggende kernen en gemeenten). Hierbij kan eventueel gedacht worden aan het invoeren van een samenwerkingsprogramma met toenemende voordelen. Bijvoorbeeld:
  - Goede buur: exclusieve recht om bepaalde merchandise van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum te verkopen;
  - Partner: mag daarnaast arrangementen verkopen en entreebewijzen en lidmaatschappen met bijvoorbeeld 10% korting;
  - Ambassadeur: mag meer korting verstrekken en krijgt een bepaald aantal gratis lidmaatschappen en entreebewijzen voor bijzondere 'evenementen'.

Een dergelijk programma kunnen wij desgewenst in samenspraak verder uitwerken en toetsen op haalbaarheid.



## 1. INLEIDING

### 1.1. Aanleiding

Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum functioneren in een omgeving met verschillende partners/stakeholders zoals de markt (consumenten), overheden (gemeenten, provincie, etc), investeerders, financiers, belangengroepen, omwonenden, (toeristische) bedrijven, etc. Om goed te functioneren is samenwerking met de verschillende stakeholders van groot belang.

In het kader van een duurzame, constructieve samenwerking willen Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum graag een objectief beeld krijgen van de (economische) betekenis van Het Nationale Park en het Kröller-Müller Museum voor de regio. Deze studie is eerder uitgevoerd in 2004. Op dit moment is er behoefte aan actualisatie van deze studie. **ZKA Consultants & Planners** is daarom gevraagd om deze studie opnieuw uit te voeren. De insteek hierbij is primair toeristisch, zeker waar het gaat om de economische betekenis en spin-off (zie hoofdstuk 3). Andere invalshoeken zijn ook mogelijk, maar vallen buiten de scope van deze studie.

*Het Nationale Park De Hoge Veluwe is een natuurgebied waarin economie en ecologie in evenwicht met elkaar zijn gebracht. Dat betekent dat het Park niet alleen ecologische waarden en een grote biodiversiteit heeft, maar ook dat de verschillende landschappen waarin deze waarden voorkomen in combinatie met een goede infrastructuur een goed toeristisch product tot stand brengen. Uit bezoekersonderzoeken blijkt dat deze combinatie mensen er mede toe brengt om naar het Park te komen. Omdat het Park economie en ecologie in evenwicht heeft gebracht en dat zowel in beleid als uitvoering laat blijken, moeten haar financiële stromen vanuit dat evenwicht worden geïnterpreteerd. Immers het landschap in het Park kan op basis van bovenstaande niet alleen worden toebedeeld aan of de biodiversiteit of het toeristisch product. Voor de leesbaarheid van dit rapport is er voor gekozen om de waarden van bovenstaand evenwicht uit te drukken in de toeristische waarde van het Park, immers het overgrote deel van de inkomsten komen daaruit voort.*

### 1.2. Doelstelling onderzoek

Het doel van deze studie is om inzicht te krijgen in de (economische) betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum voor de directe omgeving (Otterlo, Hoenderloo en Schaarsbergen), de gemeenten waarin het Park ligt (Ede, Apeldoorn en Arnhem), het toeristengebied de Veluwe en de provincie Gelderland.

In deze studie is onderscheid gemaakt in een drietal verschillende vormen van (economische) betekenis die Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum genereren:

- Imago en marktbereik: Het Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller-Müller Museum als iconen en identiteitsdragers van de Veluwe en dus van positieve beeldvorming;

- Geschatte bestedingen in regionale (toeristische) bedrijven als gevolg van de aantrekkingskracht van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum en daarvan afgeleid de werkgelegenheid in de regio;
- Potentieel van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum als drager van nieuwe economische activiteiten in de regio.

### 1.3. Leeswijzer

Deze rapportage is als volgt opgebouwd:

- In hoofdstuk 2 is eerst kort ingegaan op Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum (beschrijving, bezoek, exploitatie, etc.);
- In hoofdstuk 3 is vervolgens de economische betekenis en spin-off van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum geraamd;
- In hoofdstuk 4 is ingegaan op de promotionele en imagobetekenis voor de regio;
- In hoofdstuk 5 is tenslotte de afgeleide betekenis beschreven.

Deze rapportage betreft de resultaten van het onderzoek naar de betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum. Waar mogelijk en relevant is apart op de betekenis van deze organisaties ingegaan. Wanneer er in deze studie wordt gesproken over het Park en het Museum gaat het over Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum.

### 1.4. Werkzaamheden

Voor deze studie zijn de volgende werkzaamheden verricht:

- Startbespreking;
- Bureau studie (documentatie van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum, beleidsplannen gemeenten en provincie, promotie-uitingen verblijfsrecreatiebedrijven en toeristische koepelorganisaties, statistisch materiaal CBS, GOBT, etc.);
- Interviews, met name met vertegenwoordigers van de toeristische sector<sup>2</sup>;
- Raming economische betekenis en (toeristische) spin-off van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum;
- Rapportage en toelichting.

---

<sup>2</sup> Voor deze studie zijn (telefonische) interviews gevoerd met vertegenwoordigers van gemeenten, toeristische koepelorganisaties (zoals NBTC en Regionale Bureaus voor Toerisme), tientallen verblijfsrecreatieve ondernemers, makelaars en touroperators. Zie bijlage 1 voor een overzicht van de (telefonische) interviews.

## 2. DE HOGE VELUWE

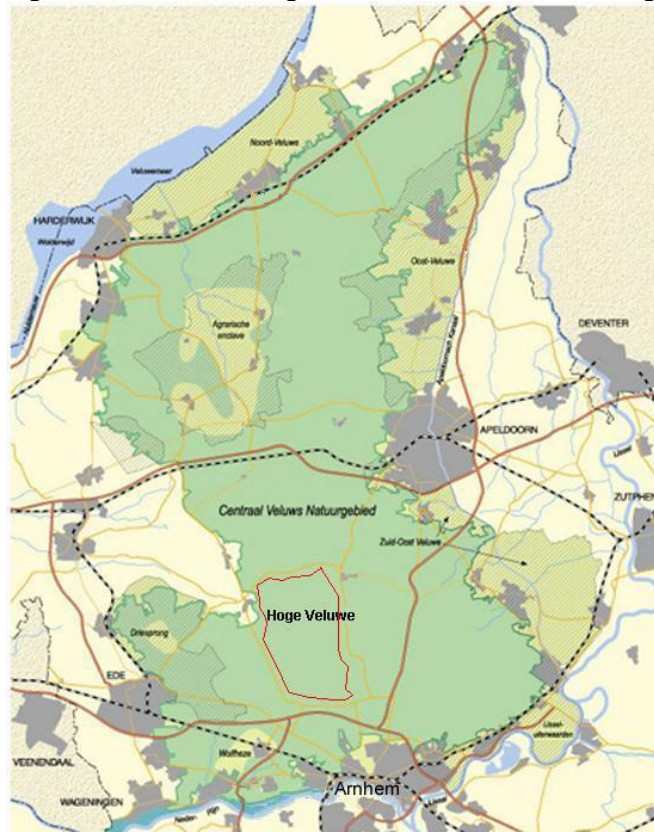
### 2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk is – voor de inbedding van het onderzoek – kort ingegaan op Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum. Hierbij is eerst een beschrijving gegeven van Het Nationale Park De Hoge Veluwe (2.2.) en vervolgens van het Kröller-Müller Museum (2.3.). Daarna is gekeken naar het bezoek aan het Park en het Museum (2.4.) en de exploitatie (2.5.). Tot slot van dit hoofdstuk is een afbakening gegeven van het Park en het Museum alsmede van de verschillende regio's die in dit onderzoek worden onderscheiden.

### 2.2. Het Nationale Park De Hoge Veluwe

Het Nationale Park De Hoge Veluwe is één van de oudste (1935) en met ongeveer 5.500 hectare het grootste nationale park van Nederland. Het Park is gelegen in het zuiden van het Centraal Veluws Natuurgebied, tussen de steden Arnhem, Apeldoorn en Ede (zie figuur 2.1.).

**Figuur 2.1. Situering van Het Nationale Park De Hoge Veluwe**



Een uniek kenmerk van Het Nationale Park De Hoge Veluwe is de combinatie van natuur, kunst en architectuur:

- Natuur: heide, stuifzandlandschap en park-, natuur- en cultuurbos bevolkt door edelherten, moeflons, wilde zwijnen en ader wild;
- Kunst: het Kröller-Müller Museum (zie paragraaf 2.3.)
- Architectuur: het Jachthuis Sint Hubertus (ontworpen door Berlage) en verschillende andere architectuur (Hillo, Maas, van Eyck).

### 2.3. Het Kröller-Müller Museum

Het Kröller-Müller Museum is gelegen in Het Nationale Park De Hoge Veluwe en heeft een omvangrijke collectie moderne kunst, ruim 20.000 objecten, zoals schilderijen van Van Gogh, Picasso, Seurat, Mondriaan, etc. Tevens is er sinds 1961 een uitgebreide beeldentuin met werken van onder andere Rodin, Moore en Hepworth. Daarnaast heeft het Museum sinds 2005 een informatiecentrum waar bezoekers uitgebreidere informatie over de collectie kunnen verkrijgen. Eveneens biedt het informatiecentrum ruimte voor presentaties of workshops.

### 2.4. Bezoek

#### Bezoekersaantallen

Jaarlijks trekt Het Nationale Park De Hoge Veluwe en de verschillende in het Park gelegen bezienswaardigheden grote aantallen bezoekers (zie tabel 2.1.). In 2011 werd Het Nationale Park De Hoge Veluwe door ruim 525.000 betalende bezoekers bezocht, een stijging van ongeveer 4% ten opzichte van 2010. Daarnaast werden bijna 14.600 Beschermerskaarten (jaarkaarten) verkocht. Bijna de helft van de bezoekers van het Park bracht ook een betaald bezoek aan het Kröller-Müller Museum (in totaal bezochten ruim 302.000 mensen het Museum in 2011).

**Tabel 2.1. Betaald bezoek Het Nationale Park De Hoge Veluwe c.a. 2011**

	Bezoekersaantal 2011
Nationale Park De Hoge Veluwe	525.631
Kröller-Müller Museum	252.605
Bezoekerscentrum	325.810
Museonder	178.793
Jachthuis Sint Hubertus	28.265

Bron: Jaarverslag Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe 2011

Een speciale – en alom bekende – voorziening in het Park zijn de 1.700 witte fietsen waarmee bezoekers gratis het Park kunnen verkennen.

**Figuur 2.2. Illustratie witte fietsen**



### **Bezoekersprofiel Nationale Park De Hoge Veluwe<sup>3</sup>**

Meer dan de helft van de bezoekers van het Park komt uit de directe omgeving (< 20 km). Gemiddeld legt een bezoeker 40 km af voor een bezoek aan het Park, waaruit blijkt dat het Park een nationale aantrekkingskracht heeft. Circa 40% van de bezoekers is afkomstig van een vakantieadres (met name in de provincie Gelderland), de overige 60% betreft dagrecreanten. Bijna 9 op de 10 bezoekers komt uit Nederland. De buitenlandse bezoekers komen vooral uit Duitsland en België. Het Park wordt bezocht door bezoekers van alle leeftijden, maar voornamelijk de groep tussen 40 en 80 jaar is sterk vertegenwoordigd. De meeste mensen bezoeken het Park in gezelschap van hun partner of van het gezin. De belangrijkste bezoekmotieven zijn: 'actief bezig zijn', 'natuur- en landschapsbeleving' en 'er lekker even uit zijn'. Bijna een derde van de bezoekers komt voor het Kröller-Müller Museum en 30% komt om wild te zien. De meeste bezoeken betreffen herhalingsbezoeken van mensen die het Park (ooit) eerder hebben bezocht en de gemiddelde verblijfsduur in het Park is 3,6 uur.

### **Bezoekersprofiel Kröller-Müller Museum<sup>4</sup>**

Bijna een kwart van de bezoekers van het Kröller-Müller Museum komt uit het buitenland. Dit toont aan dat het Museum een internationale aantrekkingskracht heeft. Belangrijkste herkomstlanden voor de buitenlandse bezoekers zijn – net als voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe – Duitsland en België. Een belangrijk bezoekmotief is de mogelijkheid om het bezoek aan Kröller-Müller te combineren met een bezoek aan de natuur. De ligging in Het Nationale Park De Hoge Veluwe vormt dan ook een belangrijke aanleiding voor het bezoek. Het grootste deel van de bezoeken (97%) wordt in gezelschap van anderen ondernomen. De gemiddelde bezoektijd varieert van 2,5 uur in de winterperiode tot 3 uur in de zomer.

### **Natuurcamping**

In het Park vlakbij ingang Hoenderloo ligt een kampeerterrein voor de natuurliefhebber. De natuurcamping is geopend van april t/m oktober en telt 100 kampeerplaatsen. In 2011 werd er bijna 14.000 keer overnacht op deze camping.

**Figuur 2.3. Illustratie natuurcamping**



<sup>3</sup> Bron: Bezoekersonderzoek 2005 Het Nationale Park De Hoge Veluwe.

<sup>4</sup> Bron: Het publiek van het Kröller-Müller Museum: Maatwerk voor doelgroepen, 2007.

## 2.5. Exploitatie

Overeenkomstig de bedoeling van de stichters van Het Nationale Park De Hoge Veluwe, is de stichting volledig zelfstandig en financieel onafhankelijk. De bestedingen van de bezoekers zijn daarom een belangrijke bron van inkomsten van Het Nationale Park De Hoge Veluwe. Ongeveer 90% van de bestedingen in het Park (exclusief Museum) komt van het toerisme (entree, horeca, merchandising). Van de totale inkomsten<sup>5</sup> (circa € 5,5 miljoen) van de stichting is circa 75% van de inkomsten direct afkomstig van de entreegelden voor het Park.

Het Kröller-Müller Museum valt niet onder de exploitatie van Het Nationale Park De Hoge Veluwe. De entreeopbrengsten van het Museum gaan naar de stichting Kröller-Müller Museum. De grond van het Museum is wel eigendom van Het Nationale Park De Hoge Veluwe. De opstal is eigendom van domeinen en de collectie behoort tot de staat.

De Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe heeft ongeveer 80 mensen in dienst (circa 52 FTE). Daarnaast zijn er circa 400 vrijwilligers actief in verschillende werkgroepen, die onder andere rondleidingen in het jachthuis Sint Hubertus verzorgen, bezoekers begeleiden als natuurgids en de open terreinen openhouden. Het Kröller-Müller Museum heeft 64 FTE in dienst (inclusief museumwinkel, exclusief restaurant).

## 2.6. Afbakening

Zoals aangegeven behelst Het Nationale Park De Hoge Veluwe meer dan het Park alleen. In dit onderzoek zijn de volgende onderdelen van Het Nationale Park De Hoge Veluwe meegenomen:

- Het Nationale Park De Hoge Veluwe;
- Het Museonder;
- Bezoekerscentrum;
- Jachthuis Sint Hubertus;
- Restaurant De Koperen Kop;
- Theekoepel;
- De natuurcamping in Het Nationale Park De Hoge Veluwe.

Het Kröller-Müller Museum dat ook gelegen is in het Park is – waar mogelijk en relevant – afzonderlijk meegenomen in deze studie.

In deze studie wordt de economische betekenis en de spin-off van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller op vier regioniveaus geraamd.

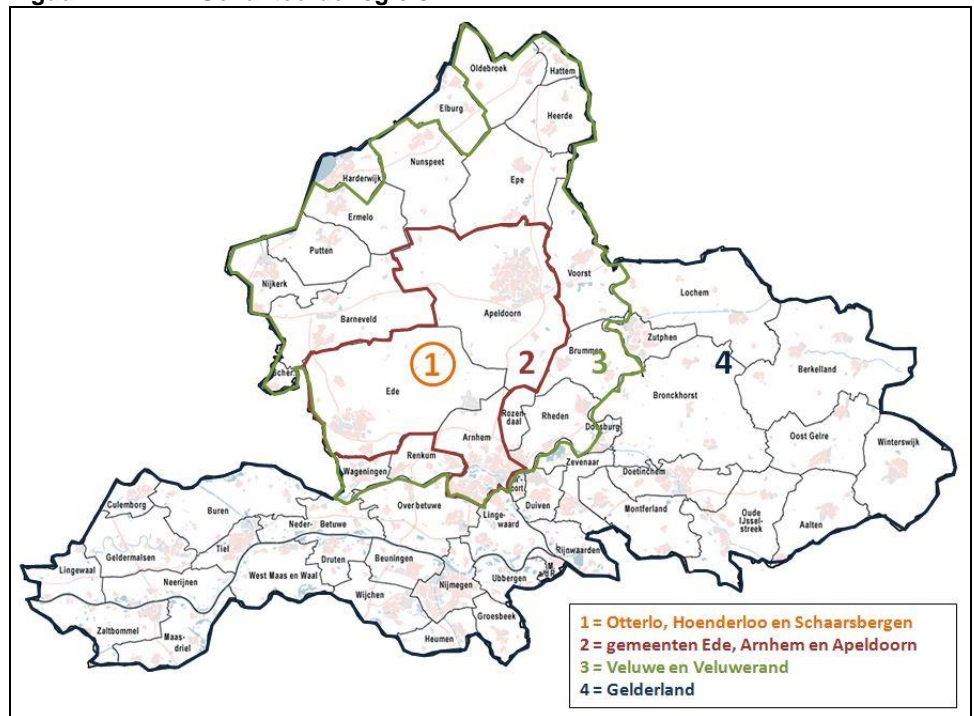
1. De directe omgeving van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum. Deze bestaat uit de kernen Otterlo, Hoenderloo en Schaarsbergen;
2. De gemeenten waarin het Park ligt: Ede (90%), Arnhem (2%) en Apeldoorn (8%);

---

<sup>5</sup> Dit bedrag wijkt af van de bestedingen van bezoekers omdat het restaurant De Koperen Kop is verpacht (de theekoepel wordt door de Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe zelf geëxploiteerd). Bij de inkomsten/baten van Het Nationale Park De Hoge Veluwe worden de pachtinkomsten van het restaurant meegerekend. Als wordt gesproken over de bestedingen van de bezoekers (zie hoofdstuk 3) zijn deze pachtinkomsten vervangen voor de omzet in het restaurant. Dit geldt ook voor het verpachte restaurant Monsieur Jacques in het Kröller-Müller Museum.

3. Het toeristengebied de Veluwe en Veluwerand (verder Veluwe genoemd)<sup>6</sup>;
4. De provincie Gelderland.

**Figuur 2.4. Gehanteerde regio's**



<sup>6</sup> Zie bijlage 2 voor de afbakening van dit gebied.

### 3. MOTOR VOOR TOERISTISCHE ECONOMIE

#### 3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk is ingegaan op de economische betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum. Hierbij is eerst ingegaan op de economische betekenis van toerisme op het Park en in het Museum zelf (3.2.). Vervolgens is de spin-off van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum voor voorzieningen in de regio geraamd (3.3.). Tot slot is het aandeel van het Park en het Museum in de economische betekenis van toerisme in de regio ingeschat (3.4.).

#### 3.2. Economische betekenis van toerisme NPDHV en KMM

##### **Bestedingen op het Park en in het Museum: ruim € 10 miljoen**

Voor het bepalen van de economische betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum is gebruik gemaakt van gegevens van de Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe en van Stichting het Kröller-Müller Museum.

De bestedingen van bezoekers die in 2011 één of meerdere voorzieningen binnen de grenzen van Het Nationale Park De Hoge Veluwe (inclusief het Kröller-Müller Museum) hebben bezocht zijn bepaald op basis van de financiële verslaglegging van beide organisaties aangevuld met gesprekken met de financieel verantwoordelijke medewerkers<sup>7</sup>. Uit de analyse en gesprekken blijkt dat de bruto omzet (excl. BTW) vanuit het bezoek aan Het Nationale Park De Hoge Veluwe in 2011 ruim € 6,6 miljoen bedroeg. Bij het Kröller-Müller Museum bedroeg de bruto bezoek-gerelateerde omzet dat jaar bijna € 3,0 miljoen. De totale bestedingen (incl. BTW) van de bezoekers kwamen uit op ruim € 7,1 miljoen voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe en bijna € 3,2 miljoen bij het Kröller-Müller Museum. Hiermee bedragen de totale bestedingen van de bezoekers die in 2011 Het Nationale Park De Hoge Veluwe en/of het Kröller-Müller Museum hebben bezocht ongeveer € 10,3 miljoen<sup>8</sup>.

##### **Werkgelegenheid: ongeveer 200 banen**

De toeristisch-recreatieve werkgelegenheid die met deze bestedingen (inclusief aan horeca, camping, evenementen, etc.) gepaard gaat ramen wij op ruim 140 FTE (fulltime equivalenten ofwel voltijdbanen)<sup>9</sup>. Doordat toerisme en recreatie en aanverwante sectoren worden gekenmerkt door zowel een seizoensmatig karakter als een relatief groot aandeel deeltijdwerk correspondeert dit met meer banen. Exclusief vrijwilligers kan worden uitgegaan van circa 200 banen.

**Tabel 3.1. Economische betekenis toerisme NPDHV en KMM 2011**

Onderdeel	Toeristisch-recreatieve bestedingen (€)	Toeristisch-recreatieve werkgelegenheid (FTE)
Het Nationale Park De Hoge Veluwe	€ 7,1 miljoen	94
Kröller-Müller Museum	€ 3,2 miljoen	48
Totaal	€ 10,3 miljoen	142

<sup>7</sup> De heer Van Wijk, Hoofd Bedrijfsbureau Kröller-Müller Museum en de heer Van Voorst, Controller Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe.

<sup>8</sup> Dit is exclusief de huren en pachten voor de restaurants, woningen, jacht en gronden in het Park en exclusief baten die niet voortvloeien uit het toeristisch bezoek aan het Park of Museum (zoals bijvoorbeeld "bruikleencontracten" van het Kröller-Müller Museum).

<sup>9</sup> Op basis van de landelijk gemiddelde arbeidsproductiviteit in de sector.



Dit betreft een raming van de toeristisch-recreatieve werkgelegenheid van het Park en het Museum. Hieronder wordt verstaan de werkgelegenheid die voortvloeit uit de bestedingen van de bezoekers (op basis van de gemiddelde arbeidsproductiviteit in de sector)<sup>10</sup>. Zowel voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe als het Kröller Müller Museum is het laten genieten van bezoekers van (de combinatie van) natuur, kunst en architectuur niet het enige doel. Actief bos- en natuurbeheer, ontwikkeling van landschap en biodiversiteit, collectiebeheer en het bewaken van de balans tussen ecologie en economie zijn ook zeer belangrijke taken. De directe werkgelegenheid op het Park en het Museum en de spin-off (bijvoorbeeld aannemers die heideplaggen, wegen asfalteren, etc.) die hiermee samenhangt, is in deze studie niet meegenomen.

### 3.3. Spin-off

De aantrekkingskracht van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum op toeristen en recreanten maakt dat grote aantallen mensen naar de (Hoge) Veluwe komen voor een dagtocht of een verblijf. Deze bezoekers komen niet alleen naar het Park c.a. maar bezoeken na (of voor) hun bezoek aan het Park nog een horecagelegenheid, etc. in de regio en/of verblijven in de regio (bijvoorbeeld een weekend in een hotel in Otterlo of een midweek in een bungalow in Hoenderloo). Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum hebben dus een duidelijke toegevoegde waarde voor de regionale economie. De totale economische betekenis van het Park c.a. is hiermee groter dan alleen de bestedingen van bezoekers in het Park zelf (zie paragraaf 3.2.).

#### **Spin-off camping in Het Nationale Park De Hoge Veluwe**

De eerste vorm van spin-off die wij onderscheiden is die van de bestedingen van gasten van de natuurcamping in de omgeving (bijvoorbeeld aan boodschappen, horeca, etc.). Uitgaande van de gemiddelde bestedingsprofielen voor kamperen ramen wij de spin-off van de camping (op basis van 14.000 overnachtingen) op circa € 220.000 in 2011.

#### **Spin-off dagbezoek NPDHV en KMM**

Niet alleen de gasten van de camping, ook een deel van de (dag)bezoekers aan Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum c.a. bezoeken voorafgaand of aansluitend aan het bezoek aan het Park of het Museum voorzieningen in de omgeving en leveren zo spin-off op. Uit het bezoekersonderzoek van Het Nationale Park De Hoge Veluwe blijkt dat circa 28% van de bezoekers het bezoek aan het Park c.a. combineert met andere voorzieningen. Het betreft in de meeste gevallen een restaurant maar ook andere dagrecreatieve voorzieningen. De bestedingen die hiermee gepaard gaan zijn op basis van bestedingsprofielen uit het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) geraamd op circa € 2,3 miljoen. Als daarnaast rekening wordt gehouden met de vervoerskosten van de (dag)bezoekers<sup>11</sup> aan het Park bedraagt de totale spin-off van de (dag)bezoekers een kleine € 3,7 miljoen per jaar.

<sup>10</sup> Het gaat hierbij zowel om de directe werkgelegenheid op het Park en in het Museum als de indirecte werkgelegenheid bij toeleveranciers en dienstverleners die voortvloeit uit de bestedingen van bezoekers.

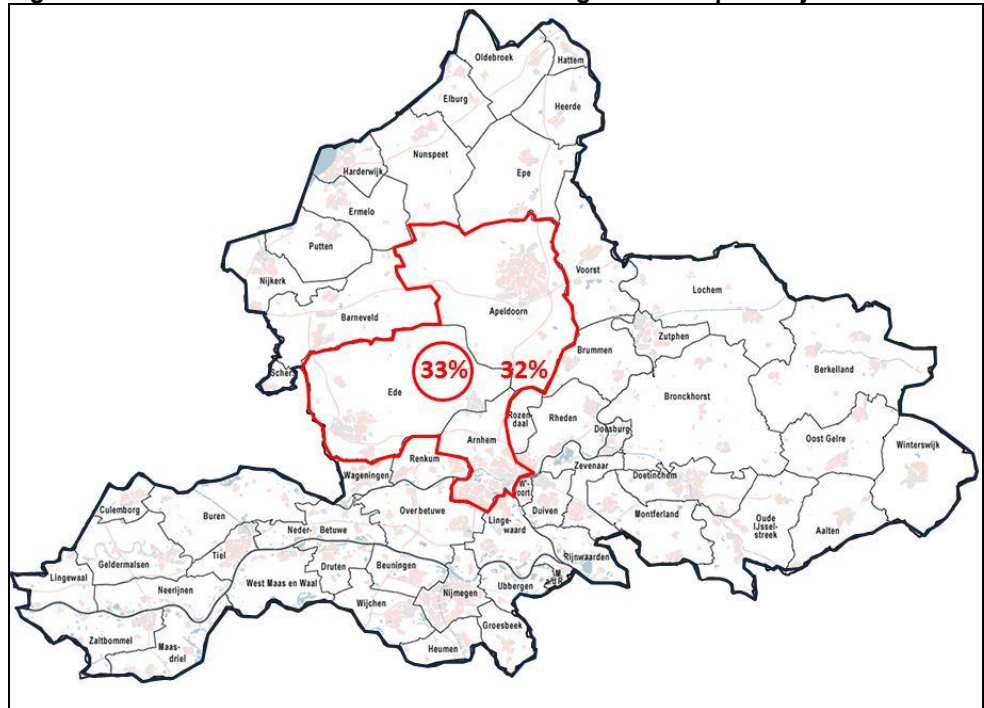
<sup>11</sup> Onder (dag)bezoekers is hier verstaan bezoekers aan Het Nationale Park De Hoge Veluwe exclusief verblijfsgasten die (mede) voor het Park naar de Veluwe zijn gekomen (hiervoor zijn de vervoerskosten namelijk al meegenomen bij de spin-off op het verblijfstoeerisme). Deze categorie bestaat dus eigenlijk uit twee groepen bezoekers: mensen die een dagtocht maken vanaf hun huisadres en mensen die een dagtocht maken vanaf hun vakantieadres in de regio, maar die niet vanwege het Park naar de regio zijn gekomen. Dezelfde methodiek ter voorkoming van dubbeltellingen is toegepast voor de bepaling van de spin-off van het dagbezoek.

### Spin-off op verblijfstoerisme

Om de spin-off van het Park en het Museum op verblijfstoeristische accommodaties in de regio te bepalen zijn enquêtes afgenomen onder ongeveer 35 verblijfsrecreatieondernemers (campings, bungalowParken, hotels, etc.) in de regio. Hieruit blijkt een duidelijke aantrekkende werking van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum.

Zo blijkt dat van de verblijfs-gasten in de directe omgeving van het Park 7% speciaal vanwege Het Nationale Park De Hoge Veluwe deze bestemming heeft gekozen en 5% speciaal vanwege het Kröller-Müller Museum (zie ook tabel 3.2. op de volgende pagina). Daarnaast is er een grote groep verblijfsgasten die mede vanwege Het Nationale Park De Hoge Veluwe of het Kröller-Müller Museum naar de regio komt. Dit effect reikt verder dan de directe omgeving. Zo blijkt uit de enquêtes dat dit effect in de gemeenten waar het Park ligt bijna net zo groot is als voor de directe omgeving: 32% resp. 33% van de verblijfsgasten heeft de bestemming mede vanwege de aanwezigheid van Het Nationale Park De Hoge Veluwe gekozen (zie figuur 3.1.).

**Figuur 3.1. Invloed Het Nationale Park De Hoge Veluwe op verblijfstoerisme**



Ook de gesproken vertegenwoordigers van de toeristische sector geven aan dat het effect tot circa 40 kilometer om het Park heen reikt. Voor het gebied de Veluwe (exclusief de gemeenten waar het Park in ligt) is het aantal afgenomen enquêtes te beperkt om duidelijke conclusies aan te verbinden. Derhalve is alleen de spin-off op verblijfsaccommodaties in de directe omgeving van het Park en de gemeenten waar het Park in ligt bepaald. De in dit hoofdstuk weergegeven spin-off betreft aldus de minimale spin-off.

In vergelijking met de eerdere studie uit 2004 ligt met name het percentage in de in de gemeenten waar het Park ligt een stuk hoger. De afbakening van de gebieden is iets gewijzigd waardoor de percentages niet één op één vergelijkbaar zijn, maar in 2004 lag het percentage van het Centraal Veluws Natuurgebied (Lunteren, Harskamp, Wekerom, Kootwijk en Beekbergen) op ongeveer 15% en in “overig” Veluwe ongeveer 2%. Voor de kernen Otterlo en Hoenderloo geldt wel een vergelijkbaar percentage van 30% in 2004.

**Tabel 3.2. Spin-off NPDHV en KMM op verblijfstoerisme (in %)**

	Mede vanwege NPDHV	Mede vanwege KMM	Speciaal vanwege NPVH	Speciaal vanwege KMM
Directe omgeving	33%	25%	7%	5%
Gemeenten (overig)	32%	21%	2%	1%
Veluwe (overig) <sup>12</sup>	-	-	-	-

Uit bovenstaande tabel blijkt dat de relatieve spin-off van het Kröller-Müller Museum iets beperkter is dan voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe. In de enquêtes is niet gevraagd naar de overlap tussen beide trekkers. Deze is vermoedelijk groot. Daarom is de spin-off van beide niet gesommeerd. De weergegeven spin-off beschouwen wij als de spin-off van Het Nationale Park De Hoge Veluwe inclusief het Kröller-Müller Museum. Deze is – op basis van bovenstaande percentages, het geraamde aantal overnachtingen en gemiddelde bestedingsprofielen voor de verschillende type verblijfsaccommodaties – geraamd op ruim € 55 miljoen. Dit correspondeert met een werkgelegenheid van circa 750 FTE (zie tabel 3.3.).

**Tabel 3.3. Spin-off NPDHV en KMM op verblijfstoerisme Veluwe (2011)**

Sector	Bestedingen (€)	Werkgelegenheid (FTE)
Logies	€ 24,8 miljoen	299
Horeca	€ 13,5 miljoen	111
Detailhandel	€ 6,4 miljoen	44
Entree <sup>13</sup>	€ 2,2 miljoen	17
Vervoer	€ 8,8 miljoen	29
Overig		47
<b>Totale bestedingen</b>	<b>€ 55,7 miljoen</b>	
Directe werkgelegenheid		547
Indirecte werkgelegenheid		202
<b>Totale werkgelegenheid</b>		<b>749</b>

#### **Totale spin-off NPDHV en KMM bijna € 60 miljoen**

De totale bestedingen die samenhangen met deze drie verschillende vormen van spin-off (camping, dagbezoek en verblijfstoerisme) bedragen circa € 60 miljoen.

#### 3.4. Aandeel in betekenis toerisme regio

#### **Totale economische toeristische betekenis € 70 miljoen en ca. 1.400 banen**

De totale economische betekenis van toerisme in/door Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum bestaat uit de bestedingen van bezoekers op het Park (zie paragraaf 3.2.) en de spin-off (zie paragraaf 3.3.).

<sup>12</sup> Steekproef te beperkt voor betrouwbare inschatting.

<sup>13</sup> Onder de sector “Entree” vallen primair recreatieve bestedingen zoals toegangsbewijzen voor attracties, musea, e.d. (in dit geval niet voor het Park en Museum), fietshuur, etc. Ook parkeergelden vallen hieronder.

De totale bestedingen bedragen ongeveer € 70 miljoen. Dit schept werkgelegenheid voor circa 925-950 FTE. Door het seizoensmatige karakter en de relatief hoge deeltijdfactor in het toerisme en aanverwante sectoren (horeca, etc.) correspondeert dit naar raming met ongeveer 1.400 banen.

**Tabel 3.4. Economische betekenis toerisme NPDHV en KMM 2011**

Onderdeel	Bestedingen (€)	Werkgelegenheid (FTE)
Op het Park	€ 10,3 miljoen	142
Spin-off camping + dagbezoek	€ 3,9 miljoen	41
Spin-off verblijfstoerisme	€ 55,7 miljoen	749
Totaal	€ 69,9 miljoen	933

### Aandeel in betekenis toerisme regio zeer groot

Om het aandeel van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum in de totale economische betekenis van toerisme in de regio te bepalen, is op basis van de methodiek van het ZKA Impactmodel Vrijetijdssector<sup>14</sup> een eigen inschatting gemaakt van de economische betekenis in de omgeving van het Park, de gemeenten waarin het Park ligt, de Veluwe en Gelderland<sup>15</sup>.

Deze ramingen zijn gebaseerd op overnachtingscijfers en bezettingsgraden van het CBS<sup>16</sup>, verblijfstoeristische capaciteitsgegevens (deels CBS, deels eigen inventarisatie op basis van VVV) en bezoekerscijfers van attracties, musea, bezienswaardigheden, etc. (GOBT, 2011). Wij merken op dat de gehanteerde afbakening op dagtoeristisch gebied hierdoor vrij strikt is. Het betreft dus niet de totale economische betekenis van de vrijetijdseconomie op de Veluwe of Gelderland (inclusief o.a. recreatief winkelen, leisure en horecabezoek vanuit huis).

Rekening houdend met de spin-off op zowel dagtoeristisch als verblijfstoeristisch gebied varieert het aandeel van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller-Müller Museum in de economische betekenis van toerisme in de regio van circa 8% voor heel Gelderland tot ruim de helft voor de directe omgeving (Otterlo, Hoenderloo, Schaarsbergen). Binnen de gemeenten waarin het Park ligt is het aandeel bijna een kwart en voor de hele Veluwe circa 13% (zie ook tabel 3.5.).

**Tabel 3.5. Aandeel NPDHV en KMM in economische betekenis regio**

	Bestedingen NPDHV + KMM (incl. spin-off <sup>17</sup> )	Bestedingen regio (incl. NPDHV+KMM)	Aandeel NPDHV + KMM in bestedingen regio
Directe omgeving	€ 19,9 miljoen	€ 38,0 miljoen	52%
Gemeenten	€ 68,4 miljoen	€ 281,7 miljoen	24%
Veluwe	€ 69,9 miljoen	€ 555,2 miljoen	13%
Gelderland	€ 69,9 miljoen	€ 872,8 miljoen	8%

<sup>14</sup> Deze methodiek is in 1997 ontwikkeld in samenwerking met econometristen van de Stichting Economisch Onderzoek (SEO) van de Universiteit van Amsterdam en is goedgekeurd door het ministerie van Economische Zaken. In 2009 is het vernieuwde Impactmodel Vrijetijdssector opgesteld in opdracht van Gastvrij Nederland. In bijlage 2 is de methodiek van dit model toegelicht.

<sup>15</sup> Voor Gelderland (en de Veluwe) zijn onderzoeken beschikbaar die gebruik maken van de landelijke R&T standaard. Voor de directe omgeving en de gemeenten waarin het Park ligt ontbreekt echter informatie. Bovendien heeft de weergegeven werkgelegenheid in de beschikbare informatie geen directe relatie met de bestedingen (aanbodbenadering). Daarom is onze eigen methodiek gehanteerd met daarin dezelfde afbakening en indeling als in een eerdere studie voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe (2004) is gehanteerd.

<sup>16</sup> Hierdoor zijn seizoensrecreatieve vakanties niet meegenomen. Dit betreft op de Veluwe een aanzienlijk segment.

<sup>17</sup> De verdeling van de spin-off van de gasten van de natuurcamping en de spin-off op het dagtoerisme is ingeschat op basis van ervaringscijfers.

Geconcludeerd kan worden dat Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum – inclusief verblijfstoeristen die mede vanwege deze twee trekkers van formaat naar de regio komen – een zeer groot aandeel hebben in de regionale toeristische bestedingen. Indien alleen de spin-off wordt meegenomen van verblijfstoeristen die speciaal vanwege Het Nationale Park De Hoge Veluwe en/of het Kröller-Müller Museum naar de regio zijn gekomen, varieert het aandeel van ruim 2% voor heel Gelderland tot meer dan een derde deel (34%) voor de directe omgeving.

## 4. AANTREKKELIJK LABEL VOOR REGIO

### 4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk is eerst ingegaan op de promotionele betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum (4.2.). Vervolgens is aandacht besteed aan de imagobetekenis voor de regio (4.3.). Aspecten als identiteit, positionering, imago en merkkracht spelen een steeds belangrijkere rol in onze samenleving en ook in het toerisme. Het hebben van een sterk merk is essentieel voor het aantrekken van grote aantallen (koopkrachtige) bezoekers en daarmee ook op de economische betekenis in de regio.

### 4.2. Promotionele betekenis

#### Het Nationale Park De Hoge Veluwe

Het Nationale Park De Hoge Veluwe heeft een actief en breed promotiebeleid. De promotie van het Park bestaat onder andere uit:

- Drukwerk: Diverse folders, (bezoekers)gidsen, publicaties en boeken;
- Verkeersborden: Het Park staat gezamenlijk met het Museum vermeld op enkele honderden verkeersborden in de omgeving;
- Website: Een website met online kaartverkoop en een uitgebreid aanbod van bezoekersinformatie, van een activiteitenagenda tot wildwaarnemingen ([www.hogeveluwe.nl](http://www.hogeveluwe.nl)). Tevens is er een speciale site ingericht voor kinderen ([www.kindersitehogeveluwe.nl](http://www.kindersitehogeveluwe.nl));
- Film: Er zijn diverse films over het Park gemaakt, zoals de film 'Natuur, beeld en verbeelding' en de film ter gelegenheid van het 75 jarig bestaan van de Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe. Beide films zijn op dvd uitgebracht. Tevens wordt op alle inkomende vluchten van KLM van buiten Europa een promotiefilm getoond;
- Televisie: In verschillende televisieprogramma's zowel nationaal (Mooi Duurzaam Nederland) als internationaal ('Holland beweegt uns' op de Duitse regio zender NRW) wordt de Veluwe, met Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum, gepromoot. Ook de jaarlijkse bronstperiode zorgt voor veel 'free publicity' op onder meer televisie.

**Figuur 4.1. Illustratie enkele promotionele uitingen**



Naast gerichte promotie genereert het Park ook publiciteit met speciale arrangementen en evenementen die georganiseerd worden, zoals wandelingen onder leiding van een natuurgids, wildobservaties, excursies, en diverse soorten safari's (voorbeelden: sneeuw safari, ijstijden safari en schetssafari). Vooral de jaarlijkse 'Hoge Veluwe Loop' levert extra publiciteit voor het Park op.

Bij de Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe werken in totaal ongeveer 5,75 FTE aan de marketing en promotie van het Park. Het directe budget voor promotie van de stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe bedraagt jaarlijks ongeveer € 220.000. Het gezamenlijke budget met het Kröller-Müller Museum bedraagt € 50.000.

De promotionele betekenis van al deze activiteiten is moeilijk te meten. Een indicatie van het bereik van de promotie van het Park is het bezoek aan de websites en het bereik van 'social media'. De website van Het Nationale Park De Hoge Veluwe wordt gemiddeld door circa 36.500 mensen per maand bezocht (unieke hits). Dat zijn jaarlijks ongeveer 438.000 unieke bezoekers. Daarnaast volgens circa 2.250 mensen het Park via Twitter (stand per februari 2012).

De promotionele impact van het Park is breder dan alleen de impact van de (grote) promotie van Het Nationale Park De Hoge Veluwe zelf. De verschillende onderdelen in het Park, van het restaurant De Koperen Kop tot het Jachthuis Sint Hubertus creëren en genereren ook publiciteit.

De beste promotie voor het Park zijn tevreden klanten, die als 'ambassadeurs' hun omgeving over het Park vertellen. De meest enthousiaste ambassadeurs van het Park zijn verenigd in de 'Vereniging Vrienden van de Hoge Veluwe' (ruim 2.000 leden). Deze vereniging brengt ieder kwartaal het Verenigingsblad 'Het Blad voor Vrienden van De Hoge Veluwe' uit waarin zij haar leden informeert over activiteiten in het Park en interessante wetenswaardigheden. Het doel van dit blad is om de belangstelling voor het Park te verhogen.

#### **Publiciteit rondom 75 jarig bestaan Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe**

In 2010 vierde de Stichting Het Nationale Park De Hoge Veluwe haar 75-jarig bestaan. De media-aandacht was enorm: van nationaal tot regionale omroepen en van landelijke tot lokale kranten besteden aandacht aan dit moment. Het hele jaar door werden er jubileumactiviteiten georganiseerd met de nodige persbelangstelling. Met als kroon op deze viering het bezoek van Koningin Beatrix aan het Park. Dat leverde het Park een hoop free publicity op.

#### **Kröller-Müller Museum**

Ook het Kröller-Müller Museum heeft een uitgebreid promotiebeleid. De promotie van het Museum bestaat onder andere uit:

- Drukwerk: Diverse folders, (bezoekers)gidsen, publicaties en boeken. Ook ontwikkelde het Kröller-Müller Museum diverse lesmethodes rondom het thema kunst die beschikbaar zijn via de webwinkel;
- Verkeersborden: Het Museum staat gezamenlijk met het Park vermeld op enkele honderden verkeersborden in de omgeving;
- Website: Een website met een uitgebreid aanbod aan bezoekersinformatie en een webwinkel met een uitgebreide selectie van artikelen uit de Museumwinkel ([www.kmm.nl](http://www.kmm.nl));
- Film: Naast de dvd's van Het Nationale Park De Hoge Veluwe waarin ook het Museum wordt belicht, wordt het Museum ook genoemd in de promotiefilm van de gemeente Ede;
- Televisie: Er wordt regelmatig aandacht besteed op de nationale televisie aan het Kröller-Müller Museum, zoals in televisieprogramma's als 'Museumgasten' en 'Tijd voor MAX'.

Ook het Museum genereert naast deze gerichte promotie publiciteit met speciale arrangementen en evenementen die georganiseerd worden. Met name de tentoonstellingen en het evenement de 'Zwoele Zomer' dat elk jaar wordt georganiseerd; een afwisselend programma met theater, muziek en andere optredens in een rond het Museum, zorgen voor de nodige publiciteit.

Bij het Museum werken in totaal circa 2,5 FTE aan de marketing en promotie/PR van het Museum. Het jaarlijkse budget voor promotie van het Museum bedraagt ongeveer € 170.000 (directe publiciteitskosten, exclusief website, tentoonstellingen, etc.).

Het Kröller-Müller Museum heeft jaarlijks 500.000 unieke bezoeken op hun website (incl. mobiele website), circa 2.300 volgers op Twitter (februari 2012) en 1.500 facebookvrienden. Daarnaast zijn er 4.200 mensen geabonneerd op de e-mailnieuwsbrief waarmee zij op de hoogte worden gehouden van de activiteiten van het Kröller-Müller Museum.

### **Bekendheid Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller-Müller groot**

Een afgeleide betekenis van de promotie is de bekendheid van het Park en het Museum onder het Nederlands publiek. In 2010 heeft het Kenniscentrum Recreatie een meting uitgevoerd naar de bekendheid van de nationale parken in Nederland<sup>18</sup>. Bijna 70% van de respondenten in dit onderzoek wist van het bestaan van nationale parken in Nederland. Het Nationale Park De Hoge Veluwe was het bekendste park. Ruim een kwart van de respondenten noemde dit Park spontaan bij naam. Het Kröller-Müller Museum heeft eveneens een onderzoek laten uitvoeren naar de bekendheid van het Museum (2012)<sup>19</sup>. Hieruit bleek dat bijna 9 van de 10 mensen van naam bekend is met het Museum en dat een kwart van de Nederlanders het Museum spontaan noemt. Dat laatste percentage is lager dan het Rijksmuseum (58%) en het Van Gogh Museum (48%), maar gelijk aan dat van het Nederlands Openluchtmuseum en het Stedelijk Museum. Over het algemeen kan derhalve gesteld worden dat de bekendheid van het Museum onder Nederlanders groot is. Van de mensen die een indruk van het Museum hebben, is 70% enthousiast en geeft bijna de helft aan wel eens in positieve zin met iemand anders over het Museum te hebben gesproken. Dat is het beste uithangbord voor het Kröller-Müller Museum. Ook onder de inwoners van de gemeente Ede is het Museum zeer bekend<sup>20</sup>. Het geniet de grootste bekendheid van alle Edese musea en andere culturele voorzieningen onder inwoners van Ede (94%).

#### 4.3. Imagobetekenis voor regio

Naast Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum zelf maken ook andere partijen gebruik van (de bekendheid en het imago van) Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum in hun promotie. Voor het achterhalen van het gebruik van dit imago:

- Zijn gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van toeristische organisaties (NBTC, RBT en incoming touroperators);
- Is het gebruik van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum in beleid en promotie van provincie en gemeenten geïnventariseerd;
- Is geanalyseerd in welke mate verblijfsaccommodaties op hun website verwijzen naar het Park en het Museum.

<sup>18</sup> Bron: Nulmeting bekendheid nationale parken, Kenniscentrum Recreatie, 2010.

<sup>19</sup> Bron: Bekend en bemind, maar minder bezocht en besproken. Nulmeting naar de bekendheid van het Kröller-Müller Museum, Blauw, 2012.

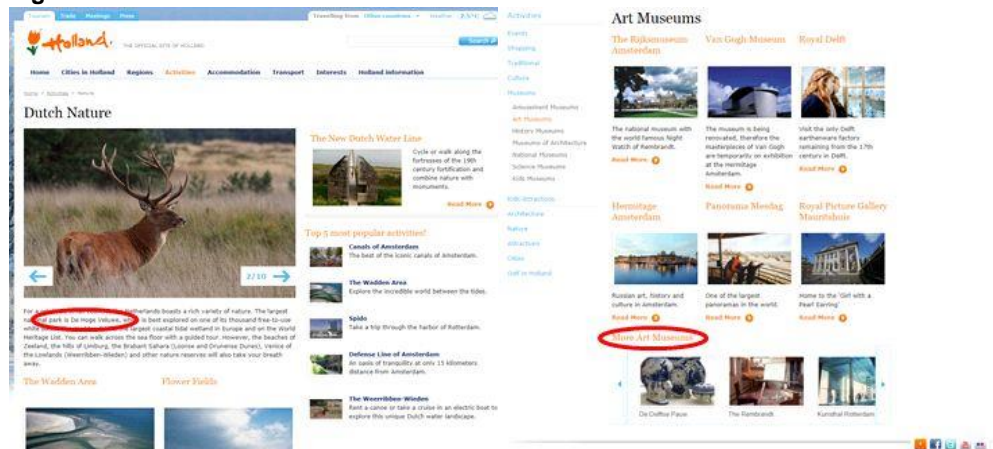
<sup>20</sup> Bron: Rapportage Cultuur en Uitgaan in Ede, gemeente Ede, 2010.



## Internationaal

Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) en incoming touroperators zien Amsterdam als belangrijkste internationale trekker voor Nederland, zeker als het gaat om intercontinentale gasten en bezoekers uit Zuid-Europa. De regio Veluwe, met daarin Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum, dragen bij aan de culturele en naturele diversiteit van Nederland en zijn voor bepaalde groepen aantrekkelijk (als onderdeel van hun bezoek). In gesprek met het NBTC en incoming touroperators wordt bevestigd dat het Park en het Museum de bekendheid en internationale aantrekkingskracht van de Veluwe vergroten. Dat geldt met name voor het Kröller-Müller Museum. Evenwel wordt ook Het Nationale Park De Hoge Veluwe heel prominent genoemd op de website van het NBTC ([www.holland.com](http://www.holland.com)), waaruit blijkt dat het Park voor bepaalde segmenten ook heel belangrijk is. Daarnaast worden beide partijen ook (indien relevant) meegenomen in persberichten.

Figuur 4.2. Illustratie website NBTC



De gesproken incoming touroperators geven aan dat verschillende internationale doelgroepen graag een bezoek aan het Park en het Museum brengen tijdens hun verblijf in Nederland. Dat zijn met name toeristen uit Europa, Amerika en Azië. In hun internationale promotie-uitingen worden Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum dan ook genoemd door het merendeel van de touroperators (zie een illustratie op de volgende pagina). Uit de gesprekken met het NBTC en de touroperators blijkt logischerwijs wel dat het Park en het Museum onvoldoende toonaangevend zijn om (op grote schaal) zelfstandig internationale toeristen naar Nederland te trekken. Zij trekken met name gasten uit het nabije buitenland en internationale gasten die reeds in Nederland verblijven naar de Veluwe.

Voor het Kröller-Müller Museum geldt dat met name Japanse toeristen interesse hebben in een bezoek aan het Museum. 'Van Gogh' is een belangrijke icoon in Japan en de bekendheid van 'Van Gogh' is de laatste jaren sterk toegenomen doordat het Van Gogh Museum in Amsterdam veel van zijn werken heeft uitgeleend aan tentoonstellingen in Japan. Ook het Kröller-Müller Museum heeft werken uitgeleend aan tentoonstellingen in Japan (ook aan tentoonstellingen in Taiwan en Italië). Het icoon 'Van Gogh' is een belangrijke bezoekenredenen voor de Japanse toerist: het is 'het beeld van Nederland'. Bij een verblijf in Nederland bezoeken zij graag zoveel mogelijk musea met een Van Gogh collectie.

**Figuur 4.3** Excursie De Hoge Veluwe



The screenshot shows the ITBholland logo and the text 'travel by design'. Below it, the title 'Virtuoso - FD Outside Amsterdam - Kroller Muller, Loo Palace' is displayed. A short description follows: 'We drive through the green heart of Holland to Holland's largest National Park De Hoge Veluwe. A visit will be paid to the Kroller Muller museum, which offers an collection of fine art, mainly from the 19th and 20th centuries.' There are tabs for 'Description', 'Specifications', 'Photos', and 'Map'. The 'Description' tab is active, showing a longer version of the text: 'We drive through the green heart of Holland to Holland's largest National Park De Hoge Veluwe. A visit will be paid to the Kroller Muller museum, which offers an collection of fine art, mainly from the 19th and 20th centuries. World famous are the extensive range of work by Van Gogh. The museum is surrounded by an open air exhibition of modern sculptures, showing some exceptional pieces.'

### Provincie/regio

De provincie ziet recreatie en toerisme als een belangrijke economische drager voor Gelderland. Het dalende marktaandeel van de provincie is dan ook een zorg. In de komende jaren wil de provincie Gelderland stevig inzetten op het verbeteren en promoten van de vrijetijdssector. Het doel is een bovengemiddelde groei van het aantal binnenlandse vakanties en van vakanties van buitenlanders in Gelderland als impuls voor de Gelderse economie.

In Gelderland is de vrijetijdssector de afgelopen jaren steeds belangrijker geworden. [...] Tegelijkertijd is er reden tot zorg. Het landelijk aandeel van Gelderland vertoont namelijk een dalende trend. Zo zien we in de periode 2005-2010 het aandeel van het totaal aantal vakanties in Gelderland afnemen. Die trend moeten we stoppen. Daarom moet de sector de kwaliteit verbeteren en moeten we de Gelderse regio's beter marketen en promoten. [...] Om onze concurrentiepositie te behouden en verder te versterken blijven wij ons krachtig inzetten voor de vrijetijdseconomie. We willen – uiteraard met respect voor de omgeving, natuur en milieu, het (historisch) landschap en de cultuurhistorische waarden – meer bezoekers in Gelderland. We doelen daarbij op verblijfs- en dagtoeristen. Zo willen we onder andere in 2020 (weer) koploper zijn als toeristisch-recreatieve fiets- en wandelprovincie van Nederland.  
*Economische Visie Provincie Gelderland 2012-2016*

De Veluwe speelt in deze ambitie als belangrijkste toeristische regio en met haar grote aanbod aan dagattracties, waaronder Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum, een zeer grote rol.

#### Veluwe

De Veluwe is nog steeds de belangrijkste toeristische regio van Gelderland. De Veluwe staat op de derde plaats in Nederland. De Veluwe heeft de grootste dichtheid aan dagattracties met het Dolfinarium, Julianatoren, Apenheul, Kröller-Müller Museum en de vele andere attracties. De Veluwe is vooral bekend om haar grootse natuur en de aanwezigheid van alle grote hoefdieren. Op de Veluwe werken ondernemers van internationale naam en faam.  
*Actieplan Vrijetijdseconomie 2012-2015, Provincie Gelderland*

Voor de jaren 2013, 2014 en 2015 heeft de provincie Gelderland maximaal € 750.000 per jaar beschikbaar voor de campagne 'Gelderland levert je mooie streken' in Nederland en Vlaanderen. Voorwaarde is cofinanciering vanuit het bedrijfsleven. Hierin zijn Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum ook heel belangrijke partners. "Deze 'key players' nemen hun verantwoordelijkheid op dit gebied (bundeling van krachten) en werken sowieso steeds meer samen", aldus Wilco de Jong, marketingmanager RGV.

Ook het Veluws Bureau voor Toerisme ziet de Veluwe als ijzersterk toeristisch merk dat men in de komende jaren samen met marktpartijen, waaronder Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum, verder wil promoten en versterken. Zoals Wilco de Jong, marketingmanager RGV aangeeft: "In de beeldvorming van de Veluwe zijn Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum mede bepalend. Zij zijn van onschatbare waarde voor de positionering van het gebied. Met elkaar (lees het totale toeristische aanbod) vorm je als het goed is samen een sterke ketting. Hierin zijn Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum wel van het niveau 'Champions League'. Als Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum er niet zouden zijn, zou dat een aderlating voor het gebied zijn".

### **Gemeenten**

De omliggende gemeenten maken op verschillende manieren gebruik van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum:

- De gemeente Ede maakt gebruik van de uitstraling en allure van het Park voor bijeenkomsten en ontvangsten. De gemeente is echter van mening dat men meer kan en meer wil in samenwerking met Het Nationale Park De Hoge Veluwe om de aantrekkelijkheid en de promotie van de gemeente en van het Park te vergroten. Ook de spin-off voor de binnenstad is nog relatief beperkt. Binnenstadsmanager Ede, Alan Geenen: "De vestiging van deze voorzieningen, waar jaarlijks vele toeristen komen, worden nu nog onvoldoende benut door de ondernemers in de binnenstad. Voor alle partijen is meer te halen, als men op creatieve wijze wisselwerking kan laten ontstaan";
- De gemeente Ede heeft een supporterschap voor 3 jaar afgesloten met het Kröller-Müller Museum waarin beide partijen hebben afgesproken actief naar elkaar te verwijzen in marketing en promotie. Daarvoor is tevens een budget beschikbaar gesteld en worden acties en activiteiten actief ondersteund;
- De gemeente Arnhem ziet haar ligging tussen het stedelijk gebied en de Veluwe als kansrijk voor het versterken van de toeristisch-recreatieve sector. De stadspromotie van Arnhem richt zich op 'creatief en groen'. De heer Haenen van de gemeente Arnhem vertelt: "Arnhem afficheert zich met groen en cultuur en is de poort naar de Veluwe". Dat blijkt onder andere uit het kunstwerk HERT dat eind 2012 verplaatst is van het busstation in Arnhem naar de groene heuvel bij businesspark IJsseloord 2 langs de A12. Het hert, bekend als icoon voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe, is op die plek een aankondiging van de Veluwe<sup>21</sup>;
- De afdeling citymarketing van de gemeente Apeldoorn maakte een film 'Het Beste van Apeldoorn' waarin 10 iconen van Apeldoorn worden getoond. Onder het icoon 'Veluwe en IJssel' worden beelden getoond van het Kröller-Müller Museum. Het Nationale Park Hoge Veluwe is minder nadrukkelijk zichtbaar. Deze film wordt in het stadhuis en bij andere activiteiten getoond. Tevens is er een stadsgids 'Het Beste van Apeldoorn' gemaakt waarin deze 10 iconen eveneens aan bod komen aangevuld met wandel- en fietsroutes.

### **Verblijfstoeristische sector regio**

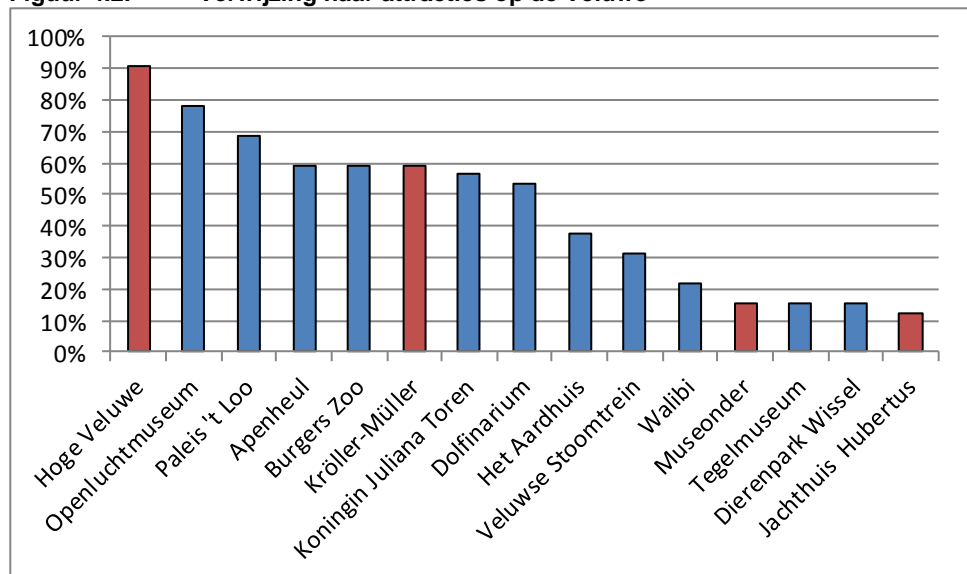
Ook verblijfstoeristische bedrijven in de regio maken gebruik van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum. Verschillende marktpartijen bieden arrangementen in samenwerking met Het Nationale Park De Hoge Veluwe en/of het Kröller-Müller Museum aan en veel bedrijven gebruiken het in hun promotie. Enkele voorbeelden:

<sup>21</sup> Bron: [http://www.arnhem.nl/Actualiteiten/Persberichten/Archief\\_Persberichten\\_2012/Maart\\_2012/%E2%80%98Rijnhart%E2%80%99\\_van\\_busstation\\_getakeld\\_14\\_maart\\_2012](http://www.arnhem.nl/Actualiteiten/Persberichten/Archief_Persberichten_2012/Maart_2012/%E2%80%98Rijnhart%E2%80%99_van_busstation_getakeld_14_maart_2012)

- Camping De Wije Werelt: “Camping De Wije Werelt is een eigentijdse luxe gezinscamping, uniek gelegen op de Veluwe en in de bossen van Otterlo naast Het Nationale Park De Hoge Veluwe”;
- Boutique Hotel Sterrenberg: “Boutique Hotel Sterrenberg ligt bijzonder mooi naast Het Nationale Park De Hoge Veluwe met het wereldberoemde Kröller Müller Museum”;
- Groepsaccommodatie de Heidewachter: “Onze burens hebben veel te bieden in het Nationale Park. Cultuur en natuur komen er dicht bij elkaar, Collecties van Van Gogh en de beeldentuin buiten zijn ver buiten de landsgrenzen van Nederland bekend”.

Het relatieve belang van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum voor verblijfsaccommodaties is bepaald door een inventarisatie van websites van bijna 50 accommodaties op de Veluwe. Hierbij is het aantal verwijzingen van toeristische verblijfsaccommodatieverschaffers (hotels, bungalows, campings) naar attracties in de omgeving geanalyseerd. Als een onderneming op zijn website naar attracties verwijst (68% doet dit), is dit in ongeveer 90% van gevallen naar Het Nationale Park De Hoge Veluwe en in 60% naar het Kröller-Müller Museum (zie figuur 4.2.). Overigens zijn ook andere voorzieningen in het Park zoals het Museonder en Jachthuis Sint Hubertus apart in de inventarisatie meegenomen, waardoor het percentage van het gehele Park nog hoger ligt.

**Figuur 4.2. Verwijzing naar attracties op de Veluwe**



Bron: Inventarisatie ZKA

In vergelijking met de eerdere studie uit 2004 is het percentage ondernemers dat naar Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum verwijst toegenomen. In 2004 verwees ongeveer driekwart van de ondernemers naar Het Nationale Park De Hoge Veluwe en circa 45% naar het Kröller-Müller Museum. De huidige percentages laten een toename van circa 15 procentpunt voor zowel het Park als het Museum zien.

Verschillende marktpartijen zijn van mening dat de Veluwe als regio nog onvoldoende loskomt van haar 'stoffige' imago en zien hierin ook een rol weggelegd voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum. Bas Hoogland, commercieel directeur van Landal Greenparks: "Door eigentijdse promotie, evenementen en activiteiten kunnen het Park en het Museum bijdragen aan het opfrissen van dit imago en daardoor nog veel meer betekenen voor de regio. Denk bijvoorbeeld aan een tv-serie over het werk op het Park of een soort Prinsengrachtconcert of Oerol op de hei".

Ivo Gelsing (RECRON) en Rob Paerl (Bungalowpark Hoenderloo) zien ook een belangrijke taak weggelegd voor de (Hoge) Veluwe op gebied van gezamenlijke productontwikkeling en promotie. (Het Nationale Park) De Hoge Veluwe is als drager van het merk de Veluwe hierin zeer belangrijk om de regio nog sterker weg te zetten".

### Iconen voor de Veluwe

Het Nationale Park De Hoge Veluwe is één van de weinige plaatsen in Nederland waar het mogelijk is groot wild te zien. Edelherten, reeën, wilde zwijnen en moeflons leven hier nog echt in het wild. De aanwezigheid van groot wild in Het Nationale Park De Hoge Veluwe geeft de hele Veluwe een uitstraling van een gebied met "echte" natuur. Zoals Wilco de Jong, marketingmanager RGV aangeeft: "Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum zijn twee bijzondere organisaties die van onschatbare waarde zijn voor de positionering van de Veluwe. Het Nationale Park De Hoge Veluwe is hierin heel belangrijk als grootste aaneengesloten natuurgebied van de Benelux". Dit speelt een belangrijke rol bij de grote aantrekkingskracht van het toeristengebied op (Nederlandse) toeristen.

Het Kröller-Müller Museum heeft één van de grootste collecties Van Gogh schilderijen in de wereld. Deze collectie heeft een internationale uitstraling van formaat. Jaarlijks komen vele buitenlandse toeristen naar de Veluwe om het Kröller-Müller Museum te bezoeken. Uit onderzoek blijkt dat een kwart van de bezoekers van het Kröller-Müller Museum uit het buitenland komt. Dit terwijl dit voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe (12%) en andere attracties op de Veluwe beduidend lager is. Van alle verblijfsgasten op de Veluwe komt 10% uit het buitenland. Hieruit blijkt duidelijk de internationale icoonfunctie van het Kröller-Müller Museum.

Met de aanwezigheid van groot wild en Van Gogh schilderijen geeft Het Nationale Park De Hoge Veluwe het merk de Veluwe dus twee iconen van grote (inter)nationale waarde.

**Figuur 4.3. Iconen voor de Veluwe: Groot wild en Van Gogh**



## 5. VESTIGINGSPLAATSFACTOR VAN FORMAAT

### 5.1. Inleiding

Naast een imago/promotionele betekenis en een economische betekenis hebben Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum ook nog andere vormen van betekenis voor de regio. In dit hoofdstuk is ingegaan op deze andere vormen van betekenis die van de aanwezigheid van het Park zijn afgeleid (de "afgeleide betekenis"). Hierbij is eerst gekeken naar de invloed van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum op de waarde van onroerend goed (5.2.). Vervolgens komt de betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum als vestigingsplaatsfactor (5.3.) aan de orde. Tot slot is ingegaan op overige vormen van afgeleide betekenis (5.4.).

### 5.2. Waarde onroerend goed

#### **Invloed groen op huizenprijzen**

Er zijn verschillende nationale en internationale onderzoeken uitgevoerd naar de invloed van de aanwezigheid van groen op de waarde van een woning. Ramingen van het effect lopen uiteen, maar alle onderzoeken tonen aan dat groen een waardeverhogend effect heeft op de omliggende woningen. Het effect op de prijs varieert per type groen en per afstand tot het groen. Uit woonwensenonderzoek blijkt eveneens dat groen een kenmerk is waar woonconsumenten veel waardering voor hebben. Hoe groot het effect is blijkt lastig te kwantificeren. In 2006 heeft het Ruimtelijk Planbureau de studie 'De prijs van de plek' uitgevoerd waarin men alle woningtransacties uit de periode 1998-2003 heeft onderzocht om onder andere dit effect te kwantificeren. Hieruit blijkt dat de aanwezigheid van verblijfsrecreatief groen of een bosrijke omgeving binnen 50 meter een waardevermeerderend effect heeft op grondgebonden woningen, in zowel een stedelijke als landelijke omgeving. Voor appartementen geldt dat verblijfsrecreatief groen in een landelijke omgeving een waardevermeerderend effect heeft.

**Tabel 5.1 De invloed van groen op de woonomgeving en de woningprijs (in € per m<sup>2</sup>)**

Woonomgevingskenmerk	Grondgebonden woningen		Appartementen	
	Stedelijk	Landelijk	Stedelijk	Landelijk
Aanwezigheid bos binnen 50 m	119,36	131,61	-9,13*	40,84*
Aanwezigheid parken en plantsoenen binnen 50 m	24,84	-20,19	-35,90	27,05*
Aanwezigheid verbruiksrecreatief groen binnen 50 m	187,96	51,40	-33,26*	182,02

\* = niet significant bij 95% betrouwbaarheid

Bron: De prijs van de plek, RPB, 2006

De omgeving van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum is een landelijke omgeving met veelal grondgebonden woningen. De meerprijs per vierkante meter woning bedraagt circa € 51 als er binnen vijftig meter van het huis recreatief groen ligt of € 131 per vierkante meter als er binnen vijftig meter van het huis een bosrijke omgeving ligt. Naarmate de afstand tot dit groen toeneemt, zal de meerprijs van het groen afnemen.

#### **Waarde-effect is resultaat van vraag en aanbod**

Hoe groot het waarde-effect is, varieert niet alleen in type groen, maar is ook afhankelijk van de omvang van de vraag en het aanbod. Bij een groter aanbod aan woningen in het groen, zal het waarde-effect afnemen. Hetzelfde geldt voor een afnemende vraag naar dit type woningen.

#### **Waarde-effect is resultaat van vraag en aanbod**

Het waarde-effect van uitzicht op 'groen' en 'blauw' wordt veroorzaakt doordat deze woningen extra 'diensten' leveren. De omvang van het effect is het resultaat van vraag- en aanbod. Bij vergoten van het aanbod zal/kan de omvang van het effect afnemen, maar het zal waarschijnlijk niet verdwijnen. Bovendien kan bij een afnemend effect de vraag weer toenemen, als er een nieuwe categorie kopers bijkomt, voor wie zo'n woning nu nog onbereikbaar is.

*Bron: De invloed van groen en water op de transactiepreizen van woningen, Alterra, 2004*

#### **Groen: een luxe goed**

De effecten van een groene omgeving op de waarde van onroerend goed verschilt per woning en per (ver)koper. Met name bij woningen in het duurdere segment blijkt een groene omgeving extra effect te hebben.

#### **Meerwaarde van groen**

Aan de hand van woningprijzen kan geconcludeerd worden dat groen (landschap/natuur) een financiële waarde heeft: huizenkopers zijn bereid aanzienlijk extra te betalen voor een woning die in de buurt ligt van groen. Deze "groenopslag" blijkt toe te nemen met de prijs van de woning, hieruit blijkt dat "groen" een luxe goed is.

*Bron: Natuurlijk vermogen, SEO Amsterdam*

#### **Invloed cultuur op waarde onroerend goed**

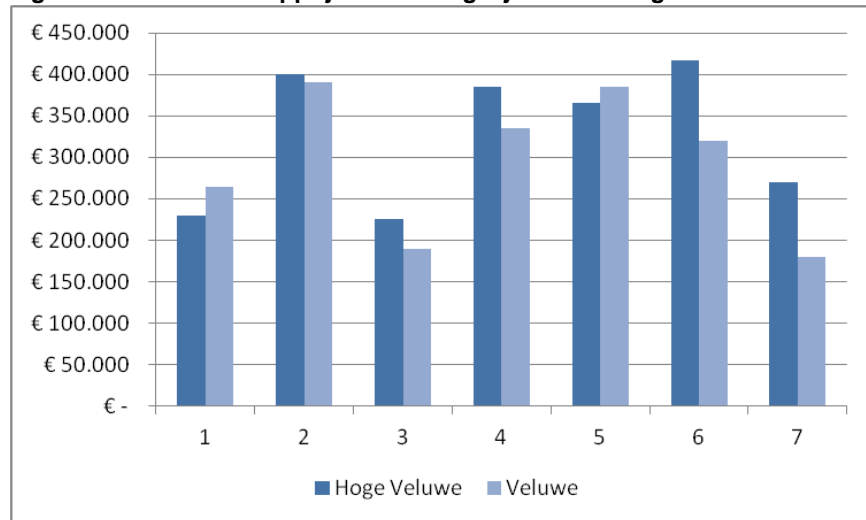
In het onderzoek 'De schat van de stad' (Atlas voor gemeenten, 2011) is onderzocht in hoeverre de nabijheid van een museum significant samenhangt met de huizenprijzen in de omgeving. Hieruit blijkt dat de nabijheid van een museum voor beeldende kunst, met een horecavoorziening, de waarde van woningen in de omgeving significant verhoogd. Een horecavoorziening is hierbij cruciaal, zonder deze voorziening vervalt het effect. Het Kröller-Müller Museum heeft naast het café-restaurant de Koperen Kop op Het Nationale Park De Hoge Veluwe ook de beschikking over het zelfbedieningsrestaurant Monsieur Jacques, waardoor een waarde-effect op de huizenprijzen aannemelijk is. Hoe hoog deze stijging zal zijn is echter moeilijk te bepalen en afhankelijk van meerdere factoren.

#### **Invloed Nationale Park De Hoge Veluwe en Kröller-Müller op woningwaarde**

Om een inschatting te kunnen maken van het effect van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum op de woningwaarde is een analyse verricht van woningwaardes van recent verkochte woningen in de directe nabijheid van het Park en het Museum (Otterlo, Hoenderloo en Schaarsbergen) versus vergelijkbare woningen (ligging, woonoppervlakte, bouwjaar, kavel, etc.) elders op de Veluwe. Hieruit blijkt dat woningen in de directe omgeving gemiddeld een iets hogere verkoopprijs kennen (7%). De bandbreedte van de verschillen loopt echter wel sterk uiteen (zie figuur 5.2. op de volgende pagina).

Tijdens een vergelijkbare studie in 2004 lagen de vraagprijzen op de Hoge Veluwe circa 10% hoger. De woningmarkt in 2004 verschilt echter sterk van de huidige situatie. Toen was er sprake van een aanbodmarkt, terwijl nu sprake is van een vraagmarkt. De keuze voor de koper is enorm, waardoor factoren als onderhoudsstaat van de woning een grotere invloed hebben op de verkoopprijs van een woning. Deze factor is niet meegenomen in onderstaande inventarisatie. Daarnaast is de woningverkoop de laatste jaren ver teruggelopen, waardoor het relatief lastig was om vergelijkbare cases te vinden.

**Figuur 5.2. Verkooprijzen van vergelijkbare woningen**



Bron: Inventarisatie ZKA o.b.v. koopsom Kadaster

De makelaars in de regio geven aan dat zij op dit moment geen extra invloed van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum zien op de prijzen van onroerend goed, mede omdat zij niet vrij toegankelijk (omheind) zijn. Ze herkennen het beeld dat de huizen in Otterlo duurder zijn wel, maar danken dit aan het aanbod op de markt. De doorstroming in Otterlo is beperkt – volgens de makelaars met name door het stokken van nieuwbouwplannen, ons inziens mogelijk ook doordat het relatief vaker om woningen in het hogere segment gaat die momenteel minder courant zijn – hetgeen druk op de woningprijs zet. In bijvoorbeeld Ede is er op de woningmarkt relatief veel aanbod en dat is zichtbaar in (lagere) woningprijzen.

**Figuur 5.3 Illustratie woningen in directe omgeving**



Over het algemeen kan geconcludeerd worden dat groen en ook cultuur nog steeds een waardevermeerderend effect op de woningprijzen heeft. Dit effect is echter minder sterk dan in het verleden en wordt door de makelaars niet herkend. Op basis van de bestudeerde literatuur verwachten wij een herstel van dit effect bij een herstel van de woningmarkt.



### 5.3. Vestigingsplaatsfactor

#### **NPDHV en KMM maken regio aantrekkelijk om te wonen en te werken**

Een gevarieerd vrijetijdsaanbod bevordert de aantrekkelijkheid van een omgeving om er te wonen en te werken. Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum zijn voorzieningen van niveau, dragen bij aan de diversiteit van het aanbod en zorgen daarmee ook aan de ruimtelijke kwaliteit en leefbaarheid van de regio.

#### **Vrijetijdsector maakt provincie, regio en stad aantrekkelijk om te wonen en te werken**

De sector is uit economisch én uit sociaal opzicht van belang: een gevarieerd vrijetijdsaanbod maakt een provincie, regio of stad aantrekkelijk om te wonen en te werken. Bovendien zorgt de vrijetijdsector voor draagvlak voor natuur en cultuur(historisch) behoud. Omgekeerd hebben investeringen in bijvoorbeeld cultuur (historie), sport, natuur of landschap een positieve invloed op de vrijetijdseconomie. De vrijetijdsector is coproducent van ruimtelijke kwaliteit en draagt bij aan de leefbaarheid. Voorzieningen als winkels, horeca en sportvoorzieningen kunnen in kleine kernen blijven bestaan of vestigen zich daar juist vanwege het toerisme. De vrijetijdsector zorgt daarmee ook voor veel lokale werkgelegenheid.

*Economische Visie Provincie Gelderland 2012-2016*

Een kwalitatief hoogwaardige groene omgeving is steeds meer een cruciale factor bij het aantrekken en vasthouden van bedrijvigheid. Zeker voor een diensteneconomie als die van Nederland. De aanwezigheid van een Nationaal Park garandeert een kwalitatief hoogwaardige groene omgeving. Investeringen in hoogwaardig groen versterken dus het woon- en werkklimaat en daarmee het vestigingsklimaat.

Het belang van natuur, landschap en cultuurhistorie bij de realisatie van een excellent vestigingsklimaat neemt toe en heeft zo ook een directe economische betekenis. Omgevingskwaliteit blijkt de grootste groeier als het gaat om de aspecten die bedrijven zelf van belang vinden voor de bedrijfsomgeving.

*Bron: Natuur voor mensen mensen voor natuur, Ministerie van LNV*

Ook cultuur heeft een positief effect op het vestigingsklimaat, zoals onder andere blijkt uit het onderzoek 'Atlas voor gemeenten 2011'. Niet alleen voor ondernemers, maar ook voor inwoners. Het Kröller-Müller Museum draagt, als culturele voorziening, bij aan een gunstig vestigingsklimaat net name in het aantrekken van kenniswerkers.

Cultuur speelt ook een sleutelrol in de (regionale) kenniseconomie. Waar industriële, kapitaalintensieve bedrijven zich bij voorkeur vestigen bij een mijn, rivier of haven zijn postindustriële, kennisintensieve bedrijven meer geïnteresseerd in de beschikbaarheid van voldoende gekwalificeerd personeel. Cultuur blijkt voor hoogopgeleiden een belangrijke factor te zijn bij de keuze voor een woonplaats en heeft daardoor een indirecte rol bij de totstandkoming van broedplaatsen voor het delen van kennis en vaardigheden.

*Cultuur in Beeld, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2011*

Ook het bedrijfslevens ziet het belang van toerisme en recreatie voor de omgeving en het vestigingsklimaat, zoals blijkt uit de 'werkgeversagenda' die is opgesteld door het bedrijfsleven in de regio FoodValley (met name industrie-kringen, VNO-NCW en KvK).

Het bedrijfsleven streeft naar een regionale uitstraling die maakt dat toeristen de regio herkennen en erkennen als interessant gebied met natuur, winkelmogelijkheden en unieke cultuurhistorische aspecten. Hiermee wordt een bijdrage geleverd aan het leef- en vestigingsklimaat in de kennis-regio FoodValley.

*Werkgeversagenda regio FoodValley*

In de Strategische Agenda 2011-2015 van de Regio FoodValley presenteren de acht regiogemeenten Barneveld, Ede, Nijkerk, Renswoude, Rhenen, Scherpenzeel, Veenendaal en Wageningen hun ambities voor de toekomst langs twee pijlers: leefomgeving en vestigingsklimaat. Recreatie wordt hierin genoemd als een van de factoren die het vestigingsklimaat bepalen.

#### **Vestigingsklimaat**

Werken en onderwijs, mobiliteit, wonen en recreëren zijn de onderdelen van het vestigingsklimaat.

[...] We willen dat mensen die werken in de FoodValley regio er ook komen wonen of andersom.

En dat diezelfde mensen hun vrije tijd doorbrengen in het gebied.

*Strategische Agenda 2011-2015 Regio FoodValley*

De regio FoodValley zet zich ook in om de kwaliteit van de leefomgeving te versterken. "Versterken van de natuur en cultuur. Benutten van de kwaliteit van Veluwe en Heuvelrug". Dat sluit aan bij de kernkwaliteiten die Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum als geen ander bieden: natuur en cultuur van formaat.

#### 5.4. Overige afgeleide betekenis

De overige afgeleide betekenis van Het Nationale Park De Hoge Veluwe voor de Veluwe en Gelderland strekt zich uit over een grote diversiteit aan onderwerpen:

- Draagvlak voorzieningen en leefbaarheid: de bestedingen en aanwezigheid van dagrecreanten en verblijfstoeristen die (mede) vanwege de Hoge Veluwe in het gebied zijn, vergroten het draagvlak voor voorzieningen (detailhandel, horeca, culturele en maatschappelijke voorzieningen). Zonder deze toeristische bestedingen zou het relatief ruime voorzieningenpakket in de omgeving ongetwijfeld een stuk geringer zijn;
- Inkomsten gemeente door OZB, gemeentefonds en toeristenbelasting:
  - De aanwezigheid van Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum lijkt tot hogere prijzen van huizen te leiden in de omgeving. Een gevolg hiervan is dat huiseigenaren meer onroerende zaakbelasting (OZB) moeten betalen. De precieze positieve effecten op de gemeentelijke opbrengsten uit de OZB behoeft extra onderzoek;
  - Jaarlijks ontvangt de gemeente Ede uit het gemeentefonds bijna € 98 miljoen (prijsniveau 2012). Een van de uitkeringsfactoren is oppervlakte land van de gemeente (hectare). Daarvoor ontvangt de gemeente circa € 1,6 miljoen uit het gemeentefonds. Hiervan is circa € 240.000 gerelateerd aan het oppervlakte van Het Nationale Park De Hoge Veluwe. Voor de gemeente Arnhem is dat circa € 21.000<sup>22</sup>.

<sup>22</sup> De berekening is als volgt: de gemeente Ede ontvangt 31.824 hectare x € 32,83 per hectare x uitkeringsfactor 1,512 = € 1.580.000. Hiervan heeft ruim 15% betrekking op de Hoge Veluwe (4.860 hectare = 90% van het totale oppervlakte van 5.400 hectare van Het Nationale Park De Hoge Veluwe). 15% x € 1.580.000 = ongeveer € 240.000. Voor de gemeente Arnhem is dat circa € 21.000 (8% x 5.400 hectare x € 32,83 per hectare x uitkeringsfactor 1,512).

Echter eigen inkomsten (inkomsten OZB woningen en niet-woningen) worden in mindering gebracht bij de totale uitkering van het gemeentefonds. Gezien het waardeverhogende effect van het Park en het Museum op de huizenprijzen in de omgeving en daardoor toename van OZB inkomsten voor de gemeente, zal een deel van deze, aan het Park gerelateerde, inkomsten uit het gemeentefonds teniet worden gedaan;

- Een deel van de overnachtingen in de gemeenten waarin het Park ligt, zijn direct te danken het Park en het Museum. Het betreft ongeveer 84.000 overnachtingen, waarmee een opbrengst aan toeristenbelasting van ongeveer € 120.000,- gemoeid is<sup>23</sup>;
- Natuurwaarde: Het Nationale Park De Hoge Veluwe heeft een duidelijke betekenis voor de fauna en flora en draagt in bijzondere mate bij aan behoud van natuur en landschap. Het is het grootste aaneengesloten natuurgebied en heeft hoogwaardige natuur:
  - Fauna: Het Park beschikt over tientallen rode lijst diersoorten zoals de tapuit en de nachtzwaluw, heikikker, ringslang, kommavlinde, bosparelmoervlinde, de boomarter en bijvoorbeeld de das;
  - Flora: De flora op De Hoge Veluwe is zeer bijzonder in zijn soort. Door de grote variatie in landschappen is er een groot aantal plantensoorten in verschillende biotopen te vinden. In ieder biotoop zijn interessante planten te vinden. Ook daarvan staan een groot deel op de Rode Lijst, zoals klokjesgentiaan, kleine schorseneer, beenbreek, heidezegge, zonedauw, klein warkruid en eenjarig wollegras;
- Cultuurwaarde: Het Kröller-Müller Museum heeft met haar omvangrijke en bijzondere collectie moderne kunst een duidelijke betekenis voor de beeldende kunst in Nederland;
- Productie- en regulatiefunctie: De aanwezige natuur produceert onder andere hout en zuurstof. Tevens reguleert het het klimaat, de kwaliteit van lucht, bodem en het grondwater. Ook speelt het Park een rol bij de opslag en zuivering van bijvoorbeeld water;
- Onderwijs en wetenschap: Het Nationale Park De Hoge Veluwe en het Kröller-Müller Museum bieden vanwege hun kwalitatief hoogwaardige aanbod van natuur en cultuur mogelijkheden voor onderwijs en wetenschap. Dit varieert van educatie van kinderen (kinderwebsite, Museonder en lesmethodes) tot onderzoek op universitair niveau;
- Artistieke en creatieve inspiratie: De aanwezigheid van het Park en de mix van natuur en cultuur is een mogelijke bron van artistieke en creatieve inspiratie;
- Welzijn/welbevinden: Het is aannemelijk dat de aanwezigheid van het Park en het Museum met hun aanbod aan natuur en cultuur een positief effect heeft op het welzijn/welbevinden van inwoners in de regio (geen onderdeel van deze studie). Dit vergt nader onderzoek;
- Sociaal-maatschappelijke werkgelegenheid: Bij Het Nationale Park De Hoge Veluwe zijn vrijwilligers actief vanuit de sociale werkvoorziening. Dat heeft zowel een sociaal-maatschappelijke als een sociaaleconomische betekenis.

---

<sup>23</sup> Hierbij is uitgegaan van het aandeel verblijfstoeristen dat volgens de accommodaties speciaal voor Het Nationale Park De Hoge Veluwe bij hen overnacht. Dit percentage is voor alle drie de gemeenten gelijk verondersteld (circa 32,5%). De tarieven voor de toeristenbelasting zijn ontleend aan COELO (Arnhem € 0,54, Apeldoorn € 1,68 en Ede € 1,35 per overnachting).

## **BIJLAGE 1. OVERZICHT INTERVIEWS**

Voor deze studie zijn onder andere telefonische gesprekken met tientallen aanbieders van verblijfsrecreatieve accommodaties (zoals campings, hotels, bungalowparken en groepsaccommodaties) verricht.

Daarnaast zijn telefonische gesprekken gevoerd met:

- Makelaars
  - Drieklomp Makelaars en Rentmeesters
  - Rozeboom Makelaardij
- Gemeenten:
  - Ede: Dhr. Leistra, Mevr. Laméris en Mevr. Heins
  - Arnhem: Dhr. Haenen
- Touroperators:
  - ITB
  - Kuoni
  - HDM
- Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen, Dhr. Van Tiggelen
- Regionaal Bureau voor Toerisme Regio Arnhem Nijmegen, Dhr. De Mol
- KVK Centraal Gelderland, Mevr. Nouwt
- RGV, Dhr. De Jong (voormalig directeur VBT)
- De Afdeling Onderzoek (voorheen GOBT), Mevr. Wagenaar
- Landal Greenparks, Dhr. Hoogland
- EHP Hotels, Dhr. Ligthart
- Golden Tulip Hotels Wipfelberg en Victoria, Dhr. Renting en Dhr. Beumer

Tevens heeft er een gecombineerd persoonlijk interview plaatsgevonden met:

- RECRON, Dhr. Gelsing
- Bungalowpark Hoenderloo, Dhr. Paerl

## BIJLAGE 2 REGIOAANDUIDING VELUWE

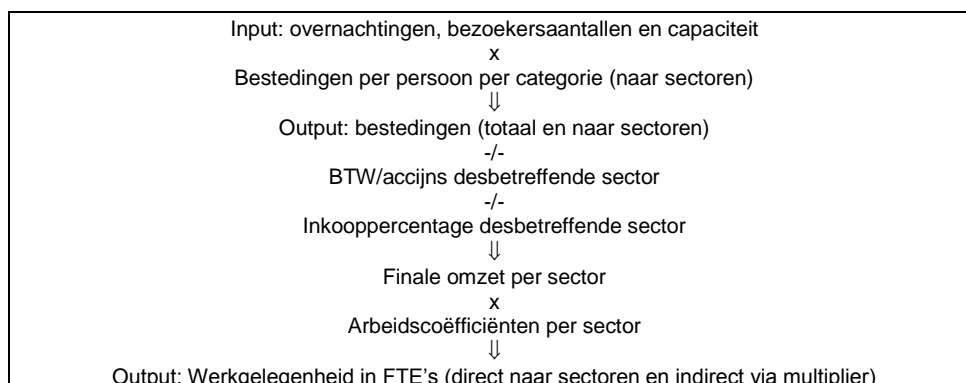
Onder de regioaanduiding Veluwe wordt het toeristengebied Veluwe en Veluwerand verstaan zoals dat door het CBS is ingedeeld. De gemeenten die onder dit gebied vallen, zijn in onderstaande tabel weergegeven.

**Tabel 2. Gemeenten in toeristengebied Veluwe en Veluwerand**

Apeldoorn	Hattem	Rheden
Arnhem	Heerde	Rozendaal
Barneveld	Nunspeet	Scherpenzeel
Brummen	Nijkerk	Voorst
Ede	Oldebroek	Wageningen
Epe	Putten	
Ermelo	Renkum	

### BIJLAGE 3    METHODIEK ZKA IMPACTMODEL

In deze bijlage is nader ingegaan op de werking van het ZKA Impactmodel. De gehanteerde methodiek in het model is onderstaand schematisch weergegeven. De globale opzet van het model ziet er als volgt uit:



Onderstaand zijn kort de diverse componenten van dit schema toegelicht.

#### Input

In het model wordt onderscheid gemaakt tussen verblijfstoerisme en dagtoerisme. Voor beide vormen is nog nader onderscheid gemaakt tussen verschillende categorieën. Voor de verblijfstoeristische categorieën bestaat de invoer uit overnachtingen (en voor de vaste standplaatsen uit de capaciteit). Voor de dagtoeristische categorieën bestaat de input uit bezoekersaantallen.

#### Output

De resultaten van de berekening geven de bestedingen en werkgelegenheid (direct en indirect) weer zowel in totaal als naar sectoren (logies<sup>24</sup>, horeca, detailhandel, entree en vervoer) als naar categorieën. In het model wordt geen rekening gehouden met een 'weglek-effect'. Hiervoor ontbreekt specifieke data. Het model geeft geen inzicht in kwalitatieve aspecten zoals de additionele economische betekenis van toerisme en recreatie, de kwaliteit van de werkgelegenheid, etc.

#### Berekeningen

Om de economische betekenis te berekenen, worden de overnachtingen en bezoekersaantallen eerst omgerekend naar bestedingen. Deze omrekening vindt plaats via de gemiddelde bestedingen per persoon per dag per recreatievorm (bijv. hotelovernachting, evenementenbezoek, etc). De totale bestedingen zijn in het model verdeeld over de sectoren waarin de bestedingen terecht komen.

De werkgelegenheid (per sector) kan worden berekend nadat de bestedingen per sector bekend zijn. Hiertoe dienen de totale bestedingen (per sector) te worden gecorrigeerd voor een tweetal effecten:

- BTW-tarief. De bestedingen zijn inclusief BTW. Aangezien de BTW geen directe invloed heeft op de werkgelegenheid in de sector, dient hiervoor een correctie plaats te vinden;

<sup>24</sup> Overnachtingskosten verblijfstoeristische accommodatie.

- Inkoopcomponent. Het aandeel 'inkoop' van de sector levert immers geen werkgelegenheid in de desbetreffende sector maar genereert voornamelijk werkgelegenheid bij de producent van levensmiddelen en non-food (brandstof, etc). De omzet en werkgelegenheid behorende bij de inkoop staat in de uitkomsten weergegeven onder de 'sector' overig.

Na deze correcties resulteert de finale afzet uit de toeristisch-recreatieve bestedingen. De directe werkgelegenheid per sector wordt berekend door de finale afzet te vermenigvuldigen met de bijbehorende arbeidscoëfficiënt (weergegeven in termen van aantal mensjaren (FTE) werk per € 1 miljoen finale afzet). Na het vaststellen van de directe werkgelegenheid, kan de indirecte werkgelegenheid worden bepaald. Deze is m.n. het gevolg van toeleveranties (productiemiddelen, bouwnijverheid, dienstverleners (banken, verzekeringsmaatschappijen, wasserij, etc)) die nodig zijn om de afzet in de diverse sectoren te kunnen realiseren. De indirecte werkgelegenheid wordt met behulp van een multiplier bepaald. Deze multiplier bedraagt 1,37. M.a.w. 1 FTE directe werkgelegenheid genereert 0,37 FTE indirecte werkgelegenheid.