

Besuchermanagementplan 2015 - 2020

„innovativ und besucherfreundlich“

Grundzüge von Aufgaben, Zielen und Rahmenbedingungen

Beschlossen am 19. März 2015



STICHTING HET NATIONALE PARK
DE HOGE VELUWE

1. Vorbemerkung

Der Besuchermanagementplan 2015-2020 enthält die Grundzüge des Besuchermanagements im Nationalpark De Hoge Veluwe. Das Besuchermanagement wird von den Rahmenkonzepten des Parks bestimmt. Ausgangspunkt für das Konzept des Parks ist ein tragfähiger Ausgleich zwischen ökologischen und ökonomischen Belangen. Insbesondere der Einfluss der (zahlreichen) Besucher auf Natur und Landschaft erfordert eine durchdachte räumliche Zonierung.

Das Besuchermanagement gliedert sich in folgende vier Bestandteile:

- Besucherfreundlichkeit und Bildungsanspruch
- Zonierung und Parkerlebnis
- Erreichbarkeit und Zugänglichkeit
- Freizeit- und Erholungseinrichtungen

Das Ziel des Besuchermanagements (zufriedene Besucher, die gerne wiederkommen) lässt sich nur innerhalb bestimmter Rahmenbedingungen realisieren.

2. Zweck und Zielgruppe

Die Stiftung Nationalpark De Hoge Veluwe wurde 1935 gegründet, um den Nachlass des Ehepaars Kröller-Müller zu pflegen und zu erhalten.

Zweck der Stiftung ist es, die einzigartige Kombination aus Natur & Landschaft, Kunst & Architektur, Geschichte & Kulturerbe zu erhalten und zu stärken sowie möglichst vielen Besuchern zugänglich zu machen.

Das Ziel des Besuchermanagements besteht darin, Besucher gastfreundlich zu empfangen und ihnen im Einklang mit dem Schutz der natürlichen Werte des Parks ein hochwertiges Hoge-Veluwe-Erlebnis zu bieten. Seit seiner Gründung begeistert der Park seine Besucher mit einer Kombination aus Natur, Kunst und Architektur, Ruhe und Weitläufigkeit.

Da der Park von einer privaten Stiftung getragen wird, die keine staatlichen Zuschüsse erhält, werden Eintrittsgebühren erhoben. Der Park ist wirtschaftlich auf die Eintrittsgelder der Besucher angewiesen. Für die kommenden Jahre wird ein struktureller Zuwachs auf 600 000 zahlende Besucher pro Jahr angestrebt.

Der Park bemüht sich kontinuierlich um eine Erhöhung des Erlebniswertes, um seine Wettbewerbsposition zu erhalten und zu stärken. Die einzigartige Kombination des Parks ist ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Sehenswürdigkeiten und Nationalparks in den Niederlanden.

Der Park ist ausgerichtet auf Liebhaber dieser Kombination, die unbesorgt Kunst und Natur genießen, sich erholen und Eindrücke mitnehmen wollen. Der Fokus liegt auf der Zielgruppe ab 45 Jahren mit Kindern, Enkelkindern, Freunden oder Verwandten, aus den Niederlanden und Nordrhein-Westfalen, sowie auf Familien mit Kindern.

3. Besucherfreundlichkeit und Bildungsanspruch

Der Park will dafür sorgen, dass Besucher sich willkommen fühlen. In den kommenden Jahren konzentriert sich der Park auf die Schulung von Mitarbeitern und Ehrenamtlern im Bereich Gästebetreuung und Sicherheit. Der Park strebt nach hoher Qualität und hervorragender Besucherfreundlichkeit.

Bildung spielt eine wichtige Rolle. De Hoge Veluwe will möglichst viele Grundschulklassen im Park begrüßen. Die Betreuung und Begleitung von Schulklassen (insbesondere weiterführender Schulen) erfordert besonderes Augenmerk, damit andere Besucher sich nicht belästigt fühlen und sorgsam mit den Einrichtungen und Materialien umgegangen wird. Bei der Information der Besucher auf anregende, interaktive, sinnliche und kreative Art spielt das Museonder eine zentrale Rolle.

Das Informationsangebot im Park und die Interaktion mit den Besuchern werden weiter optimiert, u. a. durch den Einsatz neuer (digitaler) Techniken. Der Park bemüht sich um ein gutes Gleichgewicht zwischen Digitalisierung und persönlichem Kontakt. Ehrenamtliche Mitarbeiter versorgen die Besucher an den Eingängen zum Park mit Informationen. Die Besucherinformationen werden in drei Sprachen (Niederländisch, Englisch, Deutsch) angeboten.

Um sich zu unterscheiden, sich als guter Gastgeber zu zeigen und mehr besuchsbezogene Einnahmen zu generieren, entwickelt der Park ständig neue (Hoge-Veluwe-)Produkte und Aktivitäten. Der Park arbeitet auch in den kommenden Jahren an einem Angebot, das zu seiner Ausstrahlung passt. So soll der Ertrag der verkauften Produkte und angebotenen Aktivitäten gesteigert werden. Das angestrebte Qualitätsniveau gilt auch für die gastronomischen Angebote im Park. Der Park betreibt die Gastronomie in eigener Regie und will das Gastronomiekonzept in einem separaten Plan zuspitzen.

Ein wichtiger Aspekt der Besucherfreundlichkeit ist die reale und gefühlte Sicherheit der Besucher. Der Park garantiert auch in den kommenden Jahren eine sorgfältige Pflege und Instandhaltung von Freizeit- und Erholungseinrichtungen, Natur und Landschaft sowie entsprechende Aufsicht.

In der nächsten Zeit wird der Park die Zufriedenheit der Besucher und deren Bewertung von Besucherfreundlichkeit, Qualität und Sicherheit kontinuierlich untersuchen.

4. Zonierung und Parkerlebnis

Der Park will die Besucher mit seiner einzigartigen Dreifachkombination binden. Um Besucher anzuziehen, müssen deren Wünsche und Beweggründe verknüpft werden mit den „Unique Selling Points“ des Parks:

- Kombination aus Natur und Kultur
- drei Museen: Jagdhaus St. Hubertus, Museonder und Kröller-Müller-Museum
- Vielfalt an (regionaltypischen) Landschaften

- (kostenlose) Verfügbarkeit von Leihfahrrädern
- Barrierefreiheit, auch für Menschen mit Behinderung
- Möglichkeit zur Wildsichtung

Die Ikonen des Parks sind: Landschaften, Mufflon, Birkhuhn, Jagdschloss und die weißen Leihfahrräder.

Die Einrichtung des Parks ist einerseits auf ein hochwertiges Hoge-Veluwe-Erlebnis für die Besucher und andererseits auf den Schutz gefährdeter Arten und empfindlicher Natur ausgerichtet.

Der Nationalpark De Hoge Veluwe unterscheidet sich von anderen Nationalparks in Europa durch das amerikanische Modell. Die wichtigsten Einrichtungen (Kröller-Müller-Museum, Museonder und das geplante Landhaus) liegen nicht am Rand, sondern im Herzen des Parks. Es werden drei Zonen unterschieden (siehe Anhang 1):

- stark frequentiert: der Besucherschwerpunkt, die Zone mit dem stärksten Besucheraufkommen, liegt im Zentrumsgebiet
- mäßig frequentiert: auf der Nord- und Südseite liegen weniger stark frequentierte Zonen zwischen den Eingängen und der Parkmitte sowie in der Umgebung des Jagdhauses St. Hubertus
- ruhig: die ruhige Zone, in der die Besucher die Idylle und die Natur am stärksten erleben, liegt in der Mitte des Parks

Der Besucherschwerpunkt wird durch eine Neugestaltung des Zentrumsgebietes verstärkt. Das Zentrum soll in noch stärkerem Maße als Begegnungsort und Startpunkt für Aktivitäten im Park fungieren. Die Neugestaltung bedeutet eine qualitative Verbesserung der Freizeit- und Erholungseinrichtungen in diesem Bereich. Die Aufstellung von Informationstafeln bleibt beschränkt auf den Besucherschwerpunkt (Zentrumsgebiet, Jagdhaus St. Hubertus) und die Wander- und Radrouten. Um die Wildsichtung bei natürlichem Verhalten zu fördern und die Störung des Wildes zu vermeiden, wird die Infrastruktur überarbeitet. Das Begehen des Parks außerhalb von Wegen und Pfaden ist – auch mit GPS-Geräten – künftig nur in Begleitung eines parkeigenen Naturführers erlaubt.

Um die Zonierung noch deutlicher zu unterstreichen und das Hoge-Veluwe-Erlebnis möglichst wenig zu beeinträchtigen, wurde die ruhige, natürlichste Zone (das einstige Wildgehege) weitgehend von unnatürlichen Elementen befreit. In dieser Zone wird der Park keine Routenmarkierungen oder Informationstafeln mehr verwenden.

5. Erreichbarkeit und Zugänglichkeit

Die Besucher sollen den Park gut finden und erreichen können. Der Park bemüht sich um den Erhalt der Ausschilderung auf Autobahnen und Landstraßen sowie aus den Stadtzentren von Arnheim, Ede und Apeldoorn. Ferner ist auch die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ein wichtiger Schwerpunkt der verwaltungstechnischen und politischen

Lobbyarbeit. Die Buslinie durch den Park muss erhalten bleiben, damit der Park mit dem ÖPNV von Ede, Arnheim und Apeldoorn aus weiterhin erreichbar ist. Der Park lässt den Besuchern die Wahl des Verkehrsmittels, sowohl bei der Anreise als auch im Park selbst. Das Befahren des Parks mit dem Auto ist zwar möglich, dennoch wird die Nutzung umweltfreundlicher Alternativen stimuliert. Der Park stellt kostenlos 1800 Leihfahrräder zur Verfügung. Die Anzahl dieser weißen Leihfahrräder basiert auf der Kapazität der Radwege, dem Wartungsaufwand und der Nutzungsintensität. Darüber hinaus sind für alle Zielgruppen spezielle (Miet-)Fahrräder vorhanden, darunter auch Fahrräder für Menschen mit Behinderung. Die Erweiterung dieses Fahrradbestandes richtet sich u. a. nach der Nachfrage und künftigen Innovationen im Fahrradbereich.

Die angestrebte strukturelle Steigerung der jährlichen Besucherzahlen erfordert eine bessere Verteilung der Besucher über das Jahr (Förderung der Nebensaison) und über die einzelnen Eingänge.

Die Eingänge sind die „Schleusen zum Park“. Hier beginnt das Hoge-Veluwe-Erlebnis. Dem Durchstrom und der Informationsbereitstellung an den Eingängen (insbesondere bei größeren Gruppen und Besuchern mit E-Tickets) gilt in der kommenden Zeit verstärktes Augenmerk. Der Park will die Einlasskontrolle zur Sammlung wichtiger Managementinformationen über die Anzahl und Herkunft der Besucher nutzen.

Der Park strebt nach bestmöglicher Zugänglichkeit und einem optimalen Hoge-Veluwe-Erlebnis für alle Besucher und bietet spezielle Einrichtungen für Menschen mit (Geh-)Behinderung. Das Erlebnis einer perfekten Idylle bildet die Grundlage für die Struktur der Straßen und Wege. Straßen und Radwege führen zur Parkmitte hin, wo die Besuchereinrichtungen konzentriert sind und die Besucher alle Informationen erhalten. Von hier aus können die Besucher den Park weiter erkunden. Durch die weitestgehende physische Trennung der Besucherströme (Autofahrer, Radler, Wanderer, Reiter) ist für jeden Besucher ein optimales Parkerlebnis gewährleistet. Bei Besuchereinrichtungen (Zentrumsgebiet, Jagdhaus St. Hubertus) und an den Ein- und Ausgängen des Parks treffen die Verkehrsströme wieder aufeinander. Mit der Umsetzung des Gesamtplans 2010-2020 wird der Park diesem Konzept in den kommenden Jahren Gestalt verleihen.

6. Freizeit- und Erholungseinrichtungen

Zusammen mit dem angesehenen Kröller-Müller-Museum zieht der Park jedes Jahr viele Besucher an. Es liegt im Interesse des Parks, dass die Besucher mit einem guten Gefühl auf ihren Besuch zurückblicken. Dies trägt in hohem Maße zur Bekanntheit des Parks bei und regt zu wiederholten Besuchen an. Der Park strebt deshalb nach einer gleichbleibend hohen Qualität seiner Freizeit- und Erholungseinrichtungen im Einklang mit den (sich wandelnden) Bedürfnissen der Besucher. Um dieses Qualitätsniveau zu erhalten, hat der Park in den kommenden Jahren zusätzliche Investitionen in die Qualität der Freizeit- und Erholungseinrichtungen geplant:

- Abriss und Neubau des Landhauses mit Restaurant, Empfangsbereichen, Informationstheke, Souvenirshop und Sanitäranlagen
- Umbau des Museonder und Neugestaltung der Ausstellung

Mit der Neugestaltung des Zentrumsgebietes will der Park ein neues, prägendes Herz mit modernen, multifunktionalen und nachhaltigen Einrichtungen schaffen. Das geplante Landhaus soll zum neuen Begegnungsort und Ausgangspunkt für Aktivitäten im Park werden. Zudem will sich der Park damit auch den geschäftlichen Markt erschließen. Das Landhaus bietet Möglichkeiten für verschiedene Aktivitäten, von geschäftlichen Zusammenkünften über Familienfeiern bis hin zu Bildungsveranstaltungen. Der Park wird die Gastronomie in eigener Regie betreiben. Das Museonder erhält eine neue, interaktive Ausstellung von internationalem Niveau, die zum Nachdenken und Nachmachen anregt. Sie soll eine Brücke von der Wissenschaft zur praktischen Landschaftspflege schlagen und das Bewusstsein für die Bedeutung des Bodens für das Leben wecken.

Architektur hat einen wichtigen Stellenwert im Park. Ausgangspunkte für Neubauten sind architektonische Spitzenqualität, Ästhetik und der Zusammenhang zwischen den Gebäuden. Der Park nutzt vorzugsweise nachhaltige (Bau-)Materialien. Möglichkeiten zur Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs werden weitestgehend ausgeschöpft.

Der Park strebt einen höheren Auslastungsgrad der Führungen im Jagdhaus an. Dazu soll die Restaurierung des Jagdhauses beitragen. Mit der Aufwertung des Campingplatzes erhofft sich der Park eine Zunahme der Übernachtungszahlen.

7. Rahmenbedingungen

Seit seiner Gründung im Jahr 1935 empfängt der Park zahlende Besucher, wobei der Besuch auf die Tragfähigkeit des Parks abgestimmt wird.

Zur Umsetzung der oben beschriebenen Ziele muss die Parkorganisation entsprechend zugeschnitten sein. Eine ständige Abstimmung zwischen der Abteilung Marketing & Kommunikation (Werbung von Besuchern) und der Managementabteilung (Landschaftsarbeiten und Instandhaltung der Einrichtungen) ist notwendig, um die Besucherzahlen beizubehalten und im Rahmen der Tragfähigkeit des Parks zu erhöhen.

Eine konstruktive Zusammenarbeit mit dem Kröller-Müller-Museum ist dabei selbstverständlich. In den Bereichen Marketing & Kommunikation, Service und Besucherorientierung liegen noch Chancen.

Es ist (auf Ausführungsebene) intensive Abstimmung notwendig mit u. a. Touristikpartnern und Bildungseinrichtungen (Studien und Monitoring, Sicherheitsfragen, Veranstaltungsorganisation). Die neue Ausstellung im Museonder entsteht in enger Zusammenarbeit mit Kompetenzzentren und Universitäten.

Zur Realisierung der ehrgeizigen Qualitätsverbesserungspläne für die Freizeit- und Erholungseinrichtungen ist eine gute Kommunikation mit der Umgebung hilfreich. Dabei muss auch die Gesetzgebung in Sachen Landschafts- und Naturschutz berücksichtigt werden. Die Umsetzung hängt mit von der Erteilung der erforderlichen Genehmigungen und dem finanziellen Spielraum ab.

Um ein deutliches Bild von unseren Besuchern und ihren Bedürfnissen zu erhalten und die Ergebnisse der betriebenen Maßnahmen messen zu können, wird der Park in der

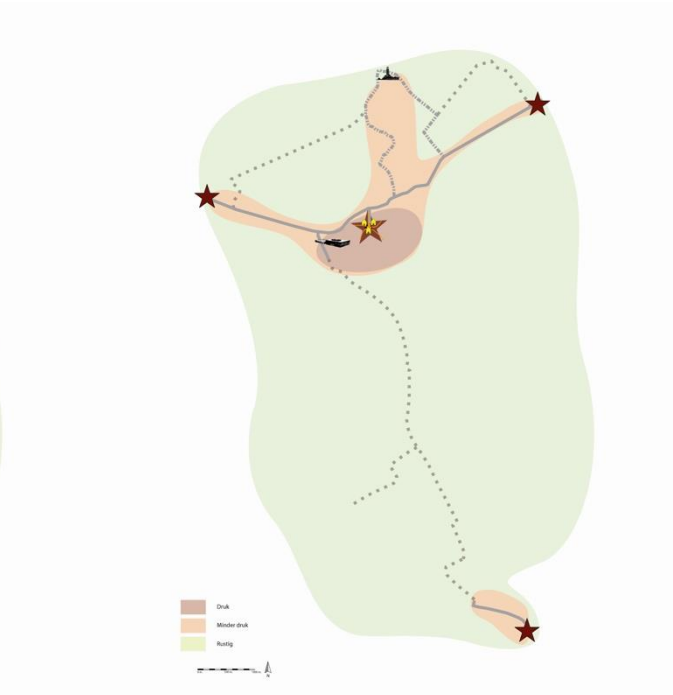
kommenden Zeit kontinuierliche Monitoringstudien durchführen. Der Park wird zudem die Zufriedenheit der Besucher mit den gebotenen Aktivitäten messen. Alle drei Jahre wird eine breit angelegte Besucherumfrage durchgeführt. Das Besuchermonitoring wird in dieser Periode neue Managementinformationen generieren, die zur Entwicklung und Realisierung der Ziele des Besuchermanagementplans beitragen können.

Anhang 1 Zonierung

Heutige Situation



Künftige Situation



Stark frequentiert

Mäßig frequentiert

Ruhig

Anhang 2 Kritische Leistungsindikatoren

1. Strukturelle Steigerung der Besucherzahlen auf 600 000 Besucher im Jahr 2020
2. Verdopplung der Anzahl an Grundschulklassen im Park bis 2020 im Vergleich zu 2014
3. Bereitstellung der Besucherinformationen standardmäßig in drei Sprachen
4. Buslinie durch den Park zur ÖPNV-Verbindung mit Ede, Arnheim und Apeldoorn bleibt bis 2020 bestehen
5. Auslastungsgrad der Führungen im Jagdhaus steigt von 60 % im Jahr 2014 auf 75 % im Jahr 2020
6. Übernachtungszahlen auf dem Campingplatz steigen um 30 % bis 2020 im Vergleich zu 2014
7. Umsatz pro Besucher beim Verkauf von Produkten und Aktivitäten steigt um 10 %
8. Verbesserung der Qualität von Freizeit- und Erholungseinrichtungen bis 2020 durch folgende Projekte:
 - a. Neubau des Landhauses mit Restaurant, Empfangsbereichen, Informationstheke, Souvenirshop und Sanitäranlagen
 - b. Umbau des Museonder und Neugestaltung der Ausstellung
9. kontinuierliches Monitoring der Zufriedenheit der Besucher mit den Aktivitäten
10. breit angelegte externe Besucherumfrage alle drei Jahre