



**Vlaanderen**  
is toerisme

# Te gast in het landschap

Een inspiratiegids voor  
duurzame natuurbeleving



TOERISMEVLAANDEREN







# VOORWOORD

Vlaanderen ontwikkelen als een aantrekkelijke buitenbestemming, waar de beleving van natuur en landschap centraal staat, dat is onze ambitie. We beschikken immers over heel wat bijzondere plekken, nu al geliefd bij de Vlaming, in de buurlanden en zelfs nog verder weg.

In Vlaanderen heeft de mens grote impact gehad op de vorming van de verschillende landschappen. Denk maar aan de mijnbouw in Limburg, WO I in de Westhoek, de landbouw in het Pajottenland of Haspengouw, het Sigmaphan in de Scheldevallei ... Het landschap vertelt dus het verhaal van ons verleden en heden, maar het betekent ook dat open ruimte en ongerepte natuur hier schaars zijn. En net dat buigen we om tot een sterkte, want het maakt van het Vlaamse buitengebied een doombestemming voor 'micro-avonturiers' – je stapt hier zo van het ene avontuur in het andere. Micro-avonturiers willen de natuur en het landschap kunnen beleven: ze willen ontdekken, zich verwonderen, ruiken, voelen, horen ... En om micro-avonturiers aan te trekken, heb je micro-avonturen nodig. Daarom ondersteunen we lokale overheden, non-profitorganisaties, parkbureaus, toeristische ondernemers ... bij de ontwikkeling van micro-avonturen of andere initiatieven die de 'beleefbaarheid' van natuur en landschap versterken. Zo maken we samen onze bestemming weer een stukje aantrekkelijker.

In lijn met onze visie 'Reizen naar Morgen' gaan we hierbij steeds uit van de meerwaarde van toerisme. We zien toerisme als middel, niet als doel op zich, en bewaken het evenwicht tussen bezoekers, bewoners, ondernemers en de plek. We willen absoluut vermijden dat de plek onder de druk van toerisme lijdt. Meer nog, we willen vanuit toerisme natuur en landschap versterken. Dat doen we vanuit het idee van 'nature positive tourism'. Hoe dat concreet vorm kan krijgen bij de ontwikkeling van natuur- en landschapsbelevingen, bij het beheer van een gebied of bij de vermarktning van je bestemming of product, illustreren we in deze inspiratiegids via 10 praktijkvoorbeelden uit binnen- en buitenland. Zo leren we hoe we te gast kunnen zijn in het landschap om vervolgens weer spoorloos te vertrekken én kunnen natuur en landschap ook het verhaal van onze toekomst vertellen.

We ontwikkelden deze gids voor iedereen die werkt op het snijvlak van natuur, landschap en toerisme en die een plek 'beleefbaar' wil maken. Of dat nu in een Vlaams Park of een ander gebied is, of je ondernemer bent of plekhouders, overheid of niet ... we zijn ervan overtuigd dat je er meerwaarde in zal vinden. Want elke plek in Vlaanderen maakt deel uit van onze florerende bestemming.

**Peter De Wilde**  
CEO ad interim Toerisme Vlaanderen





## INLEIDING

De vraag naar natuurbeleving neemt alleen maar toe. Met het thema 'Vlaanderen Natuurlijk' wil Toerisme Vlaanderen daarom sterker inzetten op innovatieve en betekenisvolle bezoekersbelevingen in de Vlaamse natuur. Het gaat bijvoorbeeld om logeren in de natuur, thematische wandelroutes, beleving van erfgoedlandschappen, kunst in de open ruimte, fietstochten, initiatieven rond streekproducten, waterbeleving... De zogeheten 'micro-avonturen' spelen een belangrijke rol: kleine momenten die de natuurliefhebbers uitdagen en verwondering oproepen – momenten die bijblijven.

Wel is het belangrijk erover te waken dat toeristische beleving niet ten koste gaat van natuur en landschap. Toerisme en recreatie mogen het beschermen van de natuur- en landschapskwaliteit niet in het gedrang brengen. In het ideale geval bieden ze zelfs kansen om natuur en landschap te versterken.

In deze inspiratiegids illustreren we aan de hand van voorbeeldprojecten uit binnen- en buitenland hoe een duurzame bezoekersbeleving in het landschap concreet vorm kan krijgen. Welke aandachtspunten zijn er? Welke strategieën kunnen we toepassen om natuur en landschap op de eerste plaats te zetten, maar tegelijk de bezoeker een hoogwaardige beleving te bieden?

Aan de hand van de voorbeeldprojecten kijken we ook naar de toekomst: wat zijn de belangrijkste kansen en uitdagingen voor duurzame natuurbeleving in Vlaanderen? Welke stappen kunnen landschapszorgers en toeristische overheden zetten? Hoe kunnen we toerisme en natuurbeleving hand in hand laten gaan met bescherming en herstel van natuur en landschap?





# BELEVING VAN NATUUR EN LANDSCHAP

## EEN GROEIENDE VRAAG NAAR NATUURBELEVING

Vlaanderen heeft een grote diversiteit aan natuurlijke en halfnatuurlijke landschappen. Veel van die gebieden zijn waardevol voor de biodiversiteit in België en in Europa, maar tegelijk zijn ze ook belangrijk als belevings- en ontspanningsruimte. Steeds meer toeristen kiezen immers voor een trage, bewuste vakantie midden in de natuur. Ze willen even genieten van de rust, herbronnen en ontsnappen aan de drukte van alledag. Meer dan vroeger zijn ze op zoek naar unieke en inspirerende activiteiten en authentieke ervaringen [1].

Toerisme en recreatie in het buitengebied winnen dan ook aan belang. Dat is bijvoorbeeld merkbaar aan de toenemende vraag naar kleinschalige logies en outdooractiviteiten in de natuur [20]. Alle beleidsniveaus leveren grote inspanningen om interessante plekken in te zetten voor toerisme en recreatie. Ook staan er belangrijke plannen op stapel om de Nationale Parken en de Landschapsparken in Vlaanderen verder uit te rollen. Een goede zaak, want landschapsbeleving kan een belangrijk positief effect hebben op de mentale en fysieke gezondheid van mensen en bijdragen tot meer waardering voor natuur.

## BELANGRIJKE UITDAGINGEN

### **De natuur staat onder druk**

De vraag naar natuurrecreatie groeit, maar tegelijkertijd neemt de ruimte voor natuur af en staat de natuur wereldwijd onder druk door vernietiging en versnippering van habitats, vervuiling, overexploitatie... Volgens het Living Planet Report [2] kromp de voorbije vijftig jaar de populatie van vissen, vogels, zoogdieren, amfibieën en reptielen wereldwijd met ongeveer 70%. 'Het uitsterven van planten en dieren gaat zo snel dat het voortbestaan

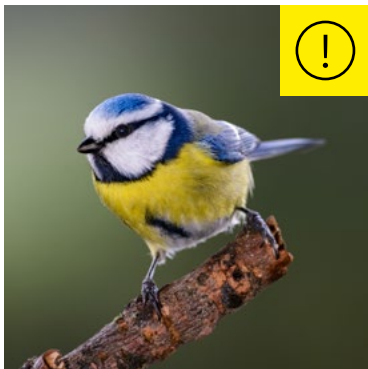


van de natuur zoals we die vandaag kennen, maar ook van onze samenleving bedreigd wordt'. Ook in Vlaanderen staat de biodiversiteit sterk onder druk. Uit beschikbare data van 2727 soorten in Vlaanderen blijkt dat 7% in de loop van de voorbije eeuw regionaal is uitgestorven. Van de overige soorten is 28% ernstig bedreigd, bedreigd of kwetsbaar. Verschillende habitats en soorten gaan er de laatste jaren wel op vooruit dankzij instandhoudings- en herstelmaatregelen, maar voor een groot deel blijft de toestand precair. We moeten dus heel dringend ingrijpen [3].

De dalende biodiversiteit in België is over het algemeen te wijten aan menselijke activiteiten als landbouw, bosbouw, visserij, watervoorziening, transport, stadsontwikkeling, toerisme, energievoorziening... [4] De oplossing ligt dan ook in een integrale aanpak, waarin alle betrokken beleidsdomeinen een rol spelen. Ook de toeristische sector kan een belangrijke bijdrage leveren.

## Impact van toerisme op de omgeving

Ook al komen toeristen met de beste intenties, ze zullen altijd een impact hebben op de ecosystemen van natuurlijke landschappen, bijvoorbeeld door verstoring van fauna en flora of de verplaatsingen die ze doen [5].



In 2019 bezochten ruim 625.000 bezoekers de *Hoge Veluwe*. Door het **toenemend aantal recreanten** worden er op sommige plaatsen aanzienlijk minder vogels geteld. De impact verschilt van soort tot soort. Op korte termijn kan verstoring door toerisme de verspreiding, de nestkeuze en de energiebalans van een soort beïnvloeden, maar op langere termijn kan ze ook de reproductie en uiteindelijk de populatiegrootte aantasten [6].

De zee rond de eilandengroep bij het *Indonesische West-Papoea* heeft de hoogste mariene biodiversiteit ter wereld. De vele soorten vis, koralen en andere zeedieren en -planten trekken steeds meer toeristen aan. **Massatoerisme is echter een bedreiging voor koraalriffen in de tropische zeeën.** Afval en rioolwater van hotels en cruiseschepen belandt vaak rechtstreeks in zee.

Tijdens de covid 19-pandemie viel het toerisme in West-Papoea stil en was er een duidelijke stijging te zien in het visbestand (zoals manta's en haaien). Maar zonder de inkomsten uit toerisme bleven voor de plaatselijke bevolking niet veel andere opties meer over dan grootschalige visserij of mijnbouw – allebei schadelijk voor het milieu. Op populaire duikplekken draagt toerisme immers bij aan het levensonderhoud van lokale gemeenschappen, waardoor die extra gemotiveerd zijn om de biodiversiteit te bewaren. Mariene parken financieren hun onderhoud met de inkomsten voor toegang en duikvergunningen. Via onderzoek, waterzuivering, sensibilisering en regelgeving proberen ze de negatieve effecten in te dijken (o.a. Wageningen Universiteit draagt bij aan dat onderzoek [7])

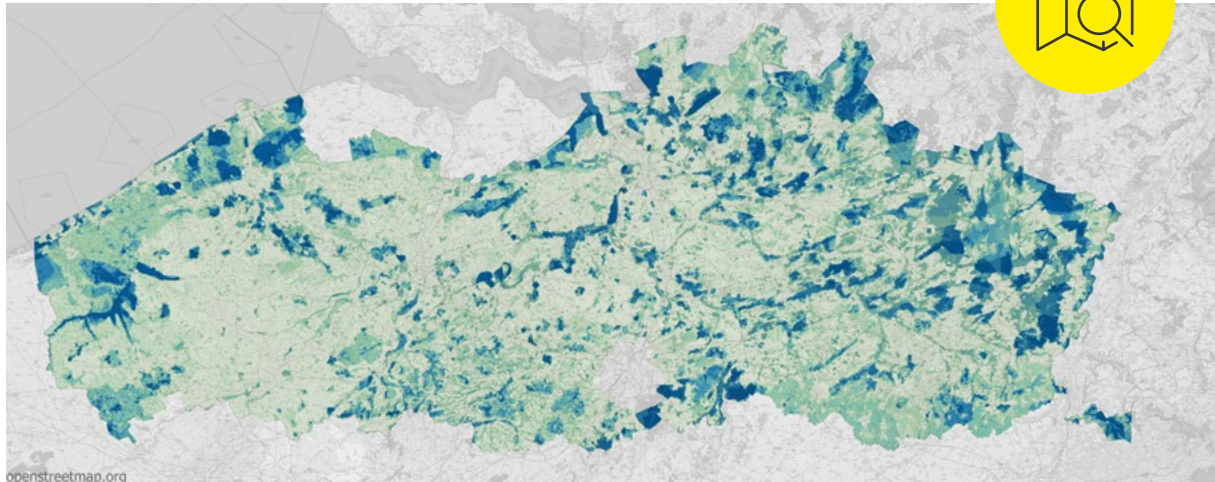




## Draagkracht van de plek

De impact die toerisme en recreatie hebben op de omgeving, hangt enerzijds af van de **draagkracht van de omgeving** en anderzijds van de **toeristische druk** [17]. Een hoge toeristische druk betekent overigens niet automatisch dat er sprake is van overlast of schade. Die ontstaat alleen als de druk de draagkracht van de omgeving overschrijdt [8].

### LANDSCHAPPELIJKE BELEVINGSKAART



WAARDE:



De **ecologische draagkracht** is lager in gebieden waar bijvoorbeeld kwetsbare soorten en habitats aanwezig zijn, en populatiegroottes bedreigd worden. Overtoerisme kan dan sneller een negatieve impact hebben. Ook cultuurhistorische trekpleisters kunnen de draagkracht van een plek beïnvloeden, omdat ze bijkomende toeristen aantrekken.

De donkere gebieden op bovenstaande kaart van Vlaanderen combineren verschillende datalagen die meer vertellen over de biologische, landschappelijke en erfgoedwaarde van de open ruimte in Vlaanderen. De kaart geeft een indicatie van de landschappelijke belevingswaarde van de open ruimte voor de natuur- en landschapsliefhebber. Tegelijk zijn deze gebieden vaak kwetsbaarder en gevoeliger voor verstoring.

#### *De toeristische druk in een gebied is een optelsom van verschillende factoren:*

- het aantal toeristen
- hun gedrag (zwerfvuil, geluidsoverlast, wildplukken, niet op de paden blijven...)
- de activiteiten (wandelen, fietsen, paardrijden, mountainbiken, quadrijden...)
- de periode (het broedseizoen, piekmomenten in de vakanties)
- mobiliteit (luchtvervuiling, geluidsoverlast, verkeersdrukte in dorpskernen...)
- infrastructuur (verharding, landschappelijke verstoring, opknippen van aaneengesloten natuurgebieden...)



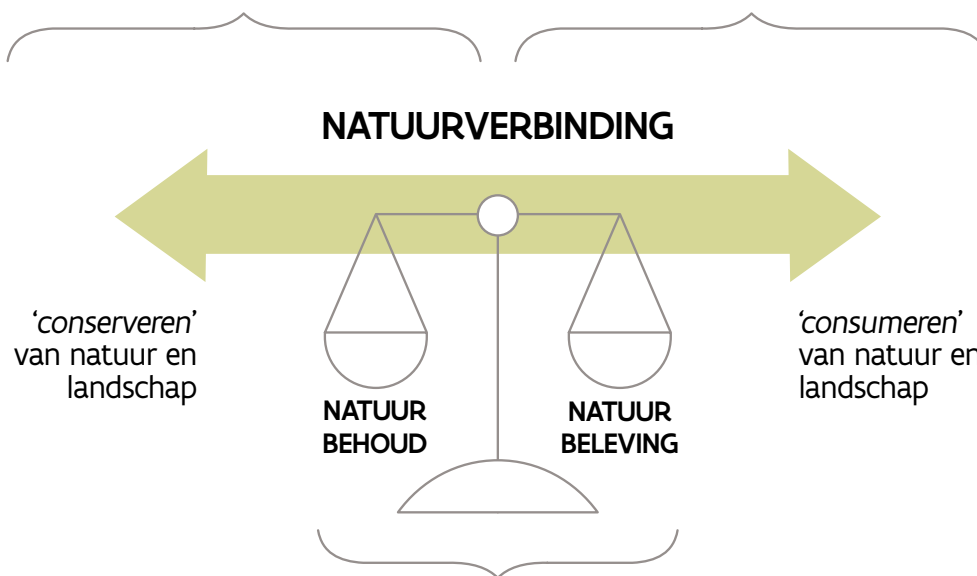


## Naar een balans in evenwicht?

De uitdaging is om een evenwicht te vinden tussen natuurbehoud en natuurbeleving. We moeten dus maatregelen nemen die natuur en landschap ten goede komen, om te vermijden dat de balans doorslaat naar een 'consumptie' van landschap en natuur. Aan de andere kant moeten we een goede natuurbeleving kunnen blijven aanbieden. Niet alleen omdat die waardevol is op zichzelf (ontspanning, zingeving, tot rust komen...) en voor veel mensen zelfs essentieel, maar ook omdat verbinding tussen mens en natuur het draagvlak voor natuurbehoud groter maakt. We moeten dus inzetten op duurzaam toerisme, niet alleen als hefboom voor landschapsbehoud en -ontwikkeling, maar ook als een economische drager die de natuur vooruithelpt.

Een balans die enkel doorslaat naar 'conserveren' en de mens uit het landschap sluit, houdt geen rekening met de meerwaarde van natuurbeleving voor het welzijn, en de mentale en lichamelijke gezondheid.

Anderzijds houdt een balans die doorslaat naar 'consumeren' geen rekening met de negatieve gevolgen voor het ecosysteem.



**HET STREEFDOEL: een balans in evenwicht, waar natuurbeleving en natuurbehoud samengaan.**

De mens wordt niet uitgesloten van het landschap, maar staat er ook niet boven. We maken er deel van uit, met respect voor de natuur en met aandacht voor het behoud ervan op lange termijn.

(illustratie deels gebaseerd op ©Jos Willemsen: 'de mens als nuttige soort')





## **TOERISME ALS KANS VOOR BEHOUD EN VERSTERKING VAN HET LANDSCHAP**

### **Duurzaam toerisme: geen negatieve impact en behoud van het landschap**

Een duurzame natuurbeleving betekent dat de toerist of recreant 'te gast is' in het landschap zonder het te vernielen of te verstoren. Onder die filosofie vinden we veel vormen van toerisme terug: ecotoerisme, lage-impacttoerisme, groen toerisme, duurzaam toerisme, slow tourism... [9]. Een belangrijk uitgangspunt is telkens het minimaliseren van de (potentiële) negatieve impact. Al deze vormen van toerisme zijn afhankelijk van de natuur en hebben daarom zelf baat bij het behoud van waardevolle en natuurlijke landschappen. Enerzijds omdat die inkomsten genereren, anderzijds omdat ze zowel toeristen als lokale gemeenschappen bewuster maken van de waarde van natuur. [6].

“

*“Duurzaam toerisme richt zich op het minimaliseren van de negatieve impact van toerisme op het milieu en de lokale gemeenschappen. Het streeft naar behoud van natuurlijke hulpbronnen, bescherming van biodiversiteit, respect voor lokale culturen en economisch voordeel voor lokale gemeenschappen. Duurzaam toerisme zoekt naar een evenwichtige balans tussen het bieden van toeristische ervaringen en het behoud van het milieu, zodat de bestemming op de lange termijn levensvatbaar blijft.”*

### **Regeneratief toerisme: een positieve impact en versterken van het landschap**

In het beste geval voorkomen we met duurzame natuurbelevingsprojecten niet alleen de negatieve impact, maar gaan we ze gebruiken om actief bij te dragen aan herstel en versterking van natuur- en landschapswaarden. Dat heet 'regeneratief toerisme'. Een groeiende vraag naar natuurbeleving kan daardoor een hefboom zijn voor nieuwe natuurontwikkeling.

“

*“Regeneratief toerisme gaat een stap verder dan duurzaam toerisme door actief bij te dragen aan het herstel en de verbetering van de bestemming. In plaats van alleen schade te minimaliseren, streeft regeneratief toerisme naar positieve bijdragen aan het milieu en de lokale gemeenschappen. Het richt zich op het herstellen van ecosystemen, het bevorderen van sociale rechtvaardigheid en het stimuleren van lokale economieën. Het doel is om de bestemming te laten evolueren tot een betere staat dan vóór het toerisme.”*







A photograph of two people hiking on a dirt path in a forest during autumn. The trees have yellow and orange leaves, and the ground is covered in fallen leaves. One person in the foreground is wearing a red jacket and a backpack, while the other in the background is wearing a yellow jacket. The text 'STRATEGIEËN VOOR EEN DUURZAME NATUURBELEVING' is overlaid on the bottom half of the image.

**STRATEGIEËN  
VOOR EEN DUURZAME  
NATUURBELEVING**





# STRATEGIEËN VOOR EEN DUURZAME NATUURBELEVING

Duurzaam en/of regeneratief toerisme vragen om een combinatie van strategieën. Die moeten enerzijds de toeristische druk verminderen, en anderzijds een positieve impact hebben op de plek en de gemeenschap. We delen ze op in drie groepen:

1

## Bestemmingsmanagement

je beheert het gebied zodanig dat je de natuurwaarde versterkt en anticipeert op negatieve effecten van toerisme. Via regelgeving bepaal je bijvoorbeeld wat wel en niet kan. Je leidt de bezoekers ook op zo'n manier door het gebied dat de verstoring minimaal is.

2

## Bestemmingsontwikkeling

je richt het gebied zo in dat natuur- en landschapsbehoud en -versterking een centrale plaats krijgen, maar dat het tegelijk een goede natuurbeleving mogelijk maakt.

3

## Bestemmingsmarketing

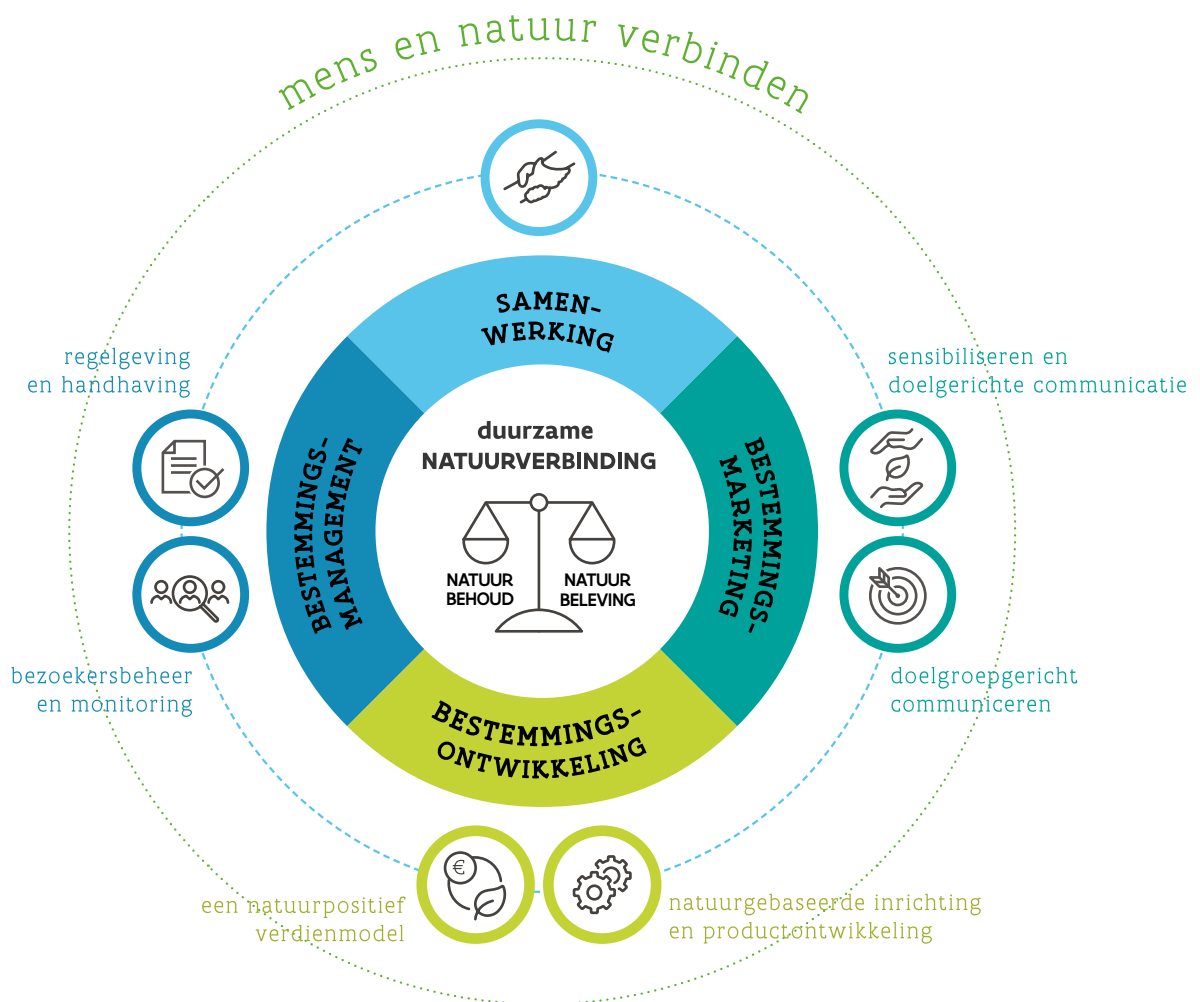
de manier waarop je een natuurbestemming of natuurproduct op de markt brengt en hoe je de doelgroep informeert en sensibiliseert.



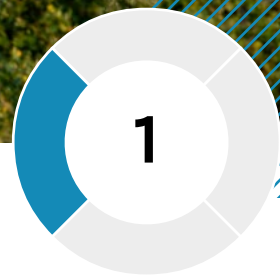
## Samenwerking

Samenwerking is voor deze drie thema's een belangrijk aandachtspunt: tussen overheid en private actoren; tussen toeristische ondernemers, landschapsbeheerders en natuurorganisaties; tussen lokale betrokkenen...





We bespreken nu de verschillende strategieën meer in detail en illustreren ze kort met voorbeelden. Welke strategie werkt, is sterk afhankelijk van de context. Het toerisme, de natuur, maar ook de bredere samenleving ontwikkelen zich voortdurend. Er is dus niet één juiste strategie of één manier om toerisme en natuur te laten sporen.



## BESTEMMINGSMANAGEMENT



### Regelgeving en handhaving

Via regelgeving en handhaving kan je in een afgebakend gebied duidelijk vastleggen wat wel en niet kan. Soms zijn voorwaarden voor toeristische belevingen en ontsluiting van gebieden wettelijk vastgelegd. In andere gevallen kan bijvoorbeeld de beheerder van het natuurgebied of een toeristische ondernemer een reglement opstellen.



Het toegankelijkheidsreglement van bossen en natuureservaten bepaalt in welke vorm en onder welke voorwaarden je een bivakzone kan inrichten in een natuurgebied. Die **voorwaarden zijn wettelijk vastgelegd** en beperken onder andere het aantal bezoekers, de oppervlakte en de periode. De regelgeving creëert zo een kader dat natuurbeleving mogelijk maakt, maar tegelijkertijd de **impact op natuur minimaliseert**.

Een duidelijke regelgeving biedt een kader voor landschapsbeheerders om grenzen te stellen en in te spelen op het gedrag van toeristen en recreanten. Tegelijkertijd maakt ze bezoekers duidelijk wat kan en wat niet. Belangrijk is dat mensen begrijpen waarom die regels bestaan en nodig zijn: dat vergroot het draagvlak ervan.







## Bezoekersbeheer en monitoring

Via slim bezoekersmanagement kan je de recreatiedruk aanpassen aan de ecologische draagkracht. We onderscheiden twee stappen: slim onthaal van bezoekers en slim sturen van bezoekers door een gebied.

### Slim onthaal

Bezoekerscentra hoeven zich niet in het midden van een natuurgebied te bevinden of op een slecht bereikbare locatie. Als je uitzoomt op de ruimere regio, zijn er vast geschikte plekken voor te vinden buiten de kernnatuur – plekken waar je je bezoekers op een comfortabele manier kan ontvangen en die toch ook al natuurbeleving aanbieden. Zo ontzorg je tegelijk het ecologische hart van je natuurgebied, versterk je de natuur erbuiten en kan je connecties leggen met de lokale cultuur en economie, die mee van het toerisme kunnen profiteren. Het ontmoedigen van autoverkeer is ook een belangrijke overweging: hoe kan je je onthaalcentrum laten aansluiten op openbaar vervoer en fietsnelwegen? En hoe haal je mensen over om daar ook effectief gebruik van te maken?



- In *Peak District* (UK) maken vier **onthaalcentra** in evenveel dorpen deel uit van het onthaalnetwerk. Ze bevinden zich **buiten de gevoelige natuurgebieden** van het nationaal park [10].
- Het *Nationaal Park Scheldevallei* onderzoekt of het zijn bezoekersonthaal kan laten aansluiten op dorps- en stadskernen en knooppunten van openbaar vervoer. [11]
- In het *Nationaal Park Hoge Kempen* worden de **toegangspoorten net buiten het parkgebied** geplaatst. [12]

### Slim sturen en geleiden van bezoekers door het gebied

Hoe een wandelnetwerk of fietsnetwerk is opgebouwd, heeft belangrijke gevolgen voor zowel de belevingswaarde als de impact van de bezoekers op natuur en landschap. Het komt erop aan de recreanten een interessante beleving aan te bieden - bijvoorbeeld door bijzondere plekken te verbinden - en tegelijkertijd kwetsbare gebieden te vermijden. Dat kan bijvoorbeeld door ze bepaalde periodes van het jaar af te sluiten.

Belangrijke principes zijn 'less is more' en 'kwaliteit boven kwantiteit'. Minder infrastructuur, dus, maar wel volledig gericht op een kwaliteitsvolle beleving én op een betere geleiding van de bezoekers. Het voordeel daarvan is dat ook de natuur erbij wint én dat je geld uitspaart, want er zijn minder materiaal-, onderhouds- en beheerskosten. Vaak zal de infrastructuur aangelegd worden rond strategische onthaalpoorten en knooppunten aan de rand van een gebied.



De langeafstandsroute '*Hadrian's Wall Path*' heeft niet één traject, maar bestaat uit **wisselende paden**. Die worden gecreëerd door 'soft landscaping': het maaien van paden in het gras. Dat maakt het ook mogelijk toeristen in gecontroleerde periodes niet of juist wel via een **bepaalde route** te sturen. Een fulltime trailmanager staat in voor het onderhoud van de paden.

Alleen in de zomermaanden, als de ondergrond voldoende hard is, kan je een paspoort voor de meerdaagse wandeltocht krijgen. In de winter is de grond het kwetsbaarst en worden meerdaagse tochten afgeraden. Men promoot dan de historische sites, waar bezoekers het landschap ook kunnen beleven, maar de natuur zoveel mogelijk ontzien wordt. [10]

In het *Sloveense Triglav National Park* zijn sommige activiteiten alleen toegestaan in de periferie van het park, en niet in de natuurkern. **Bezoekers worden ook geleid naar de minder gevoelige zones, waar een ruim aanbod is aan natuurbelevingsmogelijkheden**. Soms gelden extra voorwaarden of restricties: wateractiviteiten zoals canyoning, kajakken of raften mogen bijvoorbeeld alleen op welbepaalde locaties in welbepaalde periodes. [12]

## Monitoring en wetenschappelijk onderzoek als basis voor bijsturing en verbetering

Als we begrijpen welke impact toerisme en recreatie hebben op natuur en landschap, dan kunnen we ook op de juiste manier ingrijpen, op de juiste plekken maatregelen nemen en daar duidelijk over communiceren. Als we kunnen aantonen dat een maatregel een positief effect heeft, dan is er ook meer motivatie, bereidheid en eensgezindheid om die maatregel toe te passen. Dat betekent ook dat een goede en heldere communicatie van wetenschappelijke informatie een belangrijk aandachtspunt is. Het kan natuurbeheerders en toeristische actoren dichter bij elkaar brengen en toeristische ondernemers motiveren om acties te ondernemen die natuur en landschap ten goede komen.

[De drukteradar van de Hoge Veluwe](#) monitort de bezoekersaantallen op toeristische hotspots. Bij elke plek wordt kort omschreven wat er te doen is en welke interessante punten in de omgeving liggen. Op die manier kan de **drukteradar** bijdragen tot een **spreiding van de bezoekers**. Momenteel onderzoeken ook Toerisme Vlaanderen en het Nationaal Park Hoge Kempen de mogelijkheden van deze toepassing. [32]



Pouwels [6] zette in verschillende casestudies - bv. New Forest (UK), Veluwe (NL), Amsterdamse Waterleidingduinen (NL) - **modellen en wetenschappelijke data in om recreatieve maatregelen te motiveren en effecten ervan in te schatten**. Het ging bijvoorbeeld om herlocatie van parkings, en verschillende scenario's voor recreatieve ontsluiting en hun impact op vogelpopulaties.



## BESTEMMINGSONTWIKKELING



### Natuurgebaseerde inrichting en productontwikkeling

**Natuurgebaseerde inrichting en productontwikkeling betekent dat natuur en landschap, en het behoud ervan, centraal staan in de ontwikkeling van de toeristische beleving.**

Een recreatieve route geef je bijvoorbeeld op zo'n manier vorm dat je zo min mogelijk nieuwe infrastructuur moet aanleggen – door bijvoorbeeld gebruik te maken van paden en infrastructuur die er al zijn. In sommige gevallen kan je een gebied ook interessanter maken door bestaande infrastructuur te verwijderen of aan te passen. Voorzieningen zoals rustbanken en infoborden kan je op een creatieve manier in de omgeving integreren, zodat ze een meerwaarde worden voor het landschap. Wil je infrastructuur (her)ontwikkelen, denk dan aan natuurgebaseerde oplossingen zoals groen op gevels en daken, natuurlijk waterbeheer, infiltratievoorzieningen, natuurlijke speelelementen...



Het project '*Kleine Netemomentjes*' ontwikkelt natuur en landschap langs de Kleine Nete, van Dessel tot Lier. Het creëert **kleine rustplaatsen** op verschillende locaties, om zo **mooie verbindingen** te maken en tegelijk **de recreatiedruk te spreiden**. Het is een samenwerking tussen Regionaal Landschap Kleine en Grote Nete, Provincie Antwerpen en TPA Kempen.

Vergelijkbaar is het project van de 'Geetways' in de Getestreek: *de IJzerenweg* wordt ontwikkeld als 'groen spoor'. **Geïntegreerde onthaalplekken** en rustplekken worden **gecombineerd met extra vergroening**. Op die manier worden belevingselementen geïntegreerd in het landschap – denk maar aan de aanplant van hagen of een bomenrij rond een bankje – en wordt tegelijkertijd werk gemaakt van landschapsversterkende maatregelen. Dit project werd geïnitieerd vanuit het Strategisch Project Getestreek - OnverGETElijk! [21]

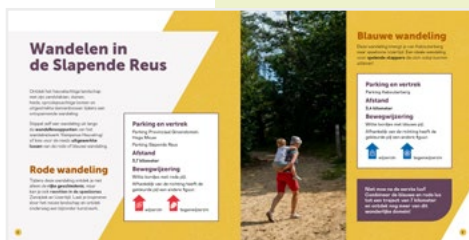




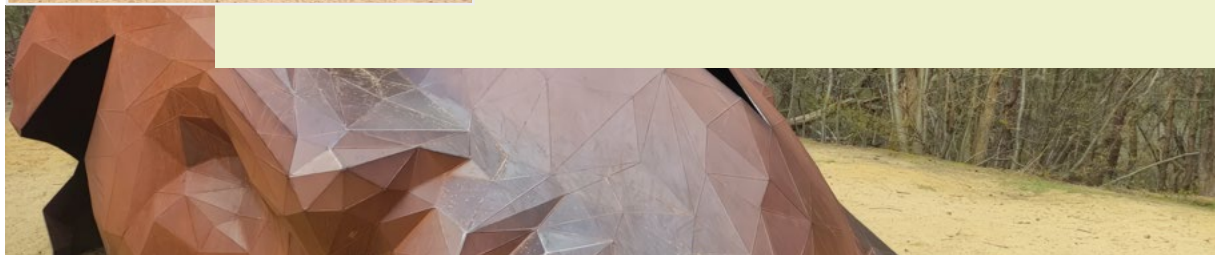
Het *Waddeneiland Spiekeroog* is een van de donkerste plekken in Duitsland. Dankzij een nauwe samenwerking tussen belanghebbenden, de begeleiding door een expert en de ondersteuning vanuit het Interregproject 'Wadden-Agenda 2.0' kreeg het de status van 'Sterrenpark' – een plek met weinig lichtvervuiling, waar het goed sterrenkijken is. Spiekeroog nam verschillende **ingrijpende maatregelen om die status te verkrijgen**, zoals aanpassingen van de openbare verlichting. Het project is goed voor de nachtfauuna, en **zorgt tegelijk voor een unieke en exclusieve beleving**. Er zijn drie belevingsplekken ingericht: een lichte plek, een donkere plek en een sterrenkijkplek. [22]



*De Kempense Heuvelrug* in Kasterlee, ook wel bekend als '*de slapende reus*', is een cultuurhistorisch en natuurlijk landschap met zandvlakten, duinen, heide, en uitgestrekte dennenbossen. Verschillende doelgroepgerichte wandeltrajecten, in combinatie met natuurlijk ingerichte speelzones, zetten het (ontstaan van het) landschap in de kijker. Het resultaat is een **gelaagde beleving**, die inspeelt op het persoonlijke aspect van landschapsbeleving (variërende thema's, afstanden, moeilijkheidsgraad...). Op het hoogste punt staat een kunstwerk, 'A Giant Sculpture', dat verwijst naar de geschiedenis van de heuvelrug en de verbondenheid van mens en natuur.



De **regionaal-toeristische ontwikkeling** in het gebied leidde ook tot de **ontharding** van de Goorseweg, een brede baan die het heidegebied doorsnijdt. De ingreep draagt niet enkel bij tot een verhoogde belevingswaarde, maar vergroot ook de landschappelijke en ecologische waarde. Het project kwam voort uit een intensieve samenwerking tussen verschillende partners, met middelen vanuit PDPO/LEADER en Toerisme Vlaanderen. [13]







In *Bokrijk* werd ter hoogte van het fietspad door het water een schuur heringericht als uitkijkplatform. Je verneemt er via illustraties het verhaal van de Wijersregio. Een toepassing van het principe 'niet bouwen maar benutten'.

In de *Vlaamse Ardennen* werkt men **bezoekersbelevingen** uit aan de hand van natuurlijke en duurzame elementen en materialen, met een minimum aan infrastructuur. Enkele voorbeelden:



- Een uitgeholde knotboom fungeert als zitelement in het wilgenlandschap van de Zingemse Meersen, waar de geschiedenis van de wijmenteelt wordt verteld.
- Gekleurde houten sculpturen van de grote gele kwikstaart staan opgesteld aan watermolens om het leefgebied van de kwikstaart in de kijker te zetten.
- Ligbanken in boomstammen laten de wandelaar de steile helling al liggend ervaren op de panoramaroute in Kluisbergen. [14]





## Een natuurpositief verdienmodel

Een natuurpositief verdienmodel gebruikt toerisme als economische motor voor natuur- en landschapontwikkeling. De kwaliteit van natuur en landschap staat voorop en ligt aan de basis van een waardevolle bezoekersbeleving, die dan weer fondsen binnenbrengt om de natuur te behouden en te versterken.

Dat kan bijvoorbeeld via visitor payback. Je vindt een waaier aan voorbeelden terug in de inspiratiegids van Toerisme Vlaanderen: 'Visitor payback: meer waarde halen uit bezoek'. [16]

Het betreft zowel financiële inkomsten (via bijvoorbeeld betaalde parkings of betaalde entree) als 'visitor giving': bezoekers die bijvoorbeeld actief meedraaien in het beheer. De natuur en het landschap worden zo behouden en versterkt dankzij toerisme, en omgekeerd blijft het gebied interessant en aantrekkelijk voor toeristen.



Het Nationaal Park Hoge Kempen biedt bedrijven **unieke teambuildings** aan. Met je collega's trek je de wildernis in om samen de natuur een handje toe te steken. Dit alles onder begeleiding van professionele natuurbeheerders en National Park Rangers. Een teambuilding met een positieve impact op de natuur dus. Bovendien kiezen de deelnemende bedrijven zelf waaraan hun deelnamegeld besteed wordt. Kortom, iedereen wint: de werknemers, het bedrijf, en de natuur.

Meer over teambuildings met impact op [nationaalparkhogekempen.be](https://nationaalparkhogekempen.be)



**De Faeröer** - een winderige en wilde archipel gelegen tussen IJsland en Noorwegen - verwelkomt elk jaar zo'n 110.000 bezoekers. Het gebied trekt vogelliefhebbers aan, en mensen die op zoek zijn naar schilderachtige dorpen en dramatische, ruige landschappen. **Eénmaal per jaar** worden de eilanden volledig afgesloten voor toeristen. Je kan er **enkel** komen als **vrijwilliger** om te helpen opruimen en herstellen waar nodig. **'Closed for maintainance, open for voluntourism'**.

Je moet je ruim op voorhand aanmelden. In totaal worden 80 personen toegelaten. Vijftig van hen worden door het lot aangeduid, de andere dertig worden geselecteerd op basis van hun ervaring. [23]





'*Ons Buiten*' is een grote camping in Zeeland (Oostkapelle), die zich aan het omvormen is van een **klassieke camping naar een ecologische, biodiverse en duurzame camping** – een langetermijnproject van zo'n 10 jaar. 'We kijken niet naar hoe we van een mooi groot stuk natuur een aangename camping kunnen maken, maar juist hoe we met een grote camping ook zo veel mogelijk stukken gezonde natuur kunnen creëren.' In samenwerking met professionals realiseert Ons Buiten '**natuurontwikkelterreinen**', waar biodiversiteit meer ruimte krijgt, maar tegelijkertijd ook de belevingswaarde verhoogt. De uitbaters werken aan bodemverbetering, ecologische aanplant, een voedselbos, veel ruimte voor de varkens en kippen, minder verharding, circulaire energievoorziening en afvalverwerking, modulair bouwen... Ze zetten ook sterk in op natuurlijk spelen op de hele camping. [15]



**Natuuroplossingen creëren een economische meerwaarde voor toeristische ondernemers.**

Een mooi voorbeeld hiervan is het *Sigma*plan, dat Vlaanderen wil beschermen tegen overstromingen in de Scheldevallei. De overheid investeert in steviger dijken en een ketting van natuurlijke overstromingsgebieden. **Doordat de Schelde en de zijrivieren** meer ruimte krijgen, verbetert de waterkwaliteit, vergroot de biodiversiteit en wordt onze leefomgeving gezonder. De ingrepen legden ook de basis voor **het gloednieuwe Nationaal Park Scheldevallei**. De jaagpaden langs de rivier en een mooi vertakt fietsroutenetwerk ontsluiten pittoreske vissersdorpjes, prachtige kastelen en bijzondere natuurgebieden. Logiesuitbaters maken er dankbaar gebruik van door bijvoorbeeld fietsen aan te bieden en een meerdaagse beleving van de unieke getijdennatuur te organiseren.

Twaalf jaar geleden kreeg de *familie Terlouw* de kans om een **melkveehouderij** te runnen op het Nederlandse schiereiland Marken. Voorwaarde was wel dat ze ook het weidevogelbeheer opnamen. Vandaag zijn de Terlouws **succesvolle melkvee- én weidevogelboeren**. Inkomsten van het weidevogelbeheer haalt het bedrijf uit overheidssteun, zoals beheerpakketten voor weidevogels, een vergoeding voor ganzenschade, en een vaste vergoeding op basis van een overeenkomst met ANV (Vereniging voor Agrarisch natuur- en Landschapsbeheer). Daarnaast hebben ze zelf een 'plas-drasgebied' aangelegd op hun terrein, dat een uitstekende leefomgeving biedt voor vogels. Ze hebben er een vogelkijkhut gebouwd die elk jaar tot 15 juni wordt verhuurd aan vogelliefhebbers, die zo hun favoriete weide- en trekvogels kunnen fotograferen en filmen. [19]



3



## BESTEMMINGSMARKETING

### Marketing en communicatie

Hoe je een gebied in de kijker zet, heeft een belangrijke invloed op het type toerist dat je aantrekt. **Doelgroepgericht communiceren** en helder **informer** is de boodschap. Wat kunnen bezoekers verwachten, maar ook: **wat wordt er van hen verwacht?** Een goede marketing heeft een positieve impact op zowel de plek zelf als de tevredenheid van de bezoekers.

In dat opzicht is het een goed idee dat natuur- en landschapsbeheerders de krachten bundelen met toeristische ondernemers en een **gezamenlijk verhaal** en een gezamenlijke marketing voor hun bestemming uitwerken. Die zullen niet alleen zorgen voor een betere naamsbekendheid en een grotere aantrekkingskracht, maar ook voor meer betrokkenheid, bewustwording en engagement van lokale partners. Een sterk verhaal kan mensen mobiliseren, samenbrengen en een gevoel van eigenaarschap geven.



De gastheren van het Limburgse *Nationaal Park Bosland* zijn **toeristische ondernemers**: ze zitten in de horeca, verkopen streekproducten, bieden activiteiten aan... Je kan alleen gastheer van Bosland worden als je deelneemt aan een doorgedreven **training waar je leert bezoekers te informeren over het park**. Het gastheerschap zorgt voor een constructieve samenwerking tussen het nationaal park en de lokale ondernemers. [25]



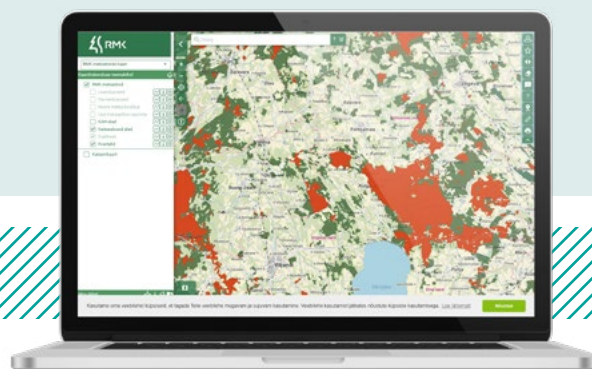


Toerisme Vlaanderen gebruikt het concept 'micro-avonturen' in zijn communicatiestrategie om waardevolle natuur- en landschapsbelevingen in de kijker te zetten, in het bijzonder voor de promotie van de Nationale Parken en Landschapsparken en het wandelaanbod. Een micro-avontuur is gericht op natuurliefhebbers, is kort en kortbij (denk aan een overnachting in de natuur, een workshop wildplukken, een tocht met de kajak, een blotevoetenpad...). Het daagt je uit, roept verwondering op en zet de zintuiglijke ervaring centraal – allemaal met respect voor de draagkracht van de plek.

**Digitale informatie** speelt een steeds belangrijker rol in de communicatie over een bestemming. Met overzichtelijke en laagdrempelige informatie (via bijvoorbeeld een interactieve kaart) leid je je bezoekers naar de routes, plekken en parkings waar ze welkom zijn en maak je snel duidelijk wat kan en wat niet. Tegelijk biedt die digitale informatie je bezoekers de mogelijkheid om hun trip makkelijk te plannen.

*Het Sloveense Triglav National Park* experimenteert met informatieverbreiding via **bestaande apps**. Het wil die gebruiken om de bezoeker te informeren over de natuurbeschermingsmaatregelen en de regels in de meest gevoelige zones van het park - de 100 zogenaamde 'stille zones'. In plaats van overall informatieborden te plaatsen, wil het park die informatie zo goed mogelijk integreren in bekende en veelgebruikte apps als Outdooractive, maPZS, Slovenia Outdoor app, Strava... Het werkt daarvoor samen met de non-profitorganisatie **Digitize the planet**. [29]

In *Estland* ontwikkelde het **RMK** (Riigimetsa Majandamise Keskus, vergelijkbaar met het Agentschap voor Natuur en Bos in Vlaanderen) een website met gebundelde informatie over de nationale parken, natuurreservaten, recreatiezones, fietsroutes, wandelroutes en educatieve routes. Je vindt er ook kampeerplaatsen, kampvuurplaatsen, boshutten, bezoekerscentra, uitkijktorens en dergelijke meer. In de overzichtskaart klik je door naar de plek die jou interesseert. Je krijgt dan een beschrijving, foto's, een overzicht van alle faciliteiten, routes, uitkijkpunten, geografische coördinaten, vervoersinstructies en meer. De website geeft ook telkens duidelijk aan welke regels er gelden en kan snel inspelen op plaatselijke omstandigheden, bijvoorbeeld als paden tijdelijk ontoegankelijk zijn door sneeuwval. [26]





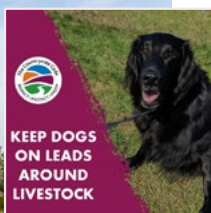
## Sensibiliseren

Sensibilisering moet ertoe leiden dat mensen hun gedrag aanpassen en op een andere manier gaan kijken naar natuurbeleving: van 'natuur ten dienste van de mens' naar 'de mens als onderdeel van het ecosysteem'. De natuur is niet louter een bestemming waar we positieve ervaringen opdoen, maar een plek waar we zelf toe behoren. Natuurbehoud en -bescherming zijn dus essentieel. We moeten bezoekers ook laten zien dat hun bijdrage een verschil kan maken – of het nu als vrijwilliger of als schenker is. Sensibiliseren kan op verschillende manieren: via de inrichting van een gebied, informatie op de website, gidsen, georganiseerde activiteiten...

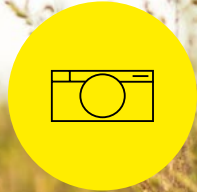


De websites van *het Noord-Ierse WalkNI* en *National Trails (UK)* geven wandelaars niet alleen een goed beeld van het landschap dat ze doorkruisen, maar vragen ook om de natuur te vrijwaren en de voorschriften te volgen. De toon is **niet-belerend**. Ze vertellen bijvoorbeeld het verhaal van het landschap om de waarde ervan te duiden. [10]

*Leave no trace* is een non-profitorganisatie uit Colorado. Ze biedt een educatief programma aan dat inzet op educatie en sensibilisering, vrijwilligerswerk, donaties, citizen science... Het uiteindelijke doel is gedragsverandering teweegbrengen. De focus ligt op **wat jij zelf kan bijdragen**. Leave no trace baseert zich voor een groot deel op wetenschappelijk onderzoek naar bijvoorbeeld het gedrag van bezoekers in nationale parken. [27]







## Natuur- en landschapsfotografie met respect voor de natuur

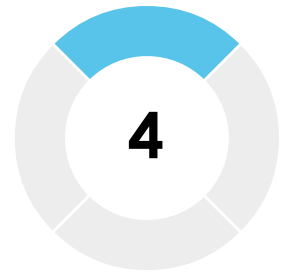
Zo goed als elke toerist is ook fotograaf. Speciale natuurbelevingen zoals de hyacintenbloei in Hallerbos of de passage van zeldzame soorten trekken grote groepen natuurfotografen aan. Zij kunnen dan in hun enthousiasme - en vaak zonder het goed te beseffen – schaden wat ze liefhebben: door te dichtbij te komen, planten te vertrappelen, dieren aan te raken... De toenemende populariteit van fotografie en sociale media en het delen van locaties vergroten dat probleem.

*Nature First* zet daarom in op sensibilisering van natuur- en landschapsfotografen. De beweging werd in 2018 opgericht in de VS en heeft een 60-tal ambassadeurs wereldwijd.

### Hun programma:

- Geef prioriteit aan het welzijn van de natuur boven fotografie.
- Informeer jezelf over de plaatsen die je fotografeert.
- Denk na over de gevolgen van je acties.
- Wees discreet met het delen van locaties.
- Ken en volg de regels en voorschriften.
- Volg altijd de Leave no trace-principes en streef ernaar om plaatsen beter achter te laten dan je ze hebt gevonden.
- Deel deze principes met anderen.

De ambassadeurs nemen deel aan fotofestivals, gaan in gesprek met fotoclubs, posten op social media, schrijven artikels in samenwerking met natuurorganisaties... De boodschap is gericht op alle fotografen, dus ook elke toerist of recreant die kiekjes neemt. Maar de voornaamste doelgroep zijn de mensen die (nog) geen besef hebben van de eigen impact. [28]



## OVERKOEPELENDE STRATEGIE: SAMENWERKING

De balans vinden tussen recreatie en natuurbehoud is vaak extra uitdagend omdat er verschillende actoren bij betrokken zijn en die kunnen verschillende visies en meningen hebben. Een **samenwerking opbouwen vanuit een gemeenschappelijke visie** is nochtans essentieel voor zowel het beheer, de ontwikkeling als de marketing van een gebied.

**Bovenlokale samenwerking** is vaak nodig omdat de leefbaarheid van populaties, zoals vogels, kan afhangen van meerdere natuur- en openruimtegebieden. Niet-gecoördineerde lokale maatregelen volstaan dan niet. Vaak vormt juist een netwerk van natuurgebieden en natuurverbindingen een belangrijke meerwaarde voor de biodiversiteit. De oplossing: samenwerken en verbindingen leggen tussen de openruimtegebieden. Tegelijk kunnen de partners onderzoeken hoe ze ook de natuurbeleving op de verschillende locaties met elkaar kunnen verbinden.

Ze vergen soms veel energie: **projectgerichte partnerschappen en samenwerking tussen partijen met verschillende uitgangspunten** – denk aan toeristische actoren, landbouwers, natuur- en landschapsbeheerders, overheden, private partijen... Maar op lange termijn kunnen die partnerschappen ook leiden tot een groot draagvlak en onderling begrip. Dat vraagt wel een goede organisatie, structurele financiering en trekkers met visie (en geduld) die anderen kunnen overtuigen om gezamenlijk stappen te zetten.

**Samenwerking met de lokale gemeenschap** en een **open communicatie** over plannen en ideeën dragen bij tot betrokkenheid en eigenaarschap. Lokale kennis over een gebied kan ook een belangrijke meerwaarde zijn voor natuurbelevingsprojecten die het verhaal van de plek vertellen.



*De Pembrokeshire Marine Code (PMC)* beschermt de mariene fauna en flora van Pembrokeshire (UK). Ze is ontwikkeld door lokale toeristische ondernemers en andere organisaties die nauw samenwerken met de Pembrokeshire Coast National Park Authority en de RSPB (Royal Society for the Protection of Birds). Die toeristische organisaties bieden activiteiten aan zoals kajak- en wildlifetochten en zijn bezorgd over het langetermijnbeheer van het gebied, dat voor een groot deel particulier eigendom is. Ze erkennen dat **respect voor natuur en duurzaam gebruik** essentieel zijn **voor maritieme recreatieve activiteiten**, en brengen dat in praktijk met vrijwillige gedragscodes, afgesproken toegangsbependingen, educatie en de uitwisseling van best practices. [18]







Het *Grenspark Jeker & Maas* is een **samenwerkingsverband in wording** in het grensgebied van Nederland, Vlaanderen en Wallonië, een bijzondere streek met een mergelondergrond en het bijbehorende landschap. Samenwerking ligt niet voor de hand vanwege de administratieve, linguïstische en natuurlijke grenzen. Dat geldt zeker voor de toeristische marketing en productontwikkeling: in het totaal zijn er 7 toeristische diensten en administraties actief. Eén van de **hefbomen om de samenwerking te versterken** is de ontwikkeling van de Groevenroute, een langeafstandswandeling tussen Maastricht en Luik. Centraal in het plan staat de bouw van een indrukwekkende, 200 meter lange **wandelhangbrug** in de Kloof van Caestert, 50 meter boven het Albertkanaal. Hoewel de brug in een waardevol Natura2000-gebied ligt, beschouwen de initiatiefnemende Waalse gemeenten het project juist als een hefboom om de natuur en het landschap te versterken. Het plan is de toegang te beperken en betalend te maken en de natuur continu te monitoren en evalueren. Voor het beheer van de brug werd een intercommunale vzw opgericht. Naast de gemeenten zullen natuurorganisaties en andere belanghebbenden daarin vertegenwoordigd zijn. De drie initiatiefnemende gemeenten - Visé, Bassenge en Oupeye - hebben alvast een **charter** goedgekeurd waarin ze de doelstellingen van de wandelhangbrug formeel vastgelegd hebben. Ze beschouwen de wandelbrug niet als een attractie op zichzelf, maar als een motor voor duurzame ontwikkeling van de regio, samenwerking tussen Wallonië, Vlaanderen en Nederland, en het vergroten van het draagvlak en respect voor natuur en landschap. Concreet willen de partners de inkomsten van de hangbrug gebruiken voor investeringen in onderhoud, herstel en versterking van de belangrijke natuurwaarden van de regio.. [31]

Europarc Federation is een samenwerkingsverband van Europees beschermde gebieden die inzetten op een duurzame ontwikkeling en duurzaam beheer van waardevolle landschappen in Europa. Groen toerisme is daar een belangrijk onderdeel van. [30]









**10 PRAKTIJK-  
VOORBEELDEN  
VERDER  
UITGEDIPT**

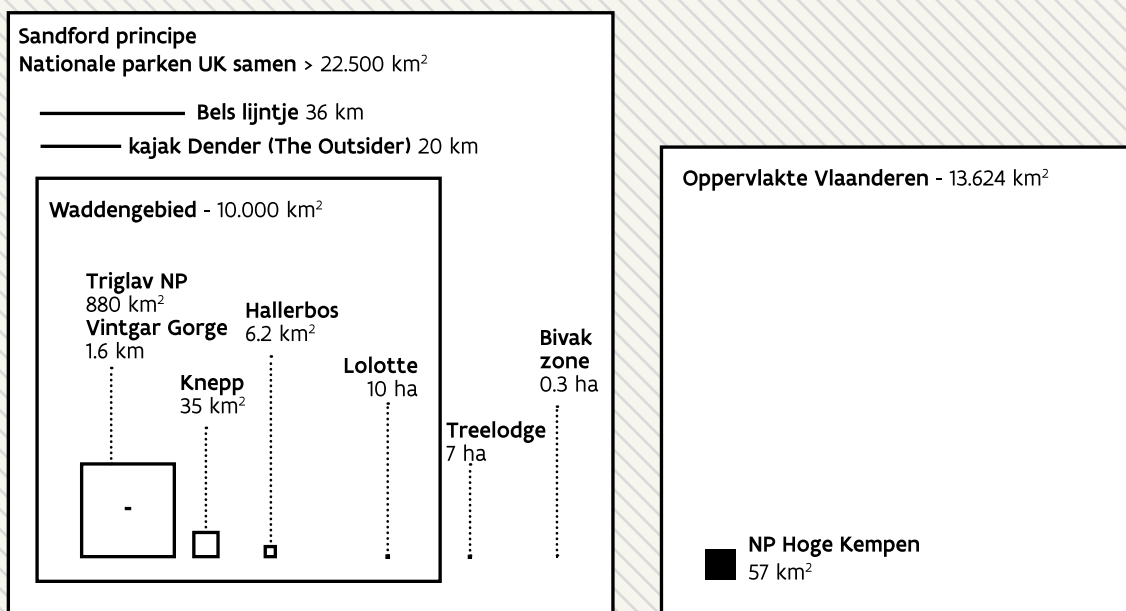


# 10 PRAKTIJKVOORBEELDEN VERDER UITGEDIPT

Met tien praktijkvoorbeelden uit binnen- en buitenland belichten we verschillende strategieën voor een duurzame natuurbeleving. We hebben gekozen voor **diversiteit** om de thematiek **breed in beeld** te kunnen brengen:

- de voorbeelden focussen op zowel bestemmingsontwikkeling, bestemmingsmanagement als bestemmingsmarketing
- de schaalgrootte varieert van minder dan 1 hectare tot meer dan 10.000 km<sup>2</sup>
- er komen verschillende soorten landschappen (bos, natuur, landbouw, water...) en recreatievormen (logeren in de natuur, wandelen, fietsen, natuurbeleving bij een landbouwbedrijf, recreatie op het water...) aan bod
- het landschap ondervindt in meer of mindere mate overdruk door toeristische activiteiten;
- sommige voorbeelden zetten vooral in op natuurbehoud, andere dragen ook proactief bij aan natuurherstel en -ontwikkeling
- er komen initiatieven van overheden aan bod, maar ook van private ondernemers én van een combinatie van beide.

Schaalgrootte van de 10 praktijkvoorbeelden



Bij ieder voorbeeld gaan we dieper in op de **strategieën** die worden ingezet voor een natuurbeleving met respect voor natuur en landschap. Per case zal de ene strategie sterker doorwegen dan de andere – dat hangt sterk af van de context. We brengen telkens de risico's en knelpunten in beeld en reflecteren kort over de kansen in Vlaanderen.



## Het Sandford-principe

Het 'Sandford-principe' in de Nationale Parken van het Verenigd Koninkrijk



1



6

## Moddercamping Lolotte

De camping als natuurontwikkelterrein



## De Waddenzee

Europese samenwerking versterkt duurzaam toerisme in de Waddenzee



2



7

## Treelodge

Boomhuttendorp  
Treelodge



## Triglav NP

Draagkrachtberekening voor een duurzaam bezoekersmanagement in Triglav NP, Slovenië.



3



8

## Knepp Estate

Rewilding als basis voor een nieuw verdienmodel: Knepp Estate



## Het Hallerbos

Het Hallerbos: hyacintenpracht of overtoerisme?



4



9

## Bivakzones

Back to basics in de Bivakzones



## Bels Lijntje

Natuur weer op de rails in het recreatief bijenlandschap Bels Lijntje



5



10

## Kajakken in Vlaanderen

Avontuurlijk op het water: balanceren tussen natuurbeleving en natuurbescherming





# HET SANDFORD-PRINCIPE VOOR DE NATIONALE PARKEN VAN HET VERENIGD KONINKRIJK

Het Sandford-principe zet het behoud van natuur en landschap op de eerste plaats wanneer er een conflict ontstaat met toerisme. Het is verankerd in de regelgeving en het wetgevend kader van de Nationale Parken van het Verenigd Koninkrijk. Doordat het anticipeert op risico's en gevaren van toeristische overdruk vormt het een instrument om 'overconsumptie' van het landschap tegen te gaan.

## CONTEXT

De eerste Nationale Parken in het Verenigd Koninkrijk dateren uit de jaren vijftig. Ze werden al gauw zo populair dat de fauna en flora, de unieke leefgebieden en de rust in het gedrang kwamen: *"The parks were in danger of being hugged to destruction."* In 1974 werd daarom het National Parks Policy Review Committee opgericht, onder leiding van Lord Sandford.

Het comité moest de autoriteiten adviseren over de manier waarop natuurbehoud en bezoekersbeleving met elkaar in evenwicht konden worden gebracht. Daaruit ontstond het Sandford-principe - vandaag het Nature First-principe - voor alle Nationale Parken van het Verenigd Koninkrijk. Het principe werd voor het eerst geformuleerd in de jaren zeventig en werd in 1995 wettelijk vastgelegd in de milieuwetgeving (Environment Act).

Letterlijk luidt het Sandford-principe als volgt:



"If it appears that there is a conflict between those purposes, [the National Park Authority] shall attach greater weight to the purpose of conserving and enhancing the natural beauty, wildlife and cultural heritage of the area."





# STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING

## Grenzen stellen vanuit de regelgeving



Het Sandford-principe is nog altijd relevant als voorbeeld van een **wetgevend kader** dat doorweegt in het voordeel van de natuur. In de praktijk wordt het echter zelden ingeroepen: er zijn maar weinig gevallen waar recreatieve en toeristische activiteiten in strijd zijn met natuurbehoud. En dat heeft dan weer te maken met de doelstelling van de Nationale Parken: natuurbeleving met respect voor natuur en landschap mogelijk maken. Het beheer van de parken houdt daar al rekening mee en voorkomt zo dat er conflicten ontstaan.

Toch heeft het Sandford-principe zijn nut al bewezen. Zo werd het in het Lake District National Park gebruikt om de plannen voor een 6 kilometer lange asfaltweg tegen te houden. In Loch Lomond National Park werden de ontwikkelingsplannen voor een toeristenresort afgewezen: *“Toestemming geven zou erop neerkomen dat we de belangen van de grote bedrijven stellen boven het publiek, maatschappelijk, landschappelijk en ecologisch belang.”* In Yorkshire Dales National Park werd het Sandford-principe ingeroepen om een fake middeleeuws kasteel gedeeltelijk te slopen. Het was zonder vergunning gebouwd en had een te grote impact op het historische landschap.

In New Forest National Park werd een beroep gedaan op het Sandford-principe toen ‘*Camping in the Forest*’, dat verschillende kampeerterreinen in beschermd gebied exploiteert, werd overgenomen en er nieuwe plannen werden opgemaakt voor het campingbeheer. De vereniging *Friends of the New Forest* stelde kritische vragen bij het aanbestedingsdossier. Dat hield volgens hen te weinig rekening met de natuurwaarden, de status van het gebied en **de visie van het beheerplan van het park** (zie kaderstukje). De Friends vreesden dat de nieuwe exploitant de schade aan het bos zou kunnen vergroten. Ze waren ongerust over bepalingen over ‘het hele jaar door kamperen’, ‘verwijderen van bomen’ en ‘winkels op het terrein’, waaraan volgens hen geen verplichtingen op het gebied van landschap- en natuurbehoud waren verbonden. Ze beriepen zich op het Sandford-principe – en op de visie uit het beheerplan – om het aanbestedingsdossier te laten opschorten. Ze wilden eerst in gesprek gaan met andere betrokken partners om de strategie voor kamperen in het bos te herbekijken. In die zin vormde het Sandford-principe een opstap om constructief samen te werken.



De campings van New Forest waren er al voordat het gebied aangeduid werd als Speciale Beschermingszone (Natura 2000, SBZ, Ramsar). In 2010 stippelde het **beheerplan** van het park een **langetermijnvisie voor de campings in het Nationaal Park** uit (‘New Forest National Park Recreation Management Strategy 2010 -2030’, februari 2010). Die visie beschrijft hoe je het kampeeraanbod en de ondersteuning van de lokale economie kan verzoenen met het behoud van de bijzondere kwaliteiten van het park. Dat kan bijvoorbeeld door sommige campings op termijn te verhuizen naar meer robuuste locaties. De visie zet ook in op een sterkere samenwerking met de campingexploitanten om hun ecologische voetafdruk te verkleinen en om zowel het landschap als de bezoekerstevredenheid te verbeteren. Bijvoorbeeld door nieuwe kampeer- en caravanplaatsen te voorkomen of te beperken, infrastructuur te integreren in de omgeving, te werken aan een ecologisch natuurbeheer van de camping en de afhankelijkheid van autogebruik te verminderen.





## KANSEN IN VLAANDEREN

Het Sandford-principe onderschrijft de maatschappelijke waarde van nationale parken. Het biedt een wettelijke basis om natuur op de voorgrond te zetten bij economische ontwikkelingen in een waardevol landschap. Toeristische en recreatieve activiteiten blijven mogelijk, maar het principe is een stok achter de deur om overconsumptie en commercialisatie van landschap en natuur te voorkomen.

In Vlaanderen is er een uitgebreid regelgevend en wetgevend kader dat een houvast biedt om grenzen te stellen en de negatieve impact van toeristische activiteiten te voorkomen: de milieuwetgeving en het proces van vergunningverlening, het toegankelijkheidsdecreet, het natuurdecreet, ... Het decreet voor de nationale parken in Vlaanderen vermeldt specifiek dat toerisme en recreatie moeten leiden tot een meerwaarde voor het natuurbehoud:

*“Het ontwikkelen en het promoten van toerisme en recreatie in en rond het park waarbij meerwaarde voor het natuurbehoud, de lokale bewonersgemeenschappen, de ondernemers en de bezoekers wordt gecreëerd”.*

In Vlaanderen hoeven we dus geen nieuwe principes te formuleren. Wel moeten we het regelgevend kader stroomlijnen en er duidelijk over communiceren. De regelgeving moet niet afschrikken, maar juist een duidelijk kader bieden dat aanvaardbaar is voor ondernemers die natuurbeleving aanbieden. Dat kan een stimulans worden voor valabele alternatieven die rekening houden met de draagkracht van de plek, en voor innovaties die natuurbeheer combineren met een volwaardige landschapsbeleving voor toeristen en recreanten.

## BRONNEN

- [“Decreet houdende de Vlaamse Parken en algemene landschapszorg”](#) van 6 juni 2023
- <https://www.friendsofthelakedistrict.org.uk/what-is-the-sandford-principle>
- <https://newforestassociation.org/tender-for-the-operator-of-new-forest-campsites/>
- <https://www.brecon-radnor.co.uk/news/politics/national-parks-principle-ignored-79426>
- <https://www.cnp.org.uk/blog/sandford-principle-mustn%E2%80%99t-be-endangered-wales>





## EUROPESE SAMENWERKING VERSTERKT DUURZAAM TOERISME IN DE WADDENZEE

De Waddenzee is een waardevol en uniek natuurgebied dat erkend is als UNESCO-werelderfgoed. Verschillende onderzoeksprojecten - ontstaan vanuit een Europees samenwerkingsverband - ontwikkelen ideeën en instrumenten die moeten bijdragen tot duurzamer natuurbeleving van de Waddenzee met respect voor en behoud van natuur en landschap.

### CONTEXT

De Waddenzee strekt zich uit langs de Nederlandse, Duitse en Deense kust. Het is het grootste aaneengesloten zand- en waddengebied ter wereld. Al tientallen jaren wordt de natuur er beschermd, en het is ook uitgeroepen tot UNESCO-werelderfgoed. Niet te verwonderen, want de Waddenzee is het grootste samenhangende getijdengebied ter wereld, een essentiële tussenstop voor trekvogels en een belangrijk onderdeel van het wereldwijde ecosysteem. Er leven ook talrijke dieren- en plantensoorten die zich hebben aangepast aan deze bijzondere biotoop.

Tegelijkertijd biedt het gebied werk en woonruimte aan een miljoen mensen en trekt het ieder jaar grote stromen dag- en verblijfstoeristen. De uitdaging ligt dan

ook in het voortdurend bewaren van de balans tussen het ecologisch belang aan de ene kant, en duurzame ontwikkeling en toerisme aan de andere kant.

### DRAAGKRACHT EN DRUK

Het Waddenzeegebied in Duitsland, Denemarken en Nederland is een populaire reisbestemming. Jaarlijks komen er ongeveer 30 tot 40 miljoen dagtoeristen en 10 miljoen verblijfstoeristen. Uit onderzoek blijkt dat voor veel gasten de natuur de belangrijkste reden is om het Waddengebied te bezoeken. De regio heeft een lange traditie van toerisme, en op veel plaatsen gaat die hand in hand met natuurbehoud. Het landschap en de unieke fauna en flora maken de regio aantrekkelijk voor toerisme, en tegelijk kan toerisme een bijdrage leveren aan het natuurbehoud.



Hier en daar botsen we echter op de grenzen van het systeem, en dreigt er overtoerisme dat de natuur van de Waddenzee verstoort. Tijdens de covid-19 pandemie, toen een grote stroom toeristen het gebied bezocht, werd dat extra duidelijk.



Twee Europese Interregprojecten gingen daarom op zoek naar een beter evenwicht

tussen natuur- en landschapsbehoud enerzijds en toerisme anderzijds: 'WADDEN-AGENDA 2.0' en 'PROWAD Link'. Het gaat om grote onderzoeksprojecten met veel actoren en uitgebreide resultaten. Hier gaan we dieper in op enkele interessante bevindingen en inspirerende tools die uit beide projecten zijn voortgekomen. Wie meer wil weten, kan de websites en brondocumenten van de projecten raadplegen.

---

## STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING

### Duurzame mobiliteit als hefboom voor bezoekersbeleving (project 'WADDEN-AGENDA 2.0')



Het project WADDEN-AGENDA 2.0 (2018–2022) onderzocht hoe duurzaam toerisme een actieve bijdrage kan leveren aan de bescherming van het Waddengebied. Duurzame mobiliteit bleek één van de sleutels te zijn.

#### Autoluwe eilanden

Het Waddenzeegebied heeft een aantal autoluwe eilanden, zoals Schiermonnikoog en Vlieland. Alleen eilandbewoners mogen er met de auto rijden, maar er is wel openbaar vervoer met bussen. Toeristen kunnen hun fiets meenemen naar het eiland of ter plaatse een fiets huren. Een bezoek heeft dus niet alleen een hoge belevingswaarde (een boottocht, fietsverhuur, het unieke autoluwe karakter van het eiland...), het tast ook de natuur- en landschapswaarde niet aan. Natuurbescherming is dan een hefboom voor een unieke bezoekersbeleving.

#### Wegwijzer

Toch blijft de auto het meest gebruikte vervoermiddel voor toeristen in het algemeen. Met alle gevolgen van dien: versnippering van het landschap, CO<sub>2</sub>-uitstoot, milieuvuiling, geluidsoverlast, files... Recreatiebestemmingen in de natuur moeten daarom op zoek naar mobiliteitsoplossingen die tegemoetkomen aan de behoeften van hun gasten, maar tegelijk klimaat, milieu en gezondheid niet schaden.

Na voorafgaand onderzoek en overleg met alle betrokken partijen werd in het Waddenzeegebied een 'Wegwijzer voor duurzame mobiliteit' ontwikkeld. De auteurs benadrukken dat de toeristische sector deze uitdaging niet alleen aankan, en dat samenwerking met de kennisdomeinen verkeer en milieu nodig is. Hun voorstellen zijn opgebouwd rond vier onderling verbonden thema's: openbaar vervoer, fietsen, shared mobility en vervoersknooppunten.





## 1. Openbaar vervoer

Het openbaar vervoer moet versterkt worden. Belangrijke focus: het **overbruggen van 'the last mile'**, bijvoorbeeld van het station naar een verblijfplaats of bezienswaardigheid. Vaak geeft die last mile de doorslag als gasten moeten kiezen tussen auto of openbaar vervoer. Als je hun een kwaliteitsvolle oplossing kan aanbieden, maak je je bestemming dus aantrekkelijker en tegelijk klimaatvriendelijker. Het Waddengebied kiest voor een stapsgewijze aanpak: het bestaande aanbod (hotelshuttles, hubtaxi's, deelmobiliteit...) wordt eerst geïnventariseerd en vervolgens gebundeld tot een Waddenshuttle: een gezamenlijke last mile-service.

## 2. Fietsen op de bus

Als gasten hun fiets kunnen meenemen op de bus, breidt hun radius aanzienlijk uit. Zeker in een weids landschap als het Waddenzeegebied is dat een groot voordeel. Reguliere bussen hebben vaak echter geen ruimte voor fietsen. De 'Wegwijzer' schuift daarom het idee van de fietsbus naar voren: een bus met een aanhanger voor fietsen. Voorstel is te starten met een proefproject langs een populair traject tussen het Duitse Norddeich en Harlesiel.

## 3. Shared mobility

Shared mobility houdt in dat je vervoersmiddelen zoals auto's, fietsen of steps deelt met andere gebruikers. Een goed aanbod kan toeristen overhalen om hun auto thuis te laten – zeker op bestemmingen waar het openbaarvervoeraanbod beperkt is. De 'Wegwijzer' schuift het projectidee Noordzeesharing naar voren. De eerste stap is het samenbrengen van het shared mobility-aanbod op één online portaal. Het einddoel is één overkoepelend mobiliteitssysteem, bijvoorbeeld een routeplanner, dat alle aanbieders op een overzichtelijke manier en onder één naam bundelt.

## 4. Vervoersknooppunten

Vervoersknooppunten of hubs zijn plekken waar je van de ene vorm van mobiliteit kan overstappen op de andere: van het openbaar vervoer op een huurfiets of een deelauto, bijvoorbeeld. Hubs kunnen ook belangrijke startpunten van wandelroutes vormen. De 'Wegwijzer' stelt Waddenstations voor: tijdelijke proefstations die, als ze succesvol zijn, tot permanente hubs worden ontwikkeld.



## Samenwerking met ondernemers vanuit een gezamenlijke bestemmingsmarketing (project 'PROWAD Link')



Het project PROWAD Link (2018-2022, 'Protect & Prosper: Benefits through linking

sustainable growth with nature protection') brengt in beeld hoe natuurbehoud de basis kan zijn voor een duurzame vermarkting van de regio. Proefregio's zijn enkele waardevolle natuurgebieden aan de Noordzee: Geiranger Fjord (Noorwegen), Wash & North Norfolk Coast (UK) en de Waddenzee. PROWAD Link richt zich tot kmo's.

PROWAD Link bouwt voort op de NBBC of Nature-Business-Benefit-Cycle. Centraal daarin staat een natuurmerk – het uitspelen van de streek als merk met een eigen identiteit. Hoe meer ondernemers zich engageren voor dat merk, hoe meer economische voordelen ze ondervinden, en hoe meer ze zelf ook bijdragen aan natuurbescherming.

Het project onderzocht vier belangrijke stappen die nodig zijn om tot een succesvolle NBBC te komen, en bracht in kaart hoe de projectgebieden elk van die stappen verder kunnen optimaliseren.

### 1. Hoe actiever je een merk of hoe maak je het bekender?

Om het merk 'Waddenzee Werelderfgoed' nog sterker te laten leven, ontwikkelde PROWAD Link een online brandingtoolbox. Die onderscheidt drie niveaus van betrokkenheid: 1) de 'supporter', die het verhaal van de Waddenzee wil delen en vertellen, 2) de 'partner', die de merknaam mee uitdraagt, 3) de 'ambassadeur', die actief samenwerkt aan de duurzame ontwikkeling van de Waddenzee.





Via verschillende praktijkvoorbeelden toont de toolbox de meerwaarde van de verschillende rollen. Hoe sterker je betrokkenheid als ondernemer, hoe meer voordelen je krijgt. Zo wordt van de 'partners' verwacht dat ze actief het verhaal van een duurzame Waddenzee mee uitdragen. In ruil kunnen ze gebruikmaken van communicatiemateriaal (beelden, kant-en-klare content...), krijgen ze ondersteuning via educatieve programma's, en kunnen ze (onder voorwaarden) het merklogo gebruiken in de branding van hun eigen onderneming. Ambassadeurs krijgen een uitgebreide ondersteuning op maat. In een samenwerkingsovereenkomst wordt vastgelegd wat de wederzijdse intenties, voordelen en voorwaarden zijn.

## 2. Hoe versterk je de merkbetrokkenheid?

Verschiede partners werken samen als 'ambassadeur' en ondertekenen een MoU ('Memorandum of Understanding'). Dat document is bedoeld om een geïntegreerd, strategisch partnerschap tot stand te brengen met uiteenlopende belanghebbenden - zowel overheden, middenveld als private ondernemers. Het MoU, dat nu toe is ondertekend door 36 partijen, legt een aantal gezamenlijke doelstellingen vast. De ambassadeurs van het partnerschap engageren zich om die doelstellingen binnen hun eigen werking mee waar te maken.

### GEZAMENLIJKE DOELSTELLINGEN VAN DE AMBASSADEURS:



- bijdragen aan de bescherming van en het stimuleren van uitwisseling over het natuurbeheer van het Werelderfgoed
- de internationale samenwerking verbeteren
- het merk Waddenzee Werelderfgoed activeren
- voorlichten en verspreiden wat het merk Werelderfgoed Waddenzee inhoudt
- duurzaam toerisme ontwikkelen en ondersteunen
- bijdragen aan de regionale duurzame ontwikkeling van het gehele Waddengebied
- onderzoek en monitoring stimuleren om kennis te verwerven voor het gebiedsbeheer van het Waddengebied
- culturele identiteit en erfgoedwaarden integreren in het beheer van het Waddengebied.

## 1. Wat zijn de kansen en uitdagingen voor duurzaam ondernemerschap?

WWF ontwikkelde in samenwerking met NIT (Institut für Tourismus- und Bäderforschung) de Waddenzeetoerism radar, een set van 50 indicatoren die rekening houden met de impact van toerisme op 'planet, people, profit'. Experts en ervaringsdeskundigen op het terrein zorgen voor een inschatting van de indicatoren.

Voor een concreet project kunnen de indicatoren worden uitgediept via de verschillende vragen van de radar. De radar vormt dus vooral een kader en een methodiek om met alle partijen in gesprek te gaan, tot een gezamenlijke visie te komen en passende maatregelen vast te leggen. Dat vraagt tijd (selecteren van deelnemers, organiseren van workshops...), maar anderzijds stimuleert de radar ook het gesprek, en vormt hij een objectieve tool om verschillende visies in kaart te brengen en er vervolgens mee aan de slag te gaan. Via de bronnenlijst aan het eind van dit hoofdstuk verneem je er meer over.



## 2. Hoe creëer je innovatieve vormen van landschapsbeleving?

PROWAD Link zette in op co-creatie met ondernemers en andere stakeholders om toeristische producten te ontwikkelen. Zo kwam er een **haalbaarheidsstudie voor de ontwikkeling van een transnationale 'Waddenzee erfgoedroute'**, een **videocampagne 'You're a guest, this is where I live'** en een **pakket rond mindfulness**. Dat neemt de positieve impact van natuur op de gezondheid als uitgangspunt en werd ontwikkeld in samenwerking met yogacoaches en toeristische organisaties.

### KANSEN IN VLAANDEREN

Deze Waddenzeeprojecten tonen dat een constructieve samenwerking tussen natuur en toerisme en tussen overheid en ondernemers grote kansen biedt. Voorwaarde is een gezamenlijk en positief verhaal en een aanpak zoals de Nature-Business-Benefit-Cycle. De focus ligt op het bewaken van een gezond evenwicht, zodat natuur en kwaliteitsvolle beleving elkaar kunnen blijven versterken.

Een ondertekend charter (zoals het Memorandum of Understanding) is een goed middel om ambities en engagementen vast te leggen. Een dergelijke strategie is zeker voor de Nationale Parken en de Landschapsparken in Vlaanderen relevant. Ze wordt ook al deels toegepast, denk bijvoorbeeld aan de 'gastheren van Bosland' en het Nationaal Park Hoge Kempen als merk voor toerisme.

De verdere ontwikkeling van **duurzame mobiliteit** is een belangrijke strategie om natuurbeleving te verduurzamen. **Resoluut alternatieven voor de auto durven kiezen** maakt daar deel van uit. In Vlaanderen is dat nog voor een groot deel onontgonnen terrein. Het vraagt om een creatieve en sectoroverschrijdende aanpak op maat van het gebied. Een goed denkspoor is transport mee te betrekken in de beleving (via bijvoorbeeld transport over water, deelfietssystemen, fietsbus...). Dat maakt de bezoekerservaring interessanter en unieker, en kan mensen tegelijk motiveren om de auto thuis te laten. Het aanbod moet dan natuurlijk ook wel dekkend zijn.

## BRONNEN

- [De Waddenagenda](#) en [het eindrapport](#)
- [Duurzame mobiliteit in het Waddengebied](#)
- [Samenvattend eindrapport](#) van PROWAD
- [De Waddenzee binnen het PROWAD Interreg-project](#)
- [De Waddenzee-toerism radar](#)





# DRAAGKRACHTBEREKENING VOOR EEN DUURZAAM BEZOEKERSMANAGEMENT IN TRIGLAV NATIONAL PARK

Het Triglav National Park, een waardevol natuurgebied in Slovenië, kampt met zeer hoge bezoekersaantallen. Het zet draagkrachtberekening in om tot een meer duurzaam bezoekersmanagement te komen. De overheid neemt ook maatregelen om op de juiste manier met deze uitdaging om te gaan.

## CONTEXT

Triglav National Park is één van de oudste nationale parken van Europa. Het heeft een oppervlakte van 880 km<sup>2</sup> en ligt in het noordwesten van Slovenië. Het landschap is erg afwisselend: van groene valleien tot naaldbossen, van kristalheldere rivieren tot grillige bergtoppen. Het park ligt in de Julische Alpen en is genoemd naar de 2.864 meter hoge Triglav, de hoogste berg van Slovenië. Het heeft ook een rijke flora en fauna, met onder meer alpensteenbokken, lynxen en beren. Natuurlijkhebbers kunnen er wandelen, mountainbiken, klimmen, raften en de vele mooie plekken bezoeken - kloven, meren, watervallen.... Een enquête uit 2016 toonde aan dat bezoekers vooral komen voor de prachtige landschappen, de natuur, de rust en de stilte. Verschillende organisaties en operatoren bieden activiteiten aan om de unieke natuur en het landschap te ontdekken.

## DRAAGKRACHT EN DRUK

Het Nationaal Park moet een snel stijgend aantal toeristen opvangen. Die grote toename, vooral de laatste 10 jaar, kunnen we afleiden uit allerlei cijfers: overnachtingen, aankomsten, dagbezoekers in berghutten, verkeersdata, toltickets, reddingsacties... Ongeveer een vierde van het aantal bedden in de Julische Alpen bevindt zich in het Triglav National Park, wat enorm veel is. Volgens een enquête uit 2018 vond 71% van de mensen die de Triglav opgingen de beklimming te druk. Hoewel natuurbescherming, behoud van landschapskwaliteit en lokale identiteit primaire doelstellingen zijn van het Nationaal Park, en hoewel er maatregelen zijn getroffen om de natuur en het landschap te beschermen, staat het gebied onder sterke druk.

**De Vintgarkloof**, één van de meest bezochte plekken van het park, is een sprekend voorbeeld. Van 77.000 bezoekers in 2011 ging het naar 220.000 in 2016 en naar meer dan 400.000 in 2019 - een vervijfvoudiging in nog geen 10 jaar tijd. Die sterke stijging heeft negatieve effecten.





### IMPACT OP SOORTEN, HABITATS EN NATUURWAARDEN:

- Achteruitgang van aquatische ecosystemen: minder vis in meren nabij berghutten, bacteriën in veel bronnen, een aanzienlijk toegenomen drinkwaterconsumptie, problemen inzake afvalwaterzuivering (van onder meer berghutten, verspreid gelegen dorpen, campings langs de rivier de Soča en overbelasting van waterzuiveringsinstallaties), achteruitgang van waterecosystemen door recreatieve activiteiten in en rond het water...
- Achteruitgang van soorten en populaties. Er is bijvoorbeeld een aanzienlijke daling van het aantal gemzen in de hele Alpenboog.
- Toenemende druk op de habitats van heel wat soorten en toenemende druk op stille gebieden, te wijten aan activiteiten zoals toerskiën en gemotoriseerde overvluchten van het park.
- Het toenemend verkeer verstoort fauna en flora.
- De drukstbezochte delen van het park hebben te lijden onder erosie, zwerfvuil en overmatige ontwikkeling van toeristische infrastructuur.
- Met het aantal bezoekers stijgt ook het risico op introductie van niet-inheemse soorten.



### IMPACT OP BELEVING:

- In de Vintgarkloof zijn vangnetten gehangen om volledige veiligheid te garanderen. Dat verstoort de beleving
- Er zijn altijd andere bezoekers vlakbij. Die drukte belemmert de natuurbeleving
- Het stijgende aantal bezoekers zorgt voor een tekort aan voorzieningen en infrastructuur. Dat leidt ook tot bijvoorbeeld illegaal kamperen.

### IMPACT OP DE MOBILITEIT:

Hoge verkeersdruk bij toegangspunten, overbelaste lokale wegen en files zorgen voor ontevredenheid bij bezoekers, parkbeheerders en lokale gemeenschappen. De overlast is het grootst op enkele hotspots waar de parkeerinfrastructuur de grote toevloed aan wagens niet aankan, en waar ook openbaar vervoer geen alternatief kan bieden. Dat leidt onder meer tot wildparkeren.

De taak van het Nationaal Park bestaat erin om recreatie en toeristische beleving mogelijk te maken zonder dat die de **natuur schaden of in conflict komen met andere doelstellingen van het park (natuurbehoud en -ontwikkeling)**. De enorme groei van het aantal toeristen deed de vraag rijzen **hoeveel bezoekers het gebied aankan en welke activiteiten plaats kunnen vinden zonder de natuur aan te tasten**. Om dat in beeld te brengen, gingen de parkbeheerders over tot een **draagkrachtberekening**.







## STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING

### Draagkrachtberekening voor een duurzamer bezoekersmanagement



De Triglav National Park Act bepaalt dat het Nationaal Park “het recht en de plicht heeft om de toegang tot natuurlijke rijkdommen en natuurwaarden te beperken, wanneer het bezoeken of bezichtigen ervan leidt tot een bedreiging van de natuurwaarden, planten en dieren en hun habitats, de landschaps- en erfgoedwaarden”. Het parkbeheer kan dus zelf het aantal bezoekers beperken op bepaalde plekken en/of in bepaalde periodes. Het moet dat doen op basis van een gefundeerde inschatting.

Omdat het overtoerisme het extreemst was in de Vintgarkloof, werd beslist om daar een draagkrachtberekening te maken, met als doel het bezoekersmanagement te optimaliseren.

1

#### DE FYSIEKE DRAAGKRACHT (physical carrying capacity, PCC):

het theoretisch maximum, gebaseerd op de minimale ruimte die een bezoeker inneemt. Dat wordt bepaald door de ruimte per bezoeker, de lengte van het pad dat door de kloof loopt, en het aantal bezoeken per dag.

2

#### DE ECHTE DRAAGKRACHT (real carrying capacity, RCC):

Opnieuw het theoretisch maximum, maar verminderd met criteria die veiligheid, natuur en sociale factoren in aanmerking nemen. Voor de Vintgarkloof zijn dat bijvoorbeeld weersomstandigheden, risico op vallende stenen, verstoring van vogels en oevervegetatie (beperking van de bezoeken), beleving, relatie tussen bezoekers onderling, relatie tussen bezoekers en lokale gemeenschap...

3

#### DE EFFECTIEVE DRAAGKRACHT (effective carrying capacity, ECC):

het aantal bezoekers dat op duurzame wijze beheerd kan worden door het parkmanagement, rekening houdend met randvoorwaarden zoals beschikbaar personeel, transportmogelijkheden, parkeerplaatsen, toiletvoorziening. ... Als er op dit vlak nog belangrijke beperkende factoren zijn, gaat de draagkracht nog verder naar beneden.

Een vergelijking tussen de theoretische draagkrachtberekeningen en het reële aantal bezoekers in de kloof maakte meteen objectief en helder duidelijk dat de toegang tot de kloof beperkt moest worden.





In april 2023 legde een overheidsbesluit de limiet op het aantal bezoekers wettelijk vast. De ingreep heeft als doel bij te dragen tot een duurzamer natuurbeheer én een aangenamere bezoekersbeleving. Concreet kozen de parkbeheerders voor een **betaalend systeem**. Enquêtes voor en na de invoering tonen alvast aan dat de bezoekersbeleving er sterk op is vooruitgegaan. Ook voor andere kwetsbare locaties in het park (bijvoorbeeld canyoning in Fratarica en de beklimming van de Triglav) werd een draagkrachtberekening uitgevoerd om het bezoekersbeheer bij te sturen.



## RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

Een draagkrachtberekening zoals die van de Vintgarkloof is enkel toepasbaar in afgebakende gebieden met een duidelijke in- en uitgang, waar bezoekers langs een uitgestippeld traject wandelen en waar controle mogelijk is. In de vrij toegankelijke delen van het park heb je andere technieken nodig om de bezoekersdruk in beeld te brengen. Er zijn bijvoorbeeld zowat 60 digitale telsystemen die op specifieke locaties het aantal wandelaars, motorvoertuigen en fietsers meten. Bedoeling is op termijn een druktebarometer te ontwikkelen. Bezoekers kunnen dan in real time volgen welke plekken het drukst zijn, en eventueel beslissen om die te mijden.

De resultaten van de draagkrachtberekening staan niet op zichzelf. Ze zijn de eerste stap in een breder participatieproces. Om het aantal bezoekers per dag concreet vast te leggen, was afstemming nodig met veel verschillende partijen: de manager van de kloof, het ministerie van natuurlijke hulpbronnen en ruimte, de regionale en nationale toeristische sector... De nieuwe regelgeving vroeg ook om concrete ingrepen: introductie van eenrichtingsverkeer, ontwikkeling van een reservatiesysteem, ticketverkoop, herevaluatie van parkeer- en mobiliteitsbeleid, onder de loep nemen en bijsturen van infrastructuur (toegangspoorten, bruggen, veiligheidsnetten...).

De sterke groei van het toerisme in het Nationaal Park is de beheerders als het ware 'overkomen'. Ze waren vooral bezig met natuurbeheer en niet met recreatie. De exploderende bezoekersaantallen verplichtten hen echter om op korte termijn data te verzamelen, zich anders te organiseren en in te grijpen waar nodig. Bijsturen was ook niet evident, want bezoekersdruk op één locatie aanpakken kan bijvoorbeeld leiden tot een verschuiving van het probleem.

Van essentieel belang is een goede communicatie en een goede samenwerking tussen het park en de toeristische actoren. Alle partijen moeten het nut en het belang van de maatregel begrijpen en als een meerwaarde zien - niet als een beperking. Als ze een gezamenlijke, heldere boodschap over natuur- en landschapsbehoud brengen, zullen ook de toeristen die snel oppikken.





## KANSEN IN VLAANDEREN

Gelet op de schaarse natuur en de toenemende vraag naar outdoorrecreatie is een doordacht bezoekersmanagement ook voor Vlaanderen een belangrijk thema. De aanpak van Triglav National Park kan daar inspiratie voor bieden.

### Enkele voorbeelden:

- gecontroleerde toegang in kwetsbare gebieden
- verkeer beperken in de kern van het gebied
- bundelen van bezoekersstromen in de randen via een weloverwogen locatie van onthaalpoorten
- zones (al dan niet tijdelijk) ontoegankelijk maken
- een mobiliteitsbeleid uitwerken.

Ook de datagerichte aanpak van Triglav biedt interessante aanknopingspunten voor Vlaanderen: inzetten op onderzoek en monitoring, en nieuwe tools ontwikkelen die het beheer ondersteunen ('meten is weten'). Concrete cijfers bieden ook een objectieve basis om een (mogelijk) probleem in te schatten, het gesprek aan te gaan met de betrokken partijen en te onderzoeken welke maatregelen kunnen werken en welke niet.

Een druktebarometer kan bijvoorbeeld een nuttig instrument zijn om bezoekers te ontmoedigen op piekmomenten. Het Nationaal Park Hoge Kempen onderzoekt momenteel de mogelijkheden, via de verdere ontwikkeling van het tellernetwerk aan de onthaalpoorten.

## BRONNEN

- Presentation at ECST Network meeting 2023: 'Carrying capacity and implementation challenges in Vintgar Gorge, a highly visited area', Aleš Zdešar, Triglav National Park Public Institute, Slovenia
- website van Triglav National Park: <https://www.tnp.si/en/>
- gesprek met Aleš Zdešar (medewerker van het openbaar instituut van Triglav National Park, afdeling ruimte)





## HET HALLERBOS: HYACINTENPRACHT OF OVERTOERISME?

Een paar weken per jaar, als de hyacinten bloeien, komen toeristen uit de hele wereld afgezakt naar het Hallerbos. Om die toeristenstroom in goede banen te leiden is niet alleen een goed bezoekersmanagement nodig, maar ook samenwerking met andere betrokken partijen en sensibilisering van het grote publiek.

### CONTEXT

Het Hallerbos is een overblijfsel van een gigantisch oerbos, dat zich in de Romeinse tijd uitstreckte van de Rijn en Moezel tot de Noordzee. Vandaag is het een natuurreservaat. Het beslaat 620 hectare, waarvan ongeveer 570 hectare in Vlaanderen en 50 hectare in Wallonië.

Het Hallerbos biedt een kwaliteitsvol recreatieaanbod voor zowat iedereen. Er is een dicht wandelpadennetwerk, een exclusieve route voor ruiters (8,5 km), een wandelpad dat toegankelijk is voor mensen met een beperkte mobiliteit, enkele mountainbikepaden, grote hondenloopzones, speelzones... Het waardevolle landschap, de mammoetbomen (*Sequoiadendron giganteum*) en het bosmuseum trekken het hele jaar door bezoekers, maar het prachtige paarse tapijt van wilde boshyacinten

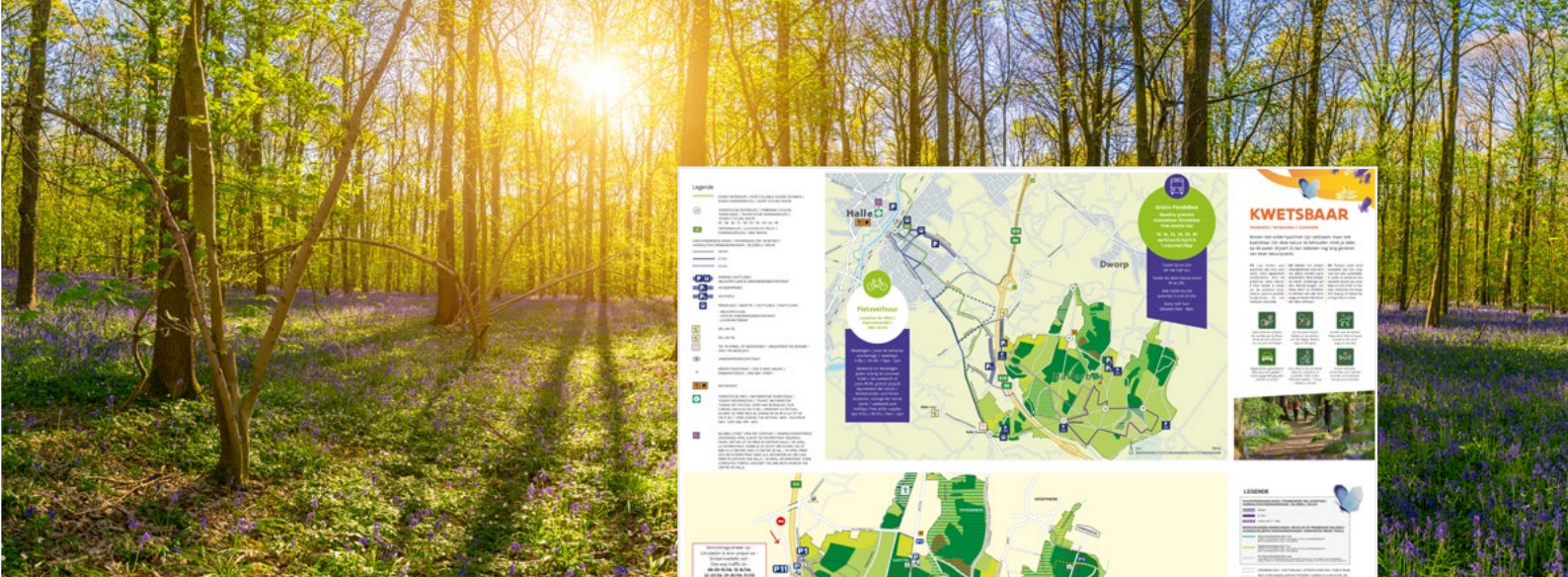
zorgt rond midden april voor een absolute piek. Sociale media hebben die fotogenieke bloei nog populairder gemaakt. De vraag is: hoe leid je die grote groep bezoekers in goede banen?

### DRAAGKRACHT EN DRUK

Het Hallerbos is een oud en dus zeer waardevol bos, met een gevarieerde flora. Het reliëf, het zuivere, kalkrijke grondwater en de variatie aan bodemtypes zorgen voor een grote diversiteit aan leefgebieden en soorten op een relatief beperkte oppervlakte: kalkmoeras, heide, rijk beukenbos en minder voedselrijke bostypes.

Op twee plaatsen in het bos staan tellers opgesteld. Op piekdagen meten die 7000 bezoekers per dag. Over de hele bloeiperiode ligt het geschatte aantal rond de 60.000 bezoekers. De bosbeheerders nemen maat-





regelen om de impact van die vele toeristen op de kwetsbare natuur te beperken. Op de paden blijven is bijvoorbeeld een heel belangrijke regel, maar die wordt helaas niet door iedereen gerespecteerd. Ook al gaat het maar om een zeer klein percentage van de bezoekers, in absolute aantallen zijn dat veel mensen. En die veroorzaken inderdaad een verminderde hyacinten-

groei het jaar nadien. Dat effect is duidelijk merkbaar op populaire fotolocaties of op plaatsen waar 'olifantenpaadjes' ontstaan. Dat fenomeen is overigens niet alleen in het Hallerbos merkbaar: in heel Vlaanderen verdwijnt er voorjaarsflora in bossen als gevolg van overmatige recreatie.

## STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING

### Aangepast bezoekersmanagement tijdens de bloeiperiode



Tijdens de hyacintenbloei nemen de bosbeheerders maatregelen om de bezoekersstroom richting bos in goede banen te leiden, en de bezoekers binnen het gebied op de paden te houden.

- Verschillende parkings worden afgesloten om de mensen toe te leiden naar een beperkt aantal toegangspunten.
- Om de parkeerdruk te beperken rijden er pendelbussen tussen Halle-centrum en het bos en is er een aanbod van gratis huurfietsen.
- In het bos worden tijdelijk touwen gespannen: een psychologische barrière die de bezoekers moet stimuleren om op de paden te blijven.
- Uitgestippelde wandelingen brengen de bezoekers langs mooie stukken van het bos, maar ontzien tegelijkertijd ook waardevolle stukken.



## Samenwerken en vrijwilligers betrekken



Voor de praktische organisatie, logistieke ondersteuning, de mobiliteitsmaatregelen en tijdelijke herinrichting van het bos, werkt het Agentschap voor Natuur en Bos nauw samen met andere partners: de stad Halle, de politie, De Lijn en een vijftigtal vrijwilligers. Die zijn heel belangrijk tijdens het bloeiseizoen. Ze helpen mee aan de voorbereidingen, houden mee een oogje in het zeil, wijzen de mensen de weg...

## Sensibiliseren en informeren



De hyacintenbloei maakt van het Hallerbos een 'uithangbord' van de natuur, een uitgelezen plek om mensen bewust te maken van het belang van natuurbehoud en natuurbescherming – in het algemeen, maar ook voor het Hallerbos zelf. Het creëert een draagvlak voor toekomstplannen, bijvoorbeeld om het bos opnieuw te verbinden met het Zoniënwoud, waar het ooit deel van uitmaakte.

Tijdens het hyacintenfestival worden bezoekers op allerlei manieren geïnformeerd en gesensibiliseerd:

- Bezoekers vinden alle informatie over een bezoek aan het Hallerbos op de [website](#) en in een folder. Zo kunnen ze hun trip voorbereiden, maar krijgen ze tegelijk ook informatie over het kwetsbare bos en waarom het belangrijk is om op de paden te blijven.
- Aan de ingangen staan grote infoborden die het belang van het natuurbehoud in Hallerbos benadrukken.
- Tijdens het hyacintenfestival is het Hallerbos een populaire bestemming voor fotografen. Commerciële of professionele fotoshoots of filmopnames zijn in die periode echter niet toegestaan. Er is immers al genoeg drukte in het bos, en de beheerders willen ook voorkomen dat één ingewilligde aanvraag een domino-effect teweegbrengt.

## Andere bossen met lentebloei in de kijker



De communicatie rond het hyacintenfestival zet ook andere bossen met lentebloei in de kijker. Zo wordt de druk gespreid over meerdere bossen en over een langere periode, want niet alle voorjaarsbloeiers staan tegelijk in bloem. Vraag is of dat de beste strategie is. Het Hallerbos heeft de faciliteiten, mensen en partners om de bezoekersstroom in goede banen te leiden. Op andere plekken is dat misschien minder het geval. Het is mogelijk dat je zo nieuwe problemen creëert. Spreiden werkt als je een evenwaardige beleving kan aanbieden op minder verstoringgevoelige locaties, zodat er geen ongewenste neveneffecten ontstaan.







## RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

De maatregelen die de beheerders van Hallerbos nemen, zijn nodig en hebben zeker effect. Maar toch is er bij momenten te veel druk op het bos en staan de parkings overvol. Zo'n toestroom managen vraagt een immense inspanning en de inzet van een grote groep mensen. Ter illustratie: het duurt zes dagen om de 22 kilometer touw te spannen. De vergaderingen en werkgroepen voor de organisatie beginnen ongeveer een half jaar op voorhand. Veel tijd en werk dus, om uiteindelijk vooral de impact op de natuur te milderen, niet om ze helemaal weg te nemen.

Het exacte tijdstip van de bloei hangt af van de voorjaartemperaturen. Je kan het opvolgen op [hallerbos.be](http://hallerbos.be). Het doel daarvan is de boswachters te ontlasten, zodat ze niet om de haverklap telefoontjes zouden moeten opnemen, maar het zorgt mogelijk wel voor extra bezoekers tijdens de hoogdagen van de bloei. Het hyacintenfestival krijgt ook veel aandacht in klassieke media en op social media.

## KANSEN IN VLAANDEREN



Hallerbos biedt inspiratie en aanknopingspunten voor bezoekersmanagement in andere drukbezochte natuur- en bosgebieden in Vlaanderen. De inspanningen rond duurzame mobiliteit (zoals de shuttledienst naar Halle-centrum), de grondige voorbereiding en de sterke organisatie tijdens de piekdagen zijn een mooi voorbeeld van een constructieve samenwerking tussen verschillende partners.

Regelgeving en sensibilisering zorgen mee voor natuurbehoud en een kwaliteitsvolle beleving, maar kunnen een negatieve impact toch niet volledig voorkomen. Kwetsbare landschappen kunnen overwegen om niet alleen hun bezoekers duidelijk te informeren, maar de regels ook strikt te handhaven. Ze kunnen die aanpak combineren met extra maatregelen - op maat van het gebied - om de bezoekersdruk te verminderen.

## BRONNEN

- [www.natuurenbos.be/hallerbos](http://www.natuurenbos.be/hallerbos)
- [www.hallerbos.be](http://www.hallerbos.be)
- [www.natuurenbos.be/hyacintenfestival](http://www.natuurenbos.be/hyacintenfestival)
- case Hallerbos, (p542-545) in Krumm, F.; Schuck, A.; Rigling, A. (eds), 2020: How to balance forestry and biodiversity conservation – A view across Europe. European Forest Institute (EFI); Swiss Federal Institute for Forest, Snow and Landscape Research (WSL), Birmendorf. 644 p
- gesprek met Thomas Boonen, boswachter van Hallerbos





## NATUUR WEER OP DE RAILS IN HET RECREATIEF BIJENLANDSCHAP

Dit project is een voorbeeld van toeristische infrastructuur (in dit geval een fietsroute) die de natuur helpt te versterken. De focus van deze bespreking ligt op de natuurpositieve productontwikkeling en gemeente- en landsgrensoverschrijdende samenwerking.

### CONTEXT

Het historisch spoorwegtracé Bels Lijntje bestaat sinds 1867. Tientallen jaren lang speelde het een belangrijke rol in het persoons- en goederenvervoer tussen Tilburg en Turnhout. Rond 1990 werd het 35 kilometer lange tracé een fietspad dat Tilburg met Turnhout verbindt, via de tussenliggende gemeenten Goirle, Alphen-Chaam, Baarle-Nassau, Baarle-Hertog en Ravels. Tussen 2017 en 2019 werkten de gemeenten, samen met Toerisme Provincie Antwerpen en het Regionaal Landschap Grote en Kleine Nete, een gezamenlijke visie voor het Bels Lijntje uit. Die zet in op 'stroomlijnen' (via uniforme bewegwijzering en meubilair), verbinden (belevingselementen op strategische knooppunten) en versterken (onzichtbaar geworden elementen van het spoorverleden weer zichtbaar maken).

In de gezamenlijke visie werd ook het projectplan van het Bels Lijntje als een 'Bijenlandschap' geïntegreerd. In 2017 had de coöperatie Bels Lijntje

- in samenwerking met Stichting biosfeer, KNNV en Brabants Landschap – het initiatief genomen om van het tracé een zogeheten bijenlandschap te maken. De ambitie was om de biodiversiteitswaarde en dus ook de belevingswaarde te verhogen langs de ecologische corridor van het Bels Lijntje. De visie voor de inrichting en het beheer van het bijenlandschap toonde aan dat over de gehele lengte van het traject de biodiversiteit verhoogd kon worden. Op sommige plaatsen was alleen een aangepast beheer nodig, op andere een min of meer ingrijpende (her) inrichting. Daarnaast zijn een robuuster karakter en een voldoende grote oppervlakte noodzakelijk, door bijvoorbeeld ook aan te takken met bestaande of nieuw te ontwikkelen natuurterreinen langs het tracé. Het Bels Lijntje kan dan fungeren als een ecologische corridor tussen verschillende natuurlijke stapstenen en belangrijke natuurgebieden.

In 2021 nam de gemeente Tilburg vervolgens het initiatief om een haalbaarheidsstudie uit te voeren voor het deel van Bijenlandschap op haar





grondgebied. Daarvoor zette ze een samenwerking op met verschillende stakeholders, onder wie landbouwers, grondeigenaars en omwonenden. De haalbaarheidsstudie richt zich in de eerste plaats op het verhogen van de biodiversiteit, met de wilde bijen als doelsoort, maar streeft daarnaast ook naar een variatie aan landschapsstructuren en naar kwaliteitsvolle recreatie-, sport- en belevingsmogelijkheden (bijvoorbeeld meer afwisseling van open en gesloten landschappen).

De bedoeling is ook rustpunten te integreren, het historisch karakter sterker te benadrukken, en beter aan te sluiten op de recreatie- en sportfuncties rondom het Bels Lijntje. **Het plan is op het moment van schrijven nog niet definitief en de besluitvorming moet nog plaatsvinden.** Maar de gemeente Tilburg heeft alvast wel een goede basis geleverd, die andere gemeenten kunnen gebruiken om deze visie door te trekken naar hun grondgebied. Momenteel worden hiervoor extra middelen gezocht via de subsidieaanvraag voor het EU-Interregproject 'Duurzaam grenstoerisme Noord-Brabant en Kempen'. Het doel is om zo uiteindelijk de Natura2000-gebieden in de regio met elkaar te verbinden: Loonse en Drunense Duinen, Leemkuilen, Regte Heide & Riels Laag en het Turnhouts Vennengebied. **Deze gemeente- en landsgrensoverschrijdende aanpak is nodig om van het Bels Lijntje een robuuste ecologische corridor te maken die waardevolle natuurgebieden met elkaar verbindt.**

## DRAAGKRACHT EN DRUK

De ambitie is dus de natuur te versterken en een ecologische verbindingzone te realiseren langs het fietspad. Die moet robuust genoeg zijn om recreatieve verstoring op te vangen. Als die ambitie gerealiseerd wordt, zal het Bels Lijntje een meerwaarde zijn in het landschap.

Men wil dat doel bereiken door leefomgevingen te versterken voor doelsoorten als wilde bijen, maar ook marterachtigen, dagvlinders, amfibieën en reptielen. Veel ervan zijn 'paraplusoorten': als de verbindingzones geschikt zijn voor hen, dan zijn ze dat ook voor veel andere soorten. De habitatvereisten van de doelsoorten bepalen welke beheers- en inrichtingsmaatregelen er genomen moeten worden: de dieren moeten bijvoorbeeld nestgelegenheden hebben, en genoeg ruimte om te foerageren. Dat kan door middel van maaibeheer, exotenbestrijding of de aanleg van natuurlijke gradiënten in het landschap, bloemrijke akkerranden, struweel, kruidenrijke graslanden, boomkroonbruggen, open water en poelen, zand, dood hout... Daar profiteert niet alleen de natuur van; ook de belevingswaarde voor de recreant vergroot dankzij een grotere variatie in landschappen en de opvulling van hiaten in het recreatief netwerk.



# STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING

## Samenwerking



Het idee van het Bijenlandschap is ontstaan doordat bij een project met een toeristische insteek al heel **vroeg natuur- en landschapsexperts betrokken werden**. Vaak is zo'n samenwerking met verschillende invalshoeken geen evident proces. Het kan heel wat tijd vragen, maar op lange termijn ook veel opleveren.

Bij de Tilburgse haalbaarheidsstudie werd ook een uitgebreide participatie georganiseerd, met onder meer ondernemers, landbouwers, omwonenden en terreineigenaars. Ze wogen mee verschillende scenario's af en bespraken ecologische en recreatieve meer- en minwaarden: bijvoorbeeld het sociaal draagvlak voor bomenkap, te verwachten soortenrijkdom, uitwijkmogelijkheden voor soorten bij recreatieve verstoring, versnippering van grondeigendommen, beheer na inrichting, schaduwvoorziening langs het tracé...

## Natuurpositieve productontwikkeling



Het Bels Lijntje is een voorbeeld van een toeristisch product dat niet enkel inzet op een hoge belevingswaarde, maar ook de landschapsecologie wil versterken. Onderzoek vormt een belangrijk onderdeel van het proces. Als je vanuit een wetenschappelijke insteek vertrekt, kan je objectief keuzes maken en helder toelichten hoe die tot stand zijn gekomen.



## RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

Als je zelf plannen hebt voor de aanleg of verbetering van een fietstracé, kijk dan ook naar het landschap eromheen. Door **connecties** leggen **met de omgeving** kan je de natuurwaarde versterken.

**Samenwerking met veel partners**, over landsgrenzen heen, heeft een duidelijke meerwaarde. Tegelijk is het een **traag proces**. Uiteenlopende visies verzoenen, budgetten vinden, onderzoek uitvoeren, plannen concretiseren... Het vraagt allemaal tijd. Grondeigendom wordt een belangrijke factor bij de realisatie van de ecologische corridor en zal mee bepalen wat mogelijk is en wat niet. Gemeentes die zelf veel grond in eigendom hebben langs het traject, zullen het wat dat betreft makkelijker hebben.

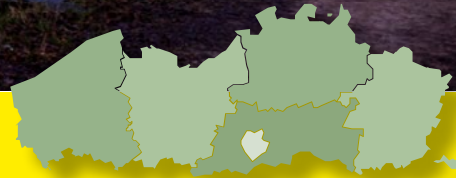
De Tilburgse haalbaarheidsstudie stelt enkele ingrijpende maatregelen voor, zoals omvorming van een aanzienlijk deel van het bosareaal. Voor het welslagen van zo'n project heb je een **breed lokaal draagvlak** nodig. Dat creëer je door **lokale partijen te betrekken** en goed en **helder te communiceren** over het waarom van die ingrijpende maatregelen. Tilburg heeft op dat vlak al belangrijke stappen gezet door grondeigenaren, omwonenden, natuurorganisaties en andere belanghebbenden te laten participeren in de haalbaarheidsstudie.







## KANSEN IN VLAANDEREN



Bij de ontwikkeling van een toeristisch project zoals een fietsroute kijkt men vaak niet verder dan het 'beperken van verstoring of impact'. Er zijn al heel veel oude spoorwegtracés of rivierdijken verhard om recreanten in staat te stellen van het landschap te genieten. Maar dergelijke ingrepen verstoorden vaak ook de relatie tussen rivier en vallei, of vernietigden typerende flora en fauna.

Juist zulke lijnvormige landschapselementen bieden nochtans kansen voor een positief samengaan van

recreatie, landschap, landbouw en natuur. Maar dan moet je wel de relatie met het omliggende landschap voldoende in rekening brengen. Het Bels Lijntje toont dat het mogelijk is om een evenwicht te vinden, en om een toeristisch product te ontwikkelen dat ook de natuur versterkt. Een integrale visie, een doorgedreven samenwerking en een volgehouden inspanning zijn wel noodzakelijke voorwaarden.

## BRONNEN

- Variantenstudie Bels Lijntje - voorkeursvariant. Conceptrapport 2023. Opgemaakt door Eelerwoude (Steerneman, N.; Asbreuk, T.; Floris, E.) in opdracht van gemeente Tilburg.
- Peeters, T. & G. Stoker, 2018. - Bijenlandschap Bels Lijntje, visie op inrichting en beheer. - Uitgave van Coöperatie Bels Lijntje, Stichting Brabants Landschap, Stichting BioSFeer & KNNV-afdeling Tilburg. [www.researchgate.net/publication/335756849\\_Bijenlandschap\\_Bels\\_Lijntje\\_Visie\\_op\\_inrichting\\_en\\_beheer](http://www.researchgate.net/publication/335756849_Bijenlandschap_Bels_Lijntje_Visie_op_inrichting_en_beheer)
- Interview met Eva Geentjens, TPA en Jet Sizoo, gemeente Tilburg





6



## DE CAMPING ALS 'NATUURONTWIKKELTERREIN': MODDERCAMPING LOLOTTE

Camping Lolotte zet in op natuurvriendelijke inrichting en natuurvriendelijk beheer om te komen tot een 'natuurpositief verdienmodel'. Doelgroepgerichte marketing en sensibilisering maken deel uit van de aanpak.

### CONTEXT

Camping Lolotte is een 'natuur- en moddercamping' van ongeveer 10 hectare in de Achterhoek, een streek in de Nederlandse provincie Gelderland. Geen camping met hagen en vastgelegde plekken, maar een organisch landschap met een natuurlijke uitstraling. Het terrein bestond van oudsher deels uit bos, deels uit wei- en akkerland. Een belangrijke doelstelling van de uitbaters is om de natuur op het domein te behouden en te versterken, terwijl ze tegelijk toch ongeveer 150 kampeerplaatsen aanbieden.

De doelgroep bestaat uit gezinnen met jonge kinderen (10 jaar of jonger) die houden van buitenspelen en die op zoek zijn naar een leuke natuurervaring op een rustige camping. Vaak gaat het om stadsmensen.

De basisfilosofie van Aart en Sharon, de eigenaars, is zorg voor de natuur. Ze bieden hun gasten aan waar ze zelf voor staan en wat voor hen zelf juist en goed voelt: respect voor de natuur en voor elkaar.

### DRAAGKRACHT EN DRUK

Camping Lolotte ligt midden in landbouwgebied en vormt een groene stapsteen in het landschap. Als er gasten zijn, is er merkbaar minder fauna. Maar doordat de camping in totaal slechts 10 weken per jaar open is - enkel tijdens schoolvakanties - krijgt de natuur buiten die periodes wel de rust en de ruimte om zich te herstellen. De gasten krijgen ook altijd de vraag om bewust om te gaan met de natuur.

Tussen de goed verspreide kampeerplaatsen geven de eigenaars ook bewust ruimte aan natuurontwikkeling en ze doen ook actief aan natuurbeheer. Daardoor is de impact op de fauna en flora op het terrein positief.



## **STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING**

### **Natuurpositieve bestemmingsontwikkeling via actief natuurbeheer en natuurvriendelijke inrichtingsprincipes**



De eigenaars doen actief aan natuurbeheer: aanplant van bomen, bestrijding van invasieve soorten, stimuleren van inheemse soorten, aanleg van wilde bloemenweides... Dat doen ze zelf, soms in samenwerking met loonwerkers of tuiniers.

De filosofie van camping Lolotte vertaalt zich ook in de inrichting.

- Het aantal kampeerplekken is gedaald van 230 bij de start tot zo-wat 150 nu. De eigenaars proberen niet méér meer omzet te genereren door meer plaatsen te creëren, maar geven juist ruimte terug aan de natuur. Dat betekent ook dat de overblijvende kampeerplaatsen interessanter en aantrekkelijker worden voor de camping-gasten. Daardoor blijven de bezoekers komen en blijft de camping rendabel.
- De camping is minimaal verhard en autoluw. Aart en Sharon hebben recent ook geëxperimenteerd met het volledig autovrij maken van de camping en het weghalen van wegen. Dat bleek echter te moeilijk voor het doelpubliek, gezinnen met jonge kinderen. Bedoeling blijft wel dat de auto enkel tot bij de kampeerplek komt voor laden en lossen bij aankomst en vertrek. Voor ander transport worden bolderkarren gebruikt.
- De camping heeft een speelbos aangelegd met 60 boomstammen. Daar kunnen de kinderen spelen, zodat het echte bos meer rust krijgt.







## Sensibilisering: natuurlijk spelen en natuur beleven



Een belangrijke doelstelling is om kinderen zich al spelend bewust te laten worden van de natuur en de omgeving. Dat gebeurt op verschillende manieren.

- De camping organiseert verschillende natuurbelevingsactiviteiten. De filosofie is 'niet voorkauwen, maar ontdekken' en 'niet vermaken, maar beleven'. Een voorbeeld is 'kriebelbeestjes zoeken in het bos': begeleid door een gids graven de kinderen met een lepel in de bosgrond, op zoek naar diertjes die ondergronds leven. Die activiteit inspireert hen hopelijk om het nadien ook eens in de eigen tuin te doen.
- Het terrein is zo ingericht dat spelen in de natuur overal mogelijk is. Tussen de kampeerveldjes vind je bosjes, bomen om in te klimmen, water om mee te spelen, zand... Er is geen afgebakende speeltuin, maar overal bevinden zich natuurlijke spelelementen die de campinguitbaters zelf ontwikkeld hebben. Ze zijn nooit gericht op een specifiek spelletje, wel op ontdekkend spelen.

## Doelgroepgerichte marketing



Camping Lolotte heeft een heel duidelijke keuze gemaakt voor een eigen filosofie en een heel specifieke doelgroep. In hun communicatie (bijvoorbeeld op de website) maken ze ook heel duidelijk dat ze mikken op jonge gezinnen die op zoek zijn naar natuurbeleving. Zo trekken ze het juiste publiek aan, dat natuur en landschap in ere houdt.





## Durven te experimenteren om te groeien vanuit kwaliteit

Camping Lolotte groeit elk jaar weer een beetje, en zal nooit helemaal af zijn. De groei zit hier niet in oppervlakte of kampeerplaatsen, maar in kwaliteit. Aart en Sharon nemen de plek als uitgangspunt en passen de camping aan op basis van eigen ideeën en leerervaringen. Doel is de natuur te bewaren en te versterken en tegelijkertijd de juiste doelgroep te blijven aanspreken. Het experiment om de camping autovrij te maken, is daar een voorbeeld van. Wanneer een ongewenst 'olifantenpad' ontstaat, zullen ze het ook niet meteen afsluiten, maar onderzoeken waarom het er gekomen is, en hoe ze tot een oplossing kunnen komen die zowel natuur als de gasten ten goede komt.



### RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

Rekening houden met de wensen van de campingbezoekers én met natuurwaarden is een continue zoektocht naar de juiste balans. Veel mensen genieten van de wilde bloemenvelden, maar andere gasten plukken graag de bloemen. Iedereen vindt natuur mooi, maar niet iedereen loopt er graag omheen. Het komt wel maar zelden voor dat gasten de visie van de uitbaters niet helemaal volgen. Ze komen juist naar de camping omdat ze de natuur respecteren en een natuurbeleving willen meemaken.

### KANSEN IN VLAANDEREN

Vlaanderen heeft heel wat campings en vakantieparken in een groene omgeving, maar juist heel weinig verblijven waarin de gasten de natuur beleven zoals op camping Lolotte of Boomhuttendorp Treelodge (zie verder). De concepten zijn helemaal verschillend - camping Lolotte richt zich vooral op gezinnen met jonge kinderen, terwijl Treelodge meer inspeelt op de markt van exclusief overnachten in de natuur - maar de gasten krijgen dezelfde natuurbeleving aangeboden. De vraag naar natuurlogies is er dus

en zal wellicht nog groeien, maar het aanbod in Vlaanderen blijft achter. Toch is er potentieel. Heel wat campings liggen nu al in een aangename, groene omgeving. Er is ook weinig nood aan een hogere capaciteit: uit de Logiesbarometer blijkt de bezettingsgraad zelfs in de zomermaanden gemiddeld nog geen 50% te bedragen. Dat maakt het des te belangrijker om zich van andere campings en logiesvormen te onderscheiden. Bijvoorbeeld door zonder compromissen de natuurkaart te trekken, zoals camping Lolotte.

### BRONNEN

- [www.campinglolotte.nl](http://www.campinglolotte.nl)
- gesprek met de uitbaters, Aart en Sharon van Geijtenbeek
- Logiesbarometer Toerisme Vlaanderen: <https://toerismevlaanderen.be/nl/cijfers/barometers/logiesbarometer>
- Trendrapport Toerisme 2021: <https://toerismevlaanderen.be/nl/cijfers/onderzoek/trends-toerisme-2021>





7

## BOOMHUTTENDORP TREELODGE

In Treelodge, in de Antwerpse gemeente Retie, kan je overnachten in een boomhut in het bos. Dat is geen natuurgebied, maar bebost recreatiegebied. Dit privé-initiatief toont aan hoe natuurbeleving ook buiten de kernnatuurgebieden mogelijk is vanuit een natuurpositief verdienmodel.

### CONTEXT

Treelodge is een boomhuttendorp in de Antwerpse Kempen. Op deze originele locatie, midden in de natuur, kunnen bezoekers in alle comfort tot rust komen, de batterijen opladen en genieten van de omgeving. Overnachtingen zijn het hele jaar mogelijk.

Bram en Karen, de eigenaars, lieten zich inspireren door hun eigen reiservaringen en door wat ze zelf belangrijk vinden: in de natuur zijn en creatief bezig zijn. Behoud van en zorg voor natuur zijn voor hen belangrijke basisprincipes.

Nadat ze de mogelijkheden en de haalbaarheid van hun idee hadden onderzocht, gingen ze op zoek naar een geschikt terrein. In 2017 kochten ze de grond aan. Nadat hun omgevingsvergunning in 2019 was goedgekeurd, kon het project van start gaan. Intussen zijn er 4 boomhutten voor 4, 5 of 6 personen. Ze liggen in bebost recreatiegebied waar een toeristisch verblijf met overnachting is toegestaan, op voorwaarde dat je een goedgekeurde omgevingsvergunning hebt. Voor het onderhoud van zowel boomhutten als bos werken Bram en Karen samen met andere firma's, onder andere via sociale tewerkstelling.



## **DRAAGKRACHT EN DRUK**

De boomhutten liggen in een omgeving van biologisch waardevol én minder waardevol gebied. Er zijn er op dit moment 4, met een maximale bezetting van in totaal 19 bezoekers op het volledige terrein. Daar-

door is de recreatieve druk op het gebied beperkt. De bezoekers gaan over het algemeen ook respectvol om met de omgeving. Bovendien doet Treelodge aan actief natuurbeheer.

---

## **STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING**

### **Actief natuurbeheer op het terrein verhoogt de belevings- en natuurwaarde**



ningen,

schade op korte of lange termijn.

Bij de aankoop van het terrein werd het bestaande loofbos grondig in kaart gebracht. In de plannen werden de boomhutten zoveel mogelijk tussen de bestaande bomen ingetekend, voor een minimale impact op de natuur. De hutten zijn ontworpen als paalwo-

zodat ze nergens rechtstreeks verbonden zijn met de bomen. Zo ondervinden die geen

Bram en Karen zetten ook in op actief natuurbeheer. Zo bestrijden ze exoten en versterken ze zowel de kruid- en struiklaag als de kruinlaag door ieder jaar 1000 tot 1500 bomen en struiken (taxus, hulst, beuk, ...) aan te planten. Elk jaar gaan ze ook met een hoogtewerker door het bos om te snoeien. Sommige delen van het bos laten ze bewust onaangeroerd. Dood hout laten ze liggen, als habitat voor verschillende diersoorten. Ze proberen ook altijd natuurgebaseerde oplossingen te vinden om problemen op het terrein aan te pakken. Zo bestrijden ze de processierups door te zorgen voor voldoende nestgelegenheid voor zijn natuurlijke vijanden: vleermuizen en vogels als pimpelmezen en boomklevers.

Bram en Karen vertrekken van hun eigen kennis over boomverzorging en bosbeheer. Daarnaast werken ze ook met de adviezen van het Agentschap voor Natuur en Bos die zijn opgenomen in de omgevingsvergunning – zo zorgen ze bijvoorbeeld voor openingen in de omheining om de migratie van klein wild mogelijk te maken. Met het oog op de duurzaamheid gebruiken ze zo weinig mogelijk wegwerpmaterialen (geen sponzen maar wasbare vaatdoeken, geen reclamefolders, ...).

### **Doelgroepgerichte marketing**



In de communicatie via de website en op sociale media richt Treelodge zich vooral tot mensen die natuurbeleving graag combineren met comfort en daar ook voor willen betalen. Toen het project van start ging, was het aanbod voor die doelgroep nog zeer beperkt. Er is geen wifi of televisie in de boomhut: Treelodge mikt op bezoekers die echt op zoek zijn naar natuurbeleving en rust. Door zeer doelgroepgericht te communiceren, komen er vooral bezoekers met respect voor natuur en omgeving – vaak koppels, vrienden of gezinnen met kinderen. Luidruchtige groepen zijn zeldzaam.



## RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

Het heeft meer dan 2 jaar gekost om een omgevingsvergunning te verkrijgen. Verschillende partijen moesten hun goedkeuring geven: brandweer, Toerisme Vlaanderen, Agentschap Natuur en Bos, gemeente... Het concept van boomhutten in een bos was toen vrij nieuw, en de regelgeving was vrij beperkt. In combinatie met de grote investeringen die ze toen al gedaan waren, bracht dat veel onzekerheid mee voor de eigenaars.

### Regelgeving rond logies in de natuur

Welke mogelijkheden en voorwaarden er zijn om een logies uit te baten in een natuurlijk landschap, hangt af van de bestemming en van het type logies. Het regelgevend kader is heel uitgebreid, en de mogelijkheden zijn sterk afhankelijk van de context. Dat maakt het voor potentiële uitbaters niet altijd evident om te weten wat wel en niet kan. De belangrijkste principes van het regelgevend kader zijn daarom verduidelijkt in een leidraad van [Departement Omgeving](#) en een [brochure Toerisme Vlaanderen](#).



Als je werkt met de natuur, moet je ook leren omgaan met de seizoenen en wat daar allemaal bij komt kijken: muggenzwermen, processierupsen, vallende eikels in de herfst, stuifmeel in de lente, de effecten van vrieskou op infrastructuur (zoals leidingen tussen grond en boomhut) ... Je moet op zoek naar technische en/of natuurgebaseerde oplossingen, maar sommige dingen moet je ook gewoon accepteren.

Een project zoals dat van Treelodge komt niet vanzelf. Je moet de stap durven zetten en beslissen om het heft in handen te nemen. Het kan alleen een sterk verhaal worden als je het probeert, ook al brengt dat vragen en onzekerheden met zich mee.



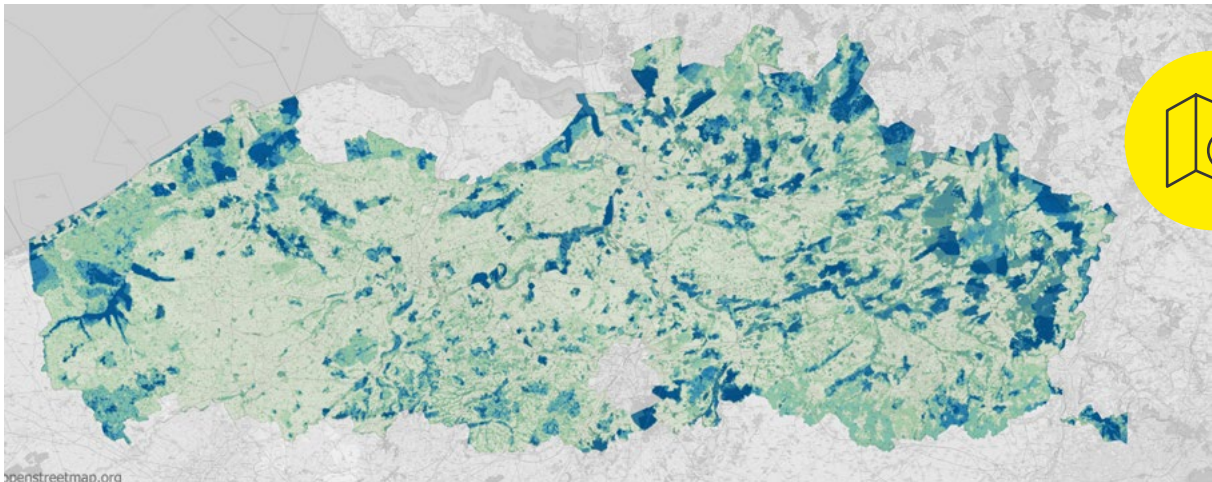
## KANSEN IN VLAANDEREN

### Meer natuurrijke recreatiegebieden

De voorbeelden van Treelodge en camping Lolotte (zie hierboven) tonen aan dat het een meerwaarde kan hebben om gebieden voor verblijfsrecreatie natuurlijker in te richten. Door in te zetten op actief natuurbeheer kan je een specifieke doelgroep aanspreken, en zo een businessmodel uitbouwen dat tegelijk economisch rendabel én duurzaam voor natuur en landschap is. Dat inzicht biedt perspectieven voor meer natuurbeleving in de

recreatiegebieden in Vlaanderen, zoals campings en vakantieparken. Nu al liggen die dikwijls in of nabij waardevolle en belevingsvolle open landschappen met potentie voor een meer natuurlijke en natuurlijke inrichting (zie ook onderstaand kaartje). De voorbeelden tonen aan hoe je als ondernemer zelf concreet aan de slag kan om de natuurkwaliteit op je recreatiedomein te vergroten. Zowel Treelodge als camping Lolotte gaat verder dan 'natuur benutten': ze creëren zelf meer natuur en bieden zo een meerwaarde voor hun bezoekers.

## LANDSCHAPPELIJKE BELEVINGSKAART



### MAXIMALE CAPACITEIT VAN CAMPINGS, CAMPTERRAINEN EN VAKANTIEPARKEN:



### WAARDE:



## BRONNEN

- [www.treelodge.be/nl/](http://www.treelodge.be/nl/)
- gesprek met Karen Van Rompaey van Treelodge
- [omgeving.vlaanderen.be/nl/kleinschalige-duurzame-constructies-ifv-bewoning-en-recreatief-verblijf](http://omgeving.vlaanderen.be/nl/kleinschalige-duurzame-constructies-ifv-bewoning-en-recreatief-verblijf)
- [toerismevlaanderen.be/nl/publicaties/jouw-logies-en-ruimtelijke-ordening](http://toerismevlaanderen.be/nl/publicaties/jouw-logies-en-ruimtelijke-ordening)
- Interview Mia Lammens, Toerisme Vlaanderen



## REWILDING ALS BASIS VOOR EEN NIEUW VERDIENMODEL: KNEPP ESTATE

Dit project is een voorbeeld van toeristische infrastructuur (in dit geval een fietsroute) die de natuur helpt te versterken. De focus van deze bespreking ligt op de natuurpositieve productontwikkeling en gemeente- en landsgrensoverschrijdende samenwerking.

### CONTEXT

Het landgoed Knepp – een kasteel met bijbehorend domein van ongeveer 3500 ha – ligt in het Britse graafschap Sussex en is al meer dan 220 jaar in handen van de familie Burrell. Tot zowat 25 jaar geleden was het, zoals veel landgoederen in particulier bezit, een klassiek landbouwbedrijf, in dit geval met melkvee. Sinds de oorlog was het bedrijf steeds intensiever gaan werken, mede door het Europese beleid om zoveel mogelijk te produceren tegen een zo laag mogelijke prijs.

In 1987 erfden Charlie Burrell en zijn vrouw Isabella Tree het intussen verlieslatende bedrijf van Charlies grootouders. Eerst wilden ze moderniseren, maar de modderige kleigronden bleken niet geschikt voor

intensieve landbouw. Daarom gooiden ze het roer volledig om en gingen ze op zoek naar een nieuwe, meer natuurgerichte aanpak. Ze vonden inspiratie bij Frans Vera, de Nederlandse ecooog die nauw betrokken was bij de natuurontwikkeling in de Oostvaardersplassen. Ze gaven hun project de naam Knepp Wildland.

Charlie en Isabella wilden een functionerend ecosysteem tot stand brengen en de natuur zoveel mogelijk vrijheid geven. Het gebied wordt beheerd door vrij rondlopende dieren, die al grazend een mozaïeklandschap creëren van open plekken, struiken en bosjes. De enige menselijke interventie bestaat erin te waken over het aantal dieren, om over- of onderbegrazing te voorkomen. In 2003 werden de eerste grote grazers geïntroduceerd: oude runder- en paardenras-





sen, varkens, edelherten en damherten. De natuurlijke waterhuishouding werd hersteld, met ruimte voor overstromingen. Al snel werden op het landgoed verschillende diersoorten gespot die al geruime tijd niet meer gezien waren, zoals de tortelduif, de raaf en 13 soorten vleermuizen. Intussen wordt Knepp Estate beschouwd als een rewilding-pionier.

Verschillende initiatieven en activiteiten zorgen ervoor dat het project rendabel is. Zo wordt het vlees van de dieren verkocht. En **natuurgebaseerd toerisme vult het bedrijfsinkomen in belangrijke mate aan**. Allerlei vormen van natuurbeleving zorgen voor extra inkomsten: kampeerplekken met lodges en ruimte voor tenten, wandelpaden, ruiterspaden, de organisatie van safari's en workshops, educatieve wandelingen voor groepen... De rewilding-strategie van Knepp Estate herstelde de economische rendabiliteit van het landbouwbedrijf. En ook **de ecologische waarde is enorm gestegen. Dat bood nieuwe kansen voor de ontwikkeling van tal van natuurbelevingsprojecten**.

## **DRAAGKRACHT EN DRUK**

Het natuurtoerisme in Knepp Estate houdt het rewilding-model mee overeind. De inkomsten ervan komen immers ten goede aan de natuur. Het ecologisch herstel heeft de biodiversiteitswaarde aanzienlijk verhoogd. De verkleining van de veestapel zorgt voor minder vervuiling. En dankzij rivierherstel en meer koolstofopslag in de bodem is het natuurlijke landschap beter gewapend tegen extremere weersomstandigheden.

Voor de lokale gemeenschap en andere geïnteresseerden organiseert Knepp Estate dagen waarop vrijwilligers de soorten in het park helpen monitoren. Dat vergroot de betrokkenheid en de gemeenschapsvorming.



# STRATEGIEËN VOOR DUURZAME NATUURBELEVING

## Natuurinclusief (durven) ondernemen als basis voor succes



Dit project is een particulier initiatief van een koppel ondernemers die de sprong hebben durven maken. De lage prijzen in de landbouw en de slechte gronden dwongen hen op zoek te gaan naar een ander bedrijfsmodel. Dat vonden ze in nieuwe nichemarkten: de verkoop van biologisch vlees én natuurtoerisme. De verwilderde natuur zelf is met andere woorden hun bron van inkomsten. Zo ontwikkelden ze niet enkel een economisch rendabel landbouwbedrijfsmodel, maar tegelijkertijd een efficiënt model voor ecologisch herstel in combinatie met ecotoerisme.

## Rewilding vanuit samenwerking, onderzoek en innovatie



De eigenaars werken samen met een uitgebreid netwerk van natuurorganisaties en onderzoeksinstellingen – een stevige meerwaarde voor een succesvol natuurbeheer. Partners zijn onder meer *Natural England, Environment Agency, Sussex Wildlife Trust, Butterfly Conservation, The Million Ponds Project, Woodland Trust, Forestry Commission, Royal Society for the Protection of Birds, National Trust, Pasture for Life, Game & Wildlife Conservancy Trust, British Trust for Ornithology, de universiteiten van Sussex, Sheffield Hallam, Oxford en Imperial College, Centre of Ecology & Hydrology, Country Landowners Association, National Farmers Union, Forest Enterprise England...*



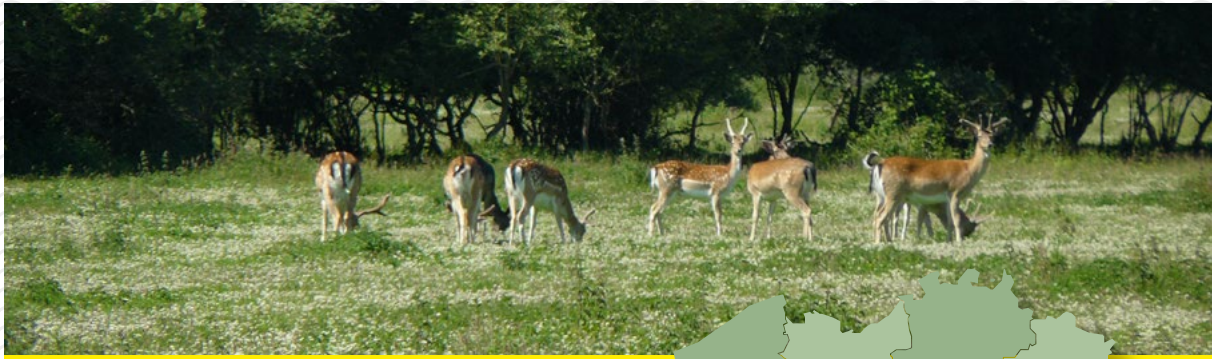
## RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

In de beginjaren kreeg het project kritiek. Naburige boeren beschouwden de aanpak van Knepp Estate als een bedreiging voor de landbouwsector of zagen niet in waarom je land zou laten verwilderen en onkruid niet zou bestrijden. Intussen kan het landgoed echter aantonen dat zijn aanpak werkt. Voedselproductie blijft een hoofdactiviteit, naast het leveren van tal van ecosystemediensten aan de maatschappij, zoals natuurbeleving. Knepp toont aan hoe de combinatie van landbouw, natuur en toerisme juist nieuwe kansen biedt. Dat vraagt wel om kennis, een duidelijke visie en zin voor innovatie en samenwerking.

Knepp heeft uiteenlopende inkomstenbronnen: vleesverkoop, toerisme, verhuur van gebouwen op het domein, en subsidies. Dat vergt een permanente evenwichtsoefening. Subsidies kunnen wegvallen of wijzigen, en de vleesverkoop is sterk afhankelijk van vraag en aanbod. De inkomsten uit ecotoerisme en verhuur zijn dan ook een belangrijke buffer voor als andere inkomsten onverwacht dalen.







## KANSEN IN VLAANDEREN

Dit voorbeeld toont kansen voor natuurbeleving binnen de context van een landbouwbedrijf/landgoed. Door de stap naar **rewilding** te zetten en een **combinatie** te maken **met natuurtoerisme**, hebben de eigenaars een **economisch rendabel bedrijfsmodel** opgebouwd. Het verhaal van Knepp laat zien dat inzetten op natuurversterking in combinatie met natuurbeleving een interessant verdienmodel kan zijn.

Het is niet evident om het begrazingssysteem van Knepp te kopiëren naar Vlaanderen. Om er een succes van te maken, moet het gebied groot genoeg zijn, het terrein voldoende gevarieerd en de tijdsperiode lang genoeg. Door de sterke versnippering van het Vlaamse landschap, zowel fysiek als inzake grondeigendom, is dat bij ons allesbehalve vanzelfsprekend. Maar dat betekent niet dat er in Vlaanderen geen kansen zijn voor meer rewilding, ook op kleinere schaal, gekoppeld aan natuur- en landschapsbeleving. Natuurbeleving op een landbouwbedrijf kan vele vormen aannemen. Het komt erop aan een aanpak op maat te vinden die werkt voor het eigen bedrijf en die voldoende financiële zekerheid biedt.

## BRONNEN

- <https://knepp.co.uk/rewilding/background/> - <https://knepp.co.uk/rewilding/>
- [https://omgeving.vlaanderen.be/sites/default/files/2021-10/GBN3\\_BIJLAGEN\\_Praktijk.pdf](https://omgeving.vlaanderen.be/sites/default/files/2021-10/GBN3_BIJLAGEN_Praktijk.pdf)
- <https://www.youtube.com/watch?v=4cug0KcTnXI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=usCDSulDmdl>
- <https://www.youtube.com/watch?v=2DnLOzdFsEY>
- <https://www.thegoodlifejourney.com/home/takeaways-wilding-isabella-tree>
- <https://www.ark.eu/nieuws/2022/knepp-estate-inspireert-veluwe-rewilding>
- <https://www.rewildingbritain.org.uk/why-rewild/rewilding-success-stories/case-studies/knepp-estate>
- <https://hopevalleyclimateaction.org.uk/visit-to-knepp-rewilded/>
- European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, Durinck, E., Maret, L., Orban, M. et al., Study of “Heritage Houses for Europe” – The first Pan-European study on family-owned heritage houses – Assessing their added value for Europe as well as identifying innovative business models, Publications Office, 2019. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/636172>
- <https://www.samenvoerbiodiversiteit.nl/pdf/successen-en-uitdagingen-van-natuurinclusief-ondernemen.pdf>



## ‘BACK TO BASICS’ IN DE BIVAKZONES

Bivakzones in natuurgebieden richten zich op de natuurliefhebber die op zoek is naar een overnachting te midden van het groen, zonder luxe. De inrichting beperkt zich tot het hoogstnoodzakelijke. De spelregels zijn vastgelegd in een toegankelijkheidsreglement. Via een reservatiesysteem worden bezoekers tot de bivakzones toegelaten. Hieronder focussen we op de bivakzones in het beheer van het Agentschap voor Natuur en Bos.

### CONTEXT

Bivakzones zijn erkende plekken in een natuurdomein waar je gratis kan overnachten, op voorwaarde dat je rekening houdt met enkele spelregels. Die zijn gebaseerd op de Vlaamse regelgeving rond de toegankelijkheid van bossen en natuurreservaten (toegankelijkheidsregelgeving - BVR 5/12/2008). Overnachten in een natuurgebied is in Vlaanderen normaal niet toegestaan, maar in een bivakzone

kan het dus wel. Zulke zones zijn in verschillende natuurgebieden in Vlaanderen te vinden, en een groot deel ervan wordt beheerd door het Agentschap voor Natuur en Bos. Dat hanteert nog iets strengere regels dan die uit het decreet.

De overnachtingsplekken in de bivakzones zijn bestemd voor wie te voet of per fiets onderweg is,

**Voorwaarden voor bivakzones volgens het wettelijk kader (BVR van 5/12/2008)**



“Op bivakzones mogen ten hoogste drie tenten voor samen ten hoogste tien personen geplaatst worden. Elke tent mag ten hoogste 48 uur blijven staan in diezelfde bivakzone. Bivakzones dienen zodanig te zijn ingeplant dat ze niet bereikbaar zijn voor gemotoriseerde voertuigen en dat ze niet gelegen zijn in een straal van één kilometer tot een terrein voor openluchtrecreatieve verblijven.”







en expliciet niet voor automobilisten. Met de wagen tot vlak bij de site rijden en allerlei spullen meebrengen naar de kampeerplek is niet verenigbaar met de filosofie van de bivakzone, en dus niet toegestaan. De zones zijn bedoeld voor een kort verblijf zonder luxe. Soms is er een waterpunt, een schuilplek of een vuurkorf, maar zeker niet altijd. Van de bezoekers wordt verwacht dat ze zich gedragen volgens het

**'leave no trace'-principe** en de natuurlijke omgeving niet verstoren. De doelgroep bestaat dan ook uit echte natuurliefhebbers, rustzoekers of langeafstandswandelaars die willen slapen onder de sterren en zich willen onderdompelen in de nachtelijke natuurgeluiden. Dat zorgt voor een unieke beleving van vrijheid, ontspanning en stilte, heel dicht bij de natuur.

#### **Bivakzones binnen het ruimere aanbod van natuurbeleving van het Agentschap voor Natuur en Bos**



“Naast de bivakzones biedt het Agentschap voor Natuur en Bos ook andere vormen van landschaps- en natuurbeleving aan in de gebieden die het beheert. Enkele voorbeelden: een educatief aanbod in bezoekerscentra, natuurlijk ingerichte speelzones, kunstprojecten in natuurgebieden, ingerichte bezinningsplekken, ingrepen om de natuur toegankelijk te maken voor mensen met een beperking, recreatieve routes die gelinkt zijn met het omliggende landschap (steden, erfgoed sites, andere natuurgebieden...)”

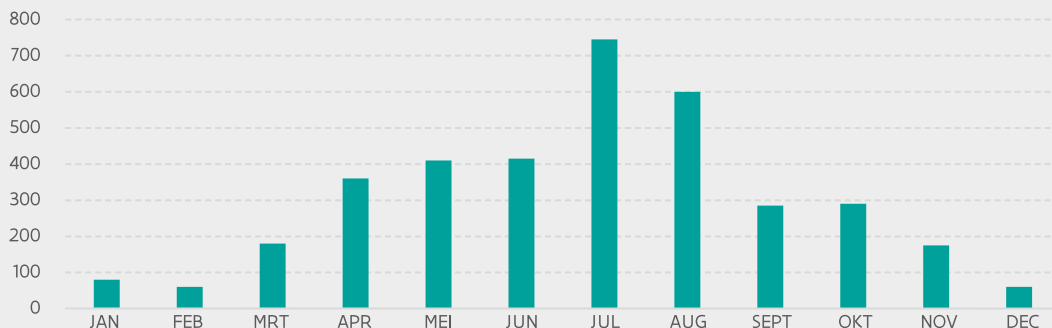


## DRAAGKRACHT EN DRUK

De bivakzones zijn populair, en tegelijk is het aantal overnachtingsplekken er erg beperkt. Om te voorkomen dat de zones overbezet raken – wat de bezoekersbeleving aantast en de omgeving verstoort – werkt het Agentschap voor Natuur en Bos met een reservatiesysteem. Er worden maar heel weinig bezoekers tegelijk toegelaten (maximaal 3 tentplekken en 10 personen voor de volledige bivakzone) en ook het bezoek zelf wordt beperkt in de tijd (maximaal 1 nacht, tussen 18u en 10u de volgende ochtend). De tijdslimiet van 1 nacht per bezoeker zorgt voor een groter verloop op de schaarse bivakzones, zodat meer liefhebbers de kans krijgen op een nachtje in de natuur. Over het algemeen is de negatieve impact op de omgeving (natuur en landschap) dan ook erg klein. Natuurbeschadiging wordt nauwelijks tot niet vastgesteld.

Toch zijn er bezoekers die de regels niet helemaal respecteren, met (geluids)overlast voor de andere bezoekers en meer werk voor de beheerders tot gevolg. Het gaat gelukkig om een beperkte groep, en hun impact weegt niet op tegen de voornamelijk positieve reacties en de maatschappelijke meerwaarde van de bivakzones: kosteloze rust en ontspanning in de natuur. De meerderheid van de bezoekers is wel degelijk respectvol, bewaart de rust en laat de bivakzone zonder sporen achter.

### De bivakzones van ANB in 2022 in cijfers



**7.863**

**BEZOEKERS**

met een gemiddelde van  
**2,1 bezoekers per reservatie**

**20%**

van de bezoekers zijn  
**jonger dan 12 jaar**

**25%**

van de boekingen zijn voor een  
**gezelschap met kinderen.**

**25%**

van de bezoekers zijn  
**buitenlanders,**  
van wie de meerderheid  
**Nederlanders.**

De bivakzones worden het hele jaar door bezocht, met een logische piek in de zomermaanden. Maar ook in de winterperiode zijn er avonturiers die er gebruik van maken.



# STRATEGIEËN VOOR EEN DUURZAME NATUURBELEVING

## Een duurzame inrichting van de bivakzones

### Een weloverwogen locatiekeuze



Een bivakzone heeft in principe niet veel ruimte nodig (3 are). Toch is het niet altijd evident om een geschikte locatie te vinden. Onder meer kwetsbare gebieden en te natte zones zijn niet geschikt. De voorkeur gaat naar plekken in de rand van een natuurgebied, waar de verstoring minimaal is. Tegelijk wil het Agentschap de bezoekers een mooie omgeving aanbieden, liefst ook langs grotere recreatieve assen zoals GR-routes (er zitten veel langeafstandswandelaars bij het doelpubliek). Een plek die goed bereikbaar is met de wagen komt dan weer niet in aanmerking, wat in het sterk door wegen doorsneden Vlaanderen veel locaties uitsluit. Anderzijds moet de zone wél bereikbaar zijn voor onderhoud en voor de hulpdiensten. Een weloverwogen keuze maken is dus niet eenvoudig, maar wel belangrijk om het juiste publiek aan te spreken.

### Sober ingericht

De inrichting van de bivakzones is beperkt tot het hoogstnodige: een grasveldje of vlonders als tentplatform (op vochtiger of hellend terrein), en in de meeste gevallen ook een toilet. Vaak is er ook een vuurkorf met brandhout (om 'stropen' in het bos te vermijden) en een deksel dat afgesloten kan worden bij brandgevaar. Op sommige plekken zijn er palen voor hangmatten, ook al om schade aan bomen te vermijden. Water is er gewoonlijk niet: een pomp installeren is duur, en grondwater oppompen is vaak geen optie. Extra's zoals zitbanken of picknickbanken zijn vrij uitzonderlijk, en in principe ook niet nodig voor de echte trekkers. Ook vuilnisbakken zijn er niet, om het onderhoud van de bivakzones te beperken. Van de bezoekers wordt verwacht dat ze hun afval meenemen.

## Bezoekersmanagement via een reservatiesysteem



Bezoekers moeten op voorhand een plaatsje reserveren: zo weten ze zeker dat ze in de bivakzone van hun voorkeur kunnen overnachten. Tegelijk geeft het reserveringssysteem de beheerder een instrument in handen om niet méér bezoekers toe te laten dan toegestaan. Bovendien kan hij wat elementaire gegevens over de overnachters verzamelen en zo meer te weten komen over zijn publiek en de gebruikintensiteit per bivakzone. Ten slotte polst het systeem bij de bezoekers ook naar hun ervaringen, wat de beheerder dan weer kan gebruiken om de bivakzone te verbeteren.

## Reglement van de bivakzone



De bivakzones hebben duidelijke regels die rekening houden met de wettelijke bepalingen en vertrekken vanuit het **'leave no trace'-principe**. In veel bivakzones staat er in het reglement ook een expliciet verbod op het gebruik van alcohol en drugs, om de rust te bewaken en feestjes te ontmoedigen.

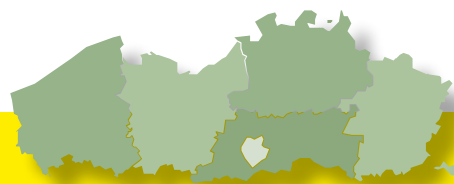




## RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

Niet iedereen staat positief tegenover de bivakzones. Dat heeft te maken met het werk dat nodig is om de zones te onderhouden en te beheren (zorgen voor brandhout, toiletten poetsen...), in combinatie met de kleine minderheid van bezoekers die de regels niet respecteren en bijvoorbeeld feestjes houden of afval achterlaten. Nachtelijk toezicht is moeilijk haalbaar: er wordt gerekend op het respect van de bezoekers.

De bivakzones zijn erg 'basic'. Niet iedereen is daarop voorbereid. Sommige bezoekers gaan bijvoorbeeld bij buurtbewoners aanbellen als ze merken dat er geen water is, wat voor overlast kan zorgen. Bivakzones zonder toilet krijgen soms klachten van bezoekers. Of ze worden vuil achtergelaten, wat dan weer tot frustraties kan leiden bij de beheerders van het terrein.



## KANSEN IN VLAANDEREN

Vlaanderen telt momenteel een beperkt aantal bivakzones waar natuurliefhebbers en trekkers een mooie overnachtingsplek vinden. De logiesdruk wordt er tot een minimum beperkt, en het reservatiesysteem houdt alles goed beheersbaar. Een interessant denkspoor voor de toekomst is om verschillende bivakzones (en eventueel ook andere avontuurlijke/natuurlijke overnachtings- en belevingsplekken) te verknopen tot een netwerk van routes. Door missing links in kaart te brengen, krijg je een volwaardig aanbod

voor de langeafstandswandelaar. Tegelijk kan er onderzocht worden waar en hoe zulke routes landschapsversterkend kunnen werken. Om zo'n aanbod uit te bouwen, is er wel een 'trekker' nodig die de coördinatie op zich neemt. Er is ook nood aan (verdere) samenwerking tussen verschillende partners, zoals het Agentschap voor Natuur en Bos, Toerisme Vlaanderen, de Regionale Landschappen, vzw Grote Routepaden en diverse grondeigenaars en -beheerders (gemeenten, provincies, de Vlaamse Waterweg...).

## BRONNEN

- [www.natuurenbos.be/kamperen](http://www.natuurenbos.be/kamperen)
- [www.bivakzone.be](http://www.bivakzone.be)
- toegankelijkheidsregelgeving: <https://codex.vlaanderen.be/portals/codex/documenten/1017541.html>
- gesprek met Tom Hoebrechts, Agentschap voor Natuur en Bos





## AVONTUURLIJK OP HET WATER: OP ZOEK NAAR EEN BALANS TUSSEN NATUURBELEVING EN -BESCHERMING

In dit hoofdstuk gaan we, als voorbeeld van waterbeleving, dieper in op enkele kajakiniciatieven. Ze brengen het spanningsveld in beeld tussen toeristische ondernemers en landschapsbeheerders, maar tonen vooral ook de kansen op een constructieve samenwerking die bijdraagt tot natuurbehoud.

### CONTEXT

Kajakken brengt het risico op natuurverstoring met zich mee. Tegelijk laat het mensen een band met de natuur ervaren en het landschap op een niet-alledaagse manier ontdekken. Dat kan op zijn beurt leiden tot meer begrip voor het rivierecosysteem en het milieu in het algemeen. Daarnaast kunnen kajakers via opruimacties op het water ook actief bijdragen aan natuurbescherming. We lichten 4 initiatieven toe: *The Outsider*, *GreenKayak*, *New Moon Kajak* en het *Maas Cleanup Pakket*:

- **The Outsider** werd opgericht in 1987, een periode waarin outdooractiviteiten nog zeldzaam waren, zeker in Vlaanderen. De uitvalsbasis was in eerste instantie Comblain-au-Pont, maar het bedrijf groeide snel, en breidde uit naar Nieuwpoort (1997), Oudenaarde (2007) en Aalst (2017). *The Outsider* biedt verschillende outdooractiviteiten aan, waaronder kajaktochten op de Dender, van Aalst tot in Wallonië.
- **GreenKayak** is een milieu-ngo die mensen betreft in de strijd tegen oceanvervuiling. De organisatie biedt gratis kajaks aan waarmee je kan gaan peddelen in rivieren, havens en meren. Er zijn twee voorwaarden: je moet onderweg afval verzamelen en je ervaring delen op sociale media. Daarnaast biedt *Greenkayak* ook (betaalde) begeleide tocht-





ten aan voor groepen, bedrijven, scholen... De ngo is in 2017 ontstaan in Kopenhagen, en is vandaag actief in Denemarken, Noorwegen, Zweden, Finland, Duitsland en Japan.

- **New Moon Kajak** organiseert kajaktochten tijdens springtij. Dan staat het water op zijn hoogst en is er dus geen stroming waar je tegenop moet roeien. Deelnemers kunnen zo'n 33 kilometer varen door de Mechelse regio. Deelname is gratis, en je kan materiaal huren bij de organisatie. New Moon Kajak neemt ook deel aan opruimacties tijdens bijvoorbeeld World Cleanup Day, Paddle Cleanup en Leuven River Upcycling.
- **Het Maas Cleanup Pakket** wordt aangeboden door het RivierPark Maasvallei, in samenwerking met partners. Het bestaat uit een grijpstok, vuilniszak en handschoenen waarmee kajakers en rafters onderweg zwerfvuil kunnen verzamelen. De Maas is een regenrivier, met sterke verschillen in waterpeil. Je ziet er de zwerfvuilproblematiek heel duidelijk na hoge waterstanden: het afval heeft zich dan verzameld op de oevers. Scholen en bedrijven willen doorgaans erg graag bijdragen aan het proper houden van rivieren, en het Maas Cleanup Pakket speelt in op die interesse. Voor bedrijven is het interessant als duurzame teambuildingactiviteit. Scholen kunnen er hun leerlingen inzicht mee geven in milieuproblemen. De actie maakt deel uit van een internationaal project om zwerfvuil aan te pakken:

[www.litterfreeriversandstreams.eu](http://www.litterfreeriversandstreams.eu).

## DRAAGKRACHT EN DRUK

Kajakers kunnen op verschillende manieren een impact hebben op de rivier en haar oevers. Veel hangt af van de kajakers zelf (bijvoorbeeld kleine of grote groepen) en de context van het gebied (smalle of brede waterlopen, waterstand, aanwezigheid van gevoelige soorten, periode...).

Het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek (2023) lijst de verschillende soorten verstoring op:

- verstoring van rust-, stilte- en broedgebieden voor vogels, van paaigebieden van vissen, en van 'uitsluipzones' van libellen. 'Uitsluipen' is een fase in de overgang van larven naar volwassen libellen.
- achterlaten van afval
- schade aan of vernietiging van oevervegetatie
- opwerveling van de waterbodem
- verwijderen van liggende bomen en dood hout, met impact op de stromingsdynamiek. Bomen die zijn omgelegd door bevers worden bijvoorbeeld weleens doorgezaagd om kajakers een vlotte doorgang te bieden.
- onopzettelijke verspreiding van invasieve exoten, bijvoorbeeld doordat zaden van de Japanse duizendknoop aan de kleren van de kajakers blijven plakken.





De impact van kajak- en kanovaart is het grootst bij een laag waterpeil (verstoring van de rivierbodem), als er veel kajakers zijn, en als ze vaak in- en uitstappen, want dat leidt tot een directe vernietiging van biotopen. Bepaalde momenten van het jaar, bijvoorbeeld het broedseizoen, zijn ook gevoeliger voor verstoring. Maatregelen liggen voor de hand: bij te lage waterstanden en in bepaalde periodes kajaks niet toelaten of beperken, het aantal boten per dag limiteren, en duidelijke afspraken maken over in- en uitstapzones.

Extreme overbeving op sommige rivieren, vooral in de Ardennen, heeft geleid tot een vrij strenge regelgeving. Er was een wildgroei van kajakorganisaties en sommige onder hen sprongen weinig respectvol om met de omgeving: ze reden met grote aanhangwagens tot bij de rivier, en lieten veel te veel boten het water in gaan. Gevolg: veel afval en schade aan de omgeving. Om de natuur te beschermen is kajakken nu op veel plekken verboden, zeker wanneer het waterpeil te laag is. Wallonië biedt nu een real-time [overzicht op kaart](#) aan van de plekken waar je kan gaan varen.

---

## **STRATEGIEËN VOOR EEN DUURZAME WATER- EN NATUURBELEVING**

Wie activiteiten op het water wil organiseren, moet met veel partijen rekening houden. De beheerder van de waterloop en het Agentschap voor Natuur en Bos zijn de belangrijkste partners. Aan welke voorwaarden je moet voldoen hangt af van de waterloop zelf en het afsprakenkader, vastgelegd in een overeenkomst of convenant. Als de activiteit (gedeeltelijk) plaatsvindt in kwetsbare natuur, is er een vergunning nodig. Die stipuleert eventueel maatregelen om natuurbehoud te verzekeren.

### **Spreiden in ruimte en tijd: een limiet op het aantal bezoekers**



Voor kajakken, maar ook voor andere outdooractiviteiten, moet het aantal deelnemers altijd goed afgestemd zijn op de draagkracht van het gebied. Daarom beperkt The Outsider het aantal kajakers dat aan een tocht kan deelnemen. Het wil zo de druk op natuur beperken en tegelijk een waardevolle (en niet te drukke) beleving aan kunnen bieden.



## De natuur dichterbij de mensen brengen



The Outsider zet indirect in op sensibilisering en educatie. Tijdens activiteiten leggen de begeleiders bewust de link met de natuur, bijvoorbeeld door te wijzen op een dier dat voorbijkomt of een opvallende boom. De deelnemers krijgen ook standaard basiswaarden en uitgangspunten mee: geen vuilnis achterlaten, niet zomaar in- en uitstappen... De organisatie ontwikkelt ook een aantal didactische panelen, en plant bomen aan met het oog op een verhoogde natuurbeleving.

Green Kayak, New Moon Kajak en het Maas Cleanup Pakket sensibiliseren heel actief rond natuur, natuurbehoud en het belang van proper water. Meer nog: bewustwording vormt het uitgangspunt van de beleving.

## Kajakkers houden de rivier proper



Green Kayak, New Moon Kajak en het Maas Cleanup Pakket sensibiliseren niet alleen, maar doen ook effectief iets aan zwerfvuil en afval in het water. Doordat de deelnemers, bijvoorbeeld bedrijven, betalen voor de ervaring is er niet alleen een return in natura (de kajakkers houden mee de rivier proper), maar ook een financiële opbrengst.



### RISICO'S EN AANDACHTSPUNTEN

Natuurbeheerders moet er logischerwijs over waken dat activiteiten op het water de natuur geen schade toebrengen. Uniforme regels opstellen is echter niet mogelijk, omdat veel afhangt van het gebied zelf en de aard van de activiteit. Er zijn regelmatig discussies met de outdoorsector over wanneer en onder welke voorwaarden een omgevingsvergunning kan worden afgeleverd. Soms kan een beschermde soort die in het gebied opduikt een groot effect hebben op wat wel of niet mogelijk is. Dat schept onzekerheid voor de toeristische ondernemer die een waterbeleving wil aanbieden of ontwikkelen. Een strenge wetgeving kan zij of hij dan als bedreigend ervaren.







## KANSEN IN VLAANDEREN

Waterbeleving is een interessante manier om de rivierlandschappen in Vlaanderen te ontdekken. Varen is een beleving op zich, maar het kan ook interessant zijn als transportmiddel, bijvoorbeeld om vanuit de steden het hinterland te verkennen. Wel is er een duidelijk afsprakenkader tussen alle partners vereist, waarin de kwaliteit van de natuurbeleving, de economische haalbaarheid én behoud van natuur voorop staan. Een modelconvenant kan hier een belangrijk hulpmiddel zijn om afspraken vast te leggen op maat van een gebied. Vandaag bestaan er al afspraken tussen Sport Vlaanderen, het Agentschap Natuur en Bos en de Vlaamse Milieumaatschappij over permanent bewegwijzerde peddelroutes. Mogelijk is dat een basis om op verder te bouwen.

Daarnaast is het zinvol om ook voor Vlaanderen een real-time overzichtskaart te maken waar je kan checken waar en wanneer kajakken

mogelijk is en welke regels van toepassing zijn. Peddelsport Vlaanderen onderzoekt momenteel de mogelijkheden voor de ontwikkeling hiervan.

Tegelijkertijd is er nog plaats voor inspirerende en betekenisvolle initiatieven die actief inzetten op behoud en onderhoud van natuur- en landschap (zoals de opruimacties), liefst via een **constructieve samenwerking met initiatiefnemers van de outdoorsector**. Zo kan natuurbeleving op een gestuurde en gecontroleerde manier plaatsvinden en kunnen recreanten worden toegeleid naar de plekken met de grootste draagkracht. De bedoeling is hun bewustwording van en respect voor de natuur te vergroten zonder gevoelige plekken te verstoren. Naast kajakken zijn ook heel wat andere vormen van waterbeleving (zoals zwemmen in de natuur) de moeite waard om in dit kader verder te onderzoeken.

## BRONNEN

- Advies over de impact van recreatieve kano- en kajakvaart op de Dommel in het Hageven (2023) - INBO.A.4684 , Ine Pauwels, An Leyssen, Geert De Knijf, Frank Huysentruyt & Wouter Courtens
- Interview met Hendrik Vandermarliere van the Outsider (<https://kajakopededender.be/nl/home/>), Charlotte Lammens, Toerisme Vlaanderen en Wim Haesebeyt, provincie Oost-Vlaanderen
- [www.greenkayak.org](http://www.greenkayak.org)
- <https://www.rafvanhulle.be/copy-of-padelec>
- <https://www.kajakmaasland.be/#ANKERMAASCLEANUP>
- <http://kayak.environnement.wallonie.be/public/home>









# KANSEN VOOR NATUURBELEVING IN VLAANDEREN





# KANSEN VOOR NATUURBELEVING IN VLAANDEREN

## **‘Vlaanderen natuurlijk’: voorbij bestemmingsmarketing**

De open ruimte in Vlaanderen is schaars en versnipperd, maar tegelijk is de vraag naar natuurbeleving groot. ‘Vlaanderen Natuurlijk’ biedt belangrijke kansen om de natuur voorop te stellen en om een krachtig verhaal te vertellen over het belang van de Vlaamse natuur, de diversiteit aan landschappen en de soorten die er leven. De toeristische sector kan een belangrijke meerwaarde bieden door een breed publiek te informeren en te betrekken in een verhaal waar respect voor natuur en landschap op de eerste plaats komt.

Een duurzame natuurbeleving gaat over veel meer dan ‘de laag erbovenop’, zoals een wandelroute, een uitkijkpunt of een picknickbank. Het gaat over een opwaardering van en zorg voor het landschap. Een duurzame bestemmingsontwikkeling en een duurzaam bestemmingsmanagement zijn een garantie voor kwaliteit. Toerisme kan op die manier een belangrijke economische drager zijn voor natuurbehoud en -ontwikkeling. Als het zich beperkt tot communicatie en productontwikkeling, mist het belangrijke kansen om actief bij te dragen aan de kwaliteit van de plek.

## **Toerisme als een hefboom voor natuurontwikkeling en omgekeerd**

De praktijkvoorbeelden tonen aan dat ook buiten de kernnatuur waardevolle natuurbelevingen kunnen ontstaan. Vlaanderen heeft weinig natuur. Maar net daardoor zijn er hier veel ervaringsdeskundigen met een waardevolle knowhow wat betreft natuur- en landschapsherstel en het ontwikkelen van nieuwe natuur. Denk maar aan de inspanningen om meer ruimte voor de Maas te creëren, de grootschalige Sigmaprojecten in het stroomgebied van de Schelde en de ecologische ontsnippering van het verkeersnetwerk.





Dat levert veel voordelen op: meer natuur, overstromingsbeheer, én een fraaiër landschapsbeeld met een verhoogde aantrekkingskracht op toeristen en recreanten. Ook de voorbeelden in deze brochure (de autoluwe eilanden in de Waddenzee, de bivakzones, Knepp Estate, Bels Lijntje...) tonen aan hoe natuurbescherming en natuurbeleving elkaar versterken. De integratie van natuurbelevingsmogelijkheden in zulke projecten, gaat niet enkel in op een groeiende vraag naar zulke ervaringen, maar kan ook in grote mate het draagvlak voor natuur versterken.

## **Meer samenwerking door een gezamenlijke visie en het ondersteunen van pioniers**

De case van de Waddenzee vormt een mooi voorbeeld van samenwerking tussen overheid en toeristische ondernemers. Samen zetten ze in op nieuwe natuurbelevingen (bestemmingsontwikkeling) en gezamenlijke branding (bestemmingsmarketing), rekening houdende met de draagkracht van de plek (bestemmingsmanagement).

Al te vaak blijven die drie thema's nog van elkaar losgekoppeld. Eén partij is met één specifiek thema bezig, en komt zo in conflict met andere partijen. Toeristische ondernemers die een natuurbeleving willen aanbieden in een gebied (bestemmingsontwikkeling) worden bijvoorbeeld geconfronteerd met strenge regels vanuit de natuursector (bestemmingsmanagement) en begrijpen niet altijd waarom sommige maatregelen effectief nodig zijn. Of een concept als 'duurzaam toerisme' wordt gebruikt om een gebied of toeristisch product te promoten (bestemmingsmarketing) zonder dat het toerisme zelf bijdraagt tot behoud en ontwikkeling van landschap en natuur. Een doorgedreven samenwerking tussen alle partijen kan leiden tot een proactief beleid dat veel van die problemen oplost.

In Vlaanderen kan dat concreet door een gezamenlijke visie te ontwikkelen op outdoorrecreatie en door het stroomlijnen van de regelgeving. Er geldt vandaag een ver uitgewerkte regelgeving: vergunningverlening, MER-wetgeving, toegankelijkheidsreglementen... Maar tegelijkertijd is er vaak onduidelijkheid over wat wel of niet kan qua recreatie in de open ruimte, avontuurlijke activiteiten op het water, logeren in de natuur... Een integratie van de verschillende visies (bij bijvoorbeeld ANB, Sport Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen) kan een eerste stap zijn. Voor verschillende recreatieve activiteiten, zoals mountainbike en peddelsport bestaan al goede afspraken, waarop verder kan worden gebouwd.

Daarnaast is het belangrijk om het goede voorbeeld van pioniers, proefprojecten en creatieve en innovatieve initiatieven te ondersteunen. Dat kan bijvoorbeeld via gerichte projectoproepen en subsidies. Het helpt dan zeker als je toeristische ondernemers concreet duidelijk maakt wat een duurzame natuurbeleving omvat en welke elementen belangrijk zijn, met nog voldoende ruimte voor creativiteit en eigen invulling. Onderstaande checklist voor kwaliteit vormt hiertoe een aanzet.



## Een checklist voor kwaliteit



Een duurzame (en bij voorkeur regeneratieve) natuurbeleving op poten zetten is altijd maatwerk. De kwetsbaarheid van de plek, de aard van de activiteit, het aantal deelnemers, de betrokken partijen: het zal allemaal verschillen van geval tot geval. Maar bij elk natuurbelevingsproject kunnen wel dezelfde vragen worden gesteld - een checklist om na te gaan of een project effectief bijdraagt tot een kwaliteitsvolle beleving met respect voor natuur en landschap.

### Hoe zet je project in op een duurzame bestemmingsontwikkeling?

- Hoe draagt het bij tot behoud of herstel van natuur en landschap?
- Hoe zet het in op het versterken van de verbinding tussen mens en natuur/landschap?
- Voeg je nieuwe elementen toe aan het landschap? Zo ja, vormen die effectief een meerwaarde (passen ze in het landschap, vertellen ze mee het verhaal van het landschap, bestaan ze uit duurzame materialen...)?
- Benut je de kansen voor het opruimen van onnodige elementen of hergebruik van bestaande infrastructuur? Volg je het principe: niet bouwen maar benutten?
- Betrek je de omgeving en kijk je naar kansen om slimme combinaties te maken met bouwstenen die mee het verhaal van het landschap vertellen: erfgoed, streekproducten, horeca, landbouw...?

### Hoe zet je project in op duurzaam bestemmingsmanagement?

- Is er een gedragscode die je bezoekers moeten volgen: honden aan de lijn, geen lawaai, periodieke ontoegankelijkheid...? Eigen regels dus, bovenop de wettelijk bepaalde regels, zoals geen afval weggooien en niet varen na zonsondergang.
- Vormt bezoekersmanagement een wezenlijk onderdeel van het governanceplan?
- Onthaal van bezoekers:
  - Ben je bereikbaar met duurzaam transport, zoals fiets en openbaar vervoer? Is bereikbaarheid met het openbaar vervoer een uitgangspunt bij de locatiekeuze?
  - Bevindt het onthaal zich buiten de kwetsbare, verstoringsgevoelige zones, en buiten gebieden met hoge natuurwaarde?
  - Veroorzaakt het onthaal geen druk in dorpskernen?

- Sturing van bezoekers door het gebied:
  - Is er een inschatting van het te verwachten aantal bezoekers? Hoe monitor je bezoekerscijfers? Hoe ga je om met momenten van grote drukte? En hoe schat je de impact ervan in op de natuur?
  - Vermijd je verstoringsgevoelige plekken?
  - Werk je de beleving uit volgens het principe 'kwaliteit boven kwantiteit'?
  - Hou je rekening met periodieke verstoringsgevoeligheid, zoals het broedseizoen?
- Beheer van het gebied
  - Zet je actief in op natuur- en landschapsbeheer?
  - Kunnen bezoekers of lokale partners bijdragen aan het beheer?
  - Werk je daarvoor samen met landschaps- en natuuractoren?

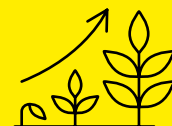
### Hoe zet je project in op een authentieke bestemmingsmarketing?

- Vertelt het project het verhaal van de plek, de natuur, het landschap?
- Zet de bestemmingsmarketing ook in op informatie over herstel en behoud van het landschap, educatie en sensibilisering?
- Heb je je doelgroep duidelijk afgebakend?
- Houdt je marketing rekening met seizoenen en te verwachten drukte? Leg je linken met andere attracties in de omgeving om indien nodig de bezoekersdruk te spreiden?

### Overkoepelend:

- Is er een masterplan met een geïntegreerde strategie die kijkt naar zowel ontwikkeling, beheer als marketing?
- Zijn lokale partijen mee betrokken in het project (inwoners, jeugdverenigingen, landbouwers...)?
- Welke partners zijn betrokken bij het project? Als het er meerdere zijn, ga je best na of ze geen tegenstrijdige belangen hebben.





## Ambitieuze projecten voor de toekomst?

In Vlaanderen zijn er al verschillende waardevolle natuurbelevingsinitiatieven, maar er is nog veel meer mogelijk. Uit de praktijkvoorbeelden komen enkele veelbelovende projecten naar voren, die mee kunnen helpen om 'Vlaanderen Natuurlijk' beter op de kaart te zetten:

- De uitwerking van een **gezamenlijke visie** op of **charter** voor natuurbeleving, waar verschillende partijen achter staan: toerisme, natuur, landbouw, waterbeheer, erfgoed... De uitwerking van een **modelconvenant voor recreatie op het water** (aanpasbaar aan het gebied) kan een belangrijk onderdeel zijn.
  - De uitwerking van een meerdaagse **langeafstandswandelroute** die de landschappen van Vlaanderen doorkruist, bestaande routes aan elkaar knoopt en avontuurlijke overnachtingslocaties zoals bivakzones verbindt. Die route kan tegelijkertijd een stimulans zijn om ook ecologische verbindingen te ontwikkelen en te versterken. Een project als dit vraagt om een duidelijke trekker en – alweer – om een goede samenwerking tussen natuur, landschap, landbouw, toerisme...
  - De uitwerking van een overzichtelijk **digitaal platform**, waar je op een overzichtskaart een breed aanbod krijgt van **natuurbelevingsbestemmingen**. Zo kunnen de Nationale Parken, Landschapsparken en natuurgebieden (los van wie de beheerder is) samengebracht worden, samen met grote routes zoals de GR. Het platform geeft ook duidelijke en up-to-date informatie over bijvoorbeeld toegankelijkheid en reglementen. Real-time informatie over drukte kan helpen om bezoekers te spreiden.
  - De **ondersteuning van ondernemers die inzetten op duurzame en regeneratieve natuurbelevingsprojecten en natuurinclusieve bedrijfsmodellen**. De Nationale
- Parken en Landschapsparken bieden bijvoorbeeld een interessante context om proefprojecten voor natuurbeleving te stimuleren. De basis is een gezamenlijke visie en branding, en het naleven van kwaliteitscriteria. Daarnaast kan ook sterker ingezet worden op het **vernatuurlijken** van recreatiegebieden en **rewilding** van het landschap in brede zin (denk bijvoorbeeld aan de projecten van de natuurcamping en Knepp Estate), om zo 'Vlaanderen Natuurlijk' door te trekken tot ver buiten de kernnatuurgebieden.
- **Een duidelijke keuze voor openbaar vervoer, deelmobiliteit en alternatieven voor de auto in onthaal en ontsluiting.** Ook onderzoeken hoe de verplaatsing op zichzelf een interessante beleving kan zijn of worden (zoals een fietsbus, deelfietsen, verplaatsingen via het water...).
  - **Metten is weten.** Het is een must op plekken waar problemen zijn, maar ook op plekken waar je problemen kan verwachten. **Monitoring en onderzoek** zijn belangrijk om de impact van toerisme te begrijpen en geschikte maatregelen te kunnen nemen. Metten en monitoren moet wel altijd een duidelijk doel hebben, en er moet goed nagedacht worden over de meest geschikte meetmethode. De ontwikkeling van een uniforme en pragmatische methodologie voor draagkrachtmeting zou zeker van pas komen. De opgedane kennis en inzichten zou je breed kunnen verspreiden via een opendatasysteem.

# COLOFON

## Verantwoordelijke Uitgever (V.U.)

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

## Wettelijk depot

D/2024/5635/23

## Begeleiding

- **Toerisme Vlaanderen:** Jos Pyck, Els Brouwers, Lisbeth Stalpaert, Marjan Nauwelaert en Mia Lammens
- **Agentschap Natuur en Bos:** Toon Luypaert
- **Vlaamse Landmaatschappij:** Karl Cordemans
- **Departement Omgeving:** Axel Verachtert
- **Departement Landbouw en Visserij:** Sam Van Vlierberghe

## Projectteam

Kirsten Bomans, Sebastien Van Eupen, Gert Stappaerts, Olivier Heylen (Antea Group), Michelle Accardo (Idea Consult)

## Meer informatie

[www.toerismevlaanderen.be](http://www.toerismevlaanderen.be)

## Copyrights

Veel foto's zijn rechtevrij verkregen van de desbetreffende organisaties, via flickr en/of screenshots van publieke websites.

© Voor de foto's: David Plummer - Knepp Castle Estate, Hedera baltica, Kajakmaasland.be, Matt Ellery, John Geerts, National Parks UK, Robrecht Van Rompuy, David Samyn, Lucid Treelogdge, Toerisme Provincie Antwerpen, Anne Marie Rikkens, Mirte Groos, The Outsider, Stefan Jacobs, Tommy Clark, Peter Baas, Jostijn Ligtvoet, Stefanie Faveere, Stephan Sprinz, Bjorn Snelders, Robin Reynders - Provincie Limburg, Bart Goossens en Frederik Vaes

Voor de schema's: © Atelier 39.



© Antea Group & Idea Consult

Niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt op welke wijze dan ook zonder schriftelijke vermelding van Toerisme Vlaanderen en Antea Group & Idea Consult, noch mag het zonder bronvermelding worden gebruikt voor enig ander doel dan waarvoor het is vervaardigd.





# DEELNEMERS STUURGROEP, WERKGROEP EN INTERVIEWS

## Deelnemers van de Stuurgroep

- Jos Pyck, Els Brouwers, Mia Lammens, Lisbeth Stalpaert, Marjan Nauwelaert (Toerisme Vlaanderen)
- Toon Luypaert (Agentschap voor Natuur en Bos)
- Karl Cordemans (Vlaamse Landmaatschappij)
- Axel Verachtert (Departement Omgeving)
- Sam Van Vlierberghe (Departement Landbouw en Visserij)
- Kirsten Bomans, Olivier Heylen (Antea Group, projectteam)
- Michelle Accardo (IDEA Consult, projectteam)

## Deelnemers van de Klankbordgroep op 4/12/2023

### (als uitbreiding van de Stuurgroep)

- Petra Moons (Toerisme Provincie Vlaams-Brabant)
- Tom Vandebroek (Sport Vlaanderen)
- Elly Vaes (Regionaal Landschap Rivierenland)
- Bart Vandermeeren (projectcoördinator Jeker en Maas)
- Margot Vandeput (Grote Routepaden)
- Jan Bastiaens (Departement Onroerend Erfgoed)
- Sebastien Van Eupen en Gert Stappaerts (Antea Group, projectteam)

## Interviews

- Tom Hoebrechts (Agentschap voor Natuur en Bos)
- Thomas Boonen (Agentschap voor Natuur en Bos)
- Eva Geentjens (Toerisme Provincie Antwerpen)
- Aart en Sharon (uitbaters van camping Lolotte)
- Aleš Zdešar (medewerker van het openbaar instituut van Triglav National Park, afdeling ruimte)
- Wim Haesebeyt (regiocoördinator provincie Oost-Vlaanderen)
- Madeleine Lenagh (ambassadrice van 'Nature First')
- Bram en Karen (eigenaars van Treelodge)
- Charlotte Lammens (Toerisme Vlaanderen)
- Mia Lammens (Toerisme Vlaanderen)
- Hendrik Vandermarliere (The Outsider)
- Jet Sizoo (gemeente Tilburg)
- Tim Provoost (Westtoer)

# BRONNEN

De bronnen van de 10 praktijkvoorbeelden staan bij afzonderlijk vermeld bij het voorbeeld.

- [1] Trendrapport toerisme 2021:  
<https://www.toerismevlaanderen.be/publicaties/trendrapport-toerisme-2021>
- [2] WWF 2020, [Living Planet Report](#) - Natuur in België. Szczodry O., Eggermont H., Paquet J-Y., Herremans M., Luyten S., WWF, Brussel, België
- [3] [Natuurrapport Vlaanderen](#), Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek 2020.
- [4] [Biodiversiteit 2020 – Actualisering van de Belgische Nationale Strategie](#). Koninklijk Belgisch Instituut voor Natuurwetenschappen, Brussel, 161 pp.
- [5] Stanford, 2006 - Thesis , Victoria University of Wellington “[What makes a responsible tourist in New Zealand](#)”
- [6] Pouwels, 2019 - [thesis](#) (WUR) ‘a bird’s eye view on recreation’ die in beeld brengt hoe natuur en recreatie kunnen samensporen, aan de hand van enkele case studies in NL en daarbuiten - focus ligt op potentiële conflicten in de relatie wandel(intensiteit) en vogelpopulatie.
- [7] Wageningen Universiteit, 2020. Risico’s en kansen van toerisme irt behoud van koraal, [artikel](#).
- [8] Raad voor Leefomgeving en Infrastructuur (RLI). Beleidsdocument (advies) met [sturingsmechanismen voor duurzaam toerisme in Nederland](#)
- [9] Aall, C., 2014, Sustainability 2014, 6, 2562-2583; doi:10.3390/su6052562.  
<https://www.mdpi.com/2071-1050/6/5/2562>
- [10] [Onderzoek Vlaanderen Natuurlijk en recreatief wandelen](#) | IDEA Consult | 14 februari 2022.
- [11] Antea Group en IDEA Consult, 2023. Nationaal Park Scheldevallei - Masterplan Kandidaat Nationaal Park. In opdracht van Regionaal Landschap Schelde en Durme
- [12] Richting duurzamer toerisme in Nationale Parken - Een verkenning van lessen uit bijzondere Europese praktijken. Channah Smith-Barneveld, Arjaan Pellis, Roel During en Machiel Lamers, 2021. Wageningen University & Research
- [13] Brochure ‘Slapende Reus’ - Een project gerealiseerd door Gemeente Kasterlee, Toerisme Provincie Antwerpen, Provincie Antwerpen en Regionaal Landschap Kleine en Grote Nete, met steun van Toerisme Vlaanderen, Platteland Plus en LEADER.
- [14] Brochure ‘Landschapsbeleving in de Vlaamse Ardennen - realisaties en ideeën’, provincie Oost-Vlaanderen, met financiële steun van Leader Vlaamse Ardennen.
- [15] [www.onsbuiten.nl/nl/](http://www.onsbuiten.nl/nl/) en [interview](#) van NRIT (Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme) uit 2021, met Gabriel Coppoolse, uitbater van Ons Buiten
- [16] Brochure visitor payback, IDBBO in opdracht van Toerisme Vlaanderen  
<https://toerismevlaanderen.be/nl/thema/natuur/visitor-payback>



- [17] Bozana Zekan, Christian Weismayer, Ulrich Gunter, Bernd Schuh, Sabine Sedlacek, 2022. Journal of Cleaner Production, Volume 339, 10 March 2022, 130624. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652622002657>
- [18] Bailey J. J., Cunningham, C. A., Griffin, D. C., Hoppit, G., Metcalfe, C. A., Schéré, C. M., Travers, T. J. P., Turner, R. K., Hill J. K., Sinnadurai, P., Stafford R., Allen D., Isaac N., Ross B., Russi D., Chamberlain B., Harvey Sky N., McKain S. (2022). Protected Areas and Nature Recovery. Achieving the goal to protect 30% of UK land and seas for nature by 2030. London, UK. [https://ray.yorks.ac.uk/id/eprint/6331/1/BES\\_Protected\\_Areas\\_Report.pdf](https://ray.yorks.ac.uk/id/eprint/6331/1/BES_Protected_Areas_Report.pdf), p57 en <https://www.pembrokeshiremarinocode.org.uk>
- [19] WWF en Samen voor Biodiversiteit: Successen en uitdagingen van natuurinclusief ondernemen- ervaringen uit de praktijk
- [20] Gastenplan 2020-2025 Limburg <https://www.toerismewerkt.be/gastenplan-2020-2025>
- [21] Strategisch project OnverGETelijk! <https://www.vlaamsbrabant.be/nl/ruimtelijke-planning/projecten/strategisch-project-getestreek-onvergetelijk>
- [22] Sterrenpark Spiekerroog: <https://www.spiekerroog.de/erleben/naturerlebnis/sterneninsel>
- [23] <https://visitfaroeislands.com/en/closed>
- [24] <https://www.nationaalparkhogekampen.be/nl/natuurabonnementen>
- [25] <https://www.nationaalparkbosland.be/gastvrij/gastheren/2/>
- [26] <https://loodusegakoos.ee/where-to-go>
- [27] Leave No Trace: <https://lnt.org/>
- [28] <https://naturefirst.org/nl/> en interview met Madeleine Lenagh, ambassadrice van Nature First in Nederland
- [29] Interview met Aleš Zdešar, medewerker van het openbaar instituut van Triglav National Park, afdeling ruimte
- [30] Europarc: <https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/>
- [31] Informatie via Bart Vandermeeren, projectcoördinator Grenspark Jeker & Maas
- [32] <https://www.visitveluwe.nl/plan-je-bezoek/drukteradar>



TOERISMEVLAANDEREN