

EVALUATIEVERSLAG

ONDERZOEK SOCIALE EN ECONOMISCHE WAARDERING VAN DE UITKERKSE POLDER



*opdrachtgever: Natuurpunt
projecthouder: Regenboog Advies*

© Natuurpunt 2007

Bibliografische referentie:

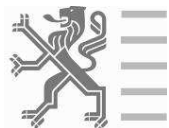
Drs. Helena Berends & ir. Marian Stegink (Regenboog Advies), Bart Slabbinck & Lien Verheye (Natuurpunt) - onderzoek naar de sociale en economische appreciatie van de Uitkerkse Polder – Natuurpunt - 2007

met dank aan alle geïnterviewden voor hun bereidwillige medewerking

met de medewerking van

1. Stefan Versweyveld, diensthoofd beheer
de lokale medewerkers van het natuurgebied de Uitkerkse Polder:
2. Vincent Nijs, Toerisme Vlaanderen
3. Linda De Mey, VVV / stad Blankenberge
4. Magda Monballyu en Geert Hoorens, Westtoer
5. Dirk Bogaert, Universiteit Gent – Artevelde Hogeschool

met de gewaardeerde steun van :



Inhoudsopgave

1	Samenvatting	4
2	Achtergrond en kernvraag	6
2.1	Natuurpunt	6
2.2	Kustactieplan “natuur en landschap: een recreatieve meerwaarde voor de kust (en vice versa)” 6	6
2.3	Regenboog Advies	6
2.4	Doelen van het project.....	7
3	Uitvoering van het onderzoeksproject	8
3.1	Inhoudelijke uitvoering	8
3.2	Praktische uitvoering	8
4	Steekproef in de Uitkerkse Polder	10
4.1	Algemeen.....	10
4.1.1	Organisatie steekproef en eerste uitkomsten.....	10
4.1.2	Kenmerken van de polderbezoekers	12
4.1.3	Sociale waardering van de polder	13
4.1.4	Economische waardering van de polder	14
4.1.5	Bekendheid van Natuurpunt	15
4.2	Omwonenden.....	15
4.2.1	Kenmerken van omwonenden.....	15
4.2.2	Sociale waardering van de polder door omwonenden.....	15
4.2.3	Bekendheid Natuurpunt bij omwonenden	16
4.3	Dagtoeristen.....	16
4.3.1	Kenmerken van dagtoeristen.....	16
4.3.1	Sociale waardering van de polder door dagtoeristen	16
4.3.2	Economische waardering dagtoeristen	17
4.3.3	Bekendheid Natuurpunt bij dagtoeristen	17
4.4	Verblijfstoeristen.....	17
4.4.1	Kenmerken van verblijfstoeristen.....	17
4.4.2	Sociale waardering van de polder door verblijfstoeristen	18
4.4.3	Economische waardering verblijfstoeristen	18
4.4.4	Bekendheid Natuurpunt bij verblijfstoeristen	18
4.5	Overzicht en betekenis resultaten.....	19
4.5.1	Vergelijking tussen de drie groepen polder bezoekers	19
4.5.2	Vergelijking polderbezoekers met toeristen rond Blankenberge en gehele Vlaamse kust	20
4.5.3	Schatting economische impuls van bezoekers Uitkerkse Polder	21
5	Steekproef buiten de polder	23
5.1	Algemeen.....	23
5.2	Interviews met bedrijven	23
5.3	Interviews met bezoekers / bewoners Blankenberge.....	24
6	Evaluatie en aanbevelingen	25
6.1	Onderzoeksvraag “wie is de bezoeker van de Uitkerkse Polder”	25
6.1.1	Resultaat 1: de poldertoerist is een Vlaamse regio-adept die aan de kust verblijft.....	25
6.1.2	Resultaat 2: de polder fungeert als een groene long voor bewoners & dagjestoeristen .	26
6.1.3	Resultaat 3: beleven primeert boven het weten	26
6.1.4	Resultaat 4: de polderbezoeker kiest (zoals de andere) voor de auto	27
6.2	Onderzoeksvraag “wat is ‘de beleving Uitkerkse Polder’ ?”	27
6.2.1	Succesingrediënten van de polders.....	27
6.2.2	Recepten om de Uitkerkse Polder nog aantrekkelijker te maken.....	29
6.3	Onderzoeksvraag “wat is de economische meerwaarde van onze bezoekers”	32
6.4	Onderzoeksvragen over de bekendheid van Natuurpunt.....	32

1 Samenvatting

Dit rapport is het verslag van een onderzoek naar het gebruik en de waardering van de Uitkerkse Polder aan de Vlaamse kust bij Blankenberge. Het gebied dat nog deels agrarisch is, wordt beheerd door Natuurpunt, waarbij weidevogels en vriezeganzen en de natuur in het algemeen meer de ruimte krijgen. Er is een bezoekerscentrum, een aantal vogelhutten en nieuwe wandelpaden.

In het kader van het Vlaamse Kustactieplan “natuur en landschap, een recreatieve meerwaarde voor de kust (en vice versa)” wil Natuurpunt meer inzicht krijgen in het gebruik en de waardering van poldergebieden door toeristen. Er is voor een onderzoek in de Uitkerkse Polder gekozen, omdat het al de locatie is van twee Europees LIFE-projecten en omdat het bezoekerscentrum wordt vernieuwd en uitgebreid, met steun van o.a. de Vlaamse Regering in het kader van het kustactieplan alsook de provincie West-Vlaanderen in het kader van het samenwerkingsverband “Oudlandpolder”.

In het kader van dit onderzoek zijn op een groot aantal dagen in de periode mei - september van 2006 ruim 300 bezoekers van de polder geënquêteerd. Ook zijn gesprekken gevoerd met bedrijven rond de polder en met bezoekers van Blankenberge (op het station, supermarkt, camping, jeugdherberg).

Waardering

Uit de enquête blijkt dat de bezoekers de polder heel hoog waarderen, gemiddeld met een 8. Recreanten komen er vooral om te fietsen en om de rust, de weidsheid en om de natuur te beleven. Men ziet het gebied als een natuurgebied, ondanks dat het nog veel van een agrarisch landschap heeft. De verbeteringen in het landschap die door Natuurpunt worden aangebracht, worden vooral door omwonenden opgemerkt. Overige verbeteringen die de bezoekers zouden willen zijn: minder autoverkeer, meer rustplaatsen en een beter wegdek (voor de fietsers).

Wie zijn de bezoekers

De polder wordt bezocht door omwonenden, dagtoeristen en verblijfstoeristen. De ondervraagden zijn gemiddeld 53 jaar oud en 65% van hen was man. Veel van hen komen geregeld naar de polder. Dagtoeristen komen vaker met de fiets dan met de auto en wonen gemiddeld op een afstand van 40 km van de polder. Verblijfstoeristen komen voornamelijk met de auto, wonen gemiddeld op een afstand van 135 km en verblijven vaak in een eigen of gehuurd appartement of huis of in een caravan en minder vaak in een hotel. Vergeleken met de overnachtingscijfers van Blankenberge komen relatief weinig hotelgasten naar de polder. Van de ondervraagde verblijfstoeristen, komt 20% speciaal naar Blankenberge vanwege de polder. Bij de ondervraagde hotelgasten geldt dat voor 40%. Deze toeristen kiezen dus duidelijk voor de polder en komen niet alleen voor zon/zee/strand.

Aantal bezoekers

Naast deze kwalitatieve gegevens is ook gekeken naar aantallen bezoekers. Op basis van diverse tellingen, waaronder de enquêtegegevens en de gegevens van het bezoekerscentrum, is geschat dat de polder over een heel jaar ruim 150.000 bezoekers telt (120.000 toeristen, 30.000 omwonenden).

Economische betekenis

De enquête bevatte diverse vragen naar de bestedingen tijdens verlof of dagtrip. Gemiddeld geven de toeristen die de polder bezoeken per dag per persoon € 30 uit. Dagtoeristen besteden ongeveer € 12,50 per persoon per dag, toeristen die in een appartement, huis of caravan verblijven ruim € 30 en hotelgasten bijna € 70 per persoon per dag. Per jaar leveren die bestedingen een bedrag op van ruim € 3,5 miljoen. Dit is een belangrijk economisch impuls voor de regio.

Bekendheid Natuurpunt

Meer dan de helft van de ondervraagde bezoekers kent Natuurpunt, meestal uit de media. Het meest bekend is Natuurpunt bij de omwonenden. Van de bezoekers was bijna 20% lid van Natuurpunt, dit waren vooral omwonenden en dagtoeristen.

Steekproef in Blankenberge

Uit vraaggesprekken die gevoerd zijn buiten de polder (in Blankenberge) blijkt, dat bewoners de Uitkerkse polder meestal wel kennen. De helft van de campinggasten kent de polder en onder de bezoekers van Blankenberg die met de trein komt, kent een kwart de polder. Jeugdherberggasten kennen de polder meestal niet. Wie de polder kent, geeft eveneens een hoge waardering. Omwonenden waarderen de polder vooral vanwege het er kunnen fietsen en toeristen meer vanwege de rust en de natuur. Wie de polder niet kent staat wel positief tegenover een kennismaking. De gemiddelde leeftijd van de ondervraagden was 53 jaar, net als van de polderbezoekers.

Uit vraaggesprekken met bedrijven in de buurt van de polder (supermarkt, beenhouwer, traiteur, bakker) blijkt dat men de polder redelijk tot zeer goed kent en hoog waardeert. De beheerders van campings denken niet dat hun gasten speciaal voor de polder komen, maar wel dat de gasten de polder geregeld bezoeken en positief waarderen. De bedrijven vonden dat er meer promotie van de polder gemaakt mag worden.

2 Achtergrond en kernvraag

2.1 Natuurpunt

De tijd dat natuurgebieden alleen de natuur zelf dienden, dan wel dat ze onder het beton werden gegoten voor de toerist, zijn voorbij. Het komt er nu op aan om zorgvuldig te investeren in natuur. Deze investeringen hebben diverse baten: een rijkere en mooie natuur voor mens en dier, maar het brengt ook economische dynamiek voor de regio, omdat het gebied een hoogwaardige imago en uitstraling krijgt. Klinkt niet alleen mooi in theorie doch werkt ook steeds beter en beter in de praktijk bewijst de natuurorganisatie Natuurpunt met de uitbouw van haar natuurgebied Uitkerkse Polder in Blankenberge:

- 1 haar streven naar meer en betere natuur wordt vertaald in de aankoop, het doordacht beheren en inrichten van reeds meer dan 400 ha in een kustpolder van Europees natuurbelang;
- 2 haar streven naar “natuur voor iedereen” wordt vertaald door een gerichte uitbouw van bezoekersfaciliteiten dit zowel via “hardware” als een bezoekerscentrum of kijkhutten als via “software” zoals educatieve pakketten;
- 3 haar streven naar “natuur door iedereen” wordt vertaald door een intense samenwerking met lokale landbouwers en diverse overheden (Vlaamse overheid, gemeentes, ...) als bovenal het actief betrekken (empowerment) van vrijwilligers bij de uitbouw van het gebied in al z'n facetten (van grondaankoop tot bezoekersonthaal).

Een waar visitekaartje voor Natuurpunt die dit model over gans Vlaanderen hanteert.

En met succes tot ver over de grenzen: op de Europese Conferentie voor Natuurbehoud in Apeldoorn in 2005, kreeg Natuurpunt voor het project in de Uitkerkse Polder een prijs voor haar inzet en werkwijze waarbij burgerparticipatie centraal staat. Op 28 oktober kreeg het project een award duurzaam kustbeheer (zie www.dekustkijktverder.be).

2.2 Kustactieplan “natuur en landschap: een recreatieve meerwaarde voor de kust (en vice versa)”

In het kader van het Kustactieplan van de Vlaamse Regering en het Europees LIFE project “Uitkerkse Polder: een meerwaarde voor mens en natuur”, is Natuurpunt bezig met het onderbouwen en aantonen dat er een positieve synergie bestaat tussen natuur en toerisme. Zet ze kortom haar motto “natuur voor (en door) iedereen” extra kracht bij aan de Vlaamse kust.

Wat tot nu toe gebeurde was vnl. op basis van het “buikevoel” (bvb. ervaringen van vrijwilligers) als gebaseerd op (binnen- en buitenlandse) good practices. Het resultaat zijn diverse methodieken (een methodiek voor onthaalplannen, zonering via het instrument ‘mobiliteitsladder’, etc.) die thans uitgetest worden in de Uitkerkse Polder en andere natuurgebieden aan de Vlaamse kust (en ondertussen ook reeds elders in België).

Naar het einde van het kustactieplan toe wilde Natuurpunt echter nog meer inzicht krijgen in bezoekers hun wensen (bvb. stilte, ruimte, ontspanningsmogelijkheden zoals wandelen, het kijken en leren van de natuur, de verhalen en de magie beleven of de nood behoefte aan actievere recreatie). Met deze gegevens kan er bij de inrichting en beheer van natuurgebieden – in het bijzonder de Uitkerkse Polder – nog beter rekening mee houden. Op basis van deze uitkomsten zal Natuurpunt een publicatie voorstellen op een persconferentie – studiedag (4 mei 2007) over de synergie tussen natuur en toerisme aan de kust. Zet Natuurpunt kortom de baseline van haar kustactieplan in de praktijk.

De Uitkerkse Polder bij Blankenberge vervult hierdoor kortom nog meer haar rol als proefgebied.

2.3 Regenboog Advies

Het bureau Regenboog Advies en haar zaakvoerder Helena Imminga - Berends hebben diverse economische studies gedaan naar de waarde van natuur in concrete gebieden (zie www.regenboogadvies.nl). Ook zijn er originele projecten opgezet en geleid rond de vraag van burgers

naar natuur, waaronder een professionele video die laat zien wat burgers doen in de natuur en hoe ze dat beleven. Deze video werd dor Regenboog Advies getoond op een beheerders dag van Natuurpunt, waarna er een discussie ontstond over hoeveel nadruk er moet zijn op natuur en hoeveel op de bezoekers van natuur. De natuur moet ongestoord zijn gang kunnen gaan. Soms moet ze beschermd worden en soms moet ze een beetje worden geholpen. Maar bezoekers hebben ook wensen die, met een goede inrichting van het natuurgebied, vaak makkelijk verwezenlijkt kunnen worden.



Foto links: uitgegraven plassen bij Bezoekerscentrum Uitkerkse Polder om meer vogels aan te trekken. Op de achtergrond Blankenberge. Foto rechts: vogeluitkijktoren wordt gemaakt voor de bezoekers. Fotos: Helena Berends-Imminga.

2.4 Doelen van het project

Het onderzoeken, aan de hand van interviews met bezoekers, bewoners, bestuurders en bedrijven in de regio van de Uitkerkse Polder, wat de socio-economische baten zijn van deze oudlandpolder.

Sociaal:

- 1 kernmerken en beschrijving bezoekers van de Uitkerkse Polder”
- 2 inzicht in hun beleving van de Uitkerkse Polder”

Economisch:

- 3 een schatting van de opbrengsten die direct met de Uitkerkse Polder – de Vlaamse kustpolders te maken hebben: aantal bezoekers en hun uitgaven, een schatting van de multiplier of spin-off van bestedingen van toeristen
- 4 een onderzoek naar de bekendheid van Natuurpunt

De resultaten worden verwerkt in een onderzoeksrapport (wat u bij deze leest) als worden voorafgaand aan de studiedag ook gepresenteerd aan de (toeristische) actoren.

Alhoewel de onderzoekers zich niet wilden wagen in de voetsporen van Paul Jambers (die met z'n prangende vragen als “wie zijn ze, wat doen ze, ...?” op zoek ging naar wat er leefde in Vlaanderen), kwamen bij de enquêtes – die veel open vragen bevatten - toch vaak de tongen los en werden de onderzoekers overstelpt met leuke citaten, verhalen en anekdotes. We wilden u deze alleszins niet onthouden en plaatsen deze dan ook (in cursief) illustratief in het onderzoeksrapport en in de bijlagen.

3 Uitvoering van het onderzoeksproject

3.1 Inhoudelijke uitvoering

De economische schattingen en de sociale betekenis van de Uitkerkse Polder werden als volgt verkregen:

- het interviewen van zo'n 350 bezoekers van de Uitkerkse Polder, door jobstudent Lien Verheye (studente bachelor sociaal cultureel werk Artevelde Hogeschool Gent), het studie bureau Regenboog Advies en door (lokale) – hiervoor opgeleide - medewerkers van Natuurpunt – de interviews duurden gemiddeld 5 à 10 minuten
- interviews van medewerkers van bedrijven in de Uitkerkse Polder zoals VVV maar ook campings, jeugdherberg, supermarkt, winkels, etc – deze interviews duurden gemiddeld 5 à 10 minuten
- door een dagtelling uit te voeren van het totaal aantal bezoekers van de polder op een zomerse dag.
- door het aantal bezoekers van het bezoekerscentrum in de polder te noteren gedurende een jaar.
- via korte interviews van bewoners en bezoekers van de gemeente Blankenberge op diverse locaties, o.a. station – deze interviews duurden gemiddeld 3 à 5 minuten.

De verwerking van deze gegevens gebeurde als volgt:

- met een statistisch model voor de sociale waardering van het natuurgebied Uitkerkse Polder
- met een statistisch rekenmodel voor de inschatting van de uitgaven van de bezoekers
- inschatting van het aantal polderbezoekers in het totaal aantal regiobezoekers, a.h.v. bezoekers aan de Uitkerkse Polder, bezoekers centrum en aantal verblijfsplaatsen
- inschatting van de doorwerking van de toeristische uitgaven (multiplier van de regio) van de polder bezoekers.

3.2 Praktische uitvoering

Het onderzoek liep van juni 2006 tot en met januari 2007.

De planning verliep als volgt:

- november – februari 2006 : afbakenen van studieopdracht
- april – mei : uitwerken enquêtelijsten en uitwerken planning
- 10 – 11 juni : organisatie van een vormingsmoment voor de medewerkers door Natuurpunt en afname eerste enquêtes
- juni – juli : interview van bezoekers door medewerkers van Natuurpunt
- juli : eerste verwerking
- augustus - september : zwaartepunt van de studie met extra hulp via een jobstudent *
 - interview van bezoekers
 - interview van bedrijven
 - interview bij NMBS – Colruyt – jeugdherberg
 - verwerking door job studente en Regenboog Advies
 - opmaak draft evaluatierapport
- september – februari 2007 :
 - terugkoppeling met (tussentijdse) resultaten naar medewerkers Natuurpunt alsook cel Planning & Onderzoek Toerisme Vlaanderen, VVV Blankenberge en Westtoer
- januari - februari 2007 : opmaak evaluatierapport
- 4 mei 2007: voorstelling rapport op een studiedag in het bezoekerscentrum Uitkerkse Polder

De voorziene enquête in de wintermaanden is niet doorgegaan gezien de verbouwing van het bezoekerscentrum, toch werden interessante data rond de potentie van het wintertoerisme (gerelateerd

aan de vriezeganzen in de polder) bekomen via de ganzenhappening.



De voorbereidingen van de enquêtes, met de vrijwilligers van het Natuurpunt Bezoekerscentrum in de Uitkerkse Polder. Foto: Helena Berends-Imminga

* Er werd geopteerd voor het inschakelen van het onderzoeksbureau Regenboog Advies gezien hun ervaring met het houden van interviews van natuurbezoekers (Zwin, Kempen en in de Nederlandse Achterhoek en Brabant) met daaraan gekoppeld een economische analyse.

* Er werd geopteerd voor een jobstudent voor het afnemen van de enquêtes in augustus omdat zo gewaakt kon worden over de neutraliteit – onbevooroordeeldheid van de vragensteller. Bovendien werd bij de selectie van de jobstudent gekeken naar haar assertiviteit als in het bijzonder haar opleiding.

3.3 Bewaking wetenschappelijke integriteit

Natuurpunt heeft er alle belang bij om te waken over het streven naar een wetenschappelijk correcte studie. Niet alleen voor de geloofwaardigheid naar “de buitenwereld” doch ook omdat Natuurpunt op basis van deze studie haar openstellingsbeleid in de Uitkerkse Polder en elders in Vlaanderen verder op punt wil stellen.

Dankzij het nemen van een grote groep geënquêteerden, het inschakelen van het studie bureau Regenboog Advies als het werken met een klankbordgroep via o.a. Toerisme Vlaanderen, Westtoer en VVV Blankenberge, kunnen we stellen dat we hierin geslaagd zijn.

Wel beseffen de onderzoekers dat – zoals in alle studies waar gewerkt wordt met steekproeven – dat er een kleine doch aanvaardbare foutenmarge zit op de resultaten. Om dit op te vangen wordt in deze studie in eerste instantie steeds gestreefd naar het uitwerken van minimumscenario's (bvb. inschatting van bezoekersaantallen).

In één geval was dit niet mogelijk: het was bijvoorbeeld moeilijk om grote (> 5) groepen fietsers (in het bijzonder wielertoeristen) tegen te houden voor de enquête en we beseffen dat deze groep dus relatief minder frequent in de enquête voorkomt.

Tot slot werd na de eerste (proef) enquêtedag, de vragenlijsten bijgesteld waar vraagstelling verwarrend of niet altijd direct duidelijk voor de ondervraagden bleek te zijn.

4 Steekproef in de Uitkerkse Polder

De hoofdpdracht van het onderzoek was een grootschalige bevraging bij de bezoekers van de Uitkerkse Polder. Een bevraging die tot doel had om meer inzicht te krijgen in de sociale en economische waardering. Hieronder bevinden zich de statistisch verwerkte resultaten vergezeld van een korte beschrijving. Verder in dit rapport formuleren we hieruit dan de conclusies alsook diverse aanbevelingen.

4.1 Algemeen

4.1.1 Organisatie steekproef en eerste uitkomsten

De bezoekers werden ingedeeld in drie categorieën:

- 1 omwonenden (deze werden niet gepolst naar hun economische waardering), zie ook 4.2.
- 2 dagtoeristen, zie ook 4.3.
- 3 verlofgangers of verblijfstoeristen, zie ook 4.4.

Omdat Natuurpunt het vermoeden had dat het aantal bezoekers per seizoen verschillend zou zijn, zijn de interviews gespreid gehouden in juni tot en met september. In juni zouden er wellicht meer dagjestoeristen zijn en in juli – augustus wellicht meer verblijfstoeristen en in november – december (meer vogels te zien zoals de vriezeganzen) zouden er wellicht meer natuurvorsers zijn. Deze laatste groep is echter gezien de verbouwing van het bezoekerscentrum niet geënkquêteerd.

Enquête onder de bezoekers van de Uitkerkse Polder

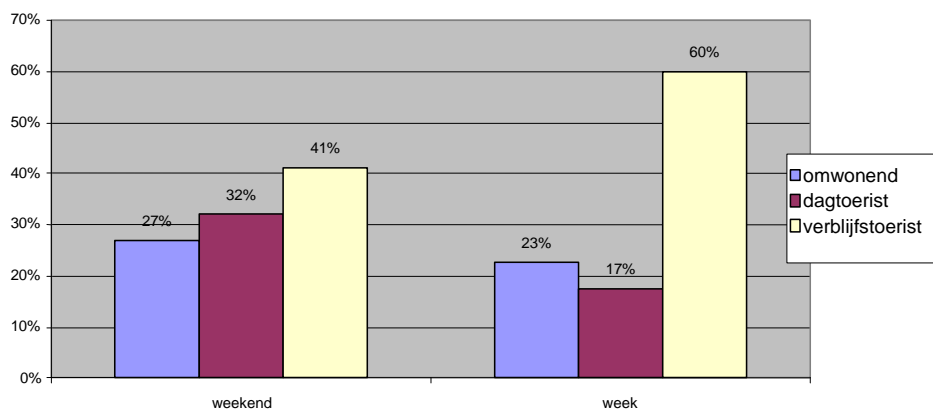
In totaal zijn in de periode juni - augustus 322 enquêtes afgenomen onder bezoekers van de Uitkerkse Polder, 72 in juni en 250 in juli - september, zowel door de week als in het weekend.

Van de respondenten was driekwart toerist en een kwart omwonende. Onder de toeristen was 33% dagtoerist en 67% toeristen die langer in het gebied op verlof waren (verblijfstoerist).

Het blijkt inderdaad dat er in juni relatief meer dagtoeristen komen dan in de periode juli-augustus, wanneer er relatief meer “normale” vakantiegangers in de polder komen.

Er is ook een verschil in bezoek tussen het weekend en door de week. In het weekend komen er relatief meer dagtoeristen dan door de week (grafiek 1).

**Grafiek 1 -
Percentuele verdeling type bezoekers, in weekend en door de week**



Dagtelling bezoekers Uitkerkse Polder

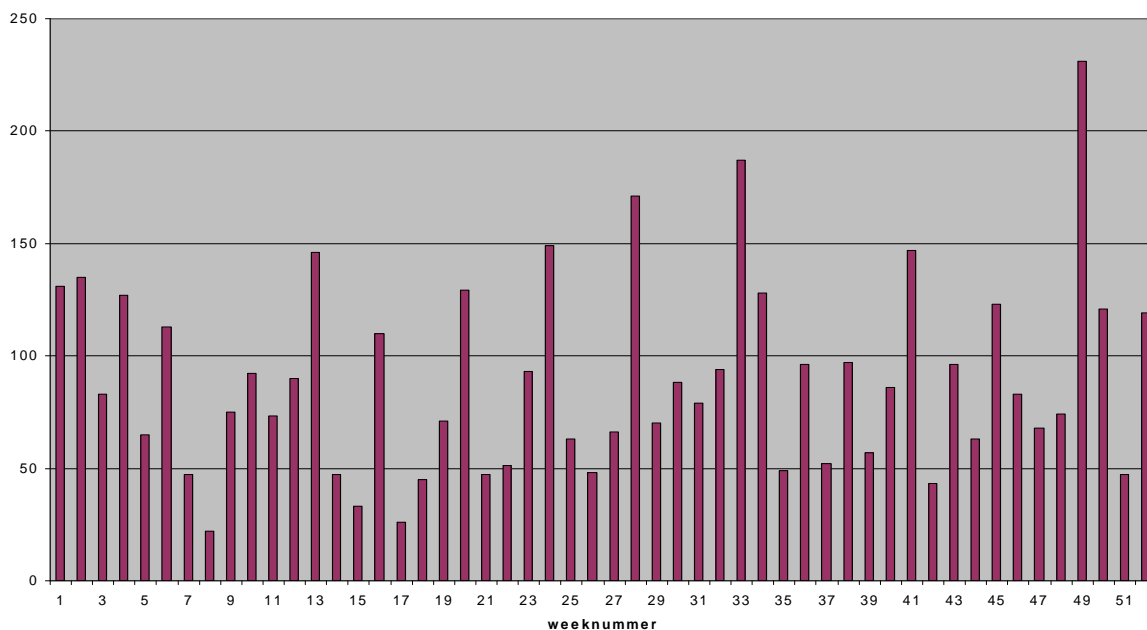
Naast deze enquêtes is er op een diverse dagen in augustus tussen 8 uur 's morgens en 6 uur 's avonds geteld hoeveel mensen de polder bezochten. In totaal werden gemiddeld 477 personen geteld. Dit gaf een basis voor de extrapolatie die verderop is gemaakt naar totaal aantal bezoekers van de polder, mede gebruikmaken van andere cijfers zoals het aantal bezoekers van het Bezoekers Centrum, gedurende het gehele jaar.

Deze telling is een minimuminschatting gezien er enkel geteld werd aan de Kuiperscheeweg en we in de polder meerdere polderwegen zijn. Er werd gekozen voor deze plaats gezien de ligging vlakbij het bezoekerscentrum alsook het vermijden van tellingen van sluiperkeer (zoals wel kon gebeurd zijn aan bvb. de Blankenbergse Dijk).

Aantal bezoekers bezoekerscentrum Uitkerkse Polder

In 2005 kwamen er in totaal ruim 6000 bezoekers naar het centrum. Daaronder waren ruim 4600 losse bezoekers en ongeveer 1400 mensen die aan een wandeling of rondleiding meededen. Het bezoekerscentrum is het hele jaar open, op minimaal 4 dagen per week. In de volgende grafiek is te zien hoe het bezoek door het jaar heen was.

Bezoekersaantallen Bezoekerscentrum Natuurpunt (2005)



Het valt op dat bezoek aan het bezoekerscentrum niet alleen in de zomermaanden valt, maar over het gehele jaar verspreid is, met het hoogste aantallen in augustus en in de wintermaanden. Grotere aantallen zijn er ook op bepaalde feestdagen zoals Pasen (week 12/13), Pinksteren (week 19/20), Kerst (week 51/52) en in schoolvakanties. In de maanden juli en augustus (week 27- 35) komt 20% van het totaal aantal bezoekers dat per jaar komt.

Het Bezoekerscentrum werd in 2006 grondig vernieuwd en uitgebreid is en is nu veel beter zichtbaar vanaf de weg. We verwachten dan ook dat het centrum meer bezoekers zal aantrekken. Het aantal bezoekers zal ook in de komende jaren worden bijgehouden.

Schatting totaal aantal bezoekers van de Uitkerkse Polder per jaar

Wanneer we onze dagtelling (aantal mensen in de polder) combineren met de cijfers van het bezoekerscentrum, kunnen we een schatting maken van het aantal polderbezoekers per jaar.

We weten hoeveel per dag de polder bezoeken op een normale dag in augustus (+/- 500). We weten ook hoeveel mensen het centrum bezoeken in de maanden juli en augustus (20% van het jaartotaal). Met deze gegevens kunnen we een schatting maken van het totaal aantal bezoekers van de polder over een heel jaar. Daarbij nemen we aan, dat er een zelfde jaarlijkse spreiding is in aantallen bezoekers van de polder als aan het bezoekerscentrum.

De 500 polderbezoekers per dag (dagtelling) betekent voor de maanden juli en augustus ongeveer 31.000 bezoekers, oftewel 20% van het jaartotaal polderbezoekers. In totaal telt de polder daarmee per jaar 155.000 bezoekers. Zoals hierboven verteld is dit een minimuminschatting.

Berekening aantal bezoekers van de polder per jaar			
	1 dag in augustus	juli + augustus	jaar
Telling Bezoekerscentrum		20% van het jaartotaal	100%
Dagtelling			
- toeristen	380	23.560	117.800
- omwonenden	120	7.440	37.200
- totaal bezoekers	500	31.000	155.000

Voor de berekening van de economische baten gebruiken we deze cijfers, waarbij we dan alleen de cijfers van de toeristen gebruiken.

“in de Uitkerkse Polder is er de laatste jaren altijd wel volk op de baan, je bent er nooit alleen”

4.1.2 Kenmerken van de polderbezoekers

Er komen meer mannen in de polder dan vrouwen: van alle ondervraagden was 65% man.

De gemiddelde leeftijd is vrij hoog: 53 jaar. Men komt vooral naar de polder om er te fietsen.

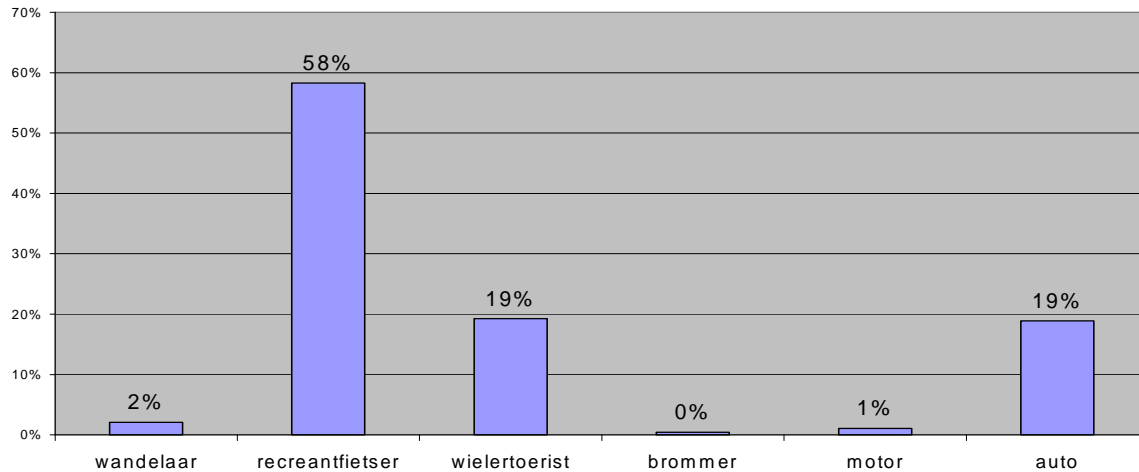
Een deel van de bezoekers van de polder woont vlakbij. Van hen woont 13% in Blankenberge en 5% in Uitkerke. Dagtoeristen komen vaker met de fiets dan met de auto en wonen gemiddeld op een afstand van 40 km van de polder. Verblijfstoeristen komen voornamelijk met de auto, wonen gemiddeld op een afstand van 135 km en verblijven vaak in een eigen of gehuurd appartement of huis of in een caravan en minder vaak in een hotel.



Links: Bart Slabbinck van Natuurpunt interviewt een fietser. Rechts: Helena Berends-Imminga van Regenboog Advies interviewt een visser. Foto's: Chris Imminga.

Bij de dagtelling is genoteerd met welk vervoermiddel men de polder bezoekt. Ook hieruit blijkt hoeveel fietsers er onder de bezoekers zijn. De resultaten staan in de volgende grafiek.

Bezoekers Uitkerkse polder naar type vervoer in % dagtelling
(n=477)



4.1.3 Sociale waardering van de polder

De meeste bezoekers van de polder komen er vaker (90%) en de waardering die men geeft (in de vorm van een rapportcijfer) was heel hoog. Gemiddeld gaven de bezoekers een 8,1 (op een schaal van 0 tot 10) aan de polder.

De bezoekers waarderen de polder vanwege de "rust" die er is. Op de open vraag wat men het fijnst vond in de polder zei men het vaakst "rust", "de weidsheid van het landschap" en "natuur".

Naast deze open vragen naar de reden van bezoek en waardering van de polder, werd de volgende vraag gesteld die meer precisie geeft over wat de bezoekers zoeken:

"Als u in een zin moet zeggen wat u hier komt doen, wat zegt u dan?"

- Ik kom hier om iets te DOEN,
- Ik kom hier om iets te LEREN
- Ik kom hier om iets te BELEVEN
- Ik kom hier voor mijn VERMAAK?"

Bij de enquête zeiden de meeste bezoekers, dat ze kwamen om iets te BELEVEN.

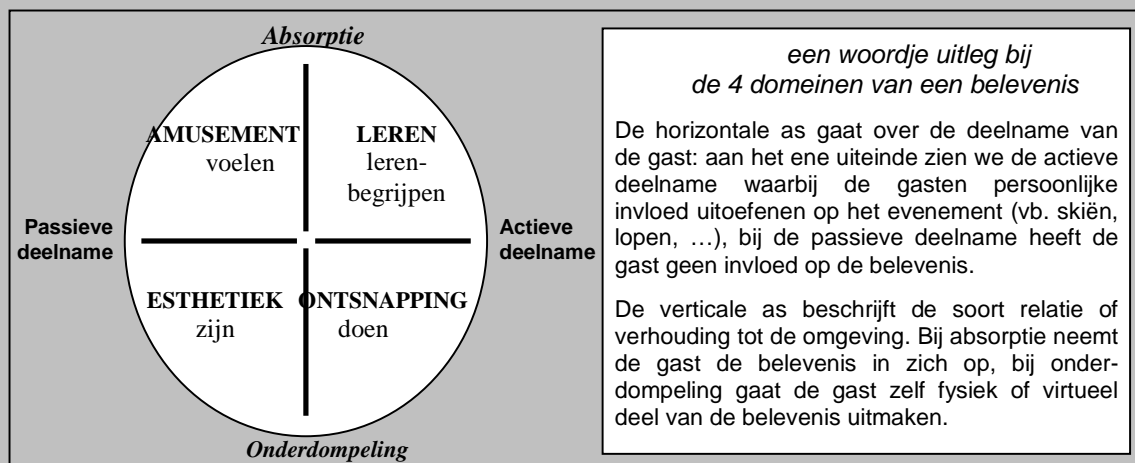
Deze indeling is gebaseerd op het model van Pine & Gilmore, omschreven in het boek "The Experience Economy", dat Natuurpunt graag wilde uittesten en (voor het eerst) gebruiken in de Uitkerkse Polder).

De beleveniseconomie ?

De auteurs - van deze nieuwe bijbel voor de blitse marketingboys - stellen dat waar vroeger het product een commodity was (bvb. een koffieboon), het later een product (een pakje koffie uit de supermarkt) werd en nog later als een dienst (koffie op een terrasje) gepromoot werd is het kopje koffie momenteel een belevenis geworden (bvb. Senseo met de koffie-patches). *Bij het haar getrokken – te disneysiaans? Werp eens een blik in de reclamefolders ... er worden geen auto's meer verkocht maar vrijheid (of dacht u dat ze zomaar in de woestijn reden?)!*

Niet dat Natuurpunt nu zomaar het motto "ecologie = economie" letterlijk zal vertalen, verre van. Maar we zien dezelfde trends ook bij natuurbeleving. Als we een natuurbeleving uittrekken volgens het framework dat de auteurs uitwerkten, kunnen we stellen dat een belevenis in een natuurgebied van Natuurpunt een mix is van:

1. amusement: natuur moet leuk zijn. Bezoekers (of beter onze gasten) moeten natuur kunnen beleven en er een goed gevoel aan overhouden
2. leren: we willen natuurlijk graag dat onze gasten wat bijgeleerd hebben over natuur als over het grotere Natuurpunt-verhaal
3. esthetiek: *"was het geen vonk, geen aha Erlebnis die ons de natuurmicrobe bezorgde?"* ... natuur beleven start veelal bij verwondering voor het kleine (*"kijk papa een vieze kikker"*) of het grote (*"wauw wat een fantastische zonsondergang"*)
4. ontsnapping: het wilderniseffect, *"vond u het als kind niet leuk om met de laarzen door de modder te ploeteren of om als volwassene met een kompas de weg te vinden?"*.



Door natuur als bron voor belevenis naar voor te schuiven kunnen we rijke ervaringen scheppen en ons natuurverhaal aan het brede publiek brengen.

Tenslotte, op de vraag wat de bezoekers van de polder eventueel misten of wat beter zou kunnen, zei men: minder verkeer, meer rustplaatsen, beter wegdek/ betere banen (met name de toerfietsers).

Terwijl de Uitkerkse Polder veel van een typisch agrarisch landschap heeft, zei toch 84% van de bezoekers dat ze wisten dat het een natuurgebied was. De helft van de bezoekers had gezien dat er werken verricht worden in het gebied.

4.1.4 Economische waardering van de polder

In de enquête is aan de toeristen die de polder bezoeken gevraagd naar hun totale uitgaven tijdens het verblijf aan de kust. Dit geeft een idee van hoeveel geld die toeristen, die van buiten de regio komen, naar het gebied brengen en van de economische impuls die zij geven.

Dagtoeristen besteden ongeveer € 12,50 per persoon per dag, toeristen die in een appartement, huis of caravan verblijven ruim € 30 en hotelgasten bijna €70 per persoon per dag.

Gemiddeld geven de toeristen die de polder bezoeken per dag per persoon € 30 uit.

Dagtoeristen	(n=100)	100 x € 12,50	=	€ 1.250
Verblijfstoeristen – hotel	(n= 30)	30 x € 68	=	€ 2.040
Verblijfstoeristen – overige	(n= 250)	250 x € 32	=	€ 8.000
Totaal	(n=380)			€ 11.290 per dag in augustus
Gemiddelde per dag per toerist				€ 30

Over een jaar genomen levert dat een bedrag op van ruim 3,5 miljoen euro.

In paragraaf 4.1.1 is namelijk berekend dat over een heel jaar naar schatting zo'n 118.000 toeristen naar de polder komen. Samen besteden zij 118.000 maal €30, dus zo'n € 3.500.000 per jaar.

4.1.5 Bekendheid van Natuurpunt

Naast de vragen over wie men is, wat men komt doen in de polder, wat men ervan vindt en hoeveel geld men uitgeeft, werden er ook een paar vragen gesteld over Natuurpunt, de beheerder van een groot deel van het gebied.

Meer dan de helft van de bezoekers van de polder (61%) zei Natuurpunt te kennen, meestal uit de media. Bijna 20% was lid van Natuurpunt.

4.2 Omwonenden

4.2.1 Kenmerken van omwonenden

Van de bezoekers uit de directe omgeving woont 52% in Blankenberge en 19% in Uitkerke. Tweederde van hen was man, de gemiddelde leeftijd was 55 jaar en 86% was er op de fiets.

4.2.2 Sociale waardering van de polder door omwonenden

Van de omwonenden die de polder bezoeken komt iedereen er vaker.

Als reden voor het bezoek noemt 29% fietsen en 20% het maken van een ommetje. Een kleiner deel is op doorrit (14%).

De bewoners geven het gebied een hoger cijfer dan de toeristen, ze geven gemiddeld een 8,4, terwijl het overall gemiddelde 8,1 was.

Het fijnst aan de polder vindt men de rust (23%), het groen/de natuur (20%) en de weidsheid (16%). Vrijwel iedereen (96%) weet dat de polder deels uit natuurgebied bestaat.

De meeste omwonenden (81%) merken de veranderingen in de polder op. Men ervaart dat er de laatste jaren meer natuur is bijgekomen. Onder natuur wordt dan verstaan: vogels, water en dergelijke. Ook de aankopen worden opgemerkt. Een bezoeker zei: *“er komen toch elk jaar meer groene paaltjes bij zie ik”*



De paaltjes rond gebieden die beheerd worden door Natuurpunt hebben groene kopjes. Foto: Helena Berends-Imminga

Op de vraag naar wat er ontbreekt zegt 19% dat er best minder auto's mogen zijn. Verder vraagt 8% om meer rustplaatsen en 6% om betere wegen.

4.2.3 Bekendheid Natuurpunt bij omwonenden

De ondervraagde omwonenden kennen Natuurpunt meestal wel (81%) en vaker dan de ondervraagde toeristen (55%). Men is ook veel vaker lid; 32% van de omwonenden is lid, terwijl van de toeristen minder dan 15% lid is.

De ondervraagde omwonenden kenden Natuurpunt via de media (6%), via de Uitkerkse Polder zelf (5%) en via medewerkers/ vrijwilligers van Natuurpunt (8%).

4.3 Dagtoeristen

1.1.1 Kenmerken van dagtoeristen

De gemiddelde leeftijd van de dagtoeristen ligt met 58 jaar wat hoger dan bij de andere bezoekers. Wel zijn er ook weer meer mannen onder hen (64%).

De helft van de dagtoeristen woont binnen een straal van 20 km (29% komt uit Brugge). Een kleine groep komt men van verder dan 100 km (10%).

Men komt vaker op de fiets (56%, gem. 16km) dan met de auto (38%, gem. 66 km).

4.3.1 Sociale waardering van de polder door dagtoeristen

Veel van de dagtoeristen (80%) komen vaker in de polder, 20% komt er voor het eerst.

Men waardeert de polder gemiddeld met een 8,1 (op een schaal van 1 tot en met 10), gelijk aan het gemiddelde voor alle bezoekers.

Dagtoeristen bezoeken de polder voor de natuur (26%) en de rust (25%). Daarnaast worden gezelligheid en fietsen genoemd. Als men moet kiezen tussen "doen/ beleven/ leren/ vermaak" noemt 48% beleven. Het fijnst vindt men de rust (33%) en de weidsheid (21%). Dat een deel van de polders natuurgebied is weet 74% van de dagtoeristen. Veranderingen worden door 33% van hen opgemerkt. Men ziet er meer natuur komen.

Wel zou men graag meer rustplaatsen willen hebben (17%) en minder auto's (11%)

4.3.2 Economische waardering dagtoeristen

De dagtoeristen besteden gemiddeld € 8 per persoon per dag, voornamelijk aan horeca.

Degenen die per auto naar het gebied komen hebben ook uitgaven voor vervoer. Voor deze groep (minder dan de helft) zijn de kosten € 10 per persoon.

Als vervoer wordt meegerekend, is de gemiddelde besteding van **dagtoeristen € 12,50 per persoon per dag.**

4.3.3 Bekendheid Natuurpunt bij dagtoeristen

Natuurpunt is bij de ondervraagde dagtoeristen minder bekend (57%) dan bij de omwonenden. Wel is het percentage dat lid is van Natuurpunt (26%) bijna even groot als onder de omwonenden.

De ondervraagde dagtoeristen kenden Natuurpunt via de media (9%) of als lid (9 %).

4.4 Verblijfstoeristen

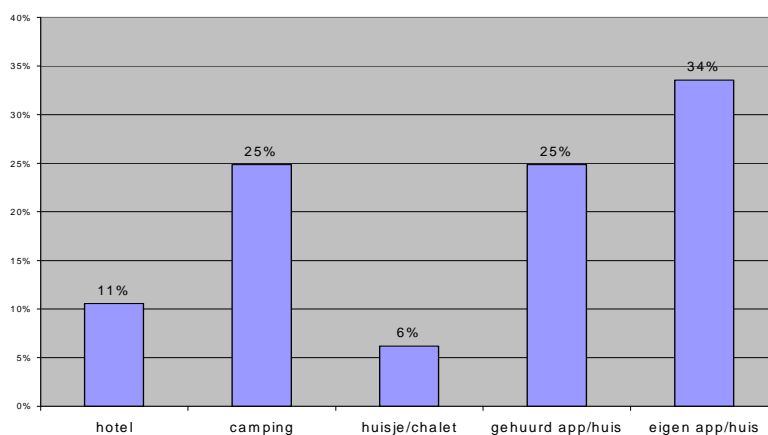
4.4.1 Kenmerken van verblijfstoeristen

De gemiddelde leeftijd van de verblijfstoeristen is 50 jaar, dat is lager dan van de andere bezoekers. Ook hier is het aantal mannen (71%) weer groter dan het aantal vrouwen.

Gemiddeld woont men op een afstand van 130 km en komt men voornamelijk per auto (90%) en in een klein aantal gevallen per trein (5%) naar het verblijf.

Een belangrijk deel van de geënquêteerde verblijfstoeristen beschikt over een eigen appartement of huis (35%). Een kwart huurt een appartement of huis (individuele huurwoning). Dus 60% verblijft in een flat of woning. De andere bezoekers verblijven op een camping (25%). Iets meer dan 10% verblijft in een hotel en de rest in een vakantiedorp.

Verblijfstoeristen (enquête) naar verblijf (in percentages)



4.4.2 Sociale waardering van de polder door verblijfstoeristen

Bijna alle ondervraagde verblijfstoeristen komen vaker in de polder (94%).

Men waardeert de polder gemiddeld met een 8,1 (op een schaal van 1 tot en met 10).

Men komt naar de polder voor de rust (14%), de natuur (12%) of een combinatie van factoren (13%).

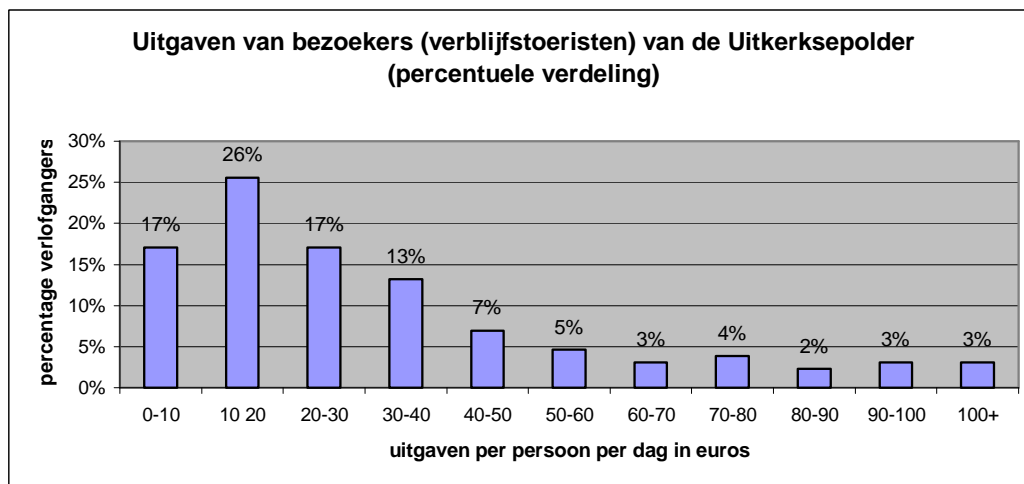
Als men moet kiezen tussen “doen/ beleven/ leren/ vermaak” noemt 60% beleven. Het fijnst vindt men de rust (43%), de natuur (30%) en de weidsheid (12%). Men weet vaak (85%) dat de polders deels uit natuurgebied bestaan. Veranderingen, vooral de waterwerken, worden door 43% opgemerkt.

Zaken die men graag anders zou willen: minder auto's (20%), meer rustbankjes (13%).

4.4.3 Economische waardering verblijfstoeristen

De verblijfstoeristen besteden **gemiddeld € 35 per persoon** per dag.

De volgende grafiek laat zien dat ¼ van de bezoekers van de polder die in het gebied verblijven, slechts 10 a 20 EUR per persoon per dag uitgeeft, maar dat bij 20% dat bedrag meer dan € 50 is.



De bezoekers van de polder die in **een hotel** verblijven geven zelfs **gemiddeld € 68** uit tegen € 32 voor de toeristen op een camping, in een vakantiedorp, in een huurappartement of -huis of in een eigen appartement of huis.

Zowel verblijf als eten en drinken worden vaak als grootste uitgavenpost genoemd. Hoe hoger de uitgaven hoe vaker het verblijf de grootste uitgavenpost is.

De woonplaats van de verblijfstoeristen die de polder bezoeken ligt gemiddeld op een afstand van 138 km en men komt hoofdzakelijk per auto, dus die uitgaven komen er nog bij.

De enquêtegegevens verschillen met de cijfers uit het Toerismecahier “De Vlaanderen vakantieganger anno 2005”. Volgens de gegevens uit dit cahier over de uitgaven van toeristen aan de kust, geven hotelgasten per persoon per dag € 93 uit, campinggasten € 37 en toeristen in een vakantiedorp of individuele huurwoning respectievelijk € 50 en € 54

Waar dit verschil ligt, kon niet achterhaald worden – wellicht ligt een deel van de verklaring in het feit dat de bevraging anders verliep.

4.4.4 Bekendheid Natuurpunt bij verblijfstoeristen

Natuurpunt is bij 54% van de verblijfstoeristen bekend. Dat is bijna net zoveel als bij de dagtoeristen.

Slechts 7 % is lid van Natuurpunt, dat is veel minder dan bij omwonenden en dagtoeristen (ongeveer 30% lid).

De verblijfstoeristen toeristen kennen Natuurpunt via de media (14%).

4.5 Overzicht en betekenis resultaten

4.5.1. Vergelijking tussen de drie groepen polder bezoekers

Als we de drie groepen bezoekers van de polder vergelijken (de omwonenden, de dagtoeristen en de verblijfstoeristen) vallen een aantal overeenkomsten en verschillen op.

Kenmerken zoals leeftijd, geslacht, vervoer e.d

Gelijkenissen

- in de diverse groepen bezoekers zijn meer mannen dan vrouwen (67% van de omwonende bezoeker was man, 71% bij de verlofgangers en 64% bij de dagjestoeristen)
- veelal zijn ze ook al iets “ouder” (gemiddelde leeftijd ligt boven de 50 jaar)
- de ondervraagden zijn veelal “vaste klanten” en komen vaak in de polders (en naar hun verhalen te horen vertoeven zijn relatief weinig / niet op het strand in het hoogseizoen – als het druk is)

Verschillen

- de verblijfstoeristen zijn naar verhouding het jongst, gemiddeld 50 jaar (dagtoeristen 58 en omwonenden 55 jaar)
- dagtoeristen komen vooral met de fiets, verblijfstoeristen komen 9 op de 10 keer met de auto.

Sociale waardering polder

Gelijkenissen

- bij de vraag “wat vind je leuk aan de polders” vormen rust, de weidsheid en de natuur de top drie
- als ze punten mogen geven aan de belevingswaarde van de Uitkerkse Polder zijn de scores zeer hoog
- in de diverse groepen weten de mensen zeer vaak dat de polders deels bestaan uit natuurgebied: een overweldigende 96% bij omwonenden, opvallend is wel dat de verblijfstoeristen (85%) het nog iets meer weten dan de dagjestoeristen (74%)

Verschillen

- omwonenden geven gemiddeld een nog wat hogere waarderingsscore dan de toeristen
- een grote meerderheid bij de omwonenden ziet de laatste jaren veranderingen, dit in tegenstelling tot de toeristen. Wanneer die wel veranderingen zien, komt bij de verlofgangers vooral het element “water” aan bod, terwijl de dagjestoeristen eerder spreken over meer natuur. Deze veranderingen worden in een overgrote meerderheid positief geëvalueerd (bij omwonenden wel wat minder)

Economische waardering

Gelijkenissen

- Zowel verblijfs- als dagtoeristen zijn vaak geregelde bezoekers van de polder, zowel door de jaren heen als tijdens één verlofperiode. Het zijn “trouwe” klanten.

Verschillen

- Dagtoeristen geven minder geld uit dan verblijfstoeristen (respectievelijk € 12,50 pp per dag en € 35). De laatsten hebben ook uitgaven voor onderdak, boodschappen en vervoer over een grotere afstand. Hotelgasten geven het meest uit, namelijk € 68.

Bekendheid Natuurpunt

Gelijkenissen

- Natuurpunt is vooral gekend via media en haar lokale natuurgebieden en/of medewerkers.

Verschillen

- Natuurpunt is zeer goed gekend bij de omwonenden, minder bij dagjestoeristen en het minst bij verblijfstoeristen.

- Omwonenden en dagtoeristen zijn veel vaker lid van Natuurpunt dan verblijfstoeristen.

4.5.2. Vergelijking polderbezoekers met toeristen rond Blankenberge en gehele Vlaamse kust

We hebben onze cijfers vergeleken met gegevens uit twee andere onderzoeken (VVV Blankenberge en Toerisme Vlaanderen).

Ten eerste wilden we weten welk deel van alle toeristen die in Blankenberge verblijven de Uitkerkse Polder komen bezoeken. We hebben de cijfers uit onze enquête vergeleken met cijfers van de VVV Blankenberge over het totaal aantal toeristen dat in het gebied verblijft in dezelfde periode.

Bij onze dagtelling (zie 4.1.1) zijn 477 bezoekers van het gebied geteld. Aangenomen is (op basis van de totale steekproef) dat hieronder 280 verblijfstoeristen waren. De rest bestaat uit dagtoeristen en omwonenden. De door ons geïnterviewde verblijfstoeristen kozen de volgende vorm van logies:

Type verblijf	aantal	percentage
Hotel	30	10 %
Camping	70	25 %
Huisje /chalet	17	6 %
Groepsverblijf		-
Huurlogies	70	25 %
Eigen logies	93	34 %
	280	100%

De meeste bezoekers van de polder verblijven dus in eigen of gehuurde flat.

Volgens cijfers van de VVV Blankenberge zijn er in juli en augustus (per dag/ per nacht) gemiddeld 4.017 toeristen in de gemeente Blankenberge. In deze cijfers is de verdeling naar type verblijf globaal als volgt: 60% verblijft in een hotel, 20% op de camping, 20% in een vakantiedorp. Verblijf in een eigen huis of appartement of in een individuele huurwoning zijn helaas niet in deze VVV cijfers meegerekend, waarschijnlijk omdat deze "toeristen" moeilijk te achterhalen zijn. Als we de VVV cijfers vergelijken met onze cijfers, dan moeten ook wij de toeristen die in een flat verblijven even weglaten.

We zien dan dat onder de bezoekers van de Polder (die niet in een flat of woning verblijven) 25% in een hotel verblijft, 60% op de camping en 15% in een huisje/chalet in een vakantiedorp. De cijfers van de VVV laten juist een omgekeerde verhouding zien: 60% verblijft in een hotel, 20% op de camping en 20% in een vakantiedorp.

	Onze enquête, zonder de toeristen die in een eigen of gehuurde flat verblijven		VVV cijfers, aantal overnachtingen Juli/aug in Blankenberge (per nacht) Afgerond:	
Hotel	30	25%	2549	60%
Camping	70	60%	736	20%
Vakantiedorp	17	15%	732	20%
subtotaal	117	100%	4017	100%

Bron: VVV Blankenberge

Uit deze vergelijking kan worden geconcludeerd dat slechts 3% van de kusttoeristen bij Blankenberge die in een hotel / camping/ vakantiedorp verblijven, de polder bezoekt op een normale doordeweekse zomerse dag (n= 117 / n= 4017). Van de campinggasten komt bijna 10% in de polder, terwijl slechts 1% van de hotelgangers dat doet op een en dezelfde dag.

Recente gegevens van Toerisme Vlaanderen voor de gehele kust laten zien dat de meeste toeristen verblijven in huurlogies. Uit ons onderzoek blijkt echter dat de meeste toeristen die de polder bezoeken

beschikken over een eigen woning of appartement. In de gegevens van Toerisme Vlaanderen worden deze toeristen-eigenaren helaas niet genoemd. Om een vergelijking tussen onze gegevens en die van Toerisme Vlaanderen toch mogelijk te maken, moeten wij de deze eigenaren even uit de cijfers weglaten.

Tabel Overnachtingen aan Vlaamse kust naar logiesvorm, 2005

Overnachtingen aan Vlaamse kust			Onze enquête bezoekers Uitkerkse Polder		
Logiesvorm	aantal	percentage	Type verblijf	aantal	percentage
Hotels	1.815.150	17 %	Hotel	30	16%
Campings	872.925	8 %	Camping	70	37%
Vakantieparken	1.161.201	11 %	Huisje /chalet	17	9%
Doelgroepen	1.211.619	11 %	Groepsverblijf		
Huurlogies	5.875.717	54 %	Huurlogies	70	37%
TOTAAL	10.936.612	101 %		187	100

Bron: De Vlaanderen-vakantieganger anno 2005, Toerismecahier 4

Ook uit deze vergelijking blijkt dat vooral campinggasten de polder bezoeken, maar anders dan bij de vergelijking met de VVV Blankenberge cijfers, blijkt dat hotelgasten wel goed vertegenwoordigd zijn onder de polderbezoekers.

De toeristen die verblijven in een eigen woning, die wij wel geenqueteerd hebben, vormen een belangrijk deel van de polderbezoekers. Ze zijn weggelaten uit de gegevens van VVV Blankenberge en van Toerisme Vlaanderen, waarschijnlijk omdat zij moeilijk te achterhalen zijn in hun vakantie (2^e) woning. Voor Natuurpunt zijn zij echter een belangrijke doelgroep, bijvoorbeeld als nieuw lid dan wel als sponsor /ondersteuner van Natuurpunt en de Uitkerkse Polder.

4.5.3. Schatting economische impuls van bezoekers Uitkerkse Polder

Op basis van de gegevens uit onze enquête en de dagtelling kan een schatting worden gemaakt van de economische impuls van deze bezoekers op de regio.

Dagtoeristen	100 x € 12,50 =	€ 1.250
Verblijfstoeristen – hotel	30 x € 68 =	€ 2040
Verblijfstoeristen – overige	250 x € 32 =	€ 8000
Totaal		€ 11.290,00 per dag

De toeristen die de Uitkerkse Polder bezoeken, geven samen zo'n **€ 11.000,00** per dag uit in de regio. Per persoon is het **gemiddelde € 30** (€ 11.290,00 gedeeld door 380).

Over een heel jaar genomen en volgens de schatting uit 4.1.1, komen zo'n 118.000 toeristen naar de polder. Samen besteden ze zo'n **€ 3,5 miljoen per jaar** (118.000 maal € 30).

Vergroting economische impuls

In de enquête is gevraagd of men ook naar Blankenberge zou komen als het poldergebied er niet was. Van de ondervraagde verblijfstoeristen komt 20% speciaal naar het gebied vanwege de polder. Voor 60% is de aanwezigheid van groen en rust zoals in de polder niet doorslaggevend om naar Blankenberge te komen maar is het zeker wel een pluspunt. Van de relatief weinige hotelgasten in de polder, vindt 40% de aanwezigheid van de polder wel essentieel.

Volgens het onderzoek van Toerisme Vlaanderen zijn hotelgasten aan de kust gemiddeld 56 jaar oud, komen ze meestal per auto (64%) en verblijven ze gemiddeld 5,4 nachten.

Als we zien dat vooral de hotelgangers de polder waarderen, dat ze veel uitgeven in de regio maar dat ze ondervertegenwoordigd zijn in de polder, dan zou een publiciteitscampagne over de polder onder deze doelgroep het grootste economisch effect hebben.

5 Steekproef buiten de polder

Vanzelfsprekend is het niet alleen interessant om te weten wie onze bezoekers zijn. Net zo interessant is de vraag “wie zijn (nog) niet onze bezoekers”.

5.1 Algemeen

We organiseerden in de maanden augustus – september een steekproef waarbij we trachten een representatief beeld te krijgen van de bezoekers van Blankenberge en hun (al of niet) perceptie van de Uitkerkse Polder. Als locaties voor dit onderzoek kozen we het station van Blankenberge, de Colruyt in Uitkerke, de campings bij Harendijke alsook de jeugdherberg Wullok.

De geënquêteerden kregen een verkorte vragenlijst voorgelegd waarin enkel gepolst werd naar de sociale waardering en de bekendheid van Natuurpunt en eventueel werd de Uitkerkse Polder geïdentificeerd via het gebruik van fotomateriaal.

Daarnaast werden ook bedrijven (campings, middenstand, jeugdherberg, VVV) rond de polder bezocht om meer inzicht te krijgen in hun waardering van en relatie met de polder.

5.2 Interviews met bedrijven

Een aantal bedrijven rond de Uitkerkse Polder is bezocht voor een vraaggesprek. Daaronder waren vier campings, de jeugdherberg, een aantal winkels (bakker, supermarkt, beenhouwer, traiteur) en de VVV. Aan de eigenaar of een andere verantwoordelijke is gevraagd hoe men zelf de polder waardeert en in hoeverre polderbezoekers van betekenis zijn voor het eigen bedrijf.

De bekendheid van de polder bij de geïnterviewden varieerde van redelijk tot zeer goed. Men waardeerde de polder hoog. Bij de campings en de jeugdherberg gaf men (op een schaal van 1 tot en met 10) de cijfers 9 en 10, bij de winkels en de VVV van 7 tot en met 9.

Men noemde als positieve elementen: ongerepte natuur, dieren, natuurbescherming, rust, weidsheid, water, veilig fietsen, groen, bezoekerscentrum, steeds meer vogels. Men noemde ook enkele mogelijke verbeteringen: meer paden tussendoor ten behoeve van wandelaars en meer bordjes met uitleg. Dit verschilt dus duidelijke ten opzichte van de resultaten van de ondervraagden in de polder.

Gasten van de campings zijn vaak gezinnen en komen meestal niet speciaal naar de camping vanwege de ligging bij de polder. Wel kennen de kampeerders de polder, komen ze er regelmatig en hebben ze er een positief oordeel over.

De bezoekers van de jeugdherberg de Wullok zijn vaak jong en komen niet speciaal voor de polder. De nieuwe mogelijkheid van het boeken van een “natuur.arrangement” bij de jeugdherberg (een initiatief van de Herberg en Natuurpunt) zal zeker meer polderbezoekers trekken.

De winkels hebben niet speciaal polderbezoekers onder hun klanten. Wel vormen toeristen in het algemeen, met name in het hoogseizoen, een belangrijke uitbreiding van de klantenkring van de supermarkt, de beenhouwer en de traiteur.

Bij de VVV constateert men dat de polder steeds meer bekend raakt.

De meeste bedrijven zijn van mening dat er nog wel meer promotie voor de Uitkerkse Polder mag komen, soms met de kanttekening dat het niet teveel moet zijn, omdat het niet te druk moet worden in de polder. Extra promotie zou via de VVV, via scholen en met folders en affiches bij bedrijven kunnen plaatsvinden. De promotie voor het Serpentarium werd als voorbeeld genoemd.

5.3 Interviews met bezoekers / bewoners Blankenberge

Er werden 217 bewoners en toeristen geïnterviewd buiten de polder, met als locaties en aantallen: station van Blankenberge (48), de Colruyt supermarkt in Uitkerke (70), de campings bij Harendijke (68) alsook de jeugdherberg Wullok (30).

De geënquêteerden waren allen ongeveer van dezelfde leeftijdsgroep als de geïnterviewden in de polder, namelijk gemiddeld 53 jaar. Alleen in de jeugdherberg lag de gemiddelde leeftijd een stuk lager (32 jaar). Geïnterviewden kennen de polders vooral van er te fietsen. De waardering voor de polders ligt bij alle groepen hoog. De geënquêteerden buiten de polder missen niet echt iets in de polders, dit in tegenstelling tot de geënquêteerden in de polders. Weinig geënquêteerden buiten de polder zijn lid van Natuurpunt.

70% van de geënquêteerde bewoners bij de supermarkt kennen het gebied en beoordelen het positief (8,1 gemiddeld). Onder de verlofgangers die geënquêteerde werden bij de supermarkt was dat veel lager, namelijk 31%. Bij de dagtoeristen en verlofgangers die geënquêteerd werden bij het station was kende 48% de polder (en nog eens 10% na het zien van foto's).

Bewoners komen het liefst naar de polders om er te fietsen, terwijl de verlofgangers en de dagjestoeristen de natuur en de rust er het fijnst vinden.

Bij de bewoners is Natuurpunt zeer bekend, bij de verlofgangers en de dagjestoeristen is dit wat minder.

Onder degenen die de polder niet kenden, staat 58% niet afkerig tegen het idee om eens het gebied te bezoeken. Dit is dus een potentiële doelgroep.

6 Evaluatie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de onderzoeksvragen en schuiven de onderzoekers ook diverse aanbevelingen naar voor die zowel “de interne keuken” (bvb. bijsturing onthaalplan, bijsturing openstellingsbeleid Natuurpunt) alsook “het beleid” (bvb. aanbevelingen voor politici) beslaat.

6.1 Onderzoeksvraag “wie is de bezoeker van de Uitkerkse Polder”

Omdat we het warm water ook op dit punt niet dienden uit te vinden zullen we de resultaten a.h.v. 2 subonderzoeksvragen van dit onderzoek toetsen aan resp. de indeling “groene regio’s vs Vlaamse kust” van Toerisme Vlaanderen alsook de doelgroep – productmarktcombinatie in natuurgebieden die o.a. het Regionaal Landschap Kempen en Maasland hanteert.

6.1.1 Resultaat 1: de poldertoerist is een Vlaamse regio-adept die aan de kust verblijft

Toen Natuurpunt startte met het onderzoek werd vertrokken vanuit de idee dat inzake de toeristen de polderbezoeker in de zomer ook (deels) de strandbezoeker is. Dit wil zeggen dat ze de polder opzoeken bij minder weer en/of als afwisseling van het zonnekloppen. Werd kortom uitgegaan dat de polder zich op de grens bevond van het toeristische macroproduct “kust” en “Vlaamse regio’s”.

Reeds bij de 1^e enquêtereeks werd dit beeld al gedeeltelijk doorprikt en ook de volgende enquêtedagen bevestigden volgend beeld: “*de polderbezoeker kiest gericht voor de polder(kenmerken) = een facet van de Vlaamse regio ‘Brugse Ommeland’ en blijft hier gedurende het verlof zeer trouw aan*”.

Bij de vraag rond de frequentie van de polderbezoeken bleek immers dat de overgrote meerderheid meer dan 75% van hun tijdsbesteding in de polder doorbrachten. Anderzijds bleek bij de steekproeven aan het station, de campings als zeker ook de jeugdhierberg dat de strand- of campingtoeristen zelden of nooit de polder bezoeken.

De verklaring werd vlug gevonden bij de vragen rond de sociale waardering van de kustpolder: “onze” toeristen vermijden de drukte van het strand, van de badplaats (zie ook 7.2). Bovendien melden velen dat ze ’s winters wel te vinden zijn in de stad / op het strand (en minder in de polder) omdat het strand dan terug rustig is en ze (ook daar) opnieuw getraakteerd worden met een wijds uitzicht in een voor hen “natuurlijk” aandoende omgeving.

Twee geïnterviewden met een tweede verblijf in de regio, melden dat ze hier elk week-end in het jaar komen doch dat ze ’s zomers de drukte (zelfs van de polder!) ontvluchten en een huisje, resp. een appartement huurden aan de Franse kust.

Opvallende kanttekening hierbij is tevens dat een overgrote meerderheid die de polders bezoekt, wel kiest voor een verblijf aan de kust, dit gerelateerd aan kusteigenschappen als bvb. “de gezonde zeelucht” en het ruime aanbod van accommodatie.

Of hoe de kust tweemaal van de eigenschappen van een Vlaamse regio geniet in Blankenberge.

Een uitzondering bij dit alles is wel de – thans relatief kleine - groep (veelal jonge gezinnen) die kennelijk bewust kiest voor een gevarieerd menu van strand, polder, attracties, ... We vermelden “thans” omdat bij de steekproef buiten het gebied (bvb. station), ook duidelijk werd dat veel toeristen het bestaan van de Uitkerkse Polder niet kennen. Onbekend is onbemind kortom.

Aanbeveling :

- 1 extra aandacht voor promotie van de Vlaamse kust als place-to-be voor de rustzoekende toerist én dit het jaar rond (zomer = polders / hinterland, rest van het jaar = polder & strand), Blankenberge heeft hierbij alleszins een USP via de Uitkerkse Polder.
Dit sluit ook aan bij de conclusies van eerder onderzoek door Westtoer / Toerisme Vlaanderen naar activiteitengedrag aan de Vlaamse waar duidelijk werd dat aan de Oostkust minder aan natuurrecreatie werd gedaan dan aan de (als “groen bekend en gepromote”) Westkust.
- 2 extra aandacht voor de promotie van het natuurgebied de Uitkerkse Polder.

6.1.2 Resultaat 2: de polder fungeert als een groene long voor bewoners & dagjestoeristen

Bij de dagjestoeristen werd duidelijk dat zij resoluut kiezen voor de rust, voor het macroproduct “Vlaamse regio Brugse Ommeland”. Hierdoor sluiten ze aan bij de zoektocht om te onthaasten van de bewoners van Blankenberge en de andere begrenzendende gemeentes. Dit bevestigt de stelling van burgemeester Monset als is de Uitkerkse Polder een groene long, een uitwaai gebied voor de bewoners van z’n gemeente.

Aanbeveling:

- 1 meer stadsrandnatuur (waarbij Blankenberge een scala aanbiedt van (Zee)bos, duin & strand (bv. Fonteinjies) als polder (Uitkerkse Polder)) is niet enkel van belang voor fauna & flora doch ook ten eerste voor de leefbaarheid en de aantrekkelijkheid van een gemeente.

6.1.3 Resultaat 3: beleven primeert boven het weten

Bij de vraag waarom men de polder bezoekt is het model van Pine & Gilmore, zoals beschreven in paragraaf 4.1.3, gebruikt. Uit de interviews met de bezoekers aan de polder kwam naar voren dat men vooral naar de polder kwam om iets te BELEVEN. De andere mogelijkheden in het model: iets doen, iets leren of zich vermaken werden minder genoemd.

Daarnaast is het zo dat de bezoekers van de polder meestal fietsend komen. Het aspect “iets doen” is daarmee wel aan de orde. Iets leren is voor de bezoekers veel minder belangrijk.

We kunnen dan ook concluderen dat:

- 1 de nadruk bij bezoekers ligt op het BELEVEN van de polder en in mindere doch nog steeds belangrijke mate op het DOEN (vnl. voor wielertoeristen). De nadruk op LEREN in ons natuurgebied is minder van tel.
- 2 de natuurschoongenieters natuur zien als decor bijvoorbeeld voor fietstochten maar ook (de laatste jaren) voor een toenemend aantal oldtimer- motorally's, etc.

Een andere indeling van bezoekers van natuurgebieden in Vlaanderen is de indeling die gebruikt wordt door het Regionaal Landschap Kempen en Maastrand. Ze maakt een onderscheid tussen natuurschoongenieters, natuurbesochters en natuurvermaakzoekers, ieder met eigen kenmerken.

“Natuurschoongenieters” zijn op zoek naar gezonde lucht, groen en rust. De ouderen uit onze enquête komen eveneens deze “diensten” van de natuur opzoeken. Ze maken dus deel uit van deze groep, ook wat betreft type activiteit en verblijf. Een ander deel van de door ons geënquêteerde bezoekers past in de categorie “Natuurvermaakzoekers”. In de Uitkerkse Polder zijn de bezoekers echter wel ouder en er worden minder activiteiten georganiseerd (avonturenparcours, vlottentocht, mountainbikeparcours, etc).

Aanbevelingen :

1. Meer aandacht voor “mensenwensen “ bij het openstellingsbeleid van natuurbeheerders als Natuurpunt
2. Meer gebruik maken van motiefgroepen benadering bij onderzoek onder bezoekers. (In Nederland gebruikte Staatsbosbeheer een doelgroepen benadering maar is sinds kort overgegaan op motiefgroepen).

6.1.4 Resultaat 4: de polderbezoeker kiest (zoals de andere) voor de auto

Net zoals bij vele andere uitstappen zien we dat de auto het meest gekozen vervoersmiddel is: 57% van de ondervraagden kwam met de auto tegen resp., 37% met de fiets, 2% te voet, 3% met de trein en 2% met andere transportmodi. Als we de opsplitsing maken naar toeristen en recreanten komen we aan volgende cijfers:

- o van de 160 toeristen die we interviewden, kwam 90% van de respondenten naar de vakantiebestemming per auto, 6% met de trein en 4% met de fiets.
- o van 80 dagjesmensen (veelal fietsers) die we interviewden kwam 56% met de fiets, 43% nam de auto (veelal met de fiets op het dak) en slechts 1% met de trein.

Dit sluit aan bij de kenmerken van het verplaatsingsgedrag van Vlamingen waarbij 31% van al onze verplaatsingen vrijetijdsmobiliteit is. Hiervan gebeurt 6 op de 10 recreatieve verplaatsingen met de auto (alhoewel 70% van de verplaatsingen vaak nog geen 5 km bedraagt).

Ook ligt dit in de lijn van de keuze van het transportmiddel van de recreatieve verblijfstoerist: resp. 79% van de toeristen aan de Vlaamse kust en 94% van de bezoekers aan de Vlaamse regio's komt met de auto, terwijl dit met de trein resp. 13% en 2% is, met de fiets is dit 0% en 3%. Deze cijferreeks toont nogmaals aan de poldertoerist ook aanleunt bij het type vakantieganger van de Vlaamse regio.

6.2 Onderzoeksvraag “wat is ‘de beleving Uitkerkse Polder’ ?”

De polder is een verademing omdat er zo weinig mensen wonen en de kale vlakte door betrekkelijk weinig obstakels verstoord wordt. Maar nooit vergeet ik dat dit een op en top cultuurlandschap is, eeuwen geleden door landbouwers en monniken van de zee afgepakt. De polder heeft niets met spontane natuur of wildernis te maken.

Getij en zeezout, slikken en schorren zijn verbannen.

Het landschap is de vrucht van boerenlabeur.

*Wilde dieren en planten die er tussen mens en vee leven,
kwamen als kolonisten in dit artificiële land.*

Jan Desmet in “Moeder Natuur naakt” - 1994

Als we “natuur” zeggen denkt u wellicht aan uitgestrekte bossen, een glooiende heide, een kronkelende natuur, ... maar wellicht niet aan polders. En toch herbergen kustpolders als de Uitkerkse Polder fauna en flora die elders in Vlaanderen en zelfs in groter perspectief de Europese Unie in de verdrinking staan. Voor Natuurpunt voldoende redenen om 15 jaar terug van start te gaan met een reservaatproject. Anno 2007 mogen de resultaten er naar natuurbehoud zeker zijn (wetenschappelijke gegevens genoeg), maar zijn we ook geslaagd in ons opzet om er een polder voor natuur én mens van te maken. Als we enkel focussen op de toeristen zien we dat de polder ondertussen uitgegroeid is tot een groene long voor recreanten, toeristen en bewoners.

Maar wat waren de sleutels tot dit succes ? Welke rol speelt ons project hierbij ? Welke aanbevelingen maken onze bezoekers om er nog meer een polder voor mens en natuur van te maken ?

6.2.1 Succes ingrediënten van de polders

Uit het onderzoek blijkt dat een overgrote meerderheid de bezoekers de Uitkerkse Polder catalogeren als “natuurgebied” als dat ze zeer tevreden zijn over het landschap (de gemiddelde punten schommelden tussen de 7,9 en 8,5 op 10). Een aangename verrassing voor de opdrachtgever. Bij navraag bleken volgende ingrediënten bijgedragen te hebben tot dit succes:

Rust

Rust was het meest aangestipte succeselement dat tijdens de enquête aan bod kwam. Zeer veel mensen appreciëren dit het meest aan de Uitkerkse polders. Dit ligt vaak in de lijn van hun motivatie om de polder te bezoeken (onthaasten, frisse neus halen, ...).

Twee belangrijke kanttekeningen hierbij, "rust" werd voornamelijk geassocieerd met 2 elementen

- 1 weinig verkeer in de polder, of beter weinig verstorend gemotoriseerd verkeer ... kortom weinig verstoring (de inspanningen van Natuurpunt en gemeentebesturen om via barrière of "enkel plaatselijk verkeer"-straten de auto uit de polder te houden worden kennelijk gesmaakt)
- 2 landschappelijke kenmerken, dit kwam zeer opmerkelijk naar boven tijdens de fotobevegraging aan het station waarbij de onderzoekers diverse malen vernamen "dat ziet er zo rustig uit" (waarna veelal gevolgd door "daar zouden we toch eens naar toe moeten"). Dit heeft ongetwijfeld te maken met de 2 andere ingrediënten hierna beschreven.

Weidsheid

Een tweede positieve factor die vaak vermeld werd was de uitgestrektheid van het landschap, slechts onderbroken door enkele hoeves en silhouetten van rustieke polderdorpsjes). De begrenzing door de 'hoogbouw' in de gemeentes Blankenberge en Wenduine alsook de campingzone wordt wel als "spijtig" bestempeld.

In het onthaalplan van de Uitkerkse Polder wordt dit omschreven als "weidsheid" (samengevat : een wijds uitzicht over weilanden). Natuurpunts streven om de elektriciteitsleiding ondergronds te brengen, om i.s.m. de stad Blankenberge de sprawl of bebouwing beperkt te houden tot het kleinstedelijke gebied, ... werpen dus kennelijk haar vruchten af.

De natuur zelf

Tot slot werd ook natuur aangestipt als grootste troef van de Uitkerkse Polder. Bij verdere navraag bij de bezoekers bleek dat bezoekers hieronder 2 elementen verstaan (afhankelijk van het natuurbeeld van de bezoeker):

- 1 de totaalbeleving "Uitkerkse Polder" waarbij dit dus voornamelijk slaat op het landschap. *De uitgestrekte groene weilanden doorsneden door grachten en doorprikt met veedrinkpoelen.* Opmerkelijk hierbij is dat ook het facet "landbouw" (vanuit vnl. een romantische invalshoek) meermaals werd aangehaald als troef.
- 2 specifieke elementen waarbij voornamelijk "vogels" en "waterelementen" aangehaald werden als "natuur".

Ook dit sluit aan bij de inspanningen van Natuurpunt (omzetting akkers naar weiland, behoud van kleine percelen, aanleggen waterpartijen en veedrinkpoelen, ...). Dit werd bevestigd door de vraag "ziet u veranderingen de laatste jaren?" waarop 81% van de bewoners, 43% van de toeristen en 33% van de dagjestoeristen "ja" antwoorden hierbij vooral verwijzende naar de inspanningen op natuurvlak.

Men zei: 't is hier precies de Camargue aan het worden! en : "Toen ik vernam dat ze hier aan natuurontwikkeling zullen doen, dacht ik eerst "hoeveel geld gaat ons dat kosten", maar het loont!

Ter afronding merken we wel op dat de naweeën van de woelige start van het project met een confrontatie landbouw versus natuurbehoud nog steeds voelen. Een zeer kleine minderheid (minder dan 10% van de ondervraagde bewoners) hield een pleidooi voor meer respect voor de landbouw. Toch zien we in vergelijking met het VLINA-onderzoek van enkele jaren terug dat de perceptie als zou "natuur een bedreiging voor landbouw vormen" minder sterk leeft. En dat kortom het idee van een win-win landbouw én natuur (en vice versa), dat het model dat Natuurpunt nastreeft meer en meer supporters kent.

Natuur als tegenhanger van het dagelijkse leven

Uit een overzicht van aantal mensen die de natuur ingaan, hun beleving en type natuur die ze verkiezen¹, blijkt dat mensen de natuur ingaan voor een groot aantal redenen, o.a. om afleiding van dagelijkse beslommeringen, het tot rust komen, voor een gevoel van ontzag, omdat natuur goed is voor herstel, het voldoet aan een existentiële behoefte, etc. Men vraagt de natuur om een tegenwicht te zijn van dagelijks leven.

¹ Door H. Berends en F.Veeneklaas: "Mensen en Natuur- kunnen we die relatie meten?" voor het Natuurplanbureau Nederland, 2003

Conclusie: de polder is ideaal voor fietsers

Als gevolg van al deze succesfactoren (en dit in combinatie met het feit dat de polder vlak is) creëer je een ideaal fietslandschap.

De fietsers kunnen we opsplitsen in verschillende groepen, enerzijds hebben we de recreanten en anderzijds de wielertoeristen. Bij beide groepen was het frappant dat we vaak vijftigplussers zagen, de gemiddelde leeftijd bij de bezoekers is 53 jaar. Bij de wielertoeristen zagen we haast uitsluitend mannen. Deze trend kunnen we doortrekken naar de volledige enquête in de polders, want 2/3 van de ondervraagden waren mannen.

We kunnen de fietsers ook nog op een andere manier opdelen, in de 3 categorieën die we doorheen de enquêtes gebruiken:

- bewoners komen vaak uitwaaien of zijn op doorrit in de polders
- dagjestoeristen komen eerder om er eens uit te zijn in een ander kader en
- verlofangers kiezen gericht voor de polders.

Dit sluit ook aan bij het onderzoek door Westtoer en Toerisme Vlaanderen rond de activiteiten van de verblijfstoerist aan de kust (De Vlaanderen vakantieganger, 2006). Van de ondervraagden deelde 15% mee dat ze de vorige vakantiedag gefietst hadden en 10% dat ze aan natuurobservatie hadden gedaan.

Hierbij aansluitende twee interessante bevindingen:

- 1 de (fiets)wegen liggen er algemeen vrij goed voor in de Uitkerkse Polder, op bepaalde plaatsen zou de weg wel heraangelegd moeten worden, zo werd wel diverse malen aangehaald. Dit ging dan vnl. over de Drijfstraat, vooral wanneer we enquêtes afnamen aan de Schaerebrug kwam dit ten berde. Deze brug ligt vlakbij de Drijfstraat die er niet goed berijdbaar bij ligt (doorheen het onderzoek merkten de onderzoekers dat de mensen hun korte termijngeheugen raadplegen bij de vraag of er iets is wat beter kan. Daar antwoorden er zeer veel mensen – en vooral fietsers - dat de banen er soms slecht bij liggen)
- 2 een recente troef voor de fietsers is het gloednieuwe fietsknooppuntennetwerk. Bij de fietsers valt dit volledig in de smaak en werd dit diverse malen spontaan aangehaald bij de vraag “ziet u verbeteringen in de polder”.

6.2.2 Recepten om de Uitkerkse Polder nog aantrekkelijker te maken

Alles kan beter was de titel van een populair tv-programma dat als betrachting had om de lat van nieuwsverslaggeving steeds hoger te leggen. Ook bij Natuurpunt wil men niet op haar lauweren rusten, zowel via eigen acties als via lobbyen naar beleid, wenst Natuurpunt de Uitkerkse Polder nog verder uit te bouwen als polder voor mens én natuur.

We kunnen stellen dat de mensen zeer tevreden zijn met hoe de polders er nu uitzien (cfr hoge quotering). Toch kwamen bij de vraag “kan er nog iets beter” vele ideeën uit de bus. Gegroepeerd kwamen volgende suggesties naar voor:

- 1 meer “comfort” – versterken van het element “rust” (minder verkeer, betere wegen, meer rustplaatsen, strijd tegen zwerfvuil, ...)
- 2 meer “natuur”.

Meer comfort

Met de slogan “onze bezoekers willen meer comfort” wordt misschien de verkeerde indruk geschept als zou de Uitkerkse Polder een luxe-resort moeten worden voor de gestresste medemens. Fout ! Bij de bevraging kwam wel prioritair naar voor dat bezoekers graag de kenmerken “rust” en “weidsheid” willen behouden en in 2^o instantie optimaliseren. In de eerste plaats gaat het dan ook om het vermijden van verstoring, dit zowel visueel (“laat de appartementen niet uitdeinen”) als auditief waarbij dat laatste vooral sloeg op verkeer. Daarnaast bleek ook dat er een tekort was aan (kennis over) rustplaatsen (zowel “onbemand” als “bemand” – cafetaria).

Meer rustplaatsen

Veel bezoekers ervaren een tekort aan rustbankjes, picknicktafels en gelegenheden om een drankje te nuttigen zijn. Vele bezoekers ondervonden dit als een waar gemis. Ze konden bijna nergens terecht om hun picknick te nuttigen of om eventjes uit te rusten. De mensen hadden graag nog een cafétaria in de polders gehad. Wel dienen we hierbij op te merken dat dit ook een gevolg kan zijn van een beperkte informatiedoorstroom hiervoor.

“tussen Blankenberge en Brugge is er nergens een gezellig cafetaria”

Aanbevelingen:

- 1 met het natuurinrichtingsproject worden extra picknickplaatsen verzorgd in de Uitkerkse Polder. Maar kennelijk dient dit ook verder over de Oostkustpolder nagestreefd te worden. Belangrijk hierbij is ook de informatiedoorstroming (via bvb. de fietskaarten van Westtoer).
- 2 het bezoekerscentrum extra als cafetaria promoten
 - o motivatie: er wordt wel eens gezegd dat natuurbeschermers te weinig profiteren van de economische baten die zij voortbrengen voor horeca, vastgoedsector, ... en ze enkel de kosten (inrichting, beheer, ...) torsen. Welnu uit het onderzoek blijkt ten eerste dat er vraag is naar meer cafetaria in de polder en ten tweede dat de poldertoerist geen deel is van de kusttoerist (en dat bvb. een poldercafetaria geen concurrent is voor een bistro op de zeedijk).
 - o concept:
 - de cafetaria uitbouwen zodat ze nog beter grotere groepen toeristen / recreanten kan ontvangen
 - de cafetaria beter promoten
 - zowel via communicatie extern (folders, toeristische brochures, ...)
 - zowel door extra communicatie in de Uitkerkse Polder zelf (bvb. een attractief welkombord aan de Kuiperscheeweg)
 - o gevolg
 - recreanten zijn (nog) tevreden(er), de kustpolder wordt nog attractiever
 - recreanten komen voor een drankje en krijgen ondertussen het verhaal van de Uitkerkse Polder en Natuurpunt mee
 - Natuurpunt genereert extra opbrengsten die ze kan gebruiken voor meer en betere natuur of in het kader van haar streven voor natuur voor iedereen.

Tot slot een leuk citaat om te eindigen van een bewoner:

*er dienen meer visplaatsen te komen,
supergezellig zo tussen het ruisende riet om een boek te lezen*

Cocooning in de polder, het bestaat !

Minder verkeer

Vele bezoekers zouden de Uitkerkse Polder graag verkeersvrij/arm zien (ook vanuit het oogpunt verkeersveiligheid – vnl. bij jonge gezinnen kwam dit naar boven). Er rijden volgens hen nog te veel auto's en motoren in de polders.

kunnen jullie geen inrichtingsverkeer invoeren ?

Hiervoor werden al enkele maatregelen genomen om het sluipverkeer zoveel mogelijk buiten te houden. Onder andere werd er een slagboom aan de Neptunuslaan geplaatst. Voor vele mensen een groot hulpmiddel om sluipverkeer minder kans te geven, voor andere mensen een heuse last op de weg van werk naar huis of omgekeerd. Ook werd een deel van de Kuiperscheeweg “verboden voor gemotoriseerd verkeer, uitgezonderd lokaal verkeer”.

Betere banen

Momenteel is het zo dat veel banen er zeer goed berijdbaar bij liggen. Toch zijn er enkele uitzonderingen, zoals de Drijfstraat.

Naar de toekomst toe worden alleszins de Hooistraat alsook de Koeistraat heringericht als “karrenspoor” – en mogelijks ook de Drijfstraat - wat niet alleen de fietskwaliteit zou moeten optimaliseren doch ook ontraderend zou moeten werken voor gemotoriseerd verkeer.

Sluikstorten / onderhoud bermen

Vrij opmerkelijk (omdat de onderzoekers hier zelf weinig / geen “sporen” van vonden), was de vraag van diverse bezoekers om iets te doen tegen het zwerfvuil.

Naar de motivatie is het gissen, wellicht is dit een algemeen verschijnsel. Wel merkt Natuurpunt op dat het plaatsen van extra afvalbakken geen oplossing is omdat deze zeer vlug herschapen worden tot magneet voor allerhande zwerfvuil.

Gerichte informatieverstrekking

“Ik ben dus ik communiceer” zou een geactualiseerde interpretatie kunnen zijn van Descartes. Onder andere dankzij een doorgedreven communicatiebeleid hebben we de Uitkerkse Polder bekend gemaakt in Blankenberge (met daar een naamsbekendheid van ruim 65% - cfr steekproef buiten de polder) en elders. Gedurende het onderzoek kwamen volgende suggesties bovendrijven:

- 1 gerichte bebording in de Uitkerkse Polder: dankzij het nieuwe systeem van poorten komt elke bezoeker sowieso in contact met het project van Natuurpunt en haar partners, dit betekent dat elders in het gebied selectiever gecommuniceerd mag worden (borden betekenen immers veelal landschapsverstoring – ietwat zwart/wit uitgedrukt), op korte termijn dienen we ook te komen tot een sanering van de kleine bordjes en dienen infoborden zich te beperken tot bezoekersfaciliteiten (kijkhutten, uitkijktoren, ...)
- 2 betere aanduiding kijkhutten: uit het onderzoek (vnl. bij de locatie “kijkhut grutto”) bleek zeer duidelijk dat er een zekere drempelvrees bestaat bij kijkhutten. Ze zijn nogal donker, ver van de baan, ... kortom: enkel de “ingewijden” weten dat het een toegankelijke plaats is. Verbeteringen kunnen o.i. gemaakt worden via een opvallende aanduiding / uitnodiging vanop de baan (vergezeld van andere uitnodigde elementen als bvb. een fietsrek).
- 3 onbekend is onbemind zo bleek duidelijk bij de steekproef buiten de polder. Gedacht kan in eerste instantie worden aan de distributie van publicaties bij de jeugdherberg (zeker buiten het zomerseizoen, cfr natuur.arrangement) als bij de campings als burens. Ook het benaderen van anderstalige potentiële bezoekers biedt zeker ook perspectieven.

Meer natuur

Tot slot bleken onze inspanningen voor meer en betere natuur ook aanstekelijk en hielden bezoekers ook een pleidooi voor meer natuur. Hierbij kwam verrassend vaak het element “water” (poelen, waterpartijen, “geulen” (= laantjes), ...) naar voor alsook het element vogels.

*kunnen jullie niet werken met pompen op zonne-energie
die 's zomers extra water in polder pompen ?*

Tot slot dienen we hierbij op te merken dat er wel vragen kwamen bij de werken (bij de enquêteplaats Scharebrug waar er werken aan de gang waren om het kanaal terug natuurvriendelijke oevers te geven). Sommige bezoekers vreesden al dat er huizen bij zouden komen. Toen kort uitgelegd werd dat beton vervangen werd door riet was iedereen positief. Extra aandacht dient dan ook alleszins te gaan naar flankerende communicatie bij natuurwerkzaamheden.

6.3 Onderzoeksvraag

“wat is de economische meerwaarde van onze bezoekers”

Uit paragraaf 4.5.3 blijkt dat de toeristen die de Uitkerkse Polder bezoeken, samen zo'n € 11.000,00 per dag uitgeven in de regio. Per persoon is het **gemiddelde € 30**.

Over een heel jaar genomen komen zo'n 118.000 toeristen naar de polder. Samen besteden ze zo'n **€ 3,5 miljoen per jaar**.

Net als in andere regionale onderzoeken, blijkt ook in de Uitkerkse Polder dat natuur en toerisme goed samen kunnen gaan:

- Natuurtoeristen hebben een positief economisch effect op de regio, dit wordt meestal onderschat.
- Van de ondervraagde verblijfstoeristen komt 20% speciaal naar het gebied vanwege de polder. Bezoekers van de regio Blankenberg komen dus niet alleen voor zon/zee/ strand maar ook voor rustige groene natuur.
- Het feit dat bezoekers de Uitkerkse Polder vaker dan een keer bezoeken, wijst erop dat dit stukje natuur waardevol is voor hen.

Als we zien dat vooral de hotelgangers de polder waarderen, dat ze veel uitgeven in de regio maar dat ze ondervetegenwoordigd zijn in de polder, dan zou een publiciteitscampagne over de polder onder deze doelgroep het grootste economisch effect hebben.

6.4 Onderzoeksvragen over de bekendheid van Natuurpunt

Enquête in de polder

Bij de enquête in de polders was er een grote bekendheid van Natuurpunt. Bij elke groep (omwonenden, dagtoeristen en verblijftoeristen) kenden meer mensen Natuurpunt wel, dan niet. Twee op de drie ondervraagden kende Natuurpunt. 58 mensen waren lid (iets meer dan 1 op 6). Het viel vooral op dat bij deze enquête de bewoners Natuurpunt goed kennen: 64 mensen kennen Natuurpunt, slechts 12 mensen niet. Er waren zelfs 25 mensen lid.

Enquête buiten de polder:

LOCATIE	Bekendheid / lidmaatschap
Supermarkt Colruyt (n = 70)	Bekendheid van Natuurpunt ongeveer fifty- fifty. Vooral bewoners waren lid.
Jeugdherberg (n = 30)	Slechts 2 ondervraagden kenden Natuurpunt. Voor 28 mensen was NP een nieuw begrip. Niemand van de 30 ondervraagden was lid.
Campings (n = 68)	Natuurpunt minder bekend. 43 mensen kenden Natuurpunt niet, 25 wel, daarvan waren 2 mensen lid.
Aan het station (n = 48)	Ook hier was de bekendheid van onze vereniging fifty-fifty, 3 mensen waren lid.

Conclusies:

In de polder: Twee op de drie ondervraagden kende Natuurpunt.

Buiten de polder: 81% van bewoners kent Natuurpunt, met name vooral dankzij het feit dat er in eigen regio een natuurgebied is en/of via een lokale vrijwilliger / lid.

Bibliografie

- 1 Toerisme Vlaanderen, cahier – De Vlaanderen Vakantieganger anno 2005
- 2 Toerisme Vlaanderen, cahier – De Vlaanderen Vakantieganger anno 2006
- 3 Jan De Smet – 1994 - Moeder Natuur naakt !
- 4 Dirk Bogaert – 2004 - Natuurbeleid in Vlaanderen . Natuurontwikkeling en draagvlak als vernieuwingen?
- 5 B. Joseph Pine II & James H. Gilmore – 1999 – De beleveniseconomie
- 6 H. Berends et al – 2000 – Een multidisciplinaire benadering van de gebruikswaarde van natuur