Recreatie & Ruimte: innovatieve voorbeelden uit het buitenland

Eerste aanzet

Stichting
RECREATIE
Kennis- en Innovatiecentrum

colofon

©Stichting Recreatie, maart 2008
Auteur: Ir. R.F.A. Berkers
Projectteam: Ir. R.F.A. Berkers, V.M. van der Giessen, drs. C.S. de Jonge
Eindredactie: @
In opdracht van: InnovatieTafel Recreatie
Uitgever: Stichting Recreatie, Kennis- en Innovatiecentrum
Raamweg 19
2596 HL Den Haag
telefoon 070-427 54 54
fax 070-427 54 13
e-mail secretariaat@kicrecreatie.nl
website: www.stichtingrecreatie.nl

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	5
1.1	InnovatieAgenda Recreatie& Ruimte	5
1.2	Doel en aanpak van de studie	5
1.3	Negen voorbeelden	5
2	Alpine Pearls (Alpenlanden)	6
2.1	Het innovatieve karakter	6
2.2	Beschrijving van de case	6
2.3	Betrokkenen	6
2.4	Meer informatie	6
3	Eden Project (Engeland)	7
3.1	Het innovatieve karakter	7
3.2	Beschrijving van de case	7
3.3	Betrokkenen	7
3.4	Meer informatie	7
4	Croation Archipelago New Lighthouses (Kroatie)	8
4.1	Het innovatieve karakter	8
4.2	Beschrijving van de case	8
4.3	Betrokkenen	8
4.4	Meer informatie	9
5	PAN Parks	10
5.1	Het innovatieve karakter	10
5.2	Beschrijving van de case	10
5.3	Betrokkenen	10
5.4	Meer informatie	10
6	Autostadt (Duitsland)	11
6.1	Het innovatieve karakter	11
6.2	Beschrijving van de case	11
6.3	Betrokkenen	11
6.4	Meer informatie	11
7	Europese Route van het Industrieel Erfgoed	12
7.1	Het innovatieve karakter	12
7.2	Beschrijving van de case	12
7.3	Betrokkenen	12
7.4	Meer informatie	13
8	Crete’s Culinairy sanctuary (Kreta)	14
8.1	Het innovatieve karakter	14
8.2	Beschrijving van de case	14
8.3	Betrokkenen	14
8.4	Meer informatie	14
9	De Vergeten Mijn (Belgie)	15
9.1	Het innovatieve karakter	15
9.2	Beschrijving van de case	15
9.3	Betrokkenen	15
9.4	Meer informatie	16

10 Museumgroeve F60 (Duitsland) 17
10.1 Het innovatieve karakter 17
10.2 Beschrijving van de case 17
10.3 Betrokkenen 17
10.4 Meer informatie 17

1 INLEIDING

1.1 InnovatieAgenda Recreatie& Ruimte

Sinds begin 2007 bestaat er een InnovatieTafel Recreatie. Een aantal ondernemers, verenigd in de Ondernemersgroep 'Recreatie en Ruimte', werkt hierin samen met vertegenwoordigers van de departementen LNV, EZ en VROM. Doel van de InnovatieTafel is om een impuls te geven aan innovatie op het gebied van recreatie en ruimte.

De InnovatieTafel wil dit bereiken via het opzetten van een InnovatieFaciliteit Recreatie & Ruimte met een bijbehorende InnovatieAgenda.

De kernambitie voor de InnovatieAgenda Recreatie&Ruimte is 'omgevingskwaliteit stimulerende recreatie'. Deze ambitie is de basis voor vier programmalijnen waarlangs de InnovatieAgenda Recreatie&Ruimte wordt ontwikkeld:

1. Waarde(re)creatie: het creëren van meerwaarde voor maatschappij, consument en ondernemer;
2. Duurzame waardeketens: duurzame vraaggestuurde ketennetwerken en daarmee een duurzame recreatiesector met nationale en internationale uitstraling;
3. Leefomgeving (ontwikkeling, inrichting en beheer van het landschap);
4. Competentie ontwikkeling.

(Rijnconsult, 2008)

Per programmalijn zijn acties benoemd.

1.2 Doel en aanpak van de studie

De vraag van de opdrachtgever van deze studie, de InnovatieTafel Recreatie & Ruimte, aan de stichting Recreatie was:

Maak via een 'quick scan'-studie een inventarisatie van buitenlandse voorbeelden waar recreatie en ruimte op een intelligente en vernieuwende wijze worden gecombineerd.

Doel van de studie is om inspiratie te bieden voor projecten in Nederland.

Aanpak
Internet is de belangrijkste onderzoeksbron geweest voor deze studie. Dit geldt zowel voor het identificeren van interessante cases als voor het vinden van informatie over de cases.

1.3 Negen voorbeelden

We beschrijven een negental cases, te weten:

- Alpine Pearls (Alpenlanden)
- Eden Project (Engeland)
- Croation Archipelago New Lighthouses (Kroatie)
- PAN Parks
- Autostadt (Duitsland)
- Europese Route van het Industrieel Erfgoed
- Crete's Culinairy sanctuary (Kreta)
- De Vergeten Mijn (België)
- Museumgroeve F60 (Duitsland)

2 ALPINE PEARLS (ALPENLANDEN)

2.1 Het innovatieve karakter

- Milieuvriendelijk transport
- Samenwerking
- Ketenvorming

2.2 Beschrijving van de case

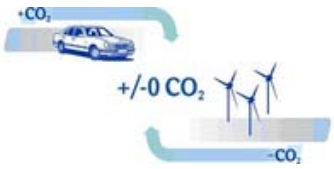
Meer dan 20 toeristische gemeenten in de Alpen promoten milieuvriendelijke mobiliteit onder de paraplu 'Alpine Pearls'. Zowel het vervoer naar de vakantiedorpen (de parels) toe, de mobiliteit in de parels zelf, als speciale diensten op het gebied van 'soft mobility' ter plaatse krijgen aandacht.

2.3 Betrokkenen

22 gemeenten in de Alpen verspreid over Oostenrijk, Slovenië, Frankrijk, Duitsland, Italië en Zwitserland.

2.4 Meer informatie

www.alpine-pearls.com



3 EDEN PROJECT (ENGELAND)

3.1 Het innovatieve karakter

- Een door idealen gedreven attractie, waarbij natuureducatie het centrale onderwerp is maar waarbij tegelijkertijd sprake is van een groot commercieel succes
- Aandacht voor wetenschap, kunst en technologie
- Unieke architectuur

3.2 Beschrijving van de case

Het Eden Project is een plek waar meer dan 1 miljoen planten van 5.000 soorten bijeen zijn gebracht. Deels groeien deze in de openlucht, deels in kassen.Eden wil het belang van planten voor de mensheid tonen. Maar daarbij is Eden niet overdreven serieus en prekerig. Het wil ook entertainen.

Het meest in het oog springende onderdeel van Eden Project zijn twee enorme kassen. De 'Humid Tropics Biome, is 55 meter hoog, 100 meter breed en 200 meter lang en is de grootste kas ter wereld. Iets kleiner maar nog altijd zeer fors is de 'Warm Temperate Biome'; 35 meter hoog, 65 meter breed en 135 meter lang.

Het Eden Project opende zijn deuren in 2001. Jaarlijks bezoeken circa 1,25 miljoen gasten het project. Het eerste idee voor Eden Project kwam van de Nederlander Tim Smit.

3.3 Betrokkenen

Het Eden project is eigendom van Eden Trust. Alle winst gaat naar goede doelen.

3.4 Meer informatie

www.edenproject.com

4 CROATION ARCHIPELAGO NEW LIGHTHOUSES (KROATIE)

4.1 Het innovatieve karakter

- Pro-actief handelen: massatoerisme zal zijn invloed hebben op de kuststrook, zowel fysiek als sociaal. Zorg dat de invloed positief werkt.
- Samenwerking tussen nationale en internationale architecten en lokale gemeenschap
- Realisatie van voorbeeldprojecten om te tonen dat een andere aanpak dan de gebruikelijke mogelijk is.

4.2 Beschrijving van de case

Het deel van de Kroatische kust waarop het project Croatian Archipelago New Lighthouses (CANL) zich richt is nog relatief 'maagdelijk'. Maar dat zal niet lang meer duren. Het massatoerisme zal de komende decennia een enorme invloed hebben op de ontwikkeling van de kuststrook, zo is de verwachting. Om voor elkaar te krijgen dat deze ontwikkeling vooral positieve effecten zal hebben, hebben het Nederlandse Berlage Instituut en de Croatian Architects Association de handen ineen geslagen en zijn ze het project CANL gestart. Hierbij werken ze vanuit het motto 'The Mediterranean as it could be'. In het project is zowel aandacht voor sociale veranderingen, stedelijke ontwikkeling als landschappelijke veranderingen die gepaard gaan met de opkomst van het toerisme.

CANL heeft voor zeven locaties langs de kust, in samenwerking met lokale vertegenwoordigers, herontwikkelingsprojecten vormgegeven. De projecten verschillen in schaal en thematiek. Wat de projecten gemeen hebben is de weldoordachte aanpak, het sturen op een sociale en fysiek-ruimtelijk gewenste uitkomst.

Een van de projecten is 'The Old Hospital – New University'. Een verlaten ziekenhuis in Dubrovnik, gelegen in een prachtige natuurlijke setting, is omgebouwd tot een plek waar studenten vanuit de regio en van elders zich kunnen bekwamen in 'New Intellectual Tourism'. Het park heeft bovendien een belangrijke recreatieve functie, als groene zone nabij de stad.

Een ander project is Goli Otok, een voormalig gevangeniseiland uit de communistische tijd. In de loop der tijden zijn er vele bestemmingen bedacht voor dit eiland. Uiteindelijk is besloten om een initiatief van voormailge gevangen te honoreren en er een gedenkplaats van te maken. Vanuit het CANL-projectteam vindt ondersteuning plaats om dit project te verwezenlijken.

Op de website van het project zijn ook de overigen vijf projecten beschreven.

4.3 Betrokkenen

Croatian Architects Association, Berlage Instituut, Nederlandse Ministerie van Buitenlandse Zaken (Financiering via het Matra-programma), gemeenten, diverse lokale organisaties.

4.4 Meer informatie

www.croatianarchipelago.com

5 PAN PARKS

5.1 Het innovatieve karakter

- Toerisme gaat hand in hand met natuurbescherming en ontwikkeling van de lokale gemeenschap
- Een grote natuurbeschermingsorganisatie en een grote toeristische ondernemer zijn samen de drijvende kracht
- Netwerk op Europese schaal
- Betrokkenheid van lokale partners
- Het PAN Parks logo is een kwaliteitskeurmerk.

5.2 Beschrijving van de case

De PAN (Protected Area Network) Foundation is een non-profit organisatie die als doel heeft om het beheer van beschermde natuurgebieden effectiever te maken en het imago van de Europese natuur te versterken. De organisatie doet dit door een netwerk te creëren waarin natuurbeheerders en toeristische ondernemers samenwerken.

De PAN Foundation:

- Promoot 'wilderniss management' in beschermde natuurgebieden in Europa;
- Faciliteert duurzaam toerisme in en om deze beschermde gebieden en
- Vergroot de kennis over en de trots op de Europese natuur.

Parken die het PAN Park logo mogen voeren zijn te vinden in Zweden, Finland, Rusland, Polen, Georgië, Bulgarije, Roemenië en Italië. Alle parken zijn meer dan 20.000 ha groot. Dit is groot in vergelijking met de Nederlandse Nationale Parken. Reden voor deze maat is dat PAN Parks streeft naar een zelf-regulerend ecosysteem waarin grote carnivoren en herbivoren kunnen leven én waar tegelijkertijd grote hoeveelheden toeristen op af kunnen komen.

5.3 Betrokkenen

WWF en Molecaten groep zijn de oprichters. Zij werken samen met partners vanuit de natuurbescherming en vanuit het toerisme. Partners vanuit de natuurbescherming zijn IUCN/WCPA, Europarc Federation, Large. Zakenpartners en partners vanuit het toerisme zijn Canon Europe (organisator vrijwilligerskampen), PAN Parcs Acommodation, James van Leuven (natuurfotograaf), SNP Reizen, Trailfinders (Nederlandse organisator ruitervakanties), Exodus en Newmarker Travel (Britse reisorganisaties) en Rucksack Reisen (Duitse reisorganisatie).

Daarnaast vindt nauwe samenwerking plaats met lokale overheden, non-gouvermentele organisaties en lokale zakenpartners.

5.4 Meer informatie

www.panparks.org

6 AUTOSTADT (DUITSLAND)

6.1 Het innovatieve karakter

- Verbinding tussen twee werelden: autoindustrie en toerisme
  - Marketing in optima forma: jong en oud, man en vrouw, grote autoliefhebbers maar ook minder geïnteresseerden sterk betrekken bij een merk.
  - Een stad profiteert nog eens extra van de bekendheid die ze heeft dankzij een groot industrieel bedrijf
- Moderne architectuur in een waterrijk park

6.2 Beschrijving van de case

Autostadt is een 25 hectare groot themapark over auto's en mobiliteit in het Duitse Wolfsburg.

Autostadt is aan de ene kant een uithangbord van autofabrikant Volkswagen, een communicatieplatform tussen fabrikant en klant. De klant krijgt er een kijkje in de keuken; hoe ziet het productieproces eruit, hoe bouwt Volkwagen aan zijn merk, hoe zijn de ontwerpen van morgen eruit?

Maar Autostadt is meer dan alleen een reclameobject voor Volkwagenfans. De VVV in Wolfsburg noemt Autostadt een 'Erlebnis- und Kompetenzzentrum', een forum dat de thema's auto en mobiliteit op een nieuwe en verrassende wijze beleefbaar maakt. Zo besteedt Autostadt ook aandacht aan mobiliteit in verschillende delen van de wereld, aan alternatieve brandstoffen, aan techniek en aan kunst. En de bijzondere architectuur van Autostadt is ook een attractie op zichzelf.

Een deel van de tentoonstellingen in Autostadt richt zich speciaal op kinderen. Autostadt verzorgt ook rondleidingen voor schoolgroepen.

6.3 Betrokkenen

Volkswagen

6.4 Meer informatie

www.autostadt.de

7 EUROPESE ROUTE VAN HET INDUSTRIEEL ERFGOED

7.1 Het innovatieve karakter

- Ontwikkeling van een Europees merk voor industriecultuur
- Het Europese project vormt een katalysator voor regionale routes rond regionale verhalen

7.2 Beschrijving van de case

De Europese Route van het Industrieel Erfgoed (European Route of Industrial Heritage, ERIH) is een netwerk van de belangrijkste standplaatsen van het industrieel erfgoed in Europa. Het doel is om de Europese vestigingsplatsen van de industriecultuur te beschermen en het behoud ervan als drijfveer te gebruiken voor de ontwikkeling van regio's die met economisch verval zijn bedreigd. ERIH wil graag het Europees merk voor industriecultuur worden.

Het ERIH-netwerk moet de transnationale uitwisseling van ervaringen, de ontwikkeling van gezamenlijke marketingstrategieën en grensoverschrijdende initiatieven bevorderen. Het belangrijkste communicatie-instrument van het project is de ERIH-website. Op de websites van de toeristische instellingen en andere organisaties zullen links komen te staan die moeten helpen om het openbare bewustzijn te vergroten, meer bezoekers te trekken en het interdisciplinaire uitgangspunt van ERIH te garanderen.

Een centraal element van het project is de ontwikkeling van een netwerk van ankerpunten, circa 60 belangrijke industriemonumenten die over een goed ontwikkelde toeristische infrastructuur beschikken. Steenfabriek de Panoven in Zevenaar is een van de Nederlandse ankerpunten. Opgave van de ankerpunten, die door markeringen binnen en buiten te herkennen zijn, is het om informatie over industriecultuur te verstrekken en de ERIH-filosofie te promoten. Al deze ankerpunten zijn tevens vertrekpunt voor regionale routes die ook kleinere industrieculturele standplaatsen, de zogenaamde key sites, bij het geheel betrekken.

De ontwikkeling van de regionale routes, die door de partnerregio's wordt uitgevoerd, moet toeristen aansporen om de industriemonumenten in de regio te bezoeken en op deze manier het plaatselijke toerisme aan te zwengelen. Voor experts en special-interest-groups worden daarnaast virtuele transnationale routes ontwikkeld, bedoeld om de uitwisseling van ervaringen te stimuleren

ERIH is van plan om het netwerk in heel Europa uit te breiden en partners uit andere landen te integreren.

7.3 Betrokkenen

Betrokken komen uit Groot-Brittannië, Nederland, Duitsland. Het gaat om een tiental overheidsinstanties, universiteiten, sociale instanties, organisaties voor industriecultuur en instellingen voor toerisme. Daarnaast zijn lokale en regionale partijen betrokken.

7.4 Meer informatie

www.erih.net

8 CRETE'S CULINAIRY SANCTUARY (KRETA)

8.1 Het innovatieve karakter

- Een netwerk van kleine agrarische en toeristische ondernemers die activiteiten organiseren voor toeristen. Uniek door het grote aantal deelnemers
- Behoud van lokale tradities door deze als toeristisch product op de markt te zetten

8.2 Beschrijving van de case

Een netwerk van kleine agrarische en toeristische ondernemers die activiteiten organiseren voor toeristen. Gezamenlijk zetten zij een sterk toeristisch product neer, geënt op de culturele en culinaire tradities van het eiland. Tegelijkertijd levert het toerisme economisch draagvlak voor het behoud van deze tradities.

In 2006 was dit project een van de finalisten voor de 'tourism for tomorrow'-award.

8.3 Betrokkenen

Ecolodges en agrolodges van lokale eigenaren, aanbieders van outdoor activiteiten, professionele koks, traditionele thuiskoks, traditionele restaurants, biologische boeren, vissers, bijenhouders, herders, kaasmakers en lokale specialisten op het gebied van archeologie, botanie en voeding en gezondheid.

8.4 Meer informatie

www.cookingincrete.com

9 DE VERGETEN MIJN (BELGIE)

9.1 Het innovatieve karakter

- Identiteit van de streek als uitgangspunt voor toeristische ontwikkeling
- Intensief ruimtegebruik
- Koppeling van dag- en verblijfstoerisme in één project, met een unieke attractie als trekker

9.2 Beschrijving van de case

In het Vlaamse Houthalen-Helchteren opent in de loop van 2008 het grootste indoor golfterrein van Europa. Recreatiepark Molenheide wil met 'De Vergeten Mijn' een unieke mix van golf en avontuur aanbieden.

Recreatiepark Molenheide zal bijna 5 miljoen euro investeren in dit project dat met zijn achttien holes en diverse niveaus uniek is in Europa. De Indoor Golf Adventure werd thematisch gekoppeld aan het mijnverleden van de streek.

'De Vergeten Mijn' is 1.500 vierkante meter groot en heeft een 'multi-level-opstelling', oftewel een parcours over verscheidene niveaus. 'Er komen licht-, geluids-, rook en zelfs geureffecten om het parcours zo avontuurlijk mogelijk te maken', zegt Jean Scevenels, bestuurder van Park Molenheide hierover in ene krantenbericht. 'Een mijnlift brengt de spelers naar een hoogte van 7,5 m. Vanaf daar banen ze zich langs achttien holes een weg naar beneden via allerhande obstakels: overstromende golfbanen, dynamiet, pikhouwelen. De ontwerpers hebben hun fantasie helemaal de vrije loop kunnen laten.'

Het project zit stevig verankerd in de eigen, Limburgse bodem. Jean Scevenels: 'Het mijnthema behoort tot het collectieve geheugen van de streek, maar werd ook verder opengetrokken naar andere ondergrondse belevenissen, zoals dinosaurussen, diamantmijnen en goudontginning. Het parcours kan worden opgevat als een zoektocht, wat meteen de educatieve waarde onderstreept. Langs de achttien holes wordt heel wat informatie over de mijnen aangereikt. Kinderen kunnen ook spelenderwijs vragenlijsten invullen.'

Met deze attractie richt Park Molenheide zich zowel op dag- als verblijfstoeristen, jong en oud. Het park verwacht in het eerste jaar 100.000 bezoekers voor 'De Vergeten Mijn'.

Tegelijk met de komst van 'De Vergeten Mijn'wordt een indoor Speelparadijs bij het park fors uitgebreid en worden er 250 nieuwe, luxueuze vakantiewoningen gebouwd. E komende jaren zullen waarschijnlijk nog meer projecten op het gebied van dagtoerisme volgen.

9.3 Betrokkenen

Recreatiepark Molenheide

9.4 Meer informatie

www.molenheide.be

10 MUSEUMGROEVE F60 (DUITSLAND)

10.1 Het innovatieve karakter

- Behoud van het industriële verleden gecombineerd met natuurontwikkeling en toeristische ontwikkeling

10.2 Beschrijving van de case

Hij ziet eruit als de Eiffeltoren maar heet F60 en ligt dwars in het landschap van de Lausitz bij Lichterfeld: de grootste, nog bewaard gebleven, verplaatsbare transportband voor het transporteren van dekgrond die ooit is gebouwd. Nu is hij de ster van de museumgroeve F60. De stalen kolos waaraan het museum zijn naam ontleent, kan men beklimmen. Hoogtepunt: het uitzichtplatform op 80 m hoogte. Vanaf hier dwaalt de blik over een woestenij die tot 1992 nog de bruinkoolgroeve Klettwitz-Nord was. Echter, de natuur wint weer terrein. Daar zorgt het overgebleven gat voor dat men nu laat vollopen: de 'Bergheider See'. De stijgende waterspiegel moet binnenkort de kern van een recreatiegebied gaan vormen. Zo zal uit het kraterlandschap geleidelijk een nieuwe wereld ontstaan die industrieel verleden en het beleven van de natuur met elkaar verbindt. De brug naar de toekomst slaat de F60 waarvan de enorme staalconstructie 's avonds door licht- en klankinstallaties vol effect in scène wordt gezet.

Dat 'de liggende Eiffeltoren van de Lausitz' er nog staat, is te danken aan een handjevol enthousiaste mensen uit Lichterfeld en omstreken. Het lukte hun om het kolossale industriemonument in het jaar 2000 tot vlaggenschiop van de pas geopende 'Internationale Bauausstellung Fürst-Pückler-Land' te maken. Bovendien plande men om van de voormalige groeve Klettwitz-Nord een 'natuurlijk' recreatiegebied te maken. In 2001 begon men met het vol laten lopen van de toekomstige 'Bergheider See' en in mei 2002 werd de museumgroeve F60 feestelijk geopend.

Voor de komende jaren zijn nog heel wat voorzieningen gepland: een drijvend restaurant, een jachthaven, stranden en een huttendorp. Bovendien zal een groot aantal sportevenementen, rockconcerten, muzikale gala's en opera's. De stalen reus F60 trekt steeds meer bezoekers – als unieke getuige van een industrieel tijdperk dat voorbij is en als wegwijzer voor de ingrijpende verandering van de hele regio.

De museumgroeve F60 is een van de Duitse ankerpunten binnen de Europese Route van het Industrieel Erfgoed (zie hoofdstuk 7).

10.3 Betrokkenen

De trekker van het geheel is de 'Förderverein Besucherbergwerk F 60'. Er zijn contacten met lokale ondernemers, zoals aanbieders van accommodaties.

10.4 Meer informatie

www.F60.de