

// Wandelen & Fietsen in de Achterhoek factsheet

STICHTING Achterhoek TOERISME

Wandel- en fietsroutes

De Achterhoek biedt vele mogelijkheden

Feiten en cijfers

Wandel - en fietsactiviteiten



En verder: Achterhoek Toerisme: uw partner in routes en routeontwikkeling | Voorzieningen en activiteiten onderweg
Fysiek, geprint of digitaal | Routeproducten



Recreatief wandelen en fietsen staan beide in de top 5 van meest populaire vrijetijdsactiviteiten. Jaarlijks vinden er 424 miljoen recreatieve wandelingen en 191 miljoen recreatieve fietstochten in Nederland plaats. Ook in de Achterhoek trekt veel recreatieve fietsers en wandelaars. Het afwisselende Achterhoekse landschap in combinatie met een goed onderhouden fiets- en wandelnetwerk maakt de regio aantrekkelijk voor een uitgebreide wandel- en fietstocht. In deze factsheet geven we u een overzicht van feiten, cijfers, voorkeuren en gedrag van recreatieve fietsers en wandelaars.

Achterhoek Toerisme: uw partner in routes en routeontwikkeling

Jaarlijks vinden er zo'n 11 miljoen recreatieve wandelingen en fietstochten in de Achterhoek plaats. Een goed onderhouden fiets- en wandelnetwerk zijn daarbij van groot belang. Achterhoek Toerisme zet zich samen met lokale partijen in voor het onderhoud en beheer van deze structuren.

RECREatieve INFRASTRUCTUUR: HET ROUTEBUREAU

Routegebonden recreatievormen zoals fietsen, wandelen, paardrijden, skeeleren en mountainbiken zijn een belangrijk onderdeel van de toeristisch-recreatieve kwaliteit van de Achterhoek. Om een goede kwaliteit te waarborgen beschikt Achterhoek Toerisme over een routebureau. Het routebureau houdt zich bezig met beheer en onderhoud, doorontwikkeling en productontwikkeling. Binnen het werkpakket bevinden zich het wandelnetwerk, het fietsknooppuntenstelsel, toeristische overstappunten (TOP's), toeristische bewegwijzering (bruine borden) en camperzuilen.

ROUTEPAKKET

Met het routepakket van Achterhoek Toerisme worden vanaf uw locatie twee routes, fiets- of wandelroutes, gerealiseerd over het bestaande netwerk. Deze routes worden geplaatst in de routeportal op achterhoek.nl en gelinkt aan uw profielpagina. Ook ontvangt u per route 250 routekaartjes die gratis meegegeven kunnen worden aan uw gasten. Het routepakket is alleen mogelijk voor partners van Achterhoek Toerisme



en kost € 255,- per jaar. Hiermee bent u online extra zichtbaar op de routeportal en heeft u mooie routes om mee te geven aan uw gasten. Wilt u meer informatie, neem dan contact op via 0545 250 380 of info@achterhoek.nl

ROUTEPRODUCTEN: OFFLINE & ONLINE

Als partner van Achterhoek Toerisme heeft u de mogelijkheid om tegen aantrekkelijke korting routeproducten, zoals fiets- en wandelkaarten van de Achterhoek aan te schaffen om te verkopen aan uw gasten. Wilt u hiervan gebruik maken, vraag dan de bestellijst op via info@achterhoek.nl. Ook kunt u uw gasten verwijzen naar onze website achterhoek.nl waar diverse gratis routes te downloaden zijn.

Meer informatie?

Neem contact op met Achterhoek Toerisme via 0545 250 380 of per email info@achterhoek.nl

//WIST U DAT...

- Het wandelnetwerk in de Achterhoek 3.000 km bedraagt?
- De Achterhoek gemiddeld met een 8,6 wordt beoordeeld als gebied om te wandelen en te fietsen?
- 40% van de wandelaars en fietsers hun mening over een wandel- of fietstocht tijdens de vakantie deelt met anderen?
- Een gemiddelde fietstocht vanuit huis 33 km is, op vakantie is dat iets meer (39 km).
- Een gemiddelde wandeling vanuit huis 10,9 km is, op vakantie is dat iets minder (9,4 km).

Wandelen... feiten & cijfers

We vroegen een representatieve groep van ruim 2000 Nederlandse recreatieve wandelaars en fietsers naar hun voorkeuren en gedrag met betrekking tot wandelen en fietsen. Op deze twee pagina's vindt u de uitkomsten die betrekking hebben op het wandelen.

BOSSEN EN HALFVERHARDE PADEN FAVORIET

Het bos is voor wandelaars het favoriete type landschap. Daarnaast bezoeken wandelaars graag de kust/duinen en heide. Ook landelijke gebieden en gebieden met veel afwisseling scoren hoog bij de wandelaar (fig. 1).

Favoriete landschap	Percentage
Bos	76%
Kust/duinen	56%
Heide	55%
Landelijk	47%
Afwisselend	46%

Figuur 1. Favoriete landschap voor wandelaars

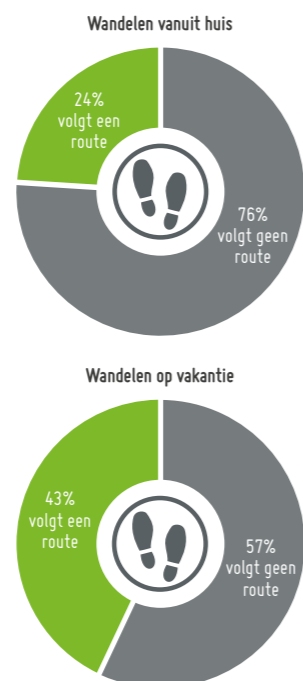
Ongeveer de helft van de recreatieve wandelaars wandelt graag op halfverharde of onverharde paden. Verharde/geasfalteerde paden en struipaden zijn onder ongeveer één derde van de wandelaars de favoriete ondergrond (fig. 2).

Favoriete ondergrond	Percentage
Halfverharde paden	54%
Onverharde paden	48%
Verharde/geasfalteerde paden	34%
Struipaden	30%
Geen voorkeur	21%

Figuur 2. Favoriete ondergrond voor wandelaars

WEL OF GEEN ROUTE VOLGEN

Ongeveer 24% van de recreanten die vanuit huis wandelen volgt een vooraf bepaalde route. Op vakantie is dat 43%. Het merendeel volgt bij het wandelen dus geen vooraf bepaalde route, omdat ze bekend zijn in de omgeving of zelf liever onderweg een route uitstippelen (fig. 3).



Figuur 3. Het percentage van de wandelaars dat wel/geen route volgt tijdens het wandelen

De belangrijkste criteria voor wandelaars bij het kiezen van een route zijn de lengte en de omgeving. Ook let ongeveer één derde van de wandelaars bij het selecteren van een route op de aanwezigheid van horeca langs de route, de reistijd tot het startpunt en gratis parkeergelegenheid voor de auto (fig. 4).

Criteria	Huis	Vakantie
Lengte van de route	73%	73%
Omgeving / landschap	68%	68%
Horeca langs de route	29%	29%
Reistijd tot startpunt	29%	29%
Gratis parkeergelegenheid auto	26%	26%

Figuur 4. Criteria voor de wandelaar voor het kiezen van een route

VOORZIENINGEN EN ACTIVITEITEN ONDERWEG

De meeste wandelaars maken gebruik van faciliteiten onderweg, vooral op vakantie. De meest gebruikte voorzieningen onderweg zijn de gratis parkeerplaats, zitgelegenheden en horeca (fig. 5).

Faciliteiten onderweg	Huis	Vakantie
Gratis parkeerplaats	36%	50%
Zitgelegenheden	36%	44%
Horeca	27%	38%
Informatievoorziening	6%	14%
OV faciliteiten	2%	7%
Wifi	2%	5%

Figuur 5. Gebruikte faciliteiten onderweg door de wandelaar, vanuit huis of op vakantie

Een wandeling wordt in de meeste gevallen niet gecombineerd met een andere activiteit. Als er wel een combinatie met een andere activiteit gedaan wordt, dan is dat meestal een bezoek aan een horecabedrijf. 12% van de wandelaars combineert een wandeltocht op vakantie met een overnachting (fig. 6).

Combinatie activiteiten	Huis	Vakantie
Bezoek aan horeca	29%	40%
Winkelen (shoppen)	6%	8%
Overnachting	1%	12%
Bezoek museum	2%	7%
Bezoek attractie	3%	5%
Geen combinatie	62%	46%

Figuur 6. Combinatie van een wandeltocht met een andere activiteit vanuit huis of op vakantie

FYSIEK, GEPRINT OF DIGITAAL

Veel wandelaars gebruiken hulpmiddelen bij het volgen van een route. Ze maken veruit het meest gebruik van bewegwijzering langs de route, maar ook van een app/website op hun mobiele telefoon of een zelfuitgeprinte route van internet (fig. 7).

Hulpmiddel	Huis	Vakantie
Bewegwijzering langs de route	57%	64%
App/website op de mobiele telefoon	20%	17%
Zelf uitgeprinte route van internet	11%	10%
Folder met informatie over de route	2%	15%
Routeboekje	6%	10%
GPS/navigatiesysteem	6%	10%
Officiële (route)kaart	5%	10%
Zonder hulpmiddelen	19%	5%

Figuur 7. Gebruikte hulpmiddelen door wandelaars, vanuit huis en op vakantie

Als we kijken naar het type hulpmiddelen dan zien we grote verschillen op basis van leefstijl, leeftijd en opleidingsniveau.

	Leisure Leefstijlprofielen				Leeftijd			Opleiding		
	Avontuur	Plezier	Harmonie	Verbinding	18 - 40	40 - 65	65 >	laag	midden	hoog
Fysiek	62%	50%	52%	66%	70%	62%	74%	62%	64%	63%
Geprint	33%	8%	45%	39%	37%	49%	35%	25%	39%	47%
Digitaal	40%	52%	26%	24%	27%	29%	23%	41%	34%	17%

Figuur 8. Gebruikte hulpmiddelen per leefstijl, leeftijdsgroep en opleidingsniveau

Zo maken stijlzoekers en rustzoekers relatief veel gebruik van fysieke hulpmiddelen (bewegwijzering) en harmoniezoekers relatief weinig. Geprinte hulpmiddelen (folders, route boekjes, etc) zijn naar verhouding populair onder inzichtzoekers en harmoniezoekers. Avontuurzoekers gebruiken relatief vaak digitale hulpmiddelen (app/website/gps). Qua leeftijd zijn de grootste verschillen zichtbaar bij geprinte versus digitale hulpmiddelen. Jongeren (tot 40 jaar) gebruiken vaker digitale hulpmiddelen, ouderen (vanaf 65 jaar) vaker geprinte. Daarnaast zien we dat hoogopgeleiden vaker gebruik maken van digitale hulpmiddelen dan laagopgeleiden (fig. 8).

ROUTEPRODUCTEN

Wandelaars vinden het vooral belangrijk dat een routeproduct (folder, kaart, app, website, etc.) informatie bevat over de lengte van de route en het startpunt. Ook geeft ruim 1/3 aan informatie over parkeervoorzieningen, het landschap en (horeca)voorzieningen graag in het routeproduct terug te zien (fig. 9).

Belangrijke informatie	Percentage
Over de lengte van de route (het aantal kilometer)	79%
Over de ligging en faciliteiten van het (route)startpunt	49%
Over parkeervoorzieningen	38%
Over het landschap	37%
Over (de locatie van) (horeca)voorzieningen langs de route	34%

Figuur 9. Informatie die voor de wandelaar van belang is op een routeproduct

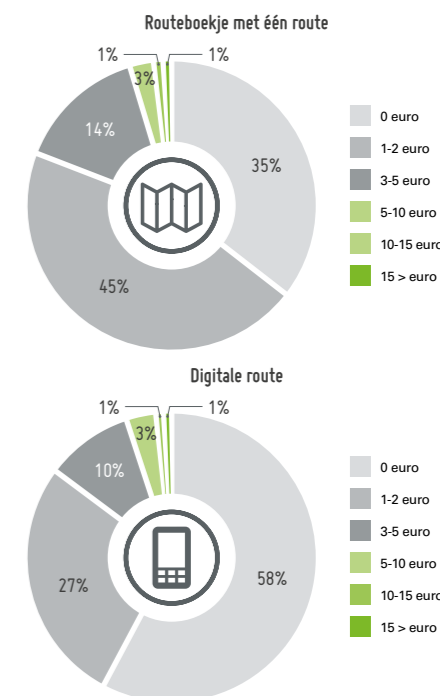
Bij de aanschaf van routeproducten let met vooral op de prijs. Maar ook het gemak waarmee het product te verkrijgen is, de leesbaarheid en de gebruiksvorm is voor ruim 1/3 van de wandelaars van belang (fig. 10).



Criteria bij aanschaf	Percentage
Prijs/kosten van het product	56%
Gemak waarmee het product is te verkrijgen	37%
Leesbaarheid van het product	36%
Gebruiksvorm (fysiek of digitaal) van het product	35%

Figuur 10. Criteria van de wandelaar bij de aanschaf van een routeproduct

De bereidheid om te betalen voor een product verschilt sterk per type product. Voor een routeboekje met één route is een wandelaar bereid meer te betalen dan een digitale route (fig. 11).



Figuur 11. Bereidheid van de wandelaar om te betalen voor een routeproduct



Fietsen... feiten & cijfers

We vroegen een representatieve groep van ruim 2000 Nederlandse recreatieve fietsers en wandelaars naar hun voorkeuren en gedrag met betrekking tot fietsen en wandelen. Op deze twee pagina's vindt u de uitkomsten die betrekking hebben op het fietsen.

BOSSEN EN VERHARDE PADEN FAVORIET

Fietsers houden vooral van bossen en gebieden met een landelijke omgeving. Daarnaast zijn scores ook heidegebieden, gebieden met een afwisselend landschap en omgevingen met dijken en rivieren hoog (fig. 12).

Favoriete landschap	
Bos	67%
Landelijk	64%
Heide	53%
Afwisselend	51%
Dijken/rivieren	40%

Figuur 12. Favoriete landschap voor fietsers

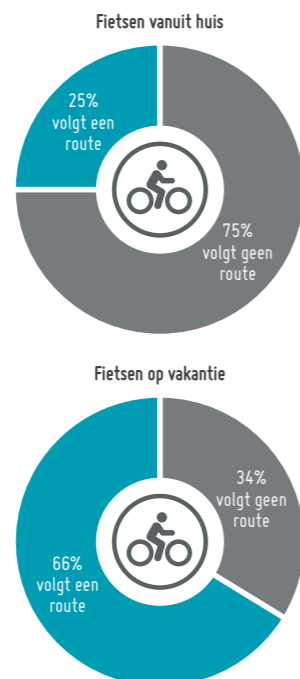
Verharde/geasfalteerde paden zijn veruit favoriet (89%). Halfverharde paden volgen op afstand (41%). Onverharde paden en bospaden zijn slechts bij 7% van de fietsers geliefd (fig. 13).

Favoriete ondergrond	
Verharde/geasfalteerde paden	89%
Halfverharde paden	41%
Onverharde zandpaden/bospaden	7%
Geen voorkeur	7%

Figuur 13. Favoriete ondergrond voor fietser

WEL OF GEEN ROUTE VOLGEN

Ongeveer 25% van de recreanten die vanuit huis fietsen volgt een vooraf bepaalde route. Op vakantie is dat maar liefst 66% (fig. 14).



Figuur 14. Het percentage van de fietsers dat wel/geen route volgt tijdens het fietsen

De belangrijkste criteria voor fietsers bij het kiezen van een route zijn de lengte en de omgeving. Ook zijn horeca langs de route, de kwaliteit van de paden en de afwisseling die de route te bieden heeft voor fietsers belangrijke criteria bij het selecteren van een route (fig. 15).

Criteria	
Lengte van de route	71%
Omgeving / landschap	67%
Horeca langs de route	36%
Kwaliteit van de paden	33%
Afwisseling in de route	27%

Figuur 15. Criteria voor de fietser voor het kiezen van een route

VOORZIENINGEN EN ACTIVITEITEN ONDERWEG

De meeste fietsers maken gebruik van faciliteiten onderweg, vooral op vakantie. De meest gebruikte voorzieningen onderweg zijn zitgelegenheden en horeca (fig. 16).

Faciliteiten onderweg	huis	vakantie
Zitgelegenheden	49%	55%
Horeca	41%	66%
Informatievoorziening	5%	23%
Gratis parkeerplaats	9%	19%
Materiaalverhuur	1%	11%
Wifi	4%	8%
OV faciliteiten	1%	4%

Figuur 16. Gebruikte faciliteiten onderweg door de fietser, vanuit huis of op vakantie

Een fietstocht wordt regelmatig gecombineerd met een andere activiteit. Dat is dan vooral het bezoek aan een horecagelegenheid, maar ook een wandeling door de natuur en een stadswandeling worden gedaan in combinatie met de fietstocht (fig. 17).

Combinatie activiteiten	huis	vakantie
Bezoek aan horeca	36%	61%
Een wandeling door de natuur	11%	18%
Een stads- of dorpswandeling	5%	16%
Winkelen (shoppen)	9%	10%
Overnachting	1%	16%
Bezoek museum	4%	9%
Een wandeling langs / bezoek aan het strand	3%	9%
Bezoek attractie	3%	7%
Geen combinatie	46%	25%

Figuur 17. Combinatie van fietstocht met andere activiteit vanuit huis of op vakantie

FYSIEK, GEPRINT OF DIGITAAL

Veel fietsers gebruiken hulpmiddelen bij het volgen van een route. Ze maken veruit het meest gebruik van bewegwijzering langs de route, maar daarnaast ook van een app/website op hun mobiele telefoon of een officiële routekaart (fig. 18).

Hulpmiddel	huis	vakantie
Bewegwijzering langs de route	53%	73%
App/website op de mobiele telefoon	26%	20%
Officiële (route)kaart	11%	15%
Zelf uitgeprinte route van internet	16%	9%
GPS/navigatiesysteem	13%	11%
Folder met informatie over de route	5%	11%
Routeboekje	5%	6%
Zonder hulpmiddelen	10%	6%

Figuur 18. Gebruikte hulpmiddelen door fietsers, vanuit huis en op vakantie

	Leisure Leestijlprofielen				Leeftijd			Opleiding		
	Avontuur	Plezier	Harmonie	Verbinding	18 - 40	40 - 65	65 >	laag	midden	hoog
Fysiek	62%	50%	52%	66%	70%	62%	74%	62%	64%	63%
Geprint	33%	8%	45%	39%	37%	49%	35%	25%	39%	47%
Digitaal	40%	52%	26%	24%	27%	29%	23%	41%	34%	17%

Figuur 19. Gebruikte hulpmiddelen per leeftijd, leeftijdsgroep en opleidingsniveau

Als we kijken naar het type hulpmiddelen dan zien we grote verschillen op basis van leefstijl, leeftijd en opleidingsniveau. Zo maken stijlzoekers en rustzoekers relatief veel gebruik van fysieke hulpmiddelen (bewegwijzering) en harmoniezoekers relatief weinig. Geprinte hulpmiddelen (folders, routeboekjes, etc) zijn naar verhouding populair onder inzichtzoekers en harmoniezoekers. Avontuurzoekers gebruiken relatief vaak digitale hulpmiddelen (app/website). Qua leeftijd zijn de grootste verschillen zichtbaar bij geprinte versus digitale hulpmiddelen. Jongeren (tot 40 jaar) gebruiken vaker digitale hulpmiddelen, ouderen (vanaf 65 jaar) vaker geprinte. Daarnaast zien we dat hoogopgeleiden vaker gebruik maken van digitale hulpmiddelen dan laagopgeleiden (fig. 19).

ROUTEPRODUCTEN

Fietsers vinden het vooral belangrijk dat een routeproduct (folder, kaart, app, website, etc.) informatie bevat over de lengte, het startpunt en horecavoorzieningen. Ook waarderen ze informatie over de eigenschappen van de route en informatie over het landschap (fig. 20).

Belangrijke informatie	
Over de lengte van de route (het aantal kilometer)	72%
Over de ligging en faciliteiten van het (route)startpunt	40%
Over (de locatie van) (horeca) voorzieningen langs de route	36%
Over fysieke eigenschappen van de route	34%
Over het landschap	33%

Figuur 20. Informatie die voor de fietser van belang is op een routeproduct

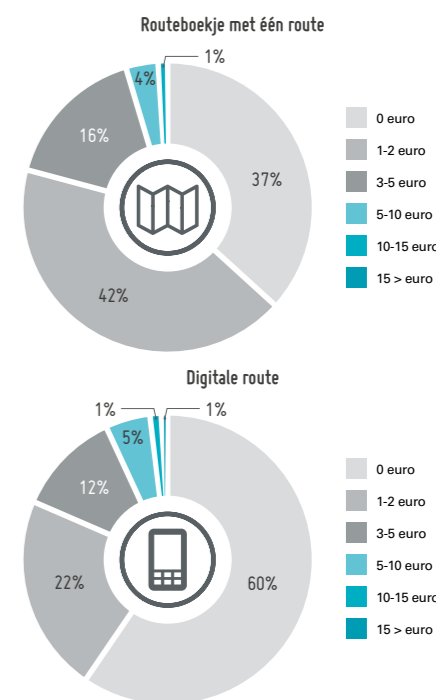
Bij de aanschaf van routeproducten let men vooral op de prijs, de gebruiksvorm, het gemak van de verkrijgbaarheid en de leesbaarheid van het product (fig. 21).



Criteria bij aanschaf	
Prijs/kosten van het product	52%
Gebruiksvorm (fysiek of digitaal) van het product	38%
Leesbaarheid van het product	38%
Gemak waarmee het product is te verkrijgen	31%

Figuur 21. Criteria van de fietser bij de aanschaf van een routeproduct

De bereidheid om te betalen voor een product verschilt sterk per type product. Voor een routeboekje met één route is een fietser bereid meer te betalen dan een digitale route (fig. 22).



Figuur 22. Bereidheid van de fietser om te betalen voor een routeproduct

HET GELUK VAN NEDERLAND  ACHTERHOEK.

Bronvermelding

Onderzoek "Routegebruik in kaart gebracht", I&O Research, 2020 | CVTO, NBTC-NIPO Research, 2018

Fotografie: Stan Bouman, Annet Piek | Opmaak: Sterk-id

Copyright 2020 © Stichting Achterhoek Toerisme, Marktstraat 1, 7271 AX Borculo, 0545 250 380, info@achterhoek.nl, www.achterhoek.nl

Alle rechten voorbehouden. Deze uitgave is tot stand gekomen met ondersteuning van de provincie Gelderland. Niets mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Aan dit product kunnen geen rechten worden ontleend.