

Het *Groene Hart* van Holland
natuurlijk doen!

Strategie Recreatie en Toerisme 2023-2026

Stichting Groene Hart Verbinders

ra



**GROENE HARTELIJKHEID
VOOR IEDEREEN**

Woord vooraf

Het Groene Hart, de aantrekkelijke tuin van de Randstad, met zijn open ruimte tussen de grote steden, vormt al decennialang een groene, aantrekkelijke contramal voor de grootse, verstedelijkte regio van Nederland. In de eerste jaren sinds de oprichting in 2018 is vanuit Stichting Groene Hart Verbinders met partners gewerkt aan versterking van de identiteit van het Groene Hart. De inspanningen hebben tientallen succesvolle resultaten opgeleverd, de bekendheid van het Groene Hart vergroot en aantrekkelijke publieksvoorzieningen en activiteiten uit de regio voor het voetlicht gebracht.

Er is een nieuwe tijd aangebroken: het is meer dan ooit nodig om actief te sturen op het faciliteren van de verwachte forse dagtochtengroei van inwoners en bezoekers op de manier die het beste past bij de kwaliteiten van het Groene Hart. Dus niet alleen Groene Hart-promotie, ook samen inzet plegen voor het gebied als bewuste bestemming. Dat betekent meer aandacht voor betekenisvolle thema's met economische en maatschappelijke impact. In een gebied waar iedereen zich welkom voelt en hartelijk wordt onthaald. Meten is weten wordt belangrijker, net als netwerkontwikkeling. De samenwerking met tientallen partners verdient vervolg. De voorliggende strategie *Groene Hartelijkheid voor Iedereen* zet uiteen hoe deze brede welvaartsbenadering voor het gebied gestalte kan krijgen. Eén ding is zeker: er zijn veel kansen voor recreatie en toerisme als verbinder en kwaliteitsversterker voor andere grote opgaven in het prachtige Groene Hart.

Inhoud

Inleiding	p. 4-5
1. Conclusies uit analyse	p. 7-10
2. Koppelkansen	p. 12-14
3. Visie	p. 16-23
4. Tot slot: coalitie voor aanbodontwikkeling	p. 25-26

Het *Groene Hart* van Holland
natuurlijk doen!



Inleiding

Aanleiding en leeswijzer

Is er draagvlak om de ingezette marketinginspanningen voor het Groene Hart te vervolgen en zo ja zijn er aanpassingen nodig die goed aansluiten bij de actualiteit? In hoeverre kunnen recreatie en toerisme vanuit grotere, maatschappelijke opgaven in het Groene Hart een zinvolle bijdrage leveren? Interviews met belanghebbende organisaties in het Groene Hart laten zien dat er vanuit ondernemers, gemeenten, provincies en DMO's (destinatiemarketingbureaus) brede steun is voor een integrale, duurzame benadering van een bezoekerseconomie, die goed is voor iedereen.

Op basis van beschikbare bronnen is eerst een analyse gemaakt van recreatie en toerisme in de regio Groene Hart. In drie sessies met ondernemers, beleidsmedewerkers en uitvoeringpartners is een conceptversie van de strategie besproken en is nadere input verzameld. Het laatste hoofdstuk eindigt met aanbevelingen gericht aan het Bestuurlijk Platform Groene Hart om parallel te werken aan beleidsinspanningen voor vergroting van de beleefbaarheid van het toeristisch-recreatieve aanbod van het Groene Hart. Separaat van deze strategie is een achtergronddocument beschikbaar.

OP WEG NAAR BEWUSTE BESTEMMING GROENE HART

Bestemmingsmanagement omvat alle inspanningen vanuit beleid (van overheden) en marketing (van destiniemarketingbureaus zoals Groene Hart Verbinders), die gericht zijn op het realiseren van een zo groot mogelijke positieve impact van het gastvrijheidsdomein (recreatie en toerisme) voor een regio. De positieve impact bestaat uit sociale, ecologische en economische waarde. Bestemmingsmanagement draagt bij aan de kwaliteit van leven voor inwoners, de optimalisatie van bezoekerservaringen en een toekomstbestendige sector voor ondernemers en werknemers. Bestemmingsmanagement is een vakgebied in ontwikkeling, waar nog veel pionierswerk wordt verricht. Landelijk is een platform bestemmingsmanagement in voorbereiding (zie: www.NLbestemmingsmanagement.nl)

Een bewuste bestemming is een bestemmingsgebied waar bezoek nadrukkelijk meerwaarde heeft op economisch, sociologisch en ecologisch vlak en waar ontwikkelingen die hier aan raken zorgvuldig worden gemonitord en bijgestuurd. Een bestemmingsgebied is een stad of regio, welke als merk herkenbaar en zichtbaar is voor bezoekers. Het Groene Hart geldt als een bestemmingsgebied.

BRON: 'BESTEMMINGSMANAGEMENT: AMBITIES EN LEIDRAAD', 2022



Vertrekpunten

Natuur, landschap, cultuur en erfgoed als kapitaal

Het Groene Hart heeft een kenmerkend open polderlandschap met een groot areaal aan water. Er zijn talrijke kleine historische kernen, naast middelgrote, karakteristieke steden. De ruim vertegenwoordigde monumenten, waterwerken, molens en ander cultureel erfgoed zijn vaak kleinschalig en hebben hun sporen nagelaten in het landschap. Het Groene Hart kent veel (agrarische) ondernemers die trots zijn op het gebied.

Vitale economie en instandhouding voorzieningen

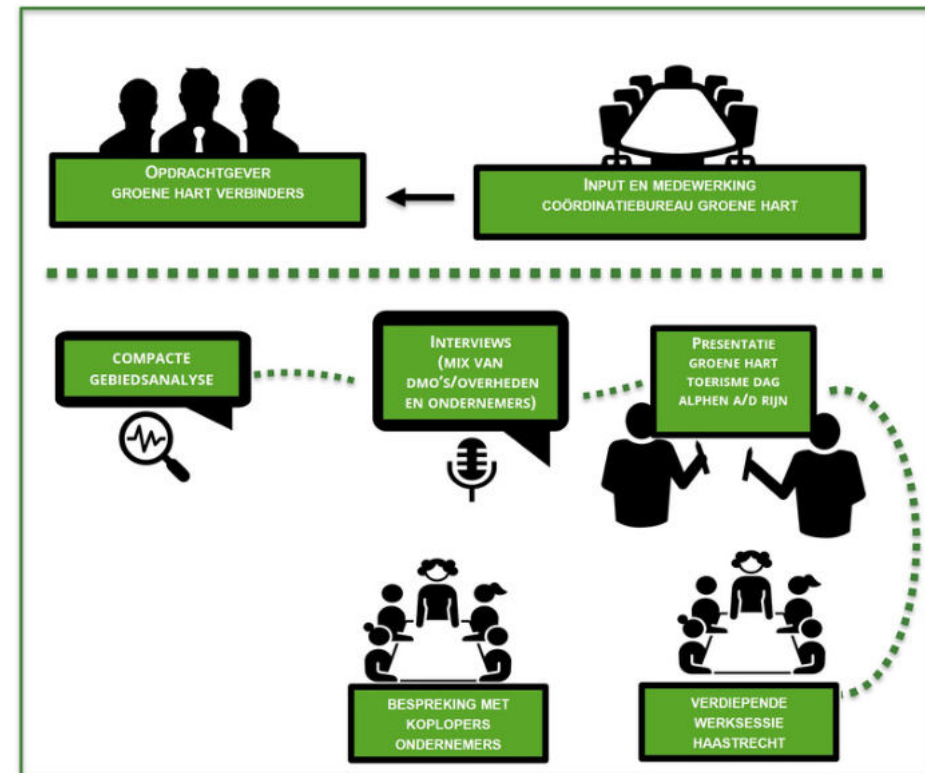
Bezoekers zorgen voor economische waarde voor bewoners, omdat ze werkgelegenheid met zich meebrengen. Op sommige plekken houden ze winkel- en horecavoorzieningen in stand, die anders teloor zouden gaan. De gemeenten profiteren eveneens van meer inkomsten door bezoekers met de toeristenbelasting op overnachtingen.

Samenhangende aanpak met bestemmingsmanagement

In lijn met het landelijke Perspectief 2030 is de inzet een toekomstbestendige, samenhangende aanpak voor het Groene Hart. Dit betekent dat marketing en promotie van belang blijven (voor vraagsturing en identiteitsversterking), maar dat er meer nodig is, zoals collectieve aanbodontwikkeling om de beleefbaarheid van bepaalde deelsectoren te vergroten. De landelijke leidraad bestemmingsmanagement geeft richting aan een samenhangende implementatie en elementen van de leidraad zijn toegepast in voorliggende strategie (zie achtergronddocument).

Proces

De voorliggende strategie is opgesteld in samenspraak met tientallen partners en met de volgende onderdelen:



Het *Groene Hart* van Holland
natuurlijk doen!



1. Conclusies uit analyse

Historische kwaliteiten koesteren

De landschapsbiografie van het Groene Hart (SteenhuisMeurs 2021) biedt inzicht in de historische kenmerken van het Groene Hart. De sporen uit de geschiedenis zijn vandaag de dag op veel plekken beleefbaar voor bezoekers en bewoners. Ze vormen hiermee de kwaliteiten in landschap en historie die dienen worden gekoesterd en waar mogelijk versterkt. Het is het kapitaal dat betekenis geeft aan de beleving van het Groene Hart door bezoekers en bewoners. De volgende tijdslijnen zijn bepalend voor de karakteristieke Groene Hart-identiteit:

- Het oorspronkelijke veenlandschap was moerasachtig, nat, ruig, beplant en had hogere en lagere delen. De naam Holland zou van holtland afstemmen, ofwel houtland.
- Een bepalende periode voor het Groene Hart is die van het Romeinse Rijk: de limes (noordgrens) loopt in het Groene Hart van Katwijk, Leiden, Alphen aan de Rijn, Woerden naar Utrecht. De Limes is sinds 2021 UNESCO Werelderfgoed.
- Door de eeuwen heen is er intensief aan watermanagement gedaan om het grillige buitenwater van nog onbedijkte rivieren en meren de baas te blijven en de wateroverlast als gevolg van de ontginning van het veenmoeras te beteugelen.
- In de 17e eeuw ontwikkelde het Groene Hart zich als economische motor voor de welvaart en de groeiende bevolking van Holland. Het Groene Hart werd een belangrijk oord van exploitatie en belegging in de vorm van veenwinning, buitenplaatsen en droogmakerijen. Stad en platteland werden hiermee steeds meer met elkaar verweven.

- De lage ligging van de polders maakte het landschap geschikt om als verdediging te gebruiken in de oorlogen, die de Republiek Holland voerde. In 2021 is de Nieuwe Hollandse Waterlinie uitgeroepen tot UNESCO werelderfgoed. Deze linie van forten, batterijen, inlaatpunten, inundatievlakken en groepsschuilplaatsen had zijn voorloper in de Oude Hollandse Waterlinie.



Inwonersgroei stuwt dagtochten

Het aantal inwoners in de 21 kerngemeenten van het Groene Hart zal tot 2050 toenemen van ca. 825.000 in 2022 tot ca. 969.000 inwoners. Dit is een groei van 17,5%. Daarnaast is de verwachting dat ook vanuit de aangrenzende steden een forse groei van dagtochten plaats zal vinden. Zo nemen de bevolking in Zoetermeer en Utrecht tot 2040 sterk toe met respectievelijk +20,5% en +22,2%. De voor brede groepen populaire vrijetijdsactiviteiten zoals winkelen, fietsen en wandelen krijgen de komende jaren hierdoor een flinke impuls. Omdat de afzetmarkt grenzend aan het Groene Hart eveneens stijgt, is er sprake van een dubbele vraagontwikkeling.

Om deze forse groei goed te kunnen sturen is het nodig om hier de komende jaren op in te spelen met meer aandacht voor passende thema's, versterking van de gebiedsidentiteit en een actieve vraagsturing. Er is ruimte om de groei te faciliteren, maar inspanningen zijn nodig om de vraagtoename in goede banen te leiden.

Kleur bekennen voor sterke identiteit

De leefstijlen Stijlzoekers en Inzichtzoekers zijn goed vertegenwoordigd onder de bewoners van het Groene Hart en sluiten goed aan bij de karakteristieke kenmerken van het Groene Hart. Samen met deze segmenten in de aangrenzende steden is dit een primaire doelgroep. Het verdient aanbeveling om hier een sterker accent op te leggen. Overigens is iedereen welkom, alleen is het belangrijk om als Groene Hart meer blauw te kleuren. Dit versterkt de gebiedsidentiteit.

Verblijfsfunctie beter benutten

Het volume overnachtingen in het Groene Hart schommelt rond de 1,8 miljoen overnachtingen. In vergelijking met andere toeristische gebieden binnen Nederland blijft het aantal overnachtingen in het Groene Hart ver achter. In Nederland groeide het volume van toeristische overnachtingen tussen 2013 en 2017 met 16%, terwijl in het Groene Hart in dezelfde periode slechts 10% toenam. Over het algemeen gezien blijft de ontwikkeling van toeristische overnachtingen hiermee achter. Uit de interviews blijkt dat vakantieparken en hotelketens de komende jaren interesse hebben om met nieuwe verblijfsaccommodaties uit te breiden in het Groene Hart. In de praktijk blijken verblijfsaccommodaties te werken als motor voor dagtoerisme: bezoekers van vakantieparken en hotels bezoeken attractiepunten in het gebied, zorgen voor bestedingen bij horeca en winkels en leveren daardoor veel economische waarde op. De verblijfsfunctie van het Groene Hart valt zodoende de komende jaren beter te benutten.

Grote groei buitenlandse gasten

Het aantal Duitse verblijfs gasten in Nederland zal in 2030 zo goed als verdubbelen van 5,2 miljoen in 2017 naar 10,3 miljoen in 2030, een toename van liefst 97,4%. Ook de prognose voor de Belgische vakantiegangers is gunstig: een verwachte toename van 2,2 miljoen in 2017 naar 3,3 miljoen in 2030, ofwel plus 49,5%. Voor de context: in 2018 verbleven er ca. 25,1 miljoen Nederlanders bij accommodaties in het gehele land.

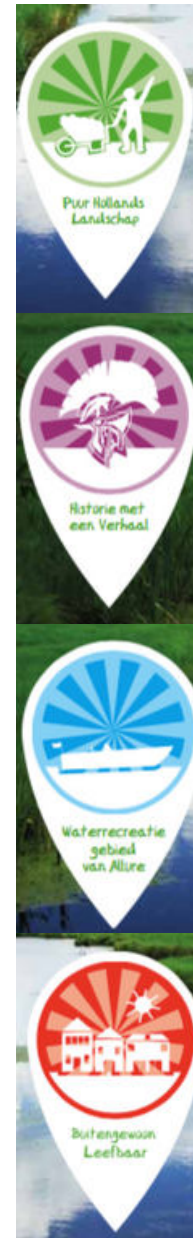
Van de verwachte, autonome groei van Duitsers en Belgen zal het Groene Hart de komende jaren beter kunnen profiteren..De interviews met ondernemers laten zien dat de trend van een groeiend aantal Duitse en Vlaamse vakantiegangers in het Groene Hart al voorzichtig is ingezet.

Economische waarde beter benutten

De toeristisch-recreatieve sector in het Groene Hart was in 2021 goed voor 18.740 banen. Dit is 6,1% van het totaal aantal banen in de regio. Er zijn 6.250 toeristisch-recreatieve bedrijven gevestigd in het gebied, wat 6,9% is van het totaal aantal bedrijven. Het aantal banen ligt met 6,7% van het totaal liefst twee procentpunten onder het landelijk gemiddelde van 8,7%. Dit sterk achterblijvende banenvolume betekent dat het aanbod in het Groene Hart de afgelopen jaren niet heeft geprofiteerd van de gunstige toeristische vraagontwikkeling. Door collectieve inzet van gemeenten en provincies kan de komende jaren inzet worden gepleegd om het tij te keren en de positieve economische waarde beter te benutten.

Verhaallijnen Groene Hart

De propositie Groene Hart van Holland blijft de komende jaren actueel en gaat uit van vier Groene Hart-verhaallijnen: Puur Hollands Landschap, Historie met een verhaal, Waterrecreatiegebied van allure en Buitengewoon leefbaar.



Puur Hollands landschap

In de regio Groene Hart vind je diverse landschappen. Een van deze landschappen is het cope-landschap. Hier is de verkaveling en ontginning nog duidelijk herkenbaar welke uniek is in Nederland.

Historie met een verhaal

Naast het historische Kinderdijk waar 19 authentieke windmolens uit de 18e- eeuw bezocht kunnen worden, bestaat het Groene Hart van Holland uit een kleine historische stedenrij met pittoreske vestingsteden. De Limes, de Hollandse Waterlinies, en ambachten zijn eveneens belangrijke thema's.

Waterrecreatiegebied van allure

Water staat centraal in de regio Groene Hart. Je vindt hier vele plassen, meren, riviertjes, sloten en het grootste sloepennetwerk van Europa. De vele molens staan symbool voor de ingenieuze manier waarop Nederland zijn waterhuishouding regelde en zijn nog steeds te bezichtigen.

Buitengewoon leefbaar

De regio Groene Hart kent vele kernen en plaatsen met een grote sociale cohesie. Relatief dun bevolkt, meer centraal gelegen vlakbij de randsteden. Dit zorgt voor een vitaal en prettig leefbaar gebied om te wonen, werken en recreëren.

Groene Hart is identiteit met potentie

In de monitor van Nederlandse streekmerken (Beerda) bezet het Groene Hart van de 100 gemeten streken de 15e plaats. Het Groene Hart volgt na de Betuwe en de Achterhoek en blijft streken als Zeeuws-Vlaanderen, Bollenstreek en Land van Maas en Waal voor. Dit duidt op een goede uitgangspositie voor een verdere uitbouw van de herkenbaarheid en versterking van de identiteit van het Groene Hart. Er is immers met de inzet van beperkte inspanningen in de afgelopen jaren een relatief hoge startpositie bereikt. Het Groene Hart is een gebied met potentie.

Top-25 merkwaaarde van streken in Nederland

Hendrik Beerda, 2021. Lijst van eerste 25 meest herkende streken uit top-100

1	Veluwe	14	Achterhoek
2	Waddenzee	15	Het Groene Hart
3	Texel	16	Zeeuws-Vlaanderen
4	Zuid-Limburg	17	Bollenstreek
5	Terschelling	18	Land van Maas en Waal
6	Biesbosch	19	Noord-Limburg
7	Vlieland	20	Neeltje Jans
8	Schiermonnikoog	21	Midden-Limburg
9	Ameland	22	Het Gooi
10	Randstad	23	Noord-Oostpolder
11	Utrechtse Heuvelrug	24	Maasvlakte
12	Twente	25	Rijnmond
13	Betuwe		

Draagvlak voor uitbouw samenwerking

Uit de afgenomen interviews blijkt dat de belanghebbende partijen (lokale DMO's, gemeenten, provincies en ondernemers) in het gebied aangeven dat er draagvlak is voor een verdere uitbouw van de vraagsturing en identiteitsversterking van het Groene Hart. Ze geven tegelijkertijd aan dat een samenhangende aanpak nodig is en dat de basis verder op orde dient te worden gebracht. Het Groene Hart kent tientallen lokale partijen en de verbinding op bestemmingsniveau, zoals een bezoeker die ervaart, wordt nu nog niet altijd gemaakt. Ook is de Groene Hart-samenwerking voor ondernemers relatief onbekend.

Er is ruimte om groei te faciliteren

Er is doorgevraagd in hoeverre er locaties zijn in het Groene Hart die negatieve effecten kennen van bezoekers. Hieruit blijken geen structureel aanhoudende situaties van onveiligheid of overlast van recreatie en toerisme te bestaan. Er is in termen van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur in het algemeen sprake van een situatie van balans of lage druk in het Groene Hart. Er zijn wel diverse situaties bekend van tijdelijke piekbelasting van recreatiemobiliteit die voor overlast zorgt. Dit zijn lokale kwesties die gemeenten zelf aanpakken. Door te kiezen voor leidende principes die aansluiten op het DNA en de gewenste, passende vraag, kan sturing worden gegeven aan recreatie en toerisme die van waarde is voor de regio. Op deze manier is ruimte om de verwachte groei goed te faciliteren en te zorgen dat de bezoekersdruk in balans blijft met de leefomgeving (zie hoofdstuk 3).

Het *Groene Hart* van Holland
natuurlijk doen!



2. Koppelkansen

Vrijetijdseconomie voegt waarde toe

Er spelen grote maatschappelijke opgaven in het Groene Hart, zoals de energietransitie, verduurzaming, stikstofreductie, woningbouw, ontwikkeling van nieuwe natuur, waterbeheer, klimaatopgave, energietransitie (zon- en windenergie) en verhoging van de biodiversiteit. Het zijn kwesties die niet sectoraal kunnen worden opgelost en telkens afweging en waar mogelijk een gecombineerde aanpak vergen. De toeristisch-recreatieve sector (vrijetijdseconomie) voegt concreet waarde toe aan deze actuele opgaven.

Integrale aanpak binnen NOVI

Er is sprake van een transformatie in recreatie en toerisme; (internationaal, nationaal en regionaal). De 12 provincies hebben zich inhoudelijk gecommitteerd aan het landelijke Perspectief 2030 en deze inmiddels doorvertaald in regionaal beleid. Er is een actieve inzet nodig op het vergroten van de waarde van bezoek voor alle Nederlanders: bezoekers, bewoners en bedrijven. Dit leidt tot een verscherpte inzet op het type gast dat wenselijk is, de faciliteiten daarvoor en de spreiding van deze gasten in ruimte en tijd. Het advies Waardevol Toerisme van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (Rli, 2019) stelt het belang van kwaliteit boven kwantiteit aan de orde.

De voorliggende strategie sluit inhoudelijk goed aan op beide landelijke stukken en is feitelijk een doorvertaling naar het schaalniveau van het Groene Hart. Dit gebied is geschikt als overloopgebied van de uitdijende druk van andere gebieden, denk aan Amsterdam, Utrecht, Den Haag, Leiden.

Bestemmingsmanagement is het sleutelwoord op weg naar Perspectief 2030. Het gaat hier om de inzet om het bestemmingsgebied van het Groene Hart integraal te bezien voor recreatie en toerisme, dus in verbinding met andere maatschappelijke opgaves. Hiermee worden de kansen die recreatie en toerisme bieden, beter en breder benut voor zowel bezoekers, bewoners en bedrijven. Het is van belang om bij integraal bestemmingsmanagement een link te leggen met de Nationale Omgevingsvisie (NOVI) en urgente maatschappelijke opgaven in het Groene Hart.

Kwaliteitsversterkers voor NOVI

In de Nationale Omgevingsvisie 2020 (NOVI) wordt het welzijn van de inwoners mede afhankelijk gesteld van de kwaliteit van onze leefomgeving. Het Groene Hart is aangewezen als een van de NOVI-gebieden. Dit zijn gebieden waar omvangrijke transitieopgaven gewenst zijn en waarvan wordt verwacht dat de regionale overheden er zelf niet uitkomen. In het traject van de NOVI-gebieden is ruimte om te experimenteren en op zoek te gaan naar oplossingen die de huidige kaders ter discussie durven stellen. In het Groene Hart zijn de bodemdalings- en waterhuishoudingsproblematiek leidend als thema.

Naast de ruimtelijke regie per provincie wordt ook ingezet op een gebiedsgerichte regie in NOVEX-gebieden. Het Groene Hart is door het Rijk bestempeld als een van deze NOVEX-gebieden. Het betreft hier gebiedsontwikkeling- en waar nationale opgaven in het fysieke domein dusdanig stapelen dat een gebiedsgerichte ordening en prioritering van verschillende nationale opgaven noodzakelijk is om te kunnen komen tot de gewenste herbestemming en/of ingrijpende herinrichting met behoud of versterking van de ruimtelijke kwaliteit.

In de NOVI is verankerd dat toerisme en recreatie van toenemend belang zijn en dat een betere spreiding van recreanten en toeristen over heel Nederland een methode is om de kwaliteit van de leefomgeving positief te beïnvloeden. Recreatie en toerisme kunnen een belangrijke versterker van de identiteit van het Groene Hart zijn. In een recente kamerbrief heeft de minister het grote belang voor het Groene Hart bevestigd als recreatief uitloopgebied voor miljoenen inwoners van de Randstad

Kansrijke combi's voor Groene Hart

Voor het Groene Hart zijn koppelkansen vanuit de verduurzaming van landbouw, de wateropgaven en natuuropgaven te organiseren. De toeristisch-recreatieve sector kan juist voor deze domeinen direct positieve waarde opleveren.

Meerwaarde van recreatie en toerisme voor landbouw

De landbouwsector staat onder grote druk en agrarische ondernemers kennen een onzekere toekomst. Vanuit recreatie en toerisme is een directe positieve bijdrage te leveren om de aantrekkelijke kanten van het boerenleven te benadrukken, de het Groene Hart te versterken in gezamenlijke promotie en voor extra verdienvermogen te zorgen. Recreatie en toerisme verhogen de trots van agrarische ondernemers en dragen bij aan een betere beleving van het landelijk gebied.

Meerwaarde van recreatie en toerisme voor wateropgaven

Water is in allerlei facetten een zeer actueel en relevant thema voor een breed publiek, dat vraagt om aandacht in verhalen en in beleefbaarheid. De biografie van het Groene Hart laat zien hoe watermanagement en de duurzame omgang met het water door de eeuwen van groot belang is geweest voor het Groene Hart. Denk aan de grootschalige veenontginning, de diverse waterwerken waarvan Kinderdijk is uitgegroeid tot internationale publiekstrekker, maar ook de Hollandse Waterlinies (Oude en Nieuwe), de Limes (waarbij het water de noordgrens van het Romeinse Rijk vormde). Het Groene Hart is vanuit de geschiedenis zeer sterk verbonden met het thema water. Zo was het gebied 100 jaar geleden als geheel goed doorvaarbaar. Het waterrijke karakter kan de komende jaren beter worden benut voor recreatie en toerisme als identiteitsversterker van het Groene Hart. Ze verhoogt de belevingswaarde van het landelijk gebied. Een andere koppelkans is dat de DMO's samen met de waterschappen een veel breder publiek bereiken met de inzet van de bestaande kanalen (online, sociale media, campagnes).

Meerwaarde van recreatie en toerisme voor natuur

Recreatie is een randvoorwaarde voor het welbevinden van de inwoners van het Groene Hart en de aangrenzende gemeenten. De natuur- en recreatiegebieden hebben de afgelopen jaren te maken gekregen met meer bezoekers. De coronacrisis heeft recreatieactiviteiten zoals wandelen, varen en fietsen een sterke boost gegeven. Door de groeiende woningbouwopgave en de sterke inwonersgroei die hiermee gepaard gaat, is in het Groene Hart extra ruimte nodig voor groen, in natuur- en recreatiegebieden en in de directe woonomgeving. Vanuit natuurbeleid van de drie provincies Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Holland wordt hard gewerkt aan nieuwe natuur- en meer biodiversiteit. Het is belangrijk om in deze natuuropgave oog te houden voor de benoemde groeiende recreatiebehoefte. Een goede borging van ruimte en fysieke investeringen voor recreatie in combinatie met landschap en natuur is zodoende van groot belang. Het gaat hierbij ook om het uitbreiden, verbinden en versterken van onderlinge natuur- en recreatiegebieden als robuust geheel. Dit sluit goed aan op de grote historische betekenis van de natuur in het Groene Hart door de eeuwen heen. Ook de verbindingen tussen de natuur- en recreatiegebieden en de kernen en steden is een aandachtspunt. Verder kunnen recreatie en toerisme een verdienmodel betekenen voor natuur (horeca of andere publieksvoorzieningen), Recreatienatuur verhoogt de belevingswaarde van het landelijk gebied en versterkt de Groene Hart-identiteit.



Het *Groene Hart* van Holland
natuurlijk doen!



3. Visie

Ambitie: groene hartelijkheid voor iedereen

In lijn met Perspectief Groene Hart 2040 laat de ambitie zich als volgt omschrijven:

Vrijtijdseconomie heeft door het unieke landschap en het vele water in het Groene Hart de potentie om door te groeien voor de inwoners en gebruikers van het Groene Hart. Ontwikkeling van deze economie leidt tot meer werkgelegenheid, regionale economische groei en uiteindelijk ook versterking van het woon- en leefklimaat. In het Groene Hart wordt planmatig gewerkt aan versterking van de vrijetijdseconomie. In 2030 profiteren alle Groene Harters van recreatie en toerisme. Dat kan zijn als ondernemer, als inwoner of als bezoeker. De inzet is een persoonlijke en welkome benadering, die met 'groene hartelijkheid' is vorm te geven. Groene Hartelijkheid staat hierbij symbool voor het Groene Hart als bewuste bestemming waar je je als bewoner en bezoeker welkom voelt en persoonlijk en hartelijk wordt onthaald en waar je Holland optimaal beleeft ('Hollander wordt het niet').

In het Groene Hart is ruimte voor duurzame economische groei, die past bij het karakter en de kernwaarden van het gebied. Recreatie en toerisme zorgen voor een aantrekkelijke leefomgeving voor iedereen van het gebied. Recreatie en toerisme vormen integraal onderdeel van bredere maatschappelijke opgaven. Behalve economische versterking betekent dit dat de sociale en ecologische waarde van recreatie en toerisme beter wordt benut.

Doelstelling: economische en maatschappelijke impact

De volgende meervoudige doelstelling zorgt ervoor dat de algemene ambitie richting krijgt :

Vergroten van duurzame economische waarde (werkgelegenheid en bestedingen) van recreatie en toerisme, die passend is bij de cultuurhistorische en landschappelijke kwaliteiten van de biografie van het Groene Hart.

Toevoegen van positieve waarde met aandacht voor maatschappelijke impact (ecologische of sociale) in het Groene Hart, zoals bijdragen aan instandhouding van voorzieningen (horeca, detailhandel, cultuur en erfgoed), beperking van de negatieve effecten van bezoek, denk aan het verlichten van overlast van recreatieverkeer of zwerfafval, waterbesparing of vermindering van de voetafdruk van bezoek. Ook projecten die oog hebben voor minder vitale doelgroepen, zoals mensen met een beperking, mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt of mensen met weinig budget krijgen een plek (social return).

Afhankelijk van de daadwerkelijk gerealiseerde inkomsten wordt de doelstelling concreet uitgewerkt in meetbare indicatoren (KPI's) om actief de voortgang te bewaken. Voorbeelden van indicatoren zijn bereik van website en socialmedia-kanalen, bekendheid van het Groene Hart, aantal verbonden partners, aantal deelnemende gemeenten, maatschappelijke indicatoren etcetera.

Sturing geven met zes leidende principes

Om goed te kunnen sturen op de bijdrage aan de genoemde meervoudige doelstelling, is het van belang om inhoudelijke principes te bepalen. Hiermee kan Groene Hart Verbinders samen met haar partners daadwerkelijk zorgen dat de gewenste balans tussen het belang van ondernemers, bezoekers en bewoners gestalte krijgt. Vasthouden aan de leidende principes zorgt ervoor dat het Groene Hart als bestemming zich de komende jaren toekomstbestendig en duurzaam ontwikkelt, passend bij de aard en het karakter van het gebied. De principes zijn opgesteld op basis van de gebiedsanalyse en de interviews. Het gaat om de volgende zes leidende principes:



Principe 1: recreatie en toerisme als versterker van identiteit en ruimtelijke kwaliteit

Toeristisch-recreatieve voorzieningen en activiteiten kunnen de aantrekkelijkheid van het gebied vergroten, omdat ze zorgen voor meer reuring. Recreatie en toerisme versterken de belevingswaarde van het Groene Hart vanuit cultuurhistorische en landschappelijke kwaliteiten. Recreatie en toerisme als versterkers van de identiteit van het Groene Hart, in lijn met de biografie van het Groene Hart. Dit betekent dat het landschap als samenhangend geheel dient worden gekoesterd en versnippering wordt voorkomen. Het kenmerkende historische verhaal van het landschap dient steeds als kwaliteit centraal te staan, zoals de landschapsbiografie voorstaat. Op die manier kunnen projecten en activiteiten Groene Verbinders en partners in staat stellen de identiteit van het gebied te versterken en de ruimtelijke kwaliteiten als vertrekpunt te nemen. Andersom gaat het dan ook doorwerken: projecten die niet goed passen als versterker van identiteit en ruimtelijke kwaliteit, krijgen geen aandacht in de uitvoering.

Principe 2: inzet op economische en maatschappelijke impact

Het gaat niet meer om meer bezoek en meer bestedingen op zichzelf, maar alle projecten en inspanningen dienen behalve economische waarde ook maatschappelijke waarde te genereren. Dit betekent concreet dat recreatie en toerisme ecologische waarde toevoegen ('groen zijn') of sociaal-maatschappelijke waarde in zich dragen ('sociaal zijn') in wat voor vorm dan ook. Wat dit precies in de toepassing betekent, dient worden overgelaten aan de specifieke context en kan op maat worden ingevuld.

Principe 3: versterken van wederzijds gebruik van Groene Hart met omliggende gemeenten

Vanaf de tweede wereldoorlog is de druk vanuit de steden rondom het Groene Hart steeds manifester geworden. Denk aan oprukkende woningbouw (suburbanisatie), industrievestigingen, nieuwe wegen en de komst van spoorlijnen. Parallel met de verandering van het landschap groeide de recreatiebehoefte van de bewoners. Vandaag de dag is deze groeiende behoefte aan buitenrecreatie groter dan ooit. Het Groene Hart zal de komende jaren nog meer dan ooit als de achtertuin van de Randstad fungeren, waarbij de inwoners van de uitdijende gemeenten nabij het Groene Hart nog vaker het gebied in zullen trekken. Het Groene Hart als contramal en aantrekkelijk vrijetijdslandschap voor de stedeling wint verder aan belang. Het Groene Hart dient de uitwisseling met de omringende gebieden te verbeteren, omdat dit kansen geeft voor verdienmodellen en bovendien de beleefbaarheid van het gebied kan vergroten (er ontstaat hierdoor meer draagvlak voor voorzieningen en activiteiten).

Principe 4: beter benutten van publiekstrekkers

Publiekstrekkers als Kinderdijk, Avifauna, Archeon, Avonturenboerderij Molenwaard, Kasteel de Haar en andere (er zijn er zo'n 20 die meer dan 100.000 bezoekers trekken, vaak uit het hele land of internationaal) kunnen beter worden benut voor het merk Groene Hart. Ze functioneren immers als vlaggenschip en kunnen (vaak) het verhaal van het Groene Hart vertellen. Bovendien zijn ze qua publieksvolumes een fysiek touchpoint en een aantrekkelijk distributiekanaal. Denk hierbij aan het inrichten van extra toeristische informatiepunten en de plek voor specifieke Groene Hart-activiteiten,

De publiekstrekkers zullen hieraan medewerking verlenen als ze er zelf ook baat van hebben. De winwin die hier is te behalen zit hem in onderlinge doorverwijzing op de locaties van de attractiepunten en specifieke marketinginzet, gekoppeld aan deze Groene Hart-trekkers. De publiekstrekkers willen samen optrekken om de seizoensverlenging in projecten uit te werken. In lijn met de beoogde brede welvaartsinzet gaat het hier naast economische motieven evengoed om het stimuleren van sociale en ecologische impact van de publiekstrekkers voor de Groene Harters zelf.

Principe 5: bijdragen aan spreiding van bezoek in tijd en ruimte

Het gehele Groene Hart kan de komende jaren profiteren van recreatie en toerisme. Hiervoor is spreiding van bezoek nodig om ook de kleinschalige of onbekende aanbieders te laten profiteren. Belangrijk is het zodoende om een actieve inzet te hebben om bezoek buiten het hoofdseizoen te verlengen en bij te dragen aan seizoensverlenging (spreiding in tijd). Tegelijkertijd is het met dit sturingsprincipe mogelijk om plekken die bescherming verdienen (bepaalde kwetsbare natuurgebieden) te ontzien. Daarom is aandacht nodig voor locaties die meer gasten kunnen en willen ontvangen, plekken die door hun ligging ruimte bieden, onontdekte parels, fiets- en wandelroutes die van de drukker bezochte plekken af gaan.

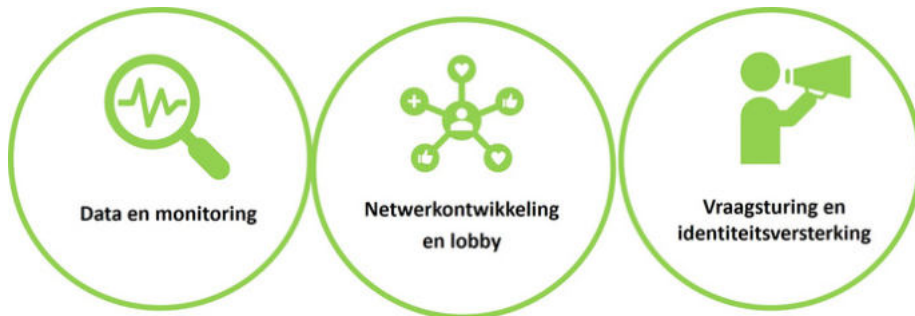
Principe 6: aanjagen van aantrekkelijke verblijfsconcepten

De verblijfstoeristische functie van het Groene Hart is onderontwikkeld: het aanbod is relatief eenzijdig en het ontbreekt aan aantrekkelijke verblijfsaccommodaties in de breedte, zowel grotere als kleinschalige. Door inspanningen te richten op de komst van nieuwe verblijfsconcepten, fungeren vakantiegasten in de regio als aanjager van het dagaanbod. Het voordeel hiervan is dat de verblijfsbranche als motor fungeert voor de dagtoeristische sector, wat leidt tot verdere spreiding van bezoek. Het gaat hierbij om alle soorten verblijfsaccommodaties, die goed aansluiten bij het cultuurhistorische en landschappelijke karakter van het Groene Hart. Inzet op passende bezoekers die blijven overnachten, zorgt voor extra economische waarde en aanvullend draagvlak voor de horeca-, winkel- en vrijetijdsvoorzieningen in de kernen en in het buitengebied. Denk aan de mogelijkheid voor aantrekkelijke concepten bij de boer of in cultureel erfgoed, groene camperplekken, herbestemming van karakteristieke panden, verblijfsconcepten op of aan het water en bijzondere of sfeervolle boetiekhotels. Het kan ook gaan om vakantieparken of hotels van een aanzienlijke grootte. Hierbij dient uiteraard steeds goed gekeken te worden naar de juiste voorzieningen op de juiste plek: kwaliteiten toevoegen die mede aandacht hebben voor landschappelijke inpassing en waarde voor de omgeving.



Inzet op drie actielijnen

Om de doelstelling te behalen is de komende jaren inzet nodig rondom drie actielijnen, te weten 'data en monitoring', 'netwerkontwikkeling en lobby' en 'vraagsturing en identiteitsversterking'.



Actielijn 1: data en monitoring

Het ontbreekt het Groene Hart aan actuele cijfers over aanbod, vraag en functioneren van de toeristisch-recreatieve sector. De cijfers waartoe momenteel toegang is, zijn veelal alleen op provincieniveau voorhanden en niet op de indeling van het Groene Hart. Tegelijkertijd is er een grote behoefte aan een gestructureerde dataverzameling bij gemeenten, provincies en ondernemers. Men heeft interesse om dit gezamenlijk op te bouwen en de monitor zodanig in te richten dat er een dashboard ontstaat dat zowel bruikbaar is voor het meten van gemeentelijk beleid als het meten van de effectiviteit van marketinginspanningen. Groene Hart Verbinders wil de komende jaren dit hiaat opvullen en zorgdragen voor een robuuste en samenhangende monitoring.

Dit sluit bovendien goed aan bij de noties van bestemmingsmanagement, waarbij 'meten is weten' een van de elementen is die aandacht verdienen. Om hierin niet het wiel zelf uit te vinden, verdient het aanbeveling om aan te sluiten op de inspanningen rondom data van de Landelijke Data Alliantie, waarin partijen als NBTC, CBS, CELTH en vele andere samenwerken aan het uniformiseren en transparant maken van toepasbare datasets. Verder is er in 2019 een inventarisatie gemaakt door Oosterman Vrijetijdszaken voor realistische data voor het Groene Hart. Ook de drie provincies Utrecht, Zuid-Holland en Noord-Holland hebben taken in de actualisering van data. Voor deze actielijn dient zodoende op alle drie deze zaken te worden aangehaakt. Er is een specifiek voorstel beschikbaar voor uitwerking op drie niveaus (zie achtergronddocument).

Actielijn 2: netwerkontwikkeling en lobby

Groene Hart Verbinders brengt partijen samen en bouwt het eigen netwerk de komende jaren uit in samenwerking met ondernemers, lokale DMO's en overheden. Ter versterking van de functie als spin-in-het-web organiseren zij bijeenkomsten voor partners en stellen ze kennis ter beschikking aan het netwerk. In de eerste jaren na haar oprichting zijn de eerste stappen gemaakt met bijvoorbeeld de organisatie van goed bezochte Groene Hart netwerkdagen. Het is van belang om deze taak verder te ontwikkelen, omdat hieraan veel behoefte is. Allereerst om de publiekstrekking en andere ondernemers verder te activeren, ten tweede om provincies en nieuwe relevante partijen (denk aan waterschappen) te betrekken en om de samenwerking met de Groene Hart-gemeenten te vernieuwen.

Ondernemers willen vooral samenwerken in campagnes, thematische routes, producten/arrangementen en contentontwikkeling.

Ondernemers worden hierdoor echte Groene Hart-ambassadeurs. Er zijn ook kansen om meer gemeenten meerjarig als partij te laten aantrekken, zodat de dekking kan worden verbreed.

Daarnaast is de rol van DMO's aan het veranderen: er ontstaat meer behoefte aan meedenken en advies bij de bestaande lokale netwerken. Met de nieuw te ontwikkelen dataopbouw en monitoring zal kennisuitwisseling steeds verder aan belang winnen. In een verder te ontwikkelen coalitie met bestaande Groene Hart-programma's wil de stichting Groene Hart Verbinders haar rol als aanjager verder waarmaken en voegt ze voor tientallen publieke en private partijen waarde toe. Projecten die vanuit deze actielijn worden opgezet en uitgebouwd zijn:

- Relatiemanagement
- Actualisatie van merktoolkit en activatie van toepassing Groene Hart-huisstijl
- Platformbijeenkomsten voor en door ondernemers
- Organiseren van jaarlijkse Groene Hart Toerisme Dag
- Ontwikkelen activiteiten met publiekstrekkers
- Business-to-business communicatie (zoals nieuwsbrieven en LinkedIn) op reguliere basis

Actielijn 3: vraagsturing en identiteitsversterking

In het verlengde van de leidende principes is vraagsturing nodig om de verwachte groei te faciliteren en te zorgen dat Groene Hart Verbinders als regionale DMO met de lokale DMO's en partners daadwerkelijk richting gaat geven aan het bezoek dat passend is bij de gebiedsidentiteit. Dit betekent een ander soort inzet dan voorheen, namelijk meer aandacht voor de gewenste doelgroepen en meer aandacht voor de leidende principes. Hiermee zal de identiteit van het Groene Hart versterkt worden met betekenisvolle inzet. Het is zaak om voort te borduren op de basis die er ligt, de bekendheid van het Groene Hart te verstevigen en de inspanningen verder uit te bouwen.

Vier doelgroepen

Op basis van de analyse, interviews en werksessies zijn vier doelgroepen gekozen:

- Inwoners Groene Hart
- Stedelingen rondom Groene Hart
- Overige Nederlandse bezoekers
- Duitse en Belgische vakantiegangers

Feitelijk betekent dit een uitbreiding van de doelgroep inwoners naar de stedelingen, overige bezoekers uit Nederland en bezoekers uit de nabijlanden Duitsland en België. Per doelgroep is een andere samenstelling van instrumenten voor publiekscommunicatie nodig. Voor de inwoners en stedelingen nabij is het gebruik van leefstijldata wenselijk: de blauwe leefstijlen stijlzoekers en inzichtzoekers verdienen hierbij de meeste aandacht. Het zijn leefstijlen met interesse voor cultuur, erfgoed en betekenisvolle thema's, goed passend bij de karakteristieke kenmerken van het Groene Hart.

Accent op identiteitsversterking en bekendheid

Uit de interviews blijkt dat het Groene Hart relatief onbekend is als gebied. Door inzet te plegen op de aantrekkelijke verhalen binnen het Groene Hart zal de identiteit van het gebied worden versterkt. Hierbij kan extra inzet zijn op het koesteren van de historie, cultuur, erfgoed en landschap. Inwoners en ondernemers zullen met meer trots het gebied uitdragen en er zal meer saamhorigheid ontstaan. Door samenhangende narratieven te ontwikkelen voor bijvoorbeeld beleefbare landbouw en water draagt deze actielijn direct bij aan andere grote opgaven in het gebied, zoals de stikstoftransitie, transitie van de landbouw, de opgave voor biodiversiteit, nieuwe natuur en wateropgaven.

Het accent ligt op collectieve verhalen op attractieve wijze aan het publiek te vertellen. De basisinzet en samenwerking met de lokale partners blijft hierbij in stand. Groene Hart Verbinders legt in de uitingen vooral het accent op informeren en inspireren van inwoners en bezoekers.

Een zogenaamde 360-graden aanpak staat centraal: een samenhangende inzet van publieksinstrumenten waarbij de onderdelen elkaar wederzijds en gedurende het hele jaar versterken. Het portaal groenehart.nl en de socialmedia-kanalen vormen de komende jaren nog meer het hart van het Groene Hart. Eigen content wordt steeds vernieuwd en ingezet. De mix van inspanningen bestaat uit de volgende onderdelen, die elkaar onderling versterken:

- Campagnes
- Thematische routeontwikkeling (bv rondom boerenleven, water, cultureel erfgoed, natuur)
- Content (online en offline) zoals rechtenvrije beeldbank, (drone-)films, portretten, stories
- Social media (Instagram en Facebook)
- Pers en vloggers
- Actualisatie profiel: hartelijkheid/persoonlijke aandacht als element toevoegen
- Uitbouw online portaal groenehart.nl
- Maatschappelijke projecten (goed voor de mensen en/of de planeet)
- Crosscommunicatie met publiekstrekkers (seizoensverlenging en andere projecten)
- Bewerking groepsmarkt touroperators Nederland

Het budget voor vraagsturing in het Groene Hart is de afgelopen jaren zeer beperkt geweest vergeleken met andere regio's (zie bijlage in achtergronddocument). Gezien het belang van een integrale aanpak en de grote maatschappelijke opgaven in dit gebied is een momentum ontstaan om de inzet grondig en gezamenlijk uit te bouwen. De inspanningen vragen om meer verbinding met het kenmerkende DNA en de hedendaagse actuele verhalen en kunnen doorontwikkeld worden tot een aantrekkelijk en verleidelijk Groene Hart-narratief op basis van de landschapsbiografie van het gebied. Er is de afgelopen jaren op voortvarende wijze een basis gelegd, maar deze basis is fragiel. Van belang is de samenwerking uit te breiden en als regionale DMO de komende jaren door te groeien naar volwassenheid. Dit is een absolute voorwaarde om robuust genoeg te zijn als regionale DMO.

Het gaat in de aangescherpte aanpak niet alleen om het belichten van de voorzieningen als leuk uitje, maar ook om het de sporen in de geschiedenis en het tonen van de maatschappelijke actuele thema's voor beleefbare landbouw, natuur, water etcetera. De content wint hiermee verder aan relevantie en betekenis.

Vanuit de analyse is het aanbevelenswaardig om de kernwaarde 'persoonlijk' toe te voegen: juist het kleinschalige, persoonlijke karakter van het Groene Hart, te vatten in 'groene hartelijkheid'. Denk aan persoonlijke portretten van bewoners, ondernemers, boeren en buitenlui. Door de aardigheden van de personen (gekoppeld aan de verhalen) centraal te stellen is een overtuigende en activerende aanpak te maken die niet alleen aantrekkelijk is voor het publiek, maar ook de trots van de belanghebbenden zal vergroten.

Publiekstrekkingen zoals Nederlands Glasmuseum, UNESCO Kinderdijk, Avifauna, Archeon, Avonturenboerderij Molenwaard, Zilvermuseum, Cheese Experience Gouda, Kaaspakhuis Woerden, Kasteel de Haar willen en kunnen een actievere rol spelen voor het Groene Hart. Er is interesse in verdere samenwerking op het vlak van thema's als seizoensspreiding, aanscherping profiel en kennisuitwisseling over bezoekersmotieven en klantreizen. Deze publiekstrekkingen kunnen een grotere rol spelen in de toeristische informatievoorziening, als extra distributiekanaal voor online en offline middelen en als plek voor Groene Hart-evenementen of publiekschallenges. Hierdoor kan een aanzienlijk extra bereik en nieuwe betrokkenheid voor het Groene Hart worden gecreëerd.

Met de Hollandse Waterlinies en de Limes heeft het Groene Hart twee UNESCO werelderfgoederen in zijn gebied. De Oude Hollandse Waterlinie is een ander aantrekkelijk en actief erfgoedthema. Het ambacht van molenaar is immaterieel werelderfgoed UNESCO. UNESCO zal de komende jaren beter worden benut en gekoppeld aan de Groene Hart-beleving.

Het *Groene Hart* van Holland
natuurlijk doen!



**4. Tot slot: coalitie voor
aanbodontwikkeling nodig**

Meer nodig dan vraagsturing

De analyses en interviews geven aan dat er meer nodig is dan vraagsturing. De ondervraagde partijen erkennen nut en noodzaak om vanuit recreatie en toerisme parallel bij te dragen aan de bredere maatschappelijke gebiedsopgaven. Gezien de verwachte ontwikkelingen en de niet eerder benutte kansen voor verblijfstoerisme is er een momentum ontstaan om op de doorontwikkeling van de taken van Groene Hart Verbinders sturing te geven aan de verwachte groei van dagtochten en vakanties in het Groene Hart en ervoor te zorgen dat deze groei op een duurzame wijze gefaciliteerd en ingepast kan worden. Hiervoor zijn gezamenlijke inspanningen nodig om bij te dragen aan aanbodontwikkeling en het organiseren van de gesignaleerde koppelkansen voor de transitie van de landbouw, de wateropgaven en nieuwe natuur. Dat vraagt om publieke investeringen, vanwege het collectieve belang. In eerste instantie staan de overheden en waterschappen in het Groene Hart hiervoor aan de lat, omdat zij de op het schaalniveau van bestemmingsregio het Groene Hart verantwoordelijkheid dragen. Het gaat dan het activeren van een coalitie van de drie provincies Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht aangevuld met de Groene Hart-gemeenten en de vijf waterschappen die actief zijn in het Groene Hart.

Aanbodontwikkeling inbedden in Platform Groene Hart

Om effectief te werken is het van belang om naast de Groene Hart-vraagsturing van de Groene Hart Verbinders actielijnen voor aanbodontwikkeling onder te brengen binnen de bestaande structuur van het Bestuurlijk Platform Groene Hart. Hier wordt immers in diverse Groene Hart-programma's al aan urgente gebiedsbrede opgaven gewerkt. Budget en capaciteit zijn nodig om tot een uitvoeringsprogramma te komen. Uit de interviews en werksessies zijn projecten verkend, die kunnen rekeningen op draagvlak (zie achtergronddocument). Deze geldt als wenkende groslijst voor het Bestuurlijk Platform Groene Hart. Hier kan nadere uitwerking plaatsvinden binnen de bestaande gebiedstafels.

Groene Hart als landelijke pilot

Gezien het provincieoverschrijdende karakter van het Groene Hart, het draagvlak onder sleutelorganisaties in het gebied voor een gecombineerde aanpak van vraagsturing en aanbodontwikkeling en de status van het Groene Hart als NOVEX-gebied, wordt aanbevolen om de voorgestelde aanpak als open pilotprogramma voor bestemmingsmanagement in te richten. De voorliggende strategie sluit immers naadloos aan bij de recente noties rondom bestemmingsmanagement, die door de landelijke Taskforce Gastvrijheidseconomie, met hierin onder andere de minister van Economische Zaken, als gedachtegoed wordt aangemoedigd.

Samenwerking Wageningen University

Wageningen University & Research (WUR) zoekt naar praktijkonderzoek en stages voor zijn studenten. Door hoogwaardig wetenschappelijk onderzoek uit te voeren, kennis te helpen vertalen naar de praktijk en professionals en studenten op te leiden, wil WUR bijdragen aan de ontwikkeling van een duurzame ontwikkeling van toerisme. De focus komt hierbij steeds meer te liggen op verduurzaming van de vrijetijdseconomie in het buitengebied van Nederland. Binnen WUR is daarnaast van oudsher veel kennis over landbouw en natuur. Dit sluit goed aan bij de voorliggende strategie, waar de combinaties van vrijetijdseconomie met landbouw en natuur een belangrijke koppelkans zijn. WUR maakt deel uit van een landelijk aanjaagteam dat in oprichting is voor verduurzaming van een beleefbaar landelijk gebied in Nederland. Meerjarige samenwerking wordt nader verkend.



Het *Groene Hart* van Holland
natuurlijk doen!



Colofon

Opgesteld door Ruis en Reuring in opdracht van Stichting Groene Hart Verbinders in afstemming met samenwerkingspartners.

Beelden: Beeldbank Groene Hart Verbinders
Voor meer info: martine@groenehart.nl