

Rural Tourism during COVID-19: a sustainable alternative? - a case study at the Sallandse Heuvelrug National Park, the Netherlands

Abstract

Tourism can be a catalysator of positive socio-economic change for peripheral regions and the COVID-19 pandemic has increased the urge for stress relief and relaxation. This study researches the influence of COVID-19, amongst other factors, on the Return Intention of rural tourists at the Sallandse Heuvelrug National Park in the Netherlands. It tests its suitability as an alternative for urban tourism while questioning its sustainability for the future. This study applies a mixed-methods approach and contributes to a newly emerged research gap for rural tourism during a pandemic. The analysis (202 valid cases) shows very high Return Intention amongst current visitors at the Sallandse Heuvelrug. However, there is no significant relation between COVID-19 and the likelihood to return. The only factor significantly influencing Return Intention are the pull factors of rural tourism used in this research: authenticity, stress relief & relaxation and landscape & nature. Furthermore, the qualitative analysis (2 in-depth expert interviews) shows attention for the pull factors of rural regions and assurance of a socio-economic and environmentally sustainable ground for the development of rural tourism at the Sallandse Heuvelrug. This research concludes by suggesting future research ideas on the therapeutic value of the landscape in the National Park.

Introduction

As researchers in these unprecedented times, we have an enormous responsibility to tackle the questions that have arisen in the minds of policy makers, governors and the wider population. One question that encompasses all of these groups is the holiday-issue. People have more than often been locked up in their homes for several weeks or even months whilst the COVID-19 pandemic has been upsetting their regular lives, and are desperately looking for a break. This need has to be addressed because COVID-19 has already shown to negatively affect mental health for people from different ages and cultural backgrounds (e.g. Marroquin et al., 2020 & Liu et al., 2020). Furthermore, while it is too early for conclusive research on the level of physical health, we can hypothesize that the closure of recreational facilities and public green spaces due to social distancing will have a negative effect on people's cardiovascular health, obesity, diabetes and hypertension, all of which are shown as risk factors for COVID-19 (Slater et al., 2020). Slater et al. (2020) also argue that in order to combat negative health presumptions, easily accessible and well-maintained green space (e.g. urban parks and nature reservations) will provide shelter for people suffering from the pandemic. However, due to social and physical distancing and other spatial constraints, there is a possible lack of these healthy places in the urban context. Therefore, rural tourism is anticipated as an effective and sustainable alternative for mass tourism (in urban areas) in this research. Tourism has already sparked socio-economic development in peripheral regions (e.g. Kastenholz et al., 2012). The tourism transition – from mainly mass tourism towards a more locally based form of tourism – is both a challenge and a major opportunity for peripheries. Whilst the rural regions are now at the forefront of national policymaking, which is a positive change in itself, the success of this transition is based upon *“peripheries ability to pose themselves as subjects, that is as agents of their own change.”* (Salvatore et al., 2018). A research study during the pandemic by Zhu and Deng (2020) fills a particular niche and research gap in consumer behaviour during times of public health emergencies. However, because it was solely written within an Eastern context with Chinese respondents, the article has its limitations. Notable differences have been discussed between Chinese and Caucasian (Western) tourists (e.g. Huang et al., 2016). This research will fulfil the same niche of tourism satisfaction in times of a pandemic and thus be an adaptation of their work to a Western context, whilst also focusing on the pull factors of rural tourism. This research will be done in the (according to the Dutch definition) rural municipalities surrounding the Sallandse Heuvelrug national park in the Netherlands. Recreation and tourism are major drivers of these municipalities' economies (Regio Twente, 2011 & Gemeente Rijssen-Holten, 2017).

Research problem

The aim of the research was to find out whether rural tourism is a suitable alternative for mass (urban) tourism in times of a global pandemic, based on existing literature and empirically derived results. The following research question is answered in this research:

“To what extent is rural tourism a suitable alternative for mass (often urban) tourism during the COVID-19 pandemic?”

In order to answer the research question, the following secondary questions were researched:

- *“How is rural tourism an alternative for mass tourism in terms of sustainability and tourist satisfaction?”*
- *“To what extent will rural regions be able to keep their competitive position in the tourism market after the COVID-19 pandemic?”*

Theoretical framework

The Netherlands is a very specific case when debating urban-rural relationships because it is densely populated and highly urbanised. According to the OECD's three categories of rurality the Netherlands has no real rural areas, as more than 65 per cent of regions is urbanized with the rest being classified as intermediate regions (OECD, 2020). The self-perceived rural parts of the Netherlands are part of the 'rural-urban fringe', defined by Delbecq et al. (2014) as "*the band of mixed urban and rural land use activities surrounding cities*". This means that certain classic rural issues like the lack of proper infrastructure and other connectivity problems – most of the time – are not present within the Dutch context. Haartsen et al. (2003) found the definitions given by the OECD incomplete, hence a study was conducted on how rurality is perceived in the Netherlands. Although the study shows that rural representations differ by age group, with elderly respondents tending to focus more on the socio-cultural aspects of the countryside, common representations were present, because both groups mentioned the visual-figurative aspects and socio-economic functions. Hence, the classification of rural regions will be based on these representations of the countryside in this research, rather than numerical categories.

Rural regions are debatably seen as healthy places. On the one hand, there is a persistent idea that rural places are an inherently health-supporting environment for residents (Hanlon & Kearns, 2016), even though the numbers do not support this statement in certain vast countries like the USA and Australia (e.g. Strasser, 2003). However, we can hypothesize that this health penalty for rural regions is not present within the Dutch context, due to rural places being well-connected to urban regions – and thus being connected to hospitals and other health services. This being mentioned, the research will focus on rural regions being 'healthy places' for tourists, thus completely negating the rural penalty for residents. The notion of healthy rural regions has been around for decades, e.g. Butler (1998) mentions the 'cleaner and less stressful' rural is more enjoyable for people, fuelled by the increasing dissatisfaction with the 'dirty and stress filled urban'. The persistence of this idea over the years is most likely due to the notion of the 'rural idyll' with an emphasis on rural places being safe, green and pleasant (Perkins, 2006). The rural idyll is a concept often associated with being a misrepresentation of the reality, partially because of the way the countryside is seen by a tourist – the tourist gaze (Urry, 2002). Nevertheless, the aesthetic function of the countryside associated with the 'tourist gaze', such as typical residences and agricultural villages, is frequently identified as a major motivation for going to a rural destination (Kastenholz et al., 2018). Additionally, work has been done within health geography and anthropology on therapeutic landscapes, defined as "*specific spaces of healing, where the natural environment intersects with the social environment*" (Gesler, 2003), thus subjectively – not every space evokes the same feeling for everyone – connecting place and (mental) wellbeing. The central theme within therapeutic landscapes is the enabling power of nature as a whole, where humans are benefitting by interacting with nature (Bell et al., 2018). 'Green space' (e.g. parks and gardens) and 'blue space' (e.g. rivers and lakes) are thus thought to affect mental wellbeing positively, noted that it does so personally, thus differently for everyone (Bell et al., 2014). Additionally, the tranquillity of rural regions has been mentioned as another one of the pillars of therapeutic landscapes (e.g. Kearns & Collins, 2000).

Rural tourists are heterogeneous, but often note common push factors of urban regions such as seeking to refresh, relaxing away from the daily lives or escaping from a busy job as motivators for rural tourism. Hence, they find the pull factor of the calm atmosphere, a non-crowded space, attractive landscapes in rural spaces especially attractive (Molera & Albaladejo, 2007). Other pull factors in their research include rural life activities, (traditional) good rural food culture and opportunities for children. It must also be noted that a positive effect can be observed between people that already have knowledge of- or even have roots in the countryside and the willingness to go on holiday in the countryside (Komppula, 2005), thus signalling a possible control variable in the research of having lived

in a rural region. Research also noted the importance of a coherent food specialties network in attracting rural tourists, as it can spearhead rural development theories (Sidali et al., 2015). One clear example given here is the 'Food Valley' near Parma, Italy. It boasts of several institutional, tourism, commercial and agricultural actors working together to promote regional delicacies (e.g. Prosciutto di Parma and Parmigiano Reggiano cheese). This can be seen as a prime example of the elements of the 'commodification of the countryside', a process in which the rural regions are turned into places of consumption and landscapes into 'leisurescapes' (Woods, 2005): the use of rural areas as a brand in the marketing of premium food and craft products. The four other main elements of this process that are identified by Woods (2005): i) the marketing of rural production sites as tourist attractions; ii) the repackaging of rural heritage, creating the tourist gaze of the rural idyll based on nostalgia; iii) the promotion of 'fictional' rural landscapes whereby the tourist gaze is informed by fictional representations of rural life and landscape; iv) the rural as a site for extreme experiences via adventure tourism that extends beyond the metaphor of the tourist gaze. These pillars can be used in the sections regarding the shift from mass tourism to more locally-based tourism. However, to add to the demand side of rural tourism, tourists are looking for an authentic experience when considering going to the countryside (Chhabra, 2010). Commodification can be seen as the opposite of authenticity on the supply side of rural tourism and has been shown to negatively affect certain levels of perceived authenticity in the rural tourism experience (Ye et al., 2018). It is thus of importance for rural tourism suppliers to find an equilibrium between those two opposite concepts, where the authenticity is not endangered while maximising turnover.

Earlier work by Guaita Martínez et al. (2019) has shown that inland rural tourism is as stable for a local economy as urban tourism, because there are no seasonal extremes. The sustainability is determined by an individual rural region because of their heterogeneity, e.g. coastal rural areas are less economically and environmentally sustainable. However, rural tourism is generally seen as a sustainable alternative form of tourism (e.g. Victoria Sanagustin Fons et al., 2011). This is partially down to the environment being integrated into rural tourism management (Villanueva-Alvaro et al., 2017). Rural tourism entrepreneurs are closer to the natural environment than those that practice the same profession in an urban environment, hence leading to more environmental awareness and protection (Berenguer et al., 2005). However, apart from environmental sustainability, social and developmental sustainability also has to be considered. While overtourism majorly is an urban issue for now (e.g. Amsterdam or Venice), rural regions have also experienced an increase in tourism numbers. The difference between overtourism in urban and rural regions is that existing problems are made worse in urban regions (e.g. pollution), while unforeseen problems are created on the countryside, such as congestion on small roads (Butler, 2019). Butler has urged the rural tourism sector to be pro-active to prevent the same issues from arising in other rural areas and notes that the Isle of Skye in Scotland is a prime example of a rural region under pressure, because it was commodified. The Isle of Skye is used by the media industry because of its scenic landscapes, which brought the island into the public eye and has led to local complaints, such as the congestion of infrastructure (Butler, 2019). The commodification is as previously stated in contrast with authenticity, which has been shown to negatively affect the rural tourism experience (Ye et al., 2018), hypothetically leading to discontent and a decline in tourism numbers. Another major influencing factor in tourism satisfaction, apart from authenticity, is the perceived value (or PV) of rural tourism (Scaglione & Mendola, 2017). Polo Peña et al. (2012) have developed a framework for this PV of rural tourism which divides it into two sections: i) the functional component (e.g. quality of facilities and staff hospitality) and ii) the affective component (e.g. the degree in which social relationships were improved and the educational value of the holiday). Both the tourism satisfaction and the perceived value influence loyalty towards rural tourism (Scaglione & Mendola, 2017), meaning that a rural tourists is likely to reconsider rural tourism if the previous experience was satisfying.

Figure 1 shows the conceptual model for the integrative wellbeing tourism experience, created by Smith and Diekmann (2017). It provides the relevant dimensions that together form the optimal form

of wellbeing tourism. The three dimensions include: i) the short-term pleasure, hedonism, rest and relaxation, ii) the medium-long term meaningful experiences, such as self-development and personal education and iii) the long-term all-encompassing altruistic activities and sustainable tourism. Based on this, rural regions could serve a niche in the tourism market for being excellent providers of wellbeing.

According to Philipson et al. (2020), it is very likely that the economies of rural regions will be affected severely during the crisis, due to the high percentage of people being self-employed. Furthermore, whilst supermarket food supply chains are have been shown to be resilient, diversified farms(e.g. farm shops or agri-tourism) have seen their income sources negatively affected in the initial shock.

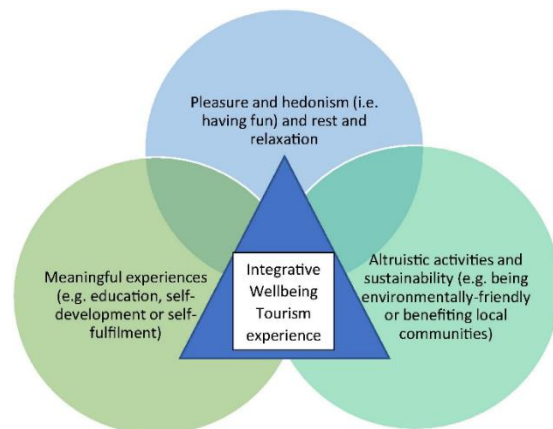


Figure 1: Integrative Wellbeing Tourism Experience model (Smith & Diekmann, 2017)

Nevertheless, as the tourism market has been picking up, people have shown to prefer rural tourism as a way to relax over the weekend and on holidays (Zhu & Deng, 2020). Some of the major concerns highlighted by people when asked whether they would consider rural tourism are the worries over the realisation of the held expectations and the expenditure of the whole trip, both in time and monetary costs. Majorly, the risk of attracting pneumonia – used as a concept by Zhu and Deng in place of attracting COVID-19 – had a lesser effect than general tourism risk knowledge, signalling that the respondents are under the impression that the outbreak is under better control in rural areas, hence making it safer to travel. This confirmed that rural tourism is seen as a safer and better travel option amid the pandemic control phase. Additionally, it could bring further prosperity to rural regions in the aftermath of a pandemic, as it has already been identified as a catalyst for socio-economic development in rural regions (Kastenholz et al., 2012).

Conceptual model

The conceptual model (Figure 2) is proposed based on previous research (e.g. Zhu & Deng, 2020; Scaglione & Mendola, 2017; Molera & Albaladejo, 2007).

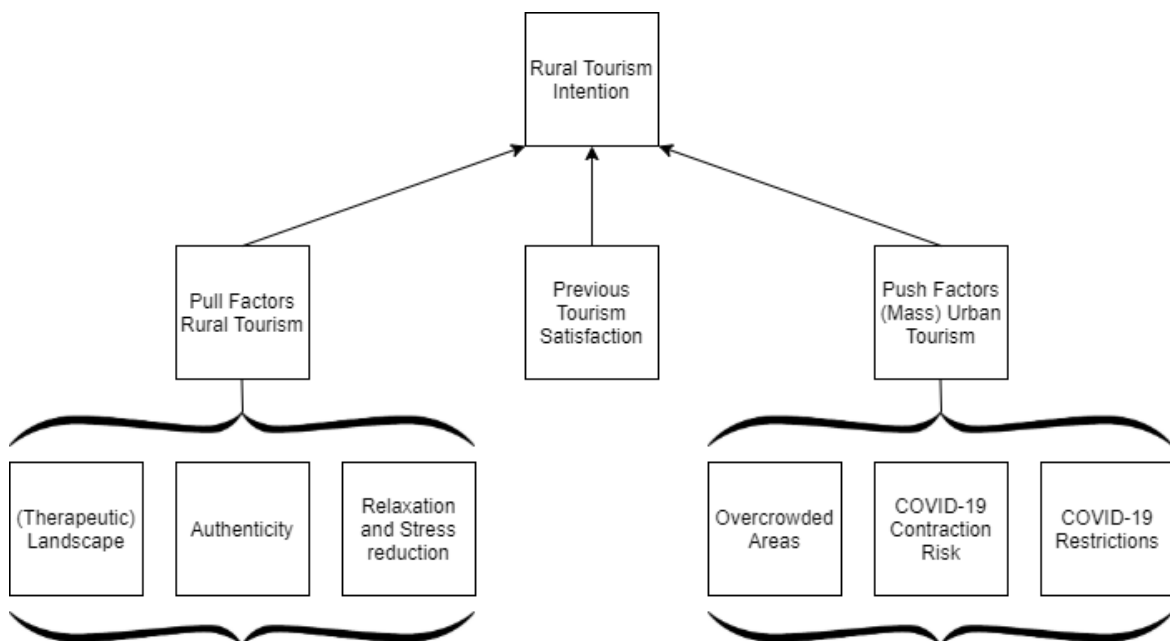


Figure 2: Conceptual model, based on Zhu & Deng (2020); Molera & Albaladejo (2007); Scaglione & Mendola (2017)

It argues that rural tourism intention is influenced by its own pull factors, comprising of landscape, authenticity and the amenities for relaxation and stress reduction. Additionally, on top of a previously discovered push factor of mass tourism (crowdedness), COVID-19 is brought into the frame as a push factor in urban tourism. The pull and push factors respectively have been chosen to be of influence on this research based on the study area and the COVID-19 pandemic. In the conceptual model, the arrows signify a possible influential relationship proven by previous work and (re)tested by this research. The conceptual model thus tests whether the Sallandse Heuvelrug region will be able to keep its competitive position in the tourism market, by means of testing the intention to return, in the (COVID-free) future by being a suitable alternative now.

Study Area

The National Park 'de Sallandse Heuvelrug' is situated in the province of Overijssel in the Netherlands and was chosen as the case study for this research. Hellendoorn (including the larger village of Nijverdal and Haarle) and Rijssen-Holten are seen as the two '*Heuvelruggemeentes*' or 'ridge municipalities'. The park is well-renowned for being located around a moraine, thus encompassing relative height differences, which is unusual in the otherwise relatively flat Netherlands. This makes it especially popular for adventure tourism, where road cycling, hiking and mountain biking are predominantly exerted. On top of that, during specific periods in the year, fields of purple heather fill the landscape, which further adds to the park's unique attraction value (SallandseHeuvelrug.nl, 2020). It attracts around two and a half million yearly visitors in total, of which 852.000 are unique visitors (NBTC-NIPO Research, 2018). The Sallandse Heuvelrug is loved by its local residents, as roughly 40% of all visits are done by the inhabitants of the '*Heuvelruggemeentes*'.

The Sallandse Heuvelrug could provide rural tourists with the three dimensions of Smith and Diekmann's model (2017, see *Figure 1*) during their visit, hypothetically providing tourists a possibility to increase their integrative wellbeing during the COVID-19 pandemic. The short-term dimension of the model is mainly formed by the ability to find stress relief and relaxation in nature-based tourism, while also considering the hedonistic 'having fun' during a holiday. Guides, tours and other provided information about the nature park in experience centres form the shape of the medium-long term meaningful experiences and even though it is harder to capture the long-term dimension; the tourists could benefit the economies of the local villages and communities in a sustainable way.

Hypotheses

Based on the theoretical framework and 'in the field' independent empirical observations, the researcher expected that rural tourism is seen as a suitable alternative for mass tourism in times of a pandemic. However, clarity was needed to test the rural regions' ability to sustain their position in the tourism market after the pandemic has ended. The following hypotheses were posed:

- i) The lower risk of attracting COVID-19 positively affects the willingness for Rural Tourism at the *Sallandse Heuvelrug*
- ii) Rural Tourists at the *Sallandse Heuvelrug* are likely to return to a(nother) rural destination
- iii) The landscape of the *Sallandse Heuvelrug* functions as a de facto therapeutic landscape as a form of stress relief in times of a pandemic

Methodology

This research relies primarily on a quantitative approach in order to answer the research question: "To what extent is rural tourism a suitable alternative for mass (often urban) tourism during the

COVID-19 pandemic?" Documents were placed on strategic hotspots at the Sallandse Heuvelrug national park with a QR-code that links to a questionnaire. On top of that, social media was used in order to achieve a significant sample size. These respondents thus consist of tourists that have visited the national park de Sallandse Heuvelrug or one of the recreational amenities in the surrounding villages during the COVID-19 pandemic. The questionnaires included a translation option from Dutch to English in the case of international tourists, although no international tourists were sampled in the end. Furthermore, to answer the first sub-question "*How is rural tourism an alternative for mass tourism in terms of sustainability and tourist satisfaction?*": apart from the aforementioned questionnaires and the literature review, semi-structured interviews were organised to get an expert view of the sustainability of rural tourism at the Sallandse Heuvelrug. Other topics of these interviews included the preliminary tourism numbers during the first summer of the COVID-19 pandemic and planned future endeavours to ensure sustainability and tourist satisfaction. A semi-structured interview provides flexibility in the way the issues are addressed by the respondent, while retaining some sort of predetermined order and is heavily reliant on the dynamic between the interviewer and the interviewee (Clifford et al, 2016). Thus, this research followed a mixed-methods approach, done to strengthen the credibility of the research by achieving triangulation (Punch, 2014).

These interviews were held online, as COVID-19 circumstances regarding social distancing and the regulations as declared by the Dutch RIVM were upheld. Adri Ooms, a project coordinator, was interviewed first, as he is currently tasked with combining multiple levels of governance on the Sallandse Heuvelrug. On top of that, councillor Erik Wessels, responsible for recreation and tourism in the municipality of '*Heuvelruggemeente*' Rijssen-Holten was interviewed to get a governing view on the arising issues regarding sustainability. All semi-structured interviews were analysed using Atlas.ti software. This software uses coding blocks, of which the basic blocks were taken from the interview guide. In order to identify other themes relevant to the research inductive coding was used. The interviews were held in Dutch, as it is the mother tongue of both the interviewer and interviewee, making for a free-flowing, more comfortable conversation during a semi-structured interview. An English translation of the important parts is provided in the analysis.

The questionnaire is divided into several different sections (see Appendix I), which are in a relation with the conceptual model. The first set of questions categorizes the respondents into relevant populations (e.g. age or one-day visitors or overnight stays). Then, the emotional and functional satisfaction of Polo Peña et al. (2012)'s framework for perceived value of rural tourism were tested by six questions. Tourism satisfaction influences loyalty and thus rural tourism intention in the future (Scaglione & Mendola, 2017). Each of the underlying factors of the push and pull factors had their separate questions. These questions were based on previously found factors by Zhu and Deng (2020) & Molera and Albaladejo (2007). Then, a final question regarding the intention to return was posed to test H2 and the value served as the dependent variable in the regression analysis. All questions use a Likert-scale from one (1) (least satisfied/important) to five (5) (most satisfied/important), unless specified otherwise. The first set of questions were categorized beforehand. Apart from the obvious (sex, postal code, day trip or holiday, first-time-visitors yes or no), age was categorized into young (18 – 34), middle-age (35 – 59) and elderly (60 +) in order to sufficiently differentiate between ages, but not overly complicate categories and/or stumble upon group sizes that are too small. Then, the primary motivation for the visit was divided into these categories: i) facility-based (e.g. for a specific restaurant or recreational facility such as the midget-golf) or ii) natural landscape-based, iii) other, as specified.

In order to analyse the primary quantitative data, multiple linear regression was used. A multiple linear regression allows for an explanation between a dependent variable and multiple independent variables. In the analysis, variables were created by computing the mean score for each of the following sections, based on the assumptions from previous research (Polo Peña et al. (2012); Molera and Albaladejo (2007); Scaglione & Mendola (2017); Zhu & Deng (2020)) that are shown in the conceptual model: i) combined emotional satisfaction, ii) combined functional satisfaction, iii) combined rural pull

factors and iv) combined urban push factors. These interval variables served as independent variables in the regression analysis. These independent variables test the Return Intention (RI) of the rural tourists visiting the Sallandse Heuvelrug. The final question (*To what extent would you come back to a rural region in the future for recreational purposes (to the Sallandse Heuvelrug or elsewhere)?*) has a scale ranging from one (1) to twenty (20) and served as the dependent variable in the regression analysis. These values are given to have a similar interval variable to the combined independent variables. Another option was multiplying the previously used scale from one (1) to five (5) by four for clarity. However, more variability in the dependent variable instead of only 5 possible answers was preferred. The data was analysed using SPSS (version 26). Besides the aforementioned multiple linear regression, one-way Analyses of Variance (ANOVA) was carried out to analyse whether or not there are differences in the group means for one of the categorical variables (e.g. primary reason or sex).

The questionnaire included a question where the respondent was asked to declare that they would be knowingly willing to participate in the study and had the option to withdraw at any point. This is in line with the academic code as approved by the University of Groningen (2014). Furthermore, a consent form that has to be signed was sent to both interviewees and is kept confidentially by the researcher. No other conflicts of positionality or power relations are significant in this research as the researcher did not have a position of power over of the respondents and the researcher does not benefit directly from this research. Thus, in the end the data quality was deemed correct, credible, complete and consistent by the researcher.

Results

In this section the quantitative and qualitative results are reported. The sample size for the quantitative analysis is 202 (N = 202) after data management, as shown by *Table 1*. The descriptive statistics show a relatively even distribution of the nominal variables in the sample, with enough cases present to be able to do meaningful statistical analyses on possible differences between groups. However, the main target of the quantitative analysis was not to differentiate within the sample, but to test the Return Intention (RI) of the rural tourists visiting the Sallandse Heuvelrug and thus simultaneously test hypothesis 2: 'Rural tourists at the Sallandse Heuvelrug are likely to return to a(nother) rural destination'. The respondents in the sample averaged, on the question that tested the likelihood of return to a rural premise in the future, approximately 18,4 on a scale from 0 to 20, confirming H2 to be true. This also links to the research question: "To what extent will rural regions be able to keep their competitive position in the tourism market after the COVID-19 pandemic?". This value for RI served as the dependent variable in the multiple linear regression analysis to test which independent variables influenced RI.

Table 1: Descriptive Statistics

To what age group does the respondent belong?		
	Frequency	Percent
18-34	46	22,8
35-59	107	53,0
60+	49	24,3
Total	202	100,0
What is the respondents' sex?		
	Frequency	Percent
Male	108	53,5
Female	91	45,0
Prefer not to say	3	1,5
Total	202	100,0
Is the respondent on holiday or on a one-day out?		
	Frequency	Percent
Holiday	74	36,6
One-Day	128	63,4
Total	202	100,0
Is this the respondents' first visit to the Sallandse Heuvelrug?		
	Frequency	Percent
Yes	47	23,3
No	155	76,7
Total	202	100,0

The ANOVA-model as a whole is significant, which can be established from the bold significance level seen in *Table 2* below. This means that the model is fit for use and we can analyse the data.

Table 1: ANOVA-table

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77,634	4	19,409	4,336	,002^b
	Residual	881,772	197	4,476		
	Total	959,406	201			

a. Dependent Variable: How likely is the respondent to return?
b. Predictors: (Constant), Combined Urban Push Factors, Combined Functional Satisfaction, Combined Emotional Satisfaction, Combined Rural Pull Factors

As is observable from *Table 3*, the only variable significantly influencing the value for RI is highlighted in bold and consists of the pull factors of rural places (authenticity, the peace and quiet of the countryside & the relaxing effect of nature). This is a positive relation, signalling that if a respondent positively rates the different aspects of rural pull factors, the RI would rise as well. No relation between the RI and the push factors of urban tourism, that included the two questions on COVID-19 can be observed in *Table 3*, as the combined urban push factors variable is insignificant. This means that hypothesis 1: 'The lower risk of attracting COVID-19 positively affects the willingness for Rural Tourism at the Sallandse Heuvelrug' is not supported by this research. This also means that, contrary to earlier research (Scaglione & Mendola, 2017), in this research, the Return Intention is not positively influenced by the perceived value of Rural Tourism, nor does it confirm Zhu & Deng (2020), as COVID-19 is not of significant influence on the RI.

Table 2: Multiple Linear Regression Model

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,944	1,227		11,364	,000
	Combined Emotional Satisfaction	-,136	,224	-,046	-,607	,545
	Combined Functional Satisfaction	,284	,183	,113	1,553	,122
	Combined Rural Pull Factors	,726	,283	,200	2,566	,011
	Combined Urban Push Factors	,204	,140	,104	1,456	,147

a. Dependent Variable: How likely is the respondent to return?

The expert interviews helped to get a broad overview of the ongoing plans to ensure the multiple forms of sustainability at the Sallandse Heuvelrug. One of these aspects is the social sustainability, summarized by Mr. Ooms, who stated: "You see that at a certain point the inhabitants are pushing against it so there is always some sort of tension there, some profit from tourism, whilst others experience nuisance." However, it is clear that social sustainability is seen as highly important to the municipality and the possible negative scenarios, where the disadvantages of tourism for the local people are outweighing its benefits on the local economies, are to be avoided. Mr. Wessels stated: "We are very much aware and trying to prevent these scenarios from occurring we all have an interest from the tourists coming here, but we also have an interest in keeping the region liveable for

its inhabitants." Thus, the findings and the subsequent advice for rural regions to be pro-active on social sustainability by Butler (2019) are upheld at the Sallandse Heuvelrug. There has to be an economic incentive for a region to balance the tensions between tourism and liveability. Inland rural tourism usually has a lack of seasonal extremes in the tourism flows (Guaita Martínez et al., 2019), which makes it economically more sustainable than other forms of tourism, such as coastal tourism. Questioned on seasonality at the Sallandse Heuvelrug, Mr. Ooms said: *"Yes, the top is still during the summer holiday season, but it is the top that has flattened, while the early- and late season have increased"*. Mr. Ooms also notes that this is in line with a general trend in the tourism market, where people tend to go on holiday more often, but for a shorter period. Additionally, the tourism sector can improve its environmental sustainability in a shift from urban to rural tourism, as it is often a more environmentally sustainable form of tourism (Victoria Sanagustin Fons et al., 2011). The tourists that are visiting a National Park expect sustainability and attention for nature as pillars of their visit according to Ooms and he urges entrepreneurs to keep this in mind during consultations: *"... it would be good if you at your campsite or your holiday park are active along the same lines and do not act 180 degrees in the other direction, 'footloose' from the surroundings"*. Over the years, several parks followed this advice according to Ooms, partially supporting the hypothesis that rural tourism entrepreneurs are more environmentally aware than their urban counterparts (Berenguer et al., 2005).

Discussion

As shown by the expert interviews, the past, present and future of the Sallandse Heuvelrug are well-integrated in policy making. These efforts include, but are not limited to: i) maintaining authenticity by restoring past artifacts in the region, such as the old boundaries of the Commons in the area, e.g. the stones that marked those boundaries or the original vegetation; ii) maintaining the planned routes for activities such as mountainbiking and horseriding, by combining forces with local actors, such as the local cycling-unions; iii) designing new solutions to combat crowdedness, such as the development of an application that will show busyness at certain locations within the Park. Annotations to authenticity have been shown by past research to influence the rural tourism experience (Ye et al., 2018) and by this research to influence RI. Ultimately, these efforts combined will ensure sustainable tourism satisfaction in the National Park.

However, the biggest current development is the *'Ambitieplan Sallandse Heuvelrug en het Twents Reggedal'*, which is partially coordinated by Adri Ooms. This is a multi-year multi-governance plan which incorporates smaller independent preserved nature areas in the larger entity of the Sallandse Heuvelrug. Some of the goals were presented in the interviews: i) *"to solve issues regarding agriculture, water and nature at a higher scalar level"*, ii) *"to qualitatively improve the whole region focussing on the quality of the nature, as it is the chicken with the golden eggs and the base of a national park"*, iii) *"spread the tourists over the entire area"* and iv) *"increase the tourism attraction and particularly involve the villages in the recreation and tourism"*. In order to reach these ambitions, Mr. Ooms has been tasked with aligning all parties in the decision-making process, looking at their independent targets and highlighting their common goals. Interesting to note is Mr. Wessels' quote: *"there are multiple parties that we have to take into account and the tourist is one of them, however the local people are definitely equally as important."* This is expected to positively affect the social sustainability of rural tourism at the Sallandse Heuvelrug in the future, as the municipalities are practicing good governance.

Furthermore, as established earlier, the Sallandse Heuvelrug provides the rural tourist with a canvas to improve their integrative wellbeing according to the model of Smith and Diekmann (2017), which is in line with hypothesis 3: 'The landscape of the Sallandse Heuvelrug functions as a de facto therapeutic landscape as a form of stress relief in times of a pandemic'. H3 is preliminarily supported by this research, on the one hand by way of the relatively high mean value (on a Likert-scale from 1 to 5) for the relaxing effect of the nature and peace (see Table 4).

Table 4: Mean Value Therapeutic Landscape

To what extent does the nature have a relaxing effect on the respondent?	
Mean	4,81
N	202

Additionally, in response to a separate question on what would make respondents consider relocating to the vicinity of the Sallandse Heuvelrug, either one or both of "rust" and "natuur" (quiet and nature) came forward in approximately three quarters of the total responses, fuelling the theory that the Sallandse Heuvelrug could function as a therapeutic landscape. Its nature has a role as the enabler of an improvement in the wellbeing of the tourists (Bell et al., 2018) and the rural quiet was established to potentially be one of the factors for therapeutic landscapes (Kearns & Collins, 2000). However, further qualitative participant analysis has to be done to confirm this premise as the degree to which landscapes are therapeutic is inherently individual (Bell et al., 2014).

Conclusion

To conclude by looking back at the research question "To what extent is rural tourism a suitable alternative for mass (often urban) tourism during the COVID-19 pandemic?". This research has shown that rural tourism at the Sallandse Heuvelrug is a suitable alternative for urban tourism in terms of tourism satisfaction, signified by the relatively high average values for emotional satisfaction and functional satisfaction in the questionnaires, as derived from Polo Peña et al.'s (2012) framework for the perceived value of rural tourism. Additionally, sustainability is well-looked after by the different governing bodies as established in the expert interviews, thus answering the first of the secondary questions "How is rural tourism an alternative for mass tourism in terms of sustainability and tourist satisfaction?"

However, the link in H1: 'The lower risk of attracting COVID-19 positively affects the willingness for Rural Tourism at the Sallandse Heuvelrug' and the findings by Zhu & Deng (2020) were not supported by this research. On the one hand, this is in contrast with the remarks from the interviewees, that hypothesized an increase in tourism numbers during the pandemic. On the other hand, this could very well be a positive finding. If the increase as suspected by the interviewees is eventually confirmed when the annual tourism statistics are announced, it signals a new stream of tourists that have found their way to the Sallandse Heuvelrug and hold an intention to return, which concludes the other secondary question "To what extent will rural regions be able to keep their competitive position in the tourism market after the COVID-19 pandemic?" with a positive note. The other hypotheses were (partially) supported in this research as discussed in the previous section(s).

The Sallandse Heuvelrug can be hopeful for the future as the efforts made by the local governing actors ensure a sustainable ground of rural tourism at the Sallandse Heuvelrug, both in terms of tourism satisfaction and environmental, economic and social sustainability.

Limitations and recommendations

This work is limited in the determination of future economic sustainability, as the figures for expenditure are skewed by the closing of bars, cafés and restaurants in the Netherlands during the data collection phase of this research. The Holterberg side of the Sallandse Heuvelrug, where most of the questionnaires were filled out, is especially reliant on this sector. Any analysis with these factors was therefore neglected in the final work. Additionally, as this work was done within the specified 'Dutch context' for rurality, the transferability of these results to another (even Western) region is doubtful.

Future work could include qualitative research into the therapeutic functionality of nature and the landscape at the Sallandse Heuvelrug to confirm the preliminary findings in this research. Additional research on this function of the Sallandse Heuvelrug would be in line with previous work (Bell et al., 2014) that sees therapeutic landscapes as perceived and inherently individual. Concluding whether the national park can function as a 'space of healing' is especially helpful in times of a global pandemic and the unforeseen stress it is accompanied by.

References

- Bell, S. L., Foley, R., Houghton, F., Maddrell, A. & Williams A. M. (2018). From therapeutic landscapes to healthy spaces, places and practices: A scoping review. *Social Science & Medicine*, 196, 123-130.
- Bell, S. L., Phoenix, C. Lovell, R. & Wheeler, B. W. (2014). Green space, health and wellbeing: making space for individual agency. *Health & Place*, 30, 287-292.
- Berenguer, J., Corraliza, J. A., & Martín, R. (2005). Rural-Urban Differences in Environmental Concern, Attitudes, and Actions. *European Journal of Psychological Assessment*, 21(2), 128–138.
- Butler, R. W. (1998). Rural Recreation and Tourism. In B. W. Ilbery (Ed.), *The Geography of Rural Change*, (221-243). London: Routledge.
- Butler, R. W. (2019). Overtourism in rural settings: the Scottish highlands and islands. In R. Dodds & R. W. Butler (Ed.), *Overtourism*, (199-214). Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Chhabra, D. (2010). Back to the past: A sub-segment of Generation Y's perceptions of authenticity. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 , 793-809.
- Clifford, N., Cope, M., Gillespie, M. & French, M. (2016) *Key Methods in Geography*. 3rd edition, Sage Publications Ltd.
- Delbecq, B. A., Kuethe, T. H. & Borchers, A. M. (2014). Identifying the Extent of the Urban Fringe and Its Impact on Agricultural Land Values. *Land Economics*, 90(4), 587-600.
- Gemeente Rijssen-Holten (2017). *Visie vrijetijdseconomie Rijssen-Holten: een nieuwe koers voor 2017-2021*. Retrieved on September 30, 2020 from http://ruimtelijkeplannen.rijssen-holten.org/plannen/NL.IMRO.1742.SVCH2019001-/NL.IMRO.1742.SVCH2019001-0301/b_NL.IMRO.1742.SVCH2019001-0301_bd1.pdf
- Gesler, W. M. (2003). *Healing Places*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Guaita Martínez, J. M., Martín Martín, J. M., Salinas Fernández, J. A. & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.
- Haartsen, T., Huigen, P. P., Groote, P. (2003). Rural Areas in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 94(1), 129-136.
- Hanlon, N. & Kearns, R. (2016). Health and Rural Places. In M. Shucksmith and D. L. Brown (Ed.), *Routledge International Handbook of Rural Studies*, (62-70). London: Routledge.
- Huang, S., LeBlanc, J. & Choi, C. (2016). How do Chinese tourists differ from Caucasian tourists? An empirical study from the perspective of tourists' self-concept. *International Journal of Tourism Sciences*, 16(4), 222-237.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P. & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience —The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207-214.

Tijmen Traanman, s3204332
Bachelor's Project

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Peixeira Marques, C. & Correia Loureiro, S. M. (2018). The dimensions of rural tourism experience: impacts on arousal, memory, and satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 189-201.

Kearns, R. A. & Collins, D. C. A. (2000). New Zealand children's health camps: therapeutic landscapes meet the contract state. *Social Science & Medicine*, 51(7), 1047-1059.

Komppula, R. (2005). Pursuing customer value in tourism: A rural tourism case-study. *Journal of Hospitality & Tourism*, 3(2), 83-104.

Liu J. J., Bao, Y., Huang, X., Shi, J. & Lu, L. (2020). Mental health considerations for children quarantined because of COVID-19. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 4(5), 341-406.

Marroquin, B., Vine, V. & Morgan, R. (2020). Mental health during the COVID-19 pandemic: Effects of stay-at-home policies, social distancing behavior, and social resources. *Psychiatry Research*, 293, 113419.

Molera, L., & Albaladejo, I. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain. *Tourism Management*, 28(3), 757-767.

NBTC-NIPO Research (2018). *Bezoekersonderzoek natuurgebieden Provincie Overijssel*. Retrieved on September 30, 2020 from <https://www.kennisplatformoost.nl/wp-content/uploads/2019/08/Bezoekersonderzoek-Overijssel-2018-def.pdf>

OECD (2020). *National area distribution (indicator)*. Retrieved on September 18, 2020 from <https://data.oecd.org/popregion/national-area-distribution.htm#indicator-chart>

Perkins, H. C. (2006). Commodification: re-coursing rural areas. In P. Cloke, T. Marsden and P. Mooney (Ed.), *Handbook for Rural Studies*, (243-257). London: Sage.

Phillipson, J., Gorton, M., Turner, R., Shucksmith, M., Aitken-McDermott, K., Areal, F., Cowie, P., Hubbard, C., Maioli, S., McAreavey, R., Souza-Monteiro, D., Newbery, R., Panzone, L., Rowe, F. & Shortall, S. (2020). The COVID-19 Pandemic and Its Implications for Rural Economies. *Sustainability*, 12, 3973.

Polo Peña, A. I., Frias Jamilena, D. M. & Rodriguez Molina, M. A. (2012). The perceived value of the rural tourism stay and its effect on rural tourist behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(8), 1045-1065.

Punch, K.F. (2014). *Introduction to Social Research: Quantitative & Qualitative Approaches*. 3rd Edition. London: SAGE Publications Ltd.

Regio Twente (2009). *Twente Toerisme Monitor: rapportage gemeente Hellendoorn*. Retrieved on September 30, 2020 from https://www.regiotwente.nl/images/website/ambities/economische_structuurverstreking/recreatie_en_toerisme/Twente%20Toerisme%20Monitor/TTM%202009/ttm_hellendoorn.pdf

Sallandse Heuvelrug (2020). *Sallandse Heuvelrug*. Retrieved on September 30, 2020 from <https://www.sallandseheuvelrug.nl/>

Salvatore, R., Chiodo, E. & Fantini, A. (2018). Tourism transition in peripheral rural areas: Theories, issues and strategies. *Annals of Tourism Research*, 68, 41-51.

Scaglione, A. & Mendola, D. (2017). Measuring the perceived value of rural tourism: a field survey in the western Sicilian agritourism sector. *Quality & Quantity*, 51, 745-763.

Sidali, K. L., Kastenholz, E. & Bianchi, R. (2015). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1179-1197.

Slater, S. J., Christiana, R. W. & Gustat, J. (2020). Recommendations for Keeping Parks and Green Space Accessible for Mental and Physical Health During COVID-19 and Other Pandemics. *Preventing Chronic Diseases*, 17(59).

Smith, M. K. & Diekmann, A. (2017). Tourism and Wellbeing, *Annals of Tourism Research*, 66, 1-13.

Strasser, R. (2003). Rural health around the world: Challenges and solutions. *Family Practice*, 20(4), 457-463.

Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*, 2nd Edition. London: Sage.

Victoria Sanagustín Fons, M., Moseñe Fierro, J. A. & Gómez y Patiño, M. (2011). Rural tourism: A sustainable alternative. *Applied Energy*, 88(2), 551-557.

Villanueva-Álvaro, J. J., Mondéjar-Jiménez, J. & Sáez-Martínez, F. J. (2017). Rural Tourism: Development, Management and Sustainability in Rural Establishments. *Sustainability*, 9(5), 818.

VSNU (2014). The Netherlands Code of Conduct for Academic Practice. *Association of Universities in the Netherlands (VSNU)*. Retrieved on November 10, 2020 from [http://www.vsnu.nl/files/documenten/Domeinen/Onderzoek/The_Netherlands_Code%20of_Conduct_for_Academic_Practice_2004_\(version2014\).pdf](http://www.vsnu.nl/files/documenten/Domeinen/Onderzoek/The_Netherlands_Code%20of_Conduct_for_Academic_Practice_2004_(version2014).pdf)

Woods, M. (2005). *Rural Geography*, 1st Edition. London: Sage.

Ye, S., Xiao H. & Zhou, L. (2018). Commodification and perceived authenticity in commercial homes. *Annals of Tourism Research*, 71, 39-53.

Zhu, H. & Deng, F. (2020). How to Influence Rural Tourism Intention by Risk Knowledge during COVID-19 Containment in China: Mediating Role of Risk Perception and Attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3514.

Appendix Ia: Questionnaire in Dutch

Wat is uw geslacht?

- (a) Man (b) Vrouw (c) Wil ik liever niet zeggen

Wat is uw leeftijd?

- (a) 18-34 (b) 35-59 (c) 60+

Wat is uw thuispostcode?

Open antwoord (4 getallen, voor privacy redenen)

Bent u op vakantie of op een dag-uitje op de Sallandse Heuvelrug?

- (a) Vakantie (b) Dag-uitje

Wat was de belangrijkste reden voor uw bezoek?

- (a) Voor een specifiek restaurant of museum (b) Voor het landschap (c) Andere reden, namelijk

Is dit de eerste keer dat u op de Sallandse Heuvelrug bent?

- (a) Ja (b) Nee

In hoeverre bent u tevreden met de aangeboden recreatieve faciliteiten (o.a. eet- en drinkgelegenheden en paardrijden) op de Sallandse Heuvelrug?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Voldoende (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre bent u tevreden met de aangeboden basisfaciliteiten (o.a. informatiecentra, parkeerplekken, toiletvoorzieningen en aandacht voor mindervaliden) op de Sallandse Heuvelrug?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Voldoende (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre bent u tevreden met de communicatie tijdens uw verblijf (o.a. duidelijke bewijzing en vriendelijk personeel)?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Voldoende (4) Redelijk (5) Helemaal wel

Heeft u deelgenomen aan publieke of private rondleidingen georganiseerd over de Sallandse Heuvelrug, georganiseerd door Staatsbosbeheer of een ander informatiecentrum? Zo ja, in hoeverre bent u tevreden over deze rondleiding(en)?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Voldoende (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre heeft u van uw vrije tijd genoten op de Sallandse Heuvelrug?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Voldoende (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre heeft uw huidige verblijf op de relatie tot uw reisgenoot/genoten verbeterd?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Voldoende (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre heeft u tijdens uw verblijf iets geleerd over lokale natuur/gebruiken en landschapsherinrichting/behoud?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Voldoende (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre werkt het landschap(o.a. heide en bossen) van de Sallandse Heuvelrug als ontspannend?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre vindt u het belangrijk dat er authentieke plaatsen (o.a. ongerepte natuur/pleinen in dorpskernen) zijn rondom de Sallandse Heuvelrug?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre is de rust van het platteland rondom de Sallandse Heuvelrug van invloed op uw komst?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre ontvlucht u in normale tijden de drukte van de stad als u naar het platteland gaat?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre speelt de kleinere kans om het Coronavirus op te lopen op het platteland een rol in de beslissing van uw komst?

- (1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre spelen de opgelegde maatregelen rondom Corona in de grotere steden een rol om naar het platteland te komen?

(1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

Vertel alstublieft welke maatregelen in de steden er voor zorgen dat u naar het platteland kwam:
Open antwoord

In hoeverre zou u in de toekomst weer naar een landelijk gebied komen als recreatie (naar de Sallandse Heuvelrug of elders)?

(a) Helemaal niet ---- (b) Absoluut wel (20-cijferige lijn)

In hoeverre bent u tevreden met het contact met en de vriendelijkheid van de lokale bewoners?

(1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

In hoeverre zou u overwegen om te verhuizen naar (de omgeving van) de Sallandse Heuvelrug?

(1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

Zo ja, wat trekt u het meeste aan in de landelijke dorpen en plaatsen rondom de Sallandse Heuvelrug?

Open antwoord

In hoeverre heeft u gemotoriseerde vervoersmiddelen laten staan ten faveure van milieuvriendelijkere vervoersmiddelen (fiets, benenwagen)?

(1) Helemaal niet (2) Matig (3) Gemiddeld (4) Redelijk (5) Helemaal wel

Hoeveel geld heeft u ongeveer uitgegeven gedurende uw verblijf (enkel de uitgaven op de Sallandse Heuvelrug en de omliggende plaatsen tellen hiervoor mee)?

(1) Minder dan €10 (2) Tussen €10 en €50 (3) Tussen €50 en €150 (4) Tussen €150 en €500 (5) Meer dan €500

Mocht u deel willen nemen aan een digitaal/persoonlijk interview naar aanleiding van deze enquête laat dan hieronder uw e-mailadres achter:

Appendix Ib: Questionnaire in English

What is your sex?

- (a) Male (b) Female (c) Prefer not to say

What is your age?

- (a) 18-34 (b) 35-59 (c) 60+

What is your home postal code?

- Open Answer (4 digits, no letters needed for privacy reasons)

Are you on holiday or a day out on the Sallandse Heuvelrug?

- (a) Holiday (b) one-day out

What is the primary reason for your visit?

- (a) Facility-based (e.g. for a specific restaurant or museum) (b) Landscape-based (c) Other reason, please specify

Is this your first time on the Sallandse Heuvelrug?

- (a) Yes (b) No

To what extent are you satisfied with the recreational facilities (including restaurants, cafés, horseriding, events) offered at the Sallandse Heuvelrug?

- (1) Not satisfied (2) Less satisfied (3) Moderately satisfied (4) Satisfied (5) Highly satisfied

To what extent are you satisfied with the basic amenities (e.g. information centres, available toilets parking spots and public transport) offered at the Sallandse Heuvelrug?

- (1) Not satisfied (2) Less satisfied (3) Moderately satisfied (4) Satisfied (5) Highly satisfied

To what extent are you satisfied with the communication during your stay (think of clear cards and friendliness of the staff)?

- (1) Not satisfied (2) Less satisfied (3) Moderately satisfied (4) Satisfied (5) Highly satisfied

Have you taken any public or private tours of the Sallandse Heuvelrug organised by the Staatsbosbeheer or another information centre? If so, to what extent are you satisfied with the tours and excursions?

- (1) Not satisfied (2) Less satisfied (3) Moderately satisfied (4) Satisfied (5) Highly satisfied

To what extent did you enjoy your free time on the Sallandse Heuvelrug?

- (1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent has your current stay improved your relationship with your fellow travelling companion(s)?

- (1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent did you learn something about local nature/uses and/or landscape preservation during your stay?

- (1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent does the landscape (e.g. heather and forests) of the Sallandse Heuvelrug have a relaxing effect on you?

- (1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent do you think it is important that there are authentic places (e.g. unspoiled nature/plazas in village centres) around the Sallandse Heuvelrug?

- (1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent did the peace and quiet of the countryside around the Sallandse Heuvelrug influence your arrival?

- (1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent do you escape the hustle and bustle of the city in normal times when you go to the countryside?

- (1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent does the smaller chance of contracting the Coronavirus in the countryside play a role in the decision of your arrival?

(1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

To what extent do the measures imposed around COVID-19 in the larger cities play a role in coming to the countryside?

(1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

Please specify which current COVID-19 measures in the city influenced your visit to this place:

To what extent would you come back to a rural region in the future for recreational purposes (to the Sallandse Heuvelrug or elsewhere)?

(1) Not at all ----- (20) Absolutely – Swipe bar, instead of points

To what extent are you satisfied with the contact with and friendliness of the local residents?

(1) Not satisfied (2) Less satisfied (3) Moderately satisfied (4) Satisfied (5) Highly satisfied

To what extent would you consider moving to (the surroundings of) the Sallandse Heuvelrug?

(1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

If so, what do you like most about the rural areas and villages around Sallandse Heuvelrug?

Open answer

To what extent did you opt for more environmentally friendly means of transport (bicycle, walking) instead of motorised means of transport?

(1) Not at all (2) Not that much (3) Moderately (4) Quite a bit (5) Very much

Approximately how much money did you spend during your stay (only the expenses on the Sallandse Heuvelrug and the surrounding towns count in this calculation)?

(1) Less than €10 (2) Between €10 and €50 (3) Between €50 and €150 (4) Between €150 and €500 (5) Over €500

If you would like to participate in a digital/personal interview as a result of this survey, please leave your e-mail address below:

Appendix IIa: Expert Interview in Dutch

Introductievragen en Corona:

- Ik ben Tijmen Traanman, student aan de Rijksuniversiteit Groningen en op dit moment bezig met mijn bachelor scriptie. Als Holtenaar ben ik altijd bovenmatig geïnteresseerd geweest in landelijke geografie en daarom heb ik besloten mijn scriptie te schrijven over landelijk toerisme in Coronatijd en daarna, gefocust op de Sallandse Heuvelrug. Als beleidsbepaler in deze sector is uw mening hierover van grote waarde voor mij.
- Vertelt u alstublieft iets over uzelf en uw werkzaamheden binnen het gemeentelijk bestuur.
 - In hoeverre heeft het Coronavirus uw dagelijkse werkzaamheden veranderd?
- Hoe heeft het Coronavirus invloed gehad op de toestroom van de toeristen binnen uw gemeente?
 - Heeft u daar cijfers van? Meer of minder dan het stedelijk toerisme?
 - Als er meer toeristen zijn, welke factoren zouden volgens u dan een rol kunnen hebben gespeeld bij het aantrekken van toeristen naar deze regio? Welke factoren moeten worden verbeterd om in de toekomst meer toeristen aan te trekken en de toeristische markt in stand te houden?
 - Wat is het hoogseizoen van het toerisme in een niet-COVID-situatie? Hoe is het veranderd door het virus?
 - Welk soort toeristen trekt de regio aan? En waar komen de meeste toeristen vandaan (Duitsland/Nederland of elders in Europa en daarbuiten)?

Duurzaamheid en Toerisme:

- In hoeverre wordt rekening gehouden met de ecologische duurzaamheid van het toerisme in de gemeente?
 - Verschilt dat per aanbieder of wordt daar centraal op gestuurd?
- De wereldwijde toename in toerisme heeft natuurlijk ook zijn nawerkingen op het land en de bewoners. Bekend is natuurlijk het overtoerisme (voor Corona) in steden als Amsterdam en Venetië, maar ook sommige landelijke gebieden gaan gebukt onder een ongezonde toename van het aantal toeristen waarbij authenticiteit verloren gaat (o.a. de North Coast 500 in Schotland). In hoeverre is deze vorm van overtoerisme een realiteit op de Sallandse Heuvelrug?
 - Wat wordt er aan gedaan om deze scenario's te voorkomen?

Toekomstplannen Toerisme en Recreatie:

- Welke toekomstige projecten of campagnes met betrekking tot recreatie en toerisme staan nog op de rol voor de aankomende periode?
 - Zijn deze projecten en campagnes er ook op gericht om de toeristen die de Sallandse Heuvelrug voor het eerst hebben gezien te behouden?
 - Zijn er overheids- of privé-erfgoedprojecten of natuurbeschermingsprojecten in het gebied?
 - Welke partijen zijn hierbij betrokken en wat doen zij?

Afsluiting:

- Schiet er bij u nog iets te binnen waarvan u denkt, dat wil ik graag nog kwijt of ik kan niet begrijpen dat hij dat niet heeft gevraagd?

Appendix IIb: Expert Interview in English

Introduction and COVID-19:

- I am Tijmen Traanman, student at the University of Groningen and currently working on my bachelor thesis. As a Holtenaar (resident of Holten) I have always been excessively interested in rural geography and that is why I decided to write my thesis on rural tourism in times of COVID-19 and afterwards, focusing on the Sallandse Heuvelrug. As a policy maker in this sector, your opinion on this is of great value to me.
 - Please tell me something about yourself and your work in the municipal administration.
 - To what extent has the Corona virus changed your daily work and activities in the region?

- How has the Corona virus affected the influx of tourists within your municipality?
 - Do you have any figures on that? More or less than urban tourism?
 - If there are more tourists, what factors do you think might have played a role in attracting tourists to this region? What factors need to be improved in order to draw more tourists in future and sustain the tourism market?
 - What is the peak tourism season in a non-COVID situation? How has it changed because of the virus?
 - What type of tourists does the region attract? And where do most tourists come from (Germany/ Netherlands or elsewhere in Europe and outside)?

Sustainability and Tourism:

- To what extent is the environmental sustainability of tourism in the municipality taken into account?
 - Does it differ per rural entrepreneur or is it managed/overseen centrally?

- The worldwide increase in tourism also has its after-effects on the land and its inhabitants. Of course over-tourism (before COVID-19) is well known in cities like Amsterdam and Venice, but also some rural areas suffer from an unhealthy increase in the number of tourists with a loss of authenticity (e.g. the North Coast 500 in Scotland). To what extent is this form of over-tourism a reality on the Sallandse Heuvelrug?
 - What is being done to prevent these scenarios?

Future plans Tourism and Recreation:

- What future projects or campaigns related to recreation and tourism are still on the agenda for the coming period? Are there any government or private heritage-based or conservation-based projects in the area? Who are the stakeholders involved? What are the activities?
 - Are these projects and campaigns also aimed at preserving the tourists who have seen the Sallandse Heuvelrug for the first time?

Closing Question:

- Is there that you think, this has not come up but I would like to tell this because it is relevant or I cannot understand why you did not ask for it?

Appendix IIIa: Transcript Interview Adri Ooms (in Dutch)

TT: Ik ben Tijmen Traanman, student aan de Universiteit Groningen en op dit moment bezig met mijn Bachelorscriptie. Als Holtenaar ben ik altijd bovenmatig geïnteresseerd geweest in de landelijke geografie en dus heb ik besloten om mijn scriptie hier ook over te schrijven, over het landelijk toerisme in de Coronatijd en daarna gefocust op de Sallandse Heuvelrug. Als expert in deze sector is uw mening hierover van grote waarde voor mij. Zou u nog even kort iets willen vertellen over uw dagelijkse werkzaamheden verder?

AO: Ik ben twee dagen in de week betrokken bij NP Sallandse Heuvelrug en het Twents Reggedal, mijn werkzaamheden zijn dan de coördinatie van een uitvoeringsagenda die wij hebben lopen, uhh... een agenda die al wat langer loopt is vanaf eind 2017 ingezet en halverwege 2018 kregen wij vanuit het ministerie van LMV (Landbouw, Milieu en Volksgezondheid, ed.) een suggestie om niet alleen meer te kijken naar het natuurgebied van de Sallandse Heuvelrug, het nationaal park wat op dat moment aan de orde was, maar ook breder te kijken en te kijken of we ook de omliggende gebieden er in te betrekken en om te kijken of naast de natuurgebieden die echt op de Sallandse Heuvelrug liggen ook richting de Lemelerberg, de Luttenberg, het Boetelerveld en het Wierdenseveld, dus op die manier ook naar een wat groter gebied te gaan kijken. De reden daarvan is om te kijken hoe je oplossingen op het gebied van landbouw, water en natuur op een wat groter schaalniveau kunt oplossen. Voor water kun je misschien voorstellen dat we dan kijken naar het watersysteem, dus dat je op die manier naar een groter schaalniveau gaat kijken, dus dat betekent dat we dan met mekaar, de natuurpartijen, de waterschappen, provincie, Vitens, LTO(Landbouw en Tuinorganisatie, ed.), de gemeenten en dat soort partijen kom je dan aan tafel om te zeggen van oké: welke problematiek hebben we dan in dat gebied, in dat grotere gebied en wat biedt dat ons aan kansen om zegmaar voor de toekomst, en dan kijk je richting 2050, om dan tot oplossingen te komen. Mijn werkzaamheden zijn dan om te zeggen: oké, hoe kunnen we dat met een ambitieplan op papier krijgen, welke zaken spelen er dan, we hebben daar toen van het ministerie een aantal criteria voor gekregen, van neem die criteria op in je plan en naast ons NP de Sallandse Heuvelrug en het Twents Reggedal ondertussen, want we hebben de Regge er ook bij betrokken, zijn er nog 20 andere NP in Nederland en alle 20 of 21 zijn met dit stukje huiswerk bezig en dat grotere plan hebben we in september ingediend en we wachten nu op het ministerie dat zegt: nou, dat plan ziet er goed uit, jullie kunnen aan de slag. Dat betekent dat we de aankomende drie jaar met dat plan aan de slag gaan en dat is dan de verkenning, dus mijn werkzaamheden zitten dan ook in met al die partijen op één lijn komen en kijken wat het belang van de ene partij is en wat het belang van de andere partij is en wat ons gezamenlijk belang is, dus het is heel erg schakelen tussen de partijen, met de inhoud voorop.

TT: Dus als ik het een beetje moet samenvatten, het samensmelten van verschillende stromen, die allemaal hun eigen belangen hebben, met uiteindelijk één gemeenschappelijk doel.

AO: Ja, en het doel is dan, zou je kunnen stellen, een kwaliteitsimpuls voor het NP in het grotere gebied

TT: Wat is dan uiteindelijk het doel van die kwaliteitsimpuls? Is dat dan om de leefbaarheid voor de bewoners te verbeteren of om economische voorspoed te genereren of?

AO: Meerdere doelen, het begint dan met de natuurkwaliteit, want we zeggen met zijn allen, dat is de kip met de gouden eieren, dat is de basis van een NP, want anders hoef je het ook geen NP te noemen, dus die natuurkwaliteit, niet alleen in de gebieden zelf, maar ook in het landschap, dus je krijgt ook meer biodiversiteit in het landschap en in het landelijk gebied, op de landbouwgronden,

dus je gaat naar die kwaliteit van die natuur kijken, je gaat kijken naar de kwaliteit van het water, als in letterlijke kwaliteit van het water, hoe schoon is het, maar ook: is het beschikbaar voor zowel natuur als landbouw en er wordt ook water gewonnen, voor drinkwater, dus dat moet allemaal met elkaar kloppen, het is een veelomvattend plan, je kijkt ook zoals jij doet naar de leefbaarheid, je kijkt ook naar de economie van de dorpen, wat dat betreft is het bijna onmogelijk, alleen we concentreren ons op het landelijk gebied, niet op de dorpen, maar die horen er wel bij, want we kijken ook naar het toerisme: kunnen we dat stimuleren in dat gebied? Want als het een mooier gebied wordt, kwalitatief beter gebied wordt, dan is het voor de eigen inwoner van belang maar ook voor de bezoeker, dus het is een heel breed verhaal.

TT: Ja, dat klopt. We hebben het nu natuurlijk over landelijk gebied en inherent daaraan is dat landelijk gebied ecologisch vaak als duurzamer wordt gezien dan stedelijk toerisme bijvoorbeeld. In hoeverre wordt de ecologische duurzaamheid van het toerisme op de Sallandse Heuvelrug en dan ook het Reggedal gebruikt in de aantrekkingskracht, in de marketing richting toeristen?

AO: Dat doe je in ieder geval doordat je ook zegt: jongens, kijk, je zit hier in natuurgebied daar staat die duurzaamheid ook in voorop, je kijkt ook naar de campings, naar de vakantieparken, ehh... of die ook groen zijn, of ook groener zouden kunnen zijn, dus daar heb je het ook met die ondernemers over, dat kan zijn dat ze dan ook de natuur en het landschap wat meer de camping op laten komen, dus niet dat het als het ware eilandjes van de natuurgebieden zijn, je kijkt ook of ze qua milieu verantwoord bezig zijn, het is niet dat je dat wil opleggen, maar echt met hen in gesprek gaan: jongens, als je een bezoeker hebt, die bezoekt een NP, daar heeft die een bepaalde verwachting van, daar is duurzaamheid één van de dingen van en natuurbeleving en aandacht voor natuur en dan zou het goed zijn als jullie op je camping, op je vakantiepark in dezelfde lijn actief zijn en niet 180 graden wat anders aan het doen zijn, 'footloose', los van de omgeving bezig zijn, dus neem die omgeving op in je vakantiepark en er zijn een aantal campings en vakantieparken die de laatste jaren die draai aan het maken zijn, dus die snappen dat ze op een hele fijne plek liggen in zo'n NP en dus in de basis al een streepje voor hebben op een camping die niet in een NP ligt, dat is de gedachte. Alleen dan moet het wel op die manier bewezen worden, dus dan moeten we ons er ook zo naar gedragen.

TT: U geeft dus aan dat er verschil zit in hoeverre daar wat aan gedaan wordt, aan de ecologische duurzaamheid bij vakantieparken, per aanbieder.

AO: Als een bezoeker, die heeft heel veel te kiezen, waar let die dan op? En, uhm... duurzaamheid is een aspect geweest wat de afgelopen 10/15 jaar wat minder een element was in de keuze van de bezoeker, maar je ziet de laatste jaren dat daar toch meer aandacht voor is. En anderzijds gaan ze er ook van uit dat als je op een camping bent dat je glas, papier en dat soort dingen, dat afval wat je weg gooit, dat je dat op dezelfde manier als thuis doet. Men verwacht ook dat dat soort dingen aan de orde zijn, dus als jij in de douches bent, dat daar niet, dat er waterbesparende maatregelen zijn genomen, een deel van de bezoekers verwacht dat gewoon, die zal niet apart daar naar kijken. Een ander deel van de bezoekers zal kijken: oké, als ik dan een camping heb, dan wil ik ook grotere veldjes, dan wil ik ook zien dat in de campingwinkel biologische producten worden aangeboden, die kijken daar wel naar, maar dat is nog niet een heel groot percentage wat met die duurzaamheid op die camping bezig is.

TT: Wat u zegt: er is een gedeelte wat er gewoon van uit gaat dat het op dezelfde manier geregeld wordt als thuis, waar het qua recycling al redelijk duurzaam is

AO: Klopt.

TT: Oké, in hoeverre wordt dat dan door jullie, door derden gestuurd, gecoördineerd, u gaf al aan: we gaan wel in gesprek met de eigenaren en aanbieders, wordt daar dan verder ook nog in gepusht of is dat meer...?

AO: Gepusht is lastig, maar we hebben wel een groep ondernemers, die noemen zichzelf de gastheren van het landschap en dat is een groep van honderd ondernemers, en die krijgen in feite een stukje kennis, die doen mee aan een cursus van 6 tot 8 dagdelen en dan krijgen zij veel meer te horen over de achtergronden van zo'n NP, die krijgen een verhaal van de boswachter, die krijgen een verhaal van waterschap, die krijgen het verhaal van iemand van de gemeente en op die manier gaan we dat ook in de aankomende jaren versterken, we willen eigenlijk die groep ondernemers, die gastheer zijn van het NP willen we groter maken, het gebied wordt ook groter dus ook met het Reggedal, naast de Sallandse Heuvelrug en dan ook de Lemelerberg straks. Dus je wil ook die groep groter maken zodat ze hun kennis, die ze dan op doen, ook kunnen overdragen aan de gasten en op die manier krijg je ook meer bewustwording bij de gasten en dat is wel een olievlek. Het is dus niet per sé pushen, want het is vrijwillig, het is meer enthousiasmeren, wij steken daar zelf ook energie in en op die manier ga je ook krijgen dat je een groep hebt die interesse heeft in die omgeving: hoe werkt het allemaal dan en hoe zit het allemaal in elkaar? Dat die groep ook eerder de duurzaamheid in hun verblijf, of dat nu een hotel is of een camping, of een bungalowpark, die boodschap breng je eerder over, we hebben ook wel voorbeelden waarbij het personeel ook meedoet met die cursus, niet alleen de eigenaar. Dan heb je dus echt die olievlekwerking.

TT: In principe zijn dat natuurlijk allemaal positieve ontwikkelingen, want hoe meer mensen zich bewust zijn, bewust mee bezig zijn, hoe beter dat effect uiteindelijk ook zal zijn natuurlijk, want als je dat alleen maar van bovenaf, als alleen een eigenaar dat doet dan zijn Jan en Piet op de werkvloer er totaal niet mee bezig, dan is het heel anders.

AO: Ja, zo probeer je het hele verhaal te pakken, dit geldt dus voor ondernemers, maar hetzelfde traject willen we ook richting bewoners, dus je gaat ook de bewoners van het gebied meer benaderen met dit verhaal en wat daar ook bij in zit is dat wij met een stukje landschapsbiografie, dat is bijna historische geografie, gaan we de ontstaansgeschiedenis van het gebied meer benadrukken en dat doen we omdat we naar een groter gebied gaan en dat op die manier de mensen ook kan uitleggen waarom je dat gebied zo hebt gekozen, dus wat is nu de samenhang in dat gebied? Dan heb je het dus over de ijslob die 150.000 jaar geleden dat gebied in kwam en op die manier die stuwwal heeft neergelegd.

TT: Dus dat je die verschillende lagen van het landschap gaat hebben: dit is in het Saalien ontstaan en in het Weichselien kwam het ijs dan niet zo ver maar heeft het meer met erosie te maken en daardoor zie je dat reliëf hier verder in het landschap zitten.

AO: Ja, klopt. Nou kun je dat natuurlijk niet al te technisch maken haha, maar je kunt wel, en dat merken we ook gewoon, als je dat op die manier ook uitlegt, iemand van Landschap Overijssel doet dat en die heeft ook in Groningen gestudeerd en die begeleidt dat.. uhhh... die legt dat dan ook uit als mensen dan beseffen hoe het landschap ontstaan is, dan zien ze ook meer, dat is ook een verhaal wat hier bij hoort. We hebben dit al een keer gedaan op dorpsniveau, dat mensen zeggen: oké, nu snap ik waarom die bomerij daar staat want dat is de markegrens, zo ga je de leesbaarheid van het landschap, dat soort begrippen ga je ook benadrukken en dat doen we ook richting de eigen bewoners.

TT: Dat is ook erg positief, want dat vind ik zelf ook altijd heel leuk, ik ben er zelf wel mee bezig en als ik met vrienden aan het wandelen ben dan probeer ik dat ook uit te leggen en dan zie je ook dat bij

de meesten dat het dan echt wel interesse opwekt en dan vragen ze ook echt door. Dat vind ik ook een mooie ontwikkeling.

AO: Hahaha, ja, leuk.

TT: Elders in Europa is ook al bewezen dat regionale producten toerismestromen op een duurzame manier kunnen aanwakkeren, dan heb je het ook over een bepaalde economische duurzaamheid, dat het geld ook daadwerkelijk in de regio gespendeerd wordt, in hoeverre is het regionale eten van invloed op de marketingstrategieën hier in het Oosten? Ik mis dit altijd een beetje.

AO: Als ik kijk naar Overijssel, dan is er in het Vechtdal al wat meer ontwikkeld, daar zijn we al tien jaar bezig met dit verhaal, toen ik bij LTO werkte zijn we daar ook al mee aan de slag gegaan, want dat moet je ook vanuit de producenten kant moet het beginnen, aan de andere kant, als er geen vraag is dan zal de boer er ook niet aan beginnen, dus dat is een wisselwerking. In Twente zie je het ook steeds meer, maar in Salland is het aantal producenten van streekproducten nog wat minder, en wat zijn dan streekproducten? Uhhh... heel veel melkveehouders wordt de melk opgehaald door FrieslandCampina en die maakt de melk voor pakken voor zichzelf, hun eigen merk als voor de Albert Heijn. Dus dat verdwijnt dan in de grote melkplas en er zijn dan maar een aantal boeren die de zuivel zelf zuivelen, dus melk en yoghurt van maken, alleen dat is heel arbeidsintensief, en ja daar moet je dus veel tijd en arbeid in steken, dus dan is het de vraag of het dat ook oplevert in het begin. Dus wat ik wil zeggen is dat er een behoorlijke drempel is om echt consumentenproducten te maken, wat ik wel meer zie is een kippenboer die een eierenautomaat aan de kant van de weg heeft staan, dat is al wat minder werk, de eieren die ze normaal in een grote doos stoppen richting de eierhandel die gaan nu in de automaat. Zo zie je wel de laatste jaren de boeren wat meer mee aan de slag zijn en als het aanbod er is kan ook een restauranthouder zeggen van: kijk, deze kip of dit stuk vlees of deze groente of deze eieren komen van die boer en de consument, dat merken we ook in de Coronatijd, is wel wat bewuster aan het kijken van waar zijn voedsel vandaan komt. Een deel stakte ook in de logistiek van de supermarkt, daar zag je mensen die het wat griezelig vonden om naar de supermarkt te gaan en gingen dus naar de kleine boerderijwinkel om daar hun boodschappen te doen. Alleen als ze daar zijn dan merken ze ook meteen dat ze niet aan hun gehele boodschappenbehoefte kunnen voldoen, want bij een supermarkt pak je meteen alle producten bij elkaar en om nu iedere ochtend naar de boerderijwinkel te gaan voor drie pakken melk en elders moet je je vlees halen, we zijn als consument natuurlijk ook heel erg verwend, gemakzuchtig, dus dan is het een drempel. De aandacht is er, het past heel goed bij het verhaal wat we aan het doen zijn, zeker in zo'n NP. De kwaliteit van de natuur is hoog, qua landschap, qua duurzaamheid, dus ook de landbouwproducten die hier groeien hebben ook een streepje voor, dus in zoverre zien we dat ook als ontwikkeling naar de toekomst toe, maar het zal blijken of de boeren dat willen oppakken, of die een bedrijf zo willen oprichten dat ze dat willen doen.

TT: Kan daar vanuit een derde partij een bepaalde 'incentive' voor worden gegeven, zoals bijvoorbeeld een loop- of fietsroute langs streekproducten et cetera?

AO: Dat doen we ook, dat doet Salland Marketing of Twente Marketing die doen dat soort dingen, die zijn met producenten en met campingeigenaren in gesprek om dat soort routes op te zetten, die zijn er ook wel, dat wordt versterkt. Sommige boeren hebben ook wel een theeschenkerij of een rustpunt, je ziet wel, als ik vergelijk met 15 jaar geleden, dat neemt wel toe. En de consument die gaat het ook opzoeken, want die weet van het aanbod, die heeft dat elders een keer gezien. Dus die gaat er ook op letten, die gaat ernaar vragen, ook op de camping: Is er hier een boerderijwinkel in de buurt? En de campingeigenaar denkt dan huh, die gaat dat opzoeken, ik wist niet dat er eentje was en dan de volgende keer kan die zeggen ja daar en daar. Die wisselwerking was, toen ik 15 jaar

geleden vanuit de landbouw het toerisme indook en ik dacht ik kom nu in een sector die benadert wat een bezoeker wil hebben, dat viel mij tegen wat de campingeigenaren over hun omgeving wisten en dat is de laatste jaren aan het veranderen, dat ze snappen dat het niet om hun camping gaat maar wat voor een leuke tijd die bezoeker heeft in die omgeving.

TT: Dus meer om het algehele plaatje.

AO: Exact, het algehele plaatje. Want er was een tijd dat wat ook een CenterParcs is, je gaat er heen en je komt het hele weekend er niet meer van af, want je gaat toch in het zwembad liggen of in het restaurant zitten en je kwam nauwelijks in de omgeving, er is een consumentengroep die dat doet, maar een andere consumentengroep zit bij Landal, dat is veel meer een park in een natuurgebied en die zegt eigenlijk tegen die gasten, je bent hier nu wel in mijn huisje, maar ga vooral naar buiten, dat type gast zoekt dat meer op. En je kunt zeggen dat per saldo die verschuiving wel aan de orde is, toch iets meer met de omgeving bezig zijn en dat doen ze ook omdat er tijdens de vakantie meer gefietst wordt, mensen nemen de tijd voor om dat soort dingen te doen, om te wandelen. Dan ga je er op uit, dan zoek je het meer in die omgeving, dat is wel de ontwikkeling.

TT: Nu we het dan toch zo over die vakantieparken hebben. Wereldwijde toename in toerisme heeft natuurlijk ook zijn nawerkingen op het land en de bewoners daarvan, bekend is voor Corona overtoerisme in steden als Amsterdam en Venetië, maarja ook om mij heen hoor ik mensen zeggen het wordt wel heel druk op de Holterberg van tijd tot tijd, zeker in de weekenden. Andere landelijke gebieden in Europa, zoals in Schotland is de North Coast 500, de tegenhanger van Route 66, daar wordt ook veel over overtoerisme geklaagd. In hoeverre zijn dat soort scenario's ook werkelijkheid op de Sallandse Heuvelrug? En is er een mogelijkheid dat dat in de toekomst nog meer gaat ontwikkelen?

AO: Wat daar een belangrijk aspect is, is als je hebt over in de weekenden, dan is er ook die eigen inwoner, die de neiging heeft om altijd naar hetzelfde plekje te gaan. Je weet zelf ook, op de Sallandse Heuvelrug zijn er tig plekken waar je het bos in kunt, alleen je hebt een standaard loopje, of je hebt de hond mee en je weet daar en daar mag ik mijn hond loslaten en daar niet dus ik ga naar het plekje waar de hond los kan, daar zit veel gewinning in. De gedachte achter dat grotere park is dat je niet alleen maar die Holterberg of bij Haarle het bos in, dat kan ook op meer plekken en dat hoop je dat die bezoekers zich gaan spreiden over het gebied. Nu is het wel zo, dat moet ook te zien zijn of er moet wat te doen zijn, dus ik moet een kop koffie kunnen krijgen, je moet ook die faciliteiten op meer plekken aanbieden. Voor de aankomende jaren willen we ook voor de Sallandse Heuvelrug en het Twentse Reggedal niet drie bezoekerscentra of informatiepunten, maar wel tien of vijftien en dan hoop je dat mensen zich verspreiden. Alleen de ellende blijft, je hebt mensen niet aan een touwtje, dus als het mooi weer is en iedereen denkt ik ga vanochtend toch maar naar Nijverdal, naar het buitencentrum, als iedereen dat doet dan kun je dat niet tegenhouden, tenzij je zegt ik heb een app waar ik kan laten zien waar het druk is, of hoe druk het überhaupt is en dat mensen dan de neiging hebben ik ga naar dat rustige stukje toe, de techniek moet ons daarin in de toekomst helpen.

TT: Volgens hetzelfde idee als wat de NS ook heeft ontwikkeld, met dat je een drukke trein kunt zien en dan kan denken: ik pak de volgende trein.

AO: Die techniek gaat ons daarin helpen en ook net als parkeergarages in een stad, dan word je begeleid, hebben we dat over tien jaar op de Sallandse Heuvelrug. Ik volg ook de situatie in Giethoorn, omdat dat natuurlijk ook Overijssel is en daar zie je gewoon dat binnenpad, dat is gewoon smal en de charme zou er ook afgaan als dat veel breder wordt gemaakt. Wat je wel zou kunnen doen is een wandelcirculatieplan, uh... dat mensen niet heen en weer moeten lopen over een pad maar dat ze een circulair plan komen, dus daar wordt wel naar gekeken. We weten allemaal wel dat

je op die manier het gouden ei kapot maakt als je niet zorgt dat de bezoekersaantallen op een goede manier gereguleerd worden. Dat zien we in Venetië, Giethoorn en Amsterdam dat op bepaald moment de bewoners zich er tegen verzetten, en dat is niet zo vreemd, terwijl diezelfde bewoner die heeft er ook banen en economie van, dus er zit altijd spanning op, sommigen profiteren van toerisme, en mensen hebben er overlast van. Wat je ook ziet met Venetië, op bepaald moment wordt dat gewoon een dode stad, alleen maar bed-and-breakfast, hotel en restaurants en zie je geen lokalo meer en dan verdwijnt de charme ook. Dat is iets wat we weten, wat we met techniek kunnen begeleiden, alleen niet 100% voorkomen, maar dan zou je entree moeten heffen en dat is ook niet wenselijk. Dat zijn wel dingen waar je het met elkaar over hebt, alleen het gebied is zo groot, zeker het nieuwe gebied, dan wil je op die manier voorkomen dat de nadelen doorkomen. Wat jij ook zegt, dat hoor ik ook: het wordt drukker, maar dat heeft ook te maken met de afgelopen jaren is tegen mensen gezegd: ga naar buiten, haal een frisse neus, natuur is goed voor je, dus het is ook niet zo dat het alleen toerisme is, het is ook vitaliteit van de bewoners. Je hoort ook nu met Corona dat mensen die weinig op pad zijn, je zit de hele dag thuis, dan loop je en beweeg je veel minder, normaal ga je van de ene afspraak naar de andere. Dus dan is het weekend en dan gaan mensen er ook op uit, van we hebben de hele week al binnen gezeten en we gaan even een rondje lopen, daar wordt het wel drukker van, dat zie je gebeuren.

TT: Je ziet ook inderdaad, wat ik ook zelf zie is veel meer mensen. Tot voor een halfjaar geleden ging ik niet met de vriendengroep wandelen op de Holterberg ... hahaha... , dan zat je op zondagmorgen wel iets anders te doen, bij de voetbal of uhh... Normaal zou je toch wel op een normale werkdag trapje op, trapje af, zelfs als je alleen op kantoor zit. En als je echt een flexibele werkplek hebt dan ben je aan de wandel tussen afspraken door, maar als je nu allemaal thuiszit, heb je daar wel behoefte aan, want het is wel een menselijke behoefte.

AO: Jazeker, en de situatie in Holten: er zijn parkeerplaatsen bij het station, speciale natuurparkeerplaatsen (P+N, ed.), meerdere forenzenparkeerplaatsen bij het station. Daarnaast heb je op de Holterberg natuurlijk waar het horecablein is, heb je ook parkeerplaatsen, dan ga je ook kijken van jongens, parkeer nou bij het station, daar is ruimte zat en loop dan naar boven, loop dan naar Woody's of wie dan ook. Sommige mensen willen de auto echt bij Woody's voor de deur zetten, nou dat soort dingen, mensen zijn ook moeilijk te dirigeren op die manier, dat blijft ook lastig. Dat soort gesprekken voeren wij wel in onze grote groep met alle betrokken partijen van hoe kunnen we dat op een goede manier doen? En, zeker ook met de natuurpartijen en die zien daarom ook dat grotere gebied zitten omdat zij ook de druk wat af willen hebben van de kerngebieden van de natuur.

TT: Dus dat het allemaal wat meer verspreid is. Komen we nu bij het Coronavirus. In hoeverre heeft u inzage in de invloed die het virus heeft gehad op de toestroom van het aantal toeristen op de Sallandse Heuvelrug?

AO: Niet in detail, maar wel krijgen we signalen van boswachters dat het in de weekenden extra druk is, zeker met Pasen was het erg druk, in het begin van de Coronacrisis, ze hebben toen zelfs de Toeristenweg afgesloten, dat gebeurt nooit, want er was teveel volk op de been, dus het verhaal van de anderhalvemeter was aan de orde, en anderzijds mensen eindelijk een frisse neus halen, dus dat heeft echt wel een effect gehad. Ik hoor ook van de boswachters wat je net zelf ook bevestigd, dat ze groepen mensen in het bos zien die ze anders niet zien, dus er is extra toeloop en dat hoor je ook om je heen. Ouders met kinderen die zeggen, normaal gaan we naar een ballenbak of zoiets, een kinderboerderij, en nu gaan we naar het bos, dus de toeloop is extra.. uhh... want de natuur is ook ruimte dus dat vinden mensen prettiger dan opgepakt op elkaar zitten en het zal blijken, maar er zit ook een algemene trend onder, dat is vitaliteit, mensen worden actiever weer, met buitensport,

fietsen, mountainbiken, wielrennen, dat is de laatste vijf of tien jaar ook toegenomen, los van het Coronavirus, dus er komen ook een aantal lijnen bij elkaar.

TT: Dus het is niet enkel het Coronavirus, er zijn ook andere onderliggende factoren zoals bijvoorbeeld de aandacht voor vitaliteit van mensen?

AO: Ja, inderdaad. Ik zag ook van de week nog een keer op televisie van die uhm... hersenonderzoeker.. Schreder ofzo... die zegt ook bewegen is heel belangrijk, dan zoeken de mensen dus ook de ruimte op van die natuurgebieden, daar kun je lekker bewegen want dat is belangrijk, ook voor de hersenen. Vroeger kon je je dat niet voorstellen maar voor je algemene gezondheid is het belangrijk om te bewegen en die algemene trend was er al en nu wordt er opnieuw gezegd: juist in deze tijd van Corona moet je bewegen, wat je normaal vanzelfsprekend deed, moet je nu bewust doen, dat leidt er allemaal toe dat mensen meer op pad zijn. In de steden is er op dit moment gewoon minder te beleven, als de horeca dicht is, weliswaar zijn de winkels nog open, maar mensen hebben ook zoiets van ja, is het wel verstandig om die winkels in te gaan. Je ziet ook de internetaankopen 'skyhigh' zijn, dat heeft er ook mee te maken. Waar is dan de ruimte en ook de positieve beleving? Dat is op het platteland.

TT: Normaal gesproken, je hebt natuurlijk een hoogseizoen, wat is in een niet Coronaseizoen het hoogtepunt?

AO: Op zich de zomer, in de zin van de langere vakanties, alleen als je kijkt naar sommige gebieden, zeker de Sallandse Heuvelrug, dan is het ook in het najaar, de herfsttijd, of als er sneeuw zou liggen in de winter dan kun je mooi wandelen. Maar getalsmatig, zeker door de camping, die heb je nu niet meer, heb je nu minder mensen van buiten, dat wel. Aan de andere kant, de algemene ontwikkeling in toerisme is toch we gaan vaker en korter. Dus het hoogseizoen, dat hoor ik ook van campings, waar ze vroeger zes weken vol zaten in het hoogseizoen, dat is nu veel meer verspreid, dus ook in de mei- en herfstvakantie. In Duitsland hebben ze ook lange paasvakantie, die komen dan ook de grens over onze kant op. We hebben de laatste jaren in toerisme ook gezegd: zorg ook als camping dat je in het voorjaar en het najaar ook netjes qua voorzieningen bent. Je kunt ook niet meer alleen met een tent van de bezoeker zelf, ze zoeken ook een chalet dat je dan kan huren, dat soort ontwikkelingen maakt dat we van het vroege voorjaar in maart, april tot en met oktober. Daarna zijn er ook heel veel campings die dan dichtgaan, alleen de algemene ontwikkeling is dan ook oké, hoe kan ik het zo inrichten dat ik misschien in de winterperiode, er is natuurlijk ook een grote groep die niet aan de zomervakantie vast zitten, 60+'ers en mensen met hele jonge kinderen, dus wat dat betreft zie je het ook wel verspreiden. Ja, de top is nog de zomerperiode, alleen de top is wat afgevlakt en het voor- en naseizoen is toegenomen.

TT: Dat is natuurlijk ook een hele positieve ontwikkeling omdat je één: je bezoekersaantallen meer spreidt en twee: je zorgt ook dat er voor een langere periode werk is, en dus economisch is het duurzamer dan wanneer het verspreider is.

AO: Eens, als je te veel een seizoenbedrijf bent, moet je de kok als het ware elk halfjaar ontslaan omdat er geen werk is en ook daarin zie je dat ondernemers zeggen: ik moet er voor zorgen dat die kok in een andere periode met iemand anders ga wisselen of ik moet er voor zorgen dat ik gewoon langer open ben, zodat die kok in de drukke periode meer uren maakt en dan minder uren maken in een slappe periode, dat hoor je ook. Dus in de zomerperiode tien uur werken en dan in de andere periode veel minder werken, of dan vakantie opnemen, dat kan natuurlijk ook. Dat soort flexibiliteit wordt ook gezocht om dit op te vangen.

TT: Nu hadden we het net ook over de nationaliteit van de toeristen, u gaf al aan Duitsers komen hier best wel veel, dat zie ik zelf ook. Ook toch heel veel Nederlanders, zijn er daarnaast ook nog andere nationaliteiten?

AO: Ja, Belgen. Belgen zie je heel erg toenemen en voor de rest als je kijkt naar Overijssel dan Engelsen of Italianen dat is allemaal beperkt, je hebt ze wel maar dat zijn geen aantallen. Met name Duitsers, uit de omgeving van het Ruhrgebied, twee á tweeënhalf uur rijden, die dan ook een weekje weggaan, of een week. Die komen zeker vanuit Duitsland aangereden en de Belgen, die zie je ook Nederland steeds meer verkennen. Dat begon in eerste instantie met Brabant en Limburg, maar de laatste vijf jaar neemt dat ook zeker toe in andere provincies van Nederland.

TT: Zijn er nog overheids- of privé erfgoed projecten waar ik nog weet van moet hebben?

AO: Wat bedoel je bijvoorbeeld?

TT: Uhhh... bijvoorbeeld iemand met een eigen landgoed wat wordt opengesteld voor natuur en hoe wordt daar mee omgegaan?

AO: Je hebt bijvoorbeeld landgoed de Noetselerberg, die heeft op zijn terrein toegelaten dat mountainbikers op een pad, speciaal aangelegd, gaan. Dat is één van de twee grotere landgoederen in het NP, dat is een voorbeeld. Hun hoofdtaak is bosbouw, dus dan is toerisme een klein pootje er bij, dus mensen mogen wel door het bos wandelen, dat moeten ze ook toestaan willen ze zo'n landgoed zijn en een belastingvoordeel halen, uhm.. maar die storten zich niet helemaal op toerisme dat niet.

TT: Het is dus niet zo dat zij zelf een toeristisch standje neer zouden zetten, waar mensen versnaperingen kunnen halen?

AO: Nee, ze hebben wel één woning omgebouwd zodat je er nu kunt verblijven maar ze gaan niet een vakantiepark aanleggen.

TT: U zei ook, er zit daar een belastingvoordeel, op het moment dat je je landgoed openstelt voor wandelaars, zoals je op bordjes ziet staan, dan zit daar een belastingvoordeel in?

AO: Haha ja, ik weet niet precies welk belastingvoordeel, uhh... overdrachtsbelasting of uhh... dat zou je eigenlijk even moeten checken want daar krijg je een vrijstelling van een soort belasting.

TT: Dat is verder ook niet heel belangrijk, dan zijn we nu redelijk aan het einde gekomen. Schiet er bij u nog iets te binnen waarvan u denkt dat wil ik graag nog kwijt, of ik kan niet begrijpen dat hij dat niet gevraagd heeft?

AO: Nee, zo niet. Als je een concept hebt dan mag je die nog wel naar me toesturen dan kan ik daar nog naar kijken, je hebt mijn emailadres.

TT: Dan zal ik nu de recorder stoppen en wil ik u bedanken voor het interview.

Appendix IIIb: Transcript Interview Erik Wessels (in Dutch)

TT: Hallo, vertelt u alstublieft iets over uzelf en uw werkzaamheden binnen het gemeentelijk bestuur.

EW: Ja, ik ben Erik Wessels, ik ben 35 en ik ben in Maart (2020, red.) begonnen als wethouder, Roland Cornelissen is toen gestopt en ik heb zijn portefeuille overgenomen. Dat betekent dat ik voor ruimtelijke ordening, recreatie en toerisme en ook op financiën, recreatie en toerisme dat heeft natuurlijk ook de relatie met Sallandse Heuvelrug, met toerisme, dus jouw onderwerp en vandaar dat we elkaar spreken nu. Uhm.. en ja de vraag hoe Corona de werkzaamheden heeft veranderd: ik ben in Maart begonnen en de tweede week dat ik aan de slag was deed Corona zijn intrede, dus ik heb heel weinig als wethouder meegemaakt voor Corona, het was eigenlijk allemaal in Corona, ik ben hier zo een beetje ingerold. Alle afspraken die we op dit moment hebben zijn digitaal, de collegevergaderingen zijn digitaal, ik spreek met de collega's en de ambtelijke organisaties alleen maar via telefoon of via Teams, dus dat is gewoon heel lastig. En voor mij was het gewoon wel bijzonder, ik wilde graag op pad, ondernemers in de toeristische sector ontmoeten en in gesprek gaan; waar ben je mee bezig? En wat is je toekomstvisie? Ja, en dan komt Corona en dan wordt dat allemaal een stuk lastiger, dus het is voor mij wel een beetje de rol vinden, met name naar buiten toe, kijk, binnen de organisatie, met name in mei, juni toen leek het allemaal wat beter te gaan dus dan heb je wat makkelijker contact ook op het gemeentehuis en je merkte toen ook dat mensen meer naar het gemeentehuis toegingen en daar heb ik mijn weg wel in gevonden, maar met name naar buiten toe vind ik dat wel lastig. Ik heb natuurlijk wel mijn digitale overleggen, maar het is wel lastig op het moment dat je begint en je kent mensen alleen van naam en je weet wie van welke partij is, maar je hebt niet echt de tijd om voor of na de vergadering even met ze te spreken of kennis te maken, dus dat maakt het voor mij een lastige start, maar wel een hele mooie baan, wel een mooie rol waarin je toch de verbindende schakel kan zijn tussen partijen en ook heel mooi om voor je eigen inwoners en je eigen gemeente mag inzetten om toerisme te stimuleren en de instandhouding en verdere ontwikkeling van die Sallandse Heuvelrug kan oppakken. Dus ja, dat is een beetje hoe dat gegaan is. Bevalt goed.

TT: Ja, daar had ik helemaal niet aan gedacht dat het zo van invloed was, dat u bent begonnen en Corona meteen zijn intrede deed en dat er dan daardoor meteen niet echt een basis is van hoe normaal werk zou zijn, dus dat is dan wel goed dat u daar een manier op heeft gevonden. Als we het dan toch over Corona hebben, hoe heeft dat Coronavirus invloed gehad op de toestroom van toeristen en heeft u daar ook cijfers van?

EW: Uhm.. cijfers heb ik op dit moment niet. Ik heb wel cijfers van de afgelopen jaren, in 2019 is er onderzoek gedaan naar de aantallen bezoekers, dus ik heb wel een beeld van hoe de situatie toen was en in de eerste golf van Corona hebben we ook bewust besloten om bijvoorbeeld de parkeerplaatsen halverwege de Holterberg af te sluiten omdat daar dan niet groepen mensen naartoe zouden gaan zodat je daar geen massa bijeenkomsten zou hebben, of nouja, massabijeenkomsten is een verkeerd woord, maar dat je het een beetje ontmoedigt dat groepen alternatieve feestjes gaan houden, dus hebben we geprobeerd om in ieder geval die groepsvorming op de Holterberg, de Sallandse Heuvelrug, te voorkomen en ook op andere campings, uhm.. dagcampings zeg maar. Uhm... dus dat hebben we geprobeerd om te verminderen, maar we hebben wel gemerkt dat er, met name ook in gesprek met andere partijen als Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer merk je wel dat veel meer mensen de natuur ingingen, dus individueel en met gezinnen, wandelend dus dat hebben we wel echt gemerkt, dat mensen de stap maakten van minder winkelen, dat werd natuurlijk ook afgeraden, minder het centrum in, maar wel juist de natuur in, in je eentje even een ommetje maken. Mensen werken thuis, ik woon zelf aan de rand van Rijssen, dus

dan merk je zelf ook, dat je met de lunchpauze even het bos in gaat, even er op uit, dus dat hebben we wel gemerkt en de laatste maanden, september en oktober, merk je dat wel op de parkeerplaatsen van de Holterberg, want die zijn nu niet afgesloten, dat ze volstaan, maar als je dan het gebied zelf ingaat dan vind je heel veel mensen niet meer terug, want het gebied is wel zo uitgebreid en dan spreidt het zich wel, maar je ziet nu wel op de parkeerplaatsen dat het druk is. Als we het dan hebben over de afgelopen jaren, over de bezoekersstromen, uhm.. *opent presentatie met officiële cijfers* bezoekers per jaar op de Sallandse Heuvelrug, unieke bezoekers hebben we er 852.000 en het aantal bezoeken is 2,5 miljoen per jaar. Van de mensen die het park de Sallandse Heuvelrug bezoeken, onderzoek is gedaan door NBTC in samenwerking met NIPO, dat is gewoon een hele grote groep die onze mooie omgeving bezoekt, en terecht zou ik zeggen, want het is niet voor niks. Als je kijkt waar ze vandaan komen, ik heb die cijfers opgevraagd: 42% is inwoner van gemeente Rijssen-Holten of Hellendoorn, echt lokaal dus. 4 op de 10 komt gewoon uit eigen omgeving en pakt even de auto of gaat met de fiets voor een ommetje.

TT: Dat is van die 2,5 miljoen toch, niet van de unieke bezoekers, uhh... dat zou niet eens kunnen trouwens.

EW: Klopt, van die 2,5 miljoen inderdaad. 24% komt uit Overijssel en 34% komt uit overig van Nederland, dus heel veel bezoekers gewoon vanuit de omgeving en ook uit de provincie, dan zit je bijna op 70%, dus wel echt een hotspot vanuit de provincie. Uhm... ja, wel gigantische aantallen en ook heel mooi om te merken dat onze eigen omgeving, onze eigen achtertuin zo populair is.

TT: Ja. En welke factoren spelen daar dan een rol in, dat daar zo'n enorm aantal toeristen de weg weet te vinden naar de Holterberg, naar de Sallandse Heuvelrug?

EW: Wat daar in meespeelt, denk ik, is voor de 4 op de 10 komt uit de regio – *ander gesprek komt binnen* – sorry, dat was een ander werktelefoontje, dat ze weten wat daar te vinden is, het is gewoon de bekendheid met, als je even ehh..., door Corona ben je dus beperkt in een aantal mogelijkheden, recreatie in andere vormen is minder goed mogelijk, je gaat niet meer funshoppen, dat zit er gewoon niet in, dat wordt afgeraden en ik denk dat er dan heel snel gewoon de stap wordt gemaakt van wat kunnen we dan wel doen: en dat dan die natuur en die mooie omgeving gewoon aanspreekt om daar naartoe te gaan, met name in het voorjaar, april, mei dan is het ook gewoon prachtig om daar gewoon te wandelen, dan weet je gewoon dat je in je eigen achtertuin zo'n mooie omgeving hebt. En voor mezelf, persoonlijk, ik ben ook een mountainbiker, dat is iets wat dan wel kan, je kan in je eentje gewoon sporten en ook in een kleine groep, als je maar afstand houdt en dat is met mountainbiken natuurlijk goed te doen, dan heb je hier in Rijssen een mooie route maar op de Holterberg natuurlijk ook de fantastische blauwe route, dan is de keuze gauw gemaakt. Ik speel zelf ook voetbal, dat lag eruit, dat kon niet, hardlopen kan, maar mountainbiken is dan heel gauw een alternatief en dan is het heel logisch om naar de Holterberg te gaan. Dus, ik denk gewoon dat het meespeelt dat je goede faciliteiten, je hebt een goede mountainbikeroute en hele mooie plekjes om te wandelen, mooie wandelroutes, routes voor paardrijden, dus de beschikbaarheid van faciliteiten is daar, ja en heel veel andere alternatieven vallen af, dat kan niet meer dus dit is iets wat je heel praktisch, heel eenvoudig nog wel kan doen. Ik denk dus de combinatie van factoren die daartoe geleid heeft.

TT: Ja, dan hebben we het nu met name over de lokale toeristen, dus de mensen die hier al wonen en de mensen die hier al de faciliteiten hebben om te gaan mountainbiken op de berg. Nu sprak ik van de week toevallig (*gecensureerd, wegens anonimiteit*), maar die heeft een enorme toename gezien in het aantal verhuur van fietsen, van mountainbikes, van allebei, dus het is ook zo dat mensen die hier komen, ook steeds meer gaan fietsen, gaan mountainbiken op die Holterberg, dus

dat is ook wel goed om te zien, dat het niet enkel de lokalen zijn die op de paden actief zijn, maar dat het ook van buitenaf mensen zijn, want daarmee stimuleer je natuurlijk de lokale economie wat meer.

EW: Ja klopt, de route die hier liggen, die worden ook gepromoot, MarketingOost maakt daar ook gebruik van, van er liggen hier mooie routes en er is een routenetwerk met de regio Twente, die zorgt ervoor dat er goede routes zijn in samenwerking met de wielrenverenigingen, ook in Holten, wordt die gewoon goed onderhouden, dus het is een goede faciliteit en marketing zorgt er ook voor dat die goed op de kaart staat dus dat andere mensen ze ook weten te vinden, je hebt MTB websites waarbij de routes beoordelingen krijgen, daar staan ze allebei gewoon goed in aangeschreven, dat speelt ook mee, stel je bent fietsliefhebber, dan weet je ook die route goed te vinden, dat wordt gewoon makkelijk aangegeven.

TT: Ja, dat klopt. Hoogseizoen.. u zei net in april, mei, dan is het heel mooi, is het ook zo dat het in de zomer heel druk is of in andere periodes in het jaar dat het toch wat extra druk is?

EW: Ik heb daar niet zozeer cijfers van, maar ik vermoed dat het toch die periode is, het bloeiseizoen april tot en met eind oktober, ik denk wel dat dat het hoogtepunt is van de toeristische drukte, dat is natuurlijk de periode dat mensen vakanties hebben maar ook de periode ook om er op uit te gaan, om de natuur in te gaan. En de andere periodes zal het wat minder zijn, maar dat is meer een vermoeden dan dat ik daar cijfers onder heb liggen.

TT: Ja oké, gaan we naar het kopje duurzaamheid. Het is best wel druk op de Holterberg, ik hoor best veel mensen om me heen zeggen van: het wordt drukker en het wordt drukker. Overtoerisme is bekend, internationaal vooral in steden, dat daar teveel mensen zijn, teveel toeristen, waardoor de kwaliteit van het toerisme omlaag gaat en nu is ook al op een aantal plekken in rurale gebieden is dat naar boven gekomen, zoals bijvoorbeeld in Schotland. In hoeverre is die vorm van overtoerisme ook een realiteit of een toekomstige realiteit op de Sallandse Heuvelrug?

EW: Nou, dat is wel iets waar we ons bewust van zijn, dat die mogelijkheid bestaat, vorig jaar las ik Grand Hotel Europa, ik weet niet of je die gelezen hebt maar dat is een boek van een Nederlandse schrijver die in Genua woont en die ook aangeeft via een wat mijn betreft hele mooie spreuk in zijn boek: "toerisme wordt kapot gemaakt door datgene wat het aantrekt", dus het trekt toeristen aan, maar toeristen zijn uiteindelijk ook datgene wat het ook kapot kan maken. Je noemde al voorbeelden van Venetië en Amsterdam in jouw mail en daar zijn wij ons ook zeker bewust van, zo'n scenario wil niemand, en daar wij we ook heel bewust mee bezig om zo'n scenario te voorkomen, op het moment is er een ambitieplan voor het NP de Sallandse Heuvelrug en het Twents Reggedal en de bedoeling daarvan is ook om het NP zoals het nu is om dat ook te laten voldoen aan de eisen van een NP, de nieuwe standaard die er ligt, dus we willen met het huidige park naar die nieuwe standaard toewerken en daarin is een belangrijke opdracht ook om het gebied groter te maken. De kern van het NP blijft de kern van het NP, maar het gebied dat we laten vallen onder de nieuwe titel NP is veel groter, daar worden ook omliggende gemeentes bij betrokken, dus Wierden, Twenterand en aan de andere kant Raalte is er bij betrokken. Het doel daarvan is om ook toeristen meer te spreiden over dat hele gebied. Kijk, de Holterberg is fantastisch om te wonen en te wandelen en ook om je als toerist te vermaken, maar als alle toeristen alleen vanaf Holten of vanaf Nijverdal de berg opgaan en we blijven dat promoten dan kan dat wel nieuwe vragen met zich meebrengen, de signalen die jij noemt, die bereiken mij ook, ook wel van bewoners van de Holterberg die zeggen ja we weten dat we in toeristisch gebied wonen, maar hoe ver moeten we daarin willen gaan? Juist met dat nieuwe plan, proberen we het ook aantrekkelijk te maken voor de toerist om de marketing van het gebied wat groter te maken, zodat die ook weet: hé, ik kan ook naar het Twentse Reggedal, waar ook hele

mooie activiteiten zijn en dat hoort dan ook gewoon bij het NP, dus we proberen echt de toerist te verleiden om ook meer de andere delen in het gebied te bereiken. We zijn ook aan het kijken naar verbindingen, hoe maak je het dan ook makkelijker voor de toerist, zodat die fysiek ook de weg naar de andere gebieden weet te vinden, maar ook in de marketing, zodat andere gemeentes he, de Sallandse Heuvelrug staat goed bekend en zij willen heel graag daarbij aanhaken, want dat trekt toeristen, we hadden het net over die aantallen, die 852.000 die hier op jaarbasis naartoe komen, als we die kunnen verleiden: een bezoek aan de Sallandse Heuvelrug is niet alleen de Holterberg, maar ook het klompmuseum in Enter en ook in Twenterand de Engbertsdijkvenen horen ook gewoon bij de Sallandse Heuvelrug. Het is een deel marketing, maar ook door verleiding die toeristische druk te spreiden en andere gemeentes te laten profiteren van het sterke merk dat het natuurlijk is.

TT: Ja, dat is een positieve ontwikkeling en ik kan me daar ook helemaal in vinden want, wat u ook zegt, het sterke merk van de Sallandse Heuvelrug, of misschien de Holterberg nog wel meer dan de Sallandse Heuvelrug, het heeft wel een naam, ook als fietsgebied binnen Nederland. Overal waar je komt en je zegt: ik kom uit Holten, ohja van de Holterberg, het heeft echt allure op nationaal niveau en als je daar als Wierden, als Raalte van kan profiteren door er bij aan te haken, ligt daar ook voor Hellendoorn en Rijssen-Holten qua spreiding mogelijkheden. Dat is ook wat Adri Ooms mij vorige week vertelde, dat ze ook met een plan bezig zijn om dat digitaal weer te kunnen geven, van drukke plekken, drukke momenten en dat van daaruit de spreiding ook gezien kan worden.

EW: Ja, op dit moment wordt er een telling gedaan, ook op de Holterberg, echt aan onze kant zegmaar, om te tellen wat de verkeersbewegingen zijn, we willen ook weten van wat komt er nou voor verkeer vanaf Nijverdalen en rijdt helemaal door naar Holten, en als je weet wat er doorrijdt, weet je ook wat ergens in het gebied blijft hangen, dus door dat inzichtelijk te maken willen we een soort nulmeting doen, we horen die geluiden, we willen ook voorkomen dat het té druk wordt dus we zijn ook echt data aan het verzamelen om daar een beter beeld bij te krijgen. We hebben er met zijn allen belang bij dat er toeristen komen, maar we hebben er met zijn allen ook belang bij dat het gebied bewoonbaar blijft en voor toeristen goed begaanbaar blijft, dus we moeten die data ook echt verzamelen om de goede maatregelen te kunnen nemen, om de toeristen een mooie dag te kunnen bieden en de bewoners een mooie leefomgeving te laten behouden.

TT: Met die prettige leefomgeving hoort natuurlijk ook de aandacht voor de natuur en de aandacht voor het landschap, dat hoort natuurlijk samen met ecologische duurzaamheid, milieuvriendelijkheid. In hoeverre wordt daar rekening mee gehouden vanuit jullie kant richting de ondernemers, richting de aanbieders van dat toerisme?

EW: Weetje, we hebben allemaal belang bij duurzaam toerisme, dus ook bij ecologisch duurzaam toerisme, want anders krijg je het verhaal dat je de natuur kapot maakt door massatoerisme toe te staan, heel zwart-wit, wat we doen is bijvoorbeeld: en dat is al jaren geleden gebeurd, overleg met Han van de Heuvel van dat routenetwerk Twente, routestructuren maken om de toeristen te verleiden om die routes te pakken, bijvoorbeeld voor dat mountainbike, zodat je niet in het wilde weg mountainbikers krijgt die over die berg crossen en overal maar gaan waar ze zelf denken dat het maar kan, zodat je op die manier de stroom toeristen wat meer verleid om bepaalde routes te kiezen en daarmee het landschap ook probeert te sparen en te behouden, dat is iets wat de regio Twente doet, en daarin moet je ook goede afspraken maken met terreinbeherende organisaties zoals Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en particuliere eigenaren, die moet je daarbij betrekken en ook recht aangeven dat zij er ook belang bij hebben om op een goede manier om te gaan met het gebied en die gronden die er zijn. Nu worden ook de gesprekken gevoerd rondom de zandhagedis, daar is ook wat discussie over, want dat heb je waarschijnlijk wel gehoord, de zandhagedis zit in de gebieden rondom de mountainbikeroutes?

TT: Ja, met die omleidingen. Dan moest ik van mijn route afwijken voor de zandhagedis.

EW: Jaa, klopt! Jij bent ook mountainbiker? Hahahaha, maar dat is een terecht punt, want die zandhagedis, je kan zeggen: er mogen helemaal geen mountainbikers meer komen, dat ga je niet zomaar tegenhouden, dus het is goed dat die route er is en dat je nu die zandhagedis daarmee raakt, we moeten er goed naar kijken hoe we dat kunnen voorkomen en/of beperken. Aan de andere kant, geen route is geen optie, dat brengt weer andere problemen met zich mee, er wordt nu een goede meting gedaan om te kijken of het klopt wat IVN is geconstateerd en als dat juist blijkt te zijn, wat gaan we daar dan mee doen? Gaan we naar alternatieve routes kijken? Op die manier probeer je wel rekening te houden met het landschap waarin je verblijft, want je bent er wel te gast. Aan de andere kant zie je wel de druk van de organisatoren van meerdere evenementen om iets te willen doen, dus dat is wel een spanningsveld, de toenemende vraag voor evenementen, voor activiteiten in het gebied. Aan de andere kant hoe ga je om met het gebied, met de fauna, met de ecologie die er is, ja dat blijft wel een spanningsveld en daar moeten we met elkaar in gesprek over gaan en we hebben er allemaal belang bij dat we goede afspraken maken en dat we het gebied wel gewoon open houden. Wat misschien nog wel aardig is: voor dat ambitieplan is er ook een landschapsbiografie gemaakt, dus wat was er in het verleden in dit gebied en hoe kunnen we er voor zorgen dat we dat in de toekomst ook goed en duurzaam herstellen? Dan heb je het over de randen van het gebied, maar ook over het drinkwater, hoe kunnen we dat beter vasthouden? Je kunt natuurlijk niet alleen focussen op de mountainbikers en de mensen die fysiek in het gebied aanwezig zijn, maar uit landschapsbiografie gekeken naar wat waren de structuren in het verleden en hoe kunnen we die in het herstel van het landschap weer naar voren laten komen en zijn recht laten doen.

TT: Kom je ook weer terug op authenticiteit waar we het voor het opname gedeelte over hadden. Dat is qua ecologisch, qua flora en fauna. Verder wordt er nog centraal gestuurd richting ondernemers en aanbieders om ook in hun dagelijkse handelingen milieuvriendelijker te zijn? Dus dingen als, denk je aan je waterafvoer en verwissel je je lampen? Of wordt daar vanuit gegaan van het goede in de mens en degene die dat wil die doet dat zelf wel?

EW: Ja, dan vanuit recreatie en toerisme wordt daar niet heel nadrukkelijk op gestuurd, dat is meer vanuit andere invalshoeken (binnen de gemeente, red.), dat je meer alle ondernemers stimuleert, vanuit collega-wethouders duurzaamheid of vanuit economische zaken dus niet zozeer vanuit recreatie en toerisme gestuurd, tuurlijk hebben wij wel contacten met de ondernemers, maar het is niet dat wij de ondernemers in dit gebied per sé anders benaderen om daar op een andere manier mee om te gaan, dat is niet direct de insteek vanuit recreatie en toerisme. Aan de andere kant, als we ondernemers spreken, zullen we het niet laten om daar ook een gesprek over te voeren, maar het is niet zozeer een beleidspunt voor ons.

TT: Goed, weet u of dat wel binnen de andere pijlers van de gemeente wel actief op sturen, of is dat ook niet zo binnen de pijler duurzaamheid?

EW: Ja, goed, er wordt natuurlijk richting ondernemers wel gestimuleerd en het gesprek ook wel over gevoerd van kunnen we, duurzaamheid om meer te investeren in wind en in zon, daar wordt vaak over geroepen, laat dat bij ondernemers op het dak gebeuren in plaats van in het open landschap en dat klopt ook, daar ben ik het helemaal mee eens, wij gaan ook in gesprek van is dat mogelijk en kan dat? Dus op die manier hebben we wel het gesprek over het verduurzamen van bijvoorbeeld bedrijfsgebouwen bijvoorbeeld en wij hebben ook een investeringsregeling voor de aanpak van de industrieterreinen om dat ook te verfraaien en dat ook op orde te houden maar dat is meer vanuit andere portefeuilles dan dat dat alleen gericht is op ondernemers in de recreatieve sector, maar het gesprek hebben we en de maatregelen zijn er wel zeker.

TT: Oké, ook positief, gaan we naar het kopje toekomstplannen. Welke toekomstige projecten of campagnes met betrekking tot recreatie en toerisme staan nog op de rol voor de aankomende periode, de aankomende jaren, we weten van de samensmeltingsagenda waarbij het grotere gebied gecreëerd wordt.

EW: Dat is wel het voornaamste plan waar we nu uitvoering aan geven, dat ligt nu bij de provincie en bij het Rijk en bij de provincie voor een subsidie en als die subsidie beschikbaar wordt gesteld dan gaan we ook uitvoering geven aan plannen om het gebied, in te zetten op recreatie en toerisme, om die toerist te verleiden en dat kan op verschillende manieren, hangt ook af van wat gemeentes zelf inbrengen, we hebben nog in het huidige uitvoeringsprogramma nog het project om te kijken of er een uitkijktoren mogelijk is op de Holterberg, in samenwerking met ondernemers, maar ook in de nieuwe periode gaan we kijken naar projecten om de aantrekkingskracht te vergroten en met name in de komende periode ligt dat wel om het dorp meer te betrekken bij de recreatie en toerisme. Er is natuurlijk al een begin gemaakt met de verbinding naar de Holterberg, dat je vanaf het dorp de berg op loopt, dat is voor een deel ook geprobeerd met kunst, de boom die er ligt, die verbinding moet nog nadrukkelijker naar voren komen, er vindt nog ontwikkeling plaats in het oude stationsgebouw, nou en eh... er komen ook nog nieuwe projecten voorbij, daar zijn we nu ook over aan het nadenken van wat zijn nu de nieuwe projecten die we de aankomende jaren gaan oppakken met de gemeente Rijssen-Holten, en dat valt allemaal binnen dat ambitieplan: drukte spreiden en aantrekkelijkheid vergroten, maar dat is nog niet allemaal in die zin concreet om daar wat over te delen. Een aantal projecten zijn lopend, stationsgebouw bedoel ik daarmee, die verbinding fysiek richting de Holterberg is een begin gemaakt, maar er komen ook nog wel nieuwe projecten bij en ook de ontwikkeling van het Enkco-terrein waarbij je ook iets moois rond het stationsplein, wat meer horeca zou kunnen realiseren. Dat heeft natuurlijk te maken met de ontwikkeling van het dorp zelf, maar ook met een ontwikkeling die niet alleen voor de lokale inwoners zijn profijt oplevert, maar ook voor de toerist die straks komt. Je doet als gemeente zelf dan een aantal ontwikkelingen die op het gebied van ruimtelijke ordening, maar die hebben uiteindelijk ook hun effect op toerisme op de Holterberg.

TT: Haha, dat was precies wat ik wou zeggen en dan laat u net het woord vallen: de ruimtelijke ordening, dat zijn met name de dingen waar vanuit de gemeente op gelet wordt, waar actie in ondernomen wordt richting de toekomst, in die ruimtelijke ordening?

EW: Wat bedoel je precies?

TT: Dat met name wat vanuit jullie wordt gedaan op het gebied van toerisme is de aanpak van het stationsgebouw, de aanpak van het Enkco-terrein, het belevingspad en de rest is eigenlijk uitbesteed?

EW: Dat soort dingen zijn wij mee bezig, maar we zijn ook bezig met hoe kun je nou de toerist op de Holterberg brengen? De discussie over de toeristenweg wordt wel gevoerd, ook in relatie met de hoeveelheid van bezoekers op de Holterberg, moet die niet vaker worden afgesloten, moet je daar niet op een andere manier de toerist naar het gebied brengen, bijvoorbeeld met een hop-on-hop-off concept, dat je daar een elektrische bus laat rijden bijvoorbeeld. Dus, dat zijn ook dingen waarnaar wordt gekeken, maar dat is op dit moment nog niet concreet, en op ruimtelijk gebied noem je de ontwikkeling van de kern, van het dorp Holten, maar ook op Holterbergplein, halverwege de Holterberg, wat is daar je visie op, hoe kijk je daar als gemeente tegenaan? Wat wil je daar mogelijk maken? Daar is ook horeca mogelijk, er is al eens door een initiatiefnemer gesproken om nog een hotel te vestigen op de Holterberg, nou dat zijn ook ontwikkelingen waar je als gemeente op het gebied van ruimtelijke ordening kan sturen en in de marketing: je hebt toerisme Rijssen-Holten wat daar druk op inzet, MarketingOost, Salland Marketing daarmee probeer je ook het gebied

aantrekkelijk te maken en heb je als gemeente een rol naar buiten toe te promoten. En belangrijk om te noemen: het ambitieplan hebben we gemaakt, maar de uitvoering daarvan vindt plaats door de gemeente maar ook in samenwerking met Holtense ondernemers, en bewoners worden er bij betrokken. Dus je hebt als gemeente daar ook een rol om de partijen bij elkaar te brengen en de inwoner er nadrukkelijk bij te betrekken. We hebben het al gehad over de druk op het gebied, we krijgen ook wel de opmerkingen van bewoners: hoeveel accepteren we hier? Dat is ook onze rol als gemeente, dat we die input daarin meenemen, want je hebt meerdere partijen waar je rekening mee moet houden en de toerist is er daar eentje van, maar zeker zo belangrijk is de bewoner.

TT: Uhm.. dan nog de vraag over erfgoed projecten en natuurbeschermingsprojecten. Zijn er overheids- of privé-erfgoed projecten waar je tegenaan loopt in besluitvorming rondom de Sallandse Heuvelrug?

(korte pauze, +- 30 sec. slechte verbinding met opmerkingen)

EW: Het erfgoed maakt ook deel uit van die landschapsbiografie, dus de landschapsbiografie heeft laten zien, wat was het landschap van oorsprong uit en zijn er mogelijkheden om dat te herstellen. Maar ook sporen van het verleden zoals de markes, de markestenen krijgen weer de aandacht, er is er onlangs weer eentje op het Nottersveld in ere hersteld, die sporen uit het verleden in beplanting, maar ook markestenen fysiek worden ook weer naar voren gebracht, om te laten zien, waarmee je een deel van de historie van het gebied terughaalt. Daarnaast hebben we de afgelopen jaren veel aandacht gehad voor het erfgoed uit de Tweede Wereldoorlog, op de Canadese Begraafplaats en de liberation-route wordt daar nadrukkelijk bij aangegeven. Kamp Twilhaar, de luisterstenen en ook van Nijverdalse kant, de lanceerlocatie van de V1, dat zijn wel dingen uit het verleden, de historie, die je de aandacht probeert te geven. Dat is een andere groep van toeristen misschien, die daar aandacht voor heeft, maar door dat wel weer nadrukkelijk naar voren te brengen laat je wel zien dat het gebied niet alleen heel mooi is qua natuur maar ook een hele rijke geschiedenis heeft en ja, probeer je dat wel recht te laten doen, dus dat erfgoed krijgt ook wel een belangrijke plek daar in, de onderduikershut richting Espelo is ook zoiets.

TT: Goed, leuk dat dat soort dingen weer ook bij betrokken zijn en dat die verder ook in de marketing gebruikt worden en in het aantrekken van die toeristen gebruikt wordt, ook omdat het levert wel dingen op, het zorgt er daarnaast ook voor dat de lokale's zelf ook meer een indruk krijgen van in welk gebied ze daadwerkelijk wonen. En hoe dat gebied is ontwikkeld tot de leefruimte waar we nu allemaal in leven, want heel veel mensen staan er toch niet bij stil, je moet haast wel een beetje een gekkie zijn om er bij stil te staan hoe die hele Sallandse Heuvelrug is gevormd qua ijskappen, wegsmelten, erosie etcetera. Maar als mensen het dan te horen krijgen ga je in een keer heel anders naar zo'n landschap kijken en dat vind ik ook voor de lokale bewoners belangrijk.

EW: Jij noemde ook nog die authenticiteit, maar dat is natuurlijk ook een vorm van authenticiteit, we hadden het er in het gesprek voordat de opname startte ook over, wat is dan die authenticiteit, datgeen verwachten wat er hoort en geen gebiedsvreemde bebouwing en juist door dat erfgoed weer te betrekken in de landschapsbiografie, maar ook in de marketing, dan geef je ook aan: het gebied is niet zomaar ontstaan maar er zit ook een hele geschiedenis aan vast en het is ook belangrijk om die te laten zien, de inwoner wordt meer betrokken, je hebt daar beleving bij: moet je kijken, dit is het gebied waar ik nu woon maar moet je kijken wat dit in het verleden voor gebied was en je hebt voor de toerist, ook voor dat oorlogstoerisme zeg maar, mensen die juist daarin geïnteresseerd zijn en daar op afkomen is dat heel mooi en belangrijk om daar ook de verbinding te leggen, de Canadese begraafplaats maar ook in Nijverdalen het oorlogsmuseum, als je daar de lijntjes kan trekken en de

toeristen kan verwijzen, kun je ze vasthouden, maar ook verspreiden en verleiden om andere plekken van historische waarde te bezoeken.

TT: Hartstikke mooi, laatste vraag, schiet erbij u nog iets te binnen waarvan u denkt van dat wil ik graag nog kwijt of op dit gebied, of ik kan niet begrijpen dat daar niet naar is gevraagd?

EW: Nou, volgens mij ben jij goed ingelezen en voorbereid je werk in gegaan en hebben wij de meeste dingen ook wel besproken. Ik ehh... heb wel gezegd wat ik wilde zeggen. Ik zou alleen nog even navragen of ik die onderzoeken van de natuurgebieden ook mag delen, want die heb ik ambtelijk ontvangen, misschien is dat voor jou ook nog interessant.

TT: Jazeker, ik zal nu in ieder geval de recorder even uitzetten, bedankt voor het interview!

EW: Nee, graag gedaan!