



Evaluatie het Ziltepad pilotperiode 2023

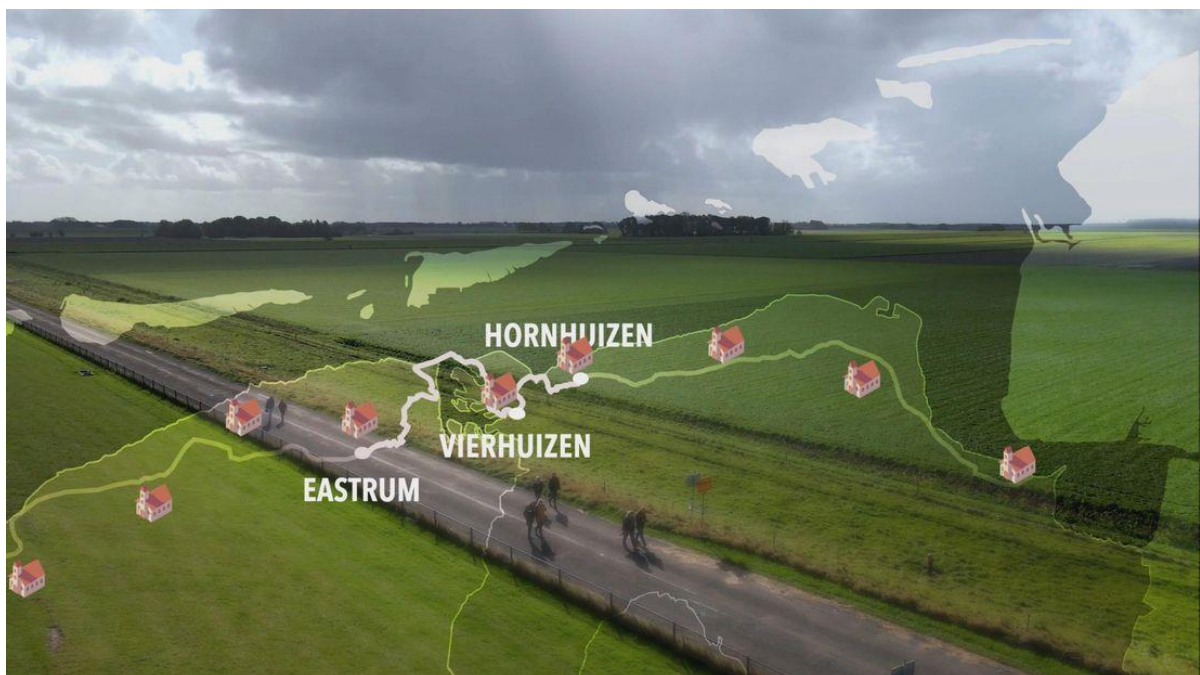


© Niels Knelis

Introductie

Het Ziltepad is een initiatief van de Stichtingen Groninger Kerken en Alde Fryske Tsjerken. Het doel is om langs de Waddenkust bezinningstoerisme te faciliteren en te stimuleren en daarmee een duurzame vorm van toerisme te ontwikkelen die zich onderscheidt van andere initiatieven. Het meerjarige programma bestaat uit het organiseren van wandel- en fietsroutes langs 22 markante kerkgebouwen langs de ruige rand van het noorden. Vanuit het gekoppelde thema bezinning worden activiteiten aangeboden waarmee deelnemers de wandel- of fietsdag kunnen beginnen, aanvullen, verrijken of afsluiten. Denk hierbij aan meditatie, overnachten in de kerk, podcasts met de verhalen van de kerk en het landschap en diverse voorstellingen in de kerk. Lokale inwoners, stichtingen, verenigingen en ondernemers worden betrokken om zo het aanbod af te stemmen op de route en omgekeerd. Zo kunnen inwoners gelegenheid bieden voor eten en overnachting. Activiteiten zoals yogalessen, wandelingen en workshops kunnen aan het programma worden gekoppeld. Op deze manier heeft ook de lokale economie profijt van de routes. De totale route loopt uiteindelijk langs de drie provincies: Noord-Holland, Friesland en Groningen en bestrijkt de gehele waddenkust. We bevorderen zo inzicht in de onderscheidende eigenschappen van de historische kerken, de unieke dorpen en haar inwoners, het bijzondere landschap van ons Werelderfgoed langs de Waddenkust; verhalen worden ontsloten en een nieuwe infrastructuur wordt gecreëerd van kunst, cultuur, mensen, initiatieven en ondernemerschap die met veel energie de noordelijke regio kan activeren en op een vernieuwende en duurzame manier de Waddenkust kan vitaliseren.

In de pilot werd een deel van de route alvast ontwikkeld en getest met daarin **3 kerken opgenomen in de route: Oostrum, Vierhuizen en Hornhuizen**. De helft van de route loopt door Fryslân en de andere helft door Groningen. In september en oktober 2023 verkenden 500 proefdeelnemers de route en de activiteiten.



© Omrop Fryslân

Doelstelling en resultaten pilot

In de pilot wilden we een deel van de route van het Ziltepad alvast ontwikkelen en testen met proefdeelnemers. We wilden op deze manier nagaan of er voldoende animo was voor een dergelijke route en leren van de ervaringen van deelnemers, lokale bewoners en ondernemers en de aanbieders van activiteiten. Met als doel om het vervolg van de route weloverwogen verder te kunnen ontwikkelen en realiseren. In algemenere zin wilden we kennis opdoen over de nichemarkt van bezinningstoerisme en het potentieel van deze markt om het Waddenkunstgebied te vitaliseren. Een hiermee verbonden concrete doelstelling was het werven van voldoende deelnemers voor het proeftraject, ongeveer 150. Om dit doel te bereiken sloegen de Groninger Kerken en Stichting Alde Fryske Tsjerken de handen ineen met destiniatiemanagementorganisatie Visit Wadden voor het vermarkten van het Ziltepad. Via de websites, nieuwsbrief, persbericht en sociale mediakanalen werd een wervende oproep uitgedaan. In korte tijd liep het aantal aanmeldingen op tot ruim 500 waarmee het aanvankelijke doel van 150 deelnemers ruimschoots gehaald werd. Hieruit kan worden opgemaakt dat er voldoende animo is voor een dergelijke route in deze regio en dat de naam en de activiteiten van het Ziltepad goed op elkaar aansluiten en veel mensen aanspreken.

Via een onlineticketsysteem kozen en boekten deelnemers van tevoren (kosteloos) een of meerdere trajecten. Voorafgaande aan en na afloop van de route beantwoordden ze vragen over de route en hun ervaringen. Het ticketsysteem stelde ons in staat om doelgericht vragenlijsten te sturen en feedback op te vragen. Zo werd inzicht verkregen in de eigenschappen, voorkeuren en ervaringen van de deelnemers. Het bood ons daarnaast de mogelijkheid om bezoekersstromen te monitoren en spreiden. We wilden voorkomen dat grote groepen de route tegelijk zouden afleggen wat de dorpen en het landschap te veel zou belasten en het draagvlak voor het project mogelijk zou verkleinen. Dit zou ook afdoen aan de ervaring van de route en het landschap.

Deelnemers waren erg betrokken. We ontvingen persoonlijke berichtjes als mensen vanwege ziekte of blessures genoodzaakt waren zich af te melden. Ook deelden mensen hun positieve ervaringen en lieten ze ons weten dat ze graag nog eens een etappe wilden afleggen.

Met het pilotproject deden we waardevolle kennis op – waarover hieronder meer. Daarnaast werd concreet de volgende output gegenereerd:

- ❖ Een Nederlandstalige routebeschrijving van het pilot-traject Oostrum, Lauwersoog, Vierhuizen en Hornhuizen met vier dagtochten en 4 etappes, achtergrondinformatie over het gebied en tips voor wandelaars en fietsers, geschreven door Fokko Bosker;
- ❖ Vier wandelkaarten;
- ❖ Een menugids met karakteristieke recepten, informatie over streekproducten, streekmarkten, boerderijproducten en andere lokale producten. In samenwerking met Visit Wadden en programma Waddengastronomie versterkt Werelderfgoedbeleving;
- ❖ Een meditatie- en inspiratiegids gemaakt door Kim Tsai. Vol met praktisch oefeningen die deelnemers onderweg en later thuis steeds in contact brengen met zichzelf en de bijzondere natuur;
- ❖ Drie bijzondere kerken die opengesteld zijn voor bezoek, rondleidingen en eventueel orgelspelen;
- ❖ Drie bijzondere stempelposten in de kerken Oostrum, Vierhuizen en Hornhuizen;

- ❖ Aantrekkelijk gemaakte stempelkaart die deelnemers motiveert om de volledige route langs alle kerken af te leggen;
- ❖ Mogelijkheid tot overnachten in Oostrum gerealiseerd volgens het *refugio* principe;
- ❖ Podcast met het verhaal van de kerk Oostrum, gemaakt door Gerard van der Veer Producties.
- ❖ De gratis toegankelijke installatie *Peillood* door kunstenaar Hein van Delft in de kerk van Hornhuizen. De installatie bestond uit waddenklei, basaltstenen, zoetwater schelpen en zwanenmossels;
- ❖ Start lokaal netwerk dorpingen voor overnachten en maaltijden;
- ❖ Een professionele training aan de lokale kookclub van dorpingen;
- ❖ Onderzoek naar lokaal bagage vervoer. Via het door ons geïnitieerde netwerk van dorpingen kunnen wandelaars desgewenst hun bagage laten vervoeren naar het volgende adres op de route;
- ❖ Het bestaande relevante aanbod is aan de route gekoppeld en zichtbaar via de agenda die bij de route wordt aangeboden;
- ❖ Een duurzaam netwerk geïnitieerd om lokaal cultureel en ander relevant aanbod en activiteiten te koppelen aan de route;
- ❖ Een eigen pagina over het project op de website van Visit Wadden met informatie en de mogelijkheid om je voor de route aan te melden;
- ❖ Logo en eigen sociale mediakanalen (Facebook, Instagram, LinkedIn);
- ❖ Een marketing- en communicatieplan voor de pilot en de uitbreiding van de route;
- ❖ Projectleiding: ontwikkelen en realiseren van de route en het aansluitende programma, opzetten en uitvoeren proefwandelaars en -fietsers traject.
- ❖ Factsheet Bureau Ginder Bezinningstoerisme en wandelen in Noord Nederland



Hein van Delft, installatie 'TIJ' Hornhuizen
 © Rob Severein en ©Niels Knelis

Onderzoeksresultaten

Kwantitatief onderzoek

Van de 500 deelnemers aan het Ziltepad hebben 65 mensen na afloop de enquête ingevuld. De meeste mensen hebben met 2 personen meegedaan en hebben per koppel 1 enquêteformulier ingestuurd. Daarnaast hebben we meer dan 30 e-mails met inhoudelijke feedback ontvangen.

Facts & Figures enquête deelnemers:

- ❖ Wandelaars 77%, fietsers 11,5%, beide 11,5%
- ❖ Dagtocht 55% met hetzelfde start- en eindpunt, lineair traject A ->B 50%
- ❖ Een of meerdere nachten gekoppeld aan deelname Ziltepad, 34%
- ❖ Meerdere routes Ziltepad uitgeprobeerd, 56%
- ❖ Route geschikt geacht voor hele jaar rond, 87%
- ❖ Toegenomen waardering voor het gebied, 83%
- ❖ Iets nieuws geleerd over het gebied, 83%
- ❖ Deelnemers konden zich redden met eten en drinken onderweg, 75%
- ❖ 24% van de deelnemers gaven de Ziltepadroute, inclusief programma en gidsen het cijfer 7, ruim de helft gaf het een cijfer 8 en de rest werd verdeeld over het cijfer 6 of een 9.
- ❖ Deelnemers bevelen de Ziltepad route van harte aan bij anderen, 97%
- ❖ Proefdeelnemers willen graag weer proefdraaien als het Ziltepad uitbreidt, 91%
- ❖ Deelnemers kwamen uit Groningen en/of Friesland, 60%, elders uit Nederland, 30% en uit het buitenland (m.n. België), 10%
- ❖ Deelnemers aan de dagtocht gaven gemiddeld € 24 p.p. uit en de meerdaagse deelnemers gemiddeld € 230 euro p.p.

Kwalitatief onderzoek

Input voor het kwalitatieve onderzoek werd gehaald bij de deelnemers, de vrijwilligers van de kerken, lokale bewoners en ondernemers en bij de organisatoren van de activiteiten.

De vrijwilligers van de kerken bemerkten en benadrukten de toegevoegde waarde van het Ziltepad. Het aantal bezoeken aan de kerken nam aanzienlijk toe, evenals de positieve reacties in de gastenboeken en de persoonlijke ontmoetingen in de kerken. Er werd aanzienlijk meer spontaan gedoneerd aan de kerken. De activiteiten werden als passend bij de kerken ervaren en trokken een prettig, geïnteresseerd en betrokken publiek. De kerken waren elke dag geopend en vaak onbemand, desondanks was er nergens sprake van vandalisme of andere verstoringen.

Enkele reacties van deelnemers na kerkbezoeken

- *'Kerken open is al uniek, stilte is mooi'*
- *'Kerk van Hornhuizen en de toren beklimmen was de moeite waard'*
- *'Fijne rustplekken om te zijn en top dat er toilet en stromend water is'*
- *'Fantastisch. prachtige plekken, werden zeer gastvrij ontvangen en kregen heel veel interessante info'*
- *'Grandioos'*
- *'Ik vind het mooie rustpunten onderweg. Gisteren had ik er een leuke toevallige ontmoeting'*
- *'Leuk dat we meer in contact kwamen met de kerken door de activiteiten (yoga etc), waardoor we er langer waren en ik me ook bewuster werd van het interieur en het karakter'*
- *'Mooi om ze van binnen te beleven i.p.v. alleen te bekijken'*
- *'Positieve ervaring met de kerken! Ze waren van sterke toegevoegde waarde. 'thuiskomen'*

- *'Mooi en afwisselende invulling/uitstraling kerken, informatie, kunst, geschiedenis, uitzicht/toren beklimmen'*

De drie betrokken Plaatselijk Dorpsbelang verenigingen waren op voorhand ingelicht over het Ziltepad. De jaarvergaderingen van de verenigingen boden gelegenheid om het idee van het Ziltepad bij dorpelingen te introduceren en hen te enthousiasmeren. Na afloop van de pilot zijn de verenigingen ook geraadpleegd hoe zij het Ziltepad hadden ervaren. Daar klonk ook eensluidend: positief!

De aanbieders van de verschillende programmaonderdelen hebben hun deelname aan het Ziltepad positief ervaren en vonden het aanbod passend bij de locatie, het Ziltepad en het thema bezinning. Ook de lokale ondernemers bevestigden dat het Ziltepad goed was bevallen. Ze hadden allen geprofiteerd van het toegenomen aantal bezoekers aan de dorpen in de vorm van een toename in het aantal gasten in de horeca en accommodaties. Zowel ondernemers als dorpelingen gaven aan in het bijzonder tevreden te zijn over het type bezoeker dat het Ziltepad aantrekt (met oog voor duurzaamheid en lokale producten en ervaringen).

Alle betrokken partijen van vrijwilligers tot ondernemers, van projectpartners tot betrokken initiatieven willen de samenwerking met het Ziltepad in de toekomst voortzetten. Niemand is afgehaakt na de pilot.

Waardevolle leermomenten

❖ Route en routeinformatie

De ervaring leert dat routeinformatie zeer belangrijk is en zo duidelijk en compleet als mogelijk moet zijn. Informatie over de locatie van bakkers, supermarkten, rustpunten en bankjes moet in de toekomst uitgebreider worden uitgewerkt. Hiervoor stellen we een digitale pagina op binnen Visitwadden.nl. Voor een volgende uitbreiding van de route gedrukt gaat worden trekken we meer tijd uit om de routes na te laten lopen en te laten checken door verschillende personen. De ervaring leert dat de manier waarop de routeinformatie wordt gelezen van persoon tot persoon kan verschillen. Voor het nalopen van de route hebben zich ondertussen ruim voldoende kandidaten voor gemeld. Van de proefdeelnemers gaf 91% aan met plezier nogmaals een route te testen.

❖ Aanvullend programma en activiteiten

In totaal hebben we 13 verschillende activiteiten ontwikkeld voor de deelnemers aan het Ziltepad. De activiteiten werden doorlopend of meerdere keren op verschillende tijdstippen aangeboden. Deze activiteiten waren ook toegankelijk voor de dorpingen die niet aan het Ziltepad deelnamen. De meningen over het aanvullende activiteitenprogramma waren verdeeld. Een deel van de deelnemers gaf aan geen behoefte te hebben aan een aanvullend programma en voldoende bezinning te vinden in wandelen, fietsen, buiten zijn en het bezoek van de kerken. Anderen vonden daarentegen dat er niet voldoende activiteiten waren georganiseerd. De ervaring leert dat het organiseren van activiteiten op vaste tijdstippen niet altijd even goed aansloot bij de deelnemers in praktische zin. Het dwingt mensen om iets op een bepaald tijdstip te doen wat af kan doen aan de ongedwongen wandel- en fietservaring. De activiteiten waren niet voor alle deelnemers goed te combineren met een wandel- en fietsdag waardoor de deelname aan de activiteiten lager was dan gehoopt. In het samenstellen van het programma waren we er vanuit gegaan dat mensen vanuit de programma onderdelen hun wandeling of fietstocht zouden plannen. Maar in de praktijk lieten mensen zich leiden door de eigen gekozen periode en keken daarna pas of er dan ook iets werd aangeboden. Vraag een aanbod sloot dan niet altijd goed op elkaar aan. De onderdelen die niet gekoppeld waren aan een vast tijdstip zoals de doorlopende kunstinstallaties in de drie kerken, de podcast en animaties over mythes en sages werden daarentegen heel goed bezocht, bekeken en gewaardeerd. Deze feedback geeft ons de opdracht mee om extra goed te kijken hoe wij het programma zo goed mogelijk kunnen afstemmen op en laten meebewegen met de deelnemers. Activiteiten zoals de podcast lenen zich hier goed voor. Mensen kunnen zelf bepalen op welk moment ze de podcast beluisteren. Dit kan meerdere keren en zelfs weer eenmaal thuis.

❖ Overnachten en eten bij dorpsbewoners

We boden deelnemers de gelegenheid om lokaal bij bewoners te overnachten of een maaltijd te nuttigen. In alle deelnemende dorpen hadden we een aantal bewoners gevonden die hiertoe bereid waren. Deelnemers die hier behoefte aan hadden konden contact met ons opnemen voor een slaapplek of maaltijd. In de praktijk bleken deelnemers hier geen gebruik van te hebben gemaakt. Zij gingen zelf creatief op zoek naar oplossingen voor hun behoeftes. Zo planden ze de warme maaltijd op een ander moment van de dag en/of

besloten de route iets te wijzigen om zo toch in hun behoeftes te voorzien. Het verraste dat de eigenaren van B&B's in de praktijk ook bereid waren om voor gasten te koken ook al hadden ze van tevoren aangegeven dit niet te doen. Desondanks kregen we achteraf toch nog wel eens te horen dat er behoefte is aan meer logeeradressen. Bij de toekomstige uitbreiding van de route willen we er dan ook aan blijven werken om de dorpsbewoners te betrekken. Hierover zijn we in gesprek met de Stichting Vrienden op de fiets die deze eenvoudige vorm van logeren bij mensen thuis actief uitdraagt, organiseert en waarborgt.

❖ **Gidsen: routegids, menugids, meditatiegids**

We boden deelnemers drie losse gidsen aan: een routegids, een menugids en een meditatiegids. Door de gidsen los aan te bieden had ieder de vrijheid om zelf een gids of gidsen naar keuze te raadplegen. De menugids en meditatiegids werden nu soms te makkelijk als niet relevant beschouwd. Bij een volgende uitbreiding van de route willen we een meer geïntegreerde gids maken waarin de routegids wordt gecombineerd met lokale gerechten en verwijzingen naar passende meditatieoefeningen. Dit stelt ons ook in staat om de verschillende onderdelen beter aan elkaar te koppelen en mensen op passende momenten op de route een moment van meditatie of mindfulness te suggereren. We willen verder onderzoeken of we de geleide meditaties in podcastvorm kunnen aanbieden.

Tips

Naar aanleiding van het pilotproject en voortvloeiend uit onze leermomenten willen we anderen graag de volgende tips meegeven:

- ❖ Besteed voldoende tijd aan het gedetailleerd uitwerken, beschrijven en testen van de route.
- ❖ Laat verschillende personen de route lopen en de routeinformatie checken. Om er zeker van te zijn dat de informatie voor iedereen helder is.
- ❖ Betrek lokale bewoners en deelnemers bij de ontwikkeling van het project en realiseer je dat het onderhouden van deze relaties een langetermijninvestering is die blijvend aandacht heeft.
- ❖ Test de route en activiteiten eerst in de vorm van een pilot.
- ❖ Organiseer voldoende activiteiten waar mensen op een voor hun geschikt moment aan kunnen deelnemen. Denk hierbij aan podcasts of doorlopende kunstinstallaties. Activiteiten met vaste tijden lenen zich soms minder goed voor een anders ongedwongen en flexibele wandel- of fietsdag.
- ❖ Een onlineticketsysteem werkt goed om zicht te houden op de spreiding van de deelnemers aan de route.
- ❖ Stem de marketingcommunicatie goed en ruim van tevoren af tussen de verschillende projectpartners en samenwerkingspartijen.

Samenwerkingen

Het Ziltepad is een samenwerkingsproject van Groninger Kerken en Stichting Alde Fryske Tsjerken. De gezamenlijke ambitie van de organisaties is het in stand houden van historische kerkgebouwen in de provincies Groningen en Friesland en het bevorderen van de belangstelling hiervoor. De kerken zijn onlosmakelijk verbonden met het Noordelijke landschap, haar historie en schoonheid. Gezamenlijk bieden zij een uiterst stabiele basis om dit project te dragen, maar ook te borgen als de financieringstermijn van deze aanvraag voorbij is. Daarnaast stellen de beide stichtingen eerst drie en op termijn 15 kerken ter beschikking voor deelname aan de route. Daarmee zijn de plaatselijke commissies die de kerken lokaal beheren ook aangesloten, betrokken en in te zetten.

Voor de duur van de financieringsaanvraag en gedurende de pilot was een projectleider verantwoordelijk voor de ontwikkeling en realisatie van de route en het ontwikkelen en produceren van de activiteiten en programma's daar omheen. Zij werkte samen met de professionele medewerkers van beide stichtingen op het gebied van Communicatie & Projecten.

De marketing van het Ziltepad pilottraject was in handen van ervaren marketingpartner Visit Wadden. Visit Wadden integreerde het Ziltepad in nieuwe en bestaande verhaallijnen. Samen met Visit Wadden zorgden we ervoor dat we de juiste bezoeker op het juist moment inspireerden en motiveerden om aan de route deel te nemen.

Het Ziltepad pilotproject werd in nauwe samenwerking met lokale en nationale overheden, toeristische partijen, marketingorganisaties, culturele instellingen en kunstenaars tot stand gebracht. Voor de ontwikkeling van het concept, de route en de activiteiten werd verder met, in willekeurige volgorde, de volgende partijen is samengewerkt:

- ❖ Verenigingen Plaatselijk Dorpsbelang van de dorpen;
- ❖ Waddengastronomie en Waddenvoedsel;
- ❖ Fokko Bosker, maker en schrijver van pelgrimstochten;
- ❖ Gerard van der Veer producties, samensteller en producent podcasts;
- ❖ Kim Tsai, maker inspiratie- en meditatiegids;
- ❖ Hein van Delft, kunstenaar;
- ❖ Spinbarg Producties, maker van animatiefilms over sages, mythes en andere verhalen uit het Waddengebied;
- ❖ Zef Hemel, ambassadeur van ons project, planoloog en houder van de Abe Bonnema-leerstoel aan de TU Delft en de Universiteit van Groningen. Hij doet al wandelend de komende 5 jaar in Noord-Nederland onderzoek naar het effect voor wandelen op fysiek en mentaal welzijn;
- ❖ Dagrecreatieve netwerken en Routebureau Groningen
- ❖ Visit Wadden, Merk Fryslan, Marketing Groningen, Visit Friesland
- ❖ Vrijwilligers en beheerders van de drie aangesloten kerken
- ❖ Rijksdienst voor het cultureel erfgoed
- ❖ Diverse lokale ondernemers zoals: Wongema, docenten op het gebied van yoga, meditatie, wandelcoaching, zangcoaching, filosofische bewegingsleer
- ❖ Diverse lokale natuur en cultuur initiatieven zoals: kunst in de kerk, losse inzet kunstenaars, open atelier, lezingen, molen bezichtigingen, natuurexcursies

Communicatie en publiciteit

De voornaamste publiciteitskanalen die werden ingezet waren een eigen webpagina op VisitWadden.nl en de websites, digitale nieuwsbrieven en sociale media-kanalen van Groninger Kerken, SAFT en Visit Wadden. Daarnaast had het Ziltepad een eigen Instagram en Facebookaccount.



Via de eigen pagina Visitwadden.nl/ziltepad hadden we de volgende resultaten (gemeten tot eind oktober 2023, het bereik stijgt nog steeds):

- ❖ 4510 sessies
- ❖ 3401 gebruikers
- ❖ 167 downloads van de Ziltepad routegids
- ❖ 45 downloads van de Ziltepad Menugids
- ❖ 46 downloads van de Ziltepad Meditatiegids
- ❖ 118 downloads van het aanvullende programma
- ❖ 62 downloads van de podcast met het verhaal van de kerk van Oostrum
- ❖ 300 downloads van de podcast via de link op youtube

De 500 deelnemers aan het pilotproject kregen bovenstaande informatie ook rechtstreeks toegezonden. Dit betekent dat bovenstaande resultaten daar bovenop komen. Daarnaast was alle informatie en communicatie enkel op de beoogde doelgroep van proefdeelnemers gericht en zijn bovenstaande resultaten veelal organisch tot stand gekomen via zoekfunctie op internet.

Groninger Kerken en Stichting Alde Fryske Tsjerken en Visit Wadden stuurden gezamenlijk een persbericht uit naar hun perscontacten. Dit leidde tot diverse publicaties in dagbladen, magazines, lokale media en op internet. Internationaal werd het Ziltepad bij geïnteresseerden onder de aandacht gebracht via een bijdrage aan de website en nieuwsbrief van Future for Religious Heritage (FRH).
Artikel: <https://www.frh-europe.org/ziltepad-a-unique-walking-and-cycling-route-along-the-religious-heritage-of-the-wadden-sea-the-netherlands/>.

Tot slot maakte Fryslân Dok een documentaire over het Ziltepad die landelijk werd uitgezonden bij NPO en bij de regionale zender Omrop Fryslân op 9 en 10 december 2023. De documentaire terug te kijken via de website van Omrop Fryslân:

<https://www.omropfryslan.nl/nl/tv/aflevering/fryslanok/1229802>

Conclusie en legacy

Het pilotproject heeft de beide Stichtingen en Visit Wadden in staat gesteld om gezamenlijk met deelnemers en lokale bewoners en ondernemers kennis en ervaring op te doen met het creëren van waardevol en toekomst bestendig aanbod. We zijn beter op de hoogte van de samenstelling en wensen van de beoogde doelgroepen en de manier waarop we ons aanbod hierbij aan kunnen laten sluiten. Ook hebben we kunnen testen of het Ziltepad passende bezoekers aantrekt die een positieve bijdrage leveren aan de lokale samenleving en economie. Die resultaten zijn veelbelovend, plaatselijke commissies van de kerken, dorpingen en ondernemers geven allen ten blijke tevreden te zijn over de bezoekers die we met het project hebben aangetrokken. Dankzij deze pilot weten we beter wat erbij komt kijken als we de route de komende jaren willen uitbreiden. Het stelt ons in staat om weloverwogen te werk te gaan, met inachtneming van onze leerpunten. Naast de in deze evaluatie beschreven concrete en blijvende resultaten heeft het pilotproject een belangrijke bijdrage geleverd aan het opbouwen en verstevigen van relaties, netwerken en draagvlak. De positieve resultaten hebben de betrokken partijen en samenwerkingspartners gemotiveerd om de route gezamenlijk verder uit te breiden en te realiseren. Ze gaan ons helpen om ook andere dorpen te enthousiasmeren en betrekken. Daarbij zijn we ons ervan bewust dat het betrekken van de lokale bewoners blijvend aandacht verdient. Het opbouwen van netwerken en relaties is een lange termijn investering die zorgdraagt voor de toekomstbestendige lokale verankering en continuïteit van het Ziltepad. Hierbij gaan kosten voor de baten uit.

Het Ziltepad in cijfers

- ❖ 500 deelnemers
- ❖ 436 etappes
- ❖ 270 rondwandelingen
- ❖ 12.078 afgelegde kilometers
- ❖ 13 programmaonderdelen
- ❖ 35 lokale partijen waar we mee hebben samengewerkt

Toegenomen kennis over de markt bezinningstoerisme

Met het Ziltepad komen de Stichtingen tegemoet aan de bewezen groeiende belangstelling voor mindfulness (fig. 1.) en de toenemende behoefte aan wandelen (fig. 2.). | Zo'n 4,3 miljoen Nederlanders maken langere wandelingen (van >10 km.). Het aantal vakanties waarin wordt gewandeld neemt toe. Nu ongeveer 14% van de vakanties en dat kan groeien naar 15-20%. Van de dagwandelaars die een afstand afleggen van 10 km (2,5 uur) of meer geeft 38%, geeft aan dat het motief bezinning is. Daarnaast doen 1,6 miljoen mensen in Nederland aan allerlei vormen van yoga en mindfulness. De totale doelgroepenomvang in Nederland bestaat zeker uit 2 tot 2,75 miljoen Nederlanders die in meer of mindere mate met bezinning bezig zijn: wandelen op vakantie, mindfulness, yoga.

Bron: Nationale Wandelmonitor 2021 en Bureau Ginder, Factsheet Bezinningstoerisme en wandelen Noord-Nederland.

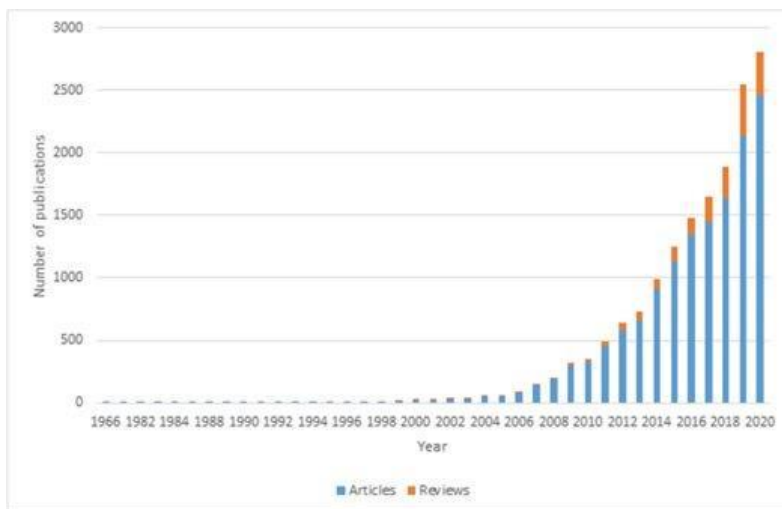


Fig. 1. Toenemende belangstelling voor mindfulness. Bron: Bureau Ginder, Factsheet Bezinningstoerisme en wandelen Noord-Nederland.

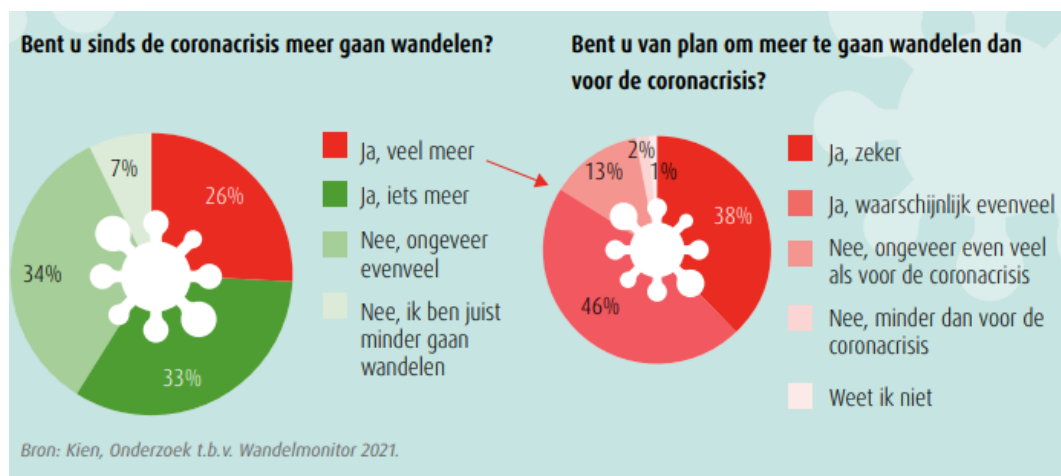


Fig. 2. Groeiende behoefte aan wandelen. Bron: Kien, Onderzoek t.b.v. Wandelmonitor 2021

Het Ziltepad zet Groningen en Friesland bovendien beter op de kaart als wandelprovincies. Uit onderzoek blijkt dat hier nog veel te winnen valt; Groningen (5%) en Friesland (8%) blijven ondanks de karakteristieke natuur en (cultuur)historie achter bij de andere provincies (fig. 3).

Favoriete wandelprovincies Nederlanders

Deel ondervraagde Nederlanders dat provincie in de top 3 zet



Bron: Kien, Onderzoek t.b.v. Wandelmonitor 2021.

Fig 3. Favoriete wandelprovincies Nederland. Bron: Kien, Onderzoek t.b.v. Wandelmonitor 2021.

Onderzoek toont verder aan dat de economische potentie van de markt van bezinningstoerisme hoog is. Bureau Ginder berekende dat er in 2030 circa € 160 miljoen. aan totale bestedingen voor bezinningstoerisme in Noord-Nederland gerealiseerd kan worden in de vorm van vakanties, dagwandelen en mindfulness in breedste zin van het woord (fig. 4). Het benutten van deze potentie vereist professionele organisatie. Met de route en activiteiten van het Ziltepad bieden de projectpartners een samenhangend en professioneel georganiseerd totaalproduct van routes, overnachtingen, verhalen en activiteiten.

Raming economische impact bezinningstoerisme 2030 Noord-Nederland

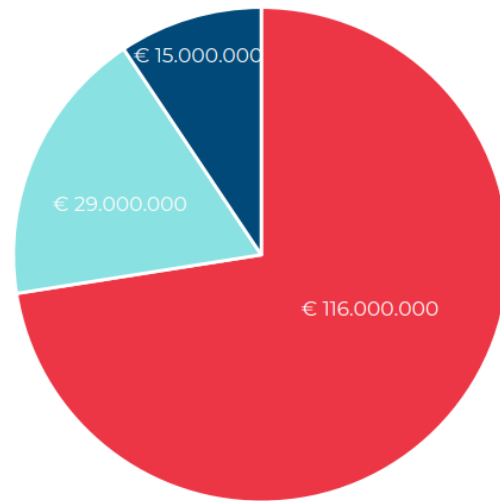
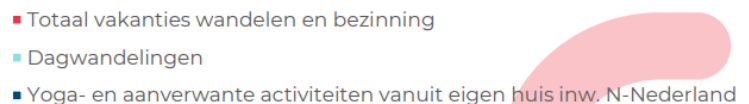


Fig. 4. Raming economische impact bezinningstoerisme 2030 Noord-Nederland.

Bron: Bureau Ginder, Factsheet Bezinningstoerisme en wandelen Noord-Nederland.



Tot slot dragen we met het Ziltepad bij aan de bekendheid en toekomstbestendige herbestemmingen en waardering van historische kerkgebouwen in het Waddenkustgebied. Het behoud van historische kerkgebouwen ondanks toenemende ontkerkelijking (fig. 5) is een belangrijke opgave waar de Groninger Kerken en Stichting Alde Fryske Tsjerken zich voor inzetten. Via bezinningstoerisme voorzien we de kerken van een inclusieve en toekomstbestendige functie, passend bij hun traditionele rol als plek van samenkomst en verstillig. Hiermee houden we kerken op een duurzame wijze open en behouden we hun plaats in het centrum van de (lokale) samenleving. Religieus erfgoed wordt ingezet om waardevolle bezoekers te trekken en daarmee de toeristische branche een impuls te geven. Omgekeerd, draagt een toename van waardevol toerisme bij aan het behoud en betekenisvol gebruik van cultureel erfgoed.

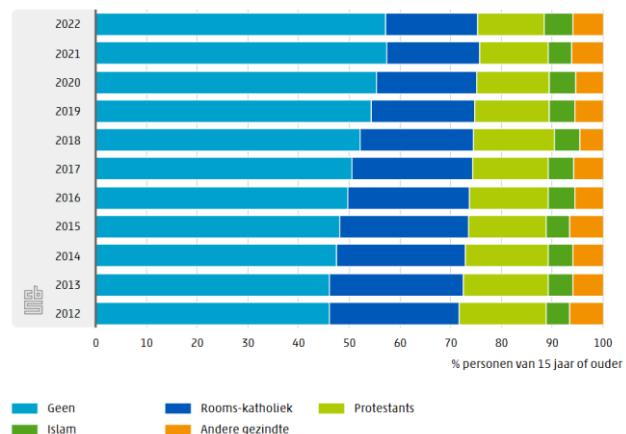


Fig. 5. Afname belang georganiseerde religie. Bron: Bureau Ginder, Factsheet Bezinningstoerisme en wandelen Noord-Nederland.