

# Hoe toekomstgericht zijn de Nederlandse dierentuinen?

17-12-2015 09:42

*Dierentuinen zijn internationaal volop in ontwikkeling. Dat wordt grotendeels ingegeven door nieuwe inzichten in diervriendelijke huisvesting, maar ook de beleving van een dagje uit speelt een belangrijke rol. Goof Lukken, docent aan het NHTV, vergeleek de Nederlandse dierenparksector aan de hand van een viertal toekomstscenario's en touchpoints.*

[caption id="attachment\_20965" align="alignright" width="277"]



Dierenpark Amersfoort (informatie met pictogrammen)[/caption] Nederland is een echt dierentuinland, met maar liefst 12 EAZA erkende dierentuinen en daarnaast ook nog diverse parken zonder EAZA status. Er zijn veel ontwikkelingen die op de dierentuinen afkomen; o.a. op het gebied van dierenwelzijn, duurzame bedrijfsvoering en de integratie van belevingsconcepten. **Scenario's** De afgelopen jaren zijn er diverse onderzoeken verricht naar de toekomst van dierentuinen. (zie [Uitgebreide onderbouwing in publicatie van Lukken - pdf](#)) Daaruit komt een viertal toekomstscenario's voort:

**De vijfde generatie Zoo:** Een dierentuin waarin duurzaamheid, ruimte voor de dieren en de beleving voor de bezoeker centraal staan. **De commerciële dierentuin:** Dit scenario gaat uit van een grotendeels gecommmercialiseerde dierentuin waarbij entertainment de hoofdrol speelt. **De moderne zoo:** In deze dierentuin zijn de verblijven voor de dieren functioneel en heeft de commercie ook een grote rol. **De design zoo:** Dit scenario werd door 50% van de respondenten gezien als een gemoderniseerde versie van de huidige dierentuin vanwege de grotere nadruk op de educatie en de conservatie.

In de onderzoeken speelden ook zogenaamde '**touchpoints**' voor dierentuinen een belangrijke rol. Daarin wordt gekeken vanuit de motivatie van de bezoeker:

De dierentuin als plek waar kinderen het naar hun zin hebben  
De dierentuin als plek om buiten te zijn  
De dierentuin als plek om in contact te komen met natuur  
De dierentuin als plek om samen te zijn

[caption id="attachment\_29295" align="alignright" width="300"]



Beekse Bergen[/caption] Een derde factor die van invloed is op de toekomstscenario's is het onderscheid tussen **differentiatie** en **gefocuste differentiatie**. Differentiatie gaat om een verschil maken in het standaard product van de dierentuinen. Safaripark Beekse Bergen doet dat door te focussen op Afrika. Gefocuste differentiatie gaat om nog meer keuze maken zoals Apenheul dat doet met alleen primaten of Dolfinarium met zeezoogdieren. **Nederlandse dierentuinen** Onderzoeker Goof Lukken legde in zijn recente evaluatie de Nederlandse dierentuinen langs de meetlat van de toekomstscenario's en touchpoints. Dat leverde interessante inzichten op. Zo zijn er inmiddels duidelijke voorbeelden van heldere strategische positionering te vinden. Als we kijken naar differentiatie, dan speelt **Safaripark Beekse Bergen** duidelijk in op de landscaping en thematisering (focus op het thema Afrika). Zij proberen hiermee een brede en internationale doelgroep aan het spreken. Met hun nieuwe winterevent 'Africa by Light' komen thematisering en onderdompeling wederom naar voren. Mooi is dat ook hier de eerste testen met Virtual Reality gedaan worden (men kan dieren die in de stal verblijven virtueel bezoeken) **Dierenpark Amersfoort** focust zich de laatste jaren (samen met Dierenrijk in Nueneen) op kinderen. Amersfoort gebruikt met name spelelementen, voor kinderen (de klim-alles route) en de speelse presentatie (met woordgrappen enz.) als USP. Daarnaast heeft men recentelijk 'De Grote Wildernis' geopend die zowel op landscaping als op beleving (in de vorm van waterfietsen) inzet. Dierenrijk focust zich meer op de combinatie van spelelementen, een app en edutainmentshows. [caption id="attachment\_40206" align="alignright" width="300"]



Wildlands Adventure Zoo Emmen (in aanbouw)[/caption] In het nieuwe Noorder Dierenpark in Emmen (genaamd **Wildlands**) is duidelijk gekozen voor de onderdompeling en thematisering. Daarnaast belooft het nieuwe park (opening voorjaar 2016)

storytelling en attracties (boottocht, simulator en Safaritruck) in te gaan zetten. De vraag is echter of de consument bereid is om een hoge entreprijs (rond de 30 euro p.p.) voor het nieuwe park te betalen. **Apenheul, Avifauna en Dolfinarium** zijn voorbeelden van gefocuste differentiatie. Opvallend is dat zij meer deze focus in hun collectie aanbrengen dan dat zij deze vormgeven met belevingstools. Avifauna probeert wel meer natuurlijke verblijven aan te brengen en gebruikt edutainment in de vorm van een vogelshow. Diergaarde Blijdorp, heeft in het nieuwe leeuwen gebied duidelijk ook voor storytelling gekozen. In een onderzoeks-truck en bij een gethematiseerd inkijkpunt (in de vorm van een onderzoeksstation) wordt meer verteld over het onderzoek naar de bedreigde Aziatische leeuwen. **De onderbouwing** Bovenstaand artikel is een selectie uit een uitgebreider artikel door Goof Lukken. Daarin wordt een onderbouwing verder uitgewerkt en in een model geplaatst. Ook zijn er meerdere voorbeelden van ontwikkelingen uit het buitenland in verwerkt. ([Artikel met onderbouwing en modellen](#)) **Met dank aan:** Goof Lukken, docent Leisure and Tourism aan de NHTV in Breda Initiator van de kenniswebsite Vrijetijdskennis.nl [www.nhtv.nl](http://www.nhtv.nl) / [www.vrijetijdskennis.nl](http://www.vrijetijdskennis.nl)

Redactie