
Zorgtoerisme voor ondernemers in de groene ruimte

Een onderzoek naar de mogelijkheden voor
zorgtoeristen op het Brabantse platteland

In opdracht van:



Zuidelijke Land- en
Tuinbouworganisatie



Auteur:

Mariska Plantinga



Zorgtoerisme voor ondernemers in de groene ruimte

Een onderzoek naar de mogelijkheden voor
zorgtoeristen op het Brabantse platteland

Geschreven in het kader van het afstudeerproject van:

M. Plantinga

Student aan NHTV internationale hogeschool Breda

Opleiding Functiegerichte Bachelor in Toerisme en Recreatie (FBTR)

Afstudeerrichting Manager Recreatie-onderneming (MRO)

Tilburg, juni 2010

Samenvatting

Er bestaan vele verschillende vormen van multifunctionele landbouw, voor dit onderzoek zijn alleen de 'takken' zorg en (verblijfs)recreatie relevant. Uit onderzoek is gebleken dat de markt voor plattelandstoeristische accommodaties zo goed als verzadigd is en dat maar een klein deel van de agrarische ondernemers 'een goede boterham' met de recreatietak weet te verdienen (Oltmer et al., 2007). Zorg is een relatief jonge tak in de landbouw maar wel één die zich de laatste jaren sterk ontwikkelt. De centrale vraag voor dit onderzoek is: *In hoeverre biedt ondernemen in toerisme én zorg kansen voor plattelandsondernemers in Noord-Brabant en welke PMC's ontstaan er door deze combinatie?*

Met zorgtoerisme wordt aangegeven, dat ondernemers naast toeristische activiteiten ook bepaalde vormen van zorg aanbieden. De zorg kan gericht zijn op de behandeling, preventie of het herstel van zorgtoeristen. Of de verzorging - en het mogelijk maken van een vakantie voor mensen met een beperking.

Door consumenten wordt het platteland gezien als een plek waar men 'onbezorgd en in de gezonde frisse lucht tot rust kan komen'. Tevens is het platteland een plek die in de behoefte tot escapisme kan voorzien en het is een plek waar men het gevoel van nostalgie (ofwel authenticiteit) kan beleven. Dit zijn eveneens de behoeften waarna de moderne toerist naar opzoek is. Al van oudsher hebben mensen een heilzame werking toegekend aan de groene omgeving en op basis van verschillende (wetenschappelijke) theorieën kan onderbouwd worden dat de groene ruimte de gezondheid van de mens op verschillende vlakken kan bevorderen (Hassink, 2006).

Afgaand op diverse trends en ontwikkelingen in de zorgsector én in de vrijetijdssector kan er gesteld worden dat de toenemende vergrijzing van de maatschappij, de toenemende vraag naar 'gastvrije zorg' en de groeiende belangstelling voor gezondheid, welbevinden en verantwoord leven kansen bieden voor zorgtoerisme. Om de bedrijven in de plattelandstoeristische sector *toekomstproof* te houden lijkt het op basis van deze gegevens verstandig om toe te treden tot de markt voor zorgtoerisme.

De resultaten, die uit de enquête voortgekomen zijn, zijn niet representatief voor alle plattelandstoeristische ondernemers in Noord-Brabant. Uit de enquête dat meer dan de helft van de deelnemende ondernemers er nog nooit aan gedacht heeft om zich naast hun huidige doelgroepen (ook) op een andere doelgroep te willen richten. Van degenen die dat wel hebben gedaan, zouden de meeste ondernemers zich dan (ook) op de zakelijke markt richten. Toch gaf meer dan de helft van de ondernemers aan dat de combinatie plattelandstoerisme met zorgtoerisme ze wel aanspreekt. Tevens is meer dan de helft van de ondernemers wel bereid om een opleiding of cursus te volgen voor de professionalisering van hun bedrijf, de voorkeur gaat vooral uit naar een opleiding of cursus in de richting van marketing (/PR) of gastheerschap. De meeste ondernemers beoordeelden hun bezettingsgraad met een voldoende, maar die was vergeleken met de recreatiebranche, relatief laag te noemen. Het CBS herkent als trend bij agrarisch ondernemers die op zoek zijn naar nieuwe mogelijkheden, dat ze gaan inspelen op de toenemende vraag naar zorg op maat.

De resultaten uit deze enquête verwijzen niet naar deze trend. Dat betekent niet direct dat de ondernemers in Noord-Brabant dit niet al doen. Het kan ook zijn dat ze dat niet als zorgtoerisme zien of met deze term willen betitelen.

Naar aanleiding van diverse onderzoeken kan er worden geconstateerd dat er duidelijk behoefte is aan meer en betere aanpassingen voor mensen met een beperking. Het huidige aanbod van zorgvakanties bestaat vooral uit georganiseerde groepsreizen terwijl de groep zorgtoeristen die graag zelfstandig, met familie en/of vrienden op vakanties wil, groter is. De groep 65 plussers groeit volgens een prognose van het CBS de komende 40 jaar uit tot een kwart van de bevolking. Deze groep oudere senioren maken momenteel weinig tot geen gebruik van de vakantievoorzieningen op het platteland, dit komt grotendeels door de onbekendheid van het aanbod en de kwaliteit daarvan. Voor de doelgroep senioren zou de nadruk in de arrangementen voornamelijk moeten liggen op vrije tijdsbesteding en gezondheid. Daarnaast moet de specifieke zorg, die ze thuis gewend zijn te krijgen, moet ook aangeboden worden, eventueel in samenwerking met de plaatselijke thuiszorg. Doordat de groep mensen die 'fit en vitaal' willen leven alsmaar doorgroeit is wellness een 'hot item' in Nederland. Dit biedt kansen voor dagarrangementen maar juist ook in combinatie met een verblijf. De concurrentie van de vele nieuwe (grote) wellnesscentra vormt een knelpunt.

In de loop van dit onderzoek moest besloten worden de doelgroepen 'Toeristen die komen herstellen en/of revalideren' en de groep 'Mensen uit balans' buiten beschouwing te laten, daar er geen experts uit deze werkvelden te bereiken waren. Daardoor was het niet mogelijk om de wensen, behoeften en eisen van deze doelgroepen in kaart te brengen.

De, in dit onderzoek genoemde, agrarische ondernemers die reeds ingespeeld hebben op vraag naar zorg op maat, wisten allemaal vanuit hun achtergrond in de zorg dat het vakantieaanbod voor mensen die graag zo zelfstandig mogelijk op vakantie willen gaan, maar daarbij wel een aangepaste accommodatie nodig hadden, zeer beperkt is. Door middel van ervaring en een professionele organisatie hebben zij succesvol op die behoefte ingespeeld. Met zeer goede kennis van zaken, goede en persoonlijke begeleiding voor de gasten is de "Boerderij Spa Nutter", een zeer kleinschalig 'wellnesscentrum' een succes geworden. Kenmerkend aan dit initiatief is de bijzondere harmonie tussen de kuur- en wellness faciliteiten en het platteland. In de provincies Zeeland en Limburg zijn door strategische allianties reeds (economische) successen op het gebied van zorgtoerisme behaald.

Omdat er vooral vraag naar aangepaste vakanties voor zorgtoeristen die zelfstandig met partner, gezin, familie en/ of vrienden op vakantie willen gaan is de PMC 'groene vakanties met zorg' en als aanvulling daarop, de PMC 'groene vakanties met zorg voor ouderen' ontwikkeld. Ondanks dat de groep mensen die 'fit en vitaal' willen leven veel potentie biedt is er geen PMC voor deze doelgroep ontwikkeld. De concurrentie van de vele (grote) wellnesscentra en de komende Boerderij Spa in Noord-Brabant maakt het voor de overige ondernemers in Brabant onmogelijk om hier succesvol én rendabel mee aan de slag te gaan.

Eenzijds is middels dit onderzoek bewezen dat ondernemen in toerisme én zorg de plattelandstoeristische sector een stimulans kan geven om *toekomstproof* te blijven. Anderzijds blijkt dat zorgtoerisme niet dé term is om in plattelandstoeristische sector te gebruiken en om de 'zorgtoeristen' mee aan te spreken. Deskundigheid en betrokkenheid zijn de sleutelwoorden voor het succesvol aanboren van deze markt.

Voorwoord

Deze rapportage is geschreven ter afsluiting van de afstudeerrichting manager recreatie-onderneming (MRO), van de opleiding functiegericht toerisme en recreatie (FBTR) aan de NHTV, internationaal hoger onderwijs Breda. Na het behalen van mijn middelbaar toeristisch en recreatief (MTRO) diploma en een aantal jaren in de recreatiebranche gewerkt te hebben was ik ervan overtuigd dat ik een hoger niveau aan zou kunnen! Het was direct duidelijk dat MRO het beste bij me past aangezien hier mijn passie ligt. Nu ben ik dan eindelijk op het punt beland waar ik al die jaren naar toe heb gewerkt, namelijk afstuderen. In deze rapportage presenteer ik het onderzoek dat ik van februari tot en met juni 2010 heb uitgevoerd voor de Zuidelijke Land- en Tuinbouworganisatie (ZLTO).

Nadat ik kenbaar had gemaakt dat ik in het kader van mijn afstuderen graag met de verdere professionalisering van het plattelandstoerisme aan de slag zou willen, kwam ik in contact met Henk Kusters en later ook Marianne van der Heijden van de ZLTO. Henk Kusters is specialist op het gebied van plattelandstoerisme en Marianne van der Heijden in de sector landbouw en zorg, beide zijn ze werkzaam op de afdeling belangenbehartiging. Naar aanleiding van de door hen gesignaleerde latente behoefte aan mogelijkheden op het gebied van zorgtoerisme onder de ZLTO leden, is dit onderzoek ontstaan. Deze opdracht was onderdeel van het project GROEI.kans!: “In GROEI.kans! werken 24 partners in Nederland en Vlaanderen samen aan de professionalisering en innovatie van het multifunctioneel ruraal ondernemerschap”(www.zlto.nl).

Ik wil graag van deze gelegenheid gebruik maken om hen te bedanken voor de kennis, adviezen en de contacten uit hun netwerk, die zij met mij wilden delen. Verder wil ik mijn afstudeerbegeleider Martijn Smeenge bedanken voor zijn inzet om deze rapportage tot een goed resultaat te brengen. Mijn dankwoord gaat ook uit naar mijn vriendinnen en in het bijzonder mijn zus en mijn vriend, omdat zij altijd een luisterend oor waren tijdens de frustratiemomenten die ik heb beleefd bij het afstuderen en het geduld hadden om mij erdoor heen te slepen! Als laatste wil ik graag mijn ouders bedanken, die mij al die jaren gesteund hebben om dit punt te bereiken.

Ik hoop dat u het met veel interesse en plezier zult lezen!

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	v
Voorwoord	vii
Verklarende woordenlijst.....	3
Hoofdstuk 1 Inleiding	5
1.1 Achtergrond multifunctionele landbouw.....	5
1.2 Doel- en vraagstelling.....	8
1.3 Leeswijzer	9
Hoofdstuk 2 Conceptueel kader.....	10
2.1 Zorgtoerisme	10
2.1.1 Doelgroepen.....	13
2.2 Beleving van het platteland.....	14
2.3 Gezond door de groene ruimte.....	17
2.4 Trends en ontwikkelingen omtrent toerisme en zorg.....	18
2.5 Conclusies.....	20
Deel 1 Behoeftenonderzoek.....	22
Hoofdstuk 3 Accommodaties in de groene ruimte	22
3.1 Inventarisatie van de huidige situatie	26
3.2 Voorkeur van de ondernemer.....	29
3.3 Investeringsbereidheid.....	30
3.4 Conclusies.....	32
Hoofdstuk 4 De zorgtoeristen	35
4.1 Mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking.....	36
4.2 Senioren.....	41
4.3 ‘Mensen uit balans’	45
4.4 ‘Fit en vitaal leven’	47

4.5 Conclusies.....	49
Deel 2 Wat te doen?.....	52
Hoofdstuk 5 Bestaande initiatieven	52
5.1 Zorg-plattelandstoeristische voorbeelden	52
5.2 Zorgtoerisme-concepten in andere provincies	57
5.3 Conclusies.....	59
Hoofdstuk 6 Aan de slag!.....	61
6.1 De familie Jansen met z'n allen op vakantie	62
6.2 Opa en Oma Boersma toch nog samen op vakantie	65
6.3 Tips en Tricks	66
Hoofdstuk 7 Conclusies & Aanbevelingen.....	68
Literatuurlijst/ Bronvermelding.....	I
Bronnenlijst figuren en tabellen.....	III
Bijlage 1 Enquête voor de ondernemers.....	IV
Bijlage 2 Vragenlijsten zorgtoeristen.....	XII
Bijlage 3 Adressen reisorganisaties	VI

Verklarende woordenlijst

Alterra (Wageningen UR)

“Alterra verricht strategisch en toegepast onderzoek ten behoeve van beleid, beheer en ontwerp van de groene ruimte op lokale, regionale, nationale en internationale schaal. Alterra maakt deel uit van Wageningen University & Research centre” (Volgens: www.alterra.wur.nl)

Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten (AWBZ)

Op grond van deze wet kan men bijzondere ziektekosten, kosten die niet door de zorgverzekering vergoed worden, vergoed krijgen. Dit geldt onder andere voor de kosten voor: revalidatie, de algemene thuiszorg, bijzonder (zieken)vervoer en de kosten voor langdurige opname in het ziekenhuis, of inrichting, of een verpleeg- of verzorgingstehuis. Om in aanmerking te komen voor deze AWBZ-zorg moet er een medische reden aanwezig zijn waardoor iemand bij bepaalde activiteiten hulp en/of ondersteuning nodig heeft. Het onafhankelijk bestuursorgaan Centrum indicatiestelling zorg (CIZ) verleend zo'n AWBZ- indicatie. Nadat de indicatie is gesteld wordt de zorg geregeld via zorgkantoren. (Naar www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/algemene-wet-bijzondere-ziektekosten-awbz)

LEI (Wageningen UR)

Het LEI ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven sociaaleconomische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en de groene ruimte. De afkorting stond altijd voor het ‘Landbouw Economisch Instituut’. Inmiddels maakt het deel uit van Wageningen Universiteit en Researchcentrum. (Naar: www.lei.wur.nl)

Mantelzorg

Mantelzorg is de zorg voor chronisch zieken, gehandicapten en hulpbehoevenden door familieleden, vrienden, kennissen en buren: ‘naasten’. Kenmerkend is de bestaande persoonlijke band tussen de mantelzorger en zijn of haar naasten.

Multifunctionele landbouw

Multifunctionele Landbouw is een zich steeds verder uitbreidende vorm van landbouw, waarbij agrarische ondernemers hun onderneming verbreden door naast de primaire, agrarische, producten ook andere (maatschappelijke) producten of diensten aan te bieden (Caron-Flinterman et al., 2010) Het gaat bijvoorbeeld om activiteiten op het gebied van recreatie, educatie, natuurbeheer, zorg en de verkoop van streekproducten. Dit wordt ook wel verbrede landbouw genoemd.

Het platteland

Erg simpel gezegd wordt er met platteland het land wat buiten de steden ligt aangeduid, met andere woorden: het landelijke gebied is het gebied dat buiten de bebouwde kom ligt. Ook het begrip groene ruimte wordt regelmatig gebruikt om landelijke gebieden mee aan te duiden. Een eenduidige definitie van dit begrip bestaat niet, maar dat hoeft dit begrip ook niet omdat men wel ‘aanvoelt’ wat ermee bedoeld wordt.

Plattelandstoerisme of agrotourisme

Beide begrippen impliceren dat het om kleinschalige en extensieve vormen van recreatie en toerisme gaat waarbij de beleving van het platteland en zijn cultuur centraal staat. Bij plattelandstoerisme worden door toeristische ondernemers activiteiten op het gebied van (dag- en/of verblijfs)recreatie en/of evenementen in het landelijk gebied aangeboden. Het begrip agrotourisme omvat het toerisme naar agrarische gebieden met voor toeristen opengestelde landbouwbedrijven: agrotourisme is dus specifiek gekoppeld aan agrarische activiteiten dan plattelandstoerisme.

Product-marktcombinatie (PMC)

Eén product of één dienst is vaak voor meerdere doelgroepen (markten) interessant. In een product-marktcombinatie gaat het om het definiëren van één of meerdere markten (afzetgebieden of doelgroepen) en de producten en/of diensten die de organisatie aanbiedt om de 'vraag' van de doelgroepen te kunnen beantwoorden. Hoe gedetailleerder de verschillende doelgroepen omschreven worden, des te beter kan daar een product of dienst aan gekoppeld worden. (Naar: www.businessbox.nl/de-product-markt-combinatie.nl)

Respijtzorg

Respijtzorg is zorg aan een zorgbehoevende, met als doel om diens mantelzorger(s) te ontlasten en vrijaf te geven. Het is een verzamelbegrip voor voorzieningen, die tijdelijk, beroepsmatig of vrijwillig de mantelzorg overnemen, en zo dus respijt verlenen.

Zorgboerderij

Een agrarisch bedrijf dat naast de agrarische werkzaamheden ook ruimte biedt aan mensen die hulp in de vorm van zorg, rust, of begeleiding nodig hebben. Men onderscheidt vaak twee soorten. Ten eerste de productiegerichte zorgboerderij waar de efficiënte landbouwproductie centraal staat, de zorg wordt dan ingepast in de bedrijfsvoering. Ten tweede de bedrijven waar juist de zorgfunctie centraal staat en waar de landbouwproductie daarop aangepast wordt. (Naar: "Een echte boerderij met een echte boer").

Zorgtoerisme

Origineel is het begrip zorgtoerisme ontstaan om de toestroom van patiënten uit het ene land naar het andere land, om daar gebruik te maken van medische voorzieningen, aan te duiden. Tegenwoordig worden ook mogelijkheden zijn voor mensen die in een prettige omgeving willen herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte (i.p.v. in het ziekenhuis) en de vakantiemogelijkheden voor mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking of een chronische ziekte met zorgtoerisme betiteld. (Naar de tekst op: www.zorgklanten/wat-is-zorgtoerisme.nl)

Zorgtoerist

Een toerist is iemand die voor zijn plezier reist en enige tijd ergens anders dan thuis verblijft. Dat kan een dag of langer zijn. Wanneer iemand vanwege beperkingen en/of gezondheidsproblemen niet zelfstandig kan reizen of ergens anders kan verblijven, wordt hij of zij een zorgtoerist genoemd.

Hoofdstuk 1 Inleiding

Deze rapportage is het resultaat van een onderzoek naar de mogelijkheden om zorgtoerisme te integreren in het huidige aanbod van de plattelandstoeristische accommodaties, in de provincie Noord-Brabant. Met de resultaten uit het onderzoek kunnen de plattelandsondernemers hun huidige markt gaan verbreden met doelgroepen die tot het zorgtoerisme gerekend kunnen worden, om zo de bezettingsgraad te verbeteren en hiermee ook een hogere omzet te kunnen genereren. Om te kunnen begrijpen hoe de behoefte naar dit onderzoek is ontstaan wordt eerst het onderwerp multifunctionele landbouw toegelicht. Daarna wordt de doel- en vraagstelling gedefinieerd. Tot slot volgt er een leeswijzer voor deze rapportage.

1.1 Achtergrond multifunctionele landbouw

De multifunctionele landbouw is een ontwikkeling in de landbouw die is ontstaan door veranderingen in de samenleving en de eisen die de samenleving stelt aan de landbouw. Deze veranderingen zijn bijvoorbeeld de veranderende productiefactoren (stijgende arbeidskosten en grondprijzen), technologische ontwikkelingen en gevolgen van de huidige productiewijzen op het milieu. Of heel concreet gesteld: De multifunctionele tak op een agrarisch bedrijf ontstaat vaak vanuit ‘armoede’ die bijvoorbeeld is ontstaan doordat schaalvergroting of intensivering niet (meer) mogelijk was omdat het bedrijf (inmiddels) werd ingesloten door natuurgebieden of door te dicht naderende dorpskernen. Tevens kan de uitbraak van dierziektes op het bedrijf een reden voor de ondernemer zijn om andere activiteiten op het bedrijf op te starten. De multifunctionele landbouw wordt in toenemende mate een bedrijfsstrategie voor agrariërs in Nederland. Behalve dat het een extra inkomen kan opleveren, verbetert het de relatie tussen boeren en burgers. Daarnaast versterkt het de vitaliteit van het platteland (Roest & Schouten, 2009). Want: “de sector verbindt de maatschappij met het platteland en verbindt ook agrarische ondernemers met de maatschappij”, zo staat geschreven op de website van de “Taskforce Multifunctionele Landbouw” (www.multifunctionelelandbouw.nl). De multifunctionele landbouw draagt daarnaast bij aan het leefbaar houden van het platteland, door meer en nieuwe (economische) activiteiten in het buitengebied te ontwikkelen. Met die activiteiten zorgt de ondernemer ervoor dat zijn bedrijf, klaar voor de toekomst is.

Zoals uit de definitie van de term multifunctionele landbouw op de verklarende woordenlijst al duidelijk wordt, zijn er veel verschillende verbrede takken in de agrarische sector te omschrijven. Ook deze ‘takken’ kennen weer veel verschillende vormen, doordat de diversiteit van de aangeboden activiteiten voor een (groot) deel wordt bepaald door de verschillende doelgroepen waar het bedrijf zich op richt. Voor dit onderzoek is het alleen van belang om de takken toerisme en zorg uitvoeriger te omschrijven. Daarna wordt er nog nader ingegaan op de ontwikkeling van het aantal multifunctionele bedrijven in de provincie Noord Brabant.

Toerisme als verbredingsactiviteit

Eigenlijk worden in alle onderzoeken verbredingsactiviteiten, zoals het exploiteren van een (mini) camping, het verhuren van (diverse soorten) accommodaties, rondleidingen, excursies en kleinschalige verkoop van (streek)eigen producten, (allemaal) onder de noemer recreatie of zelfs toerisme geplaatst. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen dag- en verblijfsrecreatie of toerisme. Dit geldt ook voor het rapport “Bedrijfsontwikkelingen in zorg en recreatie in de agrarische sector – Aspecten rond investeringen en financiering” van het LEI (Wageningen UR). Volgens de auteurs van dit rapport is het aantal agrarische bedrijven met (alle bovengenoemde) vormen van recreatie tussen 2003 en 2005 met bijna 400 bedrijven (circa 16%) toegenomen tot ruim 2.800 bedrijven in Nederland (Oltmer et al., 2007). Het is daarom niet mogelijk om hier uitspraken te doen over enkel en alleen het plattelandstoerisme, de verblijfsrecreatie. De volgende informatie in dit hoofdstuk gaat daarom over alle verbredingsactiviteiten in de sector recreatie, in het vervolg van de rapportage zal alleen gesproken worden over plattelandstoerisme.

Vaak is niet het meer kunnen uitbreiden van de (primaire) agrarische tak van het bedrijf, bijvoorbeeld doordat er een bouwstop opgelegd wordt door de bestemmingsplannen van de gemeente, nog steeds een drijfveer voor de ondernemers om te starten met het aanbieden van recreatieve activiteiten op het bedrijf (Oltmer et al., 2007). Eveneens kan de opleiding en/of interesse van de partner een beweegreden zijn, om het bedrijf te gaan verbreden.

Uit het onderzoek van het LEI blijkt dan ook dat het er in de praktijk vaak op neer komt dat: “de boerin de boekingen regelt, de gasten verwelkomt, schoonmaakwerkzaamheden doet en met de gasten afrekent” (ibid.:23). Daarnaast komt in dit rapport naar voren dat maar een klein deel van de bedrijven ‘een goede boterham’ met de recreatietak weet te verdienen. De ondernemers halen de meeste ‘winst’ uit de “imagoverbetering voor de sector” en “het eigen werkplezier” (ibid.:24). Daarnaast blijkt uit hetzelfde onderzoek dat de markt voor plattelandstoeristische accommodaties zo goed als verzadigd is (ibid.). Ook in het rapport “Samenvatting marktverkenning Groei.kans! Kleinschalig verblijf op het platteland” (Van Nuland et al., 2009) komen de auteurs tot deze conclusie. Daarbij wordt vermeld dat binnen dit segment wel groeimogelijkheden in bepaalde nichemarkten zijn, maar er is: “toenemende aandacht nodig voor de vorming van het aanbod en het verhaal van de locatie: de nadruk moet liggen op de specifieke kwaliteit en de authenticiteit van de locatie” (Van Nuland et al., 2009:12). In hoofdstuk twee, het conceptueel kader wordt hier verder op ingegaan.

Zorg als verbredingsactiviteit

Zorg is een relatief jonge tak in de landbouw, maar wel één die zich de laatste jaren sterk ontwikkelt. De zorgboerderijen zijn het bekendste voorbeeld uit deze tak. Het aantal zorgboerderijen is de afgelopen jaren hard gestegen en ook de diversiteit van de doelgroepen is toegenomen (Hassink, 2006).

Dit komt volgens de “Verenigde Zorgboeren”¹ aan de ene kant doordat “er in de zorg steeds meer vraag is naar zorg op maat en een zo ‘gewoon’ mogelijk leven voor iedereen”(www.zorgboeren.nl). Aan de andere kant is de landbouw opzoek naar nieuwe mogelijkheden. De afgelopen tien jaar bleef het aantal zorgboerderijen in Nederland alsmaar doorgroeien. Het volgende overzicht is gemaakt aan de hand van cijfers van de “Verenigde Zorgboeren”:

Tabel 1: Aantal zorgboerderijen in Nederland Bron: www.zorgboeren.nl

Jaar:	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Aantal zorgboerderijen:	214	323	372	432	591	720	839	944	1088

Uit deze gegevens blijkt dat het aantal zorgboerderijen in de afgelopen tien jaar vervijfvoudigd is! Maar het zou ook kunnen zijn dat zorgboerderijen eerst niet allemaal bekend waren om mee te kunnen nemen in telling of omdat ze eerst onder de multifunctionele tak recreatie gerekend werden. Desalniettemin is het aantal zorgboerderijen sterk toegenomen.

De manier waarop de ‘boer en boerin’ de agrarische werkzaamheden en de zorg combineren verschilt per bedrijf. Op de ene zorgboerderij staat de zorg om de cliënten centraal, terwijl bij een ander bedrijf de zorg ingepast wordt in een bedrijfsvoering waarin de efficiënte landbouwproductie centraal staat (Noorduyn, 2008). De meeste boerderijen richten zich op een bepaalde groep mensen, dit zijn vaak de volgende doelgroepen:

- Mensen met een verstandelijke en/of lichamelijke beperking
- Mensen met psychische of sociale problemen
- (Ex-)verslaafden
- (Ex-)gedetineerden (waaronder taakgestraften)
- (Dementerende) ouderen
- Mensen met autisme
- Mensen met niet aangeboren hersenletsel (n.a.h.)
- Mensen met een grote afstand tot de arbeidsmarkt
- Jongeren met leer- of opvoedingsmoeilijkheden
- Mensen die in een burn-out zijn geraakt

Er zijn ook zorgboerderijen die bewust kiezen voor een 'mix' van doelgroepen. In de praktijk blijkt dat verrassend goed te werken(Hassink, 2006). Men heeft inmiddels vastgesteld dat mensen met een verstandelijke beperking en mensen met een verslavingsachtergrond vaak heel goed samen kunnen werken en veel van elkaar kunnen leren. Verwacht wordt dat het aantal zorgboerderijen en de diversiteit in functies en doelstellingen verder zal toenemen. Zorgboerderijen zullen naast de klassieke dagbesteding (arbeid) en opvang steeds vaker trajecten gericht op re-integratie, coaching, en/of vakantiearrangementen aan gaan bieden.

¹ De “Verenigde Zorgboeren” is een organisatie die zich op alle mogelijke landbouw-zorgcombinaties in Nederland. Hun doel is om perspectievolle initiatieven op het gebied van landbouw en zorg te ondersteunen, stimuleren en promoten.

Ontwikkeling multifunctionele bedrijven in Noord-Brabant

Net zoals in de hiervoor genoemde landelijke ontwikkelingen kan er, naar aanleiding van het overzicht in onderstaande tabel, gesteld worden dat ook het aantal zorgboerderijen in Noord-Brabant flink is toegenomen en dat het aantal agrarische bedrijven met een recreatie tak de laatste jaren iets teruggelopen is. De in tabel twee weergegeven cijfers zijn in opdracht van de “Taskforce Multifunctionele Landbouw” door het LEI in kaart gebracht, om de provincies inzicht te geven in de ontwikkeling van het aantal multifunctionele agrarische bedrijven:

Tabel 2: Verhouding van de verbrede activiteiten t.o.v. alle multifunctionele bedrijven in Noord-Brabant
Bron: LEI-nota 09-021, augustus 2009

Ontwikkeling van het aantal bedrijven met verbreding ten opzichte van het aantal landbouw-bedrijven in provincie Noord-Brabant, 2003-2007						
	2003		2005		2007	
	Aantal bedrijven	% totaal aantal landbouw-bedrijven	Aantal bedrijven	% totaal aantal landbouw-bedrijven	Aantal bedrijven	% totaal aantal landbouw-bedrijven
Zorgboerderijen	54	0,4	87	0,6	98	0,7
Verkoop	1.082	7,1	875	6,0	512	3,7
Verwerking	154	1,0	146	1,0	87	0,6
Natuurbeheer a)	-	-	723	5,0	359	2,6
Recreatie	328	2,2	391	2,7	331	2,4
Totaal landbouw-bedrijven	15.136		14.521		13.658	
a) Van 2003 is het voor agrarisch natuurbeheer niet mogelijk te splitsen naar provincie. Bron: CBS-Landbouwteiling, bewerking LEI.						

Ten opzichte van 2003 is het aantal zorgboerderijen in 2007 bijna verdubbeld. Als de bedrijven met een recreatietak in 2003 en 2007 met elkaar vergeleken worden, kan er worden geconstateerd dat die aantallen redelijk stabiel zijn, terwijl dat aantal bedrijven in 2005 nog wel een stuk hoger lag. Of de terugloop in het plattelandstoerisme en de toename in het aantal zorgboerderijen een verschuiving is van ondernemers die eerst activiteiten op het gebied van toerisme aanboden en zich nu op zorg richten, kan op basis van de geraadpleegde literatuur kan niet worden aangetoond.

1.2 Doel- en vraagstelling

Het doel van dit onderzoek is inzicht verkrijgen in de mogelijkheden van de combinatie plattelandstoerisme en zorg, door het in kaart brengen van de behoeften van plattelandstoeristische ondernemers met betrekking tot de ontwikkeling van hun bedrijf en het in kaart brengen van de wensen, behoeften en eisen ten aanzien van een verblijf op het platteland voor de zorgdoelgroepen. Uit die informatie zal blijken of en hoe de wensen en behoeften van zorgtoeristen overeenkomen met de mogelijkheden die plattelandsondernemers aan zouden willen en kunnen bieden. Met die resultaten kunnen er dan nieuwe product-marktcombinaties (PMC's) gedefinieerd worden.

De centrale vraag voor dit onderzoek luidt:

In hoeverre biedt ondernemen in toerisme én zorg kansen voor plattelandsondernemers in de Provincie Noord-Brabant en welke PMC's ontstaan er door deze combinatie?

Bovendien wordt er onderzocht of deze (nieuwe) PMC's effectief gerealiseerd kunnen worden en zo ja hoe er dan invulling aan die combinatie gegeven kan worden.

De volgende deelvragen zijn opgesteld om de centrale vraag te kunnen beantwoorden:

1. Wat is zorgtoerisme en welke (sub)doelgroepen zijn er te onderscheiden?
2. In hoeverre zouden zorgtoerisme en plattelandstoerisme een geslaagde combinatie kunnen zijn?
3. Welke mogelijkheden biedt het Brabantse plattelandstoerisme voor de zorgdoelgroepen?
4. Hoe kijken plattelandstoeristische ondernemers aan tegen de mogelijkheden van het aantrekken van de doelgroepen van het zorgtoerisme?
5. Wat zijn de wensen en behoeften van de zorgdoelgroepen?
6. Welke initiatieven bestaan er reeds op het gebied van zorgtoerisme in de multifunctionele landbouw sector?
7. Hoe kunnen de nieuw te ontwikkelen PMC's het beste (operationeel) uitgewerkt en in de markt gezet worden? (Oftewel: Welke aanpassingen zijn er qua inrichting, dienstverlening en bedrijfsvoering nodig?)

1.3 Leeswijzer

Het onderzoek en daarmee ook de rapportage bestaat uit twee delen. De eerste stap is een onderzoek naar de behoefte en haalbaarheid van de combinatie plattelands- en zorgtoerisme. In deel één wordt onderzocht of plattelandsondernemers bereid zijn - en het interessant vinden om zich naast de bestaande 'gangbare' doelgroepen ook op de zorgtoeristen te gaan richten. Daarnaast wordt onderzocht of de behoefte bestaat bij de diverse doelgroepen (die tot het zorgtoerisme gerekend kunnen worden) om op het platteland te recreëren. Daaruit zal blijken of er een verband is tussen investeringsbereidheid van de ondernemers enerzijds en de (vakantie)wensen van de doelgroep anderzijds. Hieruit wordt duidelijk in hoeverre deze zaken overeenkomen.

Na afronding van deel één is bekend waaraan behoefte is. Aan de hand van deze informatie kunnen in deel twee de (nieuwe) PMC's beschreven worden. Ter inleiding daarop worden er in hoofdstuk vijf een aantal bedrijven belicht die de mogelijkheden van de boerderij en haar omgeving al gecombineerd hebben met zorgtoerisme. Vervolgens worden er (een aantal) PMC's omschreven. Deze worden gebaseerd op de daar aan voorafgaande geschetste fictieve scenario's. Daarna worden de PMC's, verder uitgewerkt aan de hand van de marketingmix, de vijf P's. Tenslotte wordt er een aantal 'tips en tricks' gegeven om PMC te kunnen operationaliseren.

Voorafgaand aan deel één, het behoeftenonderzoek, wordt het fundament van dit onderzoek beschreven in hoofdstuk twee: het conceptueel kader. Hierin wordt de achtergrondinformatie die nodig is om deze rapportage in het juiste perspectief te plaatsen, beschreven.

Hoofdstuk 2 Conceptueel kader

In dit hoofdstuk wordt, vanuit verschillende invalshoeken, antwoord gegeven op de deelvraag “In hoeverre zouden zorgtoerisme en plattelandstoerisme een geslaagde combinatie kunnen zijn?”. Aan de hand van verschillende theorieën wordt bekeken of zorgtoerisme een passende nieuwe marktkans voor het plattelandstoerisme kan zijn. Om deze vraag te kunnen beantwoorden wordt er eerst dieper ingegaan op het begrip zorgtoerisme, daarna worden de kenmerkende aspecten van het platteland door de ogen van de consumenten besproken. Vervolgens wordt het zichtbaar welke typische factoren aan beide kanten overeenstemmen en elkaar zouden kunnen versterken. Nu wordt deze vraag alleen theoretisch benaderd. Op de meer praktische aspecten van beide kanten, van platteland- en zorgtoerisme, wordt ingegaan in deel één, het behoeftenonderzoek.

2.1 Zorgtoerisme

De Van Dale definieert toerisme als “het reizen ter ontspanning”. Men denkt bij toerisme ook vaak aan vakantie, rust, ontspanning en genieten. Dit zijn ook belangrijke kernwaarden die bij zorgtoerisme centraal staan. Maar een eenduidige definitie van het begrip zorgtoerisme bestaat niet. Iedereen heeft andere associaties bij deze term. Vaak wordt de term zorgtoerisme alleen geassocieerd met ‘zorgshoppen’² in het buitenland, waar op de definitielijst ook al naar is verwezen.

Om de term zorgtoerisme te definiëren kan de gebruikelijke indeling die wordt gehanteerd binnen de gezondheidszorg, gedeeltelijk toegepast worden, want ook binnen de gezondheidszorg is sprake van een grote variatie aan zorgverlenende organisaties. In de gezondheidszorg wordt onder andere onderscheid gemaakt tussen (Boot, 2007):

- *Preventie*: gericht op voorkomen van ziektes, gebreken en gezondheidsklachten
- *Cure*: gericht op genezing en herstel
- *Care*: gericht op verzorging

Nu kan het begrip zorgtoerisme toegelicht worden aan de hand van deze indeling:

- *Preventie*: in een toeristische setting ervoor zorgen dat mensen gezond blijven door enerzijds de gezondheid te bevorderen en anderzijds door de gezondheid te beschermen.
- *Cure*:
 - o *Genezing*: mensen die een medische behandeling, therapie of het volgen van een kuur willen combineren met een vakantie
 - o *Herstel*: mensen die in een prettige ambiance willen herstellen van een operatie of ziekte.
- *Care*: Het ‘verzorgen’ van een vakantie die aangepast is voor mensen met een beperking, een chronische ziekte, enz.

² ‘Patiënten’ die kosten willen besparen, lange wachtlijsten omzeilen en/of over de grens betere zorg kunnen krijgen/ verwachten. www.zorgklanten.blogspot.com

Vanuit deze indelingen gezien kan worden gesteld dat zorgtoerisme eigenlijk bestaat uit twee vormen, namelijk gezondheidstoerisme en aangepaste vakanties. Gezondheidstoerisme bestaat weer uit twee richtingen, één gericht op genezing en één op preventie (Mueller & Kaufmann, 2001). De vorm aangepaste vakanties kan gekoppeld worden aan de discipline care, want deze voldoen in de behoefte aan ontspanning voor mindervaliden en chronisch zieken. Het volgende figuur illustreert de verschillende richtingen binnen het zorgtoerisme:



Figuur 1: Verschillende vormen zorgtoerisme

Gezondheidstoerisme

Zoals af te leiden is uit de indeling van de gezondheidszorg, richt gezondheidstoerisme zich op de genezing en het herstel van zorgtoeristen (/patiënten). Of biedt het toeristen de mogelijkheid om, tijdens de vakantie, preventief te werken aan gezondheidsklachten en/of andere gebreken. Met andere woorden, gezondheidstoerisme valt uiteen in twee verschillende richtingen, namelijk medisch toerisme voor 'zieke' mensen (patiënten) en wellness-toerisme voor 'gezonde' mensen (Mueller & Kaufmann, 2001). Onder medisch toerisme vallen de geneeskundige (schoonheids)behandelingen, operaties en ingrepen in combinatie met een verblijf in een toeristische omgeving.

Wellness-toerisme is een vorm van toerisme ter bevordering van de fysieke en/of mentale gezondheid. Om dit fenomeen verder te kunnen beschrijven en omdat het begrip wellness tegenwoordig voor vele doeleinden gebruikt wordt, wordt deze term eerst uitgelegd. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de informatie uit de "MarketScan Wellness" (2008) uitgegeven door Het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC)³.

³ Het NBTC is de organisatie die zich bezighoudt met de marketing van Nederland in binnen- en buitenland. NBTC heeft tot doel het toeristisch en zakelijk reisverkeer naar en in Nederland te bevorderen. (Naar: www.nbtc.nl/overnbtc/wat_doet_nbtc)

Oorspronkelijk komt het woord 'wellness' uit de fitnesswereld en het is ontstaan uit de Engelse woorden "wellbeing" en "fitness". Inmiddels is het een containerbegrip geworden en wordt er voor de uitleg van het begrip vaak de volgende afbeelding gebruikt:



Figuur 2: Vier kwadranten van wellness Bron: Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, 2005

De rechterkant van de afbeelding toont 'wellness door ontspanning'. Dit is de passieve vorm, gericht op rust en geestelijk welzijn. Aan de linkerkant van het figuur wordt de 'wellness door inspanning', de actieve vorm, afgebeeld. Naast deze tweedeling spelen er nog twee dimensies een rol. Op de beide bovenste plaatjes wordt de emotionele dimensie weergegeven, het ervaren en beleven. Hier tegenover staat het doelgericht bezig zijn, dit is de functionele dimensie en deze is onderin afgebeeld. Wellness is dus een combinatie van actief en passief werken aan gezondheid en welzijn, aan het lichamelijk en geestelijk welbevinden. Dit kan bijvoorbeeld door te ontspannen in een saunathermencomplex, een beautysalon of een SPA, in combinatie met actieve beweging zoals wandelen, sporten en gezonde voeding.

Het is zeer gebruikelijk dat verschillende vormen van wellness- en medisch toerisme tegelijkertijd ingezet worden maar deze mogen niet met elkaar worden verward. Waar bij wellness 'genieten' centraal staat, staat bij het medisch toerisme het herstellen en/of behandelen centraal.

Aangepaste vakanties

Aangepaste vakanties, ook wel zorgvakanties genoemd, zijn in deze opzet ook een onderdeel van zorgtoerisme, omdat hierin de tak van de gezondheidszorg care centraal staat. Zorgtoerisme is dus ook het toegankelijker maken van vakanties voor mensen met een beperking.

Veel vakantieadressen hebben geen speciale accommodaties daarom kan het vinden van het juiste vakantieadres voor mensen met een beperking een behoorlijke zoektocht zijn. Maar mogelijkheden voor aangepaste vakanties zijn er wel. Er zijn speciale reisorganisaties voor mensen met een verstandelijke of lichamelijke beperking. Ook zijn er zeer gespecialiseerde reisorganisaties bijvoorbeeld voor visueel gehandicapten. Het aanbod van dit soort reisorganisaties bestaat voornamelijk uit begeleide groepsreizen.

2.1.1 Doelgroepen

Een doelgroep is een groep potentiële consumenten met bepaalde overeenkomende sociale, culturele, economische en/of geografische eigenschappen. Er kunnen talloze verschillende doelgroepen onderscheiden worden. Vaak worden in het toerisme bij de doelgroepsegmentatie de demografische, sociale en/of economische eigenschappen van personen gehanteerd. Tegenwoordig wordt er steeds vaker gesegmenteerd op de meest bepalende levensstijl van mensen. Vanuit dit idee, en passend bij het onderwerp zorgtoerisme worden de doelgroepen in dit onderzoek gesegmenteerd op de medische eigenschappen van de toeristen. De overige eigenschappen van de zorgtoeristen (de sociale, culturele, economische en/of geografische eigenschappen) en daarmee de wensen en behoeften van de personen die wel samen binnen één van deze doelgroepen vallen, zullen zeker niet voor iedereen gelijk zijn. Verder zijn de eisen waaraan een geschikt vakantieverblijf en/of de omgeving aan zouden moeten voldoen per individu, zeer weer waarschijnlijk ook zeer divers en uiteenlopend. Toch zijn er ook wel degelijk overeenkomsten en zaken waaraan iedere persoon die tot één van deze doelgroepen gerekend kan worden behoefte heeft aan en dat staat centraal in het behoeftenonderzoek. De volgende doelgroepen staan in dit onderzoek centraal:

1. Mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking
2. Chronische zieken
3. Senioren
4. Mensen die moeten herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte
5. 'Mensen uit balans'
6. 'Fit en vitaal leven'

De groep mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking, is een doelgroep die vanzelfsprekend bij de vorm aangepaste vakanties hoort. Voor deze groep mensen is het niet zo gemakkelijk om op vakantie gaan als voor degene die zonder beperking door het leven gaan. Maar het is aannemelijk dat zij ook allemaal wel eens de behoefte zullen hebben om 'uit de sleur te raken' of gewoon lekker van de zon en de natuur te genieten in een andere omgeving dan 'thuis'.

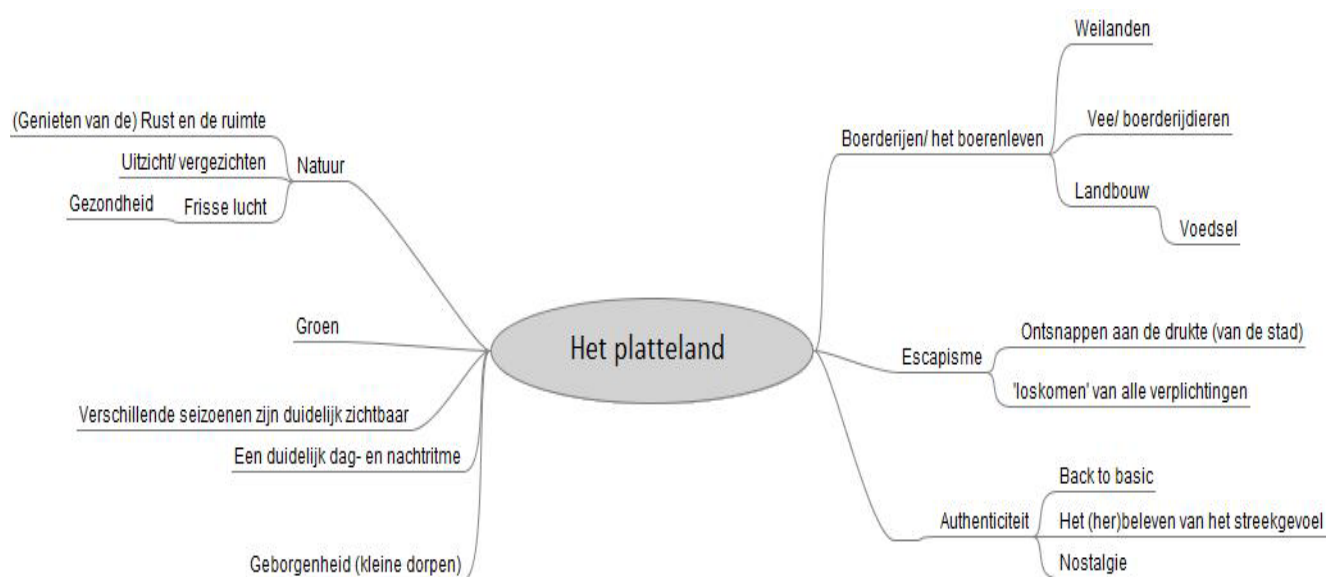
De doelgroep chronisch zieken kan zowel tot het gezondheidstoerisme of de aangepaste vakanties gerekend worden. Dat is geheel afhankelijk van de persoonlijke situatie van de toerist. Er zijn natuurlijk zeer verschillende chronische ziektes. Een aandoening zoals astma en aanverwante ziekte beelden past bij het meest thuis bij het medisch toerisme, omdat er over het algemeen gezien, niet veel fysieke aanpassingen aan de accommodatie nodig zijn, vergeleken bij mensen die leiden aan een ziekte zoals MS en daardoor gebonden zijn aan hun rolstoel. Zij kunnen daarom weer beter ondergebracht worden bij de vorm aangepaste vakanties.

In deze context wordt met de doelgroep (alleenstaande) senioren, de groep senioren bedoeld die niet meer (geheel) zelfstandig op vakantie kunnen gaan. De nadruk ligt dus niet op de zogenaamde 'actieve levensgenieters'. Het gaat om de (voornamelijk) 65 plussers die doordat zij specifieke zorg, die ze thuis gewend zijn te krijgen, en andere hulpmiddelen die zijn nodig hebben niet meer zo mobiel zijn.

De laatste drie doelgroepen behoren alle drie sowieso tot het gezondheidstoerisme. Met de doelgroep ‘Mensen die moeten herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte’ worden de mensen bedoeld waarvan de thuissituatie niet geschikt is voor rust en herstel na een ziekenhuisopname, maar waarvoor het herstel na een operatie of ingreep ook niet in het ziekenhuis of een revalidatiecentrum plaats hoeft te vinden. De term ‘mensen uit balans’ komt uit het rapport “Zorg voor hotels” (Logger, 2009) en moet gezien worden als een verzamelnaam voor een groep mensen waarvan het dagelijks functioneren verstoord wordt doordat zij last hebben van de gevolgen van stress, een burn-out of iets aanverwants. De groep ‘mensen uit balans’ wil en/of moet hiervoor behandeld worden. Deze doelgroepen vallen beide onder de richting medisch toerisme. Tot de doelgroep ‘fit en vitaal leven’ behoren de mensen die graag gebruik maken van wellness faciliteiten, geïnteresseerd zijn in yoga, meditatie e.d.. Vanzelfsprekend is dit een doelgroep die tot het wellness-toerisme gerekend kan worden. In hoofdstuk vier worden de wensen en behoeften van de verschillende doelgroepen beschreven.

2.2 Beleving van het platteland

In de mindmap, hieronder, is getracht de meest voorkomende associaties die men met het platteland heeft overzichtelijk en systematisch weer te geven. Al deze ‘voorstellingen’ komen voort uit een korte literatuurstudie:



Figuur 3: Mindmap plattelandsbeleving

Achtereenvolgens zullen nu een aantal van deze associaties nader toegelicht worden.

In de publicatie, “Platteland, ook voor uw vrije tijd!?” van het Ministerie van LNV en de Stichting Recreatie, Kennis- en Innovatiecentrum, is aan de hand van een consumentenplatform⁴ onderzoek gedaan naar hoe consumenten tegen het platteland aankijken en het platteland ervaren.

⁴ Dit opinieonderzoek is uitgevoerd door Survey marktonderzoek. De gegevensverzameling heeft plaatsgevonden in een landelijk representatieve steekproef van 552 personen van 18 jaar of ouder. De vragenlijst is telefonisch afgenomen, in de periode van 26 tot en met 28 januari 2005.

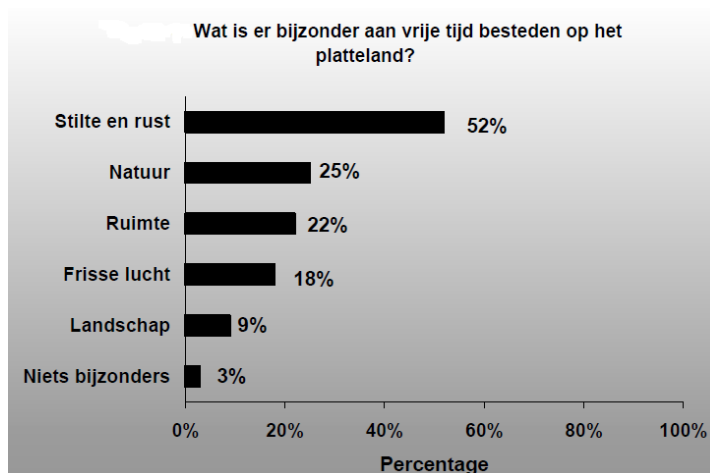
Aan de respondenten, van dit onderzoek zijn vijf stellingen voorgelegd over effecten van vrije tijdsbesteding op het platteland. De stellingen staan in de linker kolom van de onderstaande tabel. In de rechter kolommen staat aangegeven hoeveel van de ondervraagden het met de stelling eens of juist oneens zijn:

Tabel 3: Stellingen over de effecten van vrije tijdsbesteding op het platteland

Bron: LNV Consumentenplatform, 2005

Het is goed dat mensen hun vrije tijd op het platteland doorbrengen, want:	(Zeer) mee eens	Neutraal	Zeer (mee oneens)
...frisse lucht is goed voor mensen	93%	3%	4%
...dan gaan ze de natuur meer waarderen	88%	6%	5%
...dan blijven zij gezond	79%	8%	13%
...dat is goed voor de plattelandseconomie	73%	10%	13%
...dan krijgen boeren en stedelingen meer begrip voor elkaar	57%	16%	23%

De meeste mensen beschouwen de effecten van vrijetijdsbesteding op het platteland als positief. Ruim driekwart van de ondervraagden is van mening dat mensen gezond blijven door hun vrije tijd op het platteland te besteden en bijna iedereen vindt de frisse lucht van het platteland goed voor mensen. In datzelfde opinieonderzoek werd aan het panel voorgelegd wat men bijzonder vindt aan het platteland. De antwoorden op deze vraag zijn samengevat in de volgende diagram:



Figuur 4 Wat is er bijzonder aan vrije tijd op het platteland?

Bron: LNV Consumentenplatform, 2005

Veel associaties over het platteland komen voort uit hoe mensen een bezoek aan het platteland hebben ervaren of beter gezegd; hoe ze het platteland beleven. In het boek 'De beleveniseconomie' wordt een belevenis omschreven als "gebeurtenissen die mensen op een persoonlijke manier aanspreken" (Pine & Gilmore, 2005). Door de auteurs van dit boek wordt een belevenis gezien als een onderdeel van het economisch aanbod van een onderneming, net als goederen en diensten dus als een product. Volgens hen is er een verschil tussen het aanbieden van een dienst en een belevenis, waar vroeger de nadruk lag op het aanbieden van producten en daarna op diensten, nu is de tijd aangebroken om het accent te leggen op beleving.

De auteurs redeneren dat de ‘harde’ materiële behoeften van de consumenten van tegenwoordig voldoende bevredigd worden en dat ze daardoor nu de ‘zachte’ behoeften verwezenlijken, door middel van nieuwe ervaringen (Pine & Gilmore, 2005). Oftewel: ‘we hebben alles al en daarom willen we nu iets beleven’. Logischerwijs hebben belevenissen daarom een hogere economische waarde dan diensten, net zoals consumenten bereid zijn meer te besteden aan bijhorende diensten dan aan de goederen waarmee de dienst verricht wordt.

De twee begrippen ‘escapisme’ en ‘authenticiteit’ staan centraal in de uitleg over wat toeristen tegenwoordig willen beleven. Met escapisme wordt in dit verband de neiging om aan de werkelijkheid en het alledaagse leven, met de daarbij horende drukke verplichtingen, te ontvluchten aangeduid. Vandaag de dag zijn mensen meer en meer opzoek naar unieke ervaringen en belevenissen, om het gevoel te ervaren dat men even aan de werkelijkheid kan ontsnappen om zich zo (even) te kunnen onttrekken van het heden. Omdat men steeds meer opzoek gaat naar een voor hem of haar unieke én persoonlijk ervaring, is het belangrijk dat er ingespeeld wordt op de emoties van de consumenten. Het begrip authenticiteit is afgeleid van het woord authentiek en dat betekent volgens de Van Dale “gelijk aan het origineel” en “echt en daardoor betrouwbaar”. Met de behoefte aan ‘authenticiteit’ wordt aangegeven dat men vandaag de dag opzoek gaat naar oude waarden en een gevoel van nostalgie. Het ervaren van het streekgevoel en het gevoel terug te gaan in de tijd spreekt veel toeristen tegenwoordig (weer) aan.

Volgens diverse onderzoekers en trendwatchers kiest de toerist in 2010 daarom liever voor de kleiner en daarmee intiemere Bed & Breakfast in plaats van een groot en massaal hotel. De ‘luxe’ van de vakantie moet dan tot uiting komen in de authenticiteit van het verblijf en de omgeving zodat men er helemaal in op kan gaan en even kan ontsnappen uit de eigen ‘wereld’. Deze trends verwijzen dus indirect naar meer vraag naar accommodaties op het platteland en naar een groeiende belangstelling voor het platteland. Want het platteland wordt gezien als een plek waar men ‘back to basic’ kan gaan en kan ontsnappen aan de drukte in de stad, de hectiek van de dag of terug naar ‘vroeger’, zo werd duidelijk uit de associaties die mensen verbinden aan het platteland. In de “Samenvatting marktverkenning Groei.kans! - Kleinschalig verblijf op het platteland” is beschreven dat de belangrijkste redenen om (in de toekomst) te kiezen voor een vakantie op het platteland de kleinschaligheid, de gastvrijheid c.q. persoonlijke aandacht en de prijs van de accommodatie is (Nuland et al., 2009). Het plattelandtoeristische aanbod is overwegend kleinschalig en daarom biedt het de mogelijkheid voor maatwerk en het inspelen op de behoefte aan unieke ervaringen.

Tegenwoordig wil men meer en meer aan activiteiten deelnemen, in plaats van alleen toe te kijken om het gevoel dat men daadwerkelijk iets beleefd te kunnen versterken. Met diverse initiatieven wordt er ook al ingespeeld op deze nieuwe wensen van de consument. Op verschillende plaatsen worden evenementen, open dagen, workshops, de meest uiteenlopende overnachtingsmogelijkheden, verkoop van hoeve- en streekproducten en overige dag- en verblijfsarrangementen georganiseerd. In dit onderzoek wordt bekeken of de ‘hang naar’ de rust en ruimte van het platteland ook door de zorgtoeristen aangegeven wordt.

2.3 Gezond door de groene ruimte

In de vorige paragraaf werd al verwezen naar het consumentenonderzoek waarin de betekenis van het platteland onder de bezoekers centraal stond. Daaruit bleek dat het buitenleven op het platteland vaak wordt gezien als een plaats waar men nog stilte en rust kan vinden. Daarnaast is het voor mensen ook een plek waar men de eenvoud van het leven kan voelen omdat de seizoenen het levensritme bepalen, in plaats van dat de mensen door allerlei andere verplichtingen geleefd worden. Al van oudsher hebben mensen een heilzame werking toegekend aan de groene omgeving (Hassink, 2006). Maar door welke invloeden komt dat? En hoe kunnen deze gezondheidsbevorderende effecten onderbouwd en verklaard worden?

Er zijn veel theorieën ontwikkeld over gezondheidsbevorderende factoren. Een zeer bekend voorbeeld hiervan is de behoeftehiërarchie naar de inzichten van de psycholoog Maslow (1974). De algemene basisbehoeften; de fysiologische behoeften, behoefte aan lichamelijke veiligheid en zekerheid, behoefte aan saamhorigheid (sociale contacten), behoefte aan waardering, erkenning en zelfrespect en de behoefte aan zelfverwerkelijking worden weergegeven in verschillende trappen in een piramide, zie hiervoor de onderstaande afbeelding. Als de fysiologische behoeften niet voldaan zijn is het, volgens deze theorie, zeer moeilijk of wordt het zelfs als onmogelijk gezien om een stapje hoger in de piramide te komen. Hoe meer de basisbehoeften voldaan zijn, des te hoger men in de piramide uitkomt (Maslow, 1974):



Figuur 5: Piramide van Maslow Bron: www.wikipedia.org

Vaak wordt de piramide van Maslow als uitgangspunt gebruikt, maar er zijn nog vele andere theorieën over de behoeften die mensen nodig hebben om gezond te blijven ontwikkeld. Hassink stelt in het boek “Gezond door landbouw en groen” (2006) dat uit al die theorieën afgeleid kan worden dat de gezondheid van een mens wordt bevorderd als aan drie basisvoorwaarden wordt voldaan. Deze voorwaarden zijn:

- “het ervaren van veiligheid,
- het ervaren van uitdaging,
- en het ervaren van verbondenheid.” (Hassink, 2006:142)

Door Alterra zijn er diverse onderzoeken en experimenten uitgevoerd naar de relatie tussen de natuur en gezondheid. In het rapport “Van buiten word je beter” wordt met de kennis uit wetenschappelijke onderzoeken, ervaringen uit de medische praktijk, persoonlijke verhalen en historische bronnen bevestigd wat eigenlijk wat iedereen al had aangenomen: de natuur is gezond!

Op basis van deze informatie kennen de auteurs de volgende gezondheidsfuncties aan de natuur toe (van den Berg et al., 2001):

- De natuur als bron van rust en ontspanning
- De natuur als bron voor verstandelijke en lichamelijke weerbaarheid
- De natuur als bron voor persoonlijke groei en betekenisverlening

De natuur als bron van rust en ontspanning

In dit essay stellen de auteurs dat het passief genieten van mooie natuur al voldoende kan zijn om negatieve gedachten te blokkeren en tot rust te komen (van den Berg et al., 2001). Men hoeft dus niet direct met de natuur in contact te komen om de rust en ontspanning daarvan te ervaren. Maar het ondernemen van activiteiten in de natuur plus de daarbij horende geuren en geluiden versterken de rustgevende werking wel (ibid).

De natuur als bron voor geestelijke en lichamelijke weerbaarheid

“Uit diverse onderzoeken blijkt dat een regelmatig verblijf in de natuur mensen kan helpen om de reële gevaren ervan beter in te schatten, en daarmee verhogen zij hun weerbaarheid” (van den Berg et al., 2001:42). Tegenwoordig vervreemden mensen meer van de natuur waardoor ze niet goed weten hoe ze om moeten gaan met de bedreigende aspecten ervan. Als mensen (met uiteenlopende achtergronden) zich gespannen, depressief of kwaad voelen, kiezen ze in grote meerderheid een groene bestemming om in te verblijven, blijkt uit verschillende Amerikaanse onderzoeken (Bussink, 2002).

De natuur als bron voor persoonlijke groei en betekenisverlening

Niet alleen tijdens survivaltochten in de ‘wildernis’, maar ook fiets- en wandeltochten in de groene ruimte lijken de persoonlijke groei te bevorderen en het zelfvertrouwen te versterken. Dit kan niet volledig onderbouwd worden met wetenschappelijke resultaten, de meeste informatie hierover is afkomstig uit de praktijk van therapeutische gezondheidszorg en persoonlijke ervaringen. Een coach en communicatieadviseur, die veel inspiratie haalt uit - en veel gebruik maakt van de natuur (in de begeleiding en ‘training’ van zijn cliënten) vat het mooi samen: “De natuur is voortdurend in verandering, groeit, sterft af en begint opnieuw. De schoonheid in elke fase is weldadig voor wie er voor openstaat. Is dit beeld niet een prachtige metafoor voor menselijke groei en ontwikkeling?” (www.samenlerennatuurlijk.nl/jettievanderhoud).

2.4 Trends en ontwikkelingen omtrent toerisme en zorg

Momenteel zijn er diverse ontwikkelingen in de Nederlandse bevolking te benoemen, zoals de vergrijzing en de groeiende vraag naar zorg. Deze ontwikkelingen in combinatie met de marktwerking in de zorg leiden ertoe dat de overheid en zorgverzekeraars doelmatiger met uitgaven voor de zorg om moeten gaan. Dat betekent onder andere dat er gezocht wordt naar nieuwe oplossingen, de zogenaamde ‘zorghotels’ zijn hier een voorbeeld van.

In het artikel “Zorghotel met zorg op maat sterk in opkomst” worden de verschillende soorten zorghotels beschreven. Deze kunnen als volgt samengevat worden: er zijn zorghotels die zich richten op de opvang en nazorg van patiënten die net uit het ziekenhuis of een kliniek komen, op mensen met een beperking waarvan hun mantelzorger tijdelijk afwezig is of op die mensen die voor een vakantie niet terecht kunnen in een regulier hotel. Intussen zijn er ook ‘gewone’ hotels die hun concept aangepast hebben en zich naast de toeristische - en zakelijke doelgroepen ook richten op zorgdoelgroepen. Deze hotels richten zich niet alleen op de zorgmarkt vanwege het beleid van de overheid en de zorgverzekeraars, maar vooral omdat de zorgtoeristen een interessante doelgroep zijn als oplossing voor de lage bezetting buiten de weekenden en vakantieperiodes om (Logger, 2009).

Een aantal algemene trends en ontwikkelingen in de vrijetijdsindustrie en de zorgsector maken de groeiende vraag naar meer mogelijkheden omtrent het onderwerp zorgtoerisme duidelijker. Door de Kamer van Koophandel in Zeeland is in het rapport ‘Vakantie met zorg in Zeeland’⁵ opsomming van gemaakt van de redenen waarom het voor de toeristische (en recreatieve) sector aantrekkelijk is om samen te werken met de zorgsector en omgekeerd:

Vanuit het oogpunt toeristische sector:

- *“De toeristische sector staat onder druk en is mede daarom op zoek naar nieuwe product-marktcombinaties. Het zorgtoerisme is een snel groeiende markt. Dit biedt mogelijkheden om omzet te verhogen en/of kan het aantal toeristische overnachtingen toenemen.*
- *Daarnaast is de zorgtoerist een seizoensverlengende doelgroep, omdat de voorkeur uitgaat naar vakanties in het laagseizoen*
- *Er is een groeiende groep mensen die afhankelijk is van zorg en/of aangepaste voorzieningen. De Nederlandse bevolking vergrijsst en steeds meer mensen hechten waarde aan gezondheid, feelinggood en looking good. De zorgtoerist wordt commercieel gezien een steeds belangrijker marktsegment voor de recreatieondernemer*
- *De toerist hecht veel waarde aan gastvrijheid. Daarom is het van belang om ook de zorgtoerist gastvrij te bedienen. Hier profiteren niet alleen de verblijfsaccommodaties van, maar ook het midden- en kleinbedrijf (zoals de dagattracties, horecabedrijven en winkels)*
- *De vakantiebehoeften van de zorgtoerist sluiten goed aan op de kwaliteiten van het Zeeuws toeristisch product, zoals rust, ruimte, groen en actieve vormen van vakantie. Met andere woorden er kan meegelift worden op de (algemene) promotie om Zeeland in de markt te zetten bij de toerist.”*

Vanuit het oogpunt zorgsector:

- *“Zorgaanbieders hechten waarde aan het feit dat ook mensen met een beperking kunnen genieten van een vakantie. (...)*

⁵ De Kamer van Koophandel heeft een marktverkenning uitgevoerd naar de kansen van toerisme en zorg in Zeeland. De Provincie Zeeland streeft ernaar om de samenwerking tussen de sector toerisme & recreatie en andere sectoren van de economie te bevorderen.

- *Er kunnen gezamenlijk innovaties ontwikkeld worden in de dienstverlening en daarbij kunnen samenwerkingsconstructies opgezet worden.*
- *Het leveren van zorgdiensten en hulpmiddelen aan zorgtoeristen zijn meestal binnen de bestaande routes inplanbaar.”*

Deze bevindingen worden ook in andere onderzoeken, artikelen en publicaties, zoals de laatste uitgave van “Cijfers en trends” van de Rabobank in maart 2010, aangehaald en vormen daarmee ook belangrijke reden voor de behoefte naar – en een uitgangspunt voor dit onderzoek.

2.5 Conclusies

Het begrip zorgtoerisme moet in deze context in de breedste zin van het woord geïnterpreteerd worden. Want in dit onderzoek wordt met zorgtoerisme aangegeven, dat ondernemers naast toeristische activiteiten ook bepaalde vormen van zorg aanbieden. De zorg kan gericht zijn op de behandeling, preventie of het herstel van zorgtoeristen. Of de verzorging - en het mogelijk maken van een vakantie voor mensen met een beperking.

Het platteland wordt nu gezien als een plek waar men ‘vrij’, onbezorgd en in de gezonde frisse lucht tot rust kan komen, een plek die het gevoel van allerlei verantwoordelijkheden en verplichtingen kan wegnemen (escapisme). Daarnaast is het een plek waar men het gevoel van nostalgie (ofwel authenticiteit) nog kan vinden. Dat zijn exact de behoeften die de toerist anno 2010 graag wil vervullen. Plattelandsbeleving zit dus volop in de lift!

Er kan een link gelegd worden tussen behoeftepiramide van Maslow, de drie basisvoorwaarden voor de bevordering van de gezondheid (uit: “Gezond door landbouw en groen” Hassink, 2006) en de drie gezondheidsfuncties van de natuur (uit: “Van buiten word je beter” van den Berg et al., 2001):

- De behoefte ‘zelfontplooiing’ kan gekoppeld worden aan de basisvoorwaarde ‘het ervaren van uitdaging’ en dezen kunnen verbonden worden met de functie: ‘de natuur als bron voor persoonlijke groei en betekenisverlening’.
- ‘De behoefte aan sociaal contact’ en ‘de behoefte aan waardering en erkenning’ kunnen gekoppeld worden aan ‘het ervaren van verbondenheid’. De link met een gezondheidsfunctie van de natuur is dan; ‘De natuur als bron voor verstandelijke en lichamelijke weerbaarheid’.
- De basisvoorwaarde ‘het ervaren van veiligheid, komt overeen met de tweede behoefte uit de piramide, ‘de behoefte aan veiligheid en zekerheid. Hier is de link niet met één van de gezondheidsfuncties niet zo helder als bij de voorgaande twee voorbeelden. Maar de functie ‘de natuur als bron van rust en ontspanning’ komt redelijk overeen met deze behoefte omdat men zicht op een plek die rust en ontspanning ‘uitademt’ zich ook veilig en zeker zal voelen.

Op basis van deze theorieën lijkt de groene ruimte de gezondheid van de mens op verschillende vlakken te bevorderen. Het platteland lijkt dus te beschikken over de juiste ingrediënten voor zorgtoeristen!

Helaas heeft het Brabantse platteland afgelopen jaar wel een deuk opgelopen in haar gezondheidsimago door de Q-koorts die in grote delen van Brabant heerst.

Het Vrijetijdshuis Brabant heeft een enquête afgenomen onder ruim 100 toeristische verblijfsaccommodaties om de gevolgen van Q-koorts voor de toeristisch-recreatieve sector in beeld te brengen en daaruit bleek dat de ondernemers somber zijn over het aantal bezoekers voor 2010. Of de Q-koort ook daadwerkelijk gevolgen zal hebben voor het aantal bezoekers zal na het toeristische seizoen pas blijken.

Uit het rapport “Vakantie met zorg in Zeeland - Marktverkenning naar economische kansen voor vakantie met zorg” (Kamer van Koophandel voor Zeeland, 2007) blijkt dat zorgtoeristen een groeiende én seizoensverlengende doelgroep zijn. Volgens de Kamer van Koophandel in Zeeland sluiten de vakantiebehoeften van zorgtoeristen goed aansluiten bij de kwaliteiten van het Zeeuws toeristisch product, zoals rust, ruimte, groen en actieve vormen van vakantie. Als dat daadwerkelijk het geval is zou dat betekenen dat de wensen van zorgtoeristen ook goed passen bij de mogelijkheden van het (Brabantse) platteland. Of dat het geval is zal blijken uit hoofdstuk vier. Daarnaast wordt in dit rapport gesteld dat zorgaanbieders waarde hechten aan het feit dat ook mensen met een beperking moeten kunnen genieten van een vakantie en ze om die reden maar ook ter uitbreiding van hun werkzaamheden in de regio graag samenwerkingsverbanden met toeristische ondernemers op zouden willen zetten.

Deel 1 Behoeftenonderzoek

In dit behoeftenonderzoek wordt onderzoek gedaan naar de wensen en ideeën van plattelandondernemers met betrekking tot de ontwikkeling van hun bedrijf en daarmee wordt hun interesse in zorgtoerisme gepeild. Vervolgens worden de wensen en behoeften van verschillende doelgroepen die tot het zorgtoerisme gerekend kunnen worden onderzocht. Zodoende staat in dit deel van het onderzoek de vraag; *‘waar is behoefte aan?’*, bij de hiervoor genoemde invalshoeken centraal. Om zo concreet mogelijke antwoorden te kunnen krijgen wordt deze algemene vraag verder uitgewerkt in verschillende deelvragen die ook weer per invalshoek verschillend zijn. De geformuleerde deelvragen worden beantwoord middels verschillende onderzoeksmethodes die onder het zogenoemde desk- of fieldresearch vallen. De gehanteerde onderzoeksmethodes worden aan het begin van het hoofdstuk toegelicht.

Hoofdstuk 3 Accommodaties in de groene ruimte

In dit hoofdstuk van het behoeftenonderzoek staan de interesses en behoeften van alle ondernemers, die een accommodatie op het platteland in Noord-Brabant verhuren, centraal. Onder deze onderzoekspopulatie is een enquête uitgezet. Het doel van de enquête was om te peilen of, en zo ja in hoeverre, de plattelandstoeristische ondernemers faciliteiten en activiteiten (op hun bedrijf) in de richting van zorgtoerisme zouden willen ontwikkelen. Uitgaande van de CBS-Landbouwtelling waren er, in 2007, 371 agrarische bedrijven in Noord-Brabant die nevenactiviteiten op het gebied van toerisme aanbieden. Deze telling bevat alleen de actieve agrarische bedrijven. Maar ook op voormalig agrarische bedrijven worden accommodaties verhuurd en deze bedrijven zijn niet de in de CBS-Landbouwtelling meegenomen, maar zijn wel relevant voor dit onderzoek. Exacte aantallen over deze bedrijven zijn helaas niet beschikbaar. Dit is erg moeilijk in kaart te brengen, vanwege de vage grens tussen het ‘gewone’ toerisme en het plattelandstoerisme.

De enquête is uitgevoerd met behulp van Socratos, een applicatie service voor het uitvoeren van online onderzoek. De onderzoekspopulatie is bereikt met gebruikmaking van het adressenbestand van het project “Plattelandstoerisme Brabant”⁶. 464 plattelandsondernemers hebben een e-mail ontvangen met daarin de uitnodiging om deel te nemen aan een enquête over zorgtoerisme. In deze e-mail stond een link waarmee men direct kon doorklikken naar de website waar de enquête online ingevuld kon worden. Daarnaast werd in de e-mail uitgelegd dat de enquête deel uitmaakt van, “een onderzoek naar de ontwikkelingen van het zorgtoerisme, met het oog op nieuwe kansen voor het plattelandstoerisme”. Ook stond erin vermeld dat de nieuwe marktkansen die uit het onderzoek voortkomen, uitgewerkt zullen worden zodat de ondernemers daarmee zelf aan de slag zouden kunnen. Om de respons te verhogen was er ook een winactie gekoppeld aan het invullen van de enquête.

⁶ Dit project was een initiatief van de ZLTO, VeKaBo en TOP Brabant met het doel een kwaliteitsimpuls te geven aan het plattelandstoerisme

Onder de ondernemers die de enquête volledig ingevuld hebben zijn waardebonnen voor de Boerderij Spa⁷ verloot. De volledige tekst van deze e-mail is na te lezen in bijlage 1, voorafgaand aan de vragenlijst die voor de enquête is gebruikt.

Uit de statistieken van Socreatos bleek dat 242 personen de e-mail gelezen, of in ieder geval geopend, hebben. Dat is (maar) 52% van het aantal verstuurd e-mails. Dit kan komen doordat veel mensen tegenwoordig gebruiken maken van computersoftware die e-mails die verzonden zijn met een voor die gebruiker onbekend e-mailadres, in de map 'ongewenste e-mail' plaatsen. Het kan ook zijn dat de tekst in de onderwerpregel, "Vragenlijst ontwikkelingen zorgtoerisme" men niet aangesproken heeft. 140 Mensen hebben middels de link doorgeklikt naar de website waarop zij de enquête konden invullen. 42% Van de ondernemers die de e-mail wel gelezen (of geopend) had, ondernam dus geen actie om aan de enquête deel te nemen. Uiteindelijk hebben 48 personen de enquête volledig ingevuld. Dat is 10% van iedereen die de e-mail ontvangen heeft en 34% van de mensen die de website, waar de enquête ingevuld kon worden, bezocht heeft. 92 Ondernemers hebben na het lezen van de e-mail dus wel doorgeklikt naar de website om de enquête in te vullen, maar hebben dit niet (volledig) gedaan. Of anders gezegd; meer dan de helft (66%) van de ondernemers heeft na het lezen van de e-mail wel doorgeklikt naar de enquête maar deze niet (volledig) ingevuld. De meeste ondernemers die de enquête ingevuld hebben vielen binnen de leeftijdscategorie 45 tot 55 jaar. Daarnaast is de enquête iets vaker door vrouwen ingevuld (28 keer) dan mannen (20 keer).

Naar aanleiding van de e-mail, die als uitnodiging verstuurd was, hebben 38 ondernemers gereageerd met de mededeling dat zij helaas niet in staat waren om de enquête in te vullen. In 23 reacties werd door de ondernemer aangegeven dat 'zij niets doen op het gebied van toerisme', zij boden alleen activiteiten op het gebied van dagrecreatie aan of verkopen (streek)eigen producten vanuit huis. In tien reacties werd aangegeven dat de ondernemers in kwestie (totaal) geen affiniteit met het onderwerp zorgtoerisme hebben en daarom de enquête niet konden (of wilden) invullen. De overige reacties bestonden uit meldingen over 'problemen met de enquête' (vier keer genoemd) en 'geen tijd' (één keer genoemd). Deze reacties zouden gedeeltelijk kunnen verklaren waarom het verschil tussen de mensen die de enquête wel geopend maar niet voltooid hebben hoog is.

Al met al kan er gesteld worden dat de benaderde ondernemers niet erg enthousiast gereageerd hebben op de enquête over het onderwerp zorgtoerisme. Hiervoor kunnen verschillende verklaringen bestaan, zoals:

- Een overdaad aan enquêtes onder deze groep respondenten,
- de lengte van de vragenlijst,
- de term zorgtoerisme en
- inexacte gegevens over de plattelandsondernemers.

⁷ "Boerderij Spa zijn kleinschalige Spa's op unieke plekken in eigentijds vormgegeven boerderijen. Het landschap, de natuur, de buitenlucht, de lichaamsbehandelingen en de gastvrijheid zorgen voor onderdompeling in een wereld van rust en ontspanning" www.boerderijspa.nl

Een overdaad aan enquêtes onder deze groep respondenten

Door de medewerkers van de afdeling marketing en communicatie, die het uitzetten van deze enquête begeleid en ondersteund hebben, is aangegeven dat er door verschillende projectgroepen de laatste tijd veel enquêtes naar de ondernemers “in deze hoek” verstuurd zijn. Dat kan ertoe geleid hebben dat er een overkill is ontstaan en deze enquête weerstand bij de ondernemers heeft opgeroepen.

De lengte van de vragenlijst

In de e-mail stond aangegeven dat het invullen van de enquête ongeveer 10 tot 15 minuten zou duren. Uit de gegevens van Socreatos blijkt dat de gemiddelde invultijd 14:14 minuten was. De voorspelling bleek dus wel aardig overeen te komen met de werkelijkheid, maar dit is voor een online enquête toch wel redelijk lang, waardoor het gebeurd kan zijn dat mensen toch halverwege het invullen van de enquête zijn ‘afgehaakt’.

De term zorgtoerisme

Voorafgaand aan de enquête is uitgelegd dat de term zorgtoerisme in deze context zeer breed geïnterpreteerd moet worden. Een gedeelte uit de inleidende tekst luidde als volgt: “Het gaat niet alleen om de toeristen die ergens anders dan hun eigen woonomgeving, een medische behandeling, therapie of kuur willen volgen. Zorgtoerisme houdt ook in, dat mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking of een chronische ziekte ook elders dan thuis kunnen verblijven en dat mogelijkheden zijn voor mensen die in een prettige omgeving willen herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte (i.p.v. in het ziekenhuis)”. Deze uitleg kregen de ondernemers te lezen nadat zij hadden doorgedrukt op de enquête. Er is bewust gekozen om deze tekst nog niet in de e-mail die ter uitnodiging verstuurd was te plaatsen, om de leesbaarheid van deze e-mail te vergroten én omdat lange stukken tekst in een e-mail er niet aantrekkelijkheid uitzien en daardoor niet uitnodigen om verder te lezen.

Achteraf gezien is dat misschien niet verstandig geweest omdat hierdoor de term zorgtoerisme mogelijk niet goed ‘geland’ is bij de betreffende ondernemers waardoor ze het nut om deze enquête in te vullen niet inzagen.

Inexacte gegevens over de plattelandsondernemers

Niet alleen uit de reacties die per e-mail binnen gekomen zijn bleek dat er een aantal ondernemers zijn benaderd die geen accommodaties op het platteland verhuren, ook uit de antwoorden op de eerste vraag; “Wat voor soort accommodatie verhuurt u?” blijkt dat niet alle respondenten een accommodatie verhuren. Een overzicht van alle antwoorden op deze vraag wordt gegeven in de volgende tabel:

Tabel 4: Accommodaties van de respondenten

Antwoord:	Aantal:
Zelfstandige accommodatie voor 1 tot 4 personen	3
Zelfstandige accommodatie geschikt voor 4 tot 10 personen	0
Zelfstandige accommodatie geschikt voor meer dan 10 personen	2
Groepsverblijf geschikt tot maximaal 30 personen	0
Groepsverblijf geschikt voor 30 tot 60 personen	1
Groepsverblijf geschikt voor meer dan 60 personen	2
Bed & Breakfast geschikt voor 1 tot 4 personen	8
Bed & Breakfast geschikt voor 4 tot 10 personen	11
Appartement geschikt voor 1-2 personen	2
Appartement geschikt voor 2-4 personen	3
Anders	16
Totaal	48

Bij de categorie 'Anders' is ingevuld:

- Verhuur niets, biedt activiteiten op het gebied dagrecreatie (zes keer genoemd)
- Combinatie van verschillende accommodaties (vier keer genoemd)
- Camping (vier keer genoemd)
- Heeft interesse om iets te zetten (twee keer genoemd)

Achteraf bleek dat de verkoop van streekeigen producten en dagrecreatieactiviteiten in het project "Plattelandstoerisme Brabant" ook als vorm van toerisme werd beschouwd en daarom zijn de gegevens van ondernemers die actief zijn in die sectoren ook toegevoegd aan deze adressenlijst. De antwoorden die zijn gegeven door de acht ondernemers (zes die niets verhuren plus twee oriënterende ondernemers) die geen accommodatie in welke vorm dan ook verhuren zijn niet mee genomen in de resultaten die in dit hoofdstuk gepresenteerd zullen worden. De antwoorden van de ondernemers die of een combinatie van verschillende accommodaties aanbieden of een camping hebben zijn wel gebruikt.

De resultaten van deze enquête kunnen niet als representatief voor alle plattelandstoeristische ondernemers, in Noord-Brabant, worden gezien. Daarnaast zijn de statische gegevens die voortgekomen zijn uit de enquête zijn globaal afgrond, waardoor ze niet meer nauwkeurig zijn maar wel betrouwbaarder. Ondanks dat er nu geen exacte cijfers en/ percentages aan de resultaten verbonden kunnen worden, is de uitkomst van de enquête toch zeker wel nuttig voor dit onderzoek want ze geven een beeld van de huidige situatie op bedrijven in multifunctionele sector.

3.1 Inventarisatie van de huidige situatie

Achtereenvolgens wordt in deze paragraaf de actuele stand van zaken op de bedrijven in de plattelandstoeristische sector in kaart gebracht, op de volgende gebieden:

- Faciliteiten en activiteiten
- Bezettingsgraad
- Toegankelijkheid
- Doelgroepen

Faciliteiten en activiteiten

Op de meeste bedrijven worden sowieso de volgende faciliteiten aangeboden:

- Verhuur van fietsen
- Internetaansluiting voor de gasten
- Een speeltuin

Vier bedrijven beschikken over een sauna en door zes bedrijven worden faciliteiten op het gebied van wellness aangeboden, zoals:

- *“"Big Brother" bad*
- *“Boerderij Spa” in wording*
- *Infrarood massagematras, elektrische hometrainer, voetreflex, metamorfose, Malva Therapie*
- *Sauna, turks stoombad, whirlpool*
- *Schoonheidssalon*
- *Whirlpool, infrarood sauna ”*

De top 5 van meest georganiseerde activiteiten, die naast de verhuur op het bedrijf plaats vinden ziet er als volgt uit:

1. Wandel- en fietsroutes in de omgeving
 2. Excursies/ rondleidingen
 3. Besloten feesten, vergaderingen etc. (in een speciaal daarvoor bestemde ruimte)
 4. Workshops (bijv.: “rond het thema fruit”, “Mozaiek”, “wijnproeverijen”, “schilderen, beeldhouwen” en op het gebied van: “theologie, archeologie, natuur, cultuur”
 5. Moes- /pluktuin
- ✓ Bij meer dan de helft van deelnemende bedrijven is de accommodatie onderdeel van voormalig agrarisch bedrijf, waar nu geen agrarische werkzaamheden meer plaats vinden
 - ✓ Op ongeveer een kwart van de bedrijven kan een ontbijt voor de gasten verzorgd worden, mogelijkheden om te lunchen en/of dineren worden aanzienlijk minder vaak aangeboden
 - ✓ Meer dan de helft van de accommodaties beschikken over eigen sanitaire voorzieningen per verblijf. Ongeveer een kwart over eigen kookvoorzieningen

Bezettingsgraad

Er is aan alle respondenten gevraagd om een overzicht van hun (gemiddelde) bezettingsgraad, in de verschillende seizoenen van het jaar in het weekend en tijdens de midweken te geven. De ondernemers konden per periode een percentage kiezen die het meest overeen kwam met de bezettingsgraad van hun bedrijf in die periode:

- In de winter; december tot en met half maart:
 - o in de WEEKENDEN werd het percentage 0-25% het vaakst aangekruist
 - o in de MID-WEKEN werd het percentage 0-25% het vaakst aangekruist
- In het voorjaar vanaf half maart (Pasen) tot en met half mei:
 - o in de WEEKENDEN werden de percentage 25-50% en 50-75% even vaak aangekruist
 - o in de MID-WEKEN werd het percentage 50-75% het vaakst aangekruist
- De lange weekenden met Hemelvaart en Pinksteren:
 - o in de WEEKENDEN werd het percentage 90-100% het vaakst aangekruist en het percentage 50-75% bijna net zo vaak
 - o in de MID-WEKEN werd het percentage 0-25% het vaakst aangekruist, maar het percentage 75-90% bijna net zo vaak
- De zomer; juli en augustus:
 - o in de WEEKENDEN werden de percentage 0-25% en 75-90% even vaak aangekruist
 - o in de MID-WEKEN werd het percentage 0-25% het vaakst aangekruist maar het percentage 75-90% bijna net zo vaak
- In de herfst; september tot en met november maar m.u.v. de herfstvakantie:
 - o in de WEEKENDEN werd het percentage 50-75% het vaakst aangekruist
 - o in de MID-WEKEN werd het percentage 0-25% het vaakst aangekruist
- De herfstvakantie
 - o in de WEEKENDEN werd het percentage 0-25% het vaakst aangekruist
 - o in de MID-WEKEN werden de percentage 0-25% en 50-75% even vaak aangekruist

Hieruit kan worden opgemaakt dat alleen in de weekenden met Hemelvaart en Pinksteren veel ondernemers hebben aangegeven dat dan hun bezetting tussen de 90-100% is. In juni ligt de bezettingsgraad van de meeste ondernemers tussen de 50-75%. In de maanden juli en augustus werd het percentage 75-90% vaak gekozen is, maar in de zomermaanden hebben ook veel ondernemers een bezettingsgraad tussen de 0-25%.

Hierna is de ondernemers gevraagd om hun gemiddelde bezettingsgraad (gezien over het gehele jaar) te beoordelen. Ze konden kiezen uit de volgende beoordelingen:

1. "Voldoende" (het vaakst aangekruist)
2. "Onvoldoende"
3. "Matig"
4. "Goed"
5. "Zeer goed" (het minst vaak gekozen)

De meeste ondernemers beoordelen hun bezettingsgraad met een voldoende, maar drie ondernemers zijn zeer tevreden en beoordelen hun bezettingsgraad als zeer goed en zes ondernemers vinden hun bezetting goed zoals het nu is.

Toegankelijkheid en bereikbaarheid

Meer dan de helft van de ondernemers vindt dat hun bedrijf en de weg daar naar toe goed toegankelijk is voor mensen die (tijdelijk) slecht ter been zijn en voor mensen die in een rolstoel zitten. Van de overige ondernemers hebben er vier aangegeven dat ze plannen hebben om dit aan te passen. Op acht van de deelnemende bedrijven heeft men reeds voorzieningen voor minder validen getroffen. In al deze gevallen gaat het om aangepast sanitair. Één accommodatie beschikt ook over een “hoog/laagkeuken” en “zorgbedden”.

De bereikbaarheid vanaf de bedrijven tot de zorgvoorzieningen wordt door de ondernemers beoordeeld als:

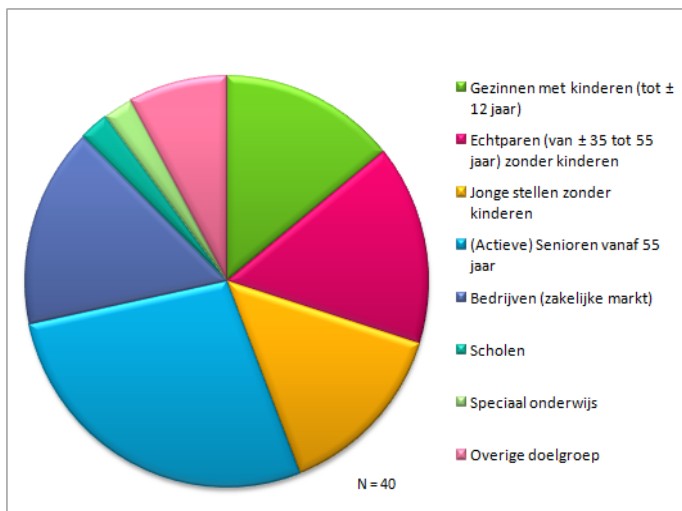


Figuur 6: Bereikbaarheid van zorgvoorzieningen

Maar bij een klein aantal bedrijven moet er meer dan tien kilometer gereisd worden naar de meest noodzakelijke zorgvoorzieningen.

Doelgroepen

Aan de ondernemers is gevraagd op welke doelgroepen zij zich nu voornamelijk richten, de verdeling is als volgt:



Figuur 7: De huidige doelgroepen

De categorie 'overige doelgroepen' bestaat uit:

1. Alle 'soorten' toeristen (het vaakst genoemd)
2. Doelgroepen die tot het zorgtoerisme gerekend kunnen worden
3. Groepen
4. *"Grootouders met kinderen en kleinkinderen"* en *"Paardenmensen"*

3.2 Voorkeur van de ondernemer

Meer dan de helft van de deelnemende ondernemers heeft er nog nooit over nagedacht om zich (ook) op een andere doelgroep te willen richten. Degene die dat wel gedaan hebben, gaven het meest aan dat zij zich dan (ook) op de zakelijke markt zouden willen gaan richten. Ook de doelgroep (actieve) senioren vanaf 55 jaar werd bij deze vraag vaak aangekruist. Er hadden vijf ondernemers, die zonder dat die antwoordmogelijkheid ertussen stond dus, spontaan ingevuld dat ze zich graag op doelgroepen die (verschillende 'soorten') zorg behoeven willen gaan richten. Deze zorgdoelgroepen eindigen daarmee op de derde plaats in de top drie van meest populaire potentiële doelgroepen. Als belangrijkste motivatie voor het aanspreken van een nieuwe doelgroep verkiezen deze ondernemers '(persoonlijke) interesse' boven 'financiële aantrekkelijkheid'.

Verderop in de enquête wordt aan alle ondernemers (óók aan diegene die aangegeven hadden dat ze nog nooit overwogen hebben om zich op een andere doelgroep te willen richten) gevraagd of de combinatie plattelandstoerisme met zorgtoerisme ze aanspreekt. Hier gaf meer dan de helft (27) van de ondernemers aan dat deze combinatie ze wel aanspreekt. Met als belangrijkste reden; 'ter uitbreiding/ groei van het bedrijf'. Verder noemden de ondernemers als motivatie, onder het mom van 'persoonlijke motieven':

- *"Iedereen is welkom"*
- *"Verdere kennismaking voor deze doelgroep met het platteland"*
- *"Op gebied van bezinning, tot rust komen met kunst en cultuur"*

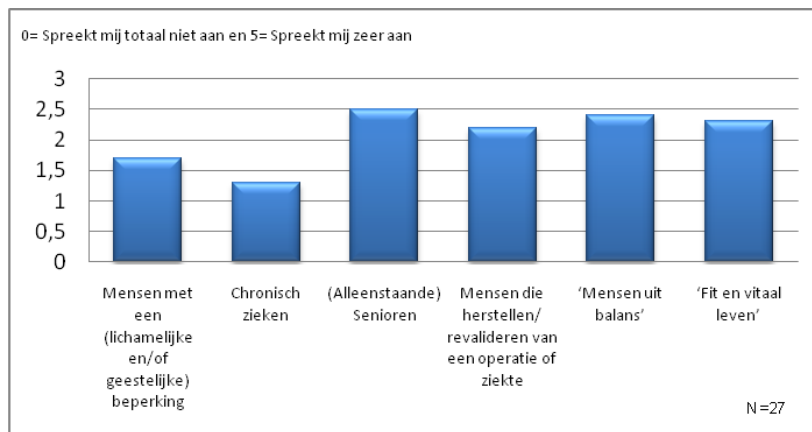
Daarna werd aan alle in zorgtoerisme geïnteresseerde ondernemers gevraagd in hoeverre de volgende doelgroepen ze aanspraken als potentiële doelgroep voor hun bedrijf. De ondernemers konden kiezen uit de volgende doelgroepen:

1. Mensen met een (lichamelijke en/of verstandelijke) beperking
2. Chronisch zieken
3. (Alleenstaande) Senioren
4. Mensen die herstellen/ revalideren van een operatie of ziekte
5. 'Mensen uit balans'⁸
6. 'Fit en vitaal leven'⁹

⁸ 'Mensen uit balans' worden mensen bedoeld die moeten herstellen of die preventief willen werken aan de gevolgen van bijvoorbeeld stress, een depressie, een burn-out o.i.d.

⁹ Tot de doelgroep 'Fit en vitaal leven' behoren de mensen die graag gebruik maken van wellness faciliteiten, geïnteresseerd zijn in yoga, meditatie e.d. of willen deelnemen aan cursussen of workshops die bijvoorbeeld in het teken staat van afslanken.

De gemiddelde score wordt in het overzicht weergegeven:



Figuur 8: Voorkeur voor potentiële zorgdoelgroepen

Naast deze doelgroepen, werden er nog een aantal 'overige zorgdoelgroepen' door de ondernemers zelf genoemd (waar men zich wel op zou willen richten):

- *Dementerenden*
- *Jeugdzorg*
- *Mantelzorgers met kinderen*
- *Mensen die rust/afzondering zoeken*
- *Minima*
- *Psychiatrie*

De meeste van de ondernemers die de combinatie zorg- met plattelandstoerisme niet aanspreekt, geven als reden daarvoor aan dat:

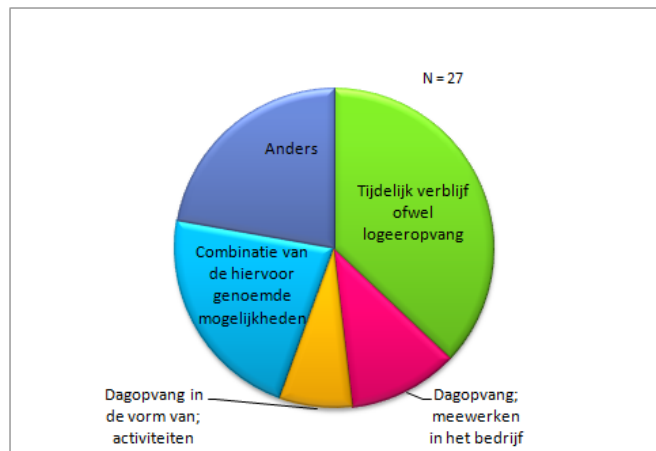
1. "Zorgtoeristen ofwel cliënten vragen meer aandacht en een andere dienstverlening dan 'gewone' toeristen" (het vaakst gekozen)
2. "Door de te hoge (financiële) investeringen voor het aanpassen van de huidige situatie"
3. Anders, met toevoegingen als: "Acc. niet geschikt, kamers op de 1e verdieping", "B&B is bijactiviteit naast de wijnhandel" en "bij ons niet mogelijk"
4. "Bedrijfsvoering van de agrarische tak is te intensief voor deze combinatie" (het minst vaak gekozen)

3.3 Investeringsbereidheid

Van alle 40 deelnemende ondernemers is meer dan de helft (27) wel bereid om een opleiding of cursus te volgen voor de professionalisering van hun bedrijf. De meeste ondernemers geven de voorkeur aan een opleiding of cursus in de richting van marketing (/PR) of gastheerschap.

Maar een aantal van de ondernemers zou wel een opleiding in de zorg willen volgen. Door drie ondernemers is aangegeven dat ze reeds in bezit zijn van een opleiding tot verpleegkundige of verzorgende.

Alleen aan de 27 die ondernemers die aangegeven hadden dat zorgtoerisme hen wel aanspreekt, zijn de volgende twee vragen voorgelegd: “Welke van de volgende activiteiten zou u voor de deze doelgroep(en) het liefst willen organiseren?” De uitkomst wordt weergegeven in de cirkeldiagram:

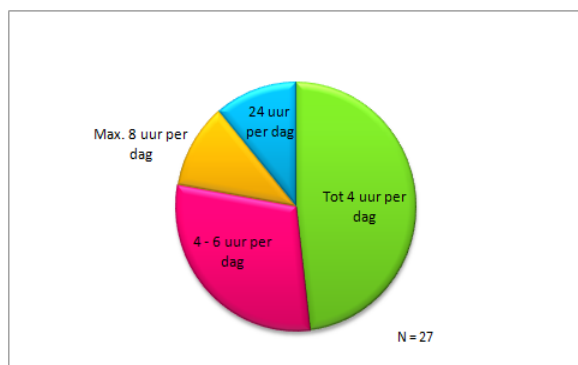


Figuur 9: Activiteiten voor de zorgdoelgroepen

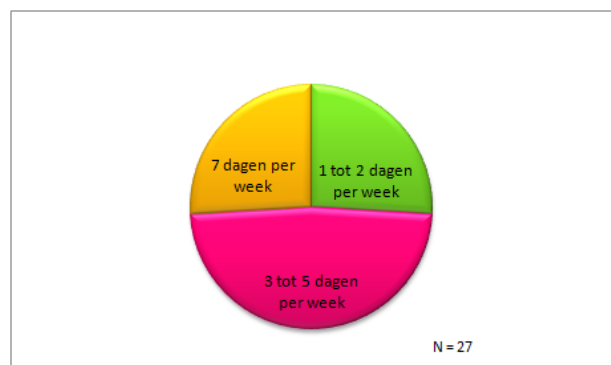
Onder de antwoordmogelijkheid ‘Anders’ is aanvullend ingevuld:

- *Alleen rondleidingen*
- *Inzetten op creativiteit*
- *Mandalatekenen¹⁰ en wandelen*
- *Verstandelijke beperkten die niet de mogelijkheden hebben om op vakantie te gaan.*
- *Zorgtoerisme op maat zodat het voor iedereen mogelijk is vakantie te vieren.*

De volgende vraag met betrekking tot de investeringsbereidheid van de ondernemers luidde als volgt: “Kunt u aangeven hoeveel tijd u bereid bent om en kunt investeren voor de opvang en begeleiding voor deze zorgdoelgroepen?” en “Hoeveel dagen per week?”. Ook de antwoorden op deze vragen worden weergegeven in diagrammen:



Figuur 10: Investeringsbereidheid in het aantal uren



Figuur 11: Investeringsbereidheid in het aantal dagen per week

¹⁰ “Mandala is het Sanskriet woord voor cirkel of polygoon. (...) Een Mandala is een complexe cirkelvormige tekening met als doel je aandacht naar je innerlijke centrum te leiden. Het maken van een Mandala is een vorm van beweeglijke meditatie” (www.mandala.be/spiritueel)

Het liefst zouden de ondernemers zich een ‘halve dag’ met de zorgtaken bezig willen houden. Maandag, dinsdag en woensdag zijn de ‘favoriete’ dagen voor de meeste ondernemers om zich met zorgtoerisme bezig te houden. Ook geeft een groot deel van de ondernemers aan gegeven dat het ze niet uit maakt. Het weekend is (maar) vier keer gekozen.

3.4 Conclusies

Nu worden enkele zaken uit deze resultaten nader toegelicht en daar waar nodig gekoppeld aan informatie uit andere onderzoeken om de bevindingen te kunnen verfijnen en/of bij te stellen.

Eerst moet hier nogmaals benadrukt worden dat de gegevens die voortkomen uit de enquête niet als representatief voor alle plattelandstoeristische ondernemers in Noord-Brabant gezien kunnen worden. Daarnaast is, vergeleken met de signalen die vanuit het werkveld de specialisten en adviseurs van de ZLTO bereikt hebben, de respons laag te noemen. In een publicatie van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), van november 2009, staat dat: “Landbouwbedrijven die op zoek zijn naar nieuwe mogelijkheden spelen duidelijk in op de toenemende vraag naar zorg op maat”. Het CBS herkent dus als trend bij agrarisch ondernemers die op zoek zijn naar nieuwe mogelijkheden, dat ze gaan inspelen op de toenemende vraag naar zorg op maat, iets wat in dit onderzoek met de term zorgtoerisme wordt aangeduid. Ze weten daarbij zelfs te vermelden dat het “in de meeste gevallen gaat het om dagbesteding op de boerderij” (Reitsema en Pierik, 2009). Naar aanleiding van de respons op deze enquête kan er niet geconcludeerd worden dat plattelandstoeristische ondernemers in Noord-Brabant dit al doen. Het kan ook zijn dat ze dat niet direct als zorgtoerisme zien of met deze term willen betitelen.

De meeste ondernemers die de enquête ingevuld hebben vielen binnen de leeftijdscategorie 45 tot 55 jaar en de enquête iets vaker door vrouwen ingevuld dan mannen. Uit onderzoeken van het LEI blijkt dat het opstarten van een zorgtak in veel gevallen het initiatief van de boerin, al dan niet met werkervaring in de zorgsector, is. Daardoor was te verwachten dat deze enquête vaker door vrouwen dan mannen ingevuld zou worden en is het kleine verschil zelfs opvallend te noemen.

Inventarisatie van de huidige situatie

Het is op de meeste van de deelnemende bedrijven sowieso mogelijk om fietsen te huren en gebruik te maken van het internet. Daarnaast is er op de meeste bedrijven een gezamenlijke ruimte beschikbaar voor uiteenlopende bijeenkomsten, de meeste ondernemers organiseren excursies/ rondleidingen op hun bedrijf en ook zijn er vaak in de buurt wel wandel- en fietsroutes beschikbaar. Op zes van de 40 deelnemende bedrijven worden wellness-faciliteiten aangeboden. Of juist deze faciliteiten en activiteiten de nieuwe doelgroepen aanspreken, zal blijken uit het volgende hoofdstuk.

Opvallend is dat de ondernemers in de zomerperiode vaak aangaven dat hun bezettingsgraad tussen de percentage 0-25% is. In de mid-weken in deze periode is dat zelfs het meest gekozen percentage. Dit zou kunnen doordat het grootste deel van de deelnemende ondernemers een groepsaccommodatie of een Bed & Breakfast exploiteert. Kenmerkend aan deze verblijfstypen is dat ze voornamelijk gebruikt worden voor kortdurend verblijf. Het is daarentegen kenmerkend voor de zomerperiode dat mensen vaak sowieso één of meerdere weken aangesloten vakantie houden.

De meeste ondernemers beoordeelden hun bezettingsgraad met een voldoende, daarna neigden de meeste antwoorden meer richting de onvoldoende en matig dan naar goed of zelfs zeer goed. Uit het schema waarin zij met percentages hun bezettingsgraad, per periode, aan konden geven blijken ze in verschillende perioden toch relatief vaak het percentage 0-25% hebben gekozen. Dit percentage is in zes van de veertien perioden de het meest gekozen. Als we de winterperiode buiten beschouwing, omdat het aannemelijk is dat veel bedrijven dan gesloten kunnen zijn, is het percentage 50-75% als bezettingsgraad even vaak gekozen als 0-25%. Een bezettingsgraad met een percentage van 75% of hoger koos men niet zo vaak. Terwijl in de recreatie branche vaak gestreefd wordt naar een bezettingsgraad van tenminste 80%. De gemiddelde bezettingsgraad van bungalowparken ligt overigens rond de 60%, blijkt uit onderzoek van ABN AMRO. Grote ketens als Landal GreenParks en Centerparcs hebben over het gehele jaar gezien een gemiddelde bezettingsgraad rond de 80%, blijkt uit diverse (onafhankelijke) onderzoeken. Er kan dus gesteld worden dat het merendeel van de deelnemende agrarische ondernemers wel tevreden is over hun huidige bezettingsgraad welke relatief laag is. Dat beeld komt ook overeen met de gehele sector volgens de experts van ZLTO. Daarnaast kan er ook geconcludeerd worden dat er wel ruimte is voor meer gasten.

De meeste ondernemers die meegewerkt hebben aan deze enquête richten zich voornamelijk op 55-plussers, de doelgroep die ook wel de actieve levensgenieters of babyboomers genoemd wordt. Dit beeld komt overeen met een landelijke trend. Ook het Europees Centrum voor Eco en Agro Toerisme (ECAT) komt tot deze conclusie. In de rapportage “Plattelandstoerisme in Europa -Een verkenning van succes en faalfactoren” staat vermeld dat: “Personen in de leeftijd van 40 –64 jaar, gezinnen met jonge kinderen en personen uit de hoogste sociale klassen tonen de meeste belangstelling voor een vakantie op het platteland. In het voor- en najaar komen vooral senioren (50+, Vutters en AOW’ers), terwijl in het hoogseizoen ouders met kinderen tot een jaar of 5 in de meerderheid zijn” (Veer & Tuunter, 2005: 59). De actieve senior is samen met de gezinnen met jonge kinderen de belangrijkste consumentengroep voor het plattelandstoerisme.

Voorkeur van de ondernemer

Pas halverwege de enquête werd de (directe) vraag of de combinatie plattelandstoerisme met zorgtoerisme ze aansprak voorgelegd. Deze vraag werd door meer dan de helft van de respondenten met “ja” beantwoord. Er was bewust voor gekozen om deze vraag pas halverwege de enquête te stellen om te peilen of de respondenten op overige vragen over hun voorkeuren en waar in de gegeven antwoorden niets over zorgtoerisme genoemd werd, ze zelf spontaan zouden aangeven dat ze zich op iets wat met zorgtoerisme te maken heeft zouden willen richten. Zo werd bijvoorbeeld op de vraag over welke doelgroepen de ondernemers interessant zouden vinden als eventuele nieuwe (extra) doelgroep voor hun bedrijf de volgende antwoordmogelijkheden gegeven:

- ☐ Gezinnen met kinderen (tot ± 12 jaar)
- ☐ Echtparen (van ± 35 tot 55 jaar) zonder kinderen
- ☐ Jonge paren zonder kinderen
- ☐ (Actieve) Senioren vanaf 55 jaar
- ☐ Bedrijven (zakelijke markt)
- ☐ Scholen (Basis- middelbaar- en beroepsonderwijs)
- ☐ Speciaal onderwijs

- ☐ Overige instellingen, zoals:
- ☐ Anders, namelijk:

(Maar) Vijf ondernemers hebben hier spontaan aangegeven, middels de ruimte waar ze zelf wat in konden vullen, zich dan op een doelgroep die tot het zorgtoerisme gerekend kan worden zouden willen richten. Dit is een relatief klein deel vergeleken met de 27 ondernemers die verderop in de enquête wel aangeven de combinatie met het zorgtoerisme wel interessante te vinden. Het grootste deel van de ondernemers had hier aangegeven zich dan (ook) op de zakelijke markt te willen richten. In de “Samenvatting marktverkenning Groei.kans! Kleinschalig verblijf op het platteland” wordt het volgende over de zakelijke markt geschreven: “Voor deze doelgroep werkt de huidige crisis verschillende richtingen op: negatief omdat de zakelijke markt een duidelijke daling kent, maar ook positief omdat een verschuiving naar goedkopere accommodaties waarneembaar is” (Nuland et al., 2009:14). Daarnaast blijkt uit dit rapport dat groepsaccommodaties in toenemende mate, ook bij bedrijven, in beeld als locatie voor dagarrangementen, ook zonder overnachtingen (Nuland et al., 2009). Deze markt kan de verbrede ondernemers ook wel kansen bieden. Op de vraag op welke van de algemene doelgroepen de ondernemers zich wel zouden willen richten en op ook de specifieke vraag over welke zorgdoelgroep de ondernemers het meest aanspreekt blijkt beide keren dat ze dan de groep (alleenstaande) senioren het liefst op hun bedrijf willen verwelkomen.

Daarnaast is de subdoelgroep ‘Mensen uit balans’ de best passende zorgdoelgroep voor het plattelandstoerisme, volgens de ondernemers. Ook de informatie uit het conceptueel kader (hoofdstuk twee) over de gezondheidsfactoren die de groene ruimte kan bieden verwijzen min of meer naar deze doelgroep.

Investeringsbereidheid

Van de 40 ondernemers hebben er een aantal aangegeven dat ze wel een opleiding in de zorgsector zouden willen volgen en drie ondernemers hebben aangegeven dat ze reeds in bezit zijn van een opleiding tot verpleegkundige of verzorgende. Diverse onderzoeken (zie hiervoor hoofdstuk één inleiding) hebben inmiddels al aangetoond dat beroepen in de zorg (en het onderwijs) sterk vertegenwoordigd zijn door plattelandsvrouwen, dus het percentage partners van agrarische ondernemers die een opleiding in de zorg voltooid zal in werkelijkheid hoger liggen.

Van de 27 ondernemers die zich wel op zorgtoeristen zouden willen richten zouden de meesten dan een vorm van verblijf (/logeeropvang) aan willen bieden. Daarna kozen de meesten voor een combinatie van verschillende dag- en verblijfsrecreatieve activiteiten. Veel ondernemers gaven de voorkeur om hier ongeveer drie tot vijf dagen per week en het liefst tot vier uren per dag, mee bezig te willen zijn.

Hoofdstuk 4 De zorgtoeristen

In hoofdstuk twee, het conceptueel kader, zijn de verschillende vormen en de daarbij horende doelgroepen van het zorgtoerisme besproken. Daar is reeds vermeld welke vormen van zorgtoerisme en de daarbij horende doelgroepen gehanteerd worden in dit onderzoek. Dit zijn:

1. Mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking
2. Chronische zieken
3. (Alleenstaande) Senioren
4. Mensen die moeten herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte
5. 'Mensen uit balans'
6. 'Fit en vitaal leven'

Om erachter te komen wat de wensen en behoeften van deze zorgtoeristen zijn, is er gebruik gemaakt van desk- en fieldresearch. Middels deskresearch worden onder andere kwantitatieve gegevens over de omvang van de doelgroepen verkregen. Bovendien zijn er op het gebied van vakanties en zorg al door verschillende instanties onderzoeken verricht. Daarnaast zijn er een aantal koepel- en regionale organisaties, zoals patiëntenverenigingen, benaderd voor een telefonisch interview. Er is zeer bewust voor gekozen om niet de zorgtoeristen zelf te benaderen omdat de mogelijkheid of men wel al dan niet op vakantie kan gaan bij deze mensen een gevoelig onderwerp kan zijn. Ook zal het niet voor alle zorgtoeristen mogelijk zijn om aan te geven wat zij graag zouden willen en wat ze nodig hebben.

Tevens is het qua tijd onmogelijk om een nauwkeurig en valide onderzoek onder alle Nederlanders die zorg nodig hebben uit te voeren. Er is in Nederland ook geen database met NAW-gegevens van alle mensen met een handicap of chronische ziekte, daarom is het ook niet mogelijk om een a-selecte steekproef uit te voeren. Door zoveel mogelijk patiëntenverenigingen, belangenorganisaties en dergelijke partijen te benaderen kan er een reëel beeld van de wensen en behoeften van deze doelgroepen gevormd worden.

Omdat de doelgroepen zeer divers zijn, zijn er drie verschillende vragenlijsten opgesteld. Voor de doelgroepen, 'mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking, chronische zieken en (alleenstaande) senioren' is dezelfde vragenlijst gebruikt. Voor de doelgroep, 'mensen die moeten herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte' en ook voor de doelgroep 'mensen uit balans' is een aparte vragenlijst opgesteld. Deze vragenlijsten zijn te vinden in bijlage II. Voor de doelgroep 'fit en vitaal leven' is geen vragenlijst opgesteld. Dit was niet nodig omdat het GfK¹¹ in samenwerking met het NRIT¹² recent een voor de Nederlandse bevolking representatief onderzoek uitgevoerd heeft, om het wellness gedrag van de Nederlander te kunnen achterhalen.

¹¹ GfK heeft meer dan 25 jaar ervaring met het uitvoeren van grootschalig consumentenonderzoek binnen de toeristische en vrijetijdssector. (Volgens: www.gfk.com/ps_benelux)

¹² Het NRIT is een advies- en onderzoeksbureau met als specialisme toerisme, recreatie en vrijetijdsbesteding (Volgens: www.nrit.nl)

Daarnaast is er door het Continu Vakantie Onderzoek (CVO)¹³ een specifiek onderzoek naar de kansen van wellness voor het toerisme gedaan.

De eerste doelgroep, mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking zal in de eerstvolgende paragraaf behandeld worden. Chronische zieke mensen in dit onderzoek steeds als een aparte doelgroep gezien, maar de grens tussen deze doelgroep en de doelgroep mensen met een beperking is te vaag en daarom wordt deze twee doelgroepen nu samengevoegd. De ondernemers vinden de doelgroep (alleenstaande) senioren een aantrekkelijke doelgroep. Daarom worden in paragraaf 3.2 de wensen en behoeften van de groep besproken. Op voorhand leek de doelgroep 'Toeristen die komen herstellen en/of revalideren' ook een interessante 'marktkans' voor het plattelandstoerisme. Maar het bleek erg lastig te zijn om deze doelgroep, de groep mensen die tussen zorg in het ziekenhuis of in een revalidatiecentrum inzit, te 'bereiken' voor meer informatie over de voorwaarden die aan hun verblijf gesteld zouden worden. Een van de meest genoemde reacties, van experts bij ziekenhuizen en revalidatiecentra was: "deze voorzieningen passen niet bij deze patiënten, want die hebben té intensieve zorg nodig". Hieruit kan opgemaakt worden dat de juiste groep patiënten ook voor de plattelandsondernemers erg moeilijk te bereiken is. Daarom is er voor gekozen deze doelgroep verder buiten beschouwing te laten. Dan resteren de doelgroepen 'mensen uit balans' en 'fit en vitaal leven', deze doelgroepen worden achtereenvolgens besproken in paragraaf 4.3 en 4.4.

4.1 Mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking

Reizen en vakantievierden zit Nederlanders in het bloed, we gaan er vaak op uit. Toch is dat, nog steeds, anders voor die mensen in Nederland die hetzij aangeboren, hetzij door een ongeval, een handicap of chronische ziekte hebben. Deze mensen dragen in deze context het label zorgtoeristen. Het zorgbeleid in Nederland is er op gericht om ook deze groep mensen zoveel mogelijk inhoud aan hun leven te geven en eigen keuzes te laten maken, met als doel dat ze zo zelfstandig mogelijk kunnen leven. Daarbij hoort natuurlijk ook dat zij op vakantie moeten kunnen gaan. In deze paragraaf wordt beschreven hoe zij dat het liefst zouden willen doen, daarbij stonden de volgende vragen centraal:

Te onderzoeken vragen:

- ✓ Hoe groot is de behoefte onder de zorgtoeristen voor een 'vakantie met zorg op het platteland?
- ✓ Waaraan dienen deze voorzieningen te voldoen? En met welke zaken dient nog meer rekening gehouden te worden?

Om zoveel mogelijk informatie te verzamelen zijn de volgende organisaties benaderd met het verzoek om mee te werken aan een (telefonisch) interview.

¹³ Het CVO is een groot consumentenonderzoek dat het vakantie- en vrijetijdsgedrag van de Nederlandse bevolking registreert. De onderzoeksvragen m.b.t. wellness hebben meegelopen in het reguliere CVO van juli 2007. De totale steekproef van de juli-meting bestaat uit zo'n 7.000 personen, representatief voor de Nederlandse bevolking.

Benaderde partijen:

✓ *Revalidatiefonds*

Het Revalidatiefonds helpt om de positie van mensen met een lichamelijke handicap of chronische ziekte te verbeteren en stimuleert de deelname aan het alledaagse leven. Of het nu gaat om onderwijs, werken, wonen, vrije tijd of vervoer; het Revalidatiefonds wil een samenleving zonder drempels creëren waar iedereen kan meedoen.

✓ *Stichting Vakanties Autisme*

De Stichting Vakanties Autisme (SVA) heeft sinds 2002 het organiseren van vakanties van de Nederlandse Vereniging voor Autisme (NVA) overgenomen. De SVA organiseert jaarlijks vakanties voor kinderen, jongeren en jongvolwassenen met autisme tijdens de zomer- en herfstvakantie.

✓ *Nationaal Epilepsie Fonds*

Het Nationaal Epilepsie Fonds (NEF) werkt er hard aan om de invloed van epilepsie op iemands leven zo veel mogelijk te beperken.

Het NEF zet zich in voor de epilepsiebestrijding door het subsidiëren van wetenschappelijk onderzoek, het geven van voorlichting, het verstrekken van hulpverlening en het organiseren van aangepaste vakantie-reizen.

Naast deze benaderde partijen zijn er ook nog andere patiëntenverenigingen zoals onder andere het Astmafonds, het Prinses Beatrixfonds (spierziekten en bewegingsstoornissen), de Nierpatiënten Vereniging Nederland, de Hart & vaatgroep en Zorgbelang Brabant benaderd voor een interview of voor het invullen en retourneren van de vragenlijst. Helaas gaven de meeste organisaties aan dat ze niet aan dit verzoek konden voldoen vanwege tijdsgebrek of omdat ze de vakantiebehoeften van de doelgroep die zij vertegenwoordigden niet helder in beeld hebben. Verder moest ook in ieder eerste telefoongesprek met elke partij eerst toch wel uitvoerig uitgelegd worden wat er met de term zorgtoerisme bedoeld werd.

De drie hierboven genoemde partijen konden ook niet allemaal de vragenlijst volledig invullen, maar zij hebben wel waardevolle informatie voor dit onderzoek aangeleverd. Het Revalidatiefonds stuurde een versie van rapport “Behoeftte onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie” (Verschuur, 2009). Daarnaast verwezen ze naar de haalbaarheidsstudie “Vakantie en zorg” (Vandertuuk et al., 2005). In beide onderzoeken was de populatie ‘alle Nederlandse burgers die zorg nodig hebben’. Verder werd na een gesprek met een medewerker van de SVA duidelijk dat de wensen en behoeften ten aanzien van vakanties voor mensen met autisme net zover uiteenlopen als bij de ‘gewone’ toeristen. Daarnaast maakt ook de mate waarin iemand last heeft van deze stoornis veel uit voor zijn of haar vakantiekeuze. Door deze stichting worden dan ook “reizen in allerlei soorten en maten en over de gehele wereld” georganiseerd. Bij de ene reis gaat er één begeleider per deelnemer mee (één-op-één begeleiding) en bij andere reizen is er alleen reisbegeleiding aanwezig voor de noodgevallen. Ook gaf zij aan dat er door deze doelgroep ook veel gebruik wordt gemaakt van het reguliere aanbod. De antwoorden die door een medewerker van het NEF op de vragenlijst worden aan het einde van deze paragraaf gegeven..

Volgens het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) heeft ruim 30% van de Nederlanders een lichamelijke beperking. In 2009 waren dat ongeveer 4,5 miljoen mensen. Ruim 12% van de bevolking heeft een matige of ernstige functiebeperking. Dat zijn ruim 1,9 miljoen mensen.

De website 12procentvanjeomzet.nl is een, uit de hiervoor genoemde cijfers, voortgekomen initiatief van de brancheverenigingen Horeca Nederland, de Recron, het LSR¹⁴ en de taakgroep Handicap en Samenleving. Op deze website wordt ook uitgelegd dat de naam slaat op het feit dat: “Ruim 12 procent van de Nederlandse bevolking (2 miljoen Nederlanders) matige of ernstige lichamelijke beperkingen heeft” en hoe horeca- en recreatieondernemers deze ‘12%’ van hun omzet ‘laten lopen’. Er wordt op de website, onder andere, een uitgebreid en representatief onderzoek gepubliceerd. Hieruit blijkt dat de voorkeur van deze doelgroep uitgaat naar een verblijf in een bungalow of vakantiehuisje, appartement of hotel. Speciale zorghotels die zich alleen op de zorgdoelgroep richten, spreken de meeste van deze groep zorgtoeristen juist niet aan. Driekwart van de zorgtoeristen wil namelijk juist niet als een aparte ‘categorie’ ondergebracht worden, maar de vakantie samen met ‘gezonde’ Nederlanders doorbrengen. Van de doelgroep heeft 69% (professionele) verpleging, verzorging en/of begeleiding nodig. Ook gaf ruim tweederde aan dat fysieke aanpassingen wenselijk zijn. Al deze specifieke aanpassingen komen aanbod in hoofdstuk zes, paragraaf twee.

Op basis van een samenstelling van verschillende bronnen is in het “Behoeft onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie” (Verschuur, 2009) getracht het aantal mensen met een chronische ziekte of een handicap inzichtelijk te maken. De hiervoor gebruikte bronnen zijn:

- ‘Meedoen met beperkingen: rapportage gehandicapten 2007’ (De Klerk et al., 2007), uitgegeven door het Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag
- ‘Landelijke Index Nederlandse Huisartsenpraktijk’ (LINH), 2003-2007
- ‘Maatschappelijke positie van mensen met lichamelijke beperkingen of verstandelijke handicaps Rapportage gehandicapten 2002’ (De Klerk et al. 2002), uitgegeven door het Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag

De geschatte aantallen van het aantal mensen met een chronische ziekte of handicap in Nederland in 2007 worden gepresenteerd in een tabel:

Tabel 5: Geschatte aantallen mensen met een chronische ziekte of een handicap

Bron: Behoeft onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie

Geschatte aantallen mensen met een chronische ziekte of handicap in Nederland	Aantal (N = ca. 16 miljoen)	Percentage (van N)	Percentage (van de som)
Motorische beperking	3.377.000	21,1%	38,6%
Chronische ziekte	4.486.000	28,0%	51,2%
Visuele beperking	430.000	2,7%	4,9%
Verstandelijke beperking (inclusief tehuisbevolking)	103.300	0,7 %	1,2%
Auditieve beperking	360.000	2,3%	4,1%
Som	8.756.300		

¹⁴ Het LSR ondersteunt de zeggenschap van cliënten die gebruik maken van zorginstellingen; ondersteunt cliëntenraden bij hun werkzaamheden; voert kwaliteitstoetsingen en -verbetertrajecten vanuit cliëntenperspectief uit en geeft informatie en advies.

De cijfers van het SCP over met mensen met een lichamelijke beperking ('alle' beperkingen 30% en een matige tot ernstige beperking 12% van alle Nederlanders) komen niet geheel overeen met de cijfers in deze tabel van het aantal mensen met een motorische beperking (21% van alle Nederlanders). Natuurlijk wordt met de termen lichamelijke beperking en motorische beperking ook niet geheel dezelfde groep mensen bedoeld, maar we kunnen hieruit wel opmaken dat bijna één op de vijf mensen in Nederland beperkt worden in zijn of haar bewegen.

Het aantal mensen met een verstandelijke beperking is onmogelijk in kaart te brengen. Voor mensen die ernstige aandoeningen hebben, waarvoor ze bijvoorbeeld in een instelling wonen, bijzonder onderwijs volgen of zware medicatie gebruiken, zou er een telling uitgevoerd kunnen worden, maar dat is maar een (klein) deel van de doelgroep. Vooral voor de mensen met een licht verstandelijke beperking is het weergeven in aantallen onmogelijk, omdat deze definitie te breed en daardoor voor interpretatie vatbaar is. Omdat deze doelgroep, al dan niet onder begeleiding, vaak wel gebruik kan maken van het reguliere toeristisch - en recreatief aanbod, wordt dit onderzoek vooral gericht op de aanpassingen die nodig zijn voor mensen met een lichamelijke beperking.

De aanleiding voor het Revalidatiefonds om het "Behoeft onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie" (Verschuur, 2009) uit te laten voeren was het eerder verschenen rapport "Mobiliteit voor Vrije Tijd". Hieruit bleek dat de mensen met een beperking niet alleen ontevreden waren over de (fysieke) toegankelijkheid van het huidige vrijetijds- en recreatieaanbod ze vonden ook het ontbreken van (goede en betrouwbare) informatie over de toegankelijkheid van voorzieningen, activiteiten en attracties een belemmering voor het op vakantie gaan (van Soest & van Lieshout, 2005). Eén van de kernvragen van het 'Behoeft onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie' was daarom logischerwijs: "is het ontbreken van voldoende goede toeristische toegankelijkheidsinformatie een serieus probleem voor onze doelgroep?" (Verschuur, 2009:5). Om die vraag te kunnen beantwoorden zijn er twee instrumenten ingezet, te weten; een klankbordgroep met materie- en ervaringsdeskundigen¹⁵ en een internetenquête onder leden van de doelgroep. Nu volgen er aantal bruikbare resultaten in cijfers en een aantal quotes uit dat rapport die gebruikt kunnen worden voor de ontwikkeling van deze PMC:

Percentages uit het Behoeft onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie (Verschuur, 2009):

- *46,7% van de respondenten vindt dat het vinden van een geschikte verblijfsaccommodatie veel tijd en energie kost*
- *Van de respondenten heeft 68% een voorkeur voor een vakantiehuisje of bungalow, 35,9% heeft een voorkeur voor een familiehôtel, pension of bed & breakfast, 33,6% voor een luxe hôtel en 32,8% voor een appartement.*
- *Een voorkeur voor een tourcaravan, camper of tent heeft 22% van de respondenten en 8,5% kiest voor een stacaravan.*
- *Het merendeel van de doelgroep oordeelt negatief over de kwantiteit en kwaliteit van de huidige toeristische toegankelijkheidsinformatie.*

¹⁵ De ervaringsdeskundigen waren medewerkers van de: Nederlandse Branchevereniging Aangepaste Vakanties (NBAV), Chronisch zieken en Gehandicapten Raad Nederland, Dwarslaesie Organisatie Nederland, het Mediamaal, het LSR, Ambassadeur Onbeperkt Nederland, Programma Versterking CliëntenPositie en de stichting Viziris.

- Van de deelnemers aan de internetenquête heeft 77,8% behoefte aan meer informatie over de toegankelijkheid van verblijfsaccommodaties en dagattracties in Nederland
- Van de respondenten belt of e-mailt 84,1% vooraf naar een verblijfsaccommodatie om aanvullende informatie te verzamelen
- 10% Gaat de verblijfsaccommodatie vooraf bekijken of laat dat door iemand anders doen, om te controleren of de verstrekte informatie klopt

Citaten uit het Behoeftte onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie (Verschuur, 2009). Naar aanleiding van de vraag: “Welke invloed heeft een gebrekkige toegankelijkheidsinformatie op het vakantie- en uitgaansgedrag van mensen met een chronische ziekte of handicap”:

- *“In de praktijk betekent dit dat je een paar adressen kent die goed zijn en dat je je daarbij houdt. Iets nieuws proberen gebeurd om deze reden weinig”*
- *“Een gedeelte van de doelgroep zal hierdoor afhaken of teleurgesteld raken. Toename isolement. Toename gezondheidsklachten. Etcetera.”*
- *“Het brengt veel spanning met zich mee. Zenuwachtigheid van zou en als...”*

In de haalbaarheidsstudie ‘Vakantie en zorg’ (Vandertuuk et al., 2005) en in het ‘Behoeftte onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie’ (Verschuur, 2009) werd niet alleen geconstateerd dat er duidelijk behoefte is aan meer en betere aanpassingen voor mensen met een beperking, de onderzoekers belichten ook dat het bestaande aanbod van zorgvakanties vooral uit georganiseerde groepsreizen bestaat en dat de mogelijkheden dus erg beperkt zijn voor de groep zorgtoeristen die graag zelfstandig op vakantie willen gaan. Bovendien blijkt de groep zorgtoeristen die graag zelfstandig, met familie en/of vrienden op vakanties wil, groter te zijn dan de mensen die graag gebuikt maken van het aanbod groepsvakanties. Uit diezelfde onderzoeken blijkt dat ruim driekwart van de respondenten de voorkeur geeft aan een individuele vakantie met het gezin of een partner.

Tot slot volgt nog de informatie over de subdoelgroep zorgtoeristen met epilepsie die voortgekomen is uit de volledig ingevulde vragenlijst. Uit de vragenlijst, die ingevuld is door een medewerkster van de afdeling vakantiereizen van het NEF, bleek dat de doelgroep die het NEF vertegenwoordigt, momenteel reeds gebruik van toeristische faciliteiten, kleinschalige zorgvoorzieningen of andere georganiseerde activiteiten op het platteland (zoals zorgboerderijen).

Deze faciliteiten spreken deze doelgroep aan vanwege:

- het “Persoonlijk contact met eigenaar/gastvrijheid/service”,
- de “Rustige omgeving en veel ruimte” en omdat er
- “Veel kleinschalige uitstapjes mogelijk” zijn.

Met name de volgende activiteiten spreken deze doelgroep aan:

- Spelletjes; kaarten, scrabble, sjoelen, etc. (*‘heel erg leuk’*)
- Snoezelruimte¹⁶ (*‘heel erg leuk’*)

¹⁶ Een met kussens, instrumenten, klankschalen etc. ingerichte ruimte die wordt gekenmerkt door stilte of rustige muziek, dimlichten, gordijnen met gezeefd licht of zelfs geen natuurlijk etc. Zonder storende elementen en met een behaaglijke temperatuur en comfortabele lig- en zitplaatsen. (Snoezelen is een samentrekking van ‘snuffelen’ en ‘doezelen’)

- Met anderen genieten van de (frisse) omgeving en dieren (*'heel erg leuk'*)
- Muzikale activiteiten (*neutraal*)
- Creatieve activiteiten (*neutraal*)

Volgens de woordvoester van NEF maakt men in alle seizoenen behalve de winter, graag gebruik van deze voorzieningen, de geïnterviewde gaf aan dat er wel meer behoefte is aan voorzieningen voor vakanties of dagbesteding op het platteland, wat deze groep betreft. Zowel in als buiten de vakantieperiodes om, dat is afhankelijk van het soort uitstapje. Gedacht wordt dat de gemiddelde verblijfsduur een week is. Deze groep gaat het liefst 'met het gezin/ de partner' op vakantie en een deel van de doelgroep maakt gebruik van de 'speciaal georganiseerde vakantie met professionele begeleiding', ook bij deze doelgroep is dat afhankelijk van de mate waarvan men last heeft van deze ziekte. Logischerwijs geeft dit deel van de doelgroep de voorkeur aan een groepsaccommodatie. Volgens deze doelgroepvertegenwoordigster geven de mensen die zelfstandig op vakantie gaan de voorkeur aan een vakantie in een hotel. De volgende aanpassingen worden als noodzakelijk aangegeven:

- Gelijkvloers (geen drempels)
- Rolstoelvriendelijk (brede deuropening en een lift bij verdiepingen)
- Aangepast sanitair (Verhoogd toilet, beugels aan de muur van het toilet)
- Aangepaste douche
- Hoog-/laagbed met een papegaai¹⁷

De toegankelijkheid en bereikbaarheid van een accommodatie en de aanwezigheid van toeristische uitstapjes/ attracties in de buurt van de accommodatie zijn de twee meeste bepalende zaken voor de vakantiekeuze. Bij de informatie moet tevens vermeld worden dat er ook een aannemelijk deel van deze doelgroep totaal geen aanpassingen voor hun vakantie behoeven omdat zij aan en (zeer) lichte vorm van epilepsie leiden. Waardoor ze gebruik kunnen maken van het reguliere vakantieaanbod.

4.2 Senioren

Het zal de meeste ondernemers in de toeristische sector intussen wel duidelijk zijn dat het verstandig is om hun bedrijf aantrekkelijk en geschikt te maken en te houden voor senioren want door de vergrijzing zijn senioren een steeds groter wordende doelgroep in Nederland. Ouderen gaan vaker en langer op vakantie, en daar hebben ze, vergeleken met mensen uit andere leeftijdscategorieën, over het algemeen gezien (veel) meer tijd en geld voor. In hoofdstuk twee is een inventarisatie van de huidige doelgroepen van het plattelandstoerisme gemaakt en daaruit bleek ook dat de doelgroep senioren de grootste doelgroep is die gebruik maakt van de toeristische faciliteiten op het platteland. Als er in dit verband over senioren gesproken wordt, worden de mensen tussen 55 en 65 jaar bedoeld. De groep 65 plussers gaat minder vaak op vakantie, vooral als de gezondheid achteruit gaat. Toch is aannemelijk dat ouderen dan ook nog steeds een (eventuele aangepaste) vakantie heel prettig ervaren als een onderbreking van de dagelijkse sleur en het fijn vinden om eens in een andere omgeving te zijn.

¹⁷ Een handvat boven een wat boven bed hangt waaraan men zich kan optrekken

De groep 65 plussers in Nederland is ook de afgelopen jaren al (iets) groter dan de 55 plussers, volgens de cijfers van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS):

Tabel 6 Aantal 55 en 65 plusser in Nederland de afgelopen vier jaar Bron: CBS Statline

Perioden	Totaal alle leeftijden	Tussen de 55 en 65 jaar	65 jaar of ouder	Percentage 55 plussers t.o.v. alle leeftijden	Percentage 65 plussers t.o.v. alle leeftijden
2006	16.334.210	1.985.907	2.330.459	12%	14%
2007	16.357.992	2.035.580	2.368.352	12%	14%
2008	16.405.399	2.085.290	2.414.826	13%	15%
2009	16.485.787	2.121.729	2.471.815	13%	15%

Nu is in Nederland 15% van de bevolking ouder dan 65 jaar. Het CBS verwacht dat in 2020 dit al 20% is en in 2050 zelfs 25%. Ook in de verre toekomst blijft dit een grote doelgroep.

Voor deze doelgroep stonden de volgende vragen centraal in de zoektocht naar informatie:

- ✓ Wat voor tijdsbesteding/ activiteiten kan men de groep 'oudere' senioren aanbieden?
- ✓ Welke aanpassingen in de accommodatie zijn wenselijk voor senioren?

Door verschillende organisaties, zoals onder andere de Wetenschapswinkel van de Wageningen UR¹⁸, is reeds onderzoek verricht naar de vakantiewensen van de groep oudere senioren. Die informatie kan ook voor de ontwikkeling van deze PMC goed gebruikt worden. Hierna worden uit twee verschillende rapporten de, meest relevant bevindingen vermeld. Op de fysieke aanpassingen voor de accommodatie wordt nader ingegaan in hoofdstuk zes.

Daarnaast zijn de volgende partijen benaderd:

- ✓ *Unie KBO*

De Unie KBO is de grootste seniorenorganisatie van Nederland. De vereniging biedt naast belangenbehartiging een uitgebreid scala aan opleidings- en ontspanningsactiviteiten aan. Eén van de belangrijkste doelstellingen van de organisatie is voorwaarden te scheppen zodat senioren volwaardig en zelfbewust aan de samenleving kunnen deelnemen.

- ✓ *Alzheimer Nederland*

Alzheimer Nederland zet zich (al bijna 25 jaar) in voor mensen met dementie. Ze willen met hun werk bijdragen aan een betere kwaliteit van leven voor mensen met dementie en hun naaste omgeving. Alzheimer Nederland is zowel een fonds als een patiëntenbelangenorganisatie. Dit betekent dat ze opkomen voor de belangen van mensen met dementie en als fondsenwerver geld inzamelen. Het geld dat Alzheimer Nederland ophaalt, wordt besteed aan het subsidiëren van wetenschappelijk onderzoek, voorlichting, ondersteuning en belangenbehartiging.

¹⁸ Maatschappelijke organisaties die niet over voldoende financiële middelen beschikken, kunnen met onderzoeksvragen terecht bij de Wetenschapswinkel Wageningen UR. Deze biedt ondersteuning bij de realisatie van onderzoeksprojecten (Uit: "Veel tijd, nooit weg")

Na verschillende medewerkers van Unie KBO gesproken te hebben bleek dat zij de wensen en behoeften met betrekking tot vakantie van de 65 plussers niet goed in beeld hebben en daarom niet in staat waren de vragenlijst in te vullen. Wel gaven ze allemaal aan, 'dat het erg goed is dat ook deze groep niet uit het oog verloren dient te worden door ondernemers in de toeristische sector'. De resultaten uit het plezierig vraaggesprek met een medewerker van Alzheimer Nederland worden aan het einde van deze paragraaf gepresenteerd.

Het rapport 'Veel tijd maar nooit weg' (Welt en Renes, 2005) is het resultaat van een onderzoek, naar de vakantiebehoefte van deze doelgroep wat in opdracht van de Stichting Mens en Samenleving (SMS)¹⁹ is uitgevoerd. In het voorwoord stellen medewerkers van deze stichting reeds dat: "De aandacht voor het welzijn van ouderen met functionele en sociale beperkingen, met name de groep van hoogbejaarden schiet in onze samenleving ernstig tekort". De SMS denkt dat de behoefte aan aangepaste vakanties in Nederland zich alleen maar zal uitbreiden gezien de toenemende vergrijzing.

De SMS heeft de Wetenschapswinkel Wageningen UR gevraagd om onderzoek naar de wensen en behoeften van deze doelgroep te verrichten, zodat zij beter daarop in kunnen spelen. Hiertoe zijn er (acht) open interviews gehouden met activiteitenbegeleiders en zorgmanagers van woonzorgcentra. Een aantal van deze zorgcomplexen organiseert zelf niets op het gebied van vakanties of (dag) excursies. Anderen organiseren meerder dagtochten per jaar en/of een vakantie(mid)week. Eén zorginstelling is zeer actief op het gebied van vakanties, zij organiseren vakanties voor de bewoners op de (grote) Nederlandse vakantieparken en hebben een eigen vakantievilla om beheer. Diegenen die geen vakanties organiseren voor hun bewoners gaven aan dat: "Het te complex is om te regelen en omdat wij er niet meer voor betaald worden moet het ook nog tussen de bedrijven door" of "Omdat de bewoners via samenwerking met een van de aanbieders gaan". Ook werd er vermeld dat er geïnterviewden waren die het belangrijk vinden dat om de bewoners in hun dagelijkse structuur te laten. Een aantal van de geïnterviewden hecht er belang aan om vakanties aan bewoners aan te bieden, omdat zij vakantie zien als een belangrijk onderdeel van het welzijn. Er was daarentegen ook een geïnterviewde, van een zorgcentrum dat geen vakanties aanbiedt, die van mening is dat er bij de bewoners geen vraag ligt naar een vakantie. Alleen bij de bewoners die voorheen wel op vakantie gingen, is er nog wel een behoefte op vakantie te gaan. Ook de mensen die nog enigszins zelfredzaam zijn gaan wel een met de familie op vakantie. Een ander belangrijk aspect wat genoemd werd door de geïnterviewden is dat de bewoners het fijn vinden om op vakantie te gaan met bekenden, dat geldt dan zowel voor de medebewoners als de verzorgers.

Voor het project "Zorg voor hotels" (Logger, 2009) is er een speciaal arrangement voor de doelgroep 'ouderen' ontwikkelt. Hiertoe zijn de wensen en behoeften van deze doelgroep op een rijtje gezet. In dit onderzoek stonden ook de senioren die niet meer zo eenvoudig en gemakkelijk op vakantie kunnen gaan centraal.

¹⁹ Stichting Mens en Samenleving (SMS) is ruim honderd jaar geleden ontstaan uit het sociaal werk van een vrijzinnige geloofsgemeenschap. De SMS heeft vakantiekolonies voor kinderen, verzorgingshuizen, opvang voor vluchtelingen en herstellingsoorden opgezet. De SMS blijft activiteiten ontwikkelen, passend bij de jas van de tijd waarin men leeft (Uit: "Veel tijd, nooit weg")

De uitkomst van dat onderzoek geeft goed antwoord op de vragen die voor deze doelgroep beantwoord moesten worden:

- *“Ouderen gaan relatief weinig ’s avonds de deur uit. Dit betekent dat het hotel mogelijkheden tot ontspanning zal moeten bieden*
- *lets bezichtigingen heeft de voorkeur, gevolgd door lichte sportieve activiteiten*
- *Voor de hotelkamer geldt dat ouderen meer ruimte nodig hebben dan jongeren. Zeker bij hulpmiddelen als een rollator is dat het geval. Voorts hebben ouderen meer licht nodig dan jongeren (...)*
- *Ouderen hebben vaak specifieke wensen ten aanzien van eten (...)*
- *Enkele kamers van het hotel zullen enkele aanpassingen nodig hebben (...)*
- *Senioren willen veiligheid, zekerheid, gemak, comfort en zorg. Hiervoor kunnen, naast het personeel, ook technische hulpmiddelen uitstekende diensten leveren*
- *Ouderen zijn niet gebonden aan schoolvakanties. Speciale arrangementen voor ouderen kunnen dan ook het best in de rustiger perioden geplaatst worden”*

De onderzoekers merken daarbij op dat het niet duidelijk is wat de vraag en de wensen van de ouderen zelf zijn en dat, gelet op de groei van deze bevolkingsgroep en de toenemende diversiteit daarbinnen, het belangrijk is dat de ouderen zelf aan het woord komen.

In het onderzoek ‘Veel tijd maar nooit weg’ (Welt en Renes, 2005) is een hoofdstuk gewijd aan de effecten van de groene ruimte, de natuur, op ouderen. De meeste zaken die daar aangehaald worden zijn in dit rapport in hoofdstuk twee, het conceptueel kader, reeds vermeld. Nieuw is het praktijkvoorbeeld van de zogenaamde ‘groenkamers’ in woonzorgcentra. In een groenkamer worden, door de begeleiders in het verzorgingstehuis, activiteiten met een groen karakter georganiseerd, zoals zaaien, stekken en bloemschikken, rekening houdend met de verschillende seizoenen. De activiteiten leidden tot herkenning en betrokkenheid bij de bewoners, maar omdat de onderzoeksgroep erg klein was kan men niet zeggen of de verbeterende kwaliteit van de zorg geheel te danken is aan de activiteiten in de groenkamers (Welt & Renes, 2005). Een andere ontwikkeling die wordt gebruikt door zorginstellingen is de ‘tuintherapie’ voor ouderen met de ziekte van Alzheimer. Deze vorm van therapie kan volgens de onderzoekers bijdragen aan het welzijn door het verhogen van de fysieke en mentale gezondheid want: “Het tuinieren zorgt voor een stimulans om de zintuigen te gebruiken en helpt mensen om contact te houden met de wereld om hen heen. Mensen met Alzheimer zijn gevoeliger voor stemmingen en emoties. Juist een groene omgeving kan herinneringen van vroeger terugbrengen en gelukkige momenten doen herbeleven.” (Welt & Renes, 2005).

In een (telefonisch) vraaggesprek met Angelika Koot van de stichting Alzheimer Nederland werd dit beeld bevestigd. Door de doelgroep die door Alzheimer Nederland vertegenwoordigd wordt, wordt reeds gebruik van toeristische faciliteiten, kleinschalige zorgvoorzieningen of andere georganiseerde activiteiten op het platteland (zoals bijvoorbeeld zorgboerderijen). Volgende de geïnterviewde is juist kleinschalige zorg erg goed voor dementerende mensen. Mevrouw Koot benadrukte dat: “een zorgvoorziening op het platteland helemaal perfect is voor mensen die daar opgegroeid zijn”. Voor de mensen die daar lichamelijk nog toe in staat zijn is het ook erg goed dat ze mee kunnen werken op het bedrijf zodat ze nuttig bezig zijn. Volgens mevrouw Koot groeit het aantal dementerenden in Nederland de laatste jaren alsmaar door: “de groep wordt alleen maar groter”.

Ook het aantal jong dementerenden neemt toe. Daardoor is vanuit deze doelgroep meer behoefte aan zorgvoorzieningen op een boerderij zowel voor de dagbesteding van deze doelgroep, als woonzorg mogelijkheden. Bovendien zijn ook goede faciliteiten voor een fijne vakantie erg belangrijk: “omdat het vaak de laatste vakantie voor deze mensen is”, aldus mevrouw van der Koot.

Een verblijf op het platteland wordt door deze doelgroep het liefst gecombineerd met de volgende activiteiten:

- Wandelen, fietsen e.d. (“evt. met aangepaste fietsen”)
- (‘Echt’) Meewerken op de boerderij (niet zozeer voor de vakanties maar als activiteit ten behoeve van dagbesteding)
- In de (moes-)tuin werken
- Met anderen genieten van de (frisse) omgeving en dieren
- Creatieve activiteiten
- Muzikale activiteiten (“Zijn erg bevorderlijk voor de sfeer, maar zing dan niet alleen maar kinderliedjes!”)
- Spelletjes; kaarten, scrabble, sjoelen, etc. (“Denk ook aan jeu de boules”)
- Workshop/ Cursus (“Bijvoorbeeld handmassages”)

Daarnaast benoemde de geïnterviewde ook de activiteit: “het maken van een levensboek met foto’s en de daarbij horende verhalen, samen met de partner of een andere mantelzorger”.

Volgens deze woordvoerder van Alzheimer Nederland is bij deze doelgroep het gehele jaar, dus in alle seizoenen wel behoefte aan een vakantie op het platteland, zowel in als buiten de vakantieperiodes om. Ook deze groep gaat het liefst ‘met het gezin/ de partner’ op vakantie en een deel van de doelgroep maakt gebruik van de ‘speciaal georganiseerde vakantie met professionele begeleiding’, omdat het vaak niet meer anders kan. Er dient professionele begeleiding op de accommodatie aanwezig te zijn. Nu maakt men het meeste gebruik gemaakt van een hotel, waar ze dan meestal een week verblijven. De toegankelijkheid en bereikbaarheid van een accommodatie en de reisafstand zijn de twee meeste bepalende zaken voor de vakantiekeuze. Bovendien is de aanwezigheid van en het contact met lotgenoten voor de partners of een andere mantelzorgers ook erg fijn. De mogelijkheid om voorafgaand een kennismakingsgesprek werd door de geïnterviewde zelf nog aan gedragen.

4.3 ‘Mensen uit balans’

Zoals in hoofdstuk twee, het conceptueel kader, reeds vermeld is komt de term ‘mensen uit balans’ uit het rapport “Zorg voor hotels”. Mensen die (veel) last hebben van vermoeidheid, lusteloosheid, concentratieproblemen, depressieve stemmingen en dergelijke behoren tot deze doelgroep. Nu heeft iedereen natuurlijk wel eens last van deze verschijnselen, maar het gaat hier alleen om de mensen waarvan de ‘normale gang van zaken’ door deze verschijnselen verstoord wordt. Daarnaast is een “voorwaarde om tot deze doelgroep gerekend te worden, dat dit niet alleen onderkend wordt door de betrokkene maar ook door een deskundige (bedrijfsarts, psycholoog, of psychiater)” (Logger, 2009).

De volgende vragen zijn eerst onderzocht met behulp van deskresearch en ook zijn er een aantal expert uit dit vakgebied benaderd voor meer informatie over deze onderwerpen:

- ✓ Wat voor activiteiten en faciliteiten werken preventief en/of herstelbevorderend voor mensen die uit balans zijn?
- ✓ Waaraan dient de omgeving en de accommodatie te voldoen voor een goede 'therapie'?
- ✓ Wat voor eisen worden er aan de 'therapeuten'/ coaches gesteld voor dit soort behandelingen?

Vaak moeten deze mensen herstellen van de gevolgen van een milde depressie en hebben daarom behoefte aan een vorm van therapie, activiteiten en faciliteiten die een herstelbevorderend effect hebben gecombineerd met een verblijf elders dan thuis. Een kenmerk van een depressie is natuurlijk dat men zich somber voelt en 'nergens' behoefte aan heeft en daarom geldt dat de wensen en behoeften van deze doelgroep erg moeilijk te bepalen zijn (Logger, 2009). Om toch een poging te wagen om invulling aan de combinatie 'mensen uit balans' en plattelandstoerisme te kunnen geven zijn er een aantal organisaties benaderd die veel te maken hebben en/of werken met mensen met een depressie. De volgende organisaties, stichtingen en verenigingen zijn gebeld met de vraag om deel te nemen aan een onderzoek over de combinatie zorg- en plattelandstoerisme:

- ✓ *GGZ Nederland*
De brancheorganisatie van de instellingen in de geestelijke gezondheids- en verslavingszorg
- ✓ *Vereniging voor Manisch Depressieven en Betrokkenen (VMDB)*
De vereniging zet zich in voor mensen met een manisch depressieve stoornis en hun betrokkenen.
- ✓ *Stichting Burnout*
Stichting met een effectief 'burnoutherstelprogramma' en wetenschappelijke achtergronden over een burnout
- ✓ *Arbo Office Nederland*
Is een landelijke arbodienst voor het midden- en kleinbedrijf. Werkgevers kunnen bij Arbo Office Nederland terecht voor vragen en advies over o.a. preventie, verzuimbegeleiding, versnelde medische interventies en eventuele externe re-integratie.
- ✓ *Fonds Psychische Gezondheid:*
Dit fonds zet zich in voor mensen met psychische problemen en hun omgeving voor verbetering van de psychische gezondheid van mensen in Nederland.

In eerste instantie werd telefonisch contact gemaakt met deze partijen, op die manier werd iemand gezocht die antwoorden op de vragen zou kunnen geven, zo werd voorkomen dat de vragenlijst naar een centraal e-mail adres gestuurd moest worden. Diegene kreeg dan een e-mail met de uitleg over het onderzoek en de voor deze doelgroep speciaal opgestelde vragenlijst. Helaas heeft niemand op deze e-mail en ook niet op een herinneringsmail gereageerd. Hierdoor is het helaas niet mogelijk de wensen en behoeften van deze doelgroep helder in beeld te krijgen.

Het staat in ieder geval wel vast dat deze doelgroep er baat bij zal hebben om uit hun oorspronkelijke omgeving te komen om 'aan zichzelf te werken' en dat de (frisse) groene ruimte hierbij stimulerend kan werken. Naar alle waarschijnlijkheid zullen veel mensen onder andere door groepsgesprekken en sport/ beweging zich sowieso beter gaan voelen.

4.4 'Fit en vitaal leven'

Tot slot de doelgroep die het label 'fit en vitaal leven' heeft gekregen. Door de toename van welvaartsziekten neemt het belang van bewegen en het hebben van een gezonde levensstijl toe. Mede daardoor raken er meer mensen geïnteresseerd in wellness. Aan het begin van deze rapportage, in hoofdstuk twee het conceptueel kader, is uitgebreid uitgelegd wat er tegenwoordig allemaal met het begrip wellness wordt bedoeld. In deze paragraaf wordt er verder ingegaan op het profiel van de mensen die graag wellness-activiteiten ondernemen, dus op de wensen en behoeften van de 'wellnessers'.

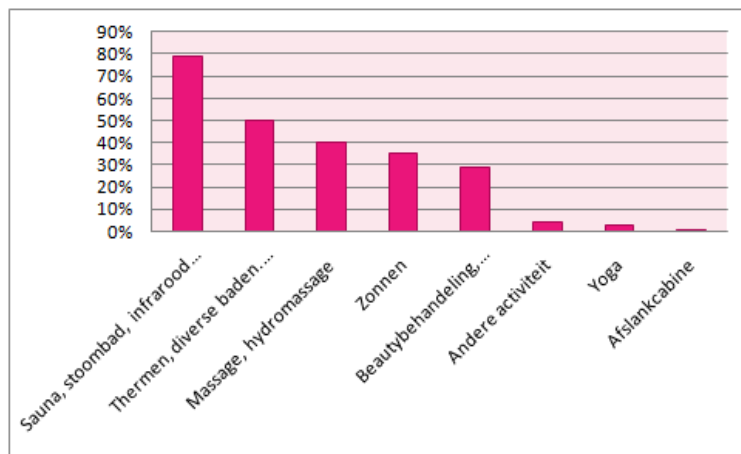
Uit onderzoek "Wellness in Nederland" van het GfK en het NRIT bleek dat er in 2008 ongeveer 30% van de Nederlanders actief aan wellness doet. In 2006 was dat nog 19% (Gouw & Maas, 2008). Deze stijging komt grotendeels ook doordat er in die periode veel wellnesscentra in Nederland bij zijn gekomen, hier wordt ook door de onderzoekers naar verwezen. De overige 70% van de Nederlanders bestaat uit mensen die 'in het verleden wel eens aan wellness heeft gedaan' (20%) en de andere 50% heeft nog 'nooit aan wellness gedaan'.

De onderzoekers weten overigens daarbij wel te vermelden dat: "Een deel van deze grote groep kan zondermeer overgehaald worden om ook aan wellness te gaan doen mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan qua wensen en behoeften" (Gouw & Maas, 2008:12). De belangrijkste redenen waarom deze mensen (nog) geen gebruik maken van wellness faciliteiten zijn (Gouw & Maas, 2008:36):

1. *Te duur (35%)*
2. *Geen interesse in wellness (34%)*
3. *Het beoefenen van andere sportieve activiteiten (18%)*
4. *Het doen van andere ontspanningsactiviteiten (15%)*
5. *Geen tijd (15%)*
6. *Zich er niet op z'n gemak voelen (8%)*
7. *Er lichamelijk niet toe in staat zijn (7%)*
8. *Niemand om mee te gaan (7%)*
9. *Er is geen wellness- of beautycentrum bij mij in de buurt (6%)*
10. *Doet thuis aan wellness en beauty (4%)*

Men heeft bij mensen die niet aan wellness doen doorgevraagd om te kunnen achterhalen onder welke voorwaarden men wel zou gaan 'wellnessen'. Hier gaf gemiddeld 41% aan onder geen enkele voorwaarde te gaan, vooral de mannen zeiden onder geen enkele voorwaarde te gaan, 51% van de ondervraagde mannen gaf dat aan vergeleken met 30% van de vrouwen. Vrouwen worden daarentegen sterker beïnvloed door de prijs, 49% van de vrouwen gaf namelijk aan wel te gaan wanneer het goedkoper zou zijn, tegenover 25% bij de mannen. Vrouwen zouden ook eerder aan wellness gaan doen dan mannen wanneer het wellnesscentrum dichterbij huis zou zijn. De potentiële doelgroep voor wellness bestaat daarom voornamelijk uit vrouwen. De grootste groep mensen die reeds 'wellnessen' vallen binnen de leeftijdscategorieën tussen de 20 en 49 jaar oud. Binnen deze leeftijdsgroepen vallen ook de meeste potentiële 'wellnessers' (Gouw & Maas, 2008).

Het volgende figuur illustreert de activiteiten die op het gebied van wellness het meest ondernomen worden:



Figuur 12: Soorten activiteiten in het wellnesscentrum Bron: Wellness in Nederland Uitgave 2008

Uit de diagram valt af te lezen dat meer dan driekwart van de mensen die een wellnesscentrum bezoeken gebruikt maakt van de sauna. De helft van de wellnnessers neemt graag een duik in de “thermen, diverse baden en streamjets”. Ongeveer een kwart van de mensen die gebruik maken van wellness faciliteiten buitenshuis beoefenen ook de wandelsport en/of fietsen graag. Maar een klein deel van de Nederlandse bevolking combineert fitness met wellness, blijkt allemaal uit het hiervoor genoemde onderzoek.

Uit onderzoek van de Nederlandse Sauna Vereniging blijkt dat het grootste gedeelte (49%) van de saunabezoekers is hoger of universitair is opgeleid. Verder komen sauna-bezoekers relatief vaker uit tweepersoons-huishoudens (33%) en bezoeken zij het vaakst een sauna met hun partner (36%). Circa 39% geeft aan altijd hetzelfde saunabedrijf te bezoeken.

Verder kwam in het onderzoek “Wellness in Nederland” duidelijk naar voren dat kwaliteit erg belangrijk is. Aan de respondenten werd gevraagd waarom men voor een bepaald wellnesscentrum kiest en ‘de kwaliteit van de voorzieningen en activiteiten’ werd het vaakst genoemd (29%). Naast de kwaliteit letten ook veel mensen op ‘de combinatie van de voorzieningen en activiteiten’ (door 22% van de mensen genoemd) en natuurlijk de afstand tot het wellnesscentrum (door 26% van de mensen genoemd). Zaken als rust, prijs en sfeer worden alle drie als even belangrijk ervaren (door 21% van de mensen genoemd). Hierin werd overigens wel een verschilesignaleerd tussen de ‘wellnessers en de niet-wellnessers’. Mensen die reeds een wellnesscentrum bezoeken hechten meer waarde aan de goede kwaliteit dan aan de prijs. De mensen die (nog) geen gebruik maken wellness faciliteiten, hechten daarentegen meer waarde aan de prijs. Omdat ‘te duur’ ook de meest genoemde reden was om niet aan wellness te doen kan hiervan afgeleid worden dat deze groep mensen de prijs van een bezoek aan een wellnesscentrum te hoog vindt.

Een grote groep mensen die niet aan wellness doen gaf in dit onderzoek aan dat een eenvoudig en goedkoop wellnesscentrun voor hen voldoende is, een goede balans tussen een niet al te hoge prijs en degelijke kwaliteit kan er dus voor zorgen dat veel mensen die momenteel geen wellness-activiteiten dat wel zullen gaan doen (Gouw & Maas, 2008).

Het ContinuVakantieOnderzoek (CVO)²⁰ heeft in 2007 onderzoek gedaan naar de kansen van wellness voor toerisme. Uit dit rapport bleek dat wellness een 'hot item' in Nederland. In een factsheet van het NBTC, wat geschreven is naar aanleiding van dit CVO, wordt geopend met de tekst: "Steeds meer vakantiegangers blijken de vakantie te gebruiken om aan het eigen lichamelijk welzijn een oppepper te geven. De toerist wil niet alleen geestelijk ontspannen, maar ook extra aandacht geven aan het fysieke welzijn. Wellness is een steeds groter wordend segment binnen de vakantiemarkt en kent vele verschijningsvormen" (uit: <http://www.nbtcniporesearch.nl/>).

Dat het aantal Nederlanders die in Nederland aan wellness doen de afgelopen jaren is gestegen, komt onder andere doordat er meer en vooral grotere wellnesscentra gebouwd worden, werd reeds in het begin van deze paragraaf vermeld. Deze grote bedrijven onderscheiden zich nu vooral door hun zeer uitgebreide keuzes in faciliteiten, behandelingen en arrangementen. Volgens de Nederlandse Sauna Vereniging lijkt het nu alsof de toekomst voor deze megacomplexen is weggelegd.

4.5 Conclusies

Ondanks een aantal 'strubbelingen' is het uiteindelijk toch gelukt om de markt voor zorgtoerisme, dus de wensen en behoeften van de zorgtoeristen in beeld te krijgen. Deze 'strubbelingen' zijn onder andere te wijten aan de enorme diversiteit van alle zorgtoeristen en ook binnen de doelgroepen. Vaak is een doelgroep een groep mensen met redelijk homogene eigenschappen, in dit geval bleek dat niet zo te zijn. Voorafgaand aan dit deel van het behoefte onderzoek werd er wel rekening mee gehouden dat de wensen en behoeften van personen die wel samen binnen een doelgroep vallen zeker niet voor iedereen gelijk zouden zijn. De te vergaren informatie was er dan ook voornamelijk op gericht om de eisen waaraan een geschikt vakantieverblijf en/of de omgeving sowieso aan zou moeten voldoen. Maar ook die bleken per individu zeer divers en te uiteenlopend te zijn, onder andere doordat de wensen en behoeften ten aanzien van een vakantie van een bepaalde doelgroep ook grotendeels worden bepaald door de mate waarin iemand leidt aan- of last heeft van zijn of haar aandoening, bleek uit reacties van de benaderde partijen. Ondanks dat niet alle vertegenwoordigers van de diverse organisaties deze reden expliciet benoemd hebben is het toch zeer aannemelijk.

Daarnaast moet ook nog de verwarring in de communicatie over het begrip zorgtoerisme genoemd worden. Het was namelijk voor de mensen die werkzaam zijn bij de diverse stichtingen en verenigingen niet helder en logisch dat met zorgtoerisme ook de aangepaste vakanties of 'vakanties met zorg' bedoeld worden. Ook in dit deel van het onderzoek riep het woord zorgtoerisme dus niet de gewenste associaties op.

²⁰ Het CVO is een groot consumentenonderzoek dat het vakantie- en vrijetijdsgedrag van de Nederlandse bevolking registreert. De onderzoeksvragen m.b.t. wellness hebben meegelopen in het reguliere CVO van juli 2007. De totale steekproef van de juli-meting bestaat uit zo'n 7.000 personen, representatief voor de Nederlandse bevolking.

De vraag “Hoe groot is de behoefte onder de zorgtoeristen voor een ‘vakantie met zorg’ op het platteland?” kan deels beantwoord worden, want er is zeker behoefte aan meer ‘vakantie met zorg’- en/of respijtzorgvoorzieningen. Een flink aantal Nederlanders kan vanwege beperkingen, niet gemakkelijk het juiste vakantieadres vinden. Maar of er specifiek behoefte is aan (meer) aangepaste accommodaties op het platteland is niet nadrukkelijk naar voren gekomen. Toch lijkt dit wel het geval te zijn, als er gekeken wordt naar de groei van het aantal zorgboerderijen en andere initiatieven op het gebied van zorglandbouw. Hieruit kan namelijk opgemaakt worden dat mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking het platteland, de groene ruimte als een zeer fijne plek ervaren, die ze uit de sleur kan halen en waar ze tot rust kunnen komen.

Daarnaast zijn ook medewerkers in woonzorgcentra voor ouderen en een vertegenwoordigster van de stichting Alzheimer Nederland zeer positief over het effect van een vakantie voor de ‘oudere senioren’. De groene ruimte biedt juist ook voor ouderen meerdere mogelijkheden voor een vakantie. Aan de ene kant zou een vakantie voor senioren in het teken kunnen staan van vermaak, waarbij de groene ruimte enig ‘avontuur’ biedt. Aan de andere kant zou een vakantie in het teken kunnen staan van ontspanning en zingeving, deze twee factoren kunnen gunstig zijn voor ouderen die te maken hebben met lichamelijke en verstandelijke beperkingen. Door onbekendheid met het aanbod wordt er door deze groep momenteel vrij weinig gebruik van het vakantieaanbod gemaakt.

Uit de gesprekken met de vertegenwoordigers van deze doelgroepen kwam naar voren dat een reden waarom men wel voor een verblijf op het platteland zou kiezen het met name vanwege de sfeer van de omgeving zou zijn. In de conclusies, van hoofdstuk drie, die naar aanleiding van de enquête geschreven zijn, werd er gesteld dat iedere ondernemer reeds wandel- en fietsroutes in de nabije omgeving van het bedrijf aanbiedt. Wanneer een ondernemer graag zorgtoeristen op zijn bedrijf wil verwelkomen dienen deze routes dan ook (deels) toegankelijk voor hen te zijn, want ook zij komen om te genieten van de omgeving. Een andere reden waarom men voor een verblijf op het platteland zou kiezen is de kleinschaligheid van deze accommodaties. Daardoor ontstond bij de ondervraagden het gevoel er beter met de persoonlijke situatie van de gasten rekening gehouden kan worden.

Bovendien kwam uit het onderzoek naar voren dat de meeste zorgtoeristen uit deze beide doelgroepen de voorkeur geven aan een individuele vakantie met het gezin of een partner, het aanbod bestaat echter voornamelijk uit (georganiseerde) groepsreizen. Dit kan gezien worden als een goede kans voor het plattelandstoerisme. Daarbij komt nog het gegeven dat zo’n 75% van de zorgtoeristen juist niet als een aparte ‘categorie’ ondergebracht wil worden, maar het liefst de vakantie samen met ‘gezonde’ Nederlanders door wil brengen. De huidige reguliere – en de zorgdoelgroepen kunnen dus prima gecombineerd worden.

Met de beperkte informatie die middels desk research verkregen is, was het niet mogelijk om de wensen en behoeften van de doelgroep ‘Mensen uit balans’ goed in kaart te kunnen brengen. Helaas bleek het ook niet mogelijk te zijn om deze informatie met middels fieldresearch aan te vullen. Toch lijkt dit wel een passende doelgroep voor het plattelandstoerisme te zijn. Aannemelijk is dat gezondheidsfuncties (zie hoofdstuk 2) als de ‘natuur als bron voor persoonlijke groei en betekenisverlening’ en de ‘natuur als bron voor verstandelijke en lichamelijke weerbaarheid’ zullen aansluiten bij de behoeften van de doelgroep ‘mensen uit balans’.

Bovendien wordt in het rapport “Nieuwe diensten in de multifunctionele landbouw” reeds vermeld dat er ondernemers in de multifunctionele landbouwsector actief inspelen op de trend naar meer behoefte aan zingeving, dromen en spiritualiteit op het platteland, met initiatieven zoals een boerderijkapel, een stiltecentrum of bezinningsdagen voor managers (Caron-Flinterman et al., 2010). Vaak worden deze arrangementen gebaseerd op ‘terug naar de wortels van ons bestaan’, iets wat ook de doelgroep ‘mensen uit balans’ aan zal spreken.

Wellness is momenteel een ‘hot item’ in Nederland, doordat de groep mensen die ‘fit en vitaal’ willen leven alsmaar doorgroeit. Door deelnemers van de doelgroep ‘fit en vitaal leven’ worden, in de beoordeling van een wellnesscentrum zaken als rust, sfeer en de prijs alle drie als even belangrijk ervaren. Deze inzichten bieden goede kansen voor ondernemers in de plattelandstoeristische sector want juist zaken als rust, kleinschaligheid en persoonlijkheid (is sfeer) zijn typerend voor het plattelandstoerisme. Daarnaast zullen juist ook deze zaken de mensen die momenteel nog geen gebruik maken van de faciliteiten in de (vele nieuwe) grote wellnesscentra over kunnen halen. Naast de kwaliteit letten ook veel mensen op ‘de combinatie van de voorzieningen en activiteiten’ en de afstand tot het wellnesscentrum. De concurrentie van de grote nieuwe wellnesscomplexen kan wat deze ‘eisen’ betreft gezien worden als een knelpunt. De ondernemers kunnen zowel inzetten op dagarrangementen maar juist ook op arrangementen in combinatie met een verblijf.

Deel 2 Wat te doen?

In dit deel wordt nader ingegaan op de kansen die de zorgtoeristen het plattelandstoerisme zouden kunnen bieden en onder welke voorwaarden. Met alle verkregen informatie uit deel één is duidelijk naar voren gekomen welke mogelijkheden het product, de accommodaties op het platteland, kan aanbieden aan de markt, de diverse zorgdoelgroepen. Eerst worden er in het volgende hoofdstuk een aantal inspirerende voorbeelden uit de plattelandstoeristische sector en die van andere provincies, beschreven. Met de input uit dit hoofdstuk en natuurlijk de informatie uit deel één worden vervolgens in hoofdstuk zes de PMC's beschreven. Tot slot volgen in hoofdstuk zeven de uiteindelijke conclusies en de daaruit volgende aanbevelingen.

Hoofdstuk 5 Bestaande initiatieven

In dit hoofdstuk zoomen we eerst in op accommodatieversterkende bedrijven in de groene ruimte die de stap om plattelandstoerisme te combineren met zorg reeds gemaakt hebben. De ligging, doelgroepen en enkele typerende kenmerken van deze bedrijven worden beschreven. Daarnaast zijn een aantal van deze bedrijven die in dit hoofdstuk belicht worden in het kader van dit onderzoek bezocht. De resultaten van deze gesprekken worden bij het betreffende bedrijf vermeld. Vervolgens, in paragraaf 5.2 wordt beschreven hoe verschillende provincies inhoud en vorm aan zorgtoerisme hebben gegeven.

5.1 Zorg-plattelandstoeristische voorbeelden

In de conclusies van hoofdstuk drie ("Accommodaties in de groene ruimte") werd reeds vermeld dat er al een aantal 'boeren' ingespeeld hebben op vraag naar zorg op maat. In dit hoofdstuk worden er een aantal van de bedrijven waar dit duidelijk al gebeurd belicht. Let wel dit zijn slechts enkele voorbeelden. Deze bedrijven zullen achtereenvolgens beschreven worden:

- "Bed & Breakfast De Peelberg"
- Groepsaccommodatie "De Nieuwe Erf"
- Vakantiewoning "Ons Boerderijke"
- Boerderijcamping "De Boergondiër"
- De formule "Boerderij Spa" en de "Boerderij Spa Nutter"

Als deze bedrijven ingedeeld worden in de in hoofdstuk twee (het conceptueel kader) besproken vormen van zorgtoerisme dan vallen de eerste drie bedrijven onder de vorm 'aangepaste vakanties'. Het zijn drie verschillende mogelijkheden op in te spelen op zorgtoerisme, door drie verschillende accommodaties typen op het Brabantse platteland. Het is lastig om Boerderijcamping "De Boergondiër" in te delen in één van de drie vormen, dit bedrijf past zowel bij de vorm aangepaste vakanties als medisch toerisme. Het concept "Boerderij Spa" is een duidelijk voorbeeld van wellness-toerisme op het platteland.

“Bed & Breakfast De Peelberg”

Aan de rand van Nationaal Park De Groote Peel, op de grens van Brabant en Limburg, ligt “Bed & Breakfast De Peelberg”. De Peelberg is geschikt voor een gezelschap met mindervaliden. De opzet is ruim en er zijn geen drempels of treden, verder is de ruimte ook geheel berekend op rolstoelgebruikers en toch zijn alle getroffen aanpassingen onopvallend in de inrichting verwerkt. De Peelberg heeft twee jaar geleden haar deuren geopend en er zit een stijgende lijn in het aantal gasten. Inmiddels hebben ze eerste mensen die terug komen, omdat het goed bevallen is, mogen begroeten. Er komen zowel (ouder) senioren als gezinnen met kinderen naar de Peelberg. Door de kleinschaligheid van de Bed & Breakfast is er veel ruimte voor een persoonlijke invulling van de vakantie.

De eigenaresse is een gediplomeerd verpleegkundige, zij kan 's ochtends en 's avonds zorg verlenen als dat nodig is. Voordat ze de Bed & Breakfast is begonnen heeft zij jarenlange werkervaring in een zorgcentrum opgebouwd. Vanuit haar achtergrond in de zorg wist ze ook dat er voor de minder mobiele doelgroep weinig aanbod was in vakantiemogelijkheden. Tevens kwamen de eigenaren in aanmerking voor een subsidie krijgen omdat het een nieuw idee binnen de regio was.

De verleende zorg is, doordat de eigenaresse over de juiste papieren beschikt, AWBZ erkend en daarom is het, in overleg met de verzekeringsmaatschappij, mogelijk om dit vergoed krijgen, in plaats van de gebruikelijke zorg die de mensen anders thuis krijgen. Voor alle gasten die normaal gesproken thuiszorg op hun woonadres ontvangen werkt dit erg goed. Voor mensen die in een instelling wonen, is het niet altijd mogelijk om de zorgkosten te declareren. Zij moeten de verkeende zorg dan zelf betalen, bovenop de verblijfskosten.

Groepsaccommodatie “De Nieuwe Erf”

Midden in Noord-Brabant, in het plaatsje Diessen ligt “De Nieuwe Erf”. Deze accommodatie is geschikt voor groepen van twaalf tot 100 personen. Op de website www.denieuweklasse.nl/accommodaties/de-nieuwe-erf wordt De Nieuwe Erf als volgt omschreven: “De Nieuwe Erf in Diessen is een goed aangepaste accommodatie met een huiselijke sfeer, lekker eten en het echte vakantiegevoel.” Deze accommodatie is geschikt voor groepsvakanties voor bewoners uit diverse verpleeg- en verzorgingstehuizen en wordt ook veel gebruikt door verenigingen zoals de Zonnebloem²¹. Uit een gesprek met de heer van Knegsel bleek dat op jaarbasis ongeveer 20% van alle doelgroepen uit zorgdoelgroepen bestaan. De overige gasten zijn recreatieve doelgroepen (50%) en zakelijke doelgroepen (30%). Ondanks alle aanpassingen die de Nieuwe Erf zeer goed toegankelijk voor mindervaliden maakt, richten ze zich niet expliciet op zorgtoeristen. Ondernemer Bart van Knegsel gaf aan het ‘etiket zorgtoerisme’ niet te willen gebruiken, want hij ziet het als “gewoon toegankelijk voor iedereen zijn”.

²¹ De ‘Nationale Vereniging de Zonnebloem’ is een landelijke vrijwilligers organisatie die zich inzet voor langdurig lichamelijk zieken, lichamelijk gehandicapten en hulpbehoevenden ouderen. Ze organiseren verschillende activiteiten, waaronder aangepaste vakanties, naar www.zonnebloem.nl

De zorg wordt verleend door met de groep meereizende verzorgende en verpleegkundigen. Zij worden eventueel ondersteunt door de lokale thuiszorgorganisatie. De organisatie van de zorg gebeurt in ieder geval door begeleiders van de groep zelf. Tevens kunnen gasten bij de Nieuwe Erf terecht voor “lekker eten en leuke dagprogramma’s”. Ook wat betreft het eten en de dagprogramma’s wordt er rekening gehouden met de specifieke eisen en wensen van de mensen met een zorgvraag. Net zoals de organisatie van de zorg ligt ook de organisatie van de dagprogramma’s in handen van de meereisende begeleidster. De Nieuwe Erf ondersteunt dus de begeleiding daar waar nodig is.

Vakantiewoning ‘Ons Boerderijke’

Nabij de plaatsen Veghel, Sint Oedenrode en Schijndel en aan de rand van de Eerdse bossen ligt de recreatiewoning “Ons Boerderijke”. Deze woning hoort bij een melkveebedrijf met koeien en kalveren. Ons Boerderijke is in boerderijstijl gebouwd en is geheel rolstoeltoegankelijk, ook de paden rondom de woning zijn verhard. Of zoals Petra van de Meerakker, eigenaresse van Ons Boerderijke het zelf uitlegt: “deze accommodatie is écht rolstoeltoegankelijk, van de straat tot de badkamer en naar de slaapkamer”. Deze accommodatie ligt naast het actieve boerenbedrijf en in verband met het tractorverkeer heeft Ons Boerderijke een eigen oprit en ingang. Bovendien kan dan bij een eventuele uitbraak van dierziektes op het bedrijf de ‘toerisme- en zorgtak’ op het bedrijf wel in bedrijf blijven.

Sinds een jaar worden er iedere dinsdag tot en met donderdag, in Ons Boerderijke, activiteiten ten behoeve van de dagbesteding voor mensen met een verstandelijke beperking aangeboden. Dit zijn de cliënten van de Stichting Dichterbij²². Uit een gesprek met Petra van de Meerakker wordt duidelijk dat de activiteiten geheel in het teken staan van de beleving van het platteland. Of zoals de eigenaresse uitlegt: “het buiten zijn en in contact komen met dieren en planten met de nadruk op genieten en gewoon er voor ze zijn”. De verdiensten van deze activiteiten verlopen via de Stichting Dichterbij. Er is bewust voor gekozen om de benaming zorgboerderij achterwege te laten, omdat volgens de eigenaresse, op de meeste zorgboerderijen de nadruk ligt op het mee laten werken van de cliënten.

Sinds november 2009 wordt in de weekenden en tijdens de (school)vakanties Ons Boerderijke verhuurd als vakantiewoning, want dan vindt er geen dagbesteding plaats. Op de benedenverdieping is een slaapkamer met twee hoog-laagbedden en een volledig aangepaste badkamer. Op de bovenverdieping zijn nog twee ‘gewone’ slaapkamers. Tot nu toe (juni, 2010) is de accommodatie ieder weekend verhuurd geweest! De eigenaresse heeft er bewust voor gekozen om de zorg voor de weekendgasten uit te besteden aan de thuiszorg, als deze niet verleend kan worden door de meereisende mantelzorgers.

²² Dichterbij ondersteunt (in het stroomgebied van de Maas) mensen met een verstandelijke beperking, hun ouders en verwanten. “We helpen onze cliënten met het nastreven van hun dromen, want dromen geven richting aan persoonlijke groei” Volgens: www.dichterbij.nl

Boerderijcamping De Boergondiër

Ondanks dat het bedrijf de ‘Boerderijcamping De Boergondiër’ niet geheel overeen komt met het doel van dit onderzoek (‘de mogelijkheden voor verblijfsaccommodaties op het Brabants platteland’) verdient dit bedrijf hier toch een vermelding want deze boerderijcamping kan ook gezien worden als een pionier op het gebied van zorgtoerisme in combinatie met plattelandstoerisme.

Boerderijcamping De Boergondiër is gevestigd in het plaatsje De Krim, gemeente Hardenberg, provincie Overijssel. Op de website www.boergondier.nl wordt deze camping geïntroduceerd als: “een boerderijcamping waar genieten van het leven centraal staat. Rust, Ruimte en Recreatie zijn de drie R's waar camping de Boergondiër voor staat.” De Boergondiër is een gemengd bedrijf met akkerbouw en er worden pioenrozen geteeld.

Het bijzondere aspect is dat dit de eerste camping is waar vakantiegangers een dialysebehandeling kunnen krijgen. In 2007 is men hiermee begonnen en in 2009 heeft de camping de dialysemogelijkheden verder uitgebreid, er is toen een tweede dialyse machine op de boerderij gekomen, omdat er veel belangstelling van nierpatiënten was voor een vakantie op de boerderijcamping. De camping werkt samen met het dialysecentrum in Almelo, waar de initiatiefneemster van deze boerderijcamping, gedurende de wintermaanden, als dialyse-verpleegkundige werkzaam is. Als dialyseverpleegkundige heeft deze ondernemster in het verleden vakantie-reizen begeleid en daardoor wist zij dat er behoefte was aan dialysemogelijkheden voor die gasten die individueel op vakantie willen. Op de boerderij van haar ouders had ze de mogelijkheid om dit idee uit te voeren.

Daarnaast worden er op de boerderijcamping de Boergondiër twee aangepaste chalets verhuurd. Hierin treft men twee hoog laag bedden en aangepast sanitair aan, wat ze (‘redelijk’) geschikt maakt voor minder validen. Tevens kan men gebruik maken van de diensten van de thuiszorg.

De formule “Boerderij Spa” en de “Boerderij Spa Nutter”

De formule Boerderij Spa is een combinatie van het concept van “PuurSpa”²³, de agrarische ondernemer en de locatie. Het is een relatief nieuw concept op het gebied van wellness op het platteland. Centraal in dit concept staat dat gasten tot rust kunnen komen en kunnen genieten van de wellness faciliteiten en het landschap. De aangeboden faciliteiten sluiten zeer goed aan bij de wensen van hiervoor beschreven doelgroep ‘fit en vitaal leven’. Inmiddels is het concept tot uitwerking gekomen, bijna twee jaar geleden heeft de eerste Boerderij Spa haar deuren geopend in een historische boerderij in Nutter, Twente, Overijssel.

²³ PuurSpa zorgt voor ondersteuning op gebieden, waar de ondernemer niet de tijd (vaak door operationele activiteiten), de expertise of de belangstelling voor heeft. Dit zijn ondermeer onderdelen als kwaliteitscontrole, inkoop, juridische aspecten, architectonisch ontwerp, bouwbegeleiding, opleiding en training, kennisdeling en overleg, rapportage, marketingplanning, promotie, presentatie en uitstraling, communicatie, productontwikkeling, begeleiding en calculatie.

De omschrijving op de homepage van de website www.boerderijspa.nl luidt als volgt: “Boerderij Spa zijn kleinschalige Spa’s op unieke plekken in eigentijds vormgegeven boerderijen. Het landschap, de natuur, de buitenlucht, de lichaamsbehandelingen en de gastvrijheid zorgen voor onderdompeling in een wereld van rust en ontspanning. Boerderij Spa is er voor mensen die het heerlijk vinden om een dagje te ontspannen en in een mooie rustieke omgeving kwalitatieve behandelingen te ondergaan die bovendien gezond zijn. Boerderij Spa is ook beleven van bijzondere behandelingen samengesteld met producten uit de natuur en van de boerderij en genieten van regionale en verantwoorde voeding”.

Uit een gesprek met de eigenaren Frans en Marinka Steggink van de “Boerderij Spa Nutter” werd duidelijk dat toen uitbreiding van hun melkveehouderij niet meer mogelijk was, ze besloten hebben een deel van hun bedrijf om te toveren tot de eerste Boerderij Spa van Nederland! Er worden nu verschillende dagarrangementen aangeboden en direct naast de Boerderij Spa, in de oude potstal, zijn twee ingerichte lodges en een hotelkamer gevestigd dus gasten kunnen ook blijven overnachten. Tijdens zo’n kuurdag beleven de gasten de helende werking van bijvoorbeeld de broodoven, hooioven, de kleioven en de kruidenoven. Over de routing, tussen de diverse warmtebronnen, de verschillende baden en de behandelingen is in dit kleinschalige wellnesscentrum goed nagedacht en iedere gast wordt persoonlijk begeleid tijdens het op de persoon afgestemd programma. Voor iedere gast wordt er middels een intake gesprek aan de ‘keukentafel’, in het middelpunt van de Spa, in overleg bepaald welke producten er het beste gebruikt kunnen worden en daarna worden dezen vers aangemaakt.

Gedurende de rondleiding bleek dat alle details tot in de puntjes uitgewerkt zijn, waardoor er een erg bijzondere harmonie tussen de kuur- en wellness faciliteiten en het platteland ontstaan is. De verbinding met het platteland is niet alleen vanuit de vele doorkijkjes in de Spa goed zichtbaar ook voor alle behandelingen worden uitsluitend producten uit de natuur en van de boerderij gebruikt.

De typische elementen van de boerderij zijn dus niet compleet van het wellness-gedeelte gescheiden, vanuit de Spa hebben de gasten zelfs zicht op de koeien en de ‘kuilbult’. Dit is zeker niet storend, het is op zo’n manier aangekleed dat de beide takken elkaar versterken. Ook laat de familie Steggink hun gasten enkel en alleen genieten van regionale en verantwoorde voeding.

Wat betreft de wet- en regelgeving moesten voor de Boerderij Spa de regels nog opgesteld worden, maar gelukkig waren “de gemeente en de provincie waren erg enthousiast over onze plannen”, aldus Frans Steggink. In 2009 wisten ze de Plattelandsprijs Overijssel²⁴ in de wacht te slepen en in 2010 is de Boerderij Spa de winnaar geworden van de ‘Passie op het Platteland-prijs 2010’²⁵.

²⁴ “De Plattelandsprijs Overijssel is door de provincie Overijssel in het leven geroepen om initiatieven op het gebied van leefbaarheid, natuurontwikkeling en nieuwe bedrijvigheid en recreatie op het platteland in de schijnwerpers te zetten.” Volgens: www.overijssel.nl

²⁵ “Dit jaar wordt voor het eerst de Passie Op het Platteland-prijs uitgereikt om de aandacht te vestigen op plattelandsprojecten die gefinancierd zijn binnen het Nederlandse Plattelandsontwikkelingsprogramma 2007-2013 met een bijdrage van de Europese Unie.” Volgens: www.netwerkplatteland.nl

Dit jaar wordt er een vestiging van de Boerderij Spa nabij Maastricht geopend. Tevens is er in Noord-Brabant een Boerderij Spa 'in wording', zo bleek uit een reactie op de enquête en uit het gesprek met de eigenaren van de Boerderij Spa Nutter. Het is zeker niet het geval dat iedere ondernemer zich bij deze formule aan kan sluiten, vooraf worden de locatie, het bedrijf en ook de ondernemers 'getest' om te beoordelen of deze wel geschikt zijn voor het concept.

5.2 Zorgtoerisme-concepten in andere provincies

De vakantieprovincies Zeeland, Limburg en Friesland proberen zich al als 'echte zorgtoerisme provincies' te profileren. Zij willen zich positioneren als provincies met de juiste ingrediënten voor een 'zorgeloze' en 'gezonde' vakantie in combinatie met de rust en de (groene) ruimte die deze provincies bieden.

Zeeland

In de provincie Zeeland zijn zeer veel initiatieven op het gebied van zorgtoerisme, met name de vormen aangepaste vakanties en medisch toerisme. Voor deze eerste vorm is er een speciale website opgericht, namelijk: www.zeelandzorgvakantie.nl.

Op deze website kunnen zorgtoeristen terecht voor een overzicht van alle aangepaste accommodaties in deze provincie, om zorg- en/of hulpmiddelen te reserveren voor tijdens hun vakantie in de provincie en natuurlijk voor al hun vragen omtrent een zorgvakantie in Zeeland. Deze website is tot stand gekomen door een samenwerking tussen Stichting Promotie Zeeland Delta, Stichting Het Klaverblad Zeeland²⁶, de Kamer van Koophandel Zuidwest-Nederland en Stichting Zorgstroom²⁷.

Daarnaast is in Zeeland RP Care zeer actief op het gebied van medisch toerisme. RP Care biedt onder andere de volgende mogelijkheden aan:

- *Active medical check*
- *Top&fit beweegprogramma*
- *Implantologie*
- *Kuren en reuma*
- *Ooglaseren*
- *Plastische chirurgie*
- *Stoppen met roken*
- *Vakantiedialyse*

(Bron: www.rpcare.nl)

²⁶ "Klaverblad Zeeland is het samenwerkingsverband van provinciale organisaties die opkomen voor de belangen van gebruikers van zorg- en dienstverlening in Zeeland en hun mantelzorgers" (Volgens: www.klaverbladzeeland.nl)

²⁷ "Zorgstroom is een zorgaanbieder op Walcheren. Naast thuiszorg en intramurale zorg worden aanvullende diensten geleverd, verwant aan de zorg." (Volgens: www.zorgstroom.nl)

In samenwerking met Active Medical Check, een gecertificeerd medisch onderzoeksinstituut, worden drie verschillende 'Health Checks' aangeboden. Op basis van de testen geven artsen u een gedegen persoonlijk advies over de levensstijl. De onderzoeken zijn te boeken als een compleet arrangement inclusief een verblijf op "Vakantiepark Klein Vink" en toegangskarten voor "Thermaalbad Arcen". Het "Top&Fit beweegprogramma" is een jointcare programma van RP care, onderdeel van Roompot vakanties in samenwerking met TopSupport. TopSupport is een gecertificeerd medisch sportgezondheidscentrum. Door beide partijen is een beweegprogramma opgezet in combinatie op een verblijf op "Bospark 't Wolfsven". Het doel van het "Top&Fit beweegprogramma" is om mensen tijdens hun vakantie onder professionele begeleiding te laten werken aan hun gezondheid en conditie.

Limburg

Het Limburgse medisch-toerisme-concept heet 'Helende Hellingen' en biedt zorgtoeristen de mogelijkheid om na een ingreep in het Sittardse Orbis Medisch Centrum aansluitend een herstellervakantie in Zuid Limburg door te brengen. Dat kan na kleine ingrepen zijn, maar ook na zwaardere operaties. Vooraf wordt er in overleg met de patiënt en toerist een zorgarrangement op maat samengesteld, zodat ook de nazorg goed geregeld is. Men kan kiezen voor een herstellervakantie in een hotel in stadscentrum van Maastricht, een hotel of een kindvriendelijk bungalowpark in het Heuvelland in Valkenburg of Vaals. De patiënten/toeristen hebben niets te maken met wachtlijsten, want het arrangement wordt als ieder andere vakantie geboekt, namelijk op basis van beschikbaarheid. Naast de PMC 'Helende Hellingen' is er het concept 'Wellness in Weelde'. In dit verband zijn er een aantal preventie arrangementen (trainingen en cursussen gericht op gedragsverandering) in een toeristische omgeving ontwikkeld met als doel de levensstijl van de toerist te verbeteren. Hiervoor hebben zorgverzekeraars, ziekenhuizen, cursusinstellingen, spa's en thermale baden, logiesverstrekkers aangevuld met het totale Limburgse aanbod van toeristisch-recreatieve activiteiten samengewerkt. De doelgroep loopt uiteen van patiënten die al een signaal van hun lichaam hebben gekregen om anders of gezonder te gaan leven, tot de (oudere) gezonde mensen die uit zichzelf willen voorkomen dat ze 'ziek' worden. Deze initiatieven zijn voortgekomen uit het project "Heerlijkheid Heuvelland". Dit project is tot stand gekomen omdat sinds de opkomst van de relatief goedkope buitenlandse vakanties de Limburgse (familie)hotels en toeristische attracties veel bezoekers verloren. Middels een samenwerkingsverband tussen Urban Unlimited, ZKA Leisure consultants en de Universiteit van Tilburg zijn er naast deze twee voorbeelden nog vier thema's uitgewerkt. Alleen in deze twee genoemde voorbeelden komt duidelijk naar voren dat het landschap en de cultuurhistorie van de provincie Limburg gekoppeld wordt zorgtoerisme. De andere PMC's zijn voorbeeld gericht op gastronomie, ICT en de energiesector.

Friesland

Onder de naam 'Zorgeloos Fryslân' heeft de provincie een project op gezet waarmee ze willen inspelen op de initiatieven die er al zijn op het gebied van toerisme en zorg. In februari 2008 werd het project door de provincie als volgt omschreven: "Binnen Zorgeloos Fryslân wordt maximale gezondheidswinst nagestreefd voor eigen inwoners én toeristen en wordt een breed scala aan mogelijkheden geboden voor mensen met én zonder beperking. Zorgeloos Fryslân richt zich op drie doelgroepen:

toeristen met beperking of chronische ziekte, revaliderende patiënten en gezondheidstoeristen: toeristen die willen genieten van een gezonde vakantie. (...) Het trekt een extra doelgroep van mensen aan, waaronder kapitaalkrachtige gezondheidstoeristen. Het verlengt ook de duur van het toeristisch seizoen, waardoor er langer en meer besteed wordt. (...) Zorgeloos Fryslân heeft ook voor het Friese platteland belangrijke voordelen. Doordat de gebruikersgroep van zorgvoorzieningen vergroot wordt door de groep toeristen die er ook gebruik van maakt, kan de zorg op het platteland op een goed niveau gehandhaafd blijven en blijft de zorg betaalbaar en het platteland vitaal.” (www.fryslan.nl/newsitem)

De meest relevante informatie die er nu op het internet over dit project te vinden is, is afkomstig van de website van het Informatie- en kennispunt Fryslân²⁸. Hier wordt vermeld dat men bezig is met inventarisatieonderzoek over de toegankelijkheid van ‘de Wadden en kustgemeenten’ en het opzetten van een ‘helpdesk toegankelijkheid’ waar 50 tot 60 ondernemers uit de recreatie sector ondersteund worden door middel van adviezen op maat over het toegankelijk maken van hun accommodaties en voorzieningen, gericht op het realiseren van een sluitend aanbod van voorzieningen voor mensen met een beperking.

5.3 Conclusies

Het succes van “Bed & Breakfast de Peelberg” komt grotendeels door jarenlange ervaring in de zorg van de eigenaresse. Door haar vakkennis is alles goed georganiseerd. Helaas verloopt de financiering van de zorg voor mensen die in een instelling wonen niet altijd goed, waardoor zij die kosten dan zelf moeten betalen. Hierdoor ontstaat er nog een ‘drempel’ voor zorgtoeristen om op vakantie te kunnen gaan.

Bart van Knegsel, van “De Nieuwe Erf” wil zijn bedrijf toegankelijkheid voor iedereen houden, maar zich niet nadrukkelijk op zorgtoerisme o.i.d. richten. Deze groepsaccommodatie is begin jaren ‘90 al geheel aangepast, waardoor sommige zaken inmiddels alweer wat verouderd zijn, maar alle gasten kunnen zich er nog prima redden! Deze ondernemer denkt goed met zijn gasten en de begeleiders van de groepen, mee om er voor iedereen een prettig en leuk verblijf van te kunnen maken. Momenteel wordt er ook hard gewerkt aan nieuwe, aangepaste, accommodaties om alle doelgroepen goed te kunnen bedienen.

Eigenaresse Petra van de Meerakker van “Ons Boerderijke” heeft op een zeer professionele manier dagbesteding en zorgtoerisme weten te combineren zodat er optimaal gebruik wordt gemaakt van de accommodatie. De verhuur van de accommodatie loopt zeer goed, maar er wordt nog relatief weinig gebruik van gemaakt door families waarvan een gezinslid een handicap heeft en dat was toch het doel van de eigenaresse. Deze doelgroep blijkt tot nu toe redelijk moeilijk bereikbaar te zijn. Door het samenwerkingsverband met de stichting is ze wel iedere maand zeker van een vast inkomen.

²⁸ “Een IKP is een onafhankelijke kennisbron over beleid op het terrein van welzijn, gezondheid en zorg”
Volgens: www.ikpfryslan.nl

Boerderijcamping “De Boergondiër” is een unieke camping, gericht op de sub-zorgdoelgroep nierpatiënten. Voor de te verlenen zorg voor deze specifieke doelgroep heeft men ook zeer specifieke (vak)kennis en apparatuur nodig. Voor dergelijke ideeën is het samenwerken met een zorgcentrum daarom noodzakelijk.

Het idee van deze vier initiatieven is ontstaan doordat de initiatiefnemers allemaal vanuit hun achtergrond in de zorg wisten dat het vakantieaanbod voor mensen die graag zo zelfstandig mogelijk op vakantie willen gaan, maar daarbij wel een aangepaste accommodatie nodig hadden, zeer beperkt is.

De beide ondernemers van het kleinschalig ‘wellnesscentrum’, de “Boerderij Spa Nutter”, hebben zeer goede kennis van zaken. Daardoor hebben zij persoonlijke benadering, goede begeleiding en verantwoorde voeding hoog in het vaandel staan. Uit het gesprek met de eigenaren en door de lovende artikelen in de diverse (vrouwen)tijdschriften blijkt het concept zeer goed aan te slaan en succesvol en winstgevend te zijn! Dat is mede te danken aan de professionele marketingaanpak van PuurSpa, waardoor gasten en toeristen de weg naar het ‘langzaam leven’, kuren en genieten op de boerderij weten te vinden. Bovendien wordt er met dit concept uitstekend ingespeeld op drie van de vier kwadranten van wellness (zie paragraaf 2.1, figuur 2: Vier kwadranten van wellness). In de arrangementen zijn nu alleen (nog) geen zaken op het gebied van zingeving opgenomen.

Zorgtoerisme staat in de provincie Friesland nog in de kinderschoenen, voor een project wat nu al twee jaar loopt zijn er nog weinig (zichtbare) resultaten te benoemen. Maar het opzetten van een helpdesk op het gebied van toegankelijkheid voor recreatie-ondernemers is een stap in de goede richting. In Zeeland en Limburg zijn ze al een stuk verder, daar zijn ook de eerste (economische) successen omtrent zorgtoerisme reeds geboekt. Zeeland richt zich met een goede en duidelijke zoek-en-boek-website name op de zorgtoeristen die in hun reisivrijheid beperkt worden doordat ze zorg behoeven. In Limburg zijn, daarentegen, een aantal strategische allianties opgezet op het gebied van gezondheidstoerisme(zowel medisch als wellness). In deze samenwerkingsverbanden heeft men goed gebruik gemaakt van de typische en authentieke kenmerken de omgeving.

In Noord-Brabant is de “Stichting Promotie Zorgvakanties” opgericht om zorgtoerisme in Midden-Brabant te stimuleren en te promoten. Hiervoor wil de stichting een structurele samenwerking tussen de zorg- en toeristische sectoren bevorderen. Uit het “Projectplan oprichting Stichting Promotie Zorgvakanties”(Den Breejen, 2009) stelt de auteur, en tevens oprichter van de stichting, dat de vakantiewensen van individuele toeristen met een zorgvraag niet aansluiten bij het huidige aanbod. De realisatie van een platform (ofwel: een zoek-en-boek-website) voor ‘accommodatie exploitanten’ in Midden Brabant én zorgtoeristen zou hiervoor de oplossing kunnen zijn (Den Breejen, 2009). Helaas zijn er in de looptijd van dit onderzoek geen activiteiten hiertoe ontplooid.

Hoofdstuk 6 Aan de slag!

In dit hoofdstuk worden de PMC's beschreven aan de hand van de vooraf gegeven fictieve scenario's. Daarna volgt de beschrijving die is opgebouwd volgens de klassieke marketingmix, de traditionele vier P's; product, plaats, prijs en promotie aangevuld met de P van personeel.

Als eerste wordt de PMC voor de doelgroep mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking of een chronische ziekte uitgewerkt. Deze PMC is genaamd: 'groene vakanties met zorg'. Daarna volgt, als aanvulling op de eerste PMC, de PMC 'groene vakanties met zorg voor ouderen'.

In de inleiding van hoofdstuk vier werd reeds vermeld dat de doelgroep 'Toeristen die komen herstellen en/of revalideren' buiten beschouwing is gelaten, omdat direct al duidelijk werd dat deze doelgroep erg moeilijk te bereiken is.

Naar herhaaldelijke pogingen moest er uiteindelijk geconstateerd worden dat er in de periode die voor dit onderzoek stond geen experts uit het werkveld van de doelgroep 'Mensen uit balans' bereikt konden worden (zie hoofdstuk 4.3). Daarom is het helaas niet mogelijk geweest om meer verdiepende informatie over deze doelgroep te verzamelen. Met de beperkte informatie die nu beschikbaar is, is het niet mogelijk een PMC uit te werken.

Tot slot bleek dat uit paragraaf 4.4 waarin de doelgroep 'fit en vitaal' leven centraal stond dat de markt voor wellness (toerisme) in potentie een aantrekkelijke (niche)markt is. Toch is er besloten om voor de ondernemers op het Brabantse platteland geen PMC voor deze markt uit te werken. De reden hiervoor is dat er momenteel al een bedrijf in Noord-Brabant ontwikkeld wordt onder de franchise formule: "Boerderij Spa" (zie voor de uitleg van dit concept hoofdstuk 5). Dit concept heeft door de professionele marketingcommunicatie uitingen inmiddels al een enorme voorsprong opgebouwd wat betreft de naamsbekendheid ten opzichte van alle overige ondernemers die in Noord-Brabant een kleinschalig wellnesscentrum op het platteland zouden willen beginnen. Daarnaast telt de provincie Noord-Brabant al meer dan 15 (middel)grote wellnessbedrijven (volgens: www.wellness.nl/search-and-find). Deze bedrijven beconcurreren elkaar al sterk door het aanbieden van (relatief) goedkope arrangementen, het aantal - en de diversiteit van de faciliteiten in deze wellnesscentra. Op basis van deze feiten kan er onmogelijk een rendabele en succesvolle PMC voor de Brabantse plattelandstoeristische ondernemers ontwikkeld worden.

6.1 De familie Jansen met z'n allen op vakantie

De gehele familie Jansen bestaat uit Opa Jansen, zijn twee kinderen Inge en Kees en kleinkind Tim. Inge is getrouwd met Hein en zij zijn de ouders van Tim. Kees is niet getrouwd en is altijd druk aan het werk met zijn hondenschool. Het afgelopen jaar was voor de familie Jansen erg hectisch, voornamelijk door het plotseling overlijden van oma Jansen en daarom willen ze er graag een keert met z'n allen een weekje tussenuit.

Omdat Tim enkele verstandelijke en lichamelijke beperkingen heeft kunnen ze niet zomaar overal terecht. Inmiddels wordt er bijna iedere zondagmiddag gezamenlijk overlegd over de vakantiebestemming maar ze kunnen maar niet het 'voor iedereen geschikte vakantie verblijf' vinden...

Op een dag zit Inge te bladeren in het tijdschrift "de Mantelzorger", wat speciaal bedoeld is voor mantelzorgers. Ineens ziet ze de advertentie van 'De Zonnehoeve' staan:

Vakantie voor iedereen op De Zonnehoeve!

Deze verbouwde boerderij heeft verschillende verblijfsaccommodaties en is daardoor geschikt en toegankelijk voor iedereen. Er zijn zes zorgkamers, vijf ruime hotelkamers en een camping met een rolstoel toegankelijk toiletgebouw. Door gekwalificeerd verpleegkundig personeel wordt alle zorg op maat verleend, óók om u als mantelzorger, tijdens de vakanties te ontzorgen! Op de boerderij is genoeg te zien én te doen! Bovendien zijn er in de nabije omgeving ook veel, voor iedereen geschikte en toegankelijke uitjes te ondernemen.



Inge denkt meteen; 'Dat zou voor mij nou echt eens vakanties zijn, als de verzorging van Tim voor een deel van mij over kunnen nemen'.

Naar aanleiding van het voorbeeld van de familie Jansen wordt hier de meest ideale vakantie voor deze familie, de PMC 'zorgeloze groene vakantie', beschreven:

Product

Er is vooral vraag naar vakanties voor zorgtoeristen die zelfstandig met partner, gezin, familie en/ of vrienden op vakantie willen gaan (i.p.v. van een georganiseerd groepsvakantie). Het zou daarbij extra fijn zijn als de ouders (in dit voorbeeld) of de andere mantelzorgers die meereizen de zorg tijdens de vakantie geheel of gedeeltelijk kunnen overdragen aan professionele zorgverleners.

Als er zulke respijt zorgvoorzieningen aangeboden worden, kunnen de mantelzorgers extra van de vakantie genieten. Daarnaast moet er natuurlijk ook een goede zorgvoorziening aanwezig zijn voor de zorg die niet door mantelzorgers verleend kan worden. Belangrijk is dat alle zorg op een professionele manier georganiseerd is, zodat de zorgtoeristen en medereizigers daarop kunnen vertrouwen.

De meeste zorgtoeristen geven de voorkeur aan een bungalow of vakantiehuisje. Een pension of een Bed & Breakfast wint het de laatste tijd ook aan populariteit. Een (recreatie)bedrijf die voor alle zorgtoeristen toegankelijk wil zijn, moet in ieder geval de volgende zaken goed geregeld hebben:

- Een toegankelijke entree met voldoende parkeergelegenheid nabij de entree en (indien aanwezig) een verlaagde balie
- Naast trappen ook hellingen en liften (of uitsluitend begane grond)
- Voldoende brede deuropeningen (het liefst automatische schuifdeuren) en doorgangen
- Geen drempels en voldoende ruimte om met een rolstoel of een rollator te kunnen manoeuvreren
- Een aangepaste slaapkamer met een hoog-laagbed en daarboven een steun (een zogenaamde papegaai)
- Badkamers met een verhoogd toilet, een aangepaste (zit)douche en de bedieningselementen op de juiste hoogtes (zoals de beugels aan de muur van het toilet)
- Toegang voor hulphonden
- Aangepaste voeding
- Niet-verrijdbaar meubilair (geen wieltjes onder tafels, kasten en dergelijke)

Het is daarbij erg belangrijk dat de sfeer van de omgeving behouden blijft, ondanks alle benodigde aanpassingen. Er moet voor gewaakt worden dat het niet op een zorginstelling-setting gaat lijken.

Plaats

Omgeving

Zorgtoeristen zoeken niet alleen een toegankelijk verblijf, maar een totaalaanbod van toegankelijk verblijf plus vermaak. Er mag niet vergeten worden dat ook deze doelgroep graag van de omgeving wil genieten. Daarom moet er een overzicht van de mogelijke uitstapjes in de omgeving 'klaar liggen'. Het bezoeken van een museum of een excursie in het nabij gelegen natuurgebied maken, zijn populaire uitstapjes.

Bij deze doelgroep is het, omdat ze minder mobiel zijn, extra belangrijk dat de er over de veiligheid op het bedrijf wordt nagedacht. Denk aan afrastering rondom open water etc.

Bereikbaarheid

De fysieke bereikbaarheid hangt samen met de ligging van het bedrijf en de toegankelijkheid op, rond en in het bedrijf. Het Internationaal Toegankelijkheidssymbool (ITS), ook wel bekend als het 'rolstoelsymbool', geeft een objectieve indicatie over toegankelijk- en bruikbaarheid van het betreffende object. Het ITS-Totaal symbool kan door ondernemers via internet worden aangevraagd bij de Chronisch zieken en Gehandicapten (CG) Raad Nederland.

Ondernemers moeten daarnaast ook rekening houden met de bereikbaarheid van de (para)medische zorgvoorzieningen in de buurt. Uit de enquête (hoofdstuk drie) bleek al dat bij die deelnemende ondernemers alle nodige voorzieningen binnen bereikbare afstand gelegen zijn. Aangezien deze enquête niet representatief was, moet dat wel een aandachtspunt blijven.

Prijs

Uit de haalbaarheidsstudie 'Vakantie en zorg' blijkt dat het gemiddelde bestedingspatroon van zorgvragende toeristen ver boven dat van het landelijk gemiddelde ligt. Voor een week vakantie is de zorgtoerist bereid gemiddeld € 420 te betalen, terwijl het gemiddelde voor alle Nederlanders voor een week er tussen uit € 154 bedraagt (Vandertuuk, et al., 2005). Naar alle waarschijnlijkheid is dit inclusief bedrag inclusief de zorg die men behoeft en die op vakantie dan door de toerist zelf betaald moet worden. In paragraaf 6.3 wordt uitgelegd hoe ondernemers ervoor kunnen zorgen dat ook de vakanties voor zorgtoeristen relatief betaalbaar kunnen zijn.

Promotie

Het is verstandig om in alle folders en brochures te vermelden dat het bedrijf (indien van toepassing) integraal toegankelijk is. Vermeld daarnaast ook dat het bedrijf ook toegankelijk is voor bepaalde doelgroepen, bijvoorbeeld slechthorenden of mensen met luchtwegklachten (indien het bedrijf daarop ingericht is) plus welke bijzondere voorzieningen er daarvoor getroffen zijn. Gebruik de website om meer gedetailleerde informatie te geven. Zorg ervoor dat mensen met een beperking deze informatie gemakkelijk kunnen vinden. Bijvoorbeeld door in het hoofdmenu een knop "voorzieningen" of "toegankelijkheid" op te nemen.

Er is in Noord-Brabant (helaas) nog geen medium waarop de groep chronisch zieken, mensen met een beperking en ook senioren die slecht ter been zijn, kunnen informeren over de toegankelijkheid, de extra service en de kwaliteit (bijvoorbeeld in de vorm van diëten of zorgarrangementen) van alle accommodaties in de provincie. Daarom nog een aantal concrete ideeën:

✓ Lid worden van de NBAV of adverteren in de Blauwe Gids

De Nederlandse Branchevereniging Aangepaste Vakanties (NBAV) staat voor het bevorderen, verruimen en verbeteren van de vakantiemogelijkheden van mensen met een functiebeperking. Alle organisaties die zich aangesloten hebben bij de NBAV worden gepresenteerd in de Blauwe Gids. De NBAV biedt door middel van keurmerken en kwaliteitseisen zekerheid aan de gasten en daarom is dit dé reisgids voor mensen met een functiebeperking. Ook accommodaties die geen lid zijn van de NBAV kunnen hierin adverteren.

✓ Adverteer in doelgroepbladen

Support Magazine is zo'n vakblad over leven, wonen en werken met een handicap. In samenwerking met Toegankelijk.com geven zij jaarlijks een vakantieids uit.

✓ Adverteren in ledenbladen van chronisch zieken en gehandicaptenorganisaties

Veel chronisch zieken en gehandicaptenorganisaties, zoals het Astma Fonds, de Reumapatiëntenbond en diverse verenigingen van ouders met een gehandicapt kind, geven een ledenblad uit. Via een advertentie in deze ledenbladen is het mogelijk om het bedrijf effectief en duidelijk onder de aandacht van deze doelgroepen te brengen.

- ✓ Maak gebruik van gespecialiseerde reisorganisaties

In bijlage III is een lijst met adressen opgenomen van reisorganisaties die gespecialiseerd zijn in de bemiddeling tussen aanbieders van accommodaties en voorzieningen voor chronisch zieken en mensen met een beperking en ook senioren die slecht ter been zijn.

Personeel

Gasten met een beperking verwachten niet alleen een fysiek toegankelijk verblijf, maar ook een mentaal toegankelijke omgeving. Oftewel medewerkers die de vaardigheid hebben ontwikkeld om respectvol met mensen met een beperking om te gaan. Verder behoeven deze mensen niet een totaal andere benadering vergeleken de 'gewone' toeristen op het bedrijf. Medewerkers dienen zich 'gewoon' op en top gastvrij op te stellen en mee te denken met de gasten.

De ondernemer kan er voor kiezen om zelf de benodigde zorg aan de gasten te verlenen, als hij (of zij) reeds in bezit is van de daarvoor benodigde diploma's én ervaring heeft (zoals in hoofdstuk vijf). Echter wanneer men niet in bezit is van de juiste papieren of voldoende ervaring dan kan men daarvoor de juiste medewerkers inhuren. Via de lokale thuiszorgorganisaties kan de zorg voor de toeristen vaak inpast worden in de bestaande routes in die omgeving.

6.2 Opa en Oma Boersma toch nog samen op vakantie

De ouders van Hein (de man van Inge) zijn zo enthousiast geworden van de vakantie verhalen van de familie Jansen dat zij zelf ook graag samen nog eens op vakantie zouden willen. 'Vroeger', nog voordat ze kinderen hadden trokken ze samen alleen met een tent en een rugzak de hele wereld over. Met de kinderen gingen ze ieder jaar met de tent naar de camping in Frankrijk. Toen de kinderen eenmaal het huis uit waren hebben ze een camper aangeschaft en hebben ze heel Europa verkend. Maar nu is zelfs een vakantie in Nederland voor hen niet meer mogelijk... Want Oma Boersma leidt al een aantal jaren aan de ziekte van Alzheimer en daarom wonen ze tegenwoordig in een verzorgingshuis. Inmiddels krijgt Opa Boersma steeds meer last van de veelvoorkomende 'ouderdomskaaltjes' en is hij inmiddels afhankelijk van de hulp die hij 's ochtends bij het opstaan krijgt. Andere bewoners in het verzorgingshuis gaan vaak met de reizen die door de Zonnebloem georganiseerd worden mee. Omdat Opa en Oma Boersma in het verleden juist altijd erg 'vrij' en compleet zelfstandig op vakantie gingen, spreekt deze reizen ze niet aan.

Daarom besluiten ze ook naar de 'De Zonnehoeve' te gaan. Want ook voor een vakantie voor Opa en Oma Boersma is het aanbod van deze vakantieboerderij perfect!

Ouderen zijn een steeds groter wordende doelgroep in Nederland. Steeds meer mensen, die tot deze doelgroep gerekend kunnen worden hebben, hebben de behoefte aan zorg en maken gebruik van diverse hulpmiddelen. Ondanks dat bestaat vaak nog de (verborgen) wens om (nog eens) zelfstandig op vakantie te gaan. Daarvoor is deze PMC: 'groene vakanties met zorg voor ouderen' ontwikkeld. Deze PMC is een uitbreiding op de eerste PMC.

Om ook voor iedereen die tot deze doelgroep gerekend kan worden toegankelijk te zijn gelden dezelfde aanpassingen al genoemd in paragraaf 6.1. In deze paragraaf worden enkele toevoegingen of juist aanpassingen op de eerste PMC gegeven, zodat het beter aansluit op de wensen behoeften van de senioren.

Product

Nu wordt deze doelgroep ervan weer houden om er op uit te gaan omdat het vaak niet bekend is of in de accommodatie de hulpmiddelen die ze nodig hebben aanwezig zijn en de zorg die ze behoeven wel goed verleend zal worden. Daarom gaat nu de voorkeur van deze doelgroep vaak uit naar een (zorg)hotel, of de bekende bungalowaanbieders. Daarvan is dan bekend dat de kwaliteit goed is. Inmiddels bieden Bed & Breakfast vaak dezelfde kwaliteit en beschikken over dezelfde voorzieningen dan hotels en zijn de vakantiewoningen op het platteland vaak een stuk ruimer dan de huisjes op een bungalowpark. Deze accommodatievormen zijn dus erg geschikt voor de doelgroep. Mits er duidelijk gecommuniceerd wordt over de aanwezige faciliteiten, zoals ook bij PMC één reeds benadrukt werd.

Voor de doelgroep ‘oudere senioren’ is het vereist dat ze de zorg ontvangen die ze thuis gewend zijn te krijgen, een samenwerkingsverband met de plaatselijke thuiszorg is daarvoor zeer efficiënt. Daarnaast is het voor deze doelgroep fijn als er activiteiten, workshops of andere ‘gezamenlijke bijeenkomsten’ op het bedrijf aangeboden worden. Waar ze dan vrijwillig aan deel kunnen nemen. Dit geldt zowel voor de middagen als voor op de (vroeg) avond. Belangrijk is dat er voor de deze groep senioren extra opgelet wordt dat het aanwezige apparatuur in de accommodatie gemakkelijk hanteerbaar is.

Promotie

Uit een enquête van de website www.plusonline.nl blijkt dat maar liefst 73% van de 55 plussers zich op internet oriënteert voor een vakantie en dat bijna 50% de vakantie ook daadwerkelijk boekt via internet. Dit percentage zal niet zo hoog zijn voor de groep 65 plussers, maar te verwachten valt dat deze groep alleen maar groter wordt! Daarom is het zeer belangrijk dat de website voor deze doelgroep goed leesbaar en begrijpelijk is. Daarnaast kan men door de verspreiding van een mooie en duidelijke brochures bij de vele woonzorgcentra voor ouderen ook naamsbekendheid genereren.

Personeel

Helemaal voor deze doelgroep dient het personeel geduldig, behulpzaam en uiteraard ook vriendelijk te zijn. Het is vooral belangrijk dat men goed kan luisteren en rustig en duidelijk kan antwoorden. Tevens is veiligheid voor ouderen zeer belangrijk, daarom dient er een mogelijkheid te zijn waardoor ze 24 uur per dag iemand die nabij de accommodatie is kunnen bereiken.

6.3 Tips en Tricks

Service

Nu bellen de meeste mensen vooraf naar een verblijfsaccommodatie om aanvullende informatie te verzamelen over de bereikbaarheid en toegankelijkheid, zelfs als daarover op de website of in de folder van het bedrijf wel ‘iets’ over staat vermeld.

Vaak is deze informatie dan te vaag zoals de veel gegeven omschrijving 'goed toegankelijk voor mindervalide'. De zorgtoerist vraagt zich dan namelijk juist af welke aanpassingen de ondernemer heeft getroffen en welke 'speciale' voorzieningen en faciliteiten er nog meer zijn. De toerist met een zorgvraag wil zekerheid. Daarom de volgende suggesties:

- Zorg ervoor dat de informatie over de aangeprezen fysieke aanpassingen, de geboden zorg en de hulpmiddelen op de website en in de folder vooral nauwkeurig (afmetingen) en duidelijk (niet alleen 'goed' toegankelijke vermelden, maar alle aanpassingen opnoemen) is. Natuurlijk moeten de aanpassingen dan ook daadwerkelijk aanwezig zijn.
- Zorg, hulpmiddelen en vervoer zouden direct bij de boeking geregeld moeten kunnen worden
- Er dient een 'receptie' te zijn waar de zorgtoeristen deskundig advies en informatie kunnen inwinnen over de toeristische mogelijkheden in de omgeving voor mensen met een beperking, daarnaast die diegene ook behulpzaam te zijn in het regelen van uitstapjes, (groeps)activiteiten en dergelijke.
- De alleenstaande en zelfstandig reizende zorgtoerist wil graag 'kunnen aanschuiven tijdens het eten', met andere woorden ze maken graag gebruik van vol pension.

Financieel

Eerder in dit hoofdstuk werd vermeld dat het bestedingspatroon van de zorgvragende toerist hoger ligt. Toch ondervindt bijna 30 % van de ondervraagden in het onderzoek van het Revalidatiefonds financiële belemmeringen bij het op vakantie gaan. De financiering van de zorg is complex. Toch kan deze belemmering (deels) weggenomen worden, als er op het bedrijf AWBZ-erkende zorg verleend wordt. Want dan kunnen de gasten, die een indicatie van het CIZ hebben, vanuit hun Zorg In Natura (ZIN) of Persoonsgebonden budget (PGB) inzetten voor de betaling van het zorggedeelte van de vakantie. De mensen ontvangen dan immers de zorg op het vakantieadres in plaats van thuis. Dit geldt bijvoorbeeld voor bewoners van een woonvorm of gebruikers van thuiszorg. Op deze manier betalen alle gasten hetzelfde voor dezelfde vakantie.

Als ondernemers in een vroeg stadium samenwerkingsverbanden met zorgaanbieders, verzekeraars en/of zorgkantoren aangaan is deze vergoeding voor de vakantiegasten eenvoudiger te regelen. Door de ontwikkelingen in de zorgsector zien we al dat er meer keuzevrijheid ontstaat in de zorg en dat zorgaanbieders al meer specifieke en onderscheidende diensten aan gaan bieden om zicht te profileren. Daarnaast is dit voor de ondernemer ook een prima weg om de doelgroep te bereiken.

Ondernemers hoeven zich niet te laten afschrikken door de te nemen investeringen. Er zijn diverse subsidies, ook speciaal voor plattelandstoeristische ondernemers, beschikbaar voor het toegankelijk maken van een bedrijf. Ook hiervoor is het belangrijk dat in een vroeg stadium van de plannen deze mogelijkheden, in samenwerking met een deskundig adviseur, onderzocht worden.

Marketing

- Bedenk een naam voor de accommodatie waarbij de nadruk niet op zorg ligt. Een 'zorg-label' op het bedrijf kan de gasten juist afschrikken omdat ze het liefst samen met – en het liefst net zoals 'gezonde' toeristen vakantie willen vieren.
- Zorg er in alle marketing uitingen voor dat de nadruk ligt op het vakantiegevoel en niet op de zorg, of op de leeftijd.

- De professionaliteit van het bedrijf moet overal in tot uiting komen, want juist zorgtoeristen zijn opzoek naar een betrouwbaar vakantieadres. Met name de uitstraling van de website heeft invloed op de beoordeling van het bedrijf, gezien door de ogen van zorgtoeristen.

Hoofdstuk 7 Conclusies & Aanbevelingen

De markt voor 'toerisme met zorg', en dan voornamelijk de richting aanpaste (of:zorg)vakanties, biedt de huidige Brabantse plattelandstoeristische ondernemers, gezien de bevindingen in dit onderzoek, zeker goede mogelijkheden. Uit de landelijke cijfers kan worden opgemaakt dat zelfs anno 2010 er ongeveer één op de vijf Nederlanders in hun vakantiemogelijkheden worden beperkt. Als er voor de toeristen die extra zorg nodig hebben wel een passend aanbod is zouden deze mensen vaker en langer op vakantie gaan (Vandertuuk et al., 2005). Ondanks dat het aanbod van aangepaste vakanties momenteel al wel relatief groot is, want er is voor *bijna* iedere doelgroep en *bijna* iedere wens is er wel een speciaal aanbod. Hotels en bungalowparken hebben (enkele) aanpassingen voor mensen met een lichamelijke beperking getroffen, er zijn veel en zeer diverse groepsreizen voor mensen met een verstandelijke beperking en ook zijn er al speciale (zorg)hotelarrangementen voor de 'oudere senioren'. Maar het aanbod voor mensen die 'lekker vrij op pad' willen en met het gezin of de hele familie 'gewoon in alle rust willen genieten' is nog beperkt. De aangepaste vakantieboerderij biedt voor deze doelgroep mogelijkheden!

Het Brabantse platteland is een aantrekkelijke bestemming voor deze groeiende groep 'zelfstandige' zorgtoeristen. Want doelgroep is niet opzoek naar spectaculair vermaak maar wil juist graag, in alle rust, 'gewoon' genieten van het samenzijn, bleek uit de gesprekken met de ondernemers die de stap om plattelandstoerisme met zorg te combineren reeds gezet hebben.

Daarnaast bieden de 'vakanties met zorg' een goede oplossing voor de (te) lage bezetting waarmee de huidige ondernemers te kampen hebben, omdat dit een groeiende én een seizoensverlengende markt is. Dit bleek al uit het rapport van de Zeeuwse Kamer van Koophandel (zie hoofdstuk twee) en werd bevestigd door de ondernemers die zich reeds met zorgtoerisme op het platteland bezig houden. Tevens is deze groep zorgtoeristen vooral op zoek is naar rust en zullen daardoor eerder voor een vakantie buiten het seizoen kiezen.

Er kan gesteld worden dat er een aantal plattelandstoeristische ondernemers in Noord-Brabant ook daadwerkelijk geïnteresseerd zijn om hun bedrijf verder te ontwikkelen in richtingen die gekoppeld kunnen worden zorgtoerisme. Ook al bleek uit de respons open de resultaten van de enquête dat het er niet enorm veel zijn. In combinatie met de reeds gerealiseerde initiatieven (zie hiervoor hoofdstuk 5) kan er geconcludeerd worden dat het onderwerp zorgtoerisme leeft in de plattelandstoeristische sector, al dan niet onder deze naam. De 'boeren of ex-boeren' die al inspelen op de toenemende vraag naar zorg op maat of gezondheidstoerisme en daartoe de mogelijkheden en de omgeving van hun bedrijf inzetten, benoemen dit niet met de term zorgtoerisme. Bovendien zien ook de mensen met een beperking, of in ieder geval hun belangenbehartigers of vertegenwoordigers, 'een uitje naar de boerderij' of 'een vakantie op het platteland' niet direct als zorgtoerisme.

Daarom kan er naar aanleiding van dit onderzoek gesteld worden dat de term zorgtoerisme een te vage term en een onbegrepen begrip is, om te hanteren in deze context. Het roept bij de verschillende stakeholders totaal niet dezelfde associaties op. Daarom is het aan te bevelen om de doelgroepen mensen met een (lichamelijke of verstandelijke) beperking, chronische ziekten en senioren 'aan te spreken' met termen als 'zorgvakantie' of juist 'zorgeloze vakanties'.

In het rapport "Quick scan Zorgtoerisme", wat uitgevoerd is in opdracht van "De ideale connectie"²⁹, komen de auteurs (ook) tot de bevinding dat niet iedereen 'zorgtoerisme' een goede en fijne term vindt. Tevens stellen ze dat ook zorginstellingen, verzekeraars en de toeristische branche geen heldere definitie bij de term hebben (Aussems, 2008). Aangezien men nog niet goed weet wat zorgtoerisme inhoudt wordt geadviseerd om een kwalitatief (dus niet digitaal) vervolgonderzoek uit te onder de geïnteresseerde ondernemers. Bovendien wordt ook een vervolgonderzoek, in samenwerking met de zorgsector, aangeraden waarin de leden van de doelgroepen 'mensen met een (lichamelijk of verstandelijke) beperking of een chronische ziekte' en de 'oudere senioren' zelf ook aan het woord komen.

In de looptijd van dit onderzoek was het niet mogelijk om complete PMC's voor de doelgroepen 'mensen uit balans' en 'mensen die moeten herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte' te ontwikkelen. Helaas konden de juiste vertegenwoordigers van mensen die moeten werken aan het herstel van een (lichte tot milde) depressie niet worden bereikt en daarom was het niet mogelijk om hun wensen en behoeften te inventariseren. Uit de enquête (hoofdstuk 3) bleek dat er wel een aantal ondernemers geïnteresseerd is om zich op deze doelgroep te richten. Afgaand op de informatie uit het rapport "Van buiten word je beter" waarin op basis van praktijkinformatie uit de therapeutische gezondheidszorg en persoonlijke ervaringen wordt vastgesteld dat de natuur de persoonlijke groei weet te bevorderen en het zelfvertrouwen te versterken (van den Berg et al., 2001), kan er geconcludeerd worden dat dit ook een passende doelgroep ter verbreding van de plattelandstoeristische markt is. Omdat het niet eenvoudig bleek te zijn om te inventariseren waar deze doelgroep precies behoefte aan heeft, doen ondernemers er beter aan om voor het inhoudelijke traject, wat de zorgtoerist af moet leggen, samen te werken met een (professionele) organisatie op dit gebied. Op deze manier bereiken zij middels die organisatie ook direct de juiste doelgroep.

Wat betreft de doelgroep 'mensen die moeten herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte' wordt er geadviseerd om de mogelijkheden die deze doelgroep het plattelandstoerisme zou kunnen bieden (en andersom!) verder te onderzoeken en de zorgsector, met name de paramedische sector, hier uitvoerig in te betrekken.

²⁹ "In De ideale connectie hebben de gemeenten van Midden-Brabant, de regionale onderwijs- en kennisinstellingen en het regionale bedrijfsleven de handen ineen geslagen. Samen werken ze aan activiteiten en projecten om de (aantrekkings)kracht van Midden-Brabant zichtbaar te maken en te versterken." (Volgens: www.deidealeconnectie.nl)

De groep mensen die, al dan niet op vakantie, met 'fit en vitaal' leven bezig zijn bleek een groeiende groep 'zorgtoeristen' te zijn. Uit onderzoek van de Nederlandse Sauna Vereniging (NSV) werd ook duidelijk dat het nu lijkt het alsof de toekomst is weggelegd voor de 'mega-wellness-complexen', doordat de leden van deze (potentiële) doelgroep met name uit zeer kritische en hoogopgeleide consumenten bestaan. Zij hebben momenteel al enorm veel keuze hebben door het toenemende aantal bedrijven op het gebied van wellness. Daarnaast concludeerde de NSV ook dat als natuurlijke tegenhanger van de grote thermen de kleinschalige sauna's ook een marktaandeel weten te veroveren en behouden als zij zeer goede basisvoorzieningen aanbieden. Dit gegeven verwijst ook naar het succes van het Boerderij Spa concept (hoofdstuk 5). Omdat er momenteel in Noord-Brabant reeds een "Boerderij Spa in wording" is, bleek uit de online enquête en een gesprek met de ondernemers van de Boerderij Spa Nutter, lijkt het marktaandeel 'wellness op het platteland' in Noord-Brabant reeds vergeven te zijn. Uit de enquête (hoofdstuk 3) kwam naar voren dat er al een enkele ondernemers faciliteiten op het gebied van wellness aanbieden. Uit de hier aan voorafgaande conclusie moet niet afgeleid worden dat deze faciliteiten ook overbodig zouden zijn. Het aanbieden van enkele van deze faciliteiten wordt juist ten eerste aangeraden, want het staat wel vast dat consumenten meer en meer waarde hechten een gezonde levensstijl en daarom gebruik van wellness faciliteiten willen maken. Het wordt alleen afgeraden om te gaan 'concurreren' met de wellness-sector. Ondernemers zouden de wellness faciliteiten als een extra service moeten zien en niet als de hoofdactiviteit.

In dit onderzoek is gekeken naar de mogelijkheden van die het zorgtoerisme zou kunnen bieden als nieuwe kansen voor het plattelandstoerisme, met het oog op een verhoging van de bezettingsgraad van de accommodaties. In deze opzet is dus de plattelandstoeristische sector als uitgangspunt genomen. Het is zeer zinvol om ook nader onderzoek te doen naar de mogelijkheden voor zorgboerderijen om diensten op het gebied van toerisme aan te gaan bieden, dus vanuit de zorglandbouwsector. Daarmee wordt bedoeld dat er naast de reguliere activiteiten die op een zorgboerderij aangeboden worden, zoals dagbesteding en logeeropvang, er ook speciale vakantiearrangementen voor de diverse doelgroepen georganiseerd worden. Zorgboerderijen beschikken doorgaans al over de juiste voorzieningen en gekwalificeerd personeel.

De ondernemers die zich 'zorgeloze vakanties' aan willen gaan bieden kunnen zich dus het beste richten op het organiseren van vakantiearrangementen voor zorgtoeristen die graag samen met hun partner, kinderen of familie en vrienden (semi-begeleid) vakantie willen vieren. Voor de concrete inhoud van deze arrangementen, wordt aangeraden om de doelgroepen verder te segmenteren en in samenwerking met een professional op dat zorggebied verder onderzoek te doen naar de favoriete invulling van de vakantie voor die subdoelgroep. Om het 'zorgvakantie' aanbod goed op de vraag af te kunnen stemmen, dienen sowieso de aanpassingen aan de accommodatie, het tijdig leveren van de juiste zorg en de financiering van de zorg goed geregeld te zijn. Vooral de financiering van de zorg is erg complex.

Voor alle mogelijke uitwerkingen van PMC's op dit gebied is het voor de onderbouwing van de plannen van de ondernemers nodig dat er verder onderzoek wordt gedaan naar de financiële haalbaarheid van deze PMC's. Tevens dient er door een expert op dat gebied gekeken worden naar subsidiemogelijkheden voor de plannen. Dit is onder andere afhankelijk van de exacte plannen en afhankelijk van het provinciaal of gemeentelijk beleid in de regio waarin het bedrijf gevestigd is.

Uit de enquête bleek dat de meeste van de deelnemende ondernemers zich het liefst een ‘ halve dag’ en dan het liefst op de maandag, dinsdag en woensdag met de zorgtaken bezig willen houden. Uit de diverse gesprekken met plattelandstoeristische ondernemers die zich reeds met zorgtoerisme bezig houden blijkt dat, dat wel voldoende kan zijn als zij de zorgverlening uit besteden en zich met name richtten op het organiseren van de zorgverlening. Niet alleen daarom wordt sowieso ten zeerste aangeraden om voor de zorgverlening voor de gasten een samenwerkingsverband met professionele zorgaanbieder aan te gaan. Ook zorgt dit bij zorgtoeristen voor het vertrouwen, dat de zorg op vakantie ook op een betrouwbare manier verzorgd wordt. Zorgaanbieders zullen wel openstaan voor dit soort samenwerkingverbanden niet alleen gezien het feit dat zij er natuurlijk veel waarde aanhechten dat ook mensen met een beperking ook kunnen genieten van een vakantie. Het is ook een uitbreiding van hun aanbod en werkzaamheden. Overigens dient hierbij nog opgemerkt te worden dat het ook absoluut niet zinvol en nodig is dat er uitzonderlijk veel (van dezelfde soort) voorzieningen voor zorgtoeristen in dezelfde regio aangeboden worden.

Tenslotte het antwoord op de centrale vraag: *“In hoeverre biedt ondernemen in toerisme én zorg kansen voor plattelandsondernemers in de Provincie Noord-Brabant (...)?”* Enerzijds is middels dit onderzoek bewezen ondernemen in toerisme én zorg de plattelandstoeristische sector een stimulans kan geven om *toekomstproof* te blijven. Anderzijds bleek dat zorgtoerisme niet dé term is om in plattelandstoeristische sector te gebruiken en om de ‘zorgtoeristen’ mee aan te spreken.

Tot besluit moet benadrukt worden dat het zeer belangrijk is dat de ondernemers meer dan voldoende affiniteit met zorg hebben. Het professioneel organiseren van de zorg en de overige zaken op bedrijf (zoals het onderhoud, de schoonmaak etc.) is een must voor de slagingskans voor de uitwerking van deze PMC. Deskundigheid en betrokkenheid zijn de sleutelwoorden voor het succesvol aanboren van deze markt.

Literatuurlijst/ Bronvermelding

- Aussems, W., 2008. *Quick scan Zorgtoerisme*, Kaatsheuvel, Aussems Marketing & Projects BV
- Boot, J.M.D., 2007. *Organisatie van de gezondheidszorg*, Assen, Koninklijke Van Gorcum BV
- Bruls, E., Busser, M. en Huis, F., 2005. *Platteland, ook voor uw vrije tijd!? Consumentenonderzoek*, LNV Consumentenplatform
- Caron-Flinterman, F., Alebeek, van F. en Jong, de D., 2010. *Nieuwe diensten in de multifunctionele landbouw*, Lelystad, Wageningen UR Livestock Research
- Combinatie van medewerkers van ECORYS Nederland BV, Aequator Groen & Ruimte en Verwey-Jonker Instituut, 2009. *Verbreiding gevraagd Verkenning potentiële markt vraag verbredingsactiviteiten landbouw*, Rotterdam, ECORYS Nederland BV, Aequator Groen & Ruimte en Verwey-Jonker Instituut
- Gouw, P. & Maas, N., 2008. *Wellness in Nederland, uitgave 2008*, Breda, NRIT media
- Hassink, J., 2006. *Gezond door landbouw en groen*, Assen, Koninklijke Van Gorcum BV
- Kamer van Koophandel voor Zeeland, 2007. *Vakantie met zorg in Zeeland Marktverkenning naar economische kansen voor vakantie met zorg*, Middelburg
- Logger, D.A., 2009. *De health and care markt voor hotels Innovatieve mogelijkheden voor de hotelsector ten aanzien van nieuwe doelgroepen op het gebied van gezondheid, preventie en wellness*, Deventer, Saxion
- Mertens, J., 2008. *Praktijkonderzoek voor bachelors*, Bussum, Uitgeverij Coutinho
- Noorduyn, I., 2008. *Een echte boerderij met een echte boer*, Wageningen
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H., 2005. *De beleveniseconomie*, Den Haag, Sdu Uitgevers bv.
- Roest, A.. & Schouten, A., 2009. *Multifunctionele landbouw in de provincie aantal bedrijven, spreiding en omzet multifunctionele activiteiten per provincie*, Den Haag, LEI Wageningen UR
- Vandertuuk, Verkooijen & Beima, 2005. *Vakantie met zorg Haalbaarheidsstudie*, Groningen NOM
- Veer, M. & Tuunter, E., 2005. *Plattelandstoerisme in Europa. Een verkenning van succes en faalfactoren*, Den Haag, Stichting Recreatie, Kennis- en Innovatiecentrum
- Verschuur, A. 2009. *Behoeftte onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie Onderzoek naar de behoefte van mensen met een chronische ziekte of handicap naar meer en betere informatie over de toegankelijkheid van verblijfsaccommodaties en dagattracties*, Wichmond/ Bunnik, Revalidatiefonds
- Welt, G. & Renes, R. J., *Veel tijd, nooit weg: Een onderzoek naar aangepaste vakanties*, Wageningen, Wetenschapswinkel Wageningen UR

Internet:

Artikelen & Overige rapportages:

Borghuis, M. (2009), *Zorghotel met zorg op maat sterk in opkomst*, beschikbaar op: www.indora.nl/mambo/images/stories/Downloads/zorginstellingen%20toekomst%20van%20zorghotels.pdf (bekeken april, 2010)

Bussink, M. (2002) *Weg met de stress, leve de natuur*, beschikbaar op: www.michielbussink.nl/artikelen.php?id=1&aid=84 (geraadpleegd in mei 2010)

Mueller, H. & Kaufmann, E.L. (2001), *Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry*, beschikbaar op: www.lanzkaufmann.ch/doc/pub_art_vacationmeeting.pdf (geraadpleegd in april 2010)

NBTC NIPPO research (2007) *Factsheet;Thema rapport: Wellness Kansen voor het binnenlands en uitgaand toerisme*, beschikbaar op: http://www.nbtcnipporsearch.nl/cvo/Images/Factsheet%20wellness%202007_tcm263-141222.pdf (geraadpleegd in juni 2010)

Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (2008) *MarketScan Wellness Kansen voor het binnenlands en inkomend toerisme*, beschikbaar op: www.nbtc.nl/corporate/nl/system/Images/marketscan_wellness_tcm521-151837.pdf (geraadpleegd in mei 2010)

Bezochte websites: (allemaal met enige regelmaat en in de gehele afstudeerperiode)

12procentvanjeomzet.nl
www.alterra.wur.nl
www.alzheimer-nederland.nl
www.autisme-sva.nl
www.hartenvaatgroep.nl
www.epilepsiefonds.nl
www.landbouwzorg.nl
www.lei.wur.nl
www.loketplattelandstoerisme.nl
www.multifunctionelelandbouw.nl
www.nbav.nl
www.nvn.nl
www.nsv.nl
www.onsboerderijke.nl
www.peelberg.nl
www.revalidatiefonds.nl
www.uniekbo.nl
www.urbanunlimited.nl
www.zeelandzorgvakantie.nl
www.zlto.nl

Bronnenlijst figuren en tabellen

Figuren:

- Figuur 1: Verschillende vormen zorgtoerisme
- Figuur 2: Vier kwadranten van wellness
Bron: Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, 2005
- Figuur 3: Mindmap plattelandsbeleving
- Figuur 4 Wat is er bijzonder aan vrije tijd op het platteland?
Bron: LNV Consumentenplatform, 2005
- Figuur 5: Piramide van Maslow
Bron: www.wikipedia.org
- Figuur 6: Bereikbaarheid van zorgvoorzieningen
- Figuur 7: De huidige doelgroepen
- Figuur 8: Voorkeur voor potentiële zorgdoelgroepen
- Figuur 9: Activiteiten voor de zorgdoelgroepen
- Figuur 10: Investeringsbereidheid in het aantal uren
- Figuur 11: Investeringsbereidheid in het aantal dagen per week
- Figuur 12: Soorten activiteiten in het wellnesscentrum
Bron: Wellness in Nederland Uitgave 2008

Tabellen:

- Tabel 1: Aantal zorgboerderijen in Nederland
Bron: www.zorgboeren.nl
- Tabel 2: Verhouding van de verbrede activiteiten t.o.v. alle multifunctionele bedrijven in Noord-Brabant
Bron: LEI-nota 09-021, augustus 2009
- Tabel 3: Stellingen over de effecten van vrije tijdsbesteding op het platteland
Bron: LNV Consumentenplatform, 2005
- Tabel 4: Accommodaties van de respondenten
- Tabel 5: Geschatte aantallen mensen met een chronische ziekte
Bron: Behoeftte onderzoek Toeristische toegankelijkheidsinformatie
- Tabel 6 Aantal 55 en 65 plusser in Nederland de afgelopen vier jaar
Bron: CBS Statline

Bijlage 1 Enquête voor de ondernemers

Tekst voor de mailing:

Geacht ZLTO-lid, ondernemers in plattelandstoeristische sector,

In het kader van mijn afstudeerscriptie doe ik in opdracht van de ZLTO een onderzoek naar de ontwikkelingen van het zorgtoerisme met het oog op nieuwe kansen voor het plattelandstoerisme.

Een deel van dit onderzoek bestaat uit een verkenning op de markt voor zorgtoerisme, door middel van interviews met diverse patiënten- verenigingen en organisaties. Daarnaast wordt er gekeken of de wensen en behoeften van zorgtoeristen 'matchen' met de mogelijkheden die het plattelandstoerisme biedt en daarom ben ik zeer benieuwd naar uw mening en ideeën hierover!

Ook maakt u kans op een **waardebon voor de Boerderij Spa** * als u de enquête volledig heeft ingevuld!

De enquête bestaat uit 25 á 30 vragen, het invullen duurt ongeveer 10 tot 15 minuten. De ingevulde antwoorden worden anoniem verwerkt. Als u op de hoogte wilt blijven van dit onderzoek kunt u, aan het einde van de enquête, uw e-mail adres invullen.

Uiteindelijk worden alle resultaten, oftewel de nieuwe marktkansen, uitgewerkt in een stappenplan aan de hand van een voorbeeldbedrijf. Met dit stappenplan kunt u als ondernemer aan de slag! Zou u voor dit project willen fungeren als voorbeeldbedrijf? Meld u zich dan, aan het einde van de enquête middels uw e-mail adres, aan!

Via de volgende link kunt u de enquête invullen, [klik hier en ga naar de enquête.](#) U kunt de enquête invullen tot en met **zondag 11 april**.

Bij voorbaat dank voor uw medewerking!

Met vriendelijke groet,

Mariska Plantinga

Student Functiegericht toerisme en recreatie aan de NHTV internationaal hoger onderwijs Breda

** "De Boerderij Spa is er voor mensen die het heerlijk vinden om een dagje te ontspannen, in een mooie rustieke omgeving en kwalitatieve behandelingen willen ondergaan die bovendien gezond zijn. Boerderij Spa is ook het beleven van bijzondere behandelingen die samengesteld zijn met producten uit de natuur en van de boerderij en genieten van regionale en verantwoorde voeding" Volgens:*

www.boerderijspa.nl



De enquête:

Alvast hartelijk voor uw tijd en de moeite die u neemt voor het invullen van deze enquête.

De ingevulde antwoorden worden anoniem verwerkt. Als u betrokken wilt blijven bij dit project kunt u, aan het einde van de enquête, uw e-mail adres invullen.

Hieronder volgt een korte uitleg over het begrip zorgtoerisme. *De term zorgtoerisme moet in deze context zeer breed geïnterpreteerd worden. Het gaat, zoals vaak in eerste instantie gedacht wordt, niet alleen om de toeristen die ergens anders dan in hun eigen woonomgeving een medische behandeling, therapie of kuur willen volgen. Zorgtoerisme houdt ook in, dat mensen met een (lichamelijke of geestelijke) beperking of een chronische ziekte ook (tijdelijk) elders dan thuis kunnen verblijven en dat er mogelijkheden zijn voor mensen die in een prettige omgeving willen herstellen en/of revalideren van een operatie of ziekte (i.p.v. in het ziekenhuis).*

1. Wat voor soort accommodatie verhuurt u?
 - ☐ Zelfstandige accommodatie voor 1 tot 4 personen
 - ☐ Zelfstandige accommodatie geschikt voor 4 tot 10 personen
 - ☐ Zelfstandige accommodatie geschikt voor meer dan 10 personen
 - ☐ Groepsverblijf geschikt tot maximaal 30 personen
 - ☐ Groepsverblijf geschikt voor 30 tot 60 personen
 - ☐ Groepsverblijf geschikt voor meer dan 60 personen
 - ☐ Bed & Breakfast geschikt voor 1 tot 4 personen
 - ☐ Bed & Breakfast geschikt voor 4 tot 10 personen
 - ☐ Appartement geschikt voor 1-2 personen
 - ☐ Appartement geschikt voor 2-4 personen
 - ☐ Anders, namelijk:
2. Is deze accommodatie onderdeel van een nog actief of een voormalig agrarisch bedrijf?
 - ☐ Actief agrarisch bedrijf
 - ☐ Voormalig agrarisch bedrijf
3. Verblijven uw gasten op basis van logies of biedt u ze (complete) verzorging aan?
 - ☐ Alleen logies
 - ☐ Logies met ontbijt
 - ☐ Logies met ontbijt, lunch en/ of diner mogelijkheden (half- en volpension)
 - ☐ Logies en mogelijkheden voor een lunch en/of diner (geen ontbijt)
 - ☐ Dat verschilt per gast (of groep) en gebeurt in overleg
4. Beschikken de accommodaties over:
 - ☐ Volledig eigen sanitaire voorzieningen per verblijf
 - ☐ Gedeelde sanitaire voorzieningen

5. Over welke faciliteiten beschikt uw bedrijf? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Speeltuin
- ☐ Zwembad
- ☐ Sauna
- ☐ Internetaansluiting voor de gasten
- ☐ Eigen kookvoorzieningen per verblijf
- ☐ Restaurant
- ☐ Speciale allergievriendelijke verblijven
- ☐ Wellness faciliteiten, zoals:
- ☐ Speciale voorzieningen voor minder validen, zoals:
- ☐ Verhuur van (bijvoorbeeld fietsen, kano's o.i.d.):
- ☐ Anders, namelijk:

6. Wat voor activiteiten (m.b.t. recreatie) organiseert u naast accommodatieverhuur nog meer? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Ruimte voor gezamenlijke activiteiten (besloten feesten, vergaderingen etc.)
- ☐ Winkeltje voor de verkoop van eigen en/of streekproducten
- ☐ Moes/pluktuin
- ☐ Sportieve activiteiten (Boerengolf, maïsdoolhof etc.)
- ☐ Creatieve activiteiten (Pottenbakken, schilderen etc.)
- ☐ Excursies, rondleidingen
- ☐ Wandel- en fietsroutes (in de omgeving)
- ☐ Kinderfeestjes
- ☐ Workshops:
- ☐ Anders, namelijk:

7. Is uw bedrijf en de weg er naar toe goed toegankelijk voor minder validen, voor mensen die slecht ter been zijn of (tijdelijk) in een rolstoel zitten?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Nog niet, we hebben plannen om dit aan te passen

8. Hoe is de bereikbaarheid vanaf van uw bedrijf tot bijvoorbeeld paramedische (fysio- en oefentherapie, logopedie etc.) en andere zorgvoorzieningen? (kies en vul in!)

- ☐ Zeer goed, binnen een straal van 5 km veel voorzieningen, zoals:
- ☐ Goed, binnen een straal van 10 km veel voorzieningen, zoals:
- ☐ Voldoende, alle noodzakelijke voorzieningen zijn binnen een straal van 10 km
- ☐ Matig, alle noodzakelijke voorzieningen zijn binnen een straal van 20 km

9. Bent u in bezit van een eerste hulp bij ongelukken (EHBO) en/ of een bedrijfshulpverlening BHV diploma?
- ☐ Ja, ik ben in bezit van EHBO en BHV diploma
 - ☐ Ik ben alleen in bezit van een EHBO diploma
 - ☐ Ik ben alleen in bezit van een BHV diploma
 - ☐ Nee, ik bezit geen van beide diploma's
 - ☐ Mijn partner/ werknemers bezitten deze diploma's wel
10. Bent u bereid om een opleiding of cursus te volgen voor de professionalisering van uw bedrijf en zo ja in welke richting?
- ☐ Marketing (PR)
 - ☐ Gastheerschap
 - ☐ Zorg
 - ☐ Geen van de bovenstaande mogelijkheden, maar ik zou wel de volgende opleiding/ cursus willen volgen:
 - ☐ Geen van de bovenstaande opties.
11. Op welke doelgroep(en) richt u zich **NU** voornamelijk, wat betreft de accommodatieverhuur?
(Meerdere antwoorden mogelijk)
- ☐ Gezinnen met kinderen (tot ± 12 jaar)
 - ☐ Echtparen (van ± 35 tot 55 jaar) zonder kinderen
 - ☐ Jonge stellen zonder kinderen
 - ☐ (Actieve) Senioren vanaf 55 jaar
 - ☐ Bedrijven (zakelijke markt)
 - ☐ Scholen (Basis- middelbaar- en beroepsonderwijs)
 - ☐ Speciaal onderwijs
 - ☐ Overige doelgroepen en instellingen, zoals:
12. Heeft u weleens overwogen om u **ook** op andere doelgroepen te willen richten?
- ☐ Ja → Ga door naar vraag 13
 - ☐ Nee → Ga door naar vraag 15
13. Over welke doelgroepen ging die verkenning? (Meerdere antwoorden mogelijk)
- ☐ Gezinnen met kinderen (tot ± 12 jaar)
 - ☐ Echtparen (van ± 35 tot 55 jaar) zonder kinderen
 - ☐ Jonge paren zonder kinderen
 - ☐ (Actieve) Senioren vanaf 55 jaar
 - ☐ Bedrijven (zakelijke markt)
 - ☐ Scholen (Basis- middelbaar- en beroepsonderwijs)
 - ☐ Speciaal onderwijs
 - ☐ Overige instellingen, zoals:
 - ☐ Anders, namelijk:

14. Wat was uw motivatie voor de keuze voor een nieuwe doelgroep?

(Meerdere antwoorden mogelijk, kies en vul in!)

- ☐ Terugloop in de bezetting, door:
- ☐ (Persoonlijke) Interesse, in:
- ☐ Financiële aantrekkelijkheid, omdat:
- ☐ Anders, namelijk:

Zorgtoerisme in combinatie met het ondernemen in de groene ruimte houdt in dat u, op uw bedrijf naast de agrarische werkzaamheden ook ruimte biedt aan mensen die hulp in de vorm van zorg, rust, of begeleiding nodig hebben. Er is, vanuit de maatschappij, een groeiende behoefte aan betaalbare en efficiënte kleinschalige zorgoplossingen. Daarnaast is het platteland in toenemende mate een plek om aan behoeften van mensen zoals ontspanning, beleving, beweging, en inspiratie tegemoet te komen. Uitgaande van deze veronderstellingen is zorgtoerisme op het platteland de ideale combinatie voor de toekomst!

15. Spreekt de combinatie plattelandstoerisme met zorgtoerisme u aan?

- ☐ Ja → Ga door naar vraag 16
- ☐ Nee → Ga door naar vraag 17

16. Wat is uw belangrijkste motivatie om u (ook) te willen richten op zorgtoerisme?

- ☐ Ter uitbreiding/ groei van het bedrijf
 - ☐ Ter verbetering/ verhoging van de bezetting van de accommodatie
 - ☐ Ik ben zelf/ of mijn partner/ kinderen/ een andere relatie is, in bezit van een medische opleiding
 - ☐ Andere persoonlijke motieven/redenen namelijk,
 - ☐ Anders, namelijk:
- ➔ Ga door naar vraag 18

17. Waarom spreekt dat u niet aan?

- ☐ Zorgtoeristen ofwel cliënten vragen meer aandacht en een andere dienstverlening dan 'gewone' toeristen
 - ☐ Door de te hoge (financiële) investeringen voor het aanpassen van de huidige situatie
 - ☐ Bedrijfsvoering van de agrarische tak is te intensief voor deze combinatie
 - ☐ Anders, namelijk:
- ➔ Ga door naar vraag 24

Zorgtoeristen

Wanneer iemand vanwege beperkingen en/ of gezondheidsproblemen niet zelfstandig kan reizen of ergens anders kan verblijven wordt hij of zij een zorgtoerist genoemd. Ook de term zorgtoerist, moet in deze context weer zeer breed geïnterpreteerd worden. Iemand die zeer dichtbij het eigen huis recreëert ook al is dat maar voor een dag(deel) en daarbij zorg behoeft wordt in deze opzet namelijk ook 'bestempeld' als een zorgtoerist. Vanuit dit oogpunt valt ook dagbesteding onder zorgtoerisme. Dagbesteding houdt in, het uitvoeren van activiteiten (werkzaamheden) die het welzijn van de 'zorgtoerist' bevorderen.

18. Welke van de volgende activiteiten zou u voor de deze doelgroep(en) het liefst willen organiseren?

- ☐ Tijdelijk verblijf ofwel logeeropvang
- ☐ Dagopvang in de vorm van; de mensen, onder de benodigde begeleiding, mee laten werken in het bedrijf
- ☐ Dagopvang in de vorm van; activiteiten, die los staan van de bedrijfsgerelateerde werkzaamheden, ten behoeve van dagbesteding
- ☐ Combinatie van de hiervoor genoemde mogelijkheden
- ☐ Anders, namelijk:

19. Kunt u aangeven hoeveel tijd u bereid bent om en kunt investeren voor de opvang en begeleiding voor deze zorgdoelgroepen?

- ☐ Tot 4 uur per dag
- ☐ 4 – 6 uur per dag
- ☐ Max. 8 uur per dag
- ☐ Ik wil wel 24 uur per dag beschikbaar zijn om (medische) hulp of begeleiding te bieden

20. En hoeveel dagen per week?

- ☐ 1 tot 2 dagen per week
- ☐ 3 tot 5 dagen per week
- ☐ 7 dagen per week

21. Welke dagen van de week hebben uw voorkeur?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Maandag
- ☐ Dinsdag
- ☐ Woensdag
- ☐ Donderdag
- ☐ Vrijdag
- ☐ Zaterdag
- ☐ Zondag
- ☐ Maakt niet uit

Ook in zorgtoerisme kunnen er diverse doelgroepen onderscheiden worden, bij de volgende vraag worden er enkele opgesomd. Met de doelgroep 'Mensen uit balans' worden mensen bedoeld die moeten herstellen of die preventief willen werken aan de gevolgen van bijvoorbeeld stress, een depressie, een burn-out o.i.d.

Tot de doelgroep 'Fit en vitaal leven' behoren de mensen die graag gebruik maken van wellness faciliteiten, geïnteresseerd zijn in yoga, meditatie e.d. of willen deelnemen aan cursussen of workshops die bijvoorbeeld in het teken staat van afslanken.

22. Kunt van de volgende (sub)doelgroepen aangeven of en in hoeverre die groep u aanspreekt, als potentiële doelgroep voor uw bedrijf?

0= Spreekt mij totaal niet aan en 5= Spreekt mij zeer aan

- | | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ▪ Mensen met een (lichamelijke en/of geestelijke) beperking | 0. ☐ | 1. ☐ | 2. ☐ | 3. ☐ | 4. ☐ | 5. ☐ |
| ▪ Chronisch zieken | 0. ☐ | 1. ☐ | 2. ☐ | 3. ☐ | 4. ☐ | 5. ☐ |
| ▪ (Alleenstaande) Senioren | 0. ☐ | 1. ☐ | 2. ☐ | 3. ☐ | 4. ☐ | 5. ☐ |
| ▪ Mensen die herstellen/ revalideren van een operatie of ziekte | 0. ☐ | 1. ☐ | 2. ☐ | 3. ☐ | 4. ☐ | 5. ☐ |
| ▪ 'Mensen uit balans' | 0. ☐ | 1. ☐ | 2. ☐ | 3. ☐ | 4. ☐ | 5. ☐ |
| ▪ 'Fit en vitaal leven' | 0. ☐ | 1. ☐ | 2. ☐ | 3. ☐ | 4. ☐ | 5. ☐ |

23. Zijn er andere doelgroepen waar u zich graag op zou willen richten?

- ☐ Ja, namelijk:
- ☐ Nee

Om de uitkomsten van de enquêtes in het juiste perspectief te kunnen plaatsen, volgen er hierna nog een aantal algemene vragen. De eerst volgende vraag gaat over de bezettingsgraad, voor een toelichting over deze term, zie onderstaande tekst.

De bezettingsgraad is de verhouding tussen de maximale capaciteit van de accommodatie(s) en de tijd, in een bepaalde periode, dat de accommodatie verhuurd wordt, uitgedrukt in een percentage ten op zichte van de maximale bezetting.

24. Kunt u, bij benadering, aangeven wat de bezettingsgraad van uw accommodatie is?

0-25% 25-50% 50-75% 75-90% 90-100%

- | | 0-25% | 25-50% | 50-75% | 75-90% | 90-100% |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ▪ In de winter; december tot en met half maart: | | | | | |
| in de WEEKENDEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| in de MID-WEKEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| ▪ In het voorjaar vanaf half maart (Pasen) tot en met half mei: | | | | | |
| in de WEEKENDEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| in de MID-WEKEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| ▪ De lange weekenden met Hemelvaart en Pinksteren: | | | | | |
| in de WEEKENDEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| in de MID-WEKEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| ▪ In de maand juni: | | | | | |
| in de WEEKENDEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| in de MID-WEKEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| ▪ De zomer; juli en augustus | | | | | |
| in de WEEKENDEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| in de MID-WEKEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| ▪ In de herfst; september tot en met november maar m.u.v. de herfstvakantie | | | | | |

- | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| in de WEEKENDEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| in de MID-WEKEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| ▪ De herfstvakantie | | | | | |
| in de WEEKENDEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| in de MID-WEKEN | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

25. Wat is uw algemeen oordeel over de bezettingsgraad over het gehele jaar?

- ☐ Onvoldoende
- ☐ Matig
- ☐ Voldoende
- ☐ Goed
- ☐ Zeer goed

26. Binnen welke leeftijdscategorie valt u?

- ☐ Tot 25 jaar
- ☐ Van 25 tot 35 jaar
- ☐ Van 35 tot 45 jaar
- ☐ Van 45 tot 55 jaar
- ☐ Van 55 tot 65 jaar
- ☐ Ouder dan 65 jaar

27. Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

28. Wilt u op de hoogte blijven van dit project/ onderzoek, vanwege de nieuwe marktkansen voor uw bedrijf?

- ☐ Ja, vul hier uw e-mail adres in:
- ☐ Nee

29. Wilt u in aanmerking komen om voorbeeldbedrijf te worden voor dit project?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, vul hier uw e-mail adres in:

30. Wilt u kans maken op een waardebon voor de **Boerderij Spa**?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, vul dan hier uw e-mail adres in:

Bijlage 2 Vragenlijsten zorgtoeristen

1. Toeristen met een (lichamelijke of geestelijke) beperking of chronische ziekte

Gesprek/ Interview met:

1. Tot welke doelgroep kan de groep die u vertegenwoordigd (of: uzelf, uw partner, kind of een andere relatie) gerekend worden?

- ☐ Kinderen met een (lichamelijke of geestelijke) beperking t/m 12 jaar
- ☐ Jongeren met een (lichamelijke of geestelijke) beperking t/m 18 jaar
- ☐ Volwassenen met een (lichamelijke of geestelijke) beperking vanaf 18 jaar
- ☐ Chronisch zieken
- ☐ (alleenstaande) Senioren
- ☐ Mantelzorger
- ☐ Anders, namelijk:

Zorgtoerisme in combinatie met ondernemen op het platteland (/ in de 'groene ruimte') zou in kunnen houden dat er op een bedrijf naast de agrarische werkzaamheden ook ruimte geboden wordt aan mensen die hulp in de vorm van zorg, rust, of begeleiding nodig hebben. Het platteland (/ de 'groene ruimte') wordt tegenwoordig steeds meer gezien als een plek waar mensen hun behoeften zoals ontspanning, beleving, beweging, en inspiratie kunnen vervullen. En, zoals u natuurlijk wel weet, er is momenteel een groeiende behoefte aan betaalbare, efficiënte en kleinschalige zorgvoorzieningen. Uitgaande van deze veronderstellingen is zorgtoerisme op het platteland (/ in de 'groene ruimte') de ideale combinatie voor de toekomst!

2. Ziet u dat ook zo, en waarom dan wel/ niet?

3. Wordt er door de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) al gebruik gemaakt van bijvoorbeeld toeristische faciliteiten, kleinschalige zorgvoorzieningen of andere georganiseerde activiteiten op het platteland (zoals bijvoorbeeld zorgboerderijen)?

- ☐ Ja → Ga verder naar vraag 3
- ☐ Nee → Ga verder naar vraag 4

4. Waarom spreken juist dit soort activiteiten/ faciliteiten aan?

5. Wat is de belangrijkste reden, waarom men daar *geen* gebruik van maakt?

- ☐ Niet bekend met deze voorzieningen
- ☐ Vanwege wachtlijsten bij de zorgboerderijen
- ☐ Geen initiatieven bekend voor deze doelgroep
- ☐ Heeft deze persoon/ doelgroep (tot nu toe) geen belangstelling voor gehad
- ☐ Te lange reistijd, m.a.w. de afstand naar de zorgvoorziening is te ver
- ☐ Te duur
- ☐ Anders, namelijk:

6. Denkt u dat er voor de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) (*meer*) behoefte is aan voorzieningen voor vakanties of dagbesteding op het platteland?

→ Ga door naar vraag 7

- ☐ Ja, omdat:
- ☐ Nee → Ga door naar vraag 6

7. Waarom heeft de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) geen behoefte aan voorzieningen voor vakanties of andere activiteiten op het platteland?

- ☐ Alles wat betreft de vakantie en dagbesteding is nu goed geregeld m.a.w. men hoeft niets 'nieuws'
- ☐ Twijfels bij de toegankelijkheid/ bereikbaarheid van het platteland
- ☐ Twijfels bij de veiligheid van de omgeving
- ☐ Anders, namelijk:

→ Ga door naar vraag 13 (als vraag 6 beantwoord is)

8. Is er in een bepaald seizoen/ jaargetij meer behoefte aan zorgvoorzieningen op een boerderij? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Winter
- ☐ Lente
- ☐ Zomer
- ☐ Herfst
- ☐ Maakt niet uit, het gehele jaar wel

9. Zou men juist liever of kan men alleen in de vakantieperiodes weg gaan of wil men juist weg buiten de reguliere vakanties om?

- ☐ Gebonden aan de reguliere (school) vakanties
- ☐ Gaat buiten de reguliere (school) vakanties om weg
- ☐ Beide, is per uitstapje verschillend

Het platteland is een belangrijk recreatiegebied. Wandelen en fietsen zijn de populairste activiteiten op het platteland. Maar is er veel meer te doen. Er zijn agrarische ondernemers die op hun bedrijf naast de agrarische tak, voorzieningen en activiteiten aanbieden die in het teken staan van fit en vitaal leven zoals wellness, meditatie, workshops etc. Daarnaast zijn er ook agrarische ondernemers die op hun bedrijf ook ruimte bieden aan mensen die hulp in de vorm van zorg, rust, of begeleiding nodig hebben.

10. Kunt u, aan de hand van een cijfer van 0 tot 5 aangeven in hoeverre de volgende activiteiten de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) aanspreken?

0= Niet leuk en 5= Heel erg leuk Weet niet; n.v.t.

- | | |
|---|---|
| - Wandelen, fietsen e.d. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - ('Echt') Meewerken op de boerderij | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - In de (moes)tuin werken | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Met anderen genieten van de (frisse) omgeving en dieren | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Creatieve activiteiten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Muzikale activiteiten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Spelletjes; kaarten, scrabble, sjoelen, etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Snoezelruimte * | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Wellness, sauna, thermen etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Yoga, meditatie etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Workshop/ Cursus | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |

* Snoezelruimte = een ingerichte ruimte, vaak gekenmerkt door: stilte of rustige muziek, dimlichten, gordijnen met gezeefd licht of zelfs geen natuurlijk licht, kussens, instrumenten, klankschalen etc. Bevat geen storende elementen, heeft een behaaglijke temperatuur en comfortabele lig- en zitplaatsen. (Snoezelen is een samentrekking van 'snuffelen' en 'doezelen')

11. Zijn er nog andere activiteiten die de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) graag zouden willen doen gedurende de dag? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Ja, namelijk:
- ☐ Ja, namelijk:
- ☐ Nee

12. Hoe denkt u dat de behoefte ligt m.b.t de lengte van het verblijf?

- ☐ Één of een aantal Dagdelen (Ochtend of middag) → Ga door naar vraag 14
- ☐ Één of een aantal Dag(en), zonder overnachting → Ga door naar vraag 14
- ☐ Midweek (Maandag- Vrijdag)
- ☐ Weekend (logeeropvang)
- ☐ Langer dan een week, namelijk: weken
- ☐ Niet bekend; Verschilt per individu teveel

13. Is voor de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) mogelijk om een verblijf met anderen te delen?

- ☐ Gast/ Cliënt wenst een verblijf voor privé/alleen gebruik (incl. eigen sanitaire voorzieningen)

- Gast/ Cliënt wenst een verblijf voor privé/ alleen gebruik
(sanitaire voorzieningen kunnen wel gedeeld gebruikt worden)
- Verblijf delen met 2 tot 4 personen is geen probleem
- Het is voor de gast/ cliënt geen probleem op een slaapzaal te overnachten
- Niet bekend; Verschilt per individu teveel

14. Gaan de mensen die tot deze doelgroep gerekend kunnen worden over het algemeen gezien wel eens op vakantie?

- Ja, met het gezin/ de partner
- Ja, naar speciaal georganiseerde vakantie met professionele begeleiding
- Ja, anders:

→ Ga door naar vraag 15

- Nee, omdat:

→ Ga door naar vraag 16

15. Welke type accommodatie heeft de voorkeur tijdens een vakantie?

- Hotel
- Zelfstandig appartement / vakantiehuisje
- Bungalow op een vakantiepark
- (toer) Caravan/ Camper
- Tent
- Stacaravan/ Chalet
- Niet bekend; Verschilt per individu teveel

- Iets anders, namelijk:

16. Welke aanpassingen aan de accommodatie zijn noodzakelijk voor deze doelgroep om geschikt te zijn voor een vakantie? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Geen
- ☐ Gelijkvloers (geen drempels)
- ☐ Uitsluitend begane grond
- ☐ Elektrische traplift
- ☐ Rolstoelvriendelijk (brede deuropening, evt. lift bij verdiepingen)
- ☐ Aangepast sanitair (Verhoogd toilet, beugels aan de muur van het toilet)
- ☐ Aangepaste douche
- ☐ Wastafel (elektrisch) in hoogte verstelbaar
- ☐ Hoog-/laagbed en een papegaai boven het bed
- ☐ Aangepaste voeding
- ☐ Speciale allergievriendelijke verblijven

☐ Anders, namelijk:

17. Kunt u aangeven, met een cijfer van 0 tot 5, in hoeverre de volgende zaken bepalend (zouden) zijn voor de vakantiekeuze voor de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten)?

0= Totaal niet bepalend en 5= Heel erg bepalend Weet niet; n.v.t.

- | | |
|---|---|
| - Vermaak/ animatie | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ ☐ |
| - Rustige omgeving | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ ☐ |
| - Toegankelijkheid en bereikbaarheid | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ ☐ |
| - De reisafstand | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ ☐ |
| - Het weer | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ ☐ |
| - Toeristische uitstapjes/ attracties in de buurt | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ ☐ |
| - Aanwezigheid van/ contact met lotgenoten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ ☐ |

18. Zijn er nog andere zaken zeer van belang in de afweging voor de vakantiebestemming?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

☐ Ja, namelijk:

☐ Nee

19. Welke vorm ondersteuning (zou) de doelgroep nodig hebben tijdens een vakantie?

- ☐ Gediplomeerde verpleging dient continue aanwezig te zijn
- ☐ Psychotherapeutische begeleiding
- ☐ Professionele begeleiding
- ☐ Zorg op afroep (thuiszorg)
- ☐ Domotica **/ Alarmknop

☐ Anders, namelijk :

*** Domotica= Zorg op afstand door de integratie van technologie en diensten, ten behoeve van een betere kwaliteit van wonen en leven*

20. Zijn er nog specifieke eisen op het gebied van veiligheid en/of kwaliteit?

Voor bijvoorbeeld het terrein of de omgeving? *(Meerdere antwoorden mogelijk)*

☐ Ja, namelijk:

☐ Ja, namelijk:

☐ Nee

21. Heeft u nog andere ideeën/ opmerkingen met betrekking tot dit onderwerp?

22. Kent u nog andere organisaties/ mensen/ instanties die voor mij interessant zouden zijn om voor dit onderzoek te benaderen?

2. Toeristen die komen herstellen en/ of revalideren

Gesprek/ Interview met:

Zorgtoerisme in combinatie met het landelijk gebied zou kunnen inhouden dat er op een bedrijf naast de agrarische werkzaamheden ook ruimte geboden wordt aan mensen die hulp in de vorm van zorg, rust, of begeleiding nodig hebben. Het platteland wordt tegenwoordig steeds meer gezien als een plek waar mensen hun behoeften zoals ontspanning, beleving, beweging, en inspiratie kunnen vervullen. En, zoals u natuurlijk wel weet, er is momenteel een groeiende behoefte aan betaalbare, efficiënte en kleinschalige zorgvoorzieningen. Uitgaande van deze veronderstellingen is zorgtoerisme op het platteland (/ in de 'groene ruimte') de ideale combinatie voor de toekomst!

1. Ziet u dat ook zo? Waarom wel/ niet?

Herstel na een operatie, ingreep, een ongeluk, therapie of iets dergelijks hoeft lang niet altijd in een ziekenhuis of een revalidatiecentrum plaats te vinden, maar soms is de thuissituatie van een patiënt ook niet geschikt voor rust en herstel na een ziekenhuisopname.

2. Na welke operaties of ingrepen zou het voor patiënten mogelijk zijn om in een daarvoor aangepast vakantieverblijf op het platteland te kunnen herstellen/ revalideren i.p.v. in het ziekenhuis?

☐

☐

☐

3. Welke ondersteuning behoeven patiënten doorgaans?

- ☐ Gediplomeerde verpleging dient continue aanwezig te zijn
- ☐ Professionele begeleiding
- ☐ Zorg op afroep (thuiszorg)
- ☐ Domotica *
- ☐ Anders, namelijk:

* Domotica= Zorg op afstand door de integratie van technologie en diensten

4. **Kunt u, met een cijfer van 0 tot 5 aangeven, in hoeverre de volgende zaken bepalend (zouden) zijn voor de keuze van een accommodatie voor het revalidatieproces ?**

0= Totaal niet bepalend en 5= Heel erg bepalend Weet niet; n.v.t.

- | | |
|--|---|
| - (Para)medische zorgvoorzieningen in de nabije omgeving | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Rustige omgeving | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Aangepaste accommodatie | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Toegankelijkheid en bereikbaarheid | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - De reisafstand (van huis tot de bestemming) | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Toeristische uitstapjes/ attracties in de buurt | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |
| - Aanwezigheid van/ contact met lotgenoten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ |

5. **Zijn er nog andere zaken zeer van belang in de afweging voor de keuze van de omgeving en accommodatie voor het revalidatieproces?** (Meerdere antwoorden mogelijk)

☐ Ja, namelijk:

☐ Ja, namelijk:

☐ Nee

Service is voor alle gasten op een recreatiebedrijf natuurlijk zeer belangrijk en ook extra veel comfort wordt voor de meeste gasten steeds belangrijker. Als een gast net een uit het ziekenhuis of een kliniek is ontslagen, is comfort hoogst waarschijnlijk nog belangrijker. Natuurlijk hoort daarbij ook een andere benadering, van het personeel (of de ondernemers zelf) dan bij een toerist.

6. **Waar hebben de patiënten, naast de benodigde medische zorg, vaak ook behoefte aan?**

(Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Nazorg en psychische opvang
- ☐ Mogelijkheid tot het meebrengen van een partner/ begeleider
- ☐ Eigen televisie- en Internetaansluiting
- ☐ Anders, namelijk:

7. **Welke aanpassingen aan de accommodatie zijn er doorgaans nodig?** (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Gelijkvloers (geen drempels)
- ☐ Uitsluitend begane grond
- ☐ Elektrische traplift
- ☐ Rolstoelvriendelijk (brede deuropening, evt. lift bij verdiepingen)
- ☐ Aangepast sanitair (Verhoogd toilet, beugels aan de muur van het toilet)
- ☐ Aangepaste douche
- ☐ Wastafel (elektrisch) in hoogte verstelbaar
- ☐ Hoog-/laagbed en een papegaai boven het bed
- ☐ Aangepaste voeding

☐ Speciale allergievriendelijke verblijven

☐ Anders, namelijk:

8. Is er vooral behoefte aan een kort of langdurig verblijf?

- ☐ Één of een aantal Dagdelen (Ochtend of middag) → Ga door naar vraag 10
- ☐ Één of een aantal Dag(en), zonder overnachting → Ga door naar vraag 10
- ☐ Midweek (Maandag- Vrijdag)
- ☐ Weekend (logeeropvang)
- ☐ Langer dan een week, namelijk: weken

9. Is het mogelijk om de accommodatie met meerdere personen te delen?

- ☐ Gast/ cliënt/ patiënt wenst een verblijf voor privé/alleen gebruik
Incl. eigen sanitaire voorzieningen
- ☐ Gast/ cliënt/patiënt wenst een verblijf voor privé/ alleen gebruik
sanitaire voorzieningen kunnen wel gedeeld gebruikt worden
- ☐ Verblijf delen met 2 tot 4 personen is geen probleem
- ☐ Verblijf delen met meer dan 4 personen is geen probleem

10. Kunt u een indicatie van de herstelperiode geven?

- ☐ 1 tot 2 weken
- ☐ 2 tot 4 weken
- ☐ 1 tot 3 maanden
- ☐ 3 tot 6 maanden
- ☐ Langer dan een half jaar, namelijk: maanden

11. Is er in een bepaald seizoen/ jaargetij meer behoefte aan zorgvoorzieningen op een boerderij?

- ☐ Winter
- ☐ Lente
- ☐ Zomer
- ☐ Herfst
- ☐ Het gehele jaar

12. Welk type accommodatie past over het algemeen gezien het beste bij de patiënten/ cliënten?

- ☐ Hotel/ Bed and Breakfast
- ☐ Appartement / vakantiehuisje
- ☐ Groepsaccommodatie
- ☐ Stacaravan/ Chalet
- ☐ Niet bekend; Verschilt per individu teveel
- ☐ Iets anders, namelijk

Het landelijk gebied is een belangrijk recreatiegebied. Wandelen en fietsen zijn de populairste activiteiten op het platteland. Maar is er veel meer te doen. Er zijn agrarische ondernemers die op hun bedrijf naast de agrarische tak, voorzieningen en activiteiten aanbieden die in het teken staan van fit en vitaal leven (zoals wellness, meditatie, workshops etc).

13. Kunt u, aan de hand van een cijfer van 0 tot 5 aangeven in hoeverre de volgende activiteiten zouden kunnen passen bij het revalidatieproces?

0= Niet passend en 5= Heel erg passend Weet niet; n.v.t.

- | | |
|---|---|
| - Wandelen, fietsen e.d. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Creatieve activiteiten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Muzikale activiteiten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Spelletjes; kaarten, scrabble, sjoelen, etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Met anderen genieten van de (frisse) omgeving en dieren | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Wellness, sauna, thermen etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Yoga, meditatie etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - ('Echt') Meewerken op de boerderij | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - In de (moes)tuin werken | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |

14. Zijn er nog andere activiteiten van belang (t.b.v. de dagbesteding?) *(Meerdere antwoorden mogelijk)*

☐ Ja, namelijk:

☐ Nee

15. Zijn er nog specifieke eisen op het gebied van veiligheid en/of kwaliteit? *(Meerdere antwoorden mogelijk)*

☐ Ja, namelijk:

☐ Nee

16. Heeft u nog andere ideeën/ opmerkingen met betrekking tot dit onderwerp?

17. Kent u nog andere organisaties/ mensen/ instanties die voor mij interessant zouden zijn om voor dit onderzoek te benaderen?

3 'Mensen uit balans'

Gesprek/ Interview met: (vul naam organisatie in)

Zorgtoerisme in combinatie met het landelijk gebied zou kunnen inhouden dat er op een bedrijf naast de agrarische werkzaamheden ook ruimte geboden wordt aan mensen die hulp in de vorm van zorg, rust, of begeleiding nodig hebben. Het platteland wordt tegenwoordig steeds meer gezien als een plek waar mensen hun behoeften zoals ontspanning, beleving, beweging, bezinning en inspiratie kunnen vervullen. En, zoals u natuurlijk wel weet, er is momenteel een groeiende behoefte aan betaalbare, efficiënte en kleinschalige zorgvoorzieningen. Uitgaande van deze veronderstellingen is zorgtoerisme op het platteland (/ in de 'groene ruimte') de ideale combinatie voor de toekomst!

1. Ziet u dat ook zo? Waarom wel/ niet?

2. Welke doelgroep vertegenwoordigd u?

- Mensen die **preventief** willen werken aan de **klachten** die door een langdurige **hoge werkdruk** kunnen ontstaan (een **burn-out** o.i.d.)
- Mensen die **preventief** willen werken aan **stress** of een **depressie** die niet voortkomt uit de werkomgeving
- Mensen die moeten **herstellen** van een **burn-out, depressie, stres** o.i.d.
- Mensen die moeten (leren) omgaan met een **chronische** depressie

3. Wordt er door de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) al gebruik gemaakt van bijvoorbeeld toeristische faciliteiten, kleinschalige zorgvoorzieningen of andere georganiseerde activiteiten op het platteland (zoals bijvoorbeeld zorgboerderijen)?

- Ja → Ga verder naar vraag 4
- Nee → Ga verder naar vraag 5

4. Waarom spreken juist dit soort activiteiten/ faciliteiten aan?

5. Denkt u dat er voor de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) behoefte is aan voorzieningen voor vakanties of dagbesteding op het platteland?

- ☐ Ja, omdat:

→ Ga door naar vraag 7

☐ Nee

6. Waarom heeft de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten) geen behoefte aan voorzieningen voor vakanties of andere activiteiten op het platteland?

- Alles wat betreft de vakantie en dagbesteding is nu goed geregeld m.a.w. men hoeft niets 'nieuws'
- Twijfels bij de toegankelijkheid/ bereikbaarheid van het platteland
- Twijfels bij de veiligheid van de omgeving
- Anders, namelijk:

→ Ga door naar vraag 11 (als vraag 6 beantwoord is)

7. Is er vooral behoefte aan een kort of langdurig verblijf?

- Één of een aantal Dagdelen (Ochtend of middag) → Ga door naar vraag 8
- Één of een aantal Dag(en), zonder overnachting → Ga door naar vraag 8
- Midweek (Maandag- Vrijdag)
- Weekend (logeeropvang)
- Langer dan een week, namelijk:

weken

8. Is het mogelijk, over het algemeen gezien voor de groep mogelijk, om de accommodatie met meerdere personen te delen?

- Gast/ cliënt/ patiënt wenst een verblijf voor privé/alleen gebruik
Incl. eigen sanitaire voorzieningen
- Gast/ cliënt/patiënt wenst een verblijf voor privé/ alleen gebruik
sanitaire voorzieningen kunnen wel gedeeld gebruikt worden
- Verblijf delen met 2 tot 4 personen is geen probleem
- Verblijf delen met meer dan 4 personen is geen probleem

9. Kunt u een indicatie van de herstelperiode geven?

- 1 tot 2 weken
- 2 tot 4 weken
- 1 tot 3 maanden
- 3 tot 6 maanden
- Langer dan een half jaar, namelijk:

maanden

10. Is er in een bepaald seizoen/ jaargetij meer behoefte aan zorgvoorzieningen op een boerderij?

- Winter
- Lente
- Zomer
- Herfst
- Het gehele jaar

11. Welk type accommodatie past over het algemeen gezien het beste bij de patiënten/ cliënten?

- ☐ Hotel/ Bed & Breakfast
- ☐ Appartement / vakantiehuisje (bungalow)
- ☐ Groepsaccommodatie
- ☐ Stacaravan/ Chalet
- ☐ Niet bekend; Verschilt per individu teveel
- ☐ Iets anders, namelijk:

12. Kunt u aangeven, met een cijfer van 0 tot 5, in hoeverre de volgende zaken bepalend (zouden) zijn voor de keuze voor de omgeving en het verblijf voor de groep die u vertegenwoordigd (of: uw cliënten)?

0= Totaal niet bepalend en 5= Heel erg bepalend Weet niet; n.v.t.

- | | |
|---|---|
| - Vermaak/ animatie | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Rustige omgeving | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Toegankelijkheid en bereikbaarheid | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - De reisafstand | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Het weer | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Toeristische uitstapjes/ attracties in de buurt | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Aanwezigheid van/ contact met lotgenoten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |

Het landelijk gebied is een belangrijk recreatiegebied. Wandelen en fietsen zijn de populairste activiteiten op het platteland. Maar is er veel meer te doen. Er zijn agrarische ondernemers die op hun bedrijf naast de agrarische tak, voorzieningen en activiteiten aanbieden die in het teken staan van fit en vitaal leven (zoals wellness, meditatie, workshops etc).

13. Kunt u, aan de hand van een cijfer van 0 tot 5 aangeven in hoeverre de volgende activiteiten zouden kunnen passen bij de behandeling/ therapie of het herstelproces?

0= Niet passend en 5= Heel erg passend Weet niet; n.v.t.

- | | |
|---|---|
| - Wandelen, fietsen e.d. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Uitsluitend genieten van de (frisse) omgeving en dieren | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Creatieve activiteiten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Muzikale activiteiten | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Spelletjes; kaarten, scrabble, sjoelen, etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Wellness, sauna, thermen etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - Yoga, meditatie etc. | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - 'Echt' meewerken op de boerderij | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |
| - In de (moes)tuin werken | 0. ☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☐ 4. ☐ 5. ☐ 0 |

14. Zijn er nog andere activiteiten van belang (t.b.v. de dagbesteding?)

- ☐ Ja, namelijk:

☐ Ja, namelijk:

☐ Nee

15. Welke vorm van ondersteuning (zou) de groep die u nu vertegenwoordigd (of: uw cliënten) nodig hebben tijdens een verblijf?

- ☐ Gediplomeerde verpleging dient continue aanwezig te zijn
- ☐ Psychotherapeutische begeleiding
- ☐ Therapeuten
- ☐ Coaches
- ☐ Professionele begeleiding
- ☐ Zorg op afroep (thuiszorg)

☐ Anders, namelijk :

16. Zijn er nog specifieke eisen op het gebied van veiligheid en/of kwaliteit?

☐ Ja, namelijk:

☐ Ja, namelijk:

☐ Nee

17. Heeft u nog andere ideeën/ opmerkingen met betrekking tot dit onderwerp?

18. Kent u nog andere organisaties/ mensen/ instanties die voor mij interessant zouden zijn om voor dit onderzoek te benaderen?

Bijlage 3 Adressen reisorganisaties

[ECT Vakanties](#)

Provincialeweg 69
3998 JK Schalkwijk
Telefoon: 088 - 3280000
E-mail: info@ect-vakanties.nl
Internet: www.ect-vakanties.nl

[Flow Reizen/Flow Outdoor](#)

Risseweg 9
6004 RM Weert
Telefoon: 0495 - 544823
E-mail: info@flowoutdoor.nl
Internet: www.flowreizen.nl

[Johanniter Hulpverlening](#)

Lange Voorhout 48
2514 EG Den Haag
Telefoon: 070 - 3649920
E-mail: vakantie@johanniter.nl
Internet: www.johanniter.nl

[Lindetours Zorgreizen](#)

Lindelauffer Gewande 10
6367 AZ Voerendaal
Telefoon: 045 - 5753636
E-mail: zorgreizen@lindetours.nl
Internet: www.lindetours.nl

[Nationaal Epilepsie Fonds](#)

Postbus 270
3990 GB Houten
Telefoon: 030 - 6344063
E-mail: vakantiereizen@epilepsiefonds.nl
Internet: www.epilepsie.nl

[Radar Reizen](#)

De Stoven 18
7206 AX Zutphen
Telefoon: 0575 - 538630
E-mail: reizen@stichting-radar.nl
Internet: www.radar-reizen.nl

[Rode Kruis, Het Nederlandse](#)

Postbus 28120
2502 KC Den Haag
Telefoon: 070 - 4455888
E-mail: vakanties@redcross.nl
Internet: www.rodokruis.nl

[Set Reizen](#)

Postbus 21203
3001 AE Rotterdam
Telefoon: 010 - 2150248
E-mail: info@set-reizen.nl
Internet: www.set-reizen.nl

[Stichting Elisabeth Ruiterkampen](#)

Westerborkerveld 3
9439 TK Witteveen
Telefoon: 0593 - 322315 (na 19.00 uur)
E-mail: sterweb05@hotmail.com
Internet: www.elisabeth-ruiterkampen.nl

[Stichting Het Buitenhof](#)

Noothoven van Goorstraat 11E
2806 RA Gouda
Telefoon: 0182 - 587058
E-mail: info@buitenhof.nl
Internet: www.buitenhof.nl

[Stichting Poldermaat](#)

Postbus 204
8250 AE Dronten
Telefoon: 06 - 44004321
E-mail: info@poldermaat.nl
Internet: www.poldermaat.nl

[Stichting De Wielewaal](#)

Regentesselaan 20-26
1217 EG Hilversum
Telefoon: 088 1224400
E-mail: info@wielewaal.nl
Internet: www.wielewaal.nl

[Tendens](#)

Hoefbladlaan 6-12
6841 CD Arnhem
Telefoon: 026-3392367
E-mail: info@tendens.org
Internet: www.tendens.org

[Tracks Travel](#)

Postbus 31
2360 AA Warmond
Telefoon: 071 - 3011888
E-mail: trackstravel.nl@planet.nl
Internet: www.trackstravel.nl

Het VakantieBureau

Postbus 6
6740 AA Lunteren
Telefoon: 0318 - 486610
E-mail: info@hetvakantiebureau.nl
Internet: www.hetvakantiebureau.nl

Vita V-Reizen

Gelreweg 44
6065 CN Montfort
Telefoon: 0475 - 549067
E-mail: info@vitav-reizen.nl
Internet: www.vitav-reizen.nl

VNB Nationale Bedevaarten

Pater van den Elsenstraat 10
5213 CD 's-Hertogenbosch
Telefoon: 073 - 6818111
E-mail: info@lourdes.nl
Internet: www.lourdes.nl

De Zonnebloem

Postbus 2100
4800 CC Breda
Telefoon: 076-5646362
E-mail: info@zonnebloem.nl
Internet: www.zonnebloem.nl

Bosjuweel

Koopvaardijweg 3
6541 BR Nijmegen, Nederland
Telefoon: 024-3731810
E-mail: info@bosjuweel.nl
Internet: www.bosjuweel.nl

Dolfijn Vakanties

Monsterseweg 10
2291 PB Wateringen
Telefoon: 0900 - 2353653
E-mail: info@dolfijnvakanties.nl
Internet: www.dolfijnvakanties.nl

Munckhof Travel & Care

Herstraat 1a
5961 GG Horst
Telefoon: 077 - 3960100
E-mail: care@munckhof.nl
Internet: www.travelandcare.nl

Picture Vakanties

Telefoon: 0521 - 588411
E-mail: info@picturevakanties.nl
Internet: www.picturevakanties.nl

Reisburo vakantie en zorg

Telefoon: 06-51461669
Internet: www.reisburovakantieenzorg.nl

Travel and Nursing BV

Kelmonderstraat 55 A
6191 RD Beek (L)
Telefoon: 046 - 8501813
E-mail: info@travel-nursing.nl
Internet: www.travel-nursing.nl

Zorgvrij Vakanties: vakanties met zorg

Dalsteindreef 10-12
1112 XC Diemen
Telefoon: 020 - 2012720
E-mail: info@zorgvrijvakanties.nl
Internet: www.zorgvrijvakanties.nl

