

2010

AGROTOERISME IN EEN ANDER JASJE

**[INNOVATIEF AGROTOERISME CONCEPT]**

Het aanbod in de agrotouristische sector blijft vaak hangen in teveel van hetzelfde, met enkele uitzonderingen daar gelaten. Een eentonig en verouderd toeristisch aanbod is voor toeristen en recreanten niet aantrekkelijk. Er is te weinig vernieuwing, waardoor het aantal klanten en omzet verminderen. Hier moet iets aan gedaan worden. Dit concept biedt wellicht een ideale oplossing. Laat u verassen!

[OMGEVINGSVERKENNING]

Hoe kijk ik en mijn omgeving tegen agrotourisme aan?

Ik merk dat mijn omgeving een vooroordeel heeft ten aanzien van agrotourisme. De geluiden die ik hoor zijn als volgt samen te vatten: saai, eentonig en ouderwets. Ik zelf denk dat agrotourisme heel goed bij kan dragen aan verschillende behoeftes van verschillende mensen. Daarnaast denk ik dat het goed mogelijk is om door middel van agrotourisme mensen van verschillende achtergronden bij elkaar te brengen. Mijn omgeving is vooral gecharmeerd van activiteiten als paintballen in het bos. Deze voorziening / activiteit spreekt hen het meest aan. Persoonlijk spreekt deze activiteit mij ook het meeste aan.

Vernieuwende voorbeelden agrotourisme in het buitenland?

Na onderzoek op internet heb ik geconstateerd dat men in het buitenland ook druk bezig geweest is met innovatieve ideeën ten aanzien van agrotourisme. Zo heeft men in Turkije bijvoorbeeld landbouwgebieden voorzien van culturele elementen die van toepassing zijn op het gebied. Daarnaast bestaat de mogelijkheid tot het nuttigen van verschillende traditionele etenswaren. Dit heeft ervoor gezorgd dat op jaarbasis een aanzienlijk aantal toeristen verwelkomt kan worden.

Kan de situatie vergeleken worden met andere branches, zijn daar al innovatieve concepten geïntroduceerd?

Ik denk dat de situatie niet vergeleken kan worden met andere branches. Dit omdat dit probleem meer een **branche specifiek** probleem is. Dit zorgt er ook voor dat het niet zomaar een probleem is, maar een complex collectief probleem. Er kan namelijk geen beroep gedaan worden op eventuele innovatieve ideeën in andere branches. Het belangrijkste is dat het algemene beeld ten aanzien van agrotourisme veranderd.

Vooral het beeld van de jonge generatie dient te veranderen. Dit vooral omdat zij een zeer grote doelgroep vormen.

[HET CONCEPT]

Om een oplossing voor een probleem te kunnen bedenken, dienen we eerst in kaart te brengen wat de oorzaken voor het probleem zijn. Hieronder is kort samengevat de kern van het probleem weergegeven:



Hierboven zijn de kernwoorden van het probleem weergegeven. We weten nu uit welke elementen het probleem bestaat. Het concept zal een oplossing bieden welke al deze bovenstaande factoren teniet zal doen. Het concept is veelzijdig, vernieuwend, divers en erg leuk voor alle doelgroepen. Het idee is als volgt: de ruimte die beschikbaar is gebruiken om in te richten als een enorm (sociaal) **park**. Het belangrijkste van alles is dat verschillende doelgroepen bereikt worden. Als we kijken naar evenementen die veel mensen (vooral jongeren) trekken, dan zien we het volgende: aanwezigheid van bier, grote rol sociale netwerken en muziek. Dit moet dus zeker op de een of andere manier geïntegreerd worden in het park. Het park zal de volgende voorzieningen c.q. diensten bieden (zie schema).

Picknickruimte	Terrassen (drank en eten)
Ruimte waar dieren bezichtigd kunnen worden	Verschillende soorten muziek (open ruimte)
Fietsroute	Voetbalveldje (ter recreatie)
Gebouw met historische elementen (verleden van het gebied)	Open ruimte (vrije invulling)
Kraampjes (souvenirs)	Rondleidingen

[HET CONCEPT]

De kracht van dit park zit in het feit dat verschillende doelgroepen bereikt worden. Rust, ruimte, ontspanning, Gastvrijheid, avontuur en sportief vermaak wordt geboden door dit park. Zo wordt ook ingegaan op de behoeften van verschillende doelgroepen. Het belangrijkste is het in de markt zetten van dit product (park). Dit kan het beste bereikt worden door sociale netwerksites. Een groot deel van de verschillende doelgroepen is vertegenwoordigd op sociale netwerksites (hyves, facebook enzovoorts). Het succes van grote muziekevenementen is te danken aan het gebruik van deze sociale netwerken als communicatiemiddel. Het is zelfs mogelijk bijvoorbeeld Hyves een activiteit of feest te laten organiseren in dit park. Vaak staan sociale netwerksites hier wel voor open, omdat zij hiermee in principe (gratis) reclame maken en in het kader van de maatschappelijke betrokkenheid zullen zij hier wellicht wel mee instemmen.



Picknickruimte



Terrasjes

Hierboven zijn ter voorbeeld twee (mogelijke) ruimtes van het park weergegeven. De kracht van dit concept zit in het feit dat de elementen (van het park) en het idee bekend gemaakt zijn. De ondernemers kunnen op deze manier zelf beslissen hoe ze de ruimte willen inrichten. Daarnaast kan dit park operationeel zijn gedurende het hele jaar. Dit betekent continuïteit en omzet! Nog een belangrijke kanttekening: de ondernemer heeft de vrijheid om zelf te bepalen op welke onderdelen omzet gemaakt zal worden. Bijvoorbeeld gratis entree, maar betalen voor verschillende onderdelen en ruimtes.

[VERWACHTE RESULTAAT]

Dit concept heeft een aardige kans van slagen. Dit komt vooral door het karakter van het park. Deze is niet gedefinieerd voor een enkele specifieke doelgroep, maar staat open voor alle doelgroepen. Zo kunnen veel verschillende klanten bereikt worden. Daarnaast biedt dit park continuïteit, omdat het park gedurende het gehele jaar operationeel kan zijn. Welke behoefte wordt vervuld? Jongeren hebben behoefte aan een ruimte waar zij muziek en drank binnen bereik hebben. Dit park biedt zowel muziek als drank. Ouderen hebben behoefte aan rust en ruimte. De rust en ruimte wordt in dit park geboden in de vorm van picknickruimtes en terrasjes met een leuk uitzicht. Dit concept is economisch aantrekkelijk, omdat de investering die gedaan dient te worden in dit park een relatief korte terugverdienperiode zal hebben. Dit vooral doordat het park gedurende het hele jaar operationeel zal zijn en het grote aantal ondernemers, welke gezamenlijk zouden kunnen investeren. De historische elementen in het park (geschiedenis van het gebied weergeven op verschillende manieren) zouden kunnen leiden tot het ontstaan van een toeristische trekpleister in de toekomst.

Voordelen concept:

-  Praktisch
-  Innovatief
-  Economisch interessant
-  Reëel
-  Attractief