

De EHBO-boerderij

Eerste Hulp Bij Opvoeden

Een boerderij met een recreatief programma dat gegarandeerd ontoelaatbaar gedrag bij kinderen uitlokt. Ouders krijgen van een 'supernanny' op basis van observatie individuele tips voor het opvoeden van hun mondige kinderen.

Stap 1: marketing gericht op grootouders en docenten door de franchise-organisatie.



Grootouders (rijke babyboomers) die zich aan het brutale gedrag van hun kleinkinderen storen, kunnen een tegoedbon voor een cursus bij de EBHO-boerderij met het hele gezin kopen.



Leerkrachten kunnen ouders van lastige kinderen naar de EHBO-boerderij doorverwijzen.

Stap 2: bezoek met het gezin aan een EHBO-boerderij gedurende zes zaterdagen. De activiteiten zijn leuk, maar de omgeving lokt ontoelaatbaar gedrag uit.



Een opvallende kar met boerderij-ijs



Een nest met puppies of konijnen dat te koop staat



Verplicht spruitjes eten

Stap 3: de 'supernanny' observeert de reacties van beide ouders, en geeft in break-out sessies individuele feedback en tips.



De boer verdient ontvangt een vaste vergoeding per gezin om zijn terrein beschikbaar te stellen, de buitenspelen voor te bereiden en de catering. Een professionele spelbegeleider en de nanny zijn beide in dienst van de franchise-organisatie. Na aftrek van alle kosten houdt de boer ca. **37.500 Euro** bruto per jaar over.

Omgevingsverkenning: het Agrotourisme kan d.m.v. relatiemarketing groeien

Ik heb zelf meerdere keren aan recreatieve activiteiten op boerderijen deelgenomen, zoals het spelen van **boerengolf** tijdens een reünie en het bezoeken van een boerderij met een **kaasmakerij** met de Scouting (deze activiteit heb ik zelf georganiseerd). Vrij bekend is ook **Brennels Buiten**: een agro-pretpark op een brandnetelplantage in de Noord-Oost-polder. In dit park heeft de familie Crébas de miljoenen van de opbrengst van Marktplaats.nl geïnvesteerd. Desondanks kunnen boeren die willen diversificeren bij Brennels Buiten veel inspiratie opdoen: zo worden er huwelijksfeesten georganiseerd, en **boerenbruiloften** zijn tegenwoordig geliefd. De Vicarie in Midwolda is nationaal bekend: Inca Marina heeft een trouwkapel achter haar oldamster herenboerderij laten bouwen. In Duitsland was het "Freizeitpark im Hanffeld" (doolhof in het graanveld) de laatste jaren veel in het nieuws, maar het was blijkbaar niet zo succesvol, want in 2010 werd er geen activiteit georganiseerd.



"Freizeitpark im Hanffeld": het **doolhof in een graanveld** heeft de afgelopen jaren diverse innovatieprijzen in Duitsland gewonnen, waaronder enable2win. Een jong bedrijf legde op een graanveld van een boer een labyrint aan, zodat kinderen in de zomer hier tegen betaling konden spelen. Verdere inkomsten kwamen uit een terras met koffie en ijs. Daarnaast was er educatieve informatie over het graanveld, en het thema veranderde elke vier weken. Nadeel aan dit concept waren de afhankelijkheid van het weer, en de hoge marketingkosten.

Het tij is momenteel vrij gunstig voor agrotourisme: door de recessie (en het WK) gaan mensen minder vaak naar het buitenland op vakantie, en dit wordt met bezoeken aan binnenlandse attracties gecompenseerd. Zo verwacht de Efteling in 2010 een recordjaar te draaien. Attractieparken zijn echter voor grote gezinnen vaak erg duur: zowel qua entreekosten als voor horeca en souvenirs. Het agrotourisme biedt over het algemeen relatief goedkope activiteiten in de regio aan (minder reiskosten), dus de prijs-kwaliteitsverhouding is goed. Vermoedelijk profiteert het agrotourisme hier nog niet optimaal van, doordat:

1. **Het idee om een boerderij te bezoeken komt vaak via vrienden en familie die er al eens waren (positieve mondpropaganda), maar slechts weinig boeren ondersteunen dit proces actief:** geef daarom deelnemers na afloop een kortingskaart voor een volgend bezoek die ze ook aan vrienden mogen geven, of maak een gratis groepsfoto die van de eigen website gedownload kan worden zodat vrienden op je Hyves-profiel zien dat je iets leuks gedaan hebt.
2. **Er wordt heel weinig gedaan om herhaalbezoeken te stimuleren.** Boerengolf is leuk voor een keertje, maar als het parcours hetzelfde blijft hoeft ik er de komende jaren niet meer naar toe. Door regelmatig nieuwe activiteiten te organiseren blijft de boerderij aantrekkelijk om meer dan eens te bezoeken. Door deelnemers na afloop een voordeeltje te bieden (bijv. de gratis groepsfoto) na registratie van het e-mail-adres, kan de boer tegen lage kosten zijn klanten over nieuwe activiteiten informeren.
3. **Werk in de vorm van een coöperatie i.p.v. als concurrent.** Boeren kunnen veel winnen, wanneer ze aan hun bezoekers de attracties van hun collega's voorstellen en omgekeerd. De bezoekers zijn waarschijnlijk bovengemiddeld geïnteresseerd in de attracties van andere boeren.
4. **Investeer in marketing zodra de opbrengst per bezoeker verhoogd is:** Nu zijn de marketingkosten zoals adverteren in een regionale krant waarschijnlijk te hoog, omdat één bezoek te weinig omzet oplevert. Zodra de bezoeker vaker komt of andere boeren bezoekt worden de opbrengsten per deelnemer hoger, en kan het lonen om meer in marketing te investeren.

Conclusie: het recreatieve programma van de EHBO-boerderij kan op bestaande activiteiten van andere boerderijen en van de Scouting gebaseerd worden. De winst wordt vooral door de meerwaarde van het unieke voordeel (coaching van ouders) en relatiemarketing behaald. Wellicht kan een franchise-organisatie of een coöperatie helpen om de marketing te professionaliseren.

Trend: in veel gezinnen zijn de kinderen de baas, en ouders zijn al blij met medezeggenschap – er is een grote behoefte aan opvoedkundige tips

Het tv-programma 'Eerste Hulp Bij Opvoeden' van Supernanny Jo Frost trekt wekelijks ongeveer 1,7 miljoen kijkers bij RTL4, en ook 'Family Matters' met probleempubers van de NRCV is populair. De belangrijkste verklaring voor het succes is de herkenbaarheid: iedereen kent wel (klein-)kinderen, buurkinderen of kinderen uit de supermarkt die met brutaal gedrag hun ouders en omgeving irriteren. 'Supernanny' Jo Frost herstelt met haar strenge, doch rechtvaardige optreden de orde in gezinnen met jonge kinderen. Het tv-programma scoort wellicht met de uit de hand gelopen situaties (leedvermaak), maar ook haar boeken en website die vooral nuttige tips voor meer alledaagse situaties geven zijn big business.

Mijn eigen internet research laat zien, dat er geen studies bestaan die feitelijk aantonen dat kinderen in de loop der jaren steeds brutaler geworden zijn. Toch leeft dat gevoel wel bij met name grootouders en docenten. Zo was in 1999 in een onderzoek van KPC Onderwijs Adviseurs ruim 63 procent van de geënqueteerde onderwijzenden het eens of zeer eens met de stelling: 'Ik merk dat steeds meer ouders te kort schieten in de opvoeding van kinderen.' Ook volgens pedagogen moeten de oorzaken van brutaal gedrag hoofdzakelijk in de opvoeding door de ouders thuis gezocht worden. Het is belangrijk dat ouders kinderen leren hoe je met elkaar moet omgaan. Ook sluipt brutaal gedrag erin, omdat ouders geen duidelijke grenzen stellen en dan eindigt het in ruzie als de grens allang overschreden is. Als ouders ongewenst gedrag voorblijven of tijdig indammen en consequent zijn, dan onthouden kinderen dat het beste. Goed voorbeeld: elke dag dezelfde tijden en rituelen voor het naar slapen gaan. Jo Frost heeft geen revolutionaire opvattingen over het opvoeden van kinderen, maar brengt aloude opvoedkundige regels in de praktijk. Veel tweeverdienende ouders komen door tijdsgebrek niet toe aan het consequent toepassen van bepaalde regels, en/of zijn zich niet bewust van inconsequenties: bijvoorbeeld dat de vader bepaalde dingen wel toelaat die bij de moeder verboden zijn. De EHBO-boerderij speelt op de behoefte naar hulp bij het opvoeden van kinderen in.

Andere trends:

De EHBO-boerderij speelt ook nog op enkele andere trends in:

- **Tweeverdienende ouders hebben weinig tijd, en willen hun 'quality time' graag op een aangename wijze met hun kinderen doorbrengen.** De EHBO-boerderij speelt hierop in: 1) de ouders doen samen met hun kinderen leuke recreatieve activiteiten op de zaterdag, en 2) door de tips van de Supernanny leren de ouders op den duur om ruzies te vermijden, zodat de tijd die zij met hun kinderen doorbrengen daadwerkelijk aangenaam is.
- **Babyboomers gaan massaal met pensioen, en passen regelmatig op de kleinkinderen op.** De grootouders merken daardoor al snel de tekortkomingen in de opvoeding van de kleinkinderen. Aangezien veel babyboomers ruim bij kas zitten, zijn zij een interessante marketingdoelgroep die met de EHBO-boerderij aangesproken kan worden. De EHBO-boerderij is een unieke oplossing voor dit maatschappelijk probleem, en daarom zullen veel tijdschriften zoals Plus Magazine gratis aandacht (PR) aan dit concept willen besteden. Grootouders kunnen dan een tegoedbon voor het gezin kopen.
- **Kinderen spelen in de ogen van de ouders te weinig buiten:** een professionele spelbegeleider bedenkt en organiseert samen met de boer leuke activiteiten. In de break-out sessie – waarin de ouders feedback en tips van de nanny krijgen – leert de begeleider de kinderen spellen die ze ook thuis op straat kunnen spelen. Veel kinderen weten namelijk niet hoe ze zichzelf kunnen vermaken, en kiezen uit verveling voor de tv en computergames. De spelbegeleider heeft ervaring bij organisaties als Scouting Nederland of VINEA Vakanties opgedaan, en wisselt regelmatig met andere spelbegeleiders op EHBO-boerderijen ideeën voor leuke spellen uit.

Conclusie: het grote interesse in tv-programma's, tijdschriften, boeken en internet fora rondom het opvoeden van mondige kinderen laat zien dat er behoefte is aan tips en feedback voor ouders. **Het is daarom verbazingwekkend dat iets als de EHBO-boerderij nog niet bestaat: een leuke recreatieve dag voor de kinderen gecombineerd met coaching voor de ouders.** De kosten voor het coaching zullen voor de meeste gezinnen te hoog zijn, maar desondanks zijn er nog genoeg ouders die het zich dit wel kunnen veroorloven en dit graag willen betalen zolang de cursus resultaat oplevert. De opvoedkundige principes van de Supernanny zijn niet nieuw, en ouders die ze consequent volgen zullen dus vrijwel zeker resultaat boeken. Het concept zal veel gratis publiciteit genereren, waardoor aan betalende klanten geen gebrek zal zijn.

Opzet van het programma op de EHBO-boerderij

1. Ouders bezoeken gedurende zes zaterdagen een EHBO-boerderij in de buurt, en vormen met vijf tot negen andere gezinnen met kinderen in dezelfde leeftijdscategorie een groep. De groep voert leuke opdrachten onder begeleiding van een professionele spelbegeleider uit. De spelbegeleider komt bijvoorbeeld van de Scouting en kent daarom veel leuke outdoor en indoor-opdrachten, en kan het programma op basis van de weersomstandigheden aanpassen.
2. In de opdrachten moeten de ouders met hun kinderen samenwerken. Voorbeelden:
 - a. Het bakken van pannenkoeken
 - b. Het afleggen van een hindernis-baan of lopen op een meerpersoons-ski
 - c. Het bouwen van een zo hoog mogelijke papieren toren
 - d. Kano varen, rijden op een pony
 - e. Melken van een nep-koe
 - f. Diner-avond: gerechten van een lange menu-kaart uitkiezen
 - g. Inkopen doen in de boerderij-winkel, verkleedkleden uitzoeken
3. De nanny observeert hoe de ouders op het gedrag van hun kinderen reageren. Sommige opdrachten moeten door de moeder met de kinderen uitgevoerd worden, andere door de vader met de kinderen en er zijn ook opdrachten met beide ouders. Hierdoor kan de nanny optimaal de aanpak en reacties van beide ouders in kaart brengen en inconsequenties tussen de ouders ontdekken. De nanny heeft veel ervaring met de omgang van kinderen – bijvoorbeeld als docent – en heeft met succes een cursus coaching gevolgd.
4. De opdrachten zijn voor het gehele gezin leuk, maar spelen zich af in een omgeving die vrijwel zeker de kinderen zal afleiden. Het boerenerf is speciaal ontworpen om ongewenst gedrag van de kinderen uit te lokken. Zo staat er een ijskar, die er gegarandeerd voor zorgt dat kinderen om een ijsje gaan zeuren. Ook zijn er hele lieve konijnen en puppies die te koop staan. En 'toevallig' serveert het restaurant alleen spruitjes of een andere maaltijd die de kinderen normaalgesproken weigeren te eten. Hierdoor zullen situaties met brutaal gedrag ontstaan, waardoor de nanny direct kan observeren hoe de ouders daarop reageren / hoe ze die zelf creëren.
5. Gedurende de dag zijn er diverse 'break-outs', waarbij de kinderen worden geentertained door de begeleider, en de ouders krijgen individuele feedback op hun omgang met de kinderen door de nanny. De nanny geeft ook tips hoe ouders beter met hun kinderen kunnen omgaan die ze daarna direct kunnen toepassen. Indien de ouders dat wensen, kunnen de opdrachten gefilmd worden, zodat de nanny aan de hand van de videobeelden de situatie kan reconstrueren.
6. Optioneel kunnen de ouders doordeweeks 's avonds aan diverse cursussen deelnemen. Dan kunnen zij ook het programma voor de aankomende zaterdag voorbespreken, zodat bijvoorbeeld 100% zeker een maaltijd op het menu staat die de kinderen normaal weigeren te eten of activiteiten gepland worden waarbij de ouders de meeste problemen met hun kinderen ondervinden.
7. De begeleider leert de kinderen gedurende de break-outs leuke spelletjes die ze ook thuis op straat kunnen spelen, zodat ze minder vaak uit verveling hun toevlucht tot de tv en computergames hoeven te zoeken.
8. Indien boeren ook op zondag willen werken, dan kunnen de ouders met de kinderen op het boerenerf overnachten. Hierdoor kunnen problemen met het op tijd naar bed gaan aangepakt worden.

Samenvatting: voor de kinderen zijn de bezoeken aan de EHBO-boerderij een leuk dagje uit, en verder zullen ze niets bijzonders merken. Door de intensieve aanpak (zes volledige zaterdagen) krijgt de nanny een perfect inzicht in de omgang van de ouders met het ongewenste gedrag van hun kinderen, en kan zij de ouders hiermee confronteren en tips geven hoe zij hierop beter kunnen reageren. De ouders kunnen deze tips gedurende zes zaterdag op de EHBO-boerderij én thuis toepassen, zodat na afloop een significante verbetering opgetreden zou moeten zijn. Dit positieve resultaat zal vrijwel zeker tot positieve mondpropaganda en dus nieuwe klanten leiden.

Het business model van de EHBO-boerderij

In Nederland worden jaarlijks ongeveer 180 duizend kinderen geboren (bron: CBS). Ik ga er vanuit dat één op de vijf kinderen brutaal gedrag vertoont, zodat ouders behoefte aan deskundige hulp hebben. 19,6% van de gezinnen met kinderen hebben een besteedbaar inkomen van 60.000 Euro of meer per jaar (bron: CBS). Dus van 36.000 gezinnen met 'probleemkinderen' kunnen **7.200 gezinnen** op jaarbasis zich een eenmalige 'dure' behandeling financieel veroorloven. In deze berekening is nog niet meegenomen, dat veel gezinnen met een lager besteedbaar inkomen een tegoedbon van de (rijkere) grootouders krijgen.

Een EHBO-boerderij heeft elke zaterdag twee groepen van gemiddeld acht gezinnen. De groepen draaien een parallel programma: dus het ochtend-programma van de ene groep is het middagprogramma van de andere groep. Gedurende 42 weken per jaar – vanwege vakanties, hevig winterweer en het oogstseizoen - wordt het EHBO-programma aangeboden. Dit betekent dat een EHBO-boerderij per jaar 7 cycli (=42/6) * 8 gezinnen per groep * 2 groepen = 112 gezinnen als klant heeft. Als we er vanuit gaan dat de EHBO-boerderijen ook op zondag geopend zijn, dan heeft elke boerderij **224 gezinnen per jaar** als klant. Dat betekent dat er in de markt voor **32 EHBO-boerderijen** plaats is.

Deelname aan het EHBO-programma gedurende zes weken kost voor een gezin met twee kinderen 599 Euro inclusief lunch en versnaperingen. De totale omzet op jaarbasis is dus **134.000 Euro** per EHBO-boerderij. Daarvan gaat 15% (20.000 Euro) naar de franchise-organisatie voor marketing, administratie en training van de nanny's en spelbegeleiders. De nanny en spelbegeleider verdienen beide ca. 150 Euro per dag – de loonkosten zijn dus 600 Euro per dag (er zijn immers twee groepen). Op jaarbasis zijn de loonkosten 50.000 Euro. De boer ontvangt per gezin een vaste vergoeding van 285 Euro, maar daarvan moet hij ook de lunch en versnaperingen betalen: aanname 25 Euro per gezin per dag. Daarmee blijft 135 Euro per gezin, dus een bruto inkomen van (=135 Euro * 224 gezinnen) 30.240 Euro over.

Optioneel kan de boer gedurende de zomervakantie op werkdagen een één-daags-introductieprogramma voor 99 Euro per dag organiseren. Gedurende vier weken kunnen hieraan (4 weken * 5 werkdagen * 2 groepen * 8 gezinnen=) 320 gezinnen deelnemen. Per gezin per dag verdient de boer 22,50 Euro (=135 Euro / 6 zaterdagen), dus hiermee kan de boer een additioneel inkomen van 7.200 Euro genereren. In totaal verdient de boer op jaarbasis dan **37.440 Euro bruto**.

Gerelateerde inkomstenbronnen voor de boer:

De EHBO-boer kan op eenvoudige wijze zijn inkomen vergroten, bijvoorbeeld door aan het eind van de cursusdag een goedkope daghap aan te bieden, zodat de ouders na de intensieve en confronterende dag niet meer hoeven te koken. Daarnaast kan de boer een boodschappenservice aanbieden, voor tweeverdienende ouders die normaalgesproken op de zaterdag hun boodschappen doen. Waarschijnlijk kan de boer het meest verdienen, wanneer hij zijn erf als showroom voor buitenspeelmateriaal gebruikt, zoals trampolines, schommels, bolderwagens, skelters en kano's etc. De ouders die aan de EHBO-cursus deelnemen hebben immers een goed inkomen, en kunnen zich ook kwalitatief hoogwaardig speelmateriaal (waarop meestal hoge marges zitten) veroorloven.

De franchise-organisatie heeft ruim voldoende budget om een professionele dienst en relatiemarketing op te zetten waardoor de vraag op lange termijn stabiel blijft

De franchise-organisatie kan met een jaarbudget van 640.000 Euro (20.000 Euro * 32 boerderijen) een professioneel trainingsprogramma voor de nanny's opzetten, een PR-manager in dienst nemen en aan relatiemarketing zoals beschreven op pagina 2 doen. Het budget kan ook gebruikt worden om deelname van gezinnen met een laag inkomen te subsidiëren: deze vorm van maatschappelijk ondernemen zal het imago van een rijkeluissservice helpen te vermijden. De professionaliteit van de franchise-organisatie zal waarborgen dat de cursus de ouders daadwerkelijk zal helpen om hun kinderen beter op te voeden. Dit positieve eindresultaat resulteert in positieve mondpropaganda wat een langdurig succes zal garanderen!

Ik hoop dat ik hiermee de Taskforce Multifunctionele Landbouw heb kunnen overtuigen, om het starten van een dergelijke franchise-organisatie te ondersteunen. **Veel succes!**