

Het Duurzaamheidscentrum

Battle of Concepts

Taskforce Multifunctionele Landbouw



I. Omgevingsverkenning

Om een concept te ontwikkelen dat goed inspeelt op de vraag en trends op de markt, is een omgevingsverkenning essentieel. Deze paragraaf bevat een aantal marktobservaties, welke vervolgens de basis zullen vormen voor het concept.

Doelgroep

Bij het analyseren van het huidige aanbod van agrotourismeconcepten valt op dat het grootste deel zich richt op consumenten: boerengolf, kampeeractiviteiten, survival, kookcursussen, biologisch verbouwen, etc. Hoewel de meeste van deze activiteiten tevens worden aangeboden als bedrijfsuitje, richten weinig concepten zich louter op de zakelijke markt. Een innovatief concept zou zich dus kunnen richten op dit marktsegment.

Type activiteiten

Uit de battleomschrijving blijkt tevens dat er sprake is van een “toenemende focus op beleving”. De markt lijkt hier op in te spelen door het aanbod van activiteiten die vrijwel niet gerelateerd zijn aan het primaire proces van het boerenbedrijf. In principe hoeft dit geen probleem te zijn, zolang de kernwaarden van het agrarische leven – eenheid met de natuur, rust en ruimte – gehandhaafd blijven in de concepten. Persoonlijk vind ik concepten als indianententen en boerengolf niet voldoen aan deze eis. Juist in een tijd waar er meer aandacht is voor authenticiteit (*Trendboek ANWB Verlangen naar Vrije Tijd, juni 2009*) zou het in mijn ogen verstandig zijn om de kern van het concept zo dicht mogelijk bij het primaire proces te houden. Een goed voorbeeld hiervan zijn de reeds bestaande biologische kookcursussen op boerderijen. De basisgedachte achter een dergelijke cursus is de liefde voor kwalitatief goede biologische producten. Dit komt overeen met de gedachte achter biologische landbouw. De relatie tussen een biologische boerderij en een biologische kookcursus is dan ook volstrekt logisch en natuurlijk. Wanneer je als agrarisch bedrijf de zakelijke markt meer wilt aanspreken, bijvoorbeeld in de vorm van cursussen, is het in mijn optiek van belang dat deze relatie natuurlijk is. Alleen dan vormt de boerderij een meerwaarde als omgeving van een bepaalde cursus.

Duurzaamheid

Een andere waarneembare trend in het toerisme is de groeiende aandacht voor duurzaamheid. Volgens het *Trendboek ANWB Verlangen naar Vrije Tijd, juni 2009* is “Duurzame recreatie ... in opkomst, ook in de vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen door de recreatiesector.” Naast de recreatiesector is het belang van duurzaam ondernemen in het volledige bedrijfsleven doorgedrongen. Zo investeren bedrijven steeds meer in duurzaamheid (*Bedrijven investeren meer in duurzaamheid, NRC Handelsblad, 30 juni 2010*). De roep om duurzaamheid wordt tevens veroorzaakt door de groeiende vraag vanuit consumenten; negentig procent van de consumenten geeft aan belang te hechten aan duurzaamheid. (<http://www.marketresponse.nl/nieuws/persberichten/crisis-aandacht-duurzaamheid/>)

II. Concept: Het Duurzaamheidscentrum

In de omgevingsverkenning zijn verscheidene trends en eigenschappen besproken die een uitgangspunt kunnen bieden voor een innovatief concept. Dit betreft:

- Aandacht voor zakelijke markt
- Relatie tussen primaire- en verbredingsactiviteiten
- Ervaring/Beleving
- Duurzaamheid

De basis van het concept

Deze punten zijn goed met elkaar te verbinden. De kerngedachte van de duurzame landbouw komt overeen met de gedachte achter duurzaamheid in het algemeen. Dit vormt dan ook de basis van het concept: duurzame agrarische bedrijven kunnen lezingen en cursussen organiseren voor de zakelijke markt. Dit heeft een aantal sterke kanten:

- Duurzame landbouw- en veeteeltbedrijven hebben een goed imago wat betreft milieuvriendelijkheid; zij behoorden zelfs lange tijd tot de enige duurzame ondernemingen.
- In een tijd waar de ervaring en beleving steeds meer centraal staan, kan de biologische boerderij een fraaie achtergrond vormen voor duurzaamheids cursussen. Waar kun je beter leren over duurzaamheid dan in de vrije natuur, op het platteland?
- Duurzaamheid heeft de toekomst, iets wat de mate van innovatie van dit concept ten goede komt
- Het concept speelt in op de zakelijke markt, een markt die nog zeer beperkt wordt aangesproken door de agrotouristische sector. In een stagnerende markt als de agrotourismemarkt is het aanboren van nieuwe marktsegmenten een goede keuze. *(Beveren, M.J. van, Marktplan Adviesgroep, Economische Effecten Agrotourisme, 2005)*

Eventuele uitbreiding van het concept

Een verdere ontwikkeling van dit concept zou kunnen leiden tot een waar duurzaamheidscentrum. Hierin is het duurzame agrarische bedrijf naast boerenbedrijf tevens een kenniscentrum op het gebied van duurzaamheid. Ook in dit verband is er sprake van een optimale combinatie tussen de primaire en uitbreidingsactiviteit. In feite vormt de primaire landbouwactiviteit een voorbeeld van een duurzaam bedrijf, waarover het kenniscentrum verdere informatie bevat. Een dergelijk duurzaamheidscentrum kan de volgende onderdelen bevatten:

- Lezingen en cursussen aan bedrijven over duurzame bedrijfsvoering
- Een (beknopte) bibliotheek met informatie over duurzaamheid
- Acties tot bewustwording van het belang van duurzaamheid, zoals open dagen

Combinatie met andere duurzame verbredingsactiviteiten

Om dit concept kracht bij te zetten kan het tevens gecombineerd worden met andere duurzame verbredingsactiviteiten, al is het enkel bedoeld om de beleving te vergroten. Zo kunnen cursussen worden uitgebreid met biologische kookcursussen of kan er tijdens een cursus of lezing een biologische lunch worden verzorgd met producten van het boerenbedrijf.

Conclusie

Al met al speelt dit concept in op meerdere trends, waaronder de trends van beleving en duurzaamheid. Zoals de 'green marketing goeroe' John Grant zei op de achterkant van zijn boek *The Green Marketing Manifesto*: "Duurzaamheid is het idee dat milieu- (en etische) doelstellingen niet onverenigbaar zijn met de toenemende economische welvaart".

En juist dat maakt dit concept zo innovatief. De tijd dat de ideeën omtrent een groene levensstijl slechts waren voorbehouden voor 'geitenwollensokkentypes' is al lang voorbij. Dit concept draagt bij aan een betere wereld, terwijl de boer er zelf ook beter van wordt.