

Bedenk een innovatief agrotoerisme concept!

Onderdeel 1: Omgevingsverkenning

Kijkende naar mijn eigen situatie en ervaringen:

- Hoe kijken jijzelf, je vrienden en familie tegen agrotoerisme aan? Wat voor activiteiten en voorzieningen spreken aan?

Agrotoerisme wordt toch vooral gezien als overnachten bij de boer en een boerenmaaltijd nuttigen. Veel agrariërs hebben een klein winkeltje voor 'erbij'. Meestal is dit een winkel in biologische producten, maar ook bijvoorbeeld verkoop van schepijs en pompoenenverkoop is een terugkomende factor.

De activiteit die het meeste aanspreekt is boerengolf, inmiddels alweer niet zo'n hype als enkele jaren geleden. Wat mij zelf aansprak was de wijnvat-overnachting in de opdrachtomschrijving.

- Misschien ken je vernieuwende voorbeelden van agrotoerisme uit het buitenland? Zo niet, onderzoek dan eens wat daar bestaat.

Enkele voorbeelden van agrotoerisme wat niet mogelijk is in Nederland, zijn de jungle-oogsten in het buitenland zoals Maleisië. Het is meer een soort rondleiding door de plaatselijke boer, om dan samen de oogst te doen of vruchten uit de jungle te plukken. Waar dan weer thee of iets dergelijks van gemaakt kan worden.

Agrotoerisme in het buitenland blijft toch vaak steken bij de overnachtingen in schuurtjes, 's morgens meehelpen op het land en dan bij de boer thuis mee eten. Uitbreidingen hier op zijn diepzeeduiken, survivalen, raften en dergelijke. Maar dit valt niet binnen het agrotoerisme, ervan uitgaande dat niet iedere boer in het buitenland over een zee en woeste rivier beschikt.

- Kun je de situatie vergelijken met andere branches, welke vernieuwende concepten zijn daar geïntroduceerd?

Een ondernemer in het verhuur van hoogwerkers had zijn materiaal iedere week uitgeleend. In de weekenden stonden de hoogwerkers echter altijd maar stil. Vervolgens is hij benaderd om zijn hoogwerkers in te zetten bij en tijdens evenementen. Zo konden bijvoorbeeld fotografen betere foto's maken op verschillende hoogtes en er waren zelfs mogelijkheden om reclamebanners hoog op te hangen. Gevolg: naast de werkweek ook ieder weekend alles uitgeleend!

Bedenk een innovatief agrotoerisme concept!

Onderdeel 2: Mijn Concept

Mijn concept gaat over het realiseren van zeskampen op de landbouwgronden van de boeren. Het begrip zeskamp is door de jaren niet geleven bij zes spelletjes die allemaal in een uurtje gedaan zijn. Het is veel meer dan dat! Niet alleen is het aantal tegenwoordig veel meer dan zes, maar de mogelijkheden zijn eindeloos. Zeker op een stuk landbouwgrond. Ook conceptueel is het breed uit te werken.

Het spelelement zeskamp heeft vele voordelen;

1. Iedere landbouweigenaar kan zelf bepalen welke onderdelen hij implementeert in de zeskamp.
2. Iedere landbouweigenaar kan de zeskamp aanpassen aan de beschikbare ruimte (landbouwgrond).
3. Omdat het zeskamp aan te passen is, of meerdere zeskampen bij 1 landbouweigenaar kunnen, is het voor iedere doelgroep aanspreekbaar.
4. Iedere landbouweigenaar heeft de middelen tot beschikking om een zeskamp te creëren.
5. Zeskampen zijn niet seizoensgebonden, het kan zowel binnen als buiten.

Ik zal aan de hand van voorbeelden dit concept uitleggen.

Landbouweigenaar 1:

Boer Piet heeft een klein stuk grond met 2 schuren waarvan er 1 leeg is. Hij heeft ervoor gekozen om een oudere doelgroep aan te spreken. Daarvoor maakt hij een zeskamp bestaande uit oud-hollandse spelen, die in de schuur opgesteld staan.

- Dit is de meest simpelste vorm van zeskamp wat zowel extern als intern gehouden kan worden.



Landbouweigenaar 2:

Boer Jan heeft ook een klein stuk grond met 1 vrije schuur. Hij heeft ervoor gekozen om een jongere doelgroep (leeftijd onder 15 jaar) aan te spreken. Daarvoor maakt hij een zeskamp bestaande uit survival items, zoals luchtkussens.

- Dit is ook een simpele vorm van zeskamp. Bepaalde luchtkastelen zijn zowel in de schuur als buiten neer te zetten.



Landbouweigenaar 3:

Boer Kees heeft een groter stuk grond en de beschikking van materiaal om een 'extreem' zeskamp te maken. Hij spreekt daarmee de doelgroep aan met een leeftijd van 16 tot 30, de meest actieve doelgroep. Het zeskamp bestaat uit hele grote spelen, gevarieerd van teamactiviteiten tot individuele opdrachten. Door de beschikbaarheid van het grote land en het materiaal zijn onderstaande activiteiten te maken.



1. Bootjes glijden omlaag met 2 personen, en moeten onderaan een bel luiden.



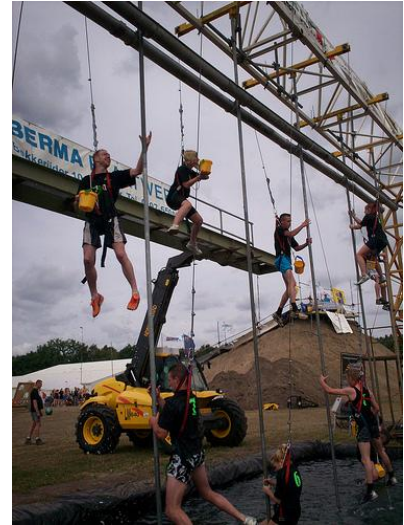
2. Rad draait rond, 2 personen scheppen water op om bovenin weer te legen.

Landbouweigenaar 4:

Boer Klaas heeft ook een stuk grond waar veel mogelijk is. Hij verzamelt boeren en sponsors om zich heen en zet een zeskamp neer voor de actieve doelgroep (16 - 30 jaar) en organiseert een dagtoernooi voor groepen. Daarnaast zijn kijkers (familie, kennissen, vrienden) uitgenodigd om te komen kijken.



3. Een groep trek aan een touw (rechts van de foto, groep is niet te zien) zodat het rad met vaten een roterende kracht krijgt. Deze kracht trekt aan een touw, waardoor de persoon links (hangend in de lucht aan de ring) naar boven getrokken wordt en een bel moet luiden.



4. In de bak water onderaan dient een emmer gevuld te worden, die bovenaan in de goot wordt gelegd. Personen trekken elkaar omhoog en omlaag. De één naar boven, de ander naar beneden.

Voorwaarden uit de opdrachtomschrijving:

Geef in je concept aan:

- Bij welke doelgroep jouw idee past en waarom jouw concept bij deze groep aanslaat.

Doordat de landbouweigenaren vrij zijn om de zeskamp onderdelen te bepalen, kan dit aangesloten worden op iedere doelgroep. Boeren die wonen in een rustige omgeving, schalen de doelgroep op tot de ouderen. Boeren in een jeugdige omgeving kunnen dan de jongere doelgroepen aanspreken.

- Op welke behoeften of trends wordt ingespeeld.

De behoeften aan activiteit (intensief of rustig) en beweging wordt door een zeskamp ingespeeld. Zeskampen zijn geen hype, maar een trend. Het is al sinds jaar en dag een terugkeren onderdeel binnen vele groepsverenigingen.

Beoordelingscriteria

Wij beoordelen het concept op de volgende criteria:

1. Praktische uitvoerbaarheid van het concept

Is het concept realiseerbaar, goed onderbouwd en uitgewerkt?

Het concept is realiseerbaar, omdat de gemiddelde landbouweigenaar de beschikking heeft over de benodigde onderdelen. De grote glijbaan op foto 1 is te maken door zand te verschuiven en op te hopen. Vele boeren hebben zogeheten loaders (zie afbeelding) die dergelijke verrichtingen kunnen uitvoeren. Daarnaast zijn de vele waterspelen ook mogelijk omdat waterpompinstallaties (ook een veel gebruikt item door landbouweigenaren) aanwezig zijn.



Het is praktisch uitvoerbaar omdat de landbouweigenaar zelf kan bepalen hoe uitgebreid het zeskamp wordt. Maar hoe uitgebreider en spectaculairder, hoe meer toerisme.

2. Innovatief / vernieuwend

Hoe creatief en origineel is het concept?

Het concept zeskamp is niet origineel maar wel erg creatief. Een zeskamp kan beter een '1000+ kamp' genoemd worden, omdat er echt meer dan duizend variaties op zijn.

Daarnaast is het inzetten van deze zeskampen wel origineel wat betreft de agrotoerisme. De zeskampen kunnen meerdere dagen betreffen, waardoor overnachten ook een mogelijkheid is. Nogmaals, de landbouweigenaren zijn vrij in deze keuzes.

De zeskampen kunnen wat betreft de agrotoerisme gezien als soort van open dag. Het brengt ontzettend veel mensen op de been. Niet alleen de deelnemers, maar ook familie/vrienden/kennissen die komen kijken. De landbouweigenaren kunnen dan bij deze bezoekers (aantallen kunnen zijn tussen 1500 en 2000 bezoekers bij de grotere zeskampen) informeren over hun agrotoerisme.

3. Verwachte economische resultaat

Wat gaat het concept globaal financieel opleveren?

Landbouweigenaren hebben veel materialen tot beschikking om de onderdelen van een zeskamp te maken. Ze kunnen zelf kijken wat ze tot de beschikking hebben, en hier het maximale uit te halen. In principe hoeven er dus geen materialen aangekocht of gehuurd te worden. Daarnaast zijn sponsors ook goed aan te trekken voor dit soort evenementen.

De zeskampen zijn zo te organiseren dat de kosten en opbrengsten met elkaar in verhouding zijn. Door middel van entreegeld, inschrijfgeld en sponsors kan alles betaald worden (zo worden veel huidige zeskampen georganiseerd). Het resultaat is dat er ontzettend veel mensen in contact zijn gekomen met de bedrijven van de landbouweigenaren (boerderijen enzovoorts). Deze landbouweigenaren kunnen dan tijdens de zeskampen de doelgroepen er opwijzen wat zij nog meer doen aan agrotoerisme.

4. Attractiviteit

Spreekt het concept potentiële gasten aan?

Doordat de zeskampen makkelijk aan te passen zijn kan het iedere doelgroep, en dus ook iedere potentiële gast, aanspreken.

Het is vooral de bedoeling om de potentiële gast naar het boerenbedrijf te krijgen, naar het agrotoerisme. Door middel van deze zeskampen kun je die doelgroep aanspreken, die ook je doelgroep is voor je andere agrotoerisme activiteiten op je boerenbedrijf.

Voorbeelden:

Boer Kees heeft de mogelijkheid tot overnachten en genieten van de mooie omgeving. Dit spreekt vooral de oudere doelgroep aan, zodat hij een zeskamp opstelt met oud-hollandse spelen. Door deze vorm lokt hij de juiste doelgroep naar zijn boerenbedrijf toe.

Boer Nico heeft de mogelijkheid tot grote feesten in zijn schuur. Hij kiest daarom voor een actieve zeskamp, waar veel jongeren op af komen. Tijdens dit zeskamp wordt 's avonds als afsluiting een schuurfeest georganiseerd en wordt iedere deelnemer ervan op de hoogte gesteld dat de ruimte te huur is voor allerlei feesten.

Boer Jacob heeft een uitgebreid agrotoerisme. Hij heeft een biologische winkel aan huis, overnachtingen en een klein eetcafé met echte boerenproducten. Hij organiseert daarom een uitgebreid zeskamp voor gezinnen: leuke spelletjes waar vader met kind of moeder met kind aan mee moeten doen. Bijvoorbeeld een vaderdagtoernooi. Doordat het hele gezin uitgenodigd wordt met dit zeskamp mee te doen, heeft boer Jacob de juiste doelgroep te pakken voor zijn agrotoerisme.

Het concept zeskamp laat zien hoe multifunctioneel de landbouw kan zijn.

