

Verenigingen ontvangen op de boerderij

Een doelgroep met marktkansen voor plattelandstoerisme



multifunctioneel

Plattelandstoerisme in Nederland

Plattelandstoerisme is een sector in ontwikkeling. In de periode van 2007 – 2011 steeg het aantal landbouwbedrijven dat aan plattelandsrecreatie doet met 20 procent (ruim 2.800 bedrijven) en de omzet met 70 procent (naar € 156 miljoen).

De onderdelen verblijfsrecreatie en dagrecreatie hebben qua omzet ongeveer dezelfde omvang, al is die van de verblijfsrecreatie sneller gegroeid. De groei in deze sector zit niet alleen in een stijging van de omzet per bedrijf. Er worden ook meer vormen van plattelandstoerisme aangeboden en er worden creatieve combinaties gemaakt tussen producten en diensten. Bijvoorbeeld de combinatie van recreatie, (thematische) maaltijden en overnachtingsmogelijkheden. Nieuwe bedrijven in de sector zijn groter, professioneler en flexibeler van opzet.

Een aantrekkelijk toeristisch product en een goede bezettingsgraad zijn cruciaal voor een goed rendement. Hiervoor zijn steeds weer nieuwe business- en verdienmodellen nodig, van volledig zelfstandige bedrijven

tot verregaande franchise concepten.

De landbouw is zeker niet de enige speler bij plattelandstoerisme. Van de circa duizend Bed & Breakfast accommodaties zijn er bijvoorbeeld slechts een paar honderd op een boerderij. Dit betekent een grote competitie, waarbij de recreatieboer(in) zich moet kunnen onderscheiden. Dit vergt creativiteit, kwaliteit, variatie en recreatie op maat. De kunst is om het aanbod vernieuwend en spannend te maken voor de bezoekers. En om daar waar het kan, een duidelijke link te leggen met het agrarische bedrijf.

Verenigeningen ontvangen op de boerderij

Vernieuwing in de sector is niet alleen mogelijk door middel van een innovatief activiteitenaanbod, maar kan ook door het aanboren van nieuwe doelgroepen. De doelgroep 'vereniging' is een doelgroep met veel potentie. Deze brochure is bedoeld om u als ondernemer te laten zien welke mogelijkheden deze doelgroep u kan bieden.

Veel Nederlanders zijn lid van één of meerdere verenigingen. Steeds meer

Nederlanders zijn de afgelopen decennia aan sport gaan doen, en een derde van de sporters is ook lid van een sportvereniging. Maar ook een kerkgemeente kan als een vereniging worden gezien. Veel lokale gemeenten organiseren voor de jeugd in hun kerk een kamp waarvoor ze een groepsaccommodatie gebruiken. Daarnaast is in de laatste decennia van de vorige eeuw het aantal patiëntenorganisaties explosief gegroeid. Veel patiëntenverenigingen organiseren lotgenotencontact, soms door middel van (aangepaste) vakanties. Een heel aantal aandoeningen heeft verband met voedsel, bijvoorbeeld obesitas. Voor hen kan de boerderij, een locatie waar voedsel vandaan komt, een logische plek zijn om iets te organiseren. Alleen moet er wel aanbod zijn en zal dit aanbod in moeten gaan op de specifieke wensen van de vereniging. Om verenigingen met succes als nieuwe doelgroep op de boerderij te kunnen verwelkomen zullen landbouwondernemers en verenigingen elkaar moeten zien te vinden.

In deze brochure gaan we in op de diverse wensen van verenigingen, hoe u verenigingen kunt verbinden met de boerderij, het gebruik van sociale media voor het leggen van contacten met verenigingen en een stappenplan om verenigingen naar uw bedrijf te halen.

religie

Van de Nederlanders rekt 56 procent zich tot een kerkelijke gezindte. Zo'n 17 procent van de Nederlanders bezoekt regelmatig een kerk. Er zijn lokale gemeenten die een weekend organiseren voor hun leden van 0 tot 80 jaar. Veel lokale gemeenten organiseren voor de jeugd in hun kerk een kamp waarvoor ze een groepsaccommodatie gebruiken.

'Wij organiseren een jeugdkamp voor een groep van jongeren van 8 tot 18 jaar. We hebben een plek nodig waar de tieners ongestoord lawaai kunnen maken als ze dat willen. We willen graag een grote gezamenlijke ruimte met keuken, heel veel ruimte om samen te eten en daar kan dan ook de bonte avond gehouden worden in een leuke theatersfeer. We vinden het ook mooi als er een kapelletje is, als je even tot jezelf wilt komen en een stille tijd met God wilt hebben.'



Wensen van de vereniging

In een creatieve sessie met (bestuurs)leden van verschillende verenigingen is er gezocht naar de wensen van deze verenigingen t.a.v. verblijf op de boerderij. Onderstaande tabel geeft een beeld van deze wensen. Heeft u interesse om deze markt te verkennen? Praat dan met (bestuurs)leden vanuit die verenigingen die bij u en uw bedrijf passen. Kijk hiervoor ook naar het stappenplan op pagina 12 van deze brochure.

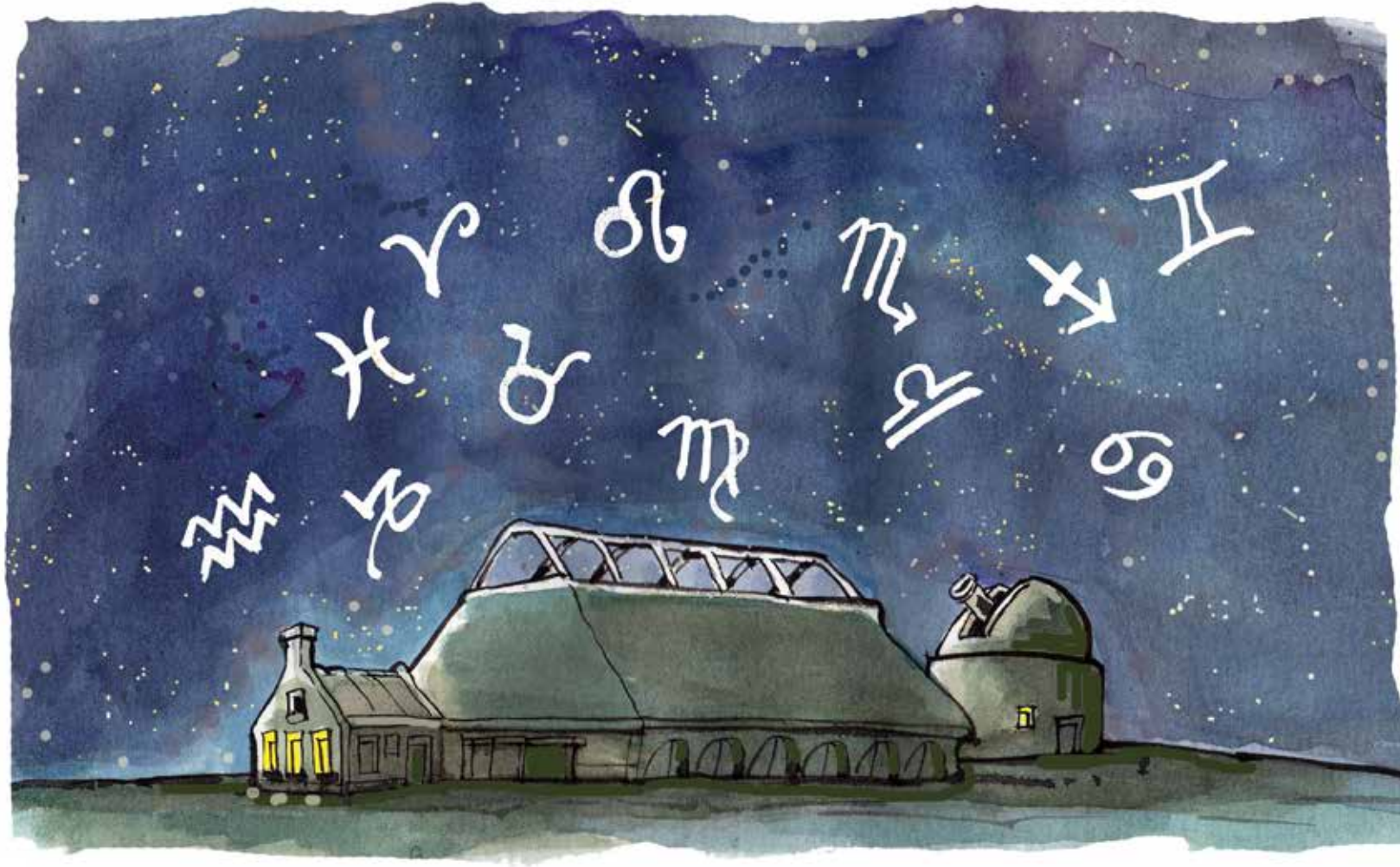
Verenigingen ontvangen op de boerderij biedt kansen om het seizoen te verlengen. Verenigingen vragen om een aantrekkelijke omgeving en een plek waar veel mogelijk is. Dit kan gaan om de inrichting van ruimten, de mogelijkheid om zelf te koken (maar wel met producten van de boerderij) en het aanbieden van verschillende typen accommodatie. Sommige verenigingen willen hun leden zelf laten kiezen welke type overnachting het beste bij hen past, of dit nu kamperen is, een eigen kamer of een vakantiehuysje.

Type vereniging	Omschrijving	Periode	Omgeving	Accommodatie	Extra's
Wielervereniging	Deze wielervereniging organiseert sportieve weekenden weg. Kernwoorden zijn: sportief, uitdagend en gezellig.	Een lang weekeinde. Voor de racefiets vooral van mrt-nov, voor de off-road fietsers van okt-april.	Een aantrekkelijke fietsomgeving (bv. Dutch Mountains) is een pre.	Ideaal is accommodatie voor 1–30 man met veel slaapkamers en douches. Een bar is ideaal voor het eigen café gevoel. Halfpension met stevige maaltijden.	Kaarten en beschrijvingen van lokale routes, of (nog beter) een lokale fietsgids. Een garage waar je de fietsen veilig kan stallen en een plek waar je de mountainbikes kan schoonspuiten.
Obesitasvereniging	Veel patiëntenverenigingen organiseren lotgenotencontact. Een aantal ook vakanties voor hun leden. Ze zoeken een veilige omgeving.	De obesitasvereniging organiseert nog geen vakanties. Wel lotgenotencontact van een dag of dagdeel.	Een omgeving met natuur en platteland. En er is voedsel om zelf te oogsten.	Een accommodatie met een ruime opzet, stevig meubilair en grote bedden. Een grote keuken om maaltijden te bereiden. Ideaal is een accommodatie die ook geschikt is voor gezinnen.	Voor deze doelgroep is een zwembad ideaal. Naast bijvoorbeeld tandems of de eigen groentetuin. Een goed aanbod werkt vanuit een doordacht programma.
Jeugdweekend van een kerk	Veel jeugdclubs van kerken gaan op kamp. De samenstelling van zo'n groep kan heel verschillend zijn.	Een weekend die in een vakantie valt.	Het is mooi als het een afgelegen locatie is. Hier zorgen zelfs uitgelaten jongeren niet voor overlast.	Verschillende slaapzalen voor jongens/meiden en verschillende leeftijden. Een grote eetzaal die je ook kan ombouwen tot theater met podium en gordijnen.	Een plek voor een echt kampvuur en een sportveld en bos in de buurt voor buitenactiviteiten.
Canicrossvereniging	Canicross is hardlopen samen met je hond. Er is een ontwikkeling van eendaagse wedstrijden naar meerdaagse events.	Canicross wedstrijden worden het hele jaar door gehouden, meestal in weekeinden.	Voor de cross is een parcours nodig van 5 kilometer op een zachte ondergrond. Bijvoorbeeld een bos of klompenpad met hier en daar hoogteverschil.	Canicrossers willen het liefst kiezen. Caravan of tent mee voor de één, Bed & Breakfast voor de ander. Een ruimte (evenemententent) voor inschrijven en een bar is fijn.	Een verzorgd parcours waarbij de ondernemer ons ontzorgt in de contacten met de terreinbeheerder. Geen loslopende honden of contact met landbouwhuisdieren.
Gemeenteweekend van een kerk	Het is moeilijk om in een grote gemeente elkaar te leren kennen. Daarom wordt er een weekend georganiseerd waarbij ontmoeting en relaties centraal staan.	Pinksterweekend. Maar het zou elk weekend kunnen buiten de zomer- en Kerstvakantie om.	Een omgeving waar ruimte is, waar je natuur en platteland kunt ervaren. En er moet voldoende ruimte en uitdaging zijn voor de kinderen om te ontdekken en te spelen.	Het moet mogelijk zijn om per gezin te slapen. En mensen moeten kunnen kiezen tussen kamperen en een eigen kamer. En natuurlijk een eetzaal, keuken en ontmoetingsruimte voor de hele groep.	Graag een plek waar flexibiliteit geboden wordt. Zelf koken, zelf ruimtes sfeervol inrichten, een ruimte als kapel. Dat zijn allemaal onderdelen van het programma.
Natuurvereniging	Tot nu worden vooral eendaagse evenementen georganiseerd die prima op een boerderij kunnen plaatsvinden. Een weekend aan de slag in de natuur is goed mogelijk.	Buiten de schoolvakanties om.	Een omgeving waar je de natuur kan ervaren en er aan de slag kan.	Kleine kamers, keuze vrijheid.	Boer als onderwijzer. Koken en oogsten.

studie & vorming

Er zijn in totaal 19.000 opleiders actief in de private opleidingsmarkt. Een groot deel van de opleiders zijn zzp-ers die vooral actief zijn in het aanbieden van bedrijfsopleiding en training. De ruim 600 opleidingsinstituten met meer dan 10 personeelsleden vormen ongeveer 10% van de markt van private beroepsopleidingen. Deze markt bestaat uit erkende opleidingen, maar ook uit trainingen en cursussen. 32% van de opleidingen uit deze markt hebben een duur van 1 tot 5 dagen. De omzet van deze gehele markt was ongeveer 3,2 miljard euro in 2010.

'Er worden veel meerdaagse cursussen georganiseerd. Mensen worden door hun werkgever drie dagen op pad gestuurd om zich te ontwikkelen op een bepaald terrein. Met vaak een dertien in een dozijn locatie: een goed bereikbaar hotel met een standaard vergaderzaal. Maar een boerderij kan natuurlijk ook. Met een goede Bed & Breakfast, een inspiratieve groepsruimte, een landelijke leeromgeving, maar ook bijvoorbeeld de mogelijkheid om de groep samen te laten koken heb je een aantrekkelijk aanbod.'



Verenigingen verbinden aan de boerderij

Bij sommige doelgroepen kan je je als plattelandstoeristisch ondernemer met een landbouwbedrijf onderscheiden van een collega landbouwbedrijf. Daarom is het belangrijk om dit voor de vereniging die u wilt aanspreken goed in beeld te hebben. Hier geven we een overzicht voor een aantal type verenigingen. Ook is er een verschil in marktkansen tussen deze type verenigingen.

Patiëntenverenigingen

Vakantieaanbod op de boerderij vraagt om een goed programma, specifiek afgestemd op de patiëntenvereniging die u wilt aanspreken. Bij de obesitasvereniging is dit een activerend programma met aandacht voor beweging, gezond voedsel en eten en de psychologische kant van patiënt zijn. De inrichting van de locatie moet dus activerend zijn. Als boerderij kan je je onderscheiden door de mogelijkheid te bieden om zelf eten te oogsten. Een eigen tuin voor de groente en de aardappelen, een kippenhok waar eieren geraapt kunnen worden en een vriezer met vlees van het eigen bedrijf of van een collega boer. De

accommodatie heeft een ruime keuken waar gasten gezamenlijk een gezonde maaltijd kunnen bereiden en onder begeleiding van een diëtist leren over gezond koken. Afhankelijk van de gasten worden er ook professionals ingevlogen in het programma, bijvoorbeeld een fysio- of een bewegingstherapeut of een psycholoog. En als het gaat over de acceptatie van patiënt zijn kan je ruimte bieden voor theatersport of een kampvuur waar gasten hun eigen verhaal delen.

Sportverenigingen

Sportverenigingen zijn een interessante doelgroep als ze zelf geen eigen terrein hebben. Een voetbalvereniging zal een kamp voor de jeugd organiseren op de eigen accommodatie. Vooral sportverenigingen die hun activiteit op het platteland of in de natuur houden en daarvoor een parcours nodig hebben lijken interessant. Hier kan je als ondernemer de helpende hand bieden door te helpen bij het parcours. Een mogelijkheid om deze verenigingen te verbinden met de boerderij is door het aanbieden van maaltijden met producten van eigen boerderij of vanuit de streek. Hier

gaat het om de producten, die lekker en goed moeten zijn, maar ook om het verhaal achter de streekproducten.

Kerken

Groepen ontvangen van kerken vraagt vaak een behoorlijke capaciteit van een accommodatie. Kansen om het landbouwbedrijf en –omgeving te koppelen aan deze doelgroep ligt vooral in de verbinding met de kinderen die met deze groepen meekomen. Bijvoorbeeld door ontdekkingsplekken voor de kinderen op de boerderij. Een hooiberg waar hutten gebouwd kunnen worden en een plek waar kinderen zelf hutten kunnen bouwen. Een educatief programma voor de kinderen zal ook gewaardeerd worden. Bijvoorbeeld door te laten zien wat de weg is van graan naar brood. Of door samen met deze jonge gasten patat te maken en te bakken van eigen aardappels.

Natuurverenigingen

Natuurverenigingen zoeken kennis over de natuur en ervaring in de natuur. Iets wat een ondernemer met passie voor natuur op en rondom zijn bedrijf prima kan bieden.

De boer kan als ervaringsdeskundige vertellen over de natuur en de natuurlijke processen op zijn bedrijf. Zo kunt u een arrangement verkopen waarbij u naast de accommodatie ook een werkdag in de natuur verkoopt. U verkoopt een werk- en leerervaring in de natuur op het bedrijf en samen met een groep gasten doet u daarnaast ook onderhoud aan de natuur op uw bedrijf. Wanneer u veel natuuronderhoud heeft op uw bedrijf kunt u ook kiezen voor een model waarbij vrijwilligers van een natuurvereniging arbeid leveren op een dag in het weekend waarbij u ze beloont met koffie en wat lekkers van het bedrijf.

sport & spel

'Heb je als plattelandstoerisme-ondernemer ruimte voor een evenement, zit je op een plek waar veel mooie ruitersporen zijn? Dan is de boerderij een geschikte locatie voor een hippisch vakantieverblijf of evenement. Of voor een hippische vereniging waarvan de leden samen op een mooie plek willen rijden.'

Er zijn bijna een half miljoen paardensporters van 8 jaar en ouder. De paardensport wordt nog steeds hoofdzakelijk beoefend door vrouwen/meisjes, de paardensporter is relatief jong, iets bovengemiddeld in welstand en woont iets meer in landelijke gebieden. De Nederlandse paardensporters geven per persoon bijna € 1.400 per jaar uit aan de beoefening van de paardensport. De totale bestedingen komen hiermee uit op circa € 650 miljoen per jaar. Jaarlijks bezoeken tienduizenden mensen evenementen, competities en keuringen. Elk weekend wordt er wel een wedstrijd georganiseerd.



Sociale media gebruiken voor contact met verenigingen

Veel verenigingen hebben een 'fanpage' op Facebook. Deze facebookpagina is een digitale ontmoetingsplaats voor de leden van de vereniging. Mensen blijven op de hoogte door een korte aankondiging of door een aantal mooie foto's van een verenigingsactiviteit. Facebook is dus ook een manier om specifieke onderdelen van de verenigingsmarkt in beeld te krijgen. Dit kunt u doen door te zoeken op een bepaalde vereniging en hun pagina een 'vind ik leuk' te geven. Stel als doel dat de vereniging ook de Facebookpagina van uw boerderij een 'vind ik leuk' geeft. Gedraag je in de communicatie recht door zee: 'Uw aanbod is om fantastische weekenden te verzorgen voor dit soort verenigingen'. Een aanbod kan helpen om 'likes' te krijgen, bijvoorbeeld door een welkomstpakket met streekproducten weg te geven bij een daadwerkelijke boeking. Echter, de daadwerkelijke meerwaarde van een Facebookpagina zit in het feit dat u de mensen die de pagina 'liken' gericht kan benaderen. Met mooie foto's van uw boerderij, met een last-minute aanbieding of

een activiteit die uw gasten deden. Gebruik Facebook ook als een digitaal gastenboek, klanten kunnen hun ervaringen kwijt op de Facebookpagina. En via die reacties en de Facebookvrienden van deze klanten krijg je digitale mond op mond reclame. Belangrijk is dat u de Facebookvrienden een gevoel geeft dat ze speciale (potentiële) klanten zijn. Dit kan je doen door last-minute aanbiedingen of andere acties naar deze mensen te communiceren. Ook op Facebook geplaatste foto's worden goed bekeken. Zorg er dus voor dat je mooie foto's plaatst. Dit zijn niet alleen foto's van een lege accommodatie, maar juist ook van mensen die op vakantie zijn bij u. Een goed voorbeeld van Facebookmarketing is te vinden via de Facebookpagina van FarmCamps (www.facebook.com/FarmCamps).

Er zijn een aantal social media platformen waarmee u de Facebookpagina kunt ondersteunen en waarmee het bereik vergroot kan worden. Denk hier aan platformen zoals Twitter, Youtube en Instagram. Vaak gebruik je materiaal, bijvoorbeeld foto's, wat je ook al op de

Facebookpagina geplaatst hebt. Twitter kunt u gebruiken door het delen van mooie foto's en korte omschrijvingen, maar mensen kunnen ook direct een vraag stellen aan u. Op Youtube kunt u video's plaatsen. Misschien maken uw gasten wel een korte video van het weekend, zorg er dan voor dat u daarachter komt en als de video goed is dat u het plaatst op uw eigen Youtube kanaal. Via Instagram kunt u dezelfde foto's die u gebruikt voor Facebook en Twitter nog een keer op een ander platform plaatsen. Door verschillende platformen te gebruiken kunt u meer mensen bereiken en kunnen deze mensen op hun eigen manier het verhaal van uw boerderij delen met hun netwerk.

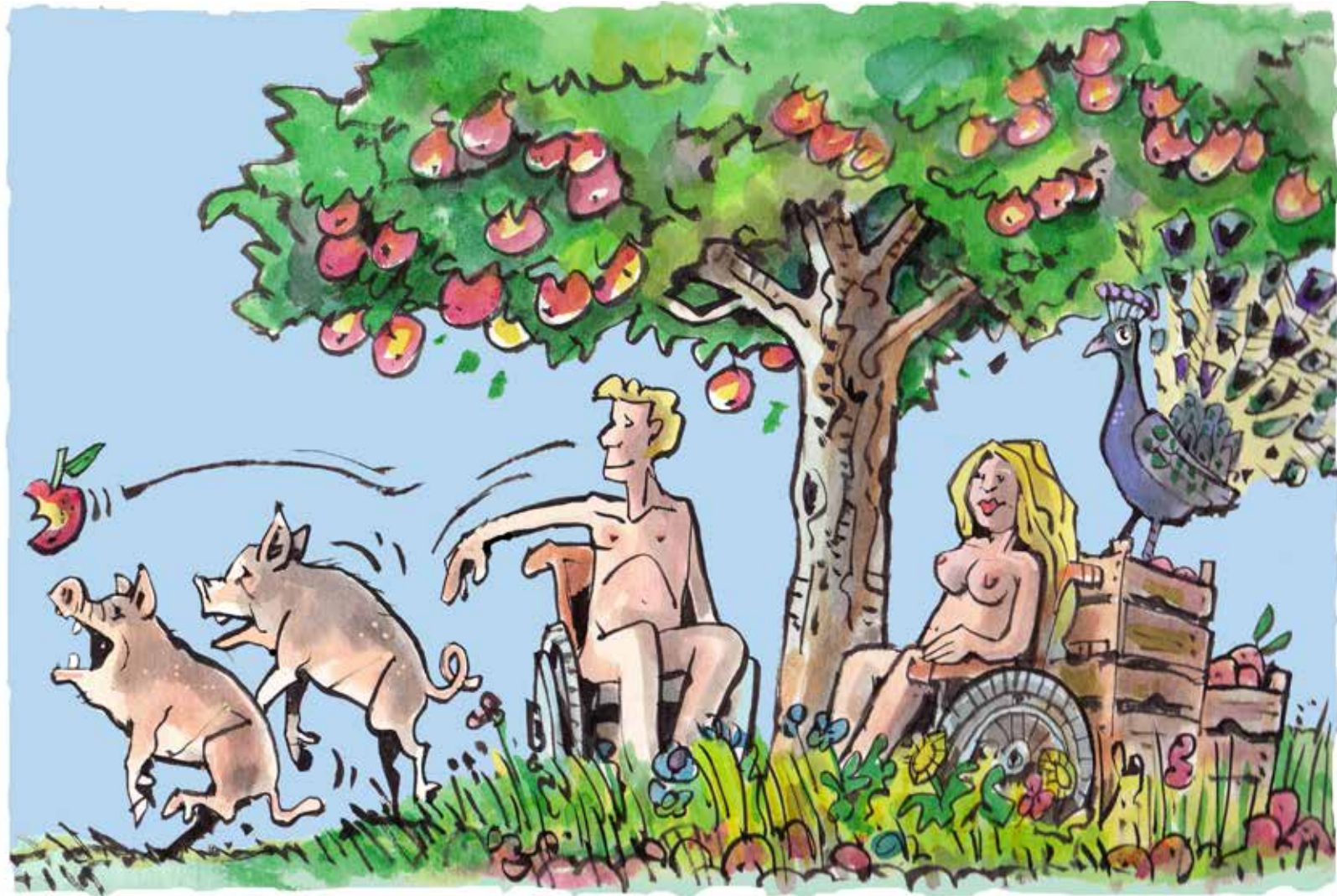
Meer informatie over de inzet van sociale media is te vinden in de brochure 'Sociale media en de verkoop van producten en diensten op een multifunctioneel bedrijf' (<http://edepot.wur.nl/235650>).

Schaatsverenigingen op de boerderij
Ligt uw boerderij aan het water in een gebied waar veel geschaatst wordt als er natuurijs ligt? Zorg er dan voor dat zoekmachines als google uw website al gevonden hebben op het natuurijsarrangement wat u aanbied aan een schaatsvereniging. Zodra de weersvooruitzichten positief worden voor een natuurijsbeleving zet uw aanbod online en gaat uw actief schaatsverenigingen benaderen om een weekend te komen schaatsen in de omgeving van uw boerderij.

zorg & welzijn

In de laatste decennia van de vorige eeuw is het aantal patiëntenorganisaties explosief gegroeid. Er zijn 175 patiëntenverenigingen in Nederland. Veel van deze verenigingen organiseren lotgenotencontact. Sommige hebben (aangepaste) vakanties in hun aanbod. Een heel aantal aandoeningen houdt verband met voeding. Zo ook bijvoorbeeld obesitas. Nu al kampt meer dan 50 procent van de Nederlandse volwassenen en één op de zeven kinderen met overgewicht. In ernstige gevallen leidt dit tot obesitas.

'Een vakantie voor mensen met obesitas op de boerderij moet niet helemaal vrijblijvend zijn. De boodschap is: 'een gezondere leefstijl kan altijd, ongeacht je gewicht of omvang'. Een actief programma met bewegen, tuinieren en koken. Met elkaar de hele maaltijd voorbereiden, beginnend met de groenten uit de tuin halen, tot snijden en koken, en dus om anders naar eten te kijken. En dan samen smakelijk eten.'



Zenmeditatie en yoga op de boerderij

Op zorgboerderij Op Aarde in Brielle is er niet alleen landbouw en zorg, er zijn ook ruimtes voor vergaderen, zingeving en training ingericht. De ruimtes voor zingeving en training worden onder andere gebruikt voor cursussen zenmeditatie en yoga. Het gebruik van de ruimtes op deze manier is min of meer per toeval ontstaan: Arjan Monteny, ondernemer van zorgboerderij Op Aarde, legt uit: 'we wilden iets met de zolderverdieping, 'de kapel', maar we hadden nog geen idee voor het concrete gebruik. Bij de opening van ons bedrijf hebben we open dagen gehouden, waar veel publiek uit de omgeving op af kwam. Zo is het balletje gaan rollen. Een zenmeester die ruimte zocht voor zenmeditatie gaf aan dat dit precies is wat hij zocht, een plek waar rust en ruimte is. We zijn met elkaar in gesprek gegaan en hij huurt nu onze ruimte voor twee vaste avonden in de week.'

Ook een yogadocent is via via bij boerderij Op Aarde beland, en huurt een ruimte op de boerderij voor twee vaste avonden in de week. Arjan Monteny: 'de klik was er meteen en we hadden gauw door dat zij het serieus

aan zouden gaan pakken. De zenmeester en yogadocent hebben bijvoorbeeld een goede wervingscampagne gevoerd. Zij weten ook welke prijs ze moeten vragen en wat ze voor de zaalhuur over hebben. De cursisten krijgen professionele lessen op een mooie locatie, en willen daar ook voor betalen.'

Het is dus zaak om je te richten op mensen die het ook professioneel aanpakken. Want er waren genoeg andere kandidaten om de ruimte te huren. Deze kandidaten hadden bijvoorbeeld niet nagedacht over de werving van klanten. Of ze hadden bijna geen budget voor zaalhuur. Dit is volgens Arjan Monteny een nadeel bij bepaalde type verenigingen. Hij legt uit: 'verenigingen vergelijken je met een gemeentelijke zalencentrum of een zaal in een school. Soms kunnen ze daar terecht voor € 7,- per avond. Of ze zoeken soms een ruimte voor een hele dag voor € 50,-. Daar kunnen wij niet voor open gaan. Je moet er toch zelf de hele dag bij zijn, of tenminste in de buurt. En wij verhuren ook een ander soort zaal, een zaal met beleving.'

De samenwerking met de zenmeester en yogadocent levert de ondernemers meer

op dan alleen de huuropbrengst. Er komen meer en diverse mensen over de vloer.

Deze mensen nemen via hun eigen netwerk weer mensen mee naar Op Aarde. Het geeft de ondernemers meer bekendheid in de omgeving. En van het een komt vaak het ander. Een cursist, een kunstenaar, wil bijvoorbeeld wel exposeren. Een andere, een dichter, wil poëzieavonden gaan houden. Uit de manier waarop de activiteiten zijn ontstaan op boerderij Op Aarde is op te maken dat je vooral je netwerk moet gebruiken. Je moet zichtbaar zijn in de lokale gemeenschap, in de directe omgeving en goed bekend zijn en blijven. Regelmatig met je verhaal en foto in de krant hoort daar bij. Arjan Monteny vult aan: 'en je moet er echt goed over nadenken: het moet wel bij je passen.' Welke doelgroep je als ondernemer naar je boerderij trekt staat dus zeker niet los van persoonlijke voorkeur. Er liggen kansen bij een grote diversiteit aan verenigingen; het is aan de ondernemer om zich gericht te oriënteren en om te onderzoeken wat zij deze doelgroepen te bieden hebben.

bezinning

Yoga. Wereldwijd zweren miljoenen mensen erbij. In Nederland doen meer dan een half miljoen mensen aan yoga, en dit aantal groeit. De beoefenaars zijn met name hoger opgeleiden en welgestelden. Er zijn minstens 800 scholen ingeschreven bij Yoga Online. De beroepsvereniging voor yogadocenten telt meer dan duizend leden.

'Wij hebben twee zengroepen en twee yogagroepen op onze boerderij. De docenten huren een ruimte voor de groepslessen. Meditatiegroepen hebben geen eigen ruimtes, en docenten zijn hiervoor op zoek naar locaties waar rust en ruimte is.'



S *Stappenplan*

Verenigingen op uw boerderij halen iets voor u? Ontdek het in 10 stappen.

S *Stap 1. Wat vindt u zelf leuk?*

Bent u zelf of uw familieleden lid van een vereniging? Een kerkelijke gemeente misschien, of een sport- of hobbyclub? Om u te kunnen verplaatsen in de wensen van een mogelijke nieuwe doelgroep werkt het vaak goed om het 'dicht bij huis' te houden. Als u een achtergrond in de zorg heeft zou de doelgroep patiëntenvereniging logisch zijn. U weet dan al een beetje waar verenigingsleden naar op zoek zouden kunnen zijn en wat een boerderij hen te bieden heeft. En het werkt gewoon prettig met gelijkgestemden.

S *Stap 2. Bepaal een richting*

Ziet u het zitten om grote groepen op uw bedrijf te ontvangen? Voor sommige verenigingen is het essentieel dat zij met hele grote groepen terecht kunnen op een locatie, tot soms wel 150 personen. Of past het meer bij u om met de verenigingsleden persoonlijk contact te hebben gedurende hun verblijf? Richt u dan op kleinere groepen. Voor sommige verenigingen, bijvoorbeeld een patiëntenvereniging, kan

het belangrijk zijn dat er exclusiviteit wordt geboden (in die zin dat er geen andere gasten op de boerderij rondlopen). Past het bieden van exclusiviteit bij u of wilt u breed toegankelijk zijn? Diversiteit maakt het mogelijk om het seizoen te verlengen: sommige verenigingen houden hun activiteiten gedurende hele jaar. Wilt u dit of kunt u volstaan met aanbod tijdens het toeristenseizoen? Verderop in de brochure in de tabel op pagina 4 worden de wensen van een aantal verenigingen weergegeven. Bekijk deze wensen en bepaal een richting die bij u past.

S *Stap 3. Wensen van de vereniging*

In deze brochure staan een aantal voorbeelden van verenigingen en hun wensen. De voorbeelden zijn echter niet uitputtend. Een mogelijke indeling voor verenigingen is: sport en spel, kunst en cultuur, religie en bezinning, natuur en milieu, zorg en welzijn, studie en vorming, politiek en belangenbehartiging. Oriënteer u op het soort vereniging waarvoor u een recreatief aanbod wilt gaan realiseren en ga met diverse mensen praten die lid zijn van zo'n vereniging. Probeer er achter te komen wat hun wensen zijn. Bijvoorbeeld

wensen op het gebied van de inrichting van de boerderij of van het activiteitenaanbod. Welke eisen stellen zij aan de omgeving? Hoe willen ze slapen? En welke prijs hebben zij over voor uw aanbod? Door met hen in contact te treden komt u er achter welke wensen deze groep heeft.

S *Stap 4. Mogelijkheden op het bedrijf*

Zijn er bepaalde elementen die een verblijf op uw bedrijf aantrekkelijk maken voor een bepaalde doelgroep? En zijn er elementen aanwezig die om te vormen zijn, bijvoorbeeld een schuur die leegstaat, of een stukje grond waarop u een groentetuin kunt inrichten? Uw bedrijf moet plaats kunnen bieden aan de gewenste activiteiten van verenigingen waarop u zich wilt richten. Om (grote) groepen te kunnen ontvangen zal er voldoende parkeergelegenheid moeten komen; kan dat op uw bedrijf? Ga ook na of u veiligheid van de bezoekers kunt garanderen, zeker als zij toegang hebben tot het agrarische deel van uw bedrijf. Voor de ene vereniging is overigens het direct in contact komen met het agrarische bedrijfsdeel belangrijker dan voor de andere. Een boerderij met ruimte en diversiteit biedt mogelijkheden voor een

flexibel aanbod. Ga na hoe daar gebruik van kunt maken, bijvoorbeeld door à la carte-activiteiten of - slaapvoorzieningen aan te bieden. Flexibiliteit wordt door veel verenigingen gewaardeerd: flexibiliteit in accommodatie (van kamperen tot slaapzaal tot luxe appartement), maatwerk in catering en in activiteitenaanbod.

S *Stap 5. Mogelijkheden van de omgeving*

Ook de omgeving waarin uw bedrijf ligt bepaalt in hoge mate de mogelijkheden om bepaalde verenigingen naar uw boerderij te halen. Voor de ene vereniging is mooie natuur en de mogelijkheid om van die natuur gebruik te maken belangrijker dan voor de andere. Bijvoorbeeld voor een sportvereniging die gebruik wil maken van een afwisselend parcours kan het belangrijk zijn dat er vooraf toestemming voor activiteiten is gevraagd bij natuurbeherende organisaties van natuurgronden grenzend aan uw bedrijf. Ga ook na of er omwonenden zijn die overlast zouden kunnen ondervinden van de activiteiten. En bekijk in het geval van een patiëntenvereniging of patiënten zich veilig kunnen voelen door hen een besloten omgeving te bieden.

Vervolg op pagina 14.

belangenbehartiging & politiek

De landelijk actieve politieke partijen hebben meer dan 300.000 leden. Alleen al in Groningen zijn er veertien politieke organisaties die zich specifiek op jongeren richten. Dit zijn jongerenafdelingen van landelijke politieke partijen, maar ook verenigingen die de politieke belangen van verschillende groepen studenten vertegenwoordigen. Ook lokale politieke partijen hebben samen een koepelvereniging.

'Als locatie voor een politiek café willen we wel eens iets anders dan het gemeentehuis of dat ene café. Als de locatie goed bereikbaar is, liefst ook met openbaar vervoer en er is voldoende parkeergelegenheid dan lijkt het me een aantrekkelijke omgeving. Vooral in de zomer, dan kan je lekker buiten in een inspirerende omgeving aan de slag. En ook voor onze jaarlijkse hei-sessie gericht op het versterken van het functioneren van de fractie kan een landelijke, maar toch zakelijke omgeving inspirerend zijn.'



Stap 6. *Zelf doen of samenwerking*

Afhankelijk van de richting die u kiest kan het al dan niet voordeel opleveren als u met andere bedrijven samenwerkt. Voor uitbreiding van uw activiteitenaanbod kunt u samen met andere plattelandsondernemers arrangementen gaan aanbieden. Maar u kunt ook samenwerking aangaan met bedrijven van buiten de agrarische sector. Bijvoorbeeld een 'outdoor' sportbedrijf dat activiteiten op uw bedrijf doet, waarna u de klanten vast houdt door ook maaltijden en accommodatie te bieden. Zoals we hiervoor hebben gezien kan een goede samenwerking met natuurbeherende organisaties ook voordeel bieden. Niet alleen bij een activiteitenaanbod voor sportverenigingen met een parcours, maar ook kan het voor een natuurvereniging aantrekkelijk zijn om in het landschap te werken op zowel de boerderij als op natuurterreinen in de buurt.

Stap 7. *Onderscheidend aanbod*

Met de sterke groei van het aantal recreanten die hun weg vinden naar het platteland komt er ook meer concurrentie. Let er bij het maken van uw plannen dan ook op dat u de dingen benoemt waarmee u zich onderscheidt van de niet-agrarische

Bed & Breakfast en groepsaccommodatie. Het is de kunst om op te vallen, maar het is zeker ook een kunst om uw klanten duidelijk te maken wát u anders doet. Doet u bijvoorbeeld ook echt wat met het agrarische deel van uw bedrijf, zorg dan dat u daar een programma voor maakt.

Stap 8. *Wat gaat u doen?*

Als u uw plannen op papier zet zult u een aantal vragen moeten beantwoorden.

Deze vragen zijn bijvoorbeeld:

- Wat gaat u aanbieden en aan welke doelgroep?
- Waarom juist aan deze doelgroep?
- Heeft deze doelgroep behoefte aan uw aanbod?
- Hoe gaat u uw plannen realiseren?
- Wat gaat het kosten om uw plannen te realiseren?
- Welke prijs gaat u in rekening brengen bij gasten?
- Wat gaat het opleveren?
- Is samenwerking met andere partijen een slimme zet?
- Hoe gaat u de doelgroep benaderen?
- Welke marketing activiteiten zet u op?

Er komen gaandeweg waarschijnlijk nieuwe

vragen boven. Neem de tijd om alle vragen te beantwoorden.

Stap 9. *Focus op communicatie*

Communicatie binnen het plattelandstoerisme vergt veel tijd. Als u samenwerkt met partijen zult u regelmatig overleg moeten inplannen. Klanten moeten makkelijk contact kunnen maken en u zult bereikbaar moeten zijn voor vragen. Let er bij het benaderen van de doelgroep op dat u hen een duidelijk beeld geeft van wat zij kunnen verwachten. Mensen die op zoek zijn naar een overnachtingsplek willen vooral graag een duidelijk beeld van de slaapmogelijkheden. Dit kan door te verwijzen naar een aantrekkelijke website, met foto's en filmpjes. U kunt ook denken aan het bieden van extra service, bijvoorbeeld mogelijkheden voor individuele verenigingsleden om hun keuzes door te geven door middel van een apart domein per vereniging (bijvoorbeeld www.boerderijkoeinzicht.nl/wielerverenigingstormwijk). Zo ontzorgt u de vereniging.

Stap 10. *De uitvoering*

U gaat aan de slag. Zorg dat u uw ogen en oren altijd open houdt voor eventuele goede raad. Dit houdt ook in dat u online reacties op uw blog of website serieus neemt en niet aarzelt als de plannen aangepast moeten worden. Omdat er zoveel ondernemers zijn die iets doen met plattelandstoerisme, ook niet-agrariërs, is het belangrijk dat u continue zorgt voor vernieuwing. Stel opnieuw vast wat uw onderscheidende vermogen is en wijs uw klanten daarop.

natuur & milieu

Er zijn in Nederland meer dan een miljoen mensen lid van een natuurvereniging. Er zijn honderden plaatselijke afdelingen van deze natuurverenigingen. Vrijwilligers van deze afdelingen werken actief mee aan landschapsbeheer door o.a. het knotten van wilgen.

'Je kan natuurliefhebbers op twee manier betrekken bij je bedrijf. Natuurliefhebbers kunnen de boer helpen bij het onderhoud van bijvoorbeeld zijn bomen in ruil voor een kopje soep. Of je verkoopt een natuurbeleving aan de gasten. Voor deze gasten is een natuuractiviteit dan onderdeel van hun vakantie.'





Golofon

© 2013 Wageningen, Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO).
Uitgave Praktijkonderzoek Plant & Omgeving, onderdeel van Wageningen UR.
Deze brochure is tot stand gekomen door samenwerking tussen Wageningen UR en de plattelandstoerismesector in het kader van de PPS 'Multifunctionele Landbouw' en is financieel ondersteund door het ministerie van Economische Zaken.

Tekst: Daniël de Jong en Maureen Schoutsen
Redactie: Marcel Vijn
Illustraties: Henk van Ruitenbeek
Vormgeving: Caroline Verhoeven-Poelhekke

Verenigingen ontvangen op de boerderij

De plattelandstoeristische sector is op zoek naar nieuwe marktkansen. Een nieuwe doelgroep zoals verenigingen kan zo'n kans zijn. Veel activiteiten van Nederlanders vinden in georganiseerd verband plaats, in verenigingen zoals sportverenigingen, kerkelijke gezindtes, patiëntenorganisaties, politieke verenigingen en natuurclubs. Het is de kunst om als plattelandstoeristisch ondernemer de specifieke wensen en behoeften van verenigingen om te zetten in een aantrekkelijk aanbod. Deze brochure geeft voorbeelden van deze wensen en handvaten om hier als plattelandstoeristisch ondernemer mee aan de slag te gaan.

kunst & cultuur

