

# PlattelandImpuls: leren door gewoon te dóen

Plattelandsondernemers die hun activiteiten verbreden, vergeten nogal eens serieuze aandacht te besteden aan de vermarkting van hun product. Met het project PlattelandImpuls hebben ondernemers hun vaardigheden op dat vlak kunnen verbeteren door te werken met product-marktcombinaties.

Op het eerste gezicht lijken het simpele vragen: Heb je aan een goede verzekering gedacht voor de survivaltochten? Hoelang denk je dat jouw klanten maximaal in de auto willen zitten om naar je toe te komen? En waar wil je je folders neerleggen? Toch zijn het juist dit soort vragen die veel plattelandsondernemers zichzelf vergeten te stellen. Veelal steken ze veel tijd in de ontwikkeling van hun product maar niet in de vermarkting. Terwijl ze juist daarmee hun verbredingsactiviteit kunnen professionaliseren en tot een succes kunnen maken. De meeste deelnemers aan PlattelandImpuls herkenden dit bij zichzelf.

De inzet van PlattelandImpuls was dan ook om de economische positie van de multifunctionele ondernemers te versterken door hen te helpen de juiste vaardigheden (competenties) te ontwikkelen en tegelijkertijd te werken aan de marktkant van hun producten en diensten. Hoe pak je zoiets aan? In ieder geval niet met theoretische testen en oefeningen, dachten de projectpartners Stichting Vrienden van het Platteland, Wageningen UR en LTO Nederland. Ondernemers krijg je enthousiast als ze bezig zijn met datgene waar hun hart ligt: verbeteren van onderdelen van hun multifunctionele bedrijf. “Learning by doing” was het adagium. Daarvoor wilden de projectpartners een goede methode neerzetten (zie

kader). Die hebben ze uitgevoerd in 35 groepen 350 ondernemers te begeleiden.

## >> Alles leerzaam

Sankie Koster is een van de ondernemers. Zij organiseert samen met anderen in de coöperatieve Oost Zeeuws-Vlaamse Baret, de “barettochten”, een combinatie van verzorgde fiets-, wandel- en vaartochten voor groepen recreanten. Wie de tocht uitloopt ontvangt een baret: het hoofddekseel voor de werkende mens, aldus de website. De tochten lopen goed. Zo goed zelfs dat de ondernemers vrijwel geen tijd nemen om allerlei praktische zaken goed te regelen of om uitgebreid stil te staan bij de marketing van de tochten. Dankzij PlattelandImpuls namen ze die tijd nu wel. ‘Over een aantal sprekers waren we zo enthousiast dat we ze zo weer uit zouden nodigen’, vertelt Koster enthousiast. De sprekers maakten concreet wat al wel bij de ondernemers in het hoofd sluimerde, maar waar ze tot voor kort niets mee deden. En ze attendeerden hen op zaken waar ze zelf niet op waren gekomen. Iemand van een organisatiebureau in de vrijetijdsector wees hen op de nabijheid van de stad Antwerpen en of ze daar niet eens contacten moesten leggen. Daarop toog een groep “baretters” naar de Vlaamse stad en is er nu zicht op samenwerking met de VVV. Die wil hen in de

## Succesvolle elementen van PlattelandImpuls

De methodiek van PlattelandImpuls heeft gewerkt. Succesvolle elementen hieruit zijn:

- Groepen. Door in netwerkgroepen te werken, kunnen de ondernemers ook van elkaar leren.
- Intake. Selectie vooraf op motivatie en ambitie is belangrijk, omdat alleen gemotiveerde ondernemers voelen zich verantwoordelijk voor het resultaat. Werken met een vaste vragenlijst voor de intake maakt dat de beoordeling transparant is.
- Vraagsturing door de groep. De groep bepaalt de agenda. Dat betekent dat de begeleider vooral procesbegeleider is en niet de inhoudelijke uitvoerder.
- Learning by doing. Ondernemers ontwikkelen vaardigheden door te doen, bijvoorbeeld door te werken aan bedrijfs- en marktontwikkeling.
- Twee begeleiders. Twee begeleiders lijkt luxe maar is wel essentieel. De tweede begeleider heeft de rol van kritische buitenstaander en dient als sparringpartner van de vaste begeleider. De combinatie van de meer beschouwende en methodische insteek vanuit Wageningen UR en de vooral praktische vanuit LTO werkt goed.
- Begeleiding van de begeleiders. Intervisie geeft de begeleiders toegang tot elkaars expertise en ervaringen.



arrangementen opnemen, maar dan moeten de baretters bij hun tochten ook groepsaccommodatie aanbieden of een vaste samenwerking hebben met iemand die dat in de buurt aanbiedt.

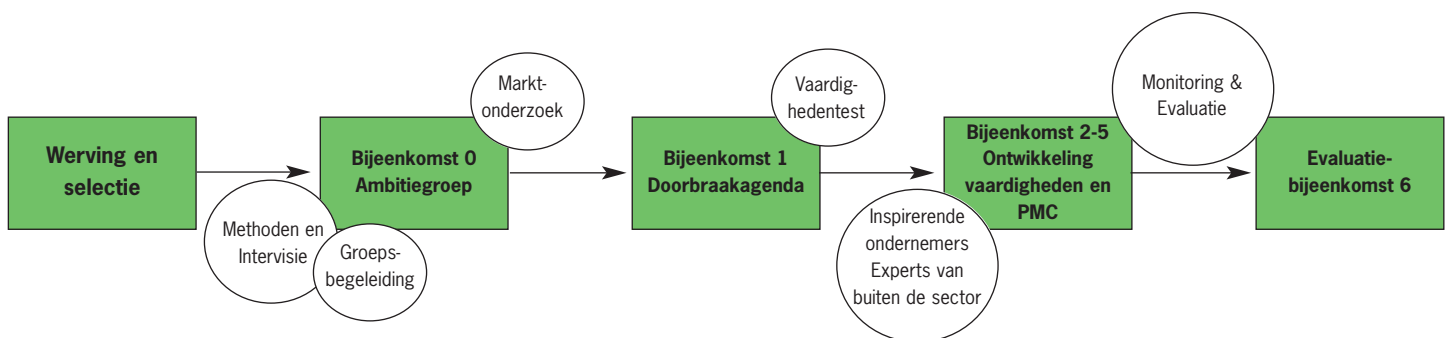
Ook spraken de deelnemers aan Plattelandsimpuls over elkaars ambities. 'Je kent elkaar al zolang en toch hebben we het nooit over dat soort zaken.' Bovendien kwam de begeleidster met bijzondere opdrachten. 'We moesten bijvoorbeeld tijdschriften bekijken en bepalen of de mensen die dit blad lezen een doelgroep voor ons kon zijn. We pakten een motorblad. Daar hadden we nog nooit ingekeken, maar eigenlijk kunnen we daar best in adverteren.'

### >> Veel vaardigheden opgedaan

De ondernemers hebben tijdens het traject veel vaardigheden opgedaan. De evaluatie laat zien dat 85 procent van de deelnemers

meer inzicht heeft gekregen in de eigen vaardigheden. Bovendien heeft driekwart van de ondernemers bestaande vaardigheden verder ontwikkeld of nieuwe vaardigheden opgedaan. Mariska van Koullil, begeleidster van onder andere de baretgroep en werkzaam bij ZLTO wijt dat voor een groot deel aan de aanpak van Plattelandimpuls. 'Door kritische vragen te stellen en de deelnemers aan het werk te zetten, leren ze nadenken over zaken waar ze eerst niet bij stil stonden. Dan gaan ze dat ook aanpakken.' Dat blijkt ook uit de evaluatie: vrijwel alle groepen zijn uit de fase van ideevorming gekomen, hebben nieuwe producten of diensten in bestaande of nieuwe markten gezet, hebben zich expliciet op de marktkant van hun product gericht en gaan soms na het traject nog verder als groep. Voldoende aanleiding voor een vervolg.

Daar wordt aan gewerkt in Interreg-verband met België.



Meer informatie: Herman Schoorlemmer, t 0320 291337, e herman.schoorlemmer@wur.nl

Brochure 'Het nieuwe gezicht van de boer, succesverhalen Plattelandimpuls' is te downloaden via [www.plattelandimpuls.nl](http://www.plattelandimpuls.nl) onder 'nieuws' 03-12-2007 Eindboekje Plattelandimpuls