



# Innovatief agrotourisme concept

## 'Businessgame De Heereboer'

### voor de zakelijke markt

#### 1. Omgevingsverkenning

Het huidige aanbod van agrotourisme wordt door mij geassocieerd met laagdrempeligheid, warmte, gezelligheid, traditioneel, gastvrijheid, een matige professionaliteit voor een voordelige prijs en daardoor meer gericht op particulieren dan op de zakelijke markt. Deze associaties hebben ook vervormingen; zo wordt het agrotourisme ook geassocieerd met oubolligheid en kneuterigheid en maakt al met al geen professionele indruk.

Kijkend hoe andere branches vernieuwende concepten introduceren om een breder publiek te trekken, kwam ik op het spoor van businessgames op locatie. Deze games richten zich primair op de zakelijke markt en combineren een learning experience, teambuilding, competitie in een businesssimulatie die veelal wordt afgesloten met een informeel diner of borrel. Arrangementsprijs bedraagt in de regel +/- €100,- wat, zo weet ik ook uit werkervaring, een marktconforme prijs is in deze markt maar veelal hoger ligt dan prijzen voor arrangementen in de particuliere markt.

#### 1.1 Voorbeelden uit de praktijk

##### Holland Casino

Deze casinoketen heeft de businessgame 'Casino Manager' ontwikkeld waar de spelers een Las Vegas Casino managen. Zij gaan op zoek naar de beste speeltafels en de grootste artiesten om zo de meeste bezoekers naar hun casino te trekken. Voorafgaand aan het spel is er een rondleiding in het casino.

Deze game wordt dus in een aparte ruimte in het casino 'gespeeld' en is mijn inziens een leuk alternatief voor het meer gebruikelijke avondje casino met enkele fiches van de baas.

##### Diverse dierentuinen waaronder Burgers Zoo

Het team gaat aan de slag om de populairste dierentuin te worden. Door een samenwerking met de media wordt gezorgd voor optimale promotie. Ondertussen benaderen de safariparken het team met de mooiste dieren. Gedurende de dag is er ook een rondleiding door de dierentuin.

Deze businessgame kan ook specifiek worden ingezet in het kader van teambuilding, optimalisering van de samenwerking, kennismakingen/of verbetering van onderlinge communicatie.

Bron: <http://www.businessgames.nl/index.php/management-games/teambuilding-games/>

## 2. Concept

Dit concept presenteert een businessgame in de context van de agrarische sector. Als agrarische ondernemers investeren in een dergelijke businessgame en ook de faciliteiten realiseren om een zakelijk publiek te ontvangen, dan ligt de weg open om zeer forse opbrengsten te halen. Een rekenvoorbeeldje laat zien dat bij 40 groepen per jaar met een gemiddelde grootte van 20 personen en een arrangementsprijs van €100 een omzet van €80.000 wordt behaald waarbij een zeer aantrekkelijke brutowinstmarge mijn inziens haalbaar is.

Businessgames hebben gemeen dat de verschillende teams door beslissingen te maken (en wellicht een kansspelelement) gedurende enkele speelrondes het rijkste/grootste worden en daarmee de overwinning behalen.

Om de agrarische businessgame attractiever te maken, voegt het toevoegen van een vlucht door de geschiedenis extra mogelijkheden toe. Deelnemende teams starten in ronde 1 in de 19<sup>e</sup> eeuw en kunnen door te investeren in hun boerderij moderniseren en op deze wijze productiever worden dan de andere teams. Verder geeft het toevoegen van een tijdstraject de mogelijkheid om de geromantiseerde sfeer van kleinschalige, niet-gespecialiseerde landbouw op te roepen en verder leren de spelers over hoe landbouw zich de afgelopen eeuwen heeft ontwikkeld.

Het toevoegen van een praktijkelement kan de ervaring compleet maken en ook de link tussen game en praktijk leggen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een team wat kiest voor akkerbouw en fysiek enkele bakken met grond moet bewerken en zo ook de verschillende stages van gewasverbouw ondervindt. Op een veeteeltbedrijf kunnen de deelnemers eenvoudige werkzaamheden uitvoeren ten behoeve van de (scharrel-)dieren op de boerderij, etc.

Een dagprogramma rondom deze business game wordt door middel van onderstaande flyer gepresenteerd zodat ook direct duidelijk is met welke 'look and feel' potentiële klanten met de businessgame kunnen worden benaderd. Vervolgens zal een blauwdruk van een mogelijke gameverloop worden getoond.

Sinds zomer 2010 biedt melkveebedrijf van Karpstel de mogelijkheid om in groepen van 12 tot 30 personen een dag actief bezig te zijn met de professioneel ontwikkelde businessgame "De Heereboer".

Zo kunt u het platteland op een heel andere manier beleven; met spanning en ontspanning in het prachtig gerestaureerde gastenverblijf van de Lochtjeshoeve in het landelijke Benschop.

# Businessgame "De Heereboer"

Het is 1850 als uw team als keuterboertje met de game begint. De jaren erop moderniseert de landbouw en is het aan u om keuzes te maken. Investeert u in vee en landbouwgrond of loopt uw team voorop in de landbouwmechanisatie? Of misschien bestaat uw team uit rekenwonders en wordt u rijk op de termijnmarkten... Eén ding is zeker, er is maar één team die als ware Heereboer eindigt en met de prijs naar huis gaat!



## Programma

Ontvangst met koffie/thee en lokale specialiteit 'van Aemsteltje'

Korte presentatie/rondleiding over het agrarisch bedrijf van Karpstel

## Speluitleg

Ronde 1-3

Pauze

Ronde 4-6

Diner op locatie verzorgd door cateringbedrijf met lokale specialiteiten. Dinerkeuze in overleg.

Borrel met prijsuitreiking op locatie

## Contact en prijzen

Jan van Karpstel  
Lange landelaan 10  
1616 AG Benschop

0166-127895

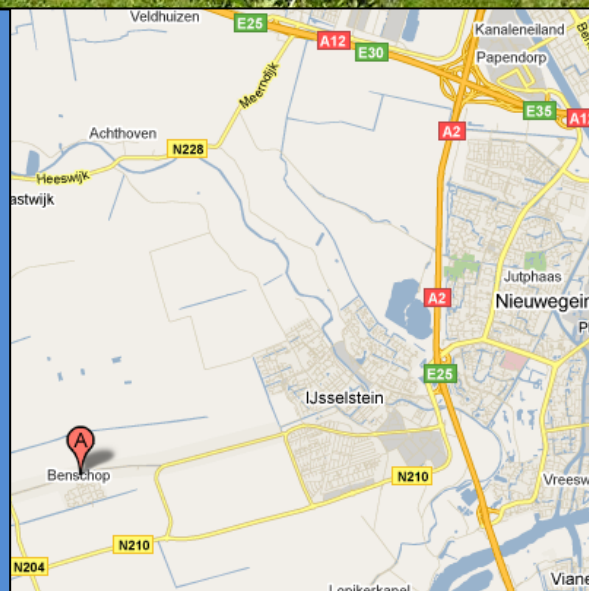
[www.agrobusinessgame.nl](http://www.agrobusinessgame.nl)  
[info@agrobusinessgame.nl](mailto:info@agrobusinessgame.nl)

Prijzen vanaf €85,- pp

## Locatie

Centraal in Nederland, vlak bij de A12 en de A2, ligt Benschop.

Het gebied rond Benschop werd ontgonnen vanaf het begin van de 12e eeuw. De gronden waren in het bezit van de bisschop van Utrecht, die concessies voor ontginning van de Lopikerwaard verleende, onder meer aan Benno van Aemstel. De naam Benschop betekent letterlijk het ontginningsgebied van Benno.



## 2. 2 Spelverloop

Er zijn professionele bedrijven die businessgames ontwikkelen maar wellicht geeft het volgende een goede indruk van het verloop van een businessgame. Elke ronde gaan de teams 25 jaar vooruit in de tijd wat ze nieuwe mogelijkheden oplevert.

Ronde:

0. Begin van het spel met speluitleg door medewerker die tevens optreedt als gastheer/vrouw en gedurende het spel de begeleiding doet. Elk team krijgt een laptop om gemaakte keuzes in te voeren en om daar een visueel resultaat te zien van gemaakte keuzes. Om het competitiegevoel te verhogen zijn op een projectiescherm na elke ronde een boerderijoverzicht van elk team te zien.

1. Jaar 1850. Het team start als een keuterboertje met enkel wat land en een goedgevulde voorraadschuur. Er zijn mogelijkheden om deze voorraad te verkopen op de agrarische markt, te ruilen met andere teams, te verhandelen op de termijnmarkt of in te zaaien voor de volgende oogst. Ook kan men gewaszaad of vee inkopen, grond pachten of kopen en/of investeren in nieuwe machines en techniek. En natuurlijk kan de plaatselijke bank bezocht worden voor een lening.  
Door toedoen van schaalvoordelen levert specialisatie vaak het meeste op maar let op; prijzen op de markt fluctueren en noodweer kan een gehele oogst verwoesten! Risicospreiding is verstandig maar geen rendement zonder risico... Elk team kiest zijn eigen strategie.



Voorbeeld van een mogelijk digitaal boerderijoverzicht

2. Jaar 1875. Het waren zogenaamde 'vette' jaren, vrijwel alle sectoren hebben gerendeerd. De enigen die geen spekkoper zijn, zijn de teams die de voorraad hebben verhandeld op de termijnmarkt die in 1850 wel zekerheid maar ook lage prijzen bood voor hun producten.  
De Nederlandse bevolking is hard gegroeid en om al deze monden te voeden, zijn er tal van nieuwe vindingen op de markt die de productiviteit ten goede komen. Sommige teams zullen direct inkopen, anderen wachten tot de prijs van deze nieuwe vindingen gaat zakken.
3. Jaar 1900. De welvaart in de steden resulteert in hoge prijzen van producten als vlees en eieren. Gewassen doen het matig, met name de graanoogst valt wegens een aantal droge zomers tegen. Teams die graan hebben ingekocht op de termijnmarkt, kunnen dit nu voor woekerbedragen van de hand doen.  
Stilstand is achteruitgang, er is van alles op de markt om de productiviteit te verhogen, nu voor veel lagere prijzen dan 25 jaar eerder. Daarentegen wordt de grond snel duurder; de teams die in grond hebben geïnvesteerd worden beloond, pachters komen voor flinke prijsstijgingen te staan.
4. + 5 +6 Jaar 1925-1950-1975: Deze rondes volgend dezelfde lijn als voorgaande spelrondes; ontwikkelingen op de markt zorgen voor goed renderende en slecht renderende producten.. Specialisatie en schaalvergroting worden steeds belangrijker; zo ook het ruilen met andere teams en het vasthouden aan een bepaalde strategie.
7. De teams kunnen nu hun laatste beslissingen maken. Wordt het nog een wanhoopspoging om van de laatste plaats af te komen of houdt men vast aan de bekende strategie om zo het podium veilig te stellen.  
De uitslag laat op zich wachten tot bij de borrel. Welk team heeft de meeste bezittingen na aftrek van schulden? Deze 'Heereboeren' verdienen een passende prijs zoals bijvoorbeeld een grote picknickmand met streekproducten.

### 2.3 Trends en doelgroep

Zoals eerder besproken richt dit concept zich op de zakelijke markt, niet in de laatste plaats door de hogere omzet die bij deze groep gerealiseerd kan worden. Het bedrijfsleven stelt steeds meer eisen aan een dagje uit, zeker voor bedrijven met hoogopgeleid personeel voldoet een avondje steengrillen of een middag klootschieten niet meer. De activiteiten voor een dagje uit dienen vernieuwend te zijn en de medewerkers (op intellectueel gebied) uit te dagen. Ook moet er ruimte zijn voor 'teambuilding' en dienen medewerkers elkaar beter te leren kennen. Verder lijkt binnen de markt van zakelijke uitjes de combinatie inspanning en ontspanning populairder te worden ten koste van de uitjes die alleen ontspanning bieden. Een andere mogelijke eis is een 'prikkelvrije' locatie. Weg van binnenstad of bedrijventerrein maar de spreekwoordelijke hei op.

Dit wordt onderschreven door Paul de Ridder van [bedrijfsuitje.nl](http://bedrijfsuitje.nl): *'Hij ziet dat bedrijfsuitjes in de loop van de jaren een steeds actiever karakter gekregen. ... Volgens hem is het tegenwoordig de kunst om een flinke portie 'teambuilding' in het bedrijfsuitje te verweven. Zo is een uitje niet alleen gezellig, maar levert het ook nog wat op voor het bedrijf.'*

Bron: <http://www.hrpraktijk.nl/nieuws/nieuws/bedrijfsuitjes-en-teambuilding-steeds-meer.353227.lynkx>

Het concept 'Businessgame De Heereboer' speelt mijn inziens in op de huidige trends en behoeften van het bedrijfsleven. Het is zeker vernieuwend, er is een zekere mate van intellectuele uitdaging, en door het werken in teams kan men elkaar beter en op een andere manier leren kennen. Ook de locatie kan in een behoefte voorzien.

Concreet bestaat de doelgroep dus uit groepen hoogopgeleide medewerkers die in bedrijfsverband een dagje uit hebben. De focus zal vooral liggen op bedrijven en instellingen in enigszins

conservatieve branches zoals bijvoorbeeld bank en verzekeringen, overheid, zakelijke dienstverlening die een redelijk gemêleerd medewerkersbestand hebben waar niet alle activiteiten (zoals een avondje stappen tot een segwaytour met gids) door alle medewerkers leuk worden gevonden.

Bijvoorbeeld een bank zoals Rabobank kent zijn wortels in de agrarische wereld maar de doorsnee medewerker staat hier steeds verder vanaf. De lokale Rabobank is wellicht een potentiële afnemer van een businessgame op locatie. Voor bijvoorbeeld een beleggingsafdeling die dagelijks handelen in futures, is het een leuke ervaring om weer back to basic te gaan; naar de aardappeltermijnmarkt!

Dat 'virtueel' boeren aanslaat bij een bredere doelgroep dan misschien gedacht bewijst de Facebook-game *Farmville*; een digitale farmsimulatie. In de maand juli was dit verreweg het meest populaire spel onder Facebook-gebruikers met 62 miljoen actieve gebruikers.

Bron: <http://www.dutchcnetboys.nl/facebook/30117>

*Eventueel kan er ook een ontwikkeling- of coachingsmoment in de game worden gebouwd zoals dit al bestaat bij huidige businessgames. Denk hierbij aan optimalisering van de samenwerking of verbetering van onderlinge communicatie binnen een afdeling. Hiervoor dient wel een externe partij te worden benaderd die hierin gespecialiseerd is en een dergelijke heidag ook met deze insteek kan leiden.*