

Agrotoerisme

In 2004 was 54,4 % van de Nederlandse bodem in agrarisch gebruik. Hoewel Nederland nog een van de grootste exporteurs ter wereld is van agrarische producten, is het aandeel van de landbouw in het totale Bruto Nationaal Product met slechts 2% bescheiden te noemen. Ook is het aantal boerenbedrijven in Nederland de afgelopen jaren sterk gedaald. Verwacht wordt dat deze daling ook de komende jaren nog zal aanhouden.

Dalende inkomsten voor de boer of veehouder, door snel afbouwende landbouwsubsidies en door het instellen van quota's, heeft ertoe geleid dat boeren op zoek moesten naar een alternatieve en aanvullende bron van inkomsten. Zo gingen boeren rondleidingen geven op de boerderij, richtten ze zich op de teelt en verkoop van typische streekproducten of gingen ze fietsen verhuren. Verdere ontwikkeling van deze relatief nieuwe sector heeft ertoe geleid dat er ook activiteiten voor het grotere publiek kwamen, zoals boerengolf. Toch heeft een te weinig divers en innovatief aanbod geleid tot een stagnatie in deze sector, waardoor deze toe is aan een aantal vernieuwende concepten.

- Om de reden van deze stagnatie te achterhalen is het belangrijk eerst te kijken naar het imago dat het agrotoerisme heeft. De volgende punten vallen op:
 - Activiteiten die genoemd werden zijn: boerengolf, dagje naar de boerderij (kaas maken e.d.), prehistorisch dorp (overnachten op een plaats zonder moderne voorzieningen).
 - Vrienden en mensen uit mijn omgeving weten maar weinig voorbeelden te noemen van een agrotoeristische activiteit. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de sector niet over zijn volledige breedte bekend is bij mensen.
 - Wat mensen aantrekt is het gaan naar een natuurlijke, rustige omgeving, onttrokken aan de drukte die het dagelijks leven (in bijvoorbeeld de stad) met zich mee brengt. Sommigen gaan een stapje verder en willen wel eens ervaren hoe het leven er uit zou zien zonder elektriciteit, mobiele telefoons en computers. Mensen zijn steeds vaker op zoek naar een spannende ervaring, waarbij de eigen grenzen verkend worden.
- Concepten die in het buitenland toegepast zijn in het kader van toerisme op het platteland zijn:
 - Organische boerderijen, waarbij je een culinaire reis kan maken over Kreta. Er wordt behandeld hoe van melk kaas gemaakt wordt, hoe druiven tot wijn bewerkt kunnen worden en hoe van graan deeg en brood gebakken kan worden. Dit is volledig toegespitst op de cultuur en keuken van Kreta.
 - Cyprus heeft een eigen "Agrotourism Company", die op grotere schaal accommodaties opknapt en een sfeer weet op te roepen van een echt authentiek Cyprus. Het platteland staat centraal en de Cypriotische cultuur wordt zo overgedragen op de toerist.

Het concept: De Toeristen Trekker

Korte samenvatting van het concept

De Toeristen Trekker is een concept waarbij de boer (in samenwerking met een andere boer of bedrijf) een aantal activiteiten opzet met het thema 'de trekker'. Dit op bijna iedere boerderij aanwezige landbouwvoertuig biedt vele mogelijkheden voor het aanbieden van toeristische activiteiten. Zo mag iedereen van 16 jaar en ouder zonder een rijbewijs op een trekker rijden (voor jongeren tussen 16 en 18 jaar is de voorwaarde dat dit alleen op eigen erf gebeurt). Wat is er leuker dan eens zo'n krachtig voertuig te beklimmen en het zelf te besturen? Hoe goed kun je een speciaal hindernisparcours afleggen en hoe behendig ben je met de trekker? Of doe een spelletje traktortrekken met je familie of vrienden. Een aantal van de genoemde toepassingen bestaan al in losse vorm, maar in combinatie met een brede selectie van andere activiteiten die ook voor andere doelgroepen aantrekkelijk zijn, levert dit concept een groot potentieel voor de agrotouristische sector.

Doelgroep

De belangrijkste doelgroepen voor het agrotourisme zijn momenteel ouderen (55+) en gezinnen met kinderen, maar het is voor een goed innovatief concept van belang dat er ook nieuwe doelgroepen aangetrokken worden. Het concept moet voorzien in het aantrekken van zowel jongeren (16 jaar en ouder), groepen volwassenen, gezinnen met kinderen en ouderen. Daarnaast zijn er ook mogelijkheden om door middel van dit concept het agrotourisme aan te bieden voor bedrijven (teambuilding en ontspanning). Er zal voor elke doelgroep iets te doen zijn. Hieronder zullen een aantal voorbeelden gegeven worden van de mogelijkheden van dit concept:

Trekkersparcours

Een speciaal aangelegd parcours voor trekkers, waarbij het de bedoeling is een rondje te rijden met zo min mogelijk strafpunten. Snelheid is niet van belang, het gaat puur om de vaardigheid. Dit om de veiligheid van de activiteit te kunnen waarborgen. Het parcours kan worden afgelegd in een trekker met cabine en het parcours kan door middel van stobalen, autobanden, en rode linten worden aangelegd. Er moeten diverse hindernissen worden overwonnen, zoals het rijden door de modderpoel, het zigzaggen langs melkbussen en het achteruit inparkeren in een parkeervak van stobalen. Het parcours kan naar eigen idee en mogelijkheden worden ingedeeld en is eenvoudig aan te leggen. De doelgroep bestaat hier vooral uit (jong)volwassenen die wel eens willen ervaren hoe het is om op een trekker te rijden. Op de voorbeeldkaart is het trekkersparcours te vinden bij het nummer 1.

Om ook aantrekkelijk te zijn voor gezinnen met (jonge) kinderen, moet er voor de allerkleinsten natuurlijk ook wat te doen zijn. Om bij het thema te blijven: er kunnen een aantal trapauto's (lees: tractoren) worden aangeschaft. Ook hiermee zou een simpel parcours afgelegd kunnen worden. Uiteraard is de standaard aanwezigheid van dieren bij een boerderij van extra toegevoegde waarde bij het agrotourisme.

Huifkartocht met de trekker

Voor de gezinnen met kinderen en ouderen is er een mogelijkheid om een spannende rit op de huifkar door de omgeving te maken. Deze huifkar kan door een aantal paarden getrokken worden, maar met de onuitputtelijke trekker is de afstand die afgelegd kan worden veel groter en kan een diverser gebied worden bezichtigd. Op de voorbeeldkaart staat dit onderdeel genoemd onder het nummer 2.



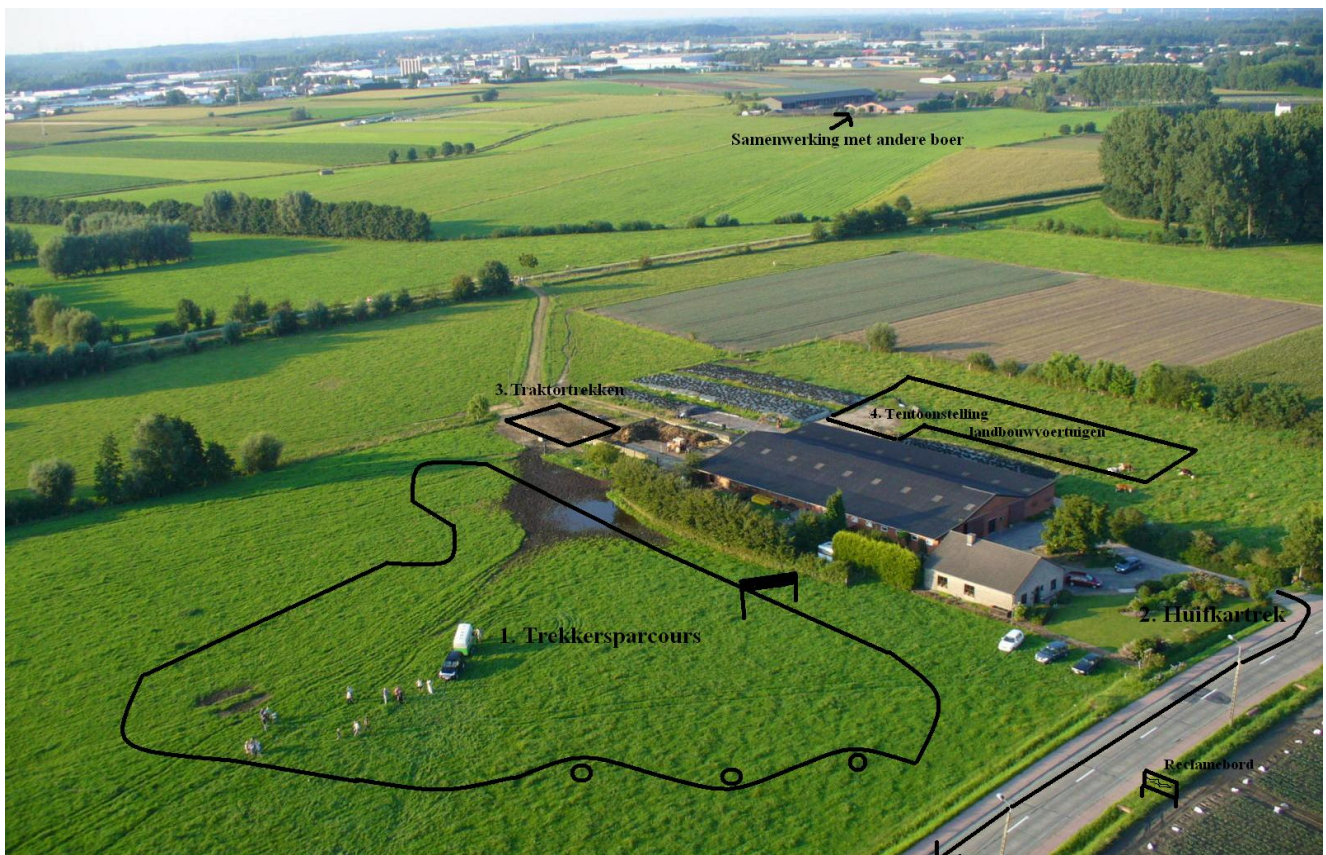
Traktortrekken

Voor de sterke mannen, of juist met de hele familie: een traktor aan een aantal touwen over een afstand van 20-50 meter vooruit trekken. Een leuke extra activiteit, zodat er voor ieder wat wils is. Dit onderdeel neemt relatief weinig ruimte in beslag. Na dit onderdeel kunnen kleine prijsjes of oorkondes worden uitgereikt aan de kinderen. Op de kaart staat dit onderdeel onder het nummer 3 genoemd.

Trekkertentoonstelling met quiz

Bij dit onderdeel kunnen diverse modellen traktoren (landbouwtrekkers) met hun bijbehorende landbouwmachines tentoongesteld worden. Bij elke landbouwmachine of trekker kan informatie verstrekt worden over bijvoorbeeld de naam, leeftijd en de functie. De tentoonstelling kan aangevuld worden met landbouwvoertuigen en machines van boeren in de buurt waarmee wordt samengewerkt. Er kan daarnaast een quiz worden bedacht over de tentoongestelde voertuigen en de andere zaken die van belang zijn op een boerderij. Deze quiz kan op meerder niveaus worden opgezet (volwassenen en kinderen). Op deze manier kan een groter inzicht worden verkregen over de belangrijkste aspecten van het leven op het platteland. De trekkertentoonstelling staat op de kaart aangegeven bij nummer 4.

Figuur 1: Voorbeeldkaart met mogelijke locatie voor de activiteiten van de "Toeristen Trekker".



Waarom is dit een goed agrotouristisch concept?

Om te beginnen heeft het opzetten van een dergelijk breed georiënteerd concept met één belangrijk thema (trekkers) een grote aantrekkingskracht op alle doelgroepen. Het promoten van de activiteiten is makkelijk, doordat het een thematisch concept is. Samenwerking met andere boeren en gespecialiseerde bedrijven biedt niet alleen meer mogelijkheden voor het opzetten van diverse activiteiten, maar ook voor de promotie van het concept. Er kan breder worden geadverteerd en meerdere doelgroepen kunnen worden bereikt. Het aantrekkelijke thema en de mond-op- mond reclame doen de rest.

Er is een groeiende behoefte ontstaan van steeds meer mensen om het drukke leven te ontlopen en de natuur en rust van het platteland op te zoeken. Aan de andere kant wil men een spannende en unieke ervaring beleven. Met dit concept is er ingespeeld op beide groepen: er zijn diverse activiteiten voor de ontspanning en de rust, maar ook sportieve en avontuurlijke activiteiten. Met dit concept wordt met

behulp van het thema 'de trekker' alles geboden, waar de markt om vraagt: De meeste mensen hebben nog nooit een trekker van dichtbij gezien en weten vaak niet wat de vele mogelijkheden van dit landbouwvoertuig zijn. Om het concept ook op de (lange) termijn aantrekkelijk te houden moet natuurlijk vernieuwd worden. Er moet afwisseling van activiteiten zijn, met waar mogelijk uitbreiding van het aanbod.

Analyse concept:

Hier volgt een korte analyse van het hierboven beschreven concept. De voor- en nadelen komen op deze manier het beste naar voren. Voorbeelden van belangrijke uitgangspunten voor dit concept zijn:

- *Jaarrondmogelijkheden voor activiteiten:* kan er voldaan worden aan de continue vraag van de consument?

Het aanbod van de hierboven beschreven activiteiten kan primair richten op de lente-, zomer- en herfstperiode. In de winter zouden er naast bijvoorbeeld het Trekkerparcours een aantal indoor activiteiten als aanvulling georganiseerd moeten worden. Daarnaast is het mogelijk de tentoonstelling van trekkers en landbouwmachines te verplaatsen naar een overdekte locatie.

- *Promotie:* is het bedrijf, product of dienst voldoende bekend bij de consument?

De promotie van het concept 'de Toeristen Trekker', kan gedaan worden via bestaande regionale samenwerkingsverbanden, zoals de VVV of gemeenten. Deze vorm van promotie blijkt in de praktijk het meest effectief. Daarnaast kan aandacht worden getrokken door middel van reclame op de (lokale) radio, televisie, in de kranten en/of via internet. Ook kan er naast de boerderij een groot billboard worden geplaatst en zou dat ook gedaan kunnen worden bij samenwerkingspartners in de omgeving.

- *Samenwerking:* wordt er voldoende samengewerkt met bedrijven in de omgeving?

Bij een dergelijk thematisch concept is het niet handig als er binnen een klein gebied meerdere aanbieders van precies dezelfde activiteiten zijn. Daarnaast is het voor de individuele boer, die zijn geld (nu) nog hoofdzakelijk verdient met agrarische activiteiten, lastig om iets dergelijks alleen op te zetten. Daarom is samenwerking van essentieel belang. Boeren in de omgeving zouden kunnen kijken welk materieel ze beschikbaar hebben voor bijvoorbeeld het Trekkerparcours, of voor de tentoonstelling. Ook kan door samen te werken en te investeren het ondernemersrisico worden gespreid.

- *Kwaliteit:* voldoet het bedrijf aan de huidige kwaliteitseisen, kan er constante kwaliteit geleverd worden?

Omdat voor sommige activiteiten de toerist zelf met een trekker rijdt, is de veiligheid een belangrijk aspect. De trekkers moeten van een goede kwaliteit zijn, de cabine moet afgesloten zijn en bij open trekkers moet er een valbeugel gemonteerd zijn. Dit om ongelukken te voorkomen. Verder moet er een bepaalde betrouwbaarheid zijn in het functioneren van de trekkers en is een korte instructie een vereiste. Omdat de boer dit niet allemaal zelf af kan, is het verstandig hiervoor externe participanten te benaderen (bijvoorbeeld een bedrijf gespecialiseerd in catering of outdooractiviteiten). Op deze manier kan de kwaliteit gegarandeerd worden.

- *Doelgroep:* kan er voldoende worden ingespeeld op de steeds groter wordende groep 55-plussers?

In Nederland zijn al ruim 4.5 miljoen mensen ouder dan 55. Deze groep zal blijven toenemen en wordt dus een steeds belangrijker toeristische doelgroep. De activiteiten die aangeboden worden moeten dus ook (deels) worden afgestemd op deze doelgroep. Met het concept 'de Toeristen Trekker' is er ook ruimschoots rekening gehouden met deze doelgroep. Vooral de huifkartocht en de tentoonstelling spreken mensen van deze generatie aan. Toch zal er gekeken moeten worden welke bezoekers voornamelijk getrokken worden. Men kan dan kiezen voor uitbreiding van de activiteiten voor de voornaamste doelgroep, of juist voor verbreding om ook andere bezoekers te trekken.

Naar aanleiding van deze korte analyse van het concept kunnen de volgende voor- en nadelen worden benoemd:

- + De activiteiten zijn breed, divers en kunnen het overgrote deel van het jaar aangeboden worden.
 - + Door de activiteiten te verbinden aan één aansprekend thema zal het geheel aantrekkelijker worden. Veel van de benodigde materialen zijn al aanwezig op de boerderij.
 - + De diverse activiteiten kunnen makkelijk worden aangevuld en aangepast, zodat er beter ingespeeld kan worden op de beoogde doelgroep(en).
 - + Samenwerking met diverse bedrijven en andere boeren is een vereiste. Dit zorgt voor een en een grootsere en professionelere aanpak, waardoor de hele regio kan meeprofiteren.
 - + De promotie van het concept is aansprekend; er is een eenvoudig en pakkend thema en door samenwerking worden de promotiemogelijkheden groter.
- Het is nodig het te gebruiken materiaal goed te onderhouden, want de veiligheid gewaarborgd zijn. Dit brengt extra kosten met zich mee.
 - Om alle activiteiten te kunnen aanbieden is voldoende menskracht nodig.
 - Er zijn eenmalige investeringe in infrastructuur nodig, zoals parkeergelegeneheid, toiletten en een plaats waar wat gegeten en gedronken kan worden.



Bronvermelding

<http://www.aximax.nl/static/images/products/falk/0709023.jpg>

<http://i40.tinypic.com/34euhie.jpg>

http://www.google.nl/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CB4QFiAA&url=http%3A%2F%2Fwww.multifunctionelelandbouw.nl%2Fdownload.php%3Ffile_id%3D651&ei=U2NNTNPqGcSIONCUyJUD&usq=AFQjCNEDNpTqUqU1t6QYQrTM2k95ZrAH5w

<http://www.tartumaron.ee/failid/Image/seadmed/traktor.jpg>