



Zegveld, 17 november 2009
17112009/MF

Aanzet programma Agrarische Recreatie & Toerisme

Recreatie is een vrij grote sector met een grote variëteit in ondernemerschap, rendement en product-markt-combinatie: van boerengolf tot luxe tenten van het Betere Boerenbed, van minicampings tot vergaderlocaties, koeknuffelen of schilderen, kookworkshop, kanoverhuur en een heuse boerderijSpa. Onderstaande tabel laat de omvang van de sector zien in 2007:

Branche	# ondernemers	Gem. omzet/ bedrijf (*1000)	Omzet per branche (*mln)
Verblijfsrecreatie	1.450	20-55	37-47
Dagrecreatie	1.570	25-38	40-60

In de potentiëstudie van Ecorys wordt de potentie van deze sector geschat op € 110 á €140 miljoen per jaar over 10 jaar. Om deze potentie te verzilveren wordt gewezen op investering op het vlak van marketing, productontwikkeling, het maken van nieuwe arrangementen en marktgerichte kwaliteit.

De recreatiesector is binnen de Multifunctionele Landbouw de sector met de meest grote variëteit in brancheorganisaties, product-markt-combinaties en professionaliteit. Om daar een goed programma op te kunnen ontwikkelen, is gestart met een korte analyse die is opgesteld op basis van gesprekken met experts en stakeholders. Een samenvatting van deze analyse is bijgevoegd in de bijlage van dit stuk. Vervolgens zijn op vergelijkbare wijze als voor het programma Streekproducten bijeenkomsten georganiseerd alle sleutelpersonen en –organisaties in de wereld in en rond agrarisch toerisme en recreatie. De aanwezigen werden tijdens die bijeenkomsten uitgedaagd om op basis van hun eigen ambities en knelpunten na te denken over een gemeenschappelijke agenda. Er zijn drie aparte bijeenkomsten georganiseerd voor Dagrecreatie, Verblijfsrecreatie en Regiobranding, omdat deze sector dusdanig veelzijdig is, dat een zinnige discussie vanuit het geheel niet productief leek. De bijeenkomsten waren goed bezocht en hadden vele dynamiek. Door een actieve opzet waarin kansen en gedeelde knelpunten centraal stonden, was de sfeer positief en de actiebereidheid groot. Zoals tijdens de Streekproductenbijeenkomsten, bleef de dynamiek bij de organisaties zelf en was de rol van de Taskforce primair faciliterend/ verbindend.

Op zich was de positieve sfeer al een resultaat op zich. Vele pogingen in het verleden om bundeling en gezamenlijkheid in deze branche tot stand te brengen, zijn gestrand op basis van vermeende tegenstellingen. De programmaleiding hoopt dat met de bijeenkomsten een goede basis is gelegd voor een uitvoeringsprogramma waarin de verschillende partijen middels subtrajecten en pilots kunnen aanhaken en er een sfeer van kennisuitwisseling van samenwerking wordt gecreëerd.

In het voorliggende stuk zijn de bovengenoemde stappen doorvertaald in een opzet voor een uitvoeringsprogramma van de Taskforce voor Recreatie. Dit is een levend document waarop basis van dynamiek en voortschrijdend inzicht regelmatig zaken zullen afvallen of opgenomen worden.

Promotie

Door relatief beperkte samenwerking in termen van promotie is recreatie vooralsnog sterk afhankelijk van individuele websites en mond-tot-mond reclame. Promotie en vindbaarheid wordt dan ook aangegeven als het belangrijkste speerpunt voor deze sector. Met name voor het kleinschalige aanbod van agrotourisme is promotie via internet van groot belang.

Een centrale database kwam naar boven als een grote prioriteit voor veel organisaties; zeker in de verblijfsrecreatie. Integratie van de promotie voor plattelandstoerisme in het reguliere toeristische aanbod is belangrijk. Deze samenwerking kan sectoraal en op regioniveau gezocht worden.

De volgende actiepunten werden genoemd in relatie tot het onderdeel promotie:

- Centrale database: Een centrale database met de gegevens van de bedrijven die een recreatief toeristisch aanbod hebben is belangrijk voor de marketing van het product. Dit moet zo gebeuren dat de consument vindt wat hij zoekt. Ondernemers/bedrijven kunnen bij verschillende marketing kanalen en sites opgenomen zijn, maar daarvoor hoeven zij maar op één plaats hun gegevens te beheren.
Er zijn drie initiatieven momenteel gericht op ontsluiting van het totale agrotouristische aanbod via internet: Plattelandvakantieland.nl, Platteland op de Kaart en Agrotourisme Nederland. Daarnaast zijn er enkele sterke sectorale internetvermarkters zoals Bed en Breakfast Nederland. Ten slotte heeft het Ministerie van EZ het NBTC gevraagd om te werken aan een totale database van de recreatie- en toerismesector. De laatste heeft daarbij vooralsnog het kleinschalige (plattelands) aanbod niet ingepland. In samenwerking met het recreatieve aanbod en de verschillende internet/database initiatieven zal in de komende tijd gezocht worden naar een daadkrachtige en effectieve weg om te komen tot 1 database. Dit op basis waarvan de verschillende initiatieven hun internetpromotie verder kunnen professionaliseren.
- Inbedding van promotie voor plattelandstoerisme in het regulier toeristisch aanbod
De rol van de Taskforce hierbij is vooral de verbinder. Ook in het scheppen van de juiste randvoorwaarden om samenwerking tot stand te brengen kan de Taskforce een rol hebben, dit kan hooguit een "dienende" rol zijn, samenwerking moet tot stand komen tussen de leidende organisaties in de sector recreatie en toerisme.
- Als eenmalig experiment is voor de komende agrarische consumentenbeurs in Duitsland, de Grüne Woche (rond de 400.000 bezoekers), een samenwerking met LNV en het NBT-Duitsland op te zetten om (mede op verzoek van Minister Verburg) het Plattelandstoerisme integraal op deze beurs te presenteren. Het committeren van verschillende brancheorganisaties in de agro-recreatieve sector zal ook als leerproces benut worden.
- Regiomarketing en streekproducten: Streekproducten kunnen bij regionale promotie een belangrijke rol spelen en gekoppeld worden aan streekidentiteit en regionale beeldverhalen. De Taskforce zal onderzoeken of zij hiervoor kan aansluiten bij bestaande trajecten in bijvoorbeeld Overijssel, het Groene Hart, de Grebbelinie of in het project Veel Luwe.

Regionale samenwerkingsverbanden

Regionale samenwerkingsverbanden van ondernemers hebben zich de laatste 10-15 jaar ontwikkeld en worden alom gewaardeerd door hun enorme inzet voor het gebied waar zij werken. Ook hebben zij een start gemaakt met de promotie van de streek en het aanbod dat hun leden te bieden hebben. In een aantal gebieden nemen Regionale Bureaus voor Toerisme de promotietaak over.

De toekomst blijft onzeker voor veel regionale samenwerkingsverbanden: hebben zij hun leden genoeg te bieden om hen te binden? Kunnen ze een gesprekspartner zijn voor gemeenten over bijvoorbeeld wet- en regelgeving voor de sector?

Genoemde kansen: Investeren in professionaliteit, kennisuitwisseling tussen regionale samenwerkingsverbanden, nieuwe inbedding in de regio.

- Lopende pilots: Er worden momenteel al twee regionale pilots ondersteund op het vlak van (o.a.) recreatie: Kempengoed (gebiedscertificering en –branding) en Vechtdal (branding en internetvermarketing). De bevindingen in deze pilots zullen ontsloten worden richting andere gebieden.
- Verdiepingsslag actiepunten voor regionale samenwerkingsverbanden
De Taskforce zal een discussie organiseren met enkele regionale ondernemersverenigingen en met een aantal RBT's. In deze bijeenkomst wordt gestreefd naar beter inzicht in de probleemstelling, potentie en praktische vervolgstappen (zoals bijvoorbeeld de beste organisatievorm voor ondernemers en voor gebiedspromotie). Indien er robuuste ambities blijken te bestaan, kunnen mogelijk pilots worden geformuleerd en ondersteund.

Ondernemerschap

Voor een goed resultaat van een nieuw bedrijf op het agrarische bedrijf is 100% inzet nodig (in plaats van 'erbij doen'), leren van andere ondernemers, ook buiten de eigen sector is hierbij heel belangrijk. De meeste uitvoeringsideeën op het vlak van Ondernemerschap zijn van een bredere relevantie dan alleen de Recreatiesector, maar worden specifiek toegepast.

De volgende onderwerpen worden hierin voorzien:

- Kengetallen ontwikkelen: De Recron is zelf bezig met een kengetallenstudie en zou dat graag breder trekken. Vanuit de Taskforce is tevens een kengetallentraject opgestart in samenwerking met de ZLTO, de ABAB en de Gibo-groep. De Taskforce zal verkennen of er verbanden mogelijk zijn tussen deze twee initiatieven.
- Kopgroep van voorlopers: De ondernemers die voorlopen met hun bedrijf/product in kwaliteit, kennis en bedrijfsvoering kunnen meer benut worden ten behoeve van ondernemerschap bij andere ondernemers; bijvoorbeeld bij onderwerpen als pricing, communicatie, kengetallen. De manier waarop de Recron dit doet in het blad Recreatie (i.s.m. HTC-advies) is hiervoor een goed uitgangspunt.
- Scholingsmogelijkheden voor ondernemers: Het Kenniscentrum Recreatie doet een onderzoek naar de scholingsmogelijkheden voor toeristisch recreatieve ondernemers en hun medewerkers bij de reguliere toeristische opleidingen. Dit kan een bijdrage leveren aan de mogelijkheden van het leren buiten de eigen agrarische sector.
- Fulltime in plaats van 'erbij': 100 % inzet voor het nieuwe recreatieve bedrijf resulteert in sommige gevallen tot het afbouwen van de agrarische tak tot landschapsonderhoud en decoratie bij het bedrijf. Het is van belang dat ondernemers hier zowel markt- als vergunningtechnisch goed over nadenken. De gevolgen hiervan dienen te worden uitgezocht.
- De kennisvouchers van Senter-novem zijn niet beschikbaar voor de doelgroep agro-toeristisch bedrijf. Deze bedrijven vallen tussen de wal en het schip. Want agrarische subsidies voor kennistrajecten zijn gericht op het agrarische deel van het bedrijf. De Taskforce is hierover in gesprek met de ministeries van LNV en EZ.
- Vanuit zowel LNV als de Taskforce is er een samenwerking met Syntens. Er wordt met Syntens bekeken op welke wijze specifieke ondernemerschapsactiviteiten voor het Programma Recreatie kunnen worden ontwikkeld.
- Kom van dat hek af!: Leren van elkaar is een oude traditie in de agrarische sector en blijft voor deze gemengde bedrijven ook heel actueel. De Taskforce wil dit verder ontwikkelen door een aantal pilots voor studiegroepen te faciliteren.

- Jonge ondernemers die het bedrijf overnemen (niet alleen recreatie en toerisme, multifunctionaliteit breed gezien)
- Een studiegroep van Vekabo ondernemers en leden van de Recron met een camping als familiebedrijf.
- In het verlengde daarvan is behoefte gebleken om (niet agrarische) MKB-ondernemers mee te laten denken op de multifunctionele bedrijven. Hiertoe zullen 5 experimenten gefaciliteerd worden waarbij 5 plattelandstoeristische bedrijven gekoppeld worden aan 5 recreatie- of horecabedrijven. De ondernemers gaan een week lang bij elkaar het bedrijf runnen; er wordt verkend of dit verwerkt zal worden in een korte film.
- www.multifunctionelelandbouw.nl zal verder worden ingericht als digitaal kennisloket. Via dit loket zal ontwikkelde informatie ontsloten worden; o.a. ook van onderzoeken vanuit het Kenniscentrum Recreatie. Daarnaast zijn er ook links mogelijk met andere websites via onder andere een databasekoppeling met het www.infoloketplatteland.nl.

Nieuwe Concepten en innovatie

Aandachtspunten die zijn genoemd zijn: het opschalen van goede ideeën is belangrijk. Een goed concept moet bewaakt worden en heeft een zekere schaalgroote nodig. Er zou meer met franchise organisaties gewerkt kunnen worden. Innovatie hangt af van goede ideeën van individuele ondernemers, maar kan ook gestimuleerd worden door ondernemers bij elkaar te brengen.

- Als er initiatieven zijn met doorgroeiambities, kan verkend worden of hiervan robuuste pilots kunnen worden opgezet. Voorbeelden: Koekerellen, Fruitspelen, het Droste Boerderijlodge-concept in de campingsector.
- Innovatieve nieuwe product-markt-combinaties kunnen in aanmerking komen voor een kraamkamerbudget vanuit de Taskforce onder voorwaarden zoals vastgesteld door de Stuurgroep (o.a. aantoonbare maatschappelijke meerwaarde, ondernemerschap, grote potentie). Initiatieven worden uitgenodigd om met ideeën te komen. Hierbij wordt samenwerking met niet-agrarische vormen van recreatie specifiek toegejuicht.
- Daarnaast zullen mogelijkheden verkend van combinaties/arrangementen met recreatiebedrijven als Molencaten en Landal.
- Er wordt een scholingsprogramma uitgewerkt om op basis van een landelijke selectie 30 ondernemers de kans te bieden om een innovatie op het gebied van plattelandstoerisme zelf uit te werken.
- Er wordt interesse verkend voor een internationale inspiratietour voor ondernemers; mogelijk in samenwerking met Syntens.

Wet- en regelgeving

Knelpunten in wet- en regelgeving belemmeren ondernemers in hun professionalisering en bij uitbreiding. Ook verschillende (interpretatie van) regels bij verschillende gemeenten is een heikel punt. Vooral starters met een nieuwe bedrijfstak krijgen met veel nieuwe regelgeving te maken. Het is niet altijd gemakkelijk om in dit doolhof de weg te vinden. Genoemde kansen: samenwerking in belangenbehartiging door bijv. LTO, Vekabo en Recron, of bijvoorbeeld bestemmingsplannen opstellen voor gemeenten.

- Er zal bekeken worden of het lopende programma wet- en regelgeving van de Taskforce voldoende inspeelt op de knelpunten in de agrarische recreatiesector. Daarbij zal ook afgestemd worden met bestaande initiatieven vanuit belangenbehartigers, LNV, EZ, de VNG en de Regiegroep Regeldruk.
- Daarnaast worden momenteel drie pilots ondersteund op het vlak van wet- en regelgeving: twee over kleinschalige Horeca op agrarische bedrijven en één over kleinschalig kamperen in Nationale Landschappen.

- Voor een betere onderbouwing van de maatschappelijke meerwaarde en effecten van een onderneming kan een Maatschappelijke Effect Rapportage (MAER) helpen bij o.a. vergunningstrajecten. Er wordt verkend of er ambities zijn bij één of meerdere Gemeentes om hierin een pilot uit te voeren in samenwerking met ondernemers. De kennis hierover bij de WUR en TELOS (samenwerking Universiteit van Tilburg, PON en Provincie Brabant) zou hierbij een rol kunnen spelen. Hoewel een pilot kan worden uitgevoerd op een agro-recreatiebedrijf, is dit breder van toepassing in de MFL.

Kwaliteit

Kwaliteit van het product is heel belangrijk en de consument is de laatste decennia steeds hogere kwaliteit gaan vragen. De accommodaties en voorzieningen die de hoogste (authentieke) kwaliteit leveren, lijken het meeste perspectief voor de toekomst te hebben. In het meten van de beleving van de kwaliteit worden ondernemers geholpen door hun klanten. Er komen steeds meer mogelijkheden om beoordelingen op internet te zetten en deze reviews spelen een steeds grotere rol bij het keuzeprocess van consumenten. De rol van de Taskforce is niet het stimuleren van kwaliteitssystemen. Ook het opnemen van de mogelijkheid om klantreacties op de internetsite te krijgen, eventueel met een systeem om deze reacties op te vragen, is een taak van iedere organisatie zelf.

- In het kader van het regionale project in Zuid-Nederland, Groeikans, wordt een traject opgezet omtrent marktverkenning en kwaliteit. Hierbij liggen ook verbindingen met vergelijkbare initiatieven in België. De Taskforce zal zorgdragen voor kennisuitwisseling tussen dit project en andere initiatieven.
- Samen met o.a. LTO, Vekabo en de Recron wordt nagegaan hoe de sector met slechte kwaliteit van bedrijven om kan gaan.