



**in het  
groen**



# Visie 2026–2030

# Inleiding

Onze vereniging bestaat inmiddels ruim veertig jaar en staat voor een belangrijke opgave: de vereniging toekomstbestendig houden in een sector die snel verandert. De recreatiesector wordt complexer, regelgeving neemt toe, gasten oriënteren steeds meer online en ondernemers verwachten meer ondersteuning en zichtbaarheid. Tegelijkertijd blijven onze kernwaarden onveranderd waardevol: kleinschalig, gastvrij, persoonlijk, kwaliteit en verbonden met het buitengebied, in het groen.

De afgelopen periode hebben we opnieuw scherp naar onszelf gekeken: wie zijn we, voor wie zijn we er, wat doen we wel en wat doen we niet? Met een leden-enquête, klankbordoverleggen, gesprekken met individuele leden en een marktverkenning hebben we daar een goed beeld van gekregen. Dit document beschrijft de missie, visie en ambities voor 2026–2030. Op naar een verbonden toekomst!

## Inhoudsopgave

|          |                                                         |          |
|----------|---------------------------------------------------------|----------|
| <b>1</b> | <b>Missie .....</b>                                     | <b>3</b> |
| <b>2</b> | <b>Visie 2026–2030 .....</b>                            | <b>3</b> |
| <b>3</b> | <b>Kerngedachten .....</b>                              | <b>3</b> |
| 3.1      | <i>Focus op waardevolle kerntaken .....</i>             | 3        |
| 3.2      | <i>Samen sterker door partnerschap .....</i>            | 3        |
| 3.3      | <i>Eén sterk en herkenbaar merk .....</i>               | 4        |
| <b>4</b> | <b>Ambities 2026–2030 .....</b>                         | <b>4</b> |
| 4.1      | <i>Ledenbestand .....</i>                               | 4        |
| 4.2      | <i>Lidmaatschapsmodel .....</i>                         | 4        |
| 4.3      | <i>Belangenbehartiging .....</i>                        | 4        |
| 4.4      | <i>Naamgeving en merk .....</i>                         | 5        |
| 4.5      | <i>Marketing en merkontwikkeling .....</i>              | 5        |
| 4.6      | <i>Ledenbinding .....</i>                               | 5        |
| 4.7      | <i>Kennisdeling .....</i>                               | 5        |
| 4.8      | <i>Ledenvoordeel .....</i>                              | 5        |
| <b>5</b> | <b>Wat deze visie betekent voor de vereniging .....</b> | <b>6</b> |
| <b>6</b> | <b>Tot slot – op naar 2030 .....</b>                    | <b>6</b> |

# 1 Missie

**We versterken kleinschalige recreatieondernemers in het buitengebied door hen te verenigen, te vertegenwoordigen en te ondersteunen met belangenbehartiging, meer gasten en kennis. Zo dragen we bij aan een vitaal platteland, waar gasten kunnen genieten van rust, ruimte en persoonlijke gastvrijheid.**

Onze missie raakt aan drie kernpunten:

1. **Ondernemers versterken** – door kennis, zichtbaarheid en samenwerking.
2. **Het buitengebied vitaal houden** – door recreatie te verbinden aan landbouw, natuur en leefbaarheid.
3. **Kleinschaligheid koesteren** – omdat juist dit onderscheidend is voor onze leden én geliefd is bij gasten.

## 2 Visie 2026–2030

**We willen in 2030 dé toonaangevende vereniging zijn voor kleinschalige verblijfsaccommodaties in het groen in Nederland.** Door samenwerking, kwaliteit en herkenbaarheid versterken we de positie van kleinschaligheid binnen de sector. We bouwen aan een betrokken netwerk van leden en vergroten de zichtbaarheid bij gasten en partners. Daarbij blijven we trouw aan onze oorsprong: persoonlijk, nuchter en dichtbij.

## 3 Kerngedachten

We werken vanuit drie kerngedachten, met focus en waarde.

### 3.1 Focus op waardevolle kerntaken

De komende jaren kiest de vereniging voor kerntaken die aantoonbaar waarde toevoegen voor leden en bij de beschikbare capaciteit en middelen passen. Belangenbehartiging, promotie, ledenbinding en kennisdeling zijn de belangrijke pijlers.

We kiezen voor een organisatie die efficiënt en duidelijk is, waarin leden weten wat ze van de vereniging mogen verwachten. Kwaliteit gaat hierin boven kwantiteit en we stellen prioriteiten per taakgebied.

### 3.2 Samen sterker door partnerschap

Kleinschalige recreatie staat voor grote uitdagingen: omgevingsbeleid, milieuregels, concurrentie en digitalisering. Deze uitdagingen vragen om samenwerking. We willen de komende jaren een actieve en herkenbare partner zijn in de sector, op dossiers die belangrijk zijn voor kleinschalige ondernemers.

Samenwerking is geen doel op zich, maar een strategische keuze om meer invloed, bereik en kennis te realiseren dan we alleen zouden kunnen. De vereniging bewaakt haar eigen identiteit en positie, maar zoekt nadrukkelijk de samenwerking wanneer dit leidt tot betere ondersteuning van leden of versterking van de sector.

### 3.3 Eén sterk en herkenbaar merk

We bouwen de komende jaren het merk *In het Groen* uit, als consumentenmerk én als naamgever voor de vereniging, dus voor partners, overheden e.d. Hierbij voegen we in woord en beeld toe dat het gaat om een vereniging voor kleinschalige campings en accommodaties. Dit biedt duidelijkheid voor consumenten, (potentiële) leden en partners en versterkt onze positionering.

Deze ontwikkeling vraagt om verdere investeringen in kwaliteit van presentatie, fotografie, content en vindbaarheid. We versterken onze eigen kanalen én benutten waar zinvol het bereik van strategische partners. Door een professionele, duidelijke, consistente en herkenbare uitstraling wordt In het Groen steeds sterker en waardevoller voor de aangesloten bedrijven.

#### Daarbij zetten we in op:

- Gefaseerde transitie naar één naam en merk
- Hogere kwaliteit van presentatie van leden
- Betere vindbaarheid en zichtbaarheid online
- Strategische samenwerking met platforms en partners

## 4 Ambities 2026–2030

Onderstaande ambities geven richting aan waar we naartoe werken en bieden een houvast voor de jaarlijkse plannen.

### 4.1 Ledenbestand

In 2030 beschikken we over een **stabiel en representatief ledenbestand** van minimaal 500 kleinschalige verblijfsaccommodaties in heel Nederland, met een gezonde mix van ervaren ondernemers en nieuwe instromers.

De vereniging groeit gecontroleerd — niet primair in kwantiteit, maar in **kwaliteit, betrokkenheid en spreiding**. Nieuwe leden voelen zich welkom en herkennen direct de meerwaarde van het lidmaatschap, terwijl bestaande leden actief bijdragen aan de vereniging.

### 4.2 Lidmaatschapsmodel

Vanaf 2027 bieden we een **helder en eenvoudig lidmaatschapsmodel** dat past bij de diversiteit van onze leden. Er is één duidelijke basisformule. Het lidmaatschap is transparant, betaalbaar en toekomstbestendig. Desgewenst organiseren we extra diensten tegen betaling.

### 4.3 Belangenbehartiging

Onze vereniging heeft vanaf 2027 in ieder geval één **structurele, landelijke samenwerking in belangenbehartiging** met een partner als HISWA-RECRON, LTO of een vergelijkbare organisatie. Jaarlijks behalen we hiermee positieve resultaten die voor het merendeel van de leden relevant zijn en worden we hiermee genoemd in landelijke

media. Ook zorgen we samen met leden voor provinciale/gemeentelijke beklagenbehartiging, waar nodig via een extra provinciale of regionale bijdrage. Met deze sterke belangenbehartiging is de vereniging onderscheidend.

#### 4.4 Naamgeving en merk

Vanaf 2028 hanteert de vereniging louter nog de naam **In het Groen, zowel richting consumenten als in de sector**. De overgang van merkgebruik verloopt geleidelijk, met behoud van vertrouwen en herkenning bij leden, gasten en partners. Er wordt ingezet op een grotere zichtbaarheid van naam en huisstijl. Met pay-offs en symbolen, wordt de positionering versterkt en verduidelijkt. Leden merken dat In het Groen door gasten wordt genoemd als bron van een boeking.

#### 4.5 Marketing en merkontwikkeling

In 2027 heeft de vereniging een effectieve marketingstrategie die het aantal boekingen via In het Groen bij aangesloten leden jaarlijks verhoogt, naar gemiddeld 25 per jaar per bedrijf in 2030. De kwaliteit van content is sterk verbeterd en In het Groen is veel meer zichtbaar bij leden. We combineren eigen kanalen van In het Groen met strategische samenwerkingen met (potentiële) partners (zoals ANWB/PiNCAMP of Natuurhuisje) zonder onze identiteit te verliezen.

#### 4.6 Ledenbinding

We zijn een levendige vereniging waarin leden zich gehoord, geïnspireerd en betrokken voelen. Jaarlijks wordt er één landelijke inspirerende thema-bijeenkomst met partners georganiseerd en een aantal regionale excursies bij leden (tegen een kleine eigen bijdrage en minimaal 15 deelnemers). Tenminste de helft van de leden zit in een regionale WhatsApp groep met andere leden in de regio. De vereniging stimuleert persoonlijk contact én samenwerking tussen leden, waardoor het verenigingsgevoel groeit. Bestuur en medewerkers zijn persoonlijk te contacteren bij vragen.

#### 4.7 Kennisdeling

In 2027 beschikken we over een vernieuwd dashboard voor leden met praktische informatie over wet- en regelgeving, duurzaamheid, marketing en bedrijfsvoering. Leden kunnen snel betrouwbare kennis vinden en met elkaar delen, zoals in een WhatsApp groep. Jaarlijks organiseren we minimaal twee praktische online kennissessies (webinars) en bieden we verdiepende kennis en trainingen op maat tegen betaling, in samenwerking met partners.

#### 4.8 Ledenvoordeel

Vanaf 2026 bieden we een beperkt maar relevant aanbod aan ledenvoordelen die direct bijdragen aan de bedrijfsvoering van kleinschalige ondernemers. We verbeteren het huidige aanbod, zoals via ANWB/PiNCAMP, Sligro en Recreatieverzekeringen.nl, en maken gebruik van kansen wanneer deze zich voordoen. Deze voordelen versterken de binding én de waarde van het lidmaatschap.

## 5 Wat deze visie betekent voor de vereniging

- **We kiezen voor focus:** niet alles hoeft, wat we doen moet waardevol zijn.
- **We bouwen aan kwaliteit en zichtbaarheid:** van de vereniging, van In het Groen én van onze leden.
- **We zoeken samenwerking:** waar het onze positie versterkt en ondernemers verder helpt.
- **We blijven dichtbij:** persoonlijk, realistisch en met oog voor wat leden nodig hebben.
- **We kijken vooruit:** de wereld van kleinschalige recreatie verandert snel, en onze vereniging verandert mee – met behoud van identiteit.

## 6 Tot slot – op naar 2030

Met deze visie zetten we een duidelijke stap richting een toekomstbestendige vereniging, die past bij de tijd waarin we leven én bij het karakter van onze leden. De komende jaren werken we gericht aan groei in kwaliteit, zichtbaarheid, professionaliteit en betrokkenheid. Dat doen we samen: bestuur, bureau en leden.

**Op weg naar 2030 – met focus, kracht en kleinschaligheid als fundament.**